



OFFRE PARRAINAGE DISNEY PRINCESSES



Janvier 2011

TF1
PUBLICITE

DISNEY CINEMAGIC

Cible commerciale :
Enfants 4-10 ans

Cœur de cible :
Familles

Tous les grands films Disney, tous les jours



COMMERCIALISABLE
UNIQUEMENT EN
PARRAINAGE

PRESENTATION DE LA CHAINE

Disney Cinemagic est la chaîne cinéma idéale pour toute la famille. Cette chaîne propose **tous les plus beaux films d'animation et de fiction des Studios Disney** ("Les Aristochats", "Tarzan" ...), et **Disney.Pixar** ("Toy Story", "Ratatouille", "Bienvenue chez les Robinson" ...) **en première exclusivité**. Des films à voir et à revoir tous les jours à la télévision !



Blanche Neige

INITIALISATION

Disney Cinemagic est disponible en France sur Numéricable et CanalSat (satellite ou ADSL) et est reçue par **2 millions de foyers** (données éditeurs – octobre 2009).

Diffusée depuis Londres, et donc soumise à la législation anglaise, elle propose de nombreux avantages pour les annonceurs*.



WALL-E

PERFORMANCES

Disney Cinemagic est la **2^{ème} chaîne cinéma la plus regardée par les enfants**

Source : Médiamétrie – Mediamat/Thématik XIX ((Mars-Juin 2010)

La chaîne **qui manquerait le plus aux enfants 4-10 ans si elle venait à disparaître**

Source : LINKIDS TV – Mars 2010 – IFOP – Foyers CabSat – Base téléspectateurs

La chaîne proposant le **plus de programmes exclusifs** (Base : enfants 4-10 ans)

Source : LINKIDS TV – Mars 2010 – IFOP – Foyers CabSat – Base Téléspectateurs

La chaîne **la mieux notée par les parents d'enfants 4-10 ans et 4-14 ans**

Source : LINKIDS TV – Mars 2010 – IFOP – Foyers CabSat – Base téléspectateurs



Ratatouille

© Disney

**Disney Cinemagic + 1, c'est tout Disney Cinemagic 1 heure plus tard, et depuis le 30 novembre 2007 Disney Cinemagic HD.

* Conformément à la législation anglaise, et sous réserve d'approbation de l'éditeur, les produits non licenciés à un personnage du programme parrainé peuvent être brièvement présentés dans les billboards et de façon secondaire. Pour les produits licenciés, seul le logo de l'annonceur, et non celui de la marque du produit, pourra être intégré aux billboards.

TF1
PUBLICITE

JANVIER : LE MOIS DES PRINCESSES SUR DISNEY CINEMAGIC

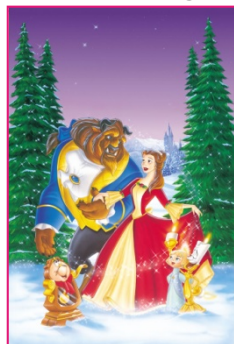
CYCLE
Princesses

Plongez dans la féerie des films d'animations de Disney pendant tout le mois de janvier avec une programmation exceptionnelle mêlant classiques et nouveautés

Une programmation spéciale avec la saga « La Belle et la Bête »



La belle et la bête



La belle et la bête : le Noël enchanté



Le monde magique de la belle et la bête

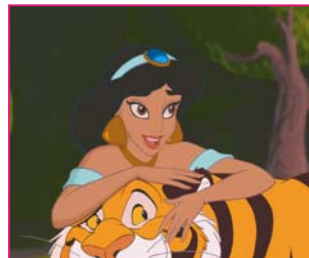
Et aussi des films mettant en scène les héroïnes Disney



Mulan



Mulan 2



Aladdin



La Princesse et la Grenouille

© Disney

DISNEY CINEMAGIC

HORS SECTEUR ALIMENTAIRE*

OFFRE « DISNEY PRINCESSES » sur
Janvier 2011



DIFFUSION JANVIER 2011

Diffusion des films d'animation aux heures de grande écoute des enfants et de leur famille :

- ❖ Toute la journée le Mercredi et le Week End
- ❖ Tous les jours à partir de 16h30

18 diffusions sur Disney Cinemagic, Disney Cinemagic +1, Disney Cinemagic HD

DISPOSITIF SUR

- ❖ Relais du module-jeu antenne
- ❖ Diffusion de 190 000 rectangles en rotation générale

DISPOSITIF ANNONCEUR EN PARRAINAGE - JANVIER

- ❖ 1 billboard de 6" en pré-générique de chaque diffusion de film
- ❖ 1 module jeu 35" maximum après chaque diffusion (avec 5" de visualisation des dotations et 6" de billboard avant le module jeu)
- ❖ 2 modules jeux 35" maximum diffusés tous les jours entre 9h00 et 22h30

soit **92 présences** sur Disney Cinemagic, Disney Cinemagic+1 et Disney Cinemagic HD

FORFAIT AVEC MODULE JEU :
15 000 Brut H.T

Forfait hors budget de production – hors dotations – hors frais techniques TV & web

Cette offre est soumise aux CGV 2011 consultables sur le site www.tf1pub.fr

Conformément à la législation anglaise, et sous réserve d'approbation de l'éditeur, les produits non licenciés à un personnage du programme parrainé peuvent être brièvement présentés dans les billboards et de façon secondaire. Pour les produits licenciés, seul le logo de l'annonceur, et non celui de la marque du produit, pourra être intégré aux billboards.

* Conformément à la législation HFSS de l'OFCOM, les annonceurs du secteur alimentaire ne peuvent communiquer sur les chaînes destinées aux enfants

TF1
PUBLICITE