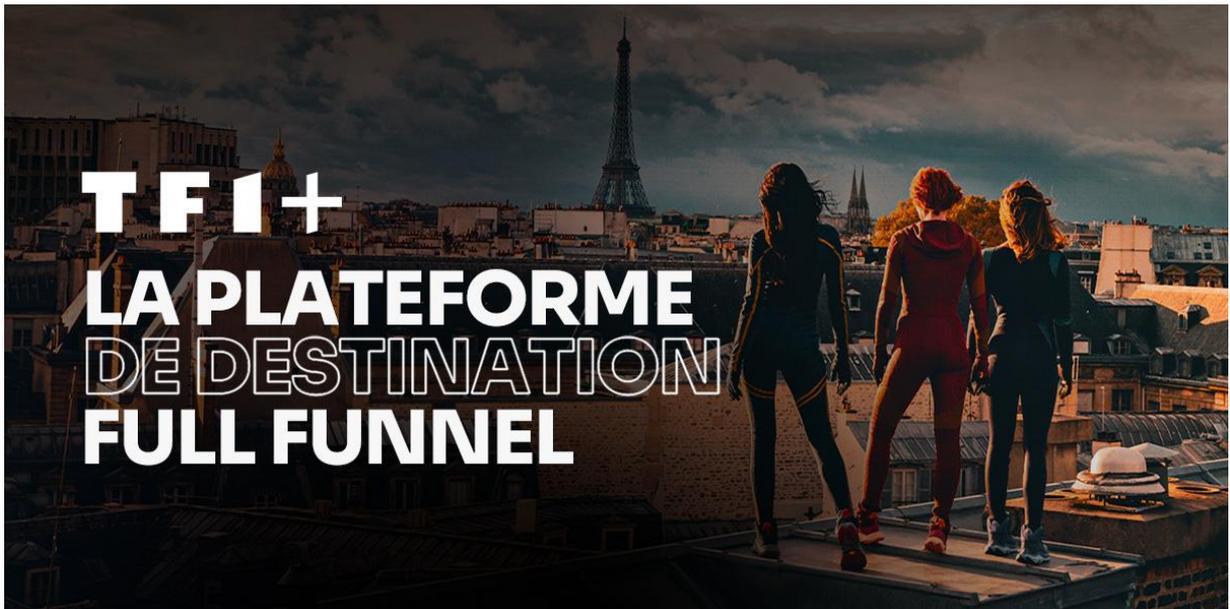


[04.10.24] **COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

TF1+ DEVIENT LA PREMIÈRE PLATEFORME DU MARKETING DIGITAL « FULL-FUNNEL » POUR LES MARQUES



Après le succès du lancement de TF1+ en début d'année, le groupe TF1 franchit une nouvelle étape dans sa stratégie d'accélération digitale en dévoilant sa feuille de route publicitaire dans l'univers du streaming, avec une ambition claire : **être la plateforme de référence du marketing full-funnel** et accompagner les marques dans l'intégralité de leur stratégie digitale.

TF1+, des innovations publicitaires de classe mondiale

TF1+ s'est déjà érigé comme une alternative publicitaire de premier plan dans l'univers du digital grâce un positionnement unique sur le marché : des contenus très premium et reconnus du grand public, une couverture très puissante sur l'écran TV, des inventaires publicitaires et de la data à l'échelle compétitive.

A l'ère du marketing digital où les stratégies marketing des annonceurs se sophistiquent et visent à interagir tout au long du cycle de vie d'un consommateur avec une marque, le groupe TF1 souhaite exploiter pleinement la plasticité du digital pour faire de TF1+, la première plateforme à couvrir l'intégralité du funnel marketing travaillant aussi bien la notoriété et l'image que la conversion.

Aussi, TFI PUB, la régie publicitaire du Groupe, déploie le première suite complète de solutions publicitaires intégrées et d'outils technologiques innovants.

La première plateforme pensée pour répondre à l'ensemble des besoins des annonceurs à l'ère du digital :

- **Des formats display premium** tels que **Cover+** (intégration du player en homepage en exclusivité) ou **In-Content Banner** (intégration dans le feed de contenus recommandés) pour booster la notoriété massivement dès la page d'accueil et sur les pages de navigation, sur tous les écrans,
- **Des nouvelles mécaniques de contenus personnalisés**, sans contrainte d'intégration et de durée telles que l'offre **Collection**, où la marque est au cœur de la recommandation de contenus en lien avec son univers et ses valeurs pour renforcer son image de marque,
- **Une gamme de formats Playable Ads** proposant une expérience de gamification pour favoriser l'engagement avec les marques partenaires et l'interaction avec les streamers,
- **Des formats Shoppable Ads** pour accompagner en un clic les streamers vers l'acte d'achat et amplifier la conversion, sans interrompre leur visionnage sur TF1+.

Ces nouveaux produits, lancés à partir du premier trimestre 2025, seront autant d'opportunités pour les marques d'adresser une audience engagée dans un environnement premium et brandsafe. Le tout en générant des résultats concrets grâce à des dispositifs propulsés par la data et la technologie.

Data : création du Graph:ID TF1 et un partenariat exclusif avec Habu (LiveRamp)

TF1+ adopte aujourd'hui une approche 100% data-driven, avec des solutions technologiques de pointe pour qualifier encore plus finement les audiences et renforcer l'efficacité publicitaire des campagnes. A commencer par une innovation majeure - développée par le pôle Datech de TF1 avec Snowflake - baptisée **Graph:ID**.

Lancé dès janvier 2025, le Graph:ID est le nouveau point d'entrée unique de connaissance des utilisateurs de TF1+, TF1 Info et TF1 PUB. Il sera enrichi des données d'une vingtaine de partenaires data et retail (Infinity Advertising, Unlimitail, Cdiscount, ...). Au total, cela représente 25 millions de profils qualifiés sur TF1+, 100 critères activables et une granularité de ciblage inégalée avec 1200 segments data, dont plus de 500 en retail. A la clé pour les annonceurs, la possibilité d'utiliser le Graph:ID à chaque étape de leurs campagnes et d'obtenir des insights très fins afin d'optimiser significativement l'impact publicitaire.

Le groupe TF1 sera également **le partenaire du lancement d'Habu (LiveRamp) en France**, en exclusivité pendant un an. Cette plateforme de data collaboration permet d'être interopérable avec toutes les clean rooms du marché publicitaire et d'offrir une expérience client améliorée et simplifiée.

Enfin, ouvert à 98% des DSP (Demand Side Platform), TF1+ disposera dès 2025 d'une achetabilité maximale et d'une offre programmatique complète sur tous les formats, en s'associant aux meilleures partenaires tech mondiaux tels que FreeWheel et Magnite.

Des bilans de campagne enrichis

TF1+ renforce également sa proposition de valeur à destination des marques avec des bilans de campagne enrichis de nouveaux KPIs pour mesurer et optimiser en continu le ROI de leurs investissements accessibles sur un seul et même dashboard via le Graph:ID :

- **La couverture dédoublée** en streaming 4 écrans pour évaluer le reach le plus précisément possible et contrôler le capping,
- **Le co viewing**, aller au-delà des critères standards comme la complétion et offrir la possibilité de monitorer les contacts supplémentaires en écoute conjointe sur l'écran TV,
- **Une mesure de l'attention** systématique en partenariat avec xpln.ai,
- **Un bilan carbone** systématique des campagnes.

Pour Rodolphe Belmer, Président Directeur Général du groupe TF1 : « *Nous avons lancé TF1+ en janvier dernier avec une ambition éditoriale et technologique très forte, et ce lancement est un vrai succès. Nous continuons le déploiement de la plateforme grâce à notre stratégie d'agrégation d'éditeurs tiers et en étendant notre distribution à l'espace francophone. Aujourd'hui, notre ambition est de faire de TF1+ la première plateforme du marketing digital. Nous apportons une couverture massive sur écran TV, de la data à l'échelle et proposons désormais une suite complète de solutions publicitaires intégrées et d'outils technologiques innovants. Nous avons conçu TF1+ comme la première plateforme à utiliser à plein la technologie, la data et la plasticité du digital pour embrasser l'intégralité du cycle de vie du consommateur, et permettre ainsi aux marques de déployer leurs stratégies digitales. Nous sommes très heureux de lancer cette innovation en France et de pouvoir faire de notre marché un marché pionnier* ».

TF1+, une nouvelle expérience du streaming

- 25 000 heures de contenus premium et familiaux gratuits et à tout instant
- Une nouvelle expérience du streaming avec de nombreuses fonctionnalités innovantes et personnalisées : Synchro, premier moteur de recommandation de contenus à regarder entre amis ou en famille, ou Top Chrono, qui propose des résumés à la carte des matchs.
- 33 millions de streamers mensuels,
- +800 millions d'heures visionnées depuis janvier 2024
- Un chiffre d'affaires à 65 millions au premier semestre 2024 en progression de 40,4% sur un an.

GROUPE TF1

Maylis Çarçabal – Directrice de la Communication & des Marques
mcarcabal@tf1.fr – 0663598705

Sophie Danis – Directrice de la Communication Programmes, Business & RSE
sdanis@tf1.fr - 0622475652