

 Estimation de Performances du plan

BREST ULTIM SAILING pour NIJI 40 & LES ÎLES DE GUADELOUPE

Programme : TRANSAT NIJI 40

Cible : Ensemble 35+

Période : du 06 au 23/04/24

Format : 6 secondes en pré & post-générique



Nombre de présences	Personnes touchées (au moins 1 fois)	Couverture (en %)	Contacts (en milliers)	GRP Régionaux	Répétition (occasion de voir)
144	2 819 760	44,48	17 646 480	278,39	6,26

Zones de diffusion	Effectif cible	Personnes touchées (1 fois)	Couverture en %	GRP	Répétition
Ensemble	6 338 700	2 819 757	44,48	278,39	6,26
Bretagne	2 073 200	1 036 567	50,00	276,90	5,54
Basse Normandie	903 800	353 976	39,17	278,40	7,11
Haute Normandie	1 082 800	430 931	39,80	345,00	8,67
Pays de la Loire	2 278 900	1 001 717	43,96	248,10	5,64

Sur la base de 144 présences billboardées en 6 sec. autour du Programme Court TRANSAT NIJI 40 sur **F3 BRETAGNE, F3 NORMANDIE Édition CAEN + Édition ROUEN, F3 PAYS DE LA LOIRE**, cible Ensemble 35 ans et plus, du 06 au 23/04/2024, on obtient :

- * 44,48% de couverture, soit 2 819 760 téléspectateurs touchés au moins une fois par les billboards
- * exposés au message en moyenne (Occasion De Voir ou Répétition) 6,26 fois
- * générant un nombre de total de +17,64 millions de contacts publicitaires

Moyenne de téléspectateurs touchés au moins 1 fois par jour :

- * Bretagne = 57 587 tisp/jour
- * Normandie = 43 606 tisp/jour
- * Pays de la Loire = 55 651 tisp/jour