

M6 un coup de pub qui fait mouche

Une nouvelle façon de faire passer le message

C'est nouveau, ça vient de sortir, les premiers spots sont apparus mardi soir sur M6.

C'est un dispositif inédit en France qui fait la fierté de M6 Publicité. Ce mardi 19 avril en prime time, au moment de regarder le Koh Lanta de M6, The Island, seuls au monde, les téléspectateurs découvriront des jingles spéciaux qui ont déjà séduit de nombreuses marques des produits de grande consommation.

Une dizaine de marques déjà séduites

Côté hygiène-beauté, Sanex (Colgate-Palmolive), les griffes Oral B, Venus et Always du groupe Procter & Gamble, Ushuaïa, Mennen (Lascad, L'Oréal) ainsi que le parfum Eau sauvage de Dior (LVMH) ont déjà signé pour cette création originale. Dans l'alimentaire, Actimel de Danone, Courmayeur (Neptune), les glaces Carte d'Or (Unilever), Coca-Cola Zéro, le chocolat Côte d'Or (Mondelez) et encore Pulco (Orangina-Schweppes) ont également dit oui à ce spot.

Ces écrans sont positionnés en coupure de programmes de prime time et permettent "de maintenir les téléspectateurs dans l'état d'esprit du programme tout au long de la pause publicitaire afin de maximiser leur engagement et leur attention" assure la régie de M6

Interpeler les téléspectateurs

Le premier écran contextualisé sera inauguré ce 19 avril au sein du programme The island en coupure du premier épisode. Il interpellera les téléspectateurs à l'aide d'une question directement intégrée au sein du jingle publicitaire, en l'occurrence ici: "Qu'est ce qui vous manquerait le plus sur une île déserte ?" La réponse sera apportée par les produits mis en avant dans la publicité. En transition, une question complémentaire interviendra autour de produits rêvés comme les glaces Carte d'Or, le Coca-Cola Zéro ou encore le chocolat Côte d'Or (Mondelez).

Par ailleurs le Groupe M6 : enregistre la plus forte progression en un an parmi les chaînes audiovisuelles historiques à la fois auprès de l'ensemble du public et auprès de la cible commerciale.