

Boulogne-Billancourt, le 14 décembre 2009

Nous vous prions de bien vouloir trouver ci-après le **Communiqué de Presse** relatif à la **première campagne publicitaire TV** des régies membres du Syndicat National de la Publicité Télévisée.

→ Le Syndicat National de la Publicité Télévisée regroupe six régies publicitaires TV : grandes chaînes nationales, chaînes numériques et services interactifs. Chaque mois, le **SNPTV** dresse un bilan des performances de la publicité TV associées à l'audience du média.

Bien à vous.



Contact presse : **Stéphane Martin**

T. +33 (0)1 41 41 4 3 2 1

1, quai du Point du Jour

F-92656 Boulogne Cedex

fax : +33 (0)1 41 41 43 30

courriel : smartin@snptv.org



« La pub TV c'est pour ça qu'on l'aime »
Le SNPTV communique à la TV pour promouvoir la Publicité Télévisée.

Pour la première fois, les régies publicitaires membres du Syndicat National de la Publicité Télévisée (SNPTV) prennent la parole en initiant une campagne à la télévision, qui célèbre la PUBLICITE TV.

A l'aube d'une nouvelle année, le SNPTV souhaite proposer à tous les téléspectateurs une **expérience renouvelée** de la Publicité Télévisée au moyen d'une campagne publicitaire sur les écrans TV, à partir du 15 décembre 2009.

Quoi de mieux que la Publicité TV pour (faire) parler de la Publicité TV ?

Parce que les téléspectateurs aiment la Publicité TV et parce qu'elle est indispensable pour les marques, les régies publicitaires membres du SNPTV ont décidé de rappeler ce qui la définit et la rend si particulière : la Publicité TV est un spectacle. Sa capacité unique à susciter l'émotion au travers de son expression audio et visuelle lui confère une efficacité et une modernité sans pareils. En mettant en scène la Publicité TV, le SNPTV offre aux téléspectateurs, comme aux annonceurs et aux agences de communication, une occasion exceptionnelle de la célébrer.

Résolu à offrir une expérience originale de la Publicité Télévisée, le SNPTV a choisi d'interpeller les téléspectateurs : **« Et vous, la publicité TV, vous en pensez quoi ? »**.

Arrêt sur images pour assister au grand spectacle des marques qu'offre jour après jour la Publicité Télévisée. Réalisée à partir d'extraits de publicités TV diffusées ces derniers mois, à l'instar d'une bande-annonce, les **3 spots TV** rendent hommage au travail et à l'investissement de l'ensemble des acteurs de la Publicité Télévisée : la conviction et l'engagement des annonceurs ; la puissance créative des agences de communication, des réalisateurs et des compositeurs ; le savoir faire des comédiens, des mannequins, des techniciens et des producteurs ; l'orchestration de la rencontre des films avec leurs publics dont se chargent ensemble les agences médias et les régies TV ; la mise en scène finale de la Publicité Télévisée qu'assurent les chaînes de télévision ; le tout en pleine responsabilité et mesures au travers l'ARPP (ex BVP) avant diffusion, le CSA et les instituts d'études.

Le parti pris créatif part d'un constat partagé par tous : la Publicité Télévisée a mille et un visages, elle est tout à la fois créative, drôle, informative, touchante, innovante... Les trois films de la campagne SNPTV, **« Action »**, **« Chanson »** et **« Chorégraphie »** illustrent ces multiples facettes en mixant **27 spots publicitaires « vus à la télé »** pour offrir aux téléspectateurs un petit moment de complicité avec la Publicité TV.

Témoignage d'un annonceur TV : *« La marque Axe est une marque iconique dont les publicités sont une véritable référence auprès des jeunes. Associant séduction et second degré, elles sont particulièrement plébiscitées par ceux-ci. C'est donc naturellement que Axe s'est associée à ce projet qui défend les valeurs de la Publicité et les sentiments qu'elle peut transmettre »* souligne Unilever dont le film **« Muchas Maracas »** figure dans la campagne SNPTV.

Le film « Action » témoigne de la vivacité de la Publicité TV. Accompagné d'une musique symphonique, ce film TV insuffle une dynamique qui ne manquera pas de marquer le téléspectateur.

Les films « Chanson » et « Chorégraphie » vibrent au rythme du titre **« Mister H »** tiré du premier album d'une jeune artiste pleine de talent, **Inna Modja**. Frais et résolument optimistes, ces deux spots TV présentent la facette imaginative de la Publicité TV, qui est aussi un moyen incontournable de découvrir des nouvelles tendances et de nouveaux talents.

« Action, Emotion, Humour, Glamour. La pub télé c'est pour ça qu'on l'aime »

Bien plus qu'une signature, une évidence ! Habile dosage de modernité, d'émotions partagées et d'interactivité, la Publicité TV démontre encore, et plus que jamais, sa capacité à surprendre et à entraîner le public dans des histoires courtes sans cesse renouvelées. Pour Bouygues Télécom, « [...] la publicité en France est de qualité et divertissante. C'est pour nous, une fierté d'y voir figurer notre nouveau film « Ideo » et d'offrir des images fortes et du spectacle pour le consommateur à travers nos publicités ».

Le plan TV

Cette campagne vise aussi tous les professionnels de la communication et les leaders d'opinion aux côtés du grand public à qui les **3 spots SNPTV** font un véritable clin d'œil complice en les invitant à se remémorer l'identité des annonceurs qui composent l'histoire de chaque film.

Un site Internet événementiel - www.lapubtele.fr - est ouvert au public. Les téléspectateurs-internautes peuvent ainsi retrouver l'intégralité des films de la campagne TV et prolonger leur expérience en faisant appel à leur mémoire pour attribuer les extraits des films à son annonceur (jeu du « Qui est qui ? »).

Visible dès le **15 décembre 2009** dans les écrans publicitaires de plus de **30 chaînes** commercialisées par les **6 régies membres du SNPTV**, la campagne à la télévision de la Publicité TV accompagne le public pendant ces Fêtes et place le début de l'année 2010 sous le signe de la Publicité TV au service des marques et pour le bénéfice des chaînes de télévision.

Très belle année publicitaire TV à tous !

Fiche technique

Annoncesur : Syndicat National de la Publicité Télévisée (SNPTV)

Production : B.A Factory CANAL +

Réalisation : Jean-Baptiste Sejourne

Superviseur musical : Didier J. Mary – Agence sonore CybearSonic (www.cybearsonic.com)

Musique de pub : « Chanson » et « Chorégraphie » - « Mister H » interprété par Inna Modja.
Paroles d'Inna Modja / Musique d'Inna Modja, Loïc Devehat.

Editeur : Warner Chappell Music France

Producteur : Warner Music France

Musique de pub : « Action » - « Dethroned » composé par Paul Dinletir.

Editeur : Xray Dogs

Diffusion : du 15 décembre 2009 au 4 janvier 2010.

Sous-titrage sourds et malentendants : ST' 501

Formats TV : « Action » - 28", « Chanson » - 34", « Chorégraphie » - 34"

Web : Clair et Net