

Exercice média Banque des Territoires

La Banque des Territoires travaille avec toutes les collectivités locales (régions, départements, intercommunalités, communes) mais sa notoriété diffère selon le type de collectivités. S'agissant des communes, la Banque des Territoires est bien connue des moyennes et grandes communes mais sa notoriété est plus limitée auprès des communes de moins de 5 000 habitants.

Le candidat devra proposer une stratégie média comprenant notamment les médias/support activés, les formats investis et les budgets par média. Sa stratégie média visera à améliorer la notoriété de la marque auprès des maires des communes de moins de 5 000 habitants. Il justifiera sa recommandation et expliquera la pertinence de son dispositif. Il détaillera également sa méthode de mesure de la performance post campagne

La campagne devra commencer début septembre au plus tôt et se terminer fin décembre au plus tard. Le candidat proposera, selon lui, la durée optimale de diffusion sur l'hypothèse d'un budget de 800k€ HT.

Assets fictifs disponibles (le candidat sélectionnera un ou plusieurs de ces assets, selon sa stratégie médias) :

- 1 film 30 secondes, décliné en 20 et 10 secondes, format 16/9, 9/16 et 1x1
- 1 déclinaison audio en 30, 20 et 10 secondes
- 1 publicité A4, déclinable dans tous les formats des régies
- 1 version digitale, déclinable dans tous les formats IAB

Scope : le candidat devra uniquement s'appuyer sur des leviers médias (achat d'espaces, OPS...). Il ne pourra pas proposer des actions de communication qui n'activeraient pas de médias.