

# BELLE

## TF1+

LA PLATEFORME QUI A VRAIMENT  
TOUT D'UNE GRANDE...SAUF LE PRIX.

**SOUS EMBARGO JUSQU'À MERCREDI 17 JANVIER**

Paris, le 16 janvier 2024

DISPONIBLE DEPUIS LE 8 JANVIER SUR TOUS LES ECRANS DES FOYERS FRANÇAIS, TF1+ C'EST PLUS DE 15 000 HEURES DE CONTENUS EN ILLIMITE, UN GRAND CHOIX DE FILMS ET SERIES, DU GRAND SPECTACLE, LES PLUS GRANDS SHOWS MAIS SURTOUT UNE GRANDE AMBITION : DEVENIR LA 1ERE PLATEFORME DE STREAMING GRATUITE EN FRANCE.

DIFFUSEE A PARTIR DU 17 JANVIER EN AFFICHAGE, LA CAMPAGNE DE LANCEMENT RAPPELLE QUE LA PLATEFORME A VRAIMENT TOUT D'UNE GRANDE... SAUF LE PRIX.

**TF1+**  
LE NOUVEAU STREAMING GRATUIT

**On va vous faire peur, rire et pleurer. On ne va pas en plus vous faire payer.**

**Des films et séries incroyables à un prix complètement nul.**

DESPONIBLE SUR

**TF1+**  
LE NOUVEAU STREAMING GRATUIT

**La seule chose à acheter pour profiter de nos séries, c'est un bon plaïd.**

**Spoiler alert: à la fin, toutes nos séries sont gratuites.**

DESPONIBLE SUR

Sur un marché très disputé où les Français sont déjà multi-abonnés et plutôt satisfaits de l'offre pléthorique à leur disposition, entre Netflix, Canal+, Disney+, Prime video, Paramount+ ou encore Apple TV... Comment éviter d'être une énième plateforme parmi les autres plateformes ?

Aujourd'hui, les géants du streaming nous en promettent toujours plus : plus d'action, plus de superproductions, plus d'exclusivités, plus d'intensité... Mais ils n'hésitent pas non plus à nous faire payer toujours plus.

Dans ce contexte d'inflation généralisée et de hausse des tarifs d'abonnement, TF1+ a un argument de taille à faire valoir pour conquérir le cœur des Français : sa gratuité. C'est sur cet axe de différenciation que la marque a donc choisi d'asseoir son positionnement, « le nouveau streaming gratuit. »

Une signature qui crée la rupture avec l'existant en offrant une expérience à la hauteur des attentes des Français. Mais surtout, la promesse d'un nouveau modèle qui réconcilie enfin qualité et gratuité.

Gorana Garevski, directrice des Marques et de la Communication BtoC, commente « *Cette promesse unique de qualité de contenus et de gratuité est notre axe de différenciation sur le marché. C'est ce qui doit nous permettre de faire de TF1+ un réflexe quotidien de divertissement familial et d'information* »

Pour l'annoncer, la marque interpelle les Français par une série d'accroches conniventes jouant sur la tension entre l'extraordinaire générosité de son catalogue et la mention de sa gratuité.

Pierre Duquesnoy, co-fondateur et Directeur de la Création : « *On a choisi de mettre en scène l'effet TF1+ à travers ceux qui regardent et non en montrant ce qu'ils regardent, comme le fait toute la concurrence. Combiné avec un ton espiègle et connivent, ça crée une marque immédiatement proche de tous les français.* »

La campagne d'affichage déployée au travers d'un dispositif OOH et DOOH national est composée de quatre visuels : en famille, en couple ou entre amis, chaque saynète illustre un moment de partage quotidien et fait la part belle au rire, aux émotions et au plaisir de profiter ensemble de contenus de qualité, le tout gratuitement.

Avec cette première prise de parole, TF1+ entend s'imposer comme un nouveau réflexe incontournable et offrir une réponse évidente à la question existentielle : « on regarde quoi ce soir ? »

### **Plan Media**

La campagne se déploie en affichage à partir du 17 janvier 2024 au travers d'un dispositif OOH et DOOH national, ainsi que sur la tour TF1 et des formats événementiels. Un volet VOL vient compléter le plan.

### **À propos du Groupe TF1**

Le groupe TF1 est un acteur majeur dans la production, l'édition et la distribution de contenus en France et en Europe. Les activités du groupe TF1 sont réparties en deux pôles :

Le pôle Média, rassemble ses chaînes en clair (TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI), ses chaînes thématiques (Ushuaia TV, Histoire TV, TV Breizh, Série Club), sa plateforme de streaming gratuite pour le divertissement familial et l'information TF1+, sa plateforme à la demande dédiée à la jeunesse TFOU MAX et la régie TF1 PUB. Il constitue un écosystème unique, capable de répondre aux envies de tous les publics, et aux besoins de tous les annonceurs. Le Groupe est également présent avec Muzeek One dans la production musicale et de spectacles.

Le pôle Production, avec Newen Studios, regroupe plus de 50 sociétés et labels créatifs en France et à l'international. Il crée et distribue des programmes dans tous les genres et pour tous les acteurs du secteur, des chaînes publiques et privées aux plateformes digitales, grâce à un savoir-faire unique, à la diversité de ses marques et de ses talents.

Présent dans une dizaine de pays, le Groupe TF1 compte 2 810 collaborateurs au 31.12.2022. En 2022, il a réalisé un chiffre d'affaires de 2 508 M€ (Euronext Paris, compartiment A : ISIN FR0000054900).

### **À propos de BELLE, the creative agency for brands driving change**

L'agence créative BELLE accompagne les marques qui osent changer les règles du jeu pour transformer leur modèle et repenser les usages, les marques qui ouvrent de nouvelles voies pour répondre aux aspirations d'une société à la recherche d'un monde meilleur.

Chez Belle, la créativité est clé pour accompagner ces changements. Pour aller vite et loin, elle fonctionne comme une start-up et mêle de manière fluide création de haut niveau, conseil marketing, publicité, digital et social.

BELLE compte notamment parmi ses clients : lesfurets, Citeo, FDJ ou heycar.

Plus d'infos sur [www.agencebelle.com](http://www.agencebelle.com)

Contact : [solene.madec@agencebelle.com](mailto:solene.madec@agencebelle.com)

#### **Fiche technique**

Annonceur : TF1

Directrice Générale Adjointe BtoC Groupe TF1 : Claire Basini

Directrice communication et marques : Maylis Çarçabal

Directrice des Marques et de la Communication BtoC : Gorana Garevski

Responsable des marques : Christophe Moiroud

Brand Manager : Léa Burgan

Agence : BELLE

Médias : AFFICHAGE + DIGITAL

Co-fondatrices : Solène Madec et Nathalie Alves

Co-fondateur, Directeur de la création : Pierre Duquesnoy

Team Créatif : Olivier Deltour et Ulysse Lagriffoul

Planneur Stratégique : Jonathan Kagane

Brand Manager : Jean-François Gérard

Chef de groupe : Léa Triolet

Production : La Multinationale

Photographe : Ella Hermè