

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



AU PROGRAMME

I. COMMUNIQUE DE PRESSE

II. LES 26 ANNONCEURS ET LES 24 AGENCES PARTIES PRENANTES

III. « ACTION », « CHANSON », « CHOREGRAPHIE »

IV. LA MUSIQUE : « *MISTER H* » par INNA MODJA

V. LES FRANÇAIS ET LA PUBLICITE TELEVISEE

VI. PLAN DE DIFFUSION DE LA CAMPAGNE SNPTV

ET VOUS LA PUB TÉLÉ,
VOUS EN PENSEZ QUOI ?



Contact : éléments techniques de la campagne SNPTV :
+33 (0)1 41 41 43 22 – atremedet@snptv.org

I. COMMUNIQUE DE PRESSE

« 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

II. LES 26 ANNONCEURS ET LES 24 AGENCES PARTIES PRENANTES

Le SNPTV présente par ordre alphabétique des **annonceurs** et leurs **agences**, les 27 spots mixés dans les 3 films publicitaires TV.

ACTION

ÉMOTION

> Les 26 annonceurs par ordre alphabétique.

Annonceur	Agence
Accor - Ibis	Young & Rubicam
Blizzard Entertainment - World of Warcraft	McCann Paris
Bouygues Telecom	DDB
Citroën	Agence H / Euro RSCG London
Evian	BETC Euro RSCG
Ferrero – Ferrero Rocher et Kinder Schokobons	Providence
Gadol Optic 2000	Business
Groupe Danone Baby Nutrition - Blédina	BETC Euro RSCG
Ikea	La Chose
Intermarché	Publicis Conseil
La Mutuelle Générale	Ogilvy
Le 118 000	Draftfcb
L'Office National Marocain du Tourisme	BDDP Unlimited
L'Oréal – Diesel	Fred & Farid
L'Oréal Paris - StudioLine	Mc Cann-Erickson Paris
Maaf	Aubert Storch Associés Partenaires
Mc Neil Santé Grand Public - Hextril	J. Walter Thompson
Nestlé Waters - Perrier	Ogilvy et Mather
Nissan	TBWA
Orangina Schweppes	Fred & Farid
Procter & Gamble - Ariel	Saatchi & Saatchi
Renault	Publicis Conseil
Saint Michel	Australie
Unilever - Axe	BBH Londres
Virgin Mobile	Hemisphere droit
Volkswagen	Agence .V. Paris

HUMOUR

GLAMOUR

> Les 24 agences de communication par ordre alphabétique.

Agence	Annonceur
Agence H / Euro RSCG London	Citroën
Agence .V. Paris	Volkswagen
Aubert Storch Associés Partenaires	Maaf
Australie	Saint Michel
BBH Londres	Unilever - Axe
BDDP Unlimited	L'Office National Marocain du Tourisme
BETC Euro RSCG	Evian
BETC Euro RSCG	Groupe Danone Baby Nutrition - Blédina
Business	Gadol Optic 2000
DDB	Bouygues Telecom
Drafftcb	Le 118 000
Fred & Farid	L'Oréal – Diesel
Fred & Farid	Orangina Schweppes
Hemisphere droit	Virgin Mobile
J. Walter Thompson	Mc Neil Santé Grand Public - Hextril
La Chose	Ikea
Mc Cann-Erickson Paris	L'Oréal Paris – StudioLine
McCann Paris	Blizzard Entertainment - World of Warcraft
Ogilvy et Mather	Nestlé Waters - Perrier
Ogilvy	La Mutuelle Générale
Providence	Ferrero - Ferrero Rocher et Kinder Schokobons
Publicis Conseil	Intermarché
Publicis Conseil	Renault
Saatchi & Saatchi	Procter & Gamble - Ariel
TBWA	Nissan
Young & Rubicam	Accor - Ibis

> Les annonceurs et leurs agences de communication en images !

> ACCOR / IBIS par Young & Rubicam



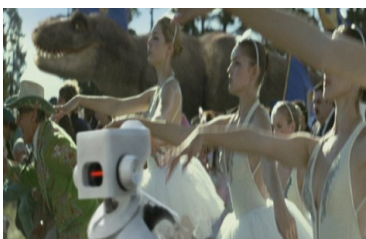
« Le lit dont tout le monde rêve »

> **BLIZZARD ENTERTAINMENT - WORLD OF WARCRAFT** par **Mc Cann Paris**



« Alexandre Astier »

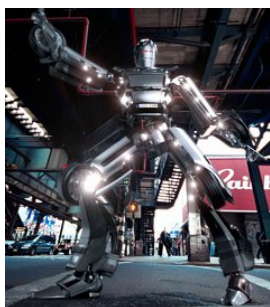
> **BOUYGUES TELECOM / IDEO** par **DDB**



« La rencontre »

« Nous sommes très heureux de participer à cette initiative qui montre que 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 ».

> **CITROEN** par **Agence H / Euro RSCG London**



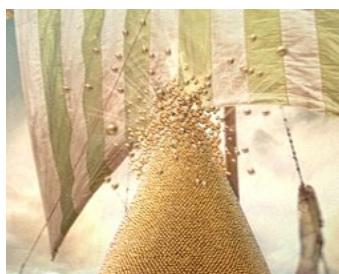
« Staying Alive »

> **EVIAN** par **BETC Euro RSCG**



« Roller babies »

> **FERRERO** par **Providence**



« Ulysse » «



« Le grand bol »

« Par l'intermédiaire de ses films publicitaires, Ferrero France et ses marques font partie intégrante du paysage audiovisuel français. Le SNPTV souhaitant illustrer au mieux cet univers, il était normal que Ferrero France, premier annonceur de l'agro-alimentaire, s'associe au projet. La société a toujours fait de la publicité télévisée l'un des principaux leviers pour soutenir ses marques. En 2008, elle consacrait 158 millions d'euros aux investissements publicitaires ».

> **GADOL OPTIC 2000** par **Business**



I-Titane
« Cendrillon des temps modernes »

> **GRUPE DANONE BABY NUTRITION / BLEDINA** par **BETC Euro RSCG**



« Les bébés rieurs »

> **IKEA** par **La Chose**



Plus qu'un marchand de meuble
« Démarre »

> **INTERMARCHE** par **Publicis Conseil**



Discount Utile
« Famille d'attaque Lessives »

> **LA MUTUELLE GENERALE** par **Ogilvy**



La Mutuelle Générale, ça va déjà mieux.
« Les éclopés heureux »

« La Mutuelle Générale, 2^{ème} mutuelle française avec 1,3 million de personnes protégées, est heureuse que son spot publicitaire ait été sélectionné pour apparaître dans le film du SNPTV. Il s'agit d'un témoignage de reconnaissance de la qualité de sa création. Il est très valorisant pour une marque qui a lancé sa première campagne publicitaire en 2008, d'être reconnue par les professionnels. Cela démontre que La Mutuelle Générale a réussi, en peu de temps, à se hisser au rang des marques qui comptent dans la publicité télévisée ».

> LE 118 000 par Drafftcb



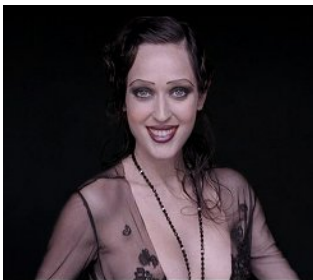
« Les Bretons »

> L'OFFICE NATIONAL MAROCAIN DU TOURISME par BDDP Unlimited



« La boîte »

> L'OREAL - DIESEL par Fred & Farid



« Fuel For Life »

> L'OREAL PARIS - STUDIOLINE par Mc Cann-Erickson Paris



StudioLine Indestructible Gel
« Indestructible »

> MAAF par Aubert Storch Associés Partenaires



« Le succès MAAF est d'abord et avant tout un succès TV qui s'est tout de suite imposé en 2004 comme la communication préférée des Français (Ipsos ASI) et qui est de très loin la communication la plus impactante et la plus mémorisée des Banques et des Assurances (selon le baromètre mensuel TNS Sofres relevé tous les mois depuis mai 2004 jusqu'à aujourd'hui, novembre 2009, sans exception). Cette success story a transformé l'entreprise et

se traduit depuis 5 ans par des augmentations significatives du nombre de nouveaux contrats, de la pénétration et de la part de marché de la marque. C'est sans doute le cas qui illustre le mieux la puissance bienfaitrice et incomparable de la TV ».

> MC NEIL SANTE GRAND PUBLIC / HEXTRIL par J. Walter Thompson



« Nursery »

> NESTLE WATERS / PERRIER par Ogilvy & Mather



« Melting »

> NISSAN par TBWA



Play with the City
« Car Park »

> ORANGINA par Fred & Farid



« Naturellement Pulpeuse »

> PROCTER & GAMBLE / ARIEL par Saatchi & Saatchi



Confounding Expectation

« Hot »

« La mission de Procter et Gamble : nous nous développerons en améliorant la qualité de vie d'un nombre croissant de consommateurs dans un nombre croissant d'endroits dans le monde... de manière plus complète. En retour, les consommateurs nous récompenseront par des ventes leader sur nos marchés, par la création de profit et de valeur, permettant à nos employés, nos actionnaires, et aux communautés dans lesquelles nous vivons et travaillons de prospérer. La publicité TV est un moyen privilégié pour nos marques d'entrer dans le quotidien de nos consommateurs, et d'améliorer leur qualité de vie. C'est pourquoi nous faisons partie de la campagne SNPTV pour promouvoir la publicité TV, avec un extrait d'une publicité pour l'une de nos plus grandes marques, Ariel, sur un produit innovant, Ariel Excel Gel, conçu pour procurer une propreté éclatante dès 15°C ».

> **RENAULT** par Publicis Conseil



« Remember »

> **SAINT MICHEL** par Australie



Les doigts
« L'espace »

> **UNILEVER / AXE** par BBH Londres



« Muchas Maracas »

« 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 ».

> **VIRGIN MOBILE** par Hemisphere Droit



« Chihuahua »

> **VOLKSWAGEN** par Agence .V. Paris

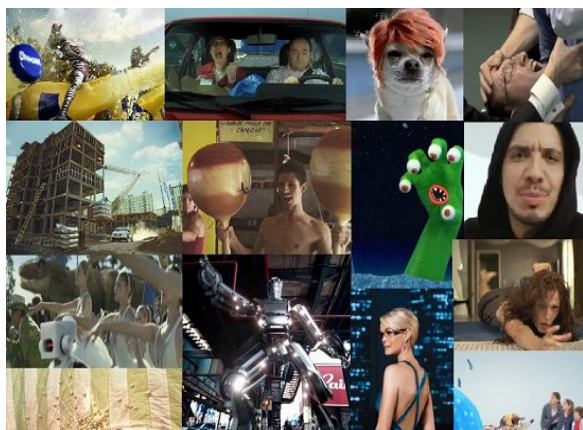


« Les traders anonymes – exorcisme »

« Si toutes les publicités étaient belles, drôles, spectaculaires et/ou émotionnelles, il n'y aurait que des publiphiles, et les marques communicantes seraient plébiscitées. Nous sommes persuadés que de la qualité de la publicité dépend son efficacité, nous ne pouvons que nous rallier à la cause du SNPTV ».

« ACTION » – 28’’

Composé de **14 spots publicitaires TV**, le film « Action » illustre parfaitement la **force d'évocation de l'audiovisuel**. Accompagné d'une musique symphonique, « Action » transporte le téléspectateur dans un univers palpitant où cohabitent des personnages et situations de tout horizon. Accrochez vos ceintures !



Qui est Qui ? Associez les 14 extraits des publicités TV aux annonceurs et agences parties prenantes du film « Action ».

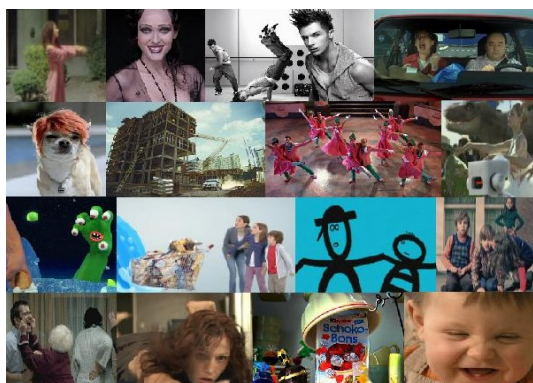
> Les annonceurs par ordre alphabétique.

Annonceurs	Agences	Famille
Blizzard Entertainment - World of Warcraft	McCann Paris	Culture et loisirs
Bouygues Telecom	DDB	Télécommunication
Citroën	Agence H / Euro RSCG London	Automobile-Transport
Ferrero	Providence	Alimentation
Gadol Optic 2000	Business	Mode / Accessoires
Ikea	La Chose	Distribution
Intermarché	Publicis Conseil	Distribution
Nestlé Waters	Ogilvy & Mather	Boissons
Nissan	TBWA	Automobile-Transport
Orangina Schweppes	Fred & Farid	Boissons
Saint Michel	Australie	Alimentation
Unilever	BBH Londres	Hygiène Beauté
Virgin Mobile	Hemisphere droit	Télécommunication
Volkswagen	Agence .V. Paris	Automobile-Transport

> Les agences de communication par ordre alphabétique.

Agences	Annonceurs	Famille
Agence H / Euro RSCG London	Citroën	Automobile-Transport
Agence .V. Paris	Volkswagen	Automobile-Transport
Australie	Saint Michel	Alimentation
BBH Londres	Unilever	Hygiène Beauté
Business	Gadol Optic 2000	Mode / Accessoires
DDB	Bouygues Telecom	Télécommunication
Fred & Farid	Orangina Schweppes	Boissons
Hemisphere droit	Virgin Mobile	Télécommunication
La Chose	Ikea	Distribution
McCann Paris	Blizzard Entertainment - World of Warcraft	Culture et loisirs
Ogilvy & Mather	Nestlé Waters	Boissons
Providence	Ferrero	Alimentation
Publicis Conseil	Intermarché	Distribution
TBWA	Nissan	Automobile-Transport

« CHANSON » – 34’’



« Chanson » est un concentré vitaminé qui mixe avec humour des tranches de vie réelle ou imaginaire. Le spot TV « Chanson » nous transporte dans un univers drôle et touchant sur la musique pétillante d’Inna Modja, « Mister H ».

Qui est Qui ? Associez les 16 extraits des publicités TV aux annonceurs et agences parties prenantes du film « Chanson ».

> Les annonceurs par ordre alphabétique.

Annonceurs	Agences	Famille
Accor	Young & Rubicam	Voyage-Tourisme
Bouygues Telecom	DDB	Télécommunication
Ferrero	Providence	Alimentation
Groupe Danone Baby Nutrition	BETC Euro RSCG	Alimentation
Ikea	La Chose	Distribution
Intermarché	Publicis Conseil	Distribution
Le 118 000	Drafftcb	Télécommunication
L’Oréal - Diesel	Fred & Farid	Hygiène-Beauté
L’Oréal Paris - StudioLine	Mc Cann Erickson Paris	Hygiène-Beauté
Maaf	Aubert Storch Associés Partenaires	Ets Financier-Assurance
Mc Neil Santé Grand Public	J. Walter Thompson	Pharmacie
Nestlé Waters	Ogilvy & Mather	Boissons
Nissan	TBWA	Automobile-Transport
Renault	Publicis Conseil	Automobile-Transport
Saint Michel	Australie	Alimentation
Virgin Mobile	Hemisphere droit	Télécommunication

> Les agences de communication par ordre alphabétique.

Agences	Annonceurs	Famille
Aubert Storch Associés Partenaires	Maaf	Ets Financier-Assurance
Australie	Saint Michel	Alimentation
BETC Euro RSCG	Groupe Danone Baby Nutrition	Alimentation
DDB	Bouygues Telecom	Télécommunication
Drafftcb	Le 118 000	Télécommunication
Fred & Farid	L’Oréal - Diesel	Hygiène-Beauté
Hemisphere droit	Virgin Mobile	Télécommunication
J. Walter Thompson	Mc Neil Santé Grand Public	Pharmacie
La Chose	Ikea	Distribution
Mc Cann Erickson Paris	L’Oréal Paris - StudioLine	Hygiène-Beauté
Ogilvy & Mather	Nestlé Waters	Boissons
Providence	Ferrero	Alimentation
Publicis Conseil	Intermarché	Distribution
Publicis Conseil	Renault	Automobile-Transport
TBWA	Nissan	Automobile-Transport
Young & Rubicam	Accor	Voyage-Tourisme

« CHOREGRAPHIE » – 34’’



« Mister H » d’Inna Modja met aussi en musique le film « **Chorégraphie** », qui illustre parfaitement le grand spectacle qu’offre chaque jour la publicité TV aux téléspectateurs. Emporté par le rythme, ils entreront dans cette « Chorégraphie » unique en son genre !

Qui est Qui ? Associez les 12 extraits des publicités TV aux annonceurs et agences parties prenantes du film « Chorégraphie ».

> Les annonceurs par ordre alphabétique.

Annonceurs	Agences	Famille
Blizzard Entertainment – World of Warcraft	McCann Paris	Culture et loisirs
Citroën	Agence H / Euro RSCG London	Automobile-Transport
Evian	BETC Euro RSCG	Boissons
Gadol Optic 2000	Business	Mode / Accessoires
Ikea	La Chose	Distribution
La Mutuelle Générale	Ogilvy	Ets Financier-Assurance
L’Office National Marocain du Tourisme	BDDP Unlimited	Voyage-Tourisme
L’Oréal Paris - StudioLine	Mc Cann Erickson Paris	Hygiène-Beauté
Mc Neil Santé Grand Public	J. Walter Thompson	Pharmacie
Orangina Schweppes	Fred & Farid	Boissons
Procter & Gamble	Saatchi & Saatchi	Entretien
Unilever	BBH Londres	Hygiène-Beauté

> Les agences de communication par ordre alphabétique.

Agences	Annonceurs	Famille
Agence H / Euro RSCG London	Citroën	Automobile-Transport
BBH Londres	Unilever	Hygiène-Beauté
BDDP Unlimited	L’Office National Marocain du Tourisme	Voyage-Tourisme
BETC Euro RSCG	Evian	Boissons
Business	Gadol Optic 2000	Mode / Accessoires
Fred & Farid	Orangina Schweppes	Boissons
J. Walter Thompson	Mc Neil Santé Grand Public	Pharmacie
La Chose	Ikea	Distribution
Mc Cann Erickson Paris	L’Oréal Paris - StudioLine	Hygiène-Beauté
McCann Paris	Blizzard Entertainment - World of Warcraft	Culture et loisirs
Ogilvy	La Mutuelle Générale	Ets Financier-Assurance
Saatchi & Saatchi	Procter & Gamble	Entretien

IV. LA MUSIQUE : « MISTER H » par INNA MODJA



INNA MODJA
par Arthur Delloye

Didier J. Mary, fondateur de l'agence sonore **CybearSonic** (www.cybearsonic.com), est intervenu en qualité de superviseur musical en sélectionnant pour les spots « **Chanson** » et « **Chorégraphie** » un environnement musical, une couleur sonore, en adéquation avec l'esprit créatif de la campagne SNPTV : « **Mister H** » **composé et interprété par Inna Modja.**

Inna Modja est une jeune artiste de talent qui a sorti son premier album « *Everyday is a new world* » en octobre 2009. Pétiliante, Inna Modja propose une musique *pop folk* qui offre au public une vague de fraîcheur et de bonne humeur totalement irrésistible.

La publicité télévisée est une **plateforme unique de découverte de nouveaux talents**. En choisissant la musique d'une jeune chanteuse, les régies publicitaires TV s'associent au travail des annonceurs, des agences, des producteurs et des éditeurs musicaux, qui oeuvrent pour faire de la Publicité Télévisée un espace de créativité à part entière où les artistes ont toute leur place.

Inna Modja vue par... Inna Modja

*« Je m'appelle Inna Modja, qui veut dire Inna «la mauvaise fille» :-)
en Peul. Je suis une Peule du désert et «Modja» est le surnom que
me donnait ma mère quand j'étais une peste :-)* .

Je suis née dans une famille de 7 enfants (je suis l'avant-dernière). A 6 ans, pour se débarrasser de moi mes parents m'inscrivent à une chorale. Au début je chantais comme un pied mais j'adorais ça ! Mon père m'encourage en me faisant écouter la musique qu'il aime (Ray Charles, Ella Fitzgerald, Otis Redding, Sarah Vaughan, ...). Et je trouve ça quand même plus sympa que ce qu'on m'apprend à la chorale :-). Mais je suis aussi influencée par la musique qu'écoutaient mes aînés. J'ai donc suivi toutes leurs phases musicales du Punk Trash, Rap Hardcore, Heavy Metal, en passant par le Blues, la Soul, et le Disco... Comme une petite éponge, je me suis imprégnée de tout. Adolescente, j'hésite entre le Hard Rock et les chansons d'amour.

[...] Aujourd'hui ma musique est le résultat de tout ça, j'écris mes coups de coeur, mes coups de crasse, mes chagrins d'amour, mes histoires désastreuses, ma joie de vivre... Bref ma petite vie !! »

Pour en savoir plus sur Inna Modja





> **Catherine Scarpi** – Up Music / Warner Music France
Direction Promotion
Tel : 01 56 60 44 09
Mèl : catherine.scarpi@warnermusic.com
29 avenue Mac Mahon - 75017 Paris

> **Site de l'artiste**
<http://www.myspace.com/innamodja>

V. LES FRANÇAIS ET LA PUBLICITE TELEVISEE

Depuis 1999, le SNPTV réalise en partenariat avec Ipsos Media, un baromètre sur l'image de la télévision et de la Publicité Télévisée en France. Les résultats de l'enquête présentée en 2008 restent sans appel (les résultats de la 5^{ème} vague seront présentés en janvier 2010) :

LES FRANÇAIS AIMENT LA PUBLICITE TELEVISEE !

-  **61%** des Français considèrent que la **Publicité Télévisée** est la plus **DIVERTISSANTE** !
-  **56%** des Français pensent que la **Publicité Télévisée** est la plus **CREATIVE** !
-  **69%** des Français pensent que la **Publicité Télévisée** est la plus **DEMONSTRATIVE** !
-  **54%** des Français pensent que la **Publicité Télévisée** est la plus **CONVAINCANTE** !
-  **41%** des Français jugent que la **Publicité Télévisée** est la plus **INFORMATIVE** !
-  **56%** des Français pensent que la **Publicité Télévisée** est la plus **VARIEE** !

Pour en savoir plus, retrouvez toutes les études réalisées pour le **Syndicat National de la Publicité Télévisée** sur www.snptv.org, rubrique « Les + de la TV », « Etudes d'efficacité » (<http://www.snptv.org/plus-tv/etudes.php>).



(Re)découvrez également le **guide vuàlatélé 2009-2010** des «+» de la **Télévision et de la Publicité Télévisée**.

www.snptv.org, rubrique « Les + de la TV », « Les + de la télé » (<http://www.snptv.org/plus-tv/pub.php>).

VI. PLAN DE DIFFUSION DE LA CAMPAGNE

Les films « **Action** », « **Chanson** » et « **Chorégraphie** » seront diffusés par plus de **30 chaînes** entre le **15 décembre 2009** et le **4 janvier 2010**.

	<ul style="list-style-type: none"> - TF1 - Eurosport - Histoire - LCI - Odysée - TF6 - TV Breizh - Ushuaia
	<ul style="list-style-type: none"> - M6 - Paris Première - Teva - W9
	<ul style="list-style-type: none"> - Canal + - Canal + décalé - Canal + Sport - Comédie! - Cuisine TV - Infosport - I>Télé - Jimmy - Planète - Sport + - TPS Star
	<ul style="list-style-type: none"> - Gulli - June - MCM
	<ul style="list-style-type: none"> - MTV - Game One - MTV Base - MTV Idol - MTV Pulse
	<ul style="list-style-type: none"> - TMC