

Dichotomie entre la consommation et la communication TV par TVTY.

A l'aune de la plus grande crise économique mondiale, la consommation TV n'a jamais été aussi importante.

Grâce à la mesure de **l'activité des box depuis le début** du confinement, le nombre de téléspectateurs quotidien a augmenté de 15%, la consommation TV linéaire de +30% et même de +70% pour la VOD (*donnée opérateur venant de la consommation des box*).

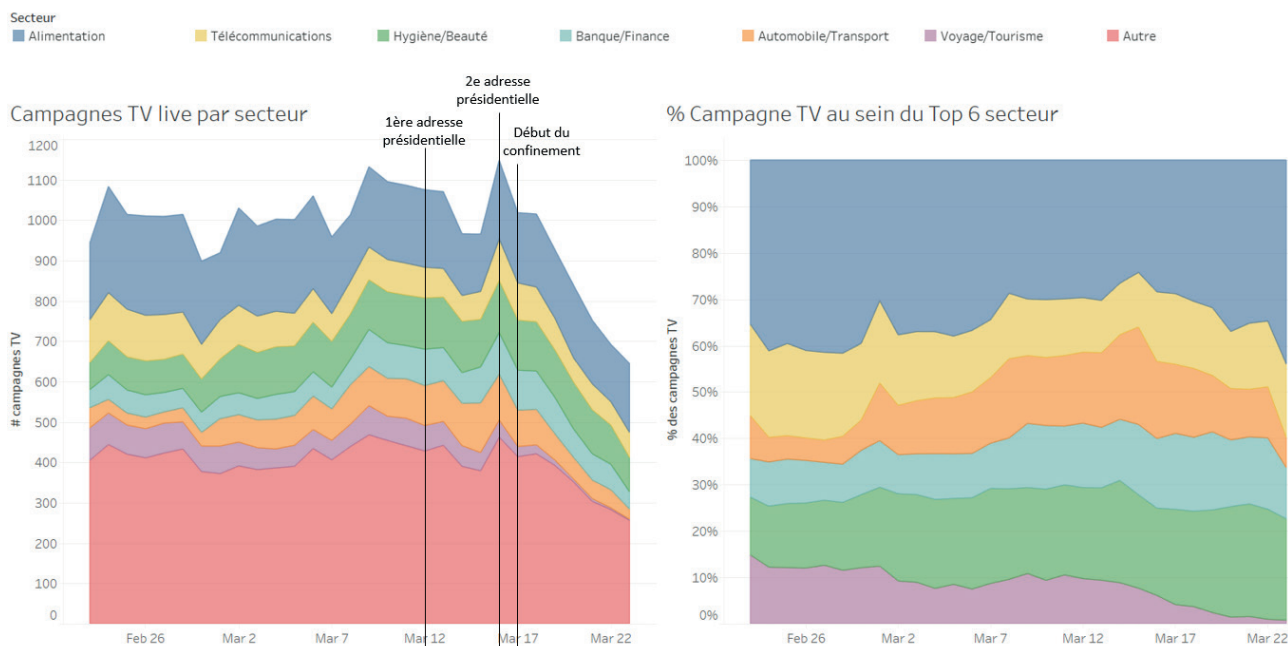
En terme de communication, alors que sur les 3 dernières années, sur la semaine 12 c'est à dire du 16 au 22 mars, nous pouvions noter un nombre de campagnes 10% supérieur à la moyenne du trimestre ; cette année, pour cette première semaine de confinement, on constate une baisse de 21% du nombre de campagnes soit un écart de -31 points.

Ruptures de stocks dues à des voies d'approvisionnements coupées, magasins fermés, coupes budgétaires globales... De bonnes raisons de revoir ses positions média et pourtant, de toute crise naissent des opportunités et certains secteurs renforcent leur position.

Décryptage de TVTY :

Sur le graphique de gauche, est représenté le nombre de campagnes quotidiennes des 6 plus gros secteurs et des **autres regroupés sous «autre»** du 23 février au 22 mars.

Sur celui de droite, on observe leur part de voix (sur une base 100%) pour voir que, malgré une baisse globale, seul le voyage s'effondre, l'automobile ne baisse en part de voix qu'à partir du 22, l'alimentaire tout comme la banque/finance quant à eux gagnent en PDV.



En comparant les données au **23 février et au 22 mars**, on observe sur les différents secteurs :

› une **baisse** du nombre de marques et de campagnes qui démarrent le 19 mars (hormis pour le secteur du tourisme pour lequel la baisse commence début mars)






› Le nombre de marques présent en TV a **baissé de 18 points** entre le 22 février et le 22 mars 2020 par rapport à la tendance des **3 dernières années**

En parallèle, voici le **top 5** des secteurs :





Qui **gagnent le plus** en part de voix globale en nombre de campagnes :

-  Banque/Finance
-  Immobilier
-  Hygiène / Beauté
-  Boissons
-  Automobile

Qui **perdent le plus** en part de voix globale en nombre de campagnes :

-  Le voyage tourisme (devenant presque inexistant sur les derniers jours)
-  Services
-  Habillement / Accessoires
-  Santé
-  Distribution

Le top 10 des marques en nombre de spots en TV sur la période du 1er au 22 mars est le suivant :

Ranking (2020)	Annonces	Ranking (2019)	Evolution part de voix globale (2020 vs 2019)
1 ▲ +3	 Renault	4	+79%
2 ▲ +6	 Volkswagen	8	+67%
3 ▼ -2	 Lidl	1	-2%
4 ▼ -2	 L'Oréal Paris	2	+2%
5 ▲ +5	 Peugeot	10	+36%
6 ▲ +97	 Leboncoin	103	+309%
7 ▲ +2	 Toyota	9	+11%
8 ▲ +39	 Direct Assurance	47	+125%
9 ▲ +21	 Audi	30	+75%
10 ▲ +26	 Nivea	36	+87%

Classement en nombre de spots (hors CabSat)

Pour les annonceurs, c'est une occasion de travailler des messages axés sur la notoriété plutôt que des RDV en points de vente. La notoriété et la préférence de marque seront des variables clé à l'heure de la sortie de la crise.

Car oui, notre monde des média va repartir, plus soudé, renforcé d'illusions qui seront tombées et qui nous amèneront sur ce qui est juste et compte.

*Si vous souhaitez plus de détails sur nos études et suivre la présence TV de vos concurrents, TVTY vous met à disposition un accès **gratuit** à notre outil de pège à J+1 durant cette période de confinement afin que vous puissiez réagir à minima en digital ! Pour cela, il vous faudra nous envoyer un mail à l'adresse suivante : cockpit@tvty.tv*

Sources : données opérateur, Solution propriétaire TVTY : détection et indexation des spots TV

Chaînes pigées : 6ter, AB1, Automoto La chaîne, beIN Sport 1, beIN Sport 2, BFM Business, BFM Paris, BFMTV, C8, Canal+, Canal+ Décalé, Chérie 25, Clique TV, CNEWS, Comédie+, CStar, Disney Channel, Eurosport 2, Eurosport FR, France 2, France 24, France 3, France 4, France 5, France O, Game One, Gulli, Infosport+, L'équipe 21, LCI, M6, Mangas, MCM, Museum, My Cuisine, Nat Geo Wild, National Geographic, Non stop people, Novelas TV, NRJ12, Paris Première, Piwi+, Planète+, Planète+ Aventure & Expérience, Planète+ Crime Investigation, Polar+, RMC Découverte, RMC Sport 1, RMC Sport 2, RMC Sport 3, RMC Sport 4, RMC Sport News, RMC Story, RTL9, Télétoon+, Teva, TF1, TF1 SÉRIES FILMS, TFX, TMC, Toonami, TVBreizh, Ushuaïa TV, Viceland, Voyage, W9, Warner TV.