

Image de la télévision et de la publicité télévisée en France



Bourjois / Talents Only

4^{ème} baromètre SNPTV/Ipsos Media

Présentation de résultats
mardi 15 janvier 2008

Virginie Colnel
Directeur Conseil,
pôle audiovisuel



1. Univers de référence

- L'interrogation a été réalisée auprès la population française âgée de 15 ans et plus et résidant en France Métropolitaine

2. Echantillon

- L'échantillon est constitué de 1 007 personnes de 15 ans et plus représentatives de la population française
- La représentativité de l'échantillon est garantie par la méthode des quotas (sexe, âge, PCF, région, catégorie d'agglomération) sur l'ensemble de la population interrogée

3. Mode de recueil

- Les interviews ont été réalisées par téléphone via l'omnibus téléphonique d'Ipsos, L'Express®, représentatif de la population des 15 ans et plus

4. Dates de terrain

- Du 14 au 16 septembre 2007



Image de la télévision et de la publicité télévisée en France



Total /CLM/BBDO

RÉSULTATS

Ipsos Media

Ipsos

Image de la télévision et de la publicité télévisée en France



SNCF/TBWA Paris

La publicité



Ipsos Media

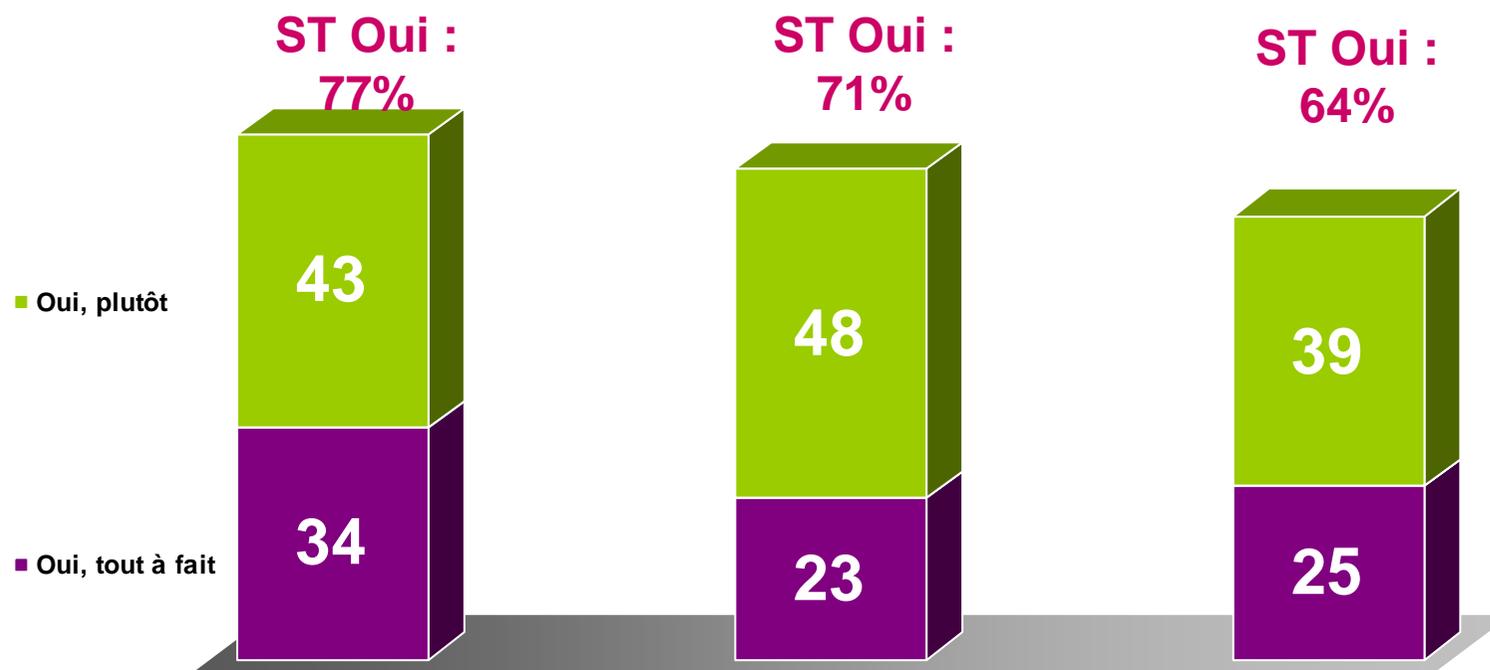
Image de la publicité et aspects économiques

Q. Au global, vous personnellement, diriez-vous qu'aujourd'hui la publicité

Favorise la concurrence et la diversité des produits

Participe à la bonne marche de l'économie

Permet de défendre les marques françaises et européennes



Base : 1 007 interviews (Ens.) / En %

Vu à la télé



Image de la télévision et de la publicité télévisée en France



E.Leclerc/Australie

**Attachement
aux media**

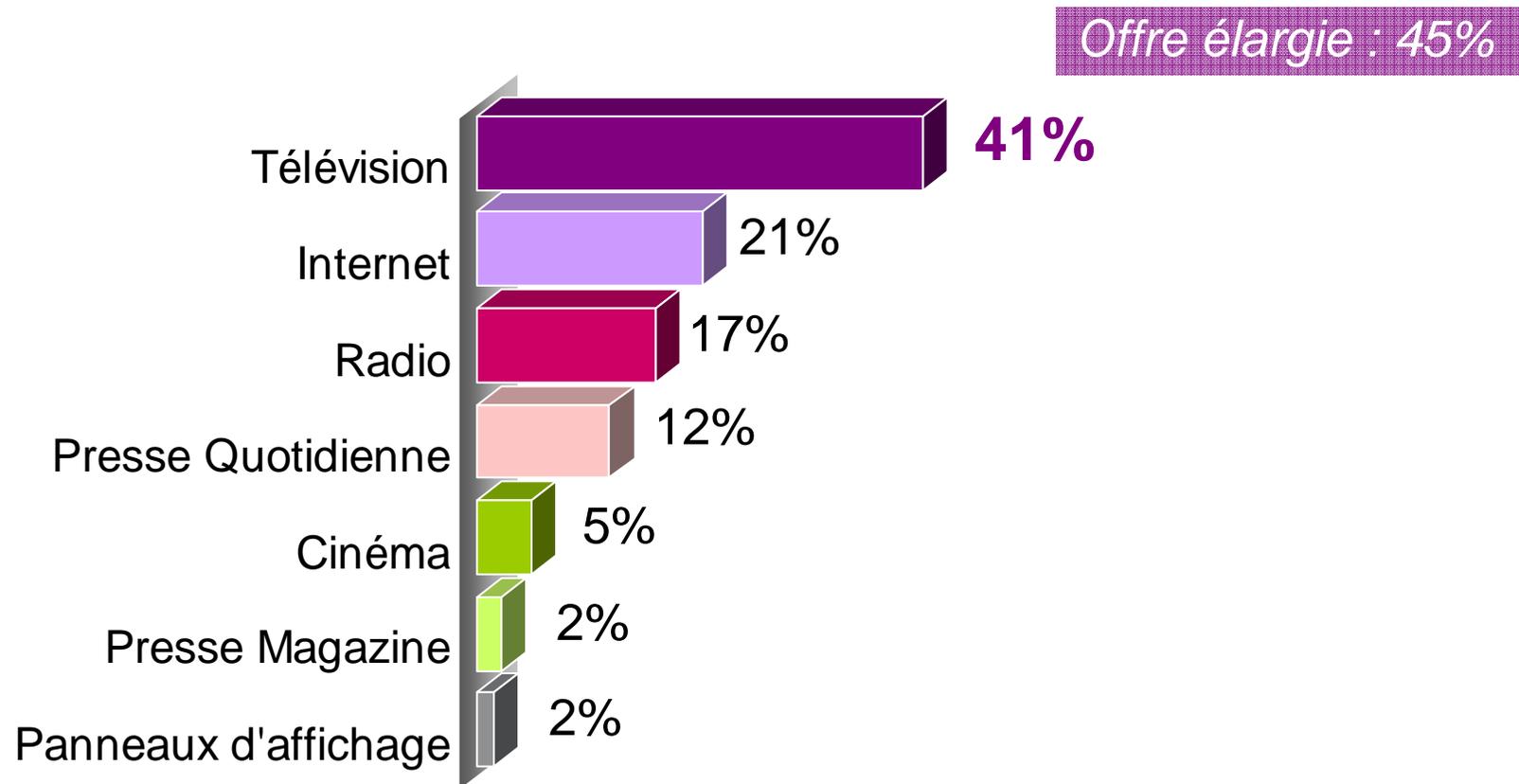


Ipsos Media



Attachement aux media

Q. Si demain l'un des media suivants disparaissait, quel est celui qui vous manquerait le plus ?



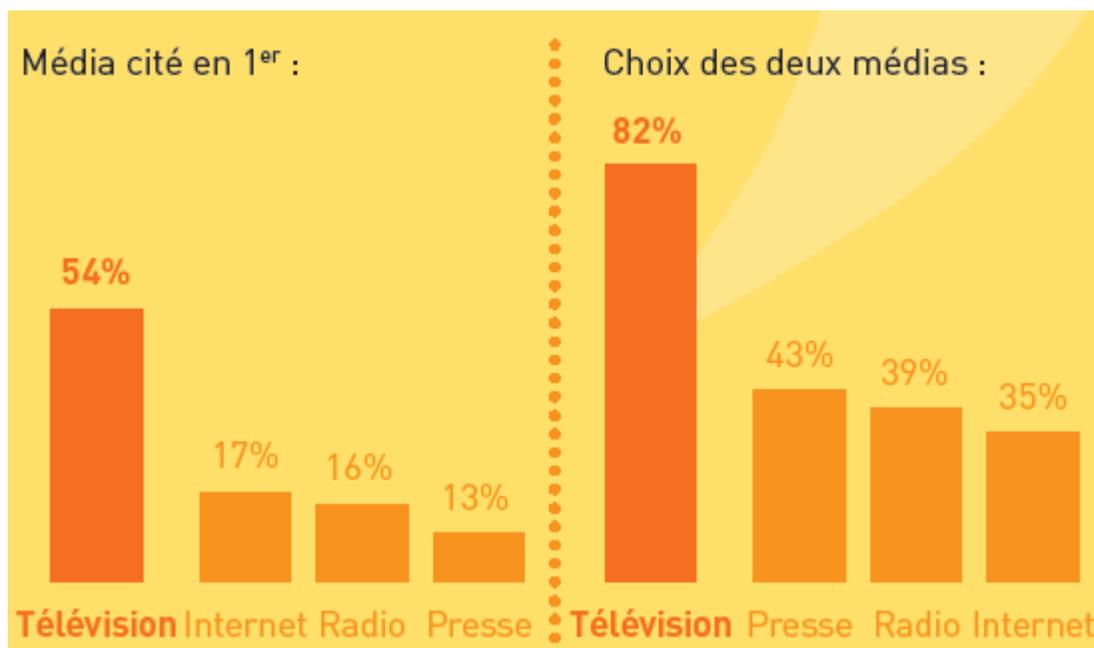


Attachement aux media



Le sondage TNS Sofres : « Les enjeux du quotidien... Les Français et la télévision » réalisé pour la Presse Quotidienne Nationale, Régionale, Urbaine Gratuite et la Presse Hebdomadaire Régionale, confirme le fort attachement des Français pour la télévision.

Q. « Si vous deviez ne garder que deux médias, lesquels choisiriez-vous en premier ? » :



82 % des individus âgés de « 15 ans ou + » équipés TV citent la télévision, dont **54%** en premier média.



Image de la télévision et de la publicité télévisée en France



Charal/Leo Burnett

Image comparée des media



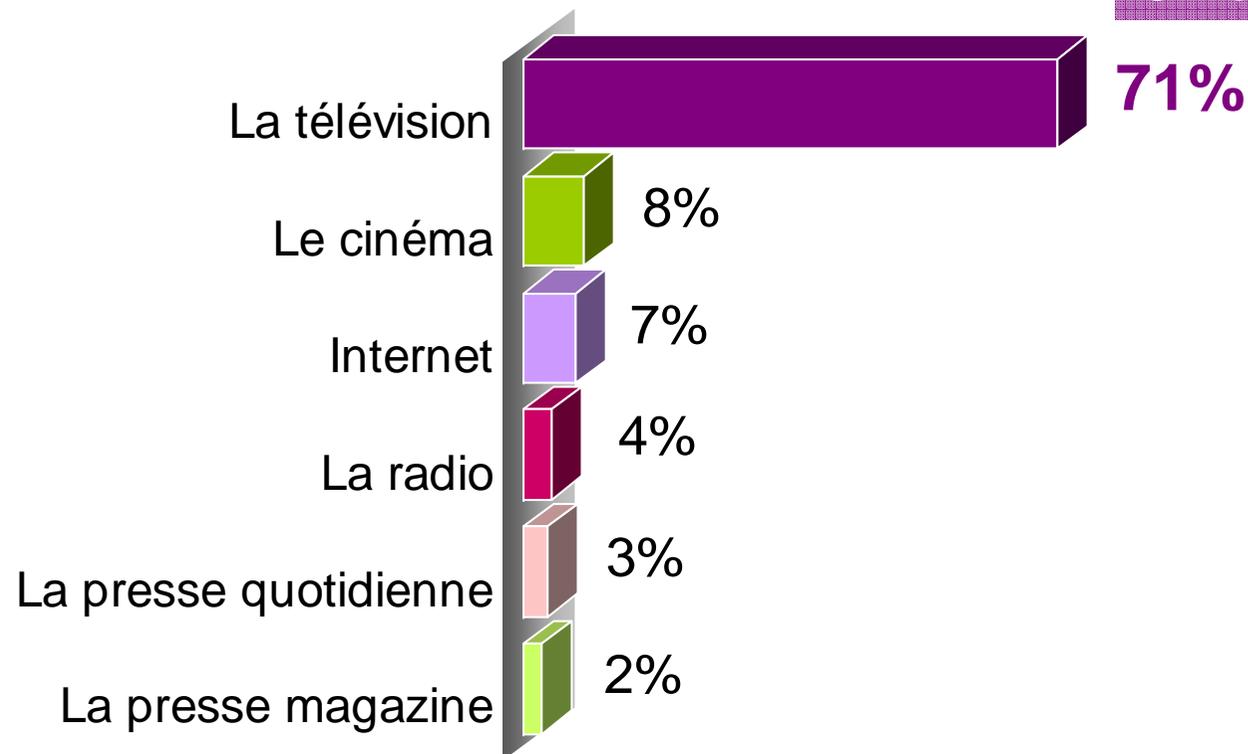
Ipsos Media

Image comparée des media

Q. Pour chacune des phrases que je vais vous citer, pouvez-vous me dire à quel media elle s'applique le mieux entre la télévision, la radio, la presse quotidienne, la presse magazine, le cinéma et Internet ?

Rassemble le mieux la famille

15-24 ans : 79%
Offre élargie : 75%



Base : 1 007 interviews (Ens.) / En %



Image comparée des media

Q. Pour chacune des phrases que je vais vous citer, pouvez-vous me dire à quel media elle s'applique le mieux entre la télévision, la radio, la presse quotidienne, la presse magazine, le cinéma et Internet ?

Le plus proche de vous

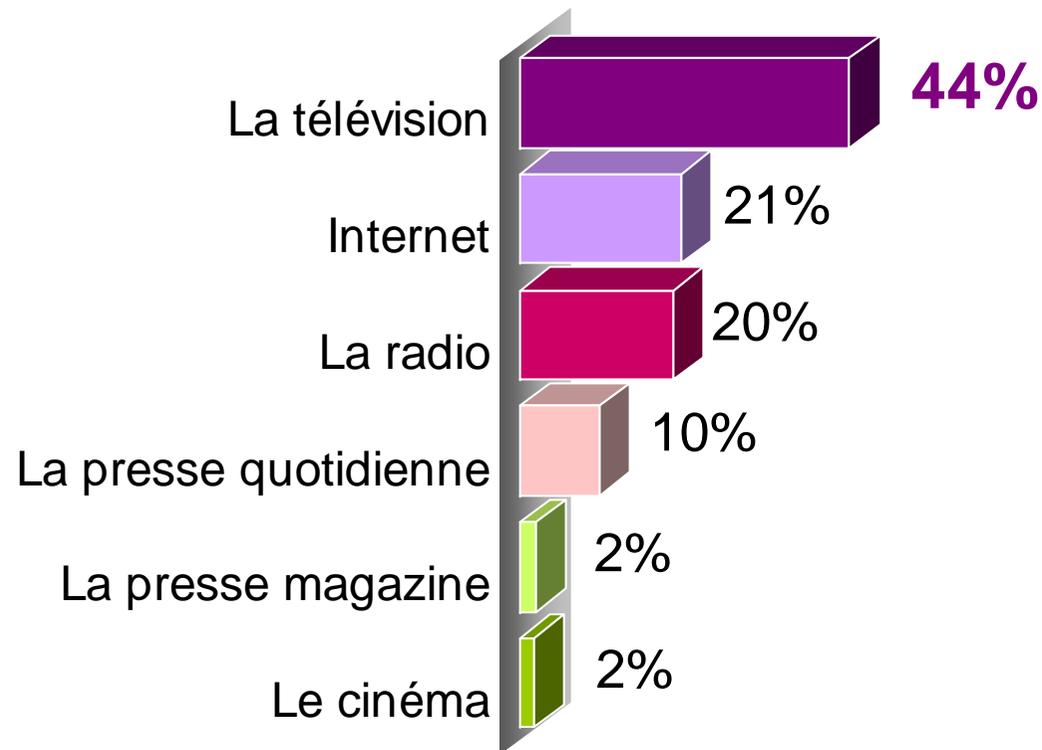
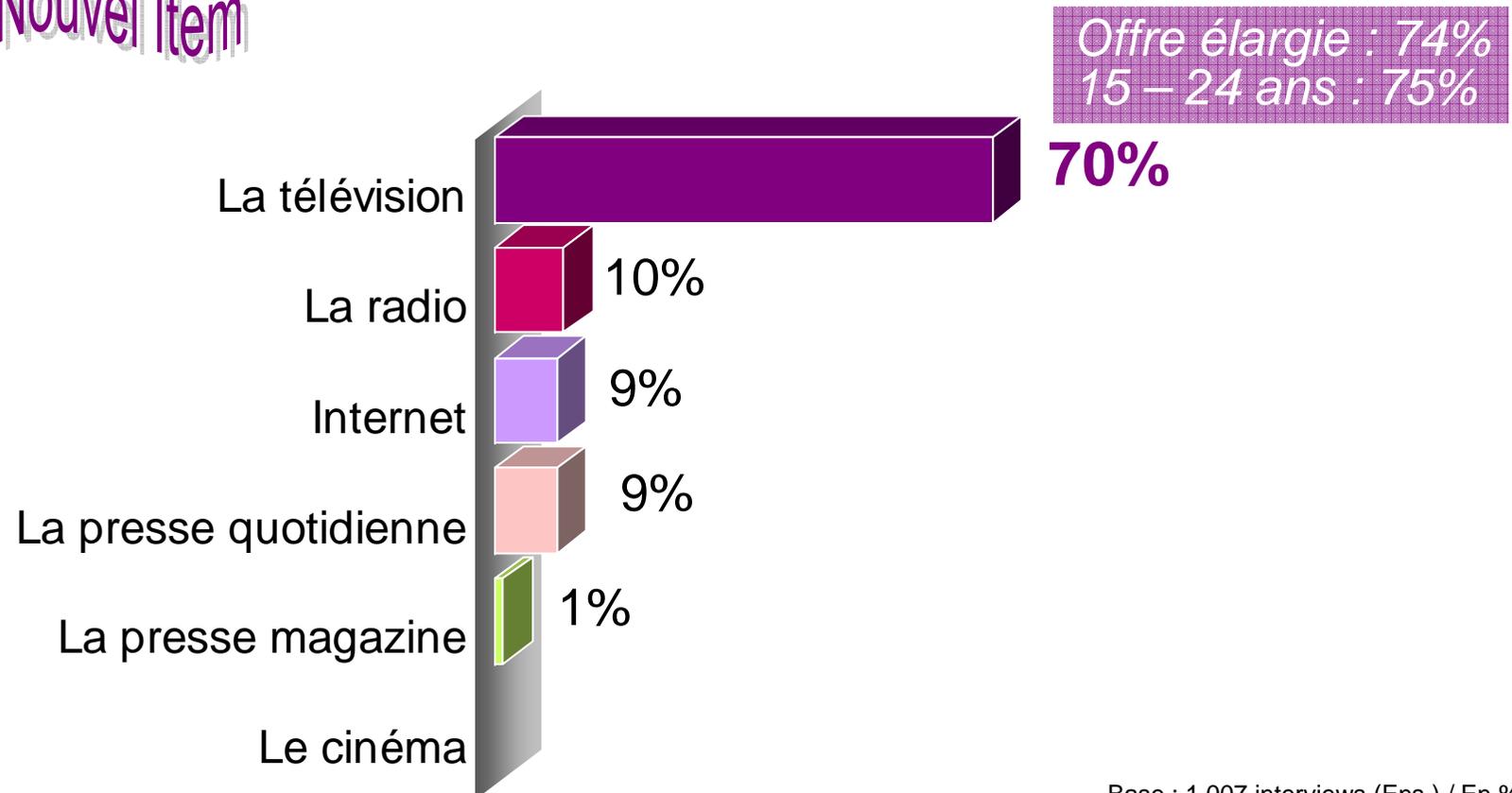


Image comparée des media

Q. Pour chacune des phrases que je vais vous citer, pouvez-vous me dire à quel media elle s'applique le mieux entre la télévision, la radio, la presse quotidienne, la presse magazine, le cinéma et Internet ?

On y pense en 1^{er} pour suivre les grands événements

Nouvel Item

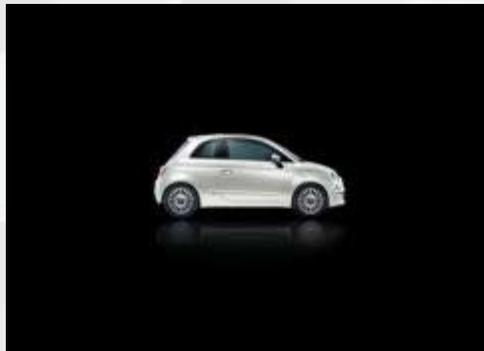


Base : 1 007 interviews (Ens.) / En %

Vu à la télé



Image de la télévision et de la publicité télévisée en France



Fiat/Leo Burnett

Image de la publicité télévisée

Image de la publicité par media

Q. Et pour vous, dans quel media, entre la télévision, la radio, la presse, le cinéma, l'affichage, les sites Internet ou le téléphone mobile, la publicité est la plus... ?

La plus divertissante

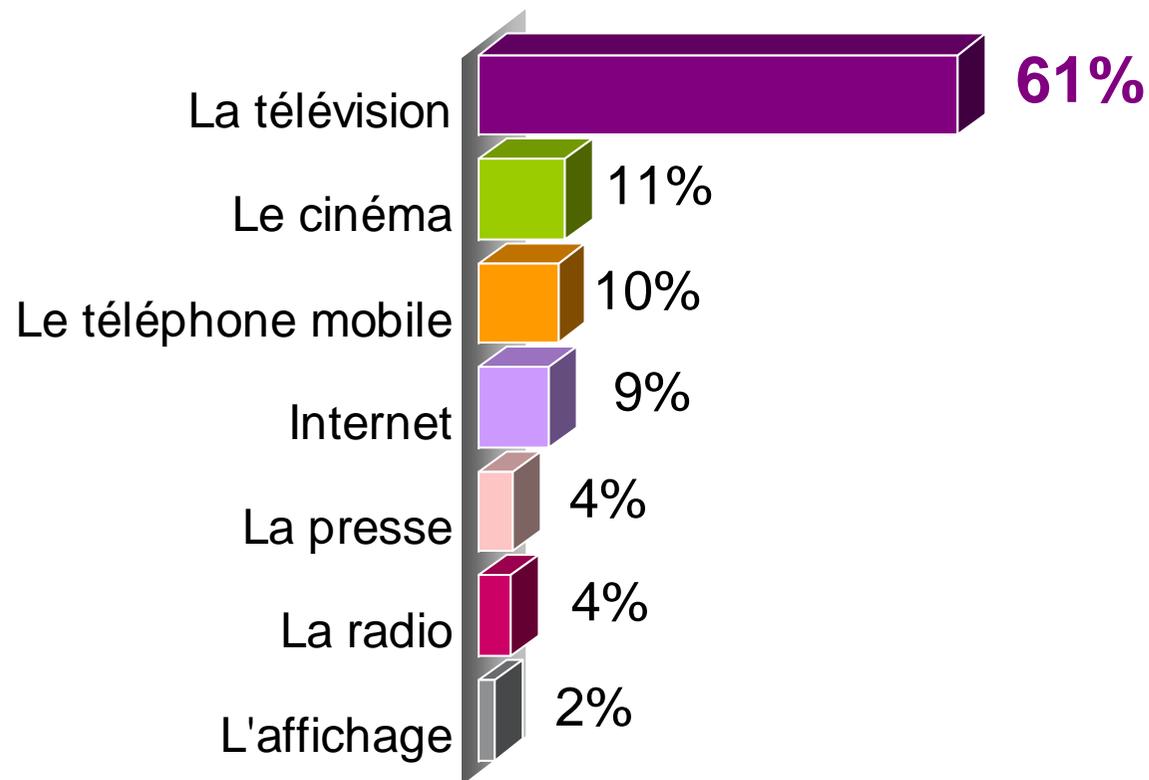


Image de la publicité par media

Q. Et pour vous, dans quel media, entre la télévision, la radio, la presse, le cinéma, l'affichage, les sites Internet ou le téléphone mobile, la publicité est la plus... ?

La plus créative

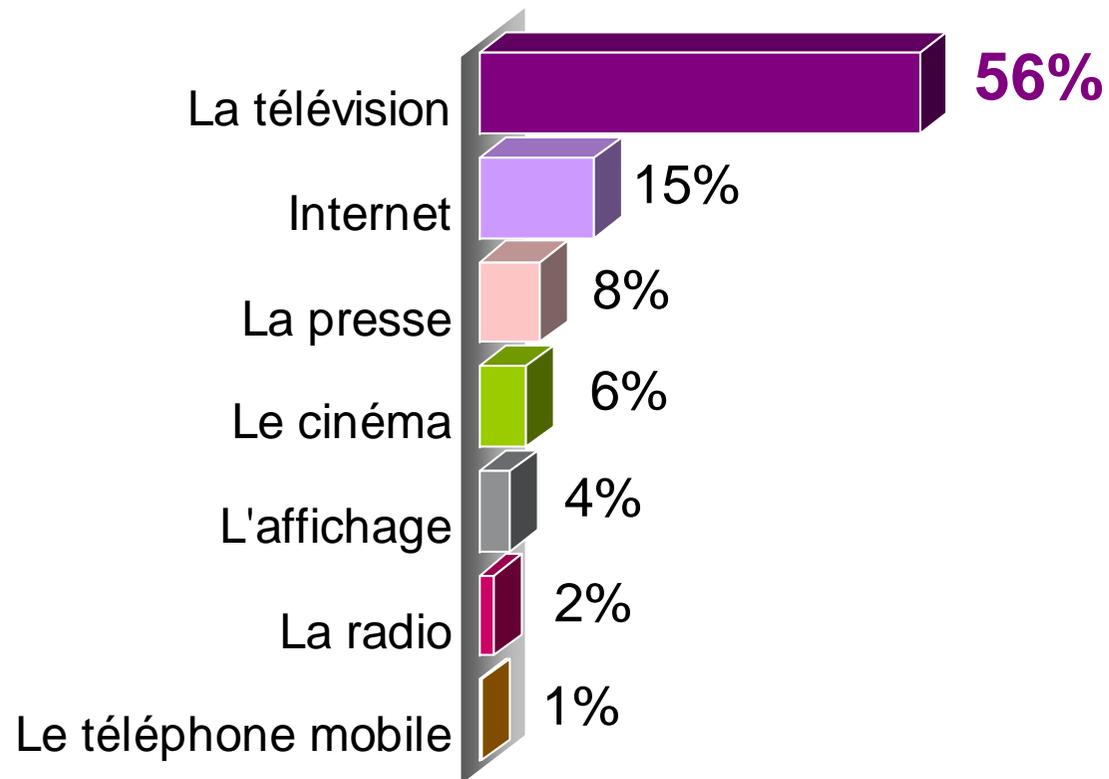


Image de la publicité par media

Q. Et pour vous, dans quel media, entre la télévision, la radio, la presse, le cinéma, l'affichage, les sites Internet ou le téléphone mobile, la publicité est la plus... ?

La plus démonstrative

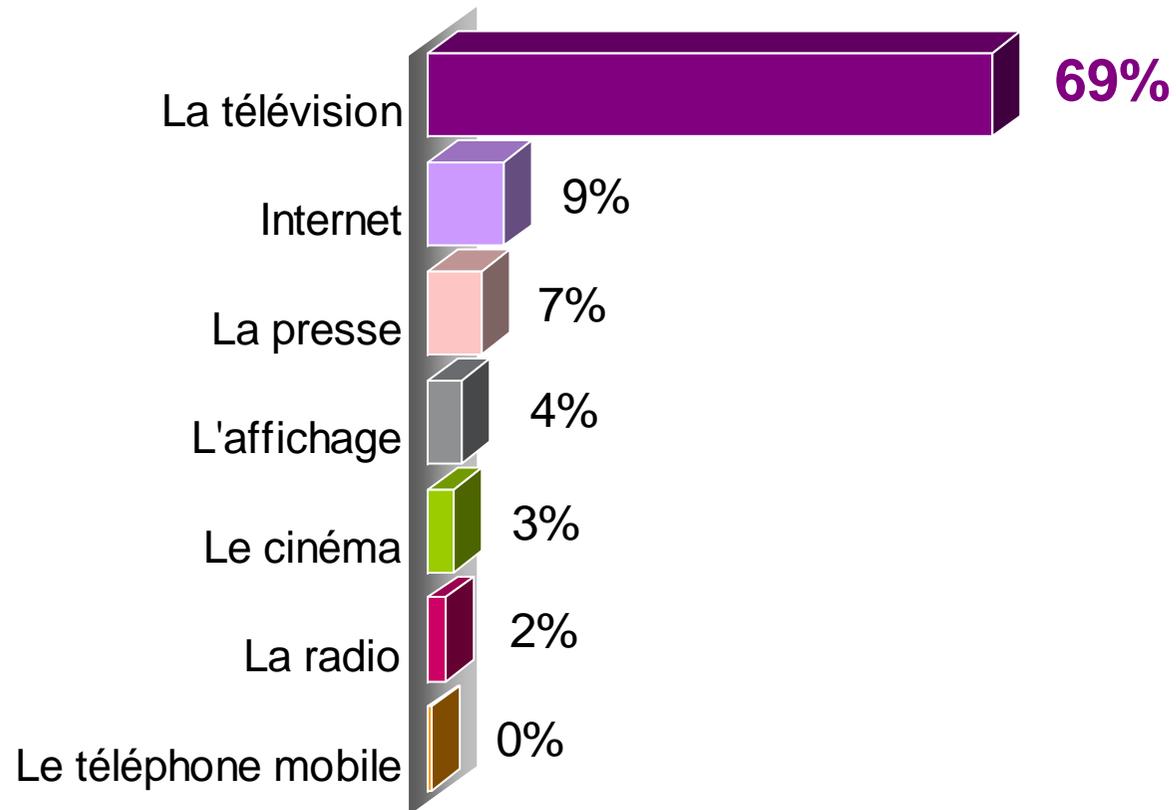


Image de la publicité par media

Q. Et pour vous, dans quel media, entre la télévision, la radio, la presse, le cinéma, l'affichage, les sites Internet ou le téléphone mobile, la publicité est la plus... ?

La plus convaincante

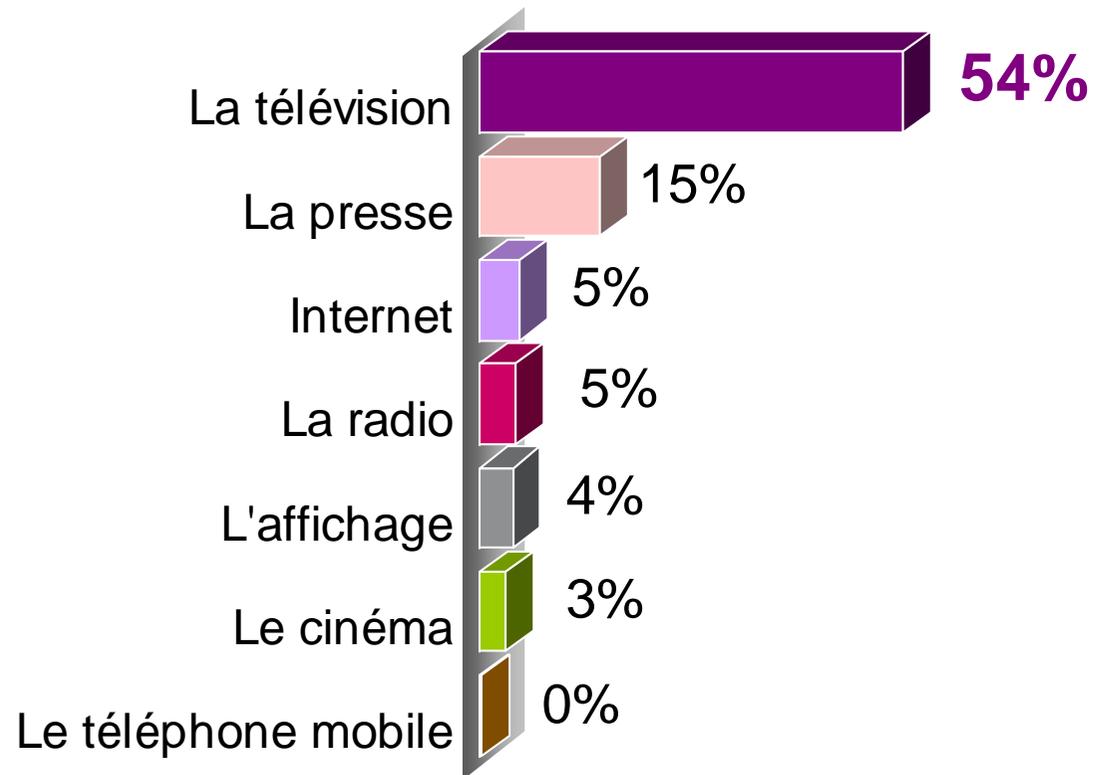


Image de la publicité par media

Q. Et pour vous, dans quel media, entre la télévision, la radio, la presse, le cinéma, l'affichage, les sites Internet ou le téléphone mobile, la publicité est la plus... ?

La plus informative

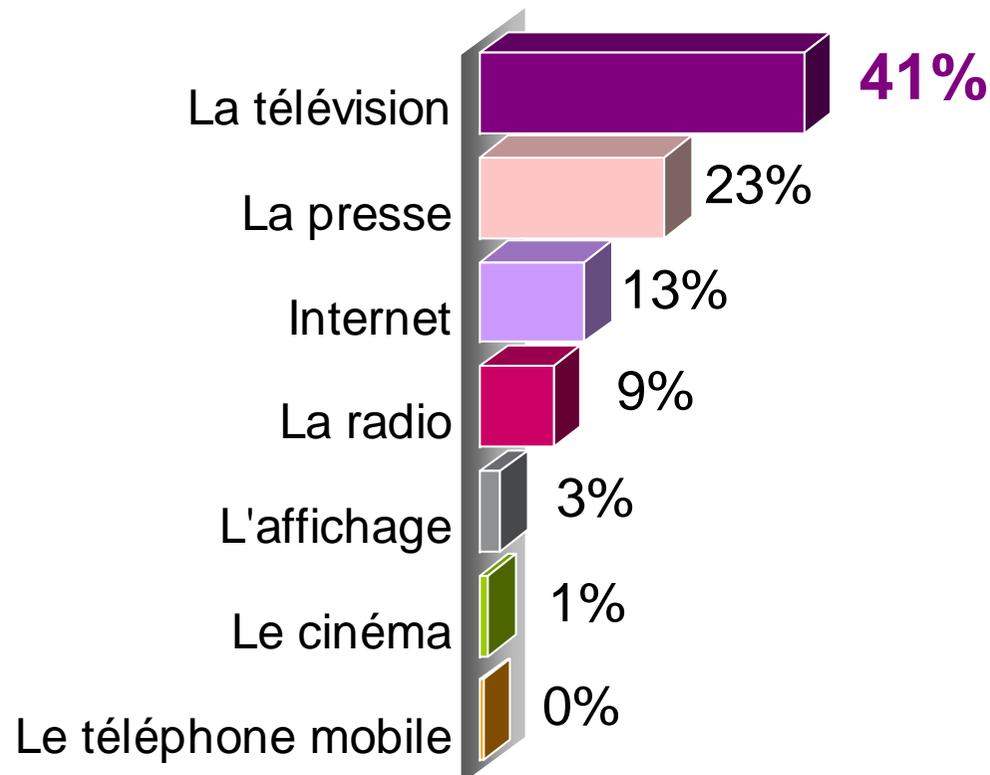


Image de la publicité par media

Q. Et pour vous, dans quel media, entre la télévision, la radio, la presse, le cinéma, l'affichage, les sites Internet ou le téléphone mobile, la publicité est la plus... ?

La plus variée

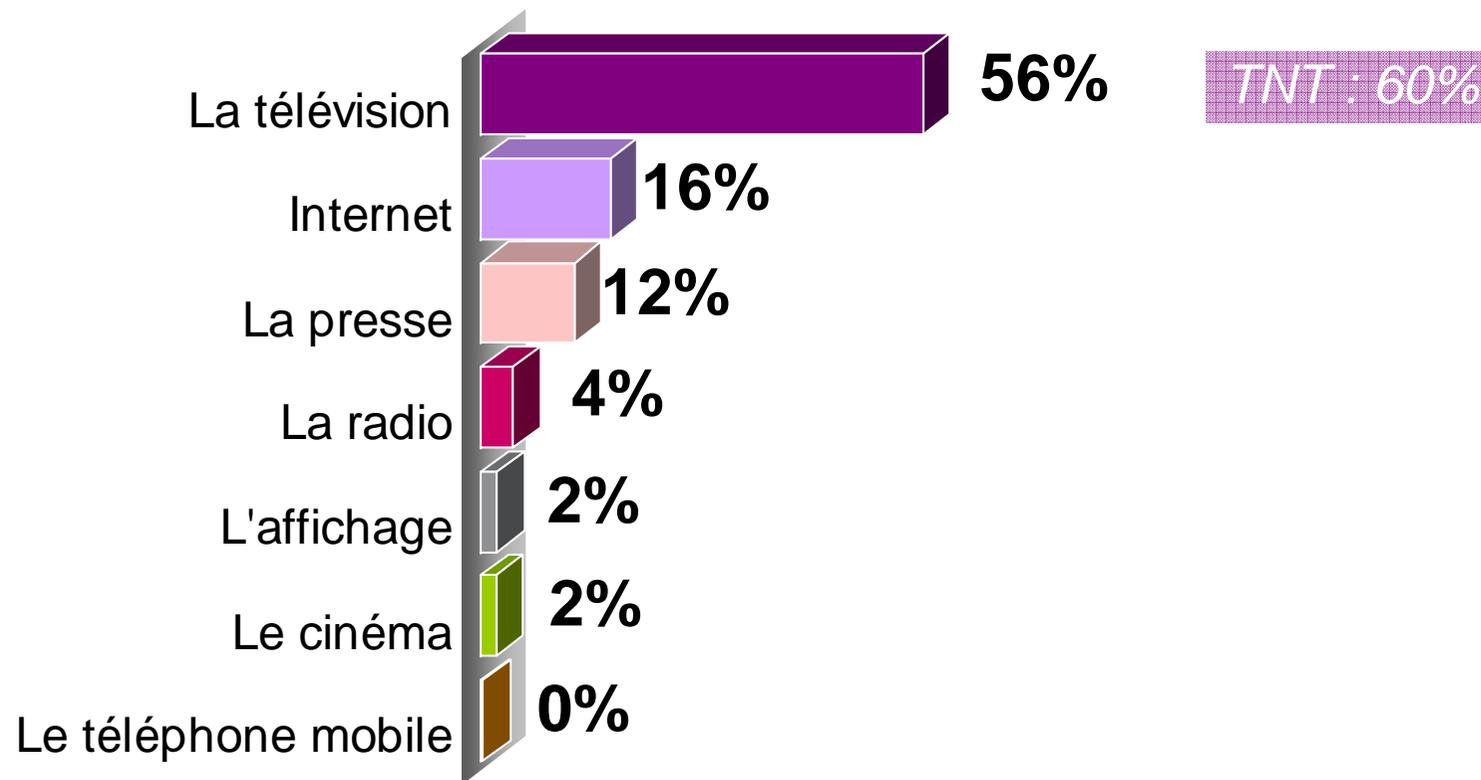


Image de la publicité et incidence sur les marques

Q. Et pour vous, dans quel media, entre la télévision, la radio, la presse, le cinéma, l'affichage, Internet ou le téléphone mobile, la publicité ... ?

Indispensable aux marques pour se faire connaître

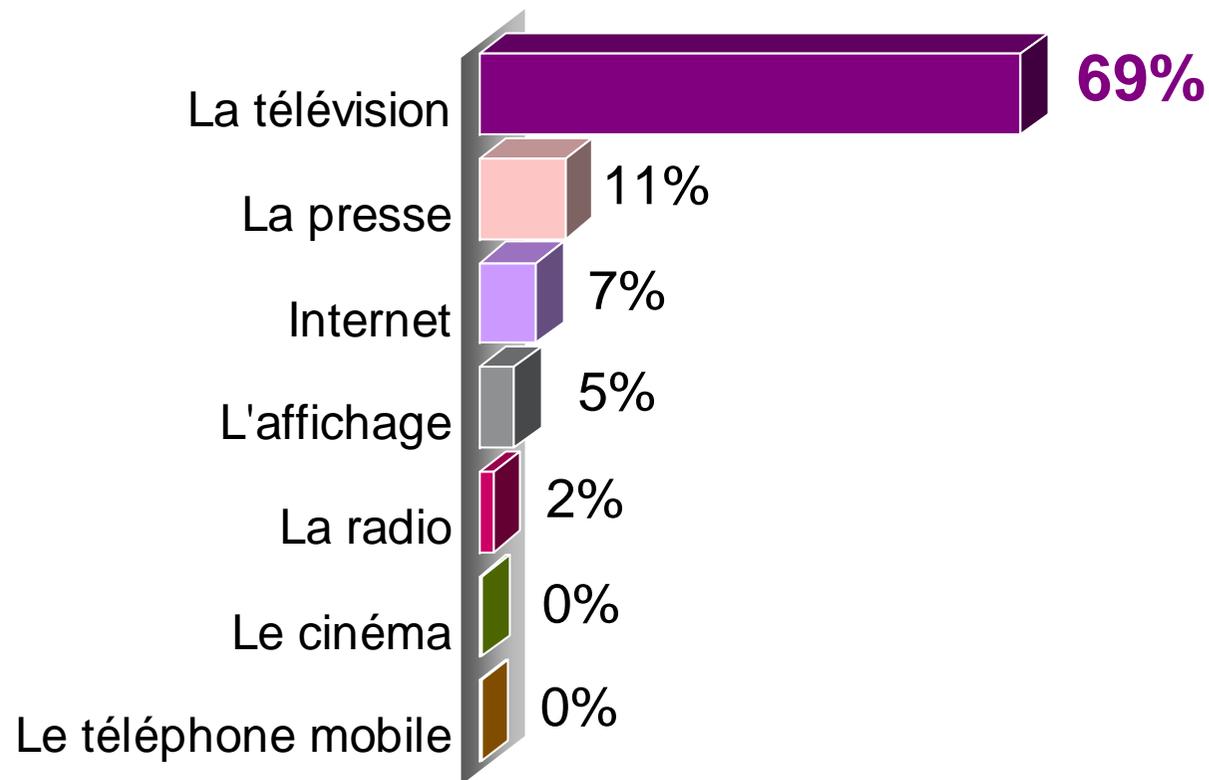


Image de la publicité et incidence sur les marques

Q. Et pour vous, dans quel media, entre la télévision, la radio, la presse, le cinéma, l'affichage, Internet ou le téléphone mobile, la publicité ... ?

Aide le mieux à connaître marques et produits

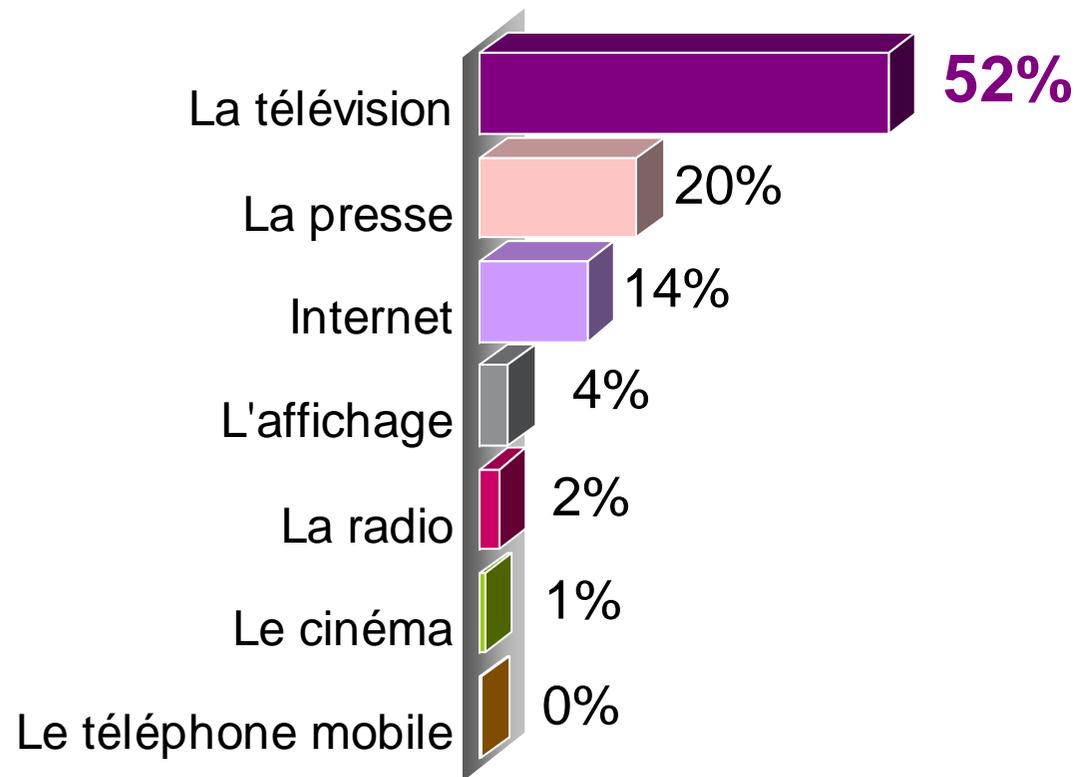


Image de la publicité et incidence sur les marques

Q. Et pour vous, dans quel media, entre la télévision, la radio, la presse, le cinéma, l'affichage, Internet ou le téléphone mobile, la publicité ... ?

Permet le mieux aux marques de montrer leurs qualités

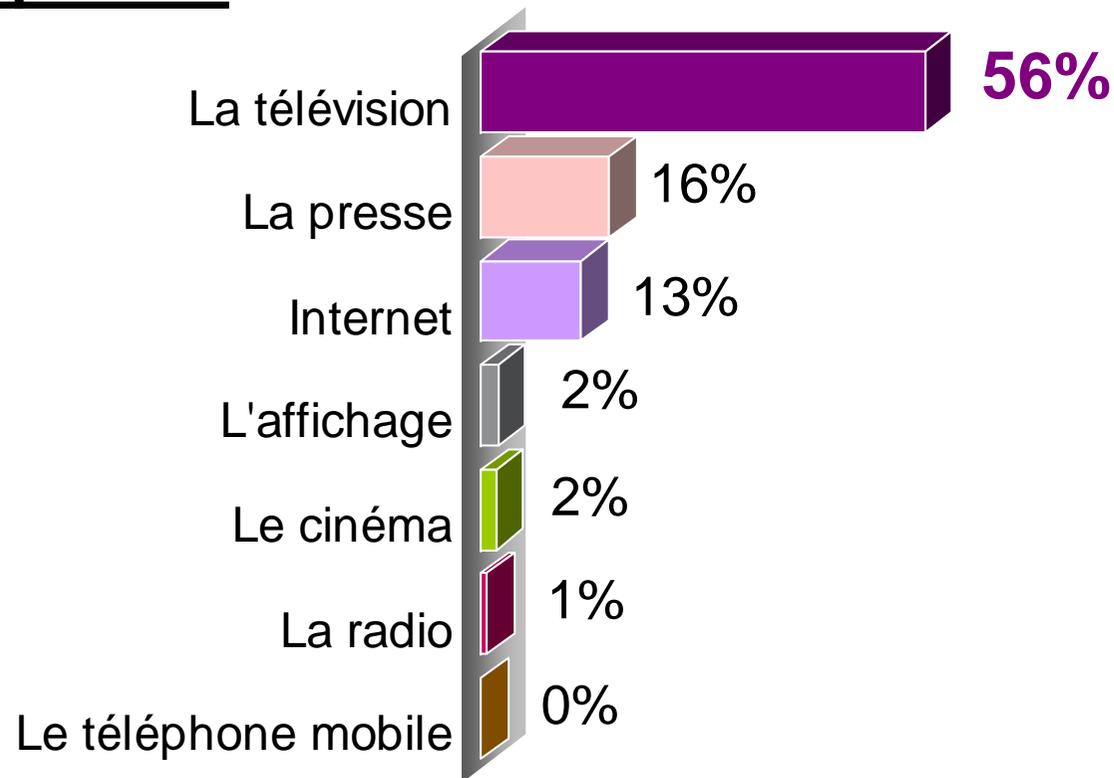


Image de la publicité et incidence sur les marques

Q. Et pour vous, dans quel media, entre la télévision, la radio, la presse, le cinéma, l'affichage, Internet ou le téléphone mobile, la publicité ... ?

Donne le plus envie de découvrir une marque ou un produit

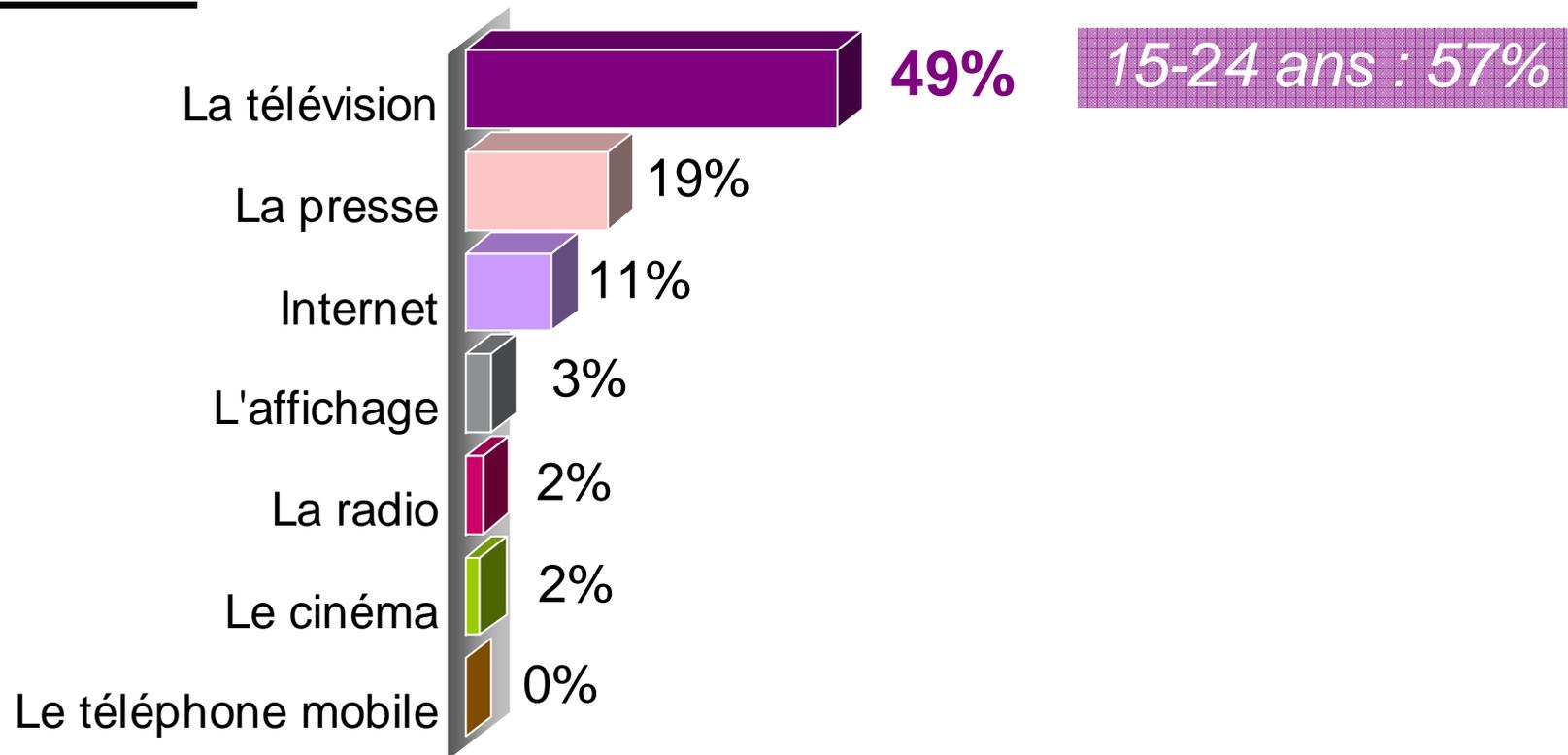


Image de la publicité et incidence sur les marques

Q. Et pour vous, dans quel media, entre la télévision, la radio, la presse, le cinéma, l'affichage, Internet ou le téléphone mobile, la publicité ... ?

Permet le plus d'être au courant des nouveaux produits

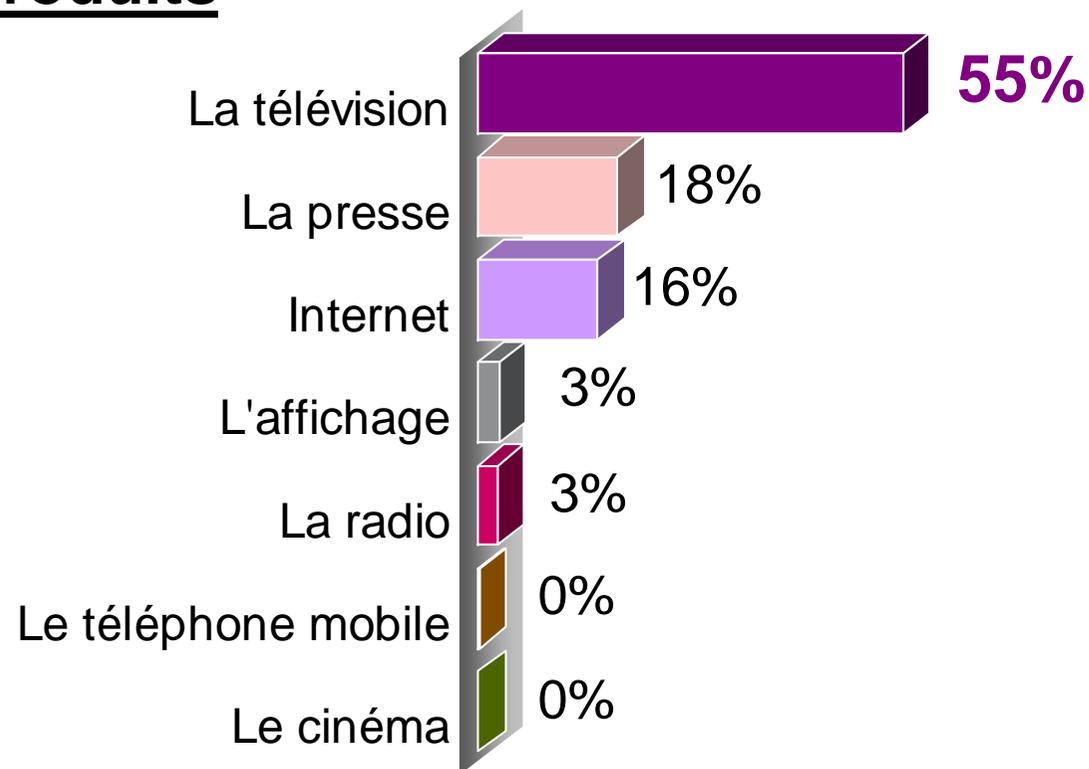


Image de la publicité et incidence sur les marques

Q. Et pour vous, dans quel media, entre la télévision, la radio, la presse, le cinéma, l'affichage, Internet ou le téléphone mobile, la publicité ... ?

Aide le mieux à choisir ce que vous achetez

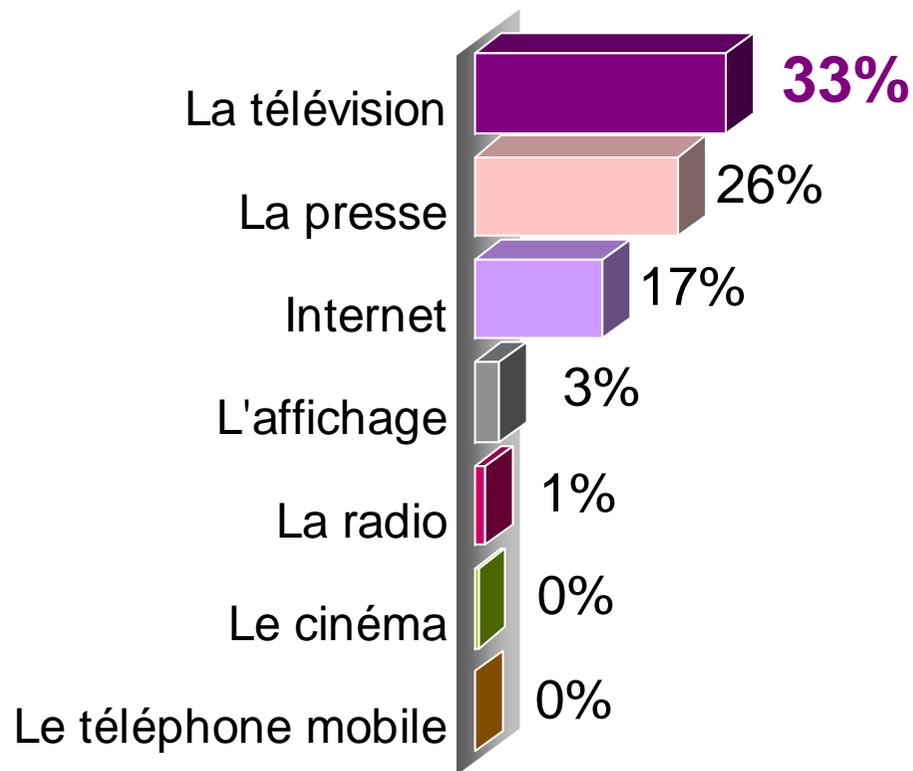
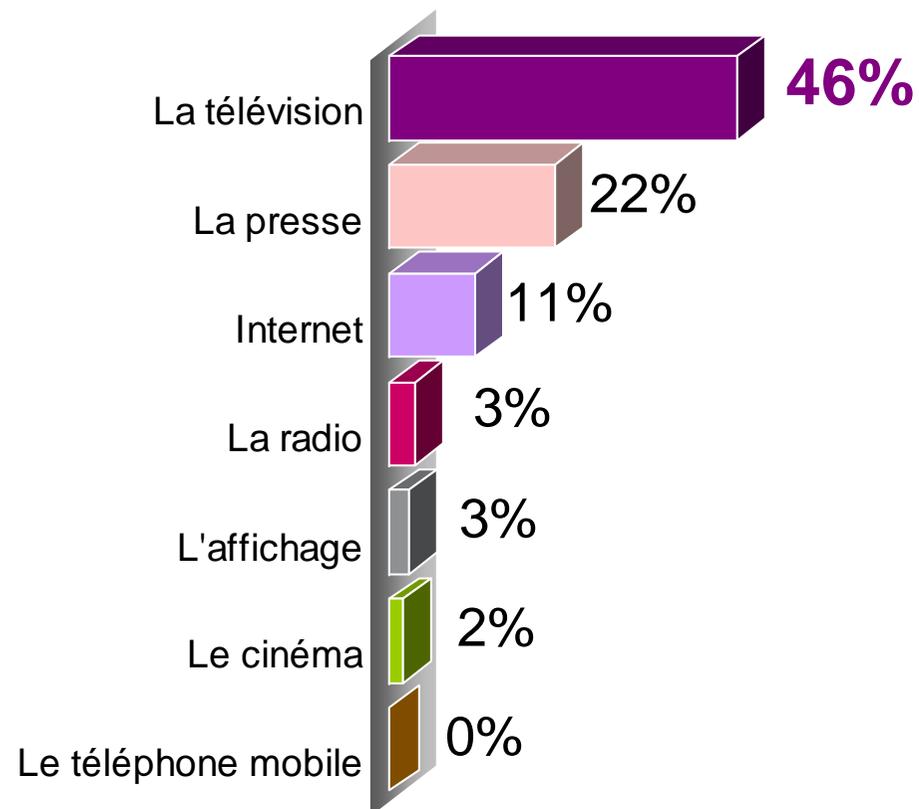


Image de la publicité et incidence sur les marques

Q. Et pour vous, dans quel media, entre la télévision, la radio, la presse, le cinéma, l'affichage, Internet ou le téléphone mobile, la publicité ... ?

Parle mieux des marques qu'on apprécie



Base : 1 007 interviews (Ens.) / En %

Vuàatélé



Image de la publicité et incidence sur les marques

Q. Et pour vous, dans quel media, entre la télévision, la radio, la presse, le cinéma, l'affichage, Internet ou le téléphone mobile, la publicité ... ?

Rend les marques proches de soi

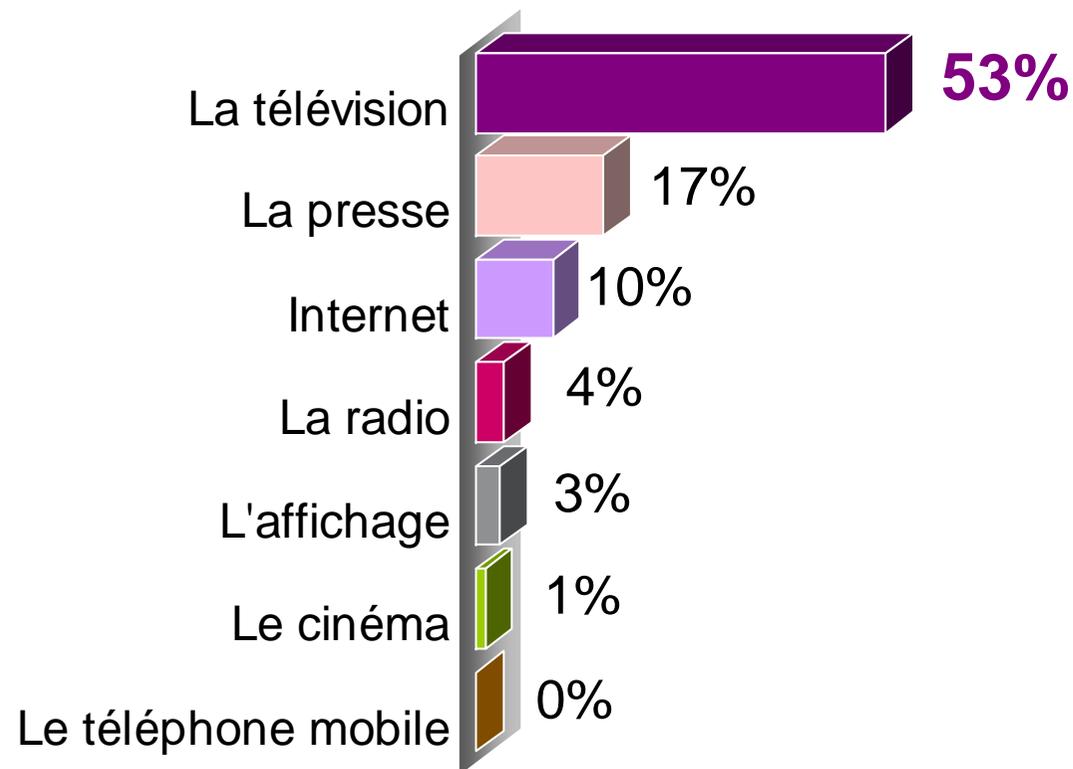


Image de la télévision et de la publicité télévisée en France

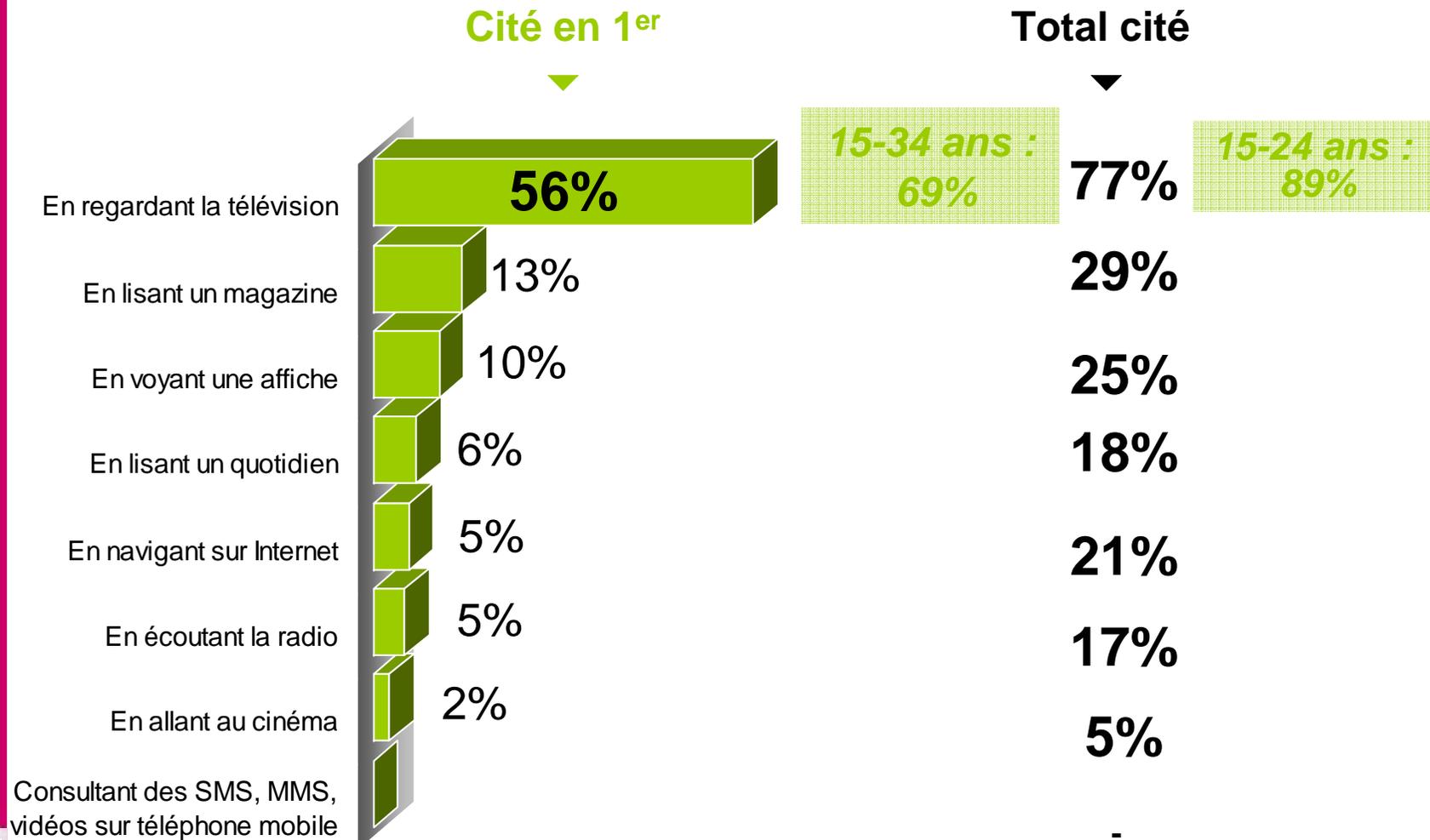


Nivea/Draft fcb Paris

Mémorisation de la publicité

Mémorisation de la publicité

Q. Vous personnellement, diriez-vous que vous vous souvenez plus facilement de la publicité... ?



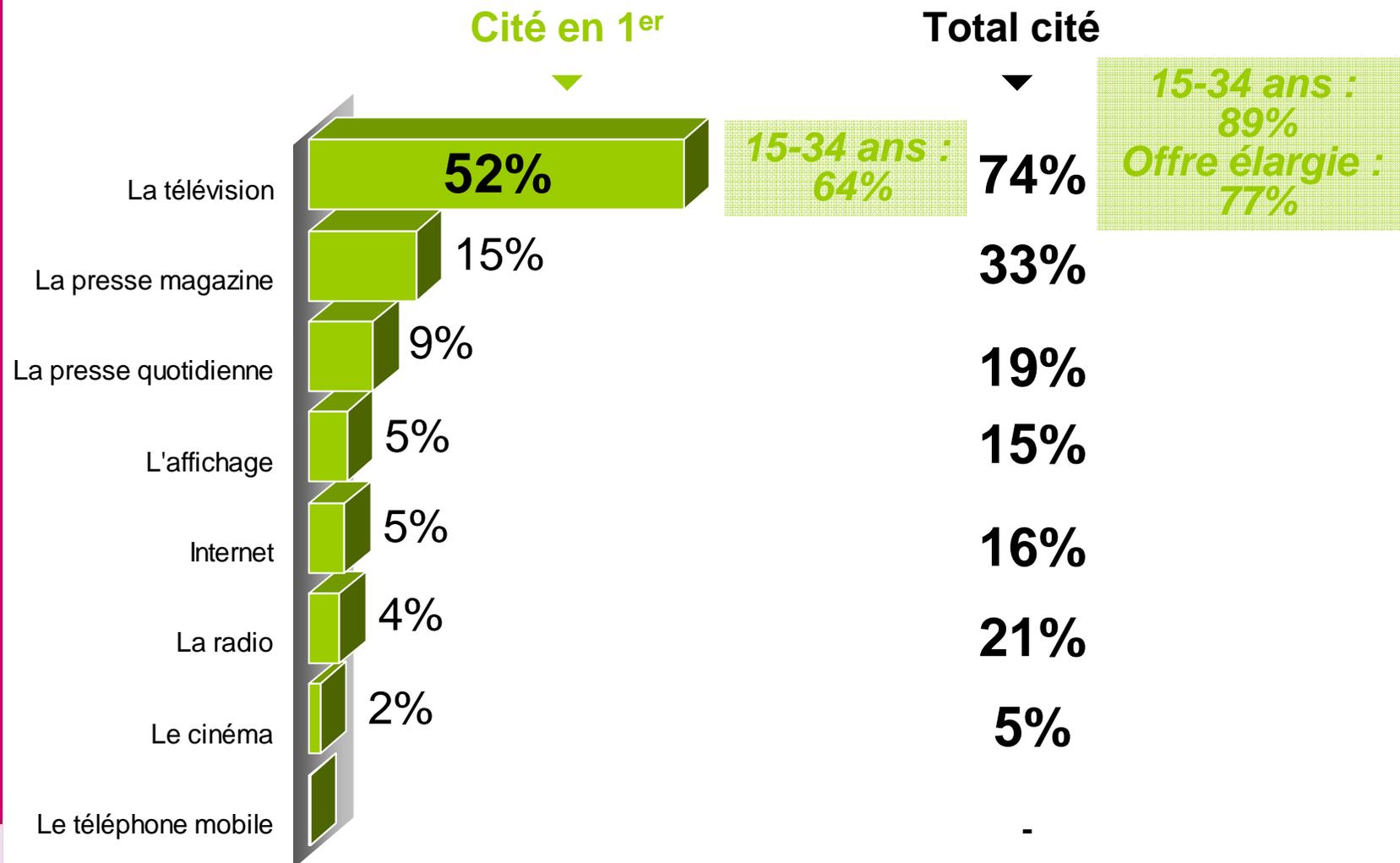
Base : 1 007 interviews (Ens.) / En %

Vu à la télé



Efficacité de la publicité

Q. En tant que consommateur, dans quel media la publicité est-elle la plus efficace pour vous toucher personnellement... ?



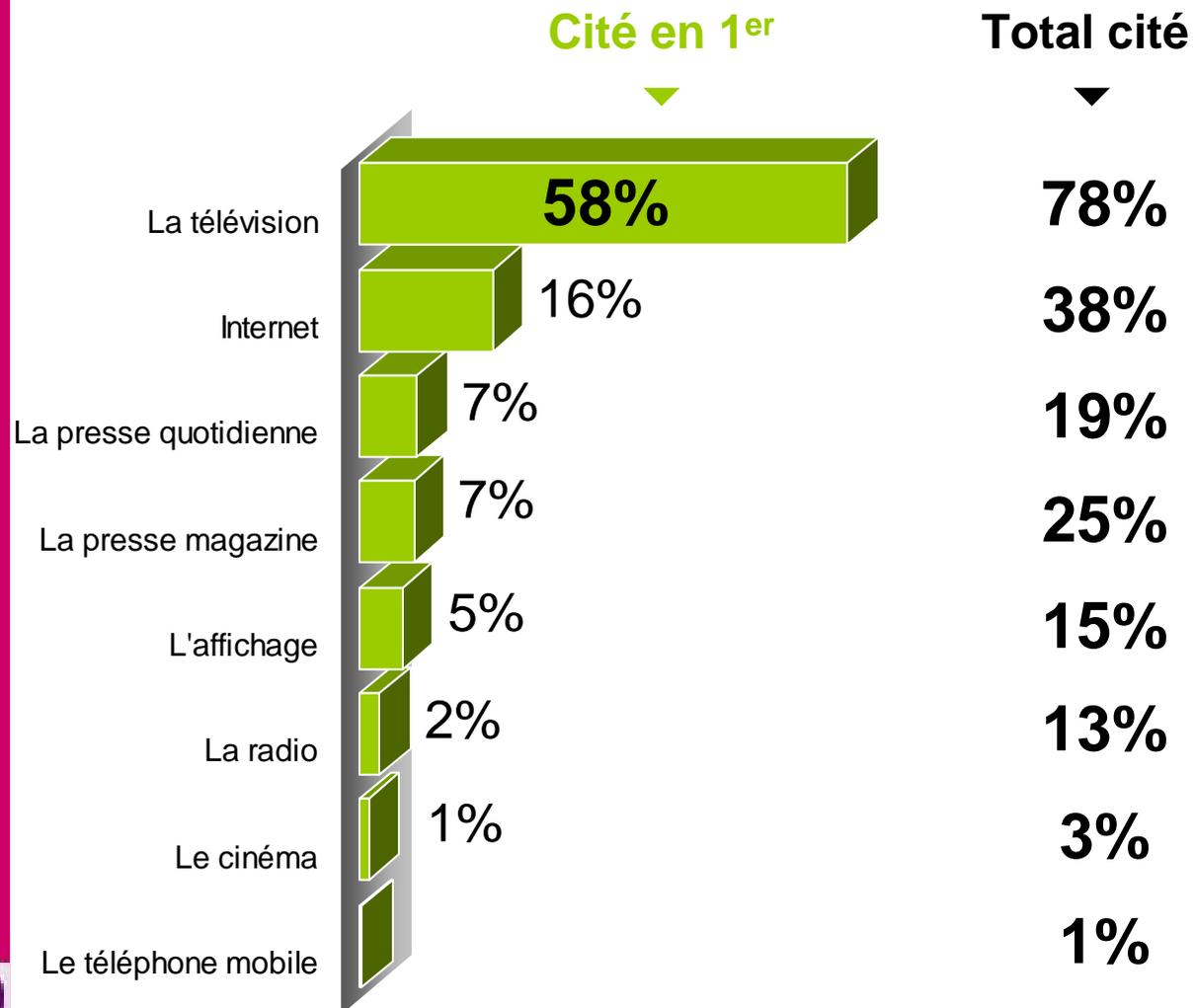
Base : 1 007 interviews (Ens.) / En %

Vu à la télé



Efficacité de la publicité

Q. Si vous étiez un industriel et que vous deviez promouvoir une marque ou un service, quel media choisiriez-vous ?



15-24 ans :
87%
Offre élargie :
81%





**Retrouvez les résultats de
l'étude sur www.snptv.org,
rubrique 'Les + de la TV' /
'Etude d'efficacité'
ou sur www.ipsos.fr**

SNPTV
STATISTIQUE NATIONALE DE LA PUBLICITE TELEVISUEE



Ipsos Media