



OFFRE BEAUTY & FOOD

OFFRE DESTINÉE AUX SECTEURS ALIMENTATION - BOISSONS - PRODUITS D'ENTRETIEN - HYGIÈNE BEAUTÉ

NRJ GLOBAL ACTIVE LES LEVIERS D'EFFICACITÉ DU MÉDIA RADIO POUR BOOSTER VOS VENTES BÉNÉFICIEZ D'UNE MESURE D'IMPACT

MÉDIA
CLASSIQUE
PERFORMANCES

DISPOSITIF 1 SEMAINE LUNDI-SAMEDI



RADIO	160 SPOTS 20"
RDA -60 ANS	30% DE COUVERTURE 100 GRP
AUDIO DIGITAL	1 330 000 IMPRESSIONS

MONTANT NET NET MINIMUM*



Selon la part de marché investie, NRJ GLOBAL vous offre :

PDM ⁽¹⁾	OFFRE
À PARTIR DE 25%	30% D'EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS ⁽²⁾
À PARTIR DE 30%	40% D'EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS ⁽²⁾
À PARTIR DE 50%	50% D'EMPLACEMENTS PRÉFÉRENTIELS ⁽²⁾ +1 POST-TEST ⁽³⁾

*Montant Net Net H.T. au 20/08/2018, Remise Mandataire, frais de création et FMA inclus. La création du message radio base 20'' comprend la rédaction d'un texte, le cachet du comédien, les droits musicaux pour une musique et le studio (pour tout autre format consultez NRJ GLOBAL). Hors accords annuels et non cumulable avec d'autres offres commerciales. Le montant et les dispositifs de cette offre sont susceptibles d'évoluer en cours d'année. Le chiffre d'affaires généré dans le cadre de cette offre ne rentre pas dans l'assiette du chiffre d'affaires Brut Payant servant au calcul des remises. Le médiaplanning sera confié à NRJ GLOBAL. Diffusion en fonction des disponibilités planning. **RADIO** : Kantar Media A.I. Atelier Radio, 126 000 Radio Avril-Juin 2018, Panel Radio 2017-2018 : 30,4% de couverture et 3,4 de répétition pour un plan RDA-60 ans sur NRJ, NOSTALGIE, CHÉRIE et RIRE & CHANSONS. Exemples de performances données à titre indicatif. **AUDIO DIGITAL** : spot audio sur les radios digitales NRJ GLOBAL base 20''. (1) PDM : part de marché par semaine sur le budget total investi et pige par Kantar Media (hors Radio France). (2) Emplacements préférentiels créatoires : T1, T2, T3, F2 ou F1, en nombre de spots. Le médiaplanning sera réalisé par NRJ GLOBAL. (3) Post-test : analyse de l'impact publicitaire de la radio sur la notoriété, le souvenir publicitaire et l'image de la marque, dès la fin de la campagne via notre institut d'études partenaire. Modalités de l'étude à définir par NRJ GLOBAL. Les équipes NRJ GLOBAL coordonnent avec l'institut la réalisation du post-test. Terrain on-line sur la cible RDA -60 ans.