

# Fort Boyard

Le samedi vers 20h35



▫ **Nouveauté 2012** : diffusions exceptionnelles durant **Halloween** et **Noël**, en plus de la programmation habituelle cet **été** !

▫ **Sport, réflexion, esprit d'équipe** et **bonne humeur**

▫ Depuis 10 ans maître des jeux, **Olivier Minne** accueille les équipes au sein du fort

▫ De **nouvelles épreuves** toujours plus spectaculaires les unes que les autres pour recueillir les précieuses **clefs**

▫ Un divertissement qui fédère **3,1 millions de téléspectateurs de 4 ans et +** en moyenne par émission



**Parrainage 2012 – Jeux / Divertissements**

Direction Marketing MAJ Février 2012



la marque  
des marques

# Fort Boyard

Le samedi vers 20h35



## Dispositif



7 soirées durant l'été + 1 soirée spéciale Halloween + 2 soirées à Noël  
Billboards de 8" en pré et post-générique de chaque émission,  
OU Billboards de 8" en pré-générique et module-jeux de 20" en post-générique de chaque émission et, un plan au global de 240 bandes-annonces (format 6") dont 35 en prime time

Mise en ligne du billboard de parrainage diffusé en pré-générique de la catch-up des émissions parrainées, quel que soit le support interactif concerné\*



Et une mise en place d'un dispositif Internet ad hoc programmé sur les sites en régie chez France Télévisions Publicité, dont [france2.fr](http://france2.fr)



Dispositifs ad hoc en fonction de la programmation.

## Budget pour 10 soirées

Budget TV pour **260** présences sur **France 2**  
+ TV5 Monde + Internet :

**827 100 € Tarif initial HT (BB uniquement)**

**895 300 € Tarif initial HT (BB et MJ)**

Cross-Média Ready

Cette proposition s'entend hors frais techniques et sous réserve de l'accord des antennes - France Télévisions Publicité se réserve le droit de modifier la chaîne thématique proposée en coupage

**Parrainage 2012 – Jeux / Divertissements**

Direction Marketing MAJ Février 2012



france télévisions  
publicité

la marque  
des marques

\*Sous réserve de la faisabilité technique et de la remise en ligne des émissions en catch-up TV sur sites internet et les applications mobiles, box et tablettes.

# Appropriiez vous la marque émission en **démultipliant** votre présence



**Présence à l'esprit TV**  
Parrainage de l'émission



**Proximité & Ciblage**  
Jeu en ligne  
Site dédié  
Présences sur les réseaux sociaux



**Offrez des produits dérivés existants ou exclusifs**  
(Jeu vidéo, BD, Jeu de société...)



**Animez vos ventes**  
En organisant une OP promo aux couleurs du programme

*Ces propositions s'entendent sous réserve de l'accord de la production et de l'antenne*

**Cross Média** - Des dispositifs construits sur mesure

Contacts: Sylvie KNAP - Housni BENNOUNA - Fabrice SAVAJOL - 01.56.22.64.32



france télévisions  
publicité

la marque  
des marques