



**T F 1**

**• • •**

**P U B**

**EXTENSION**

OFFRE PUBLICITAIRE À DESTINATION DU SECTEUR AUTOMOBILE

**2022**

# LE MARCHÉ DU VÉHICULE NEUF EN CRISE

JANV-NOVEMBRE 2021

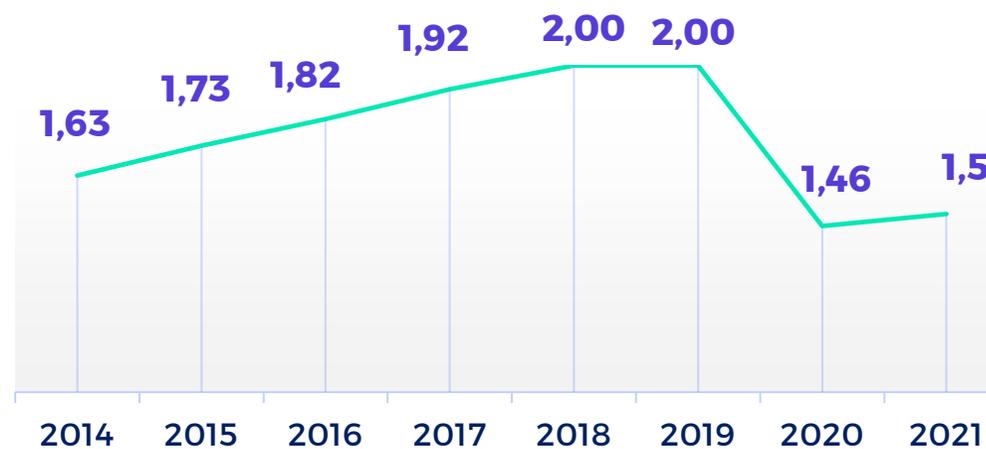
# 1,5M

DE VÉHICULES NEUFS VENDUS

**+2,5% vs 2020**

**-25% vs 2019**

ÉVOLUTION DES VENTES DE VÉHICULES NEUFS  
EN MILLIONS D'UNITÉS - PÉRIODE JANVIER-NOVEMBRE



# 3 CAUSES PRINCIPALES

1

## PÉNURIE DE COMPOSANTS



2

## CONTEXTE ÉCONOMIQUE DIFFICILE

Les Français se tournent  
de plus en plus  
vers l'occasion



3

## UN MARCHÉ AUTO EN TRANSITION



# DANS CE CONTEXTE, LES ANNONCEURS AUTO NE DOIVENT PAS NÉGLIGER L'ENTRETIEN DE LEUR **BASELINE**



**55%**

des ventes proviennent  
de la « baseline »

les ventes que l'on peut espérer sans  
activer aucune action marketing

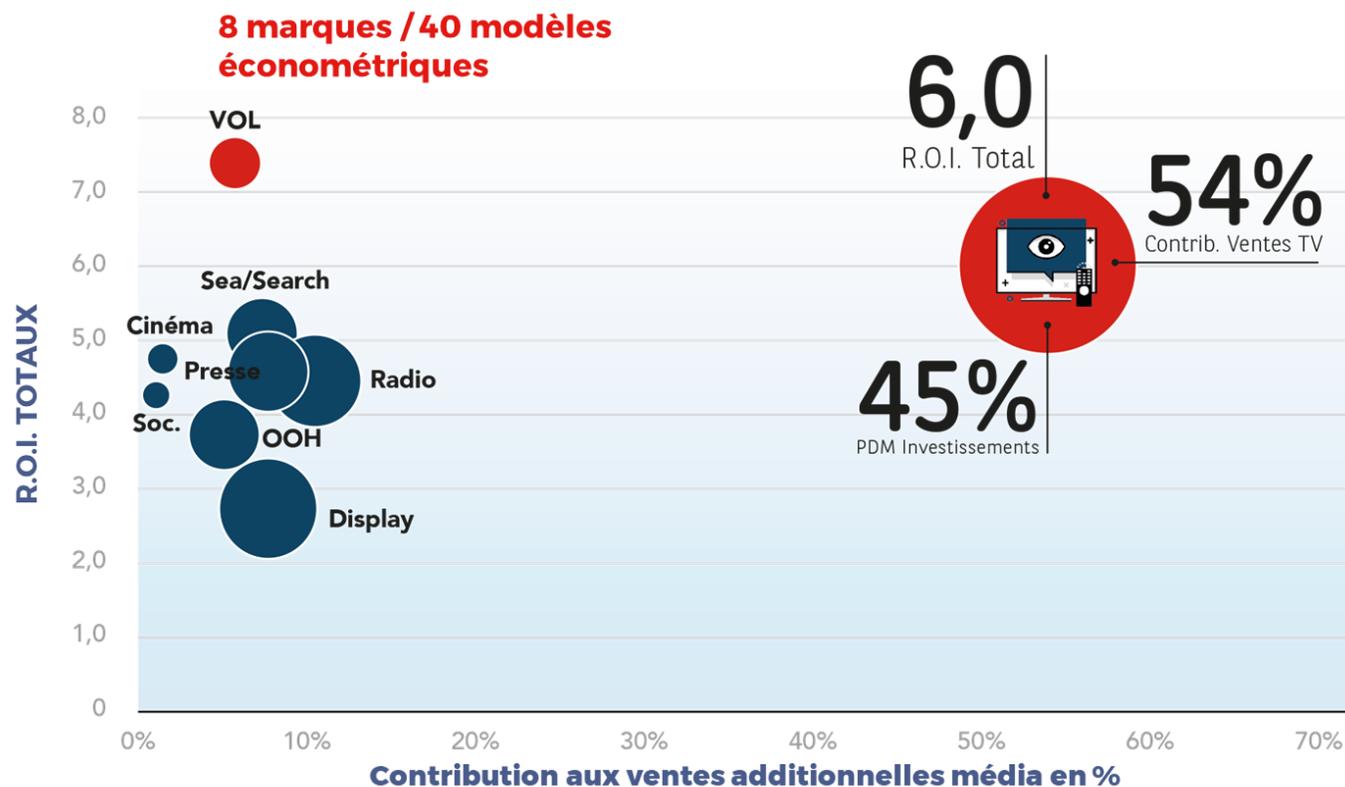


De 5 à 20% de cette baseline est liée  
aux investissements médias effectués  
lors des 18 à 24 derniers mois.

# LA TV EST LE MÉDIA LE PLUS EFFICACE DANS LA CONSTRUCTION DE CETTE BASELINE

< FOCUS SECTEUR AUTO >

Meilleur rapport  
Contribution  
aux ventes  
x R.O.I.



# AUTREMENT DIT UN BLACK OUT EN TV ENGENDRE UNE PERTE EN CA

< FOCUS SECTEUR AUTO >

1€

budget pub TV  
coupé

=

6€

de chiffre  
d'affaires perdu  
à long terme

# LA PRÉSENCE DE LA TV AU SEIN DU MIX MÉDIA ACCROÎT L'EFFICACITÉ DES AUTRES MÉDIAS

< FOCUS SECTEUR AUTO >

TOP 3 des synergies qui fonctionnent le mieux avec la TV :



**RADIO**

**+9%**



**VOL**

**+5%**



**OOH**

**+4%**

“

La TV accroît l'efficacité  
de la radio de +9%  
lorsque les 2 médias sont  
activés en même temps

# L'HISTORIQUE DE LA CRISE DE 2020 A CONFIRMÉ LES BÉNÉFICES À MAINTENIR SA COMMUNICATION

Pour les marques auto qui ont augmenté leurs investissements en 2020 vs 2018 ou 2019 :

## + UN ROI QUI S'EST MOINS DÉGRADÉ

(-14%) que la sous performance du marché auto (-25%)

## + GAIN DE PART DE MARCHÉ

Les marques qui ont maintenu/ n'ont pas trop dégradé leurs investissements ont gagné en PDM et ont continué à soutenir leur Baseline



T F 1

· · ·

P U B

T F 1

· · ·

P U B

T F 1

· · ·

P U B

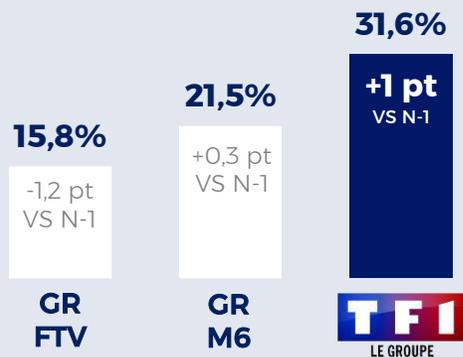
**NOS ATOUTS POUR  
VOUS ACCOMPAGNER**

# LE GROUPE TFI CONTINUE DE RENFORCER SON LEADERSHIP AUPRÈS DES CIBLES AFFINITAIRES AVEC L'AUTO



Le Groupe TFI, large leader auprès des 25-49 ans

**PDA ENSEMBLE JOURNÉE INDIVIDUS 25-49 ANS**



Une sur-performance auprès des intentionnistes auto électriques ou hybrides

**GRP MOYEN ENSEMBLE JOURNÉE**



| MY TFI |



Un public de + en + masculin et CSP+

**H.25-49** : 19% de l'audience MYTF1 (+1 pt VS 2020)  
**I.CSP+** : 28,5% de l'audience MYTF1 (+1,5 pt vs 2020)

T F 1

· · ·

P U B

T F 1

· · ·

P U B

T F 1

· · ·

P U B

# NOS SOLUTIONS POUR VOUS ACCOMPAGNER

OFFRE DATA AUTO MULTISCREEN

OFFRE 100% TV SEGMENTÉE

# OFFRE ONE DATA AUTO MULTISCREEN

Optimisez les performances de vos campagnes TV et digitales

## LA 1<sup>ÈRE</sup> OFFRE MULTISCREEN AVEC DE LA TV SEGMENTÉE, VENDUE AU CPM NET DATA

**TF1** **TMC** **TFX** **TF1** SÉRIES FILMS | MY TFI | + TV segmentée

Ciblez les **intentionnistes automobiles électriques ou hybrides** grâce aux données de Kantar Prométhée en TV et AAA Data en Digital



Renforcez les performances de votre campagne grâce à la géolocalisation en TV segmentée, affinez votre ciblage sur les zones les plus pertinentes.

# 2022 OFFRE ONE DATA AUTO MULTISCREEN

Optimisez les performances de vos campagnes TV et digitales

**Délivrez 10M d'impressions auprès d'intentionnistes  
Auto électrique ou hybride**

10M  
de contacts  
ciblés

Sur nos  
supports TV  
et digital

Répartition  
55% TFI  
30% TNT  
10% MYTFI  
5% TVS

Vendue à un  
CPM Data net

## Tarif :

CPM net moyen\* base 20 secondes

	CPM DATA TFI	CPM DATA TNTI (TMC, TFX, TFI SF)	CPM DATA MYTFI	CPM TVS	CPM net moyen	Tarif pour 10M d'impressions
Intentionnistes automobile électrique ou hybride + géolocalisation	40,4 €	31,5 €	22,8 €	27€	35 €	353 000 €

### Source de la cible :

TV : Kantar Prométhée

Digital : AAA Data

TVS : Déterministe opérateurs

[Voir conditions ici](#)



\*CPM net moyen base 20 secondes indicatif sur base de répartition par support de l'offre One Data Auto Multiscreen

2022

# OFFRE ONE DATA AUTO MULTISCREEN

Optimisez les performances de vos campagnes TV et digitales

## Mécanisme de tarification

- Budget = (CPM TFI x nombre de contacts x indice format) + (CPM TNTI x nombre de contacts x indice format) + (CPM MYTFI x nombre d'impressions x indice format 20 sec) + (CPM TVS x nombre d'impressions)
- Possibilité d'achat de chaque élément de l'offre (TFI, TNTI, MyTFI) séparément et aux mêmes conditions de CPM. L'annonceur ne saurait se prévaloir de ses investissements sur la chaîne TFI pour prétendre à un quelconque avantage sur ses investissements sur les autres supports et inversement.

## Les conditions

- Offre réservée aux annonceurs automobile (secteur 2)
- La vague est programmée par les équipes de TFI pub. La répartition des contacts par support et par tranche horaire vous sera communiqué en respectant les paramètres de l'offre\* (à +/- 5% en fonction des disponibilités planning.)
- La réception du brief de la campagne doit avoir lieu au moins 4 semaines avant le démarrage de la vague.
- L'offre One Data Auto Multiscreen est soumise aux CGV applicables pour chacun des supports.

\*répartition des contacts : par support (55% sur TFI – 30% sur TNTI – 10% sur MyTFI – 5% TVS)

2022

# OFFRE 100% TV SEGMENTÉE

Ciblez les plus gros consommateurs de programmes automobiles

**Délivrez 1,2 M d'impressions  
auprès de la cible Centres Intérêts Automobile**

1,2M  
de contacts  
ciblés

En TV  
segmentée

**Tarif net 3 semaines :**

	Tarif pour 1,2M d'impressions
Centres Intérêts Automobile	30 000 €





**T F 1**

**• • •**

**P U B**

**EXTENSION**

OFFRE PUBLICITAIRE À DESTINATION DU SECTEUR AUTOMOBILE

**2022**