Boulogne le 25 janvier 2012

Communiqué de Presse

TF1 Publicité remporte le Prix de la Meilleure Stratégie Digitale des E-Marketing Awards 2012, décerné par E-Business

Avec un partenariat inédit de Brand Content cross media, développé conjointement avec Starcom pour la marque Pampers de Procter & Gamble, TF1 Publicité a remporté le Prix de la Meilleure Stratégie Digitale des E-Marketing Awards 2012.

Cette réalisation démontre comment TF1 a su prolonger et enrichir un programme TV, Babyboom, par le Digital en proposant aux téléspectateurs de suivre l'histoire de quatre familles découvertes dans le programme sur les sites Pampers.fr, MYTF1.fr et Youtube ainsi que les applications iPhone et iPad MYTF1.
Pour soutenir ces contenus web, un dispositif media impactant a été imaginé avec le parrainage de l'émission, la diffusion de spots spécifiques « drive to web » en TV et par une campagne digitale puissante.

Ce prix récompense la stratégie digitale et multimédia de TF1 Publicité dont les trois piliers fondamentaux sont des marques-media Premium, relayées sur 4 écrans digitaux, permettant de proposer à nos clients des dispositifs publicitaires impactants et innovants.

TF1 Publicité s'affirme comme la 1ère régie multimédia du marché et confirme l'efficacité de son positionnement digital.

En termes de ciblage, la forte attractivité et la grande diversité des marques média que nous avons au sein de la Régie nous permet de travailler des registres d'affinité variés auprès des principales cibles publicitaires. Par ailleurs, nous nourrissons l'ambition d'offrir à nos clients l'ensemble des points de contact adressables ATAWAD (AnyTime, AnyWhere, AnyDevice). Cette stratégie volontariste se retrouve via nos 4 écrans : tout d'abord sur l'IPTV, l'écran central du foyer, mais également sur l'écran d'ordinateur, l'écran du quotidien, ainsi que sur les Tablettes, l'écran « cocooning » par définition ou encore sur le Mobile, écran résolument dédié aux usages personnels et la mobilité. Sur ces 4 écrans, l'offre de TF1 Publicité Digital occupe des positions fortes et plus particulièrement sur la vidéo avec différents types proposés (catch-up, vidéo pro et UGC) autour d'une offre puissante avec chaque mois : ±130 millions de vidéos vues et plus particulièrement sur l'écran d'ordinateur, 8,5 millions de vidéonautes uniques et ±1 milliard de minutes consommées. En 2012, TF1 Publicité accompagnera ses partenaires annonceurs toujours plus loin dans la construction de dispositifs publicitaires innovants.

Source : Médiamétie NetRatings – panel vidéo – octobre 2011

Contact TF1 Publicité : Arielle Renouf - Directrice de la Communication Tél . 01 41 41 32 46