Vu à la télé

« Focus TV »

Stéphane Martin

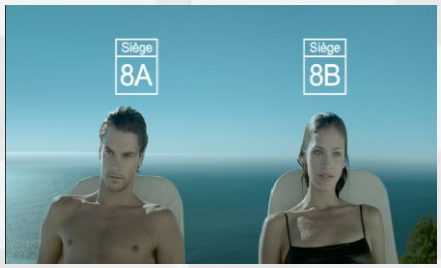
Directeur Délégué

SNPTV

SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE

Jeudi 5 février 2009

Agenda



Audience TV janvier 2009

Les Français et les médias

TV média central au cœur de la maison

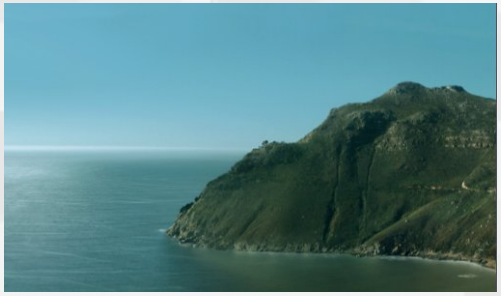
TV média de référence

TV média de l'opinion

TV média de proximité

Q&R

Vu à la télé



Audience TV
Janvier 2009

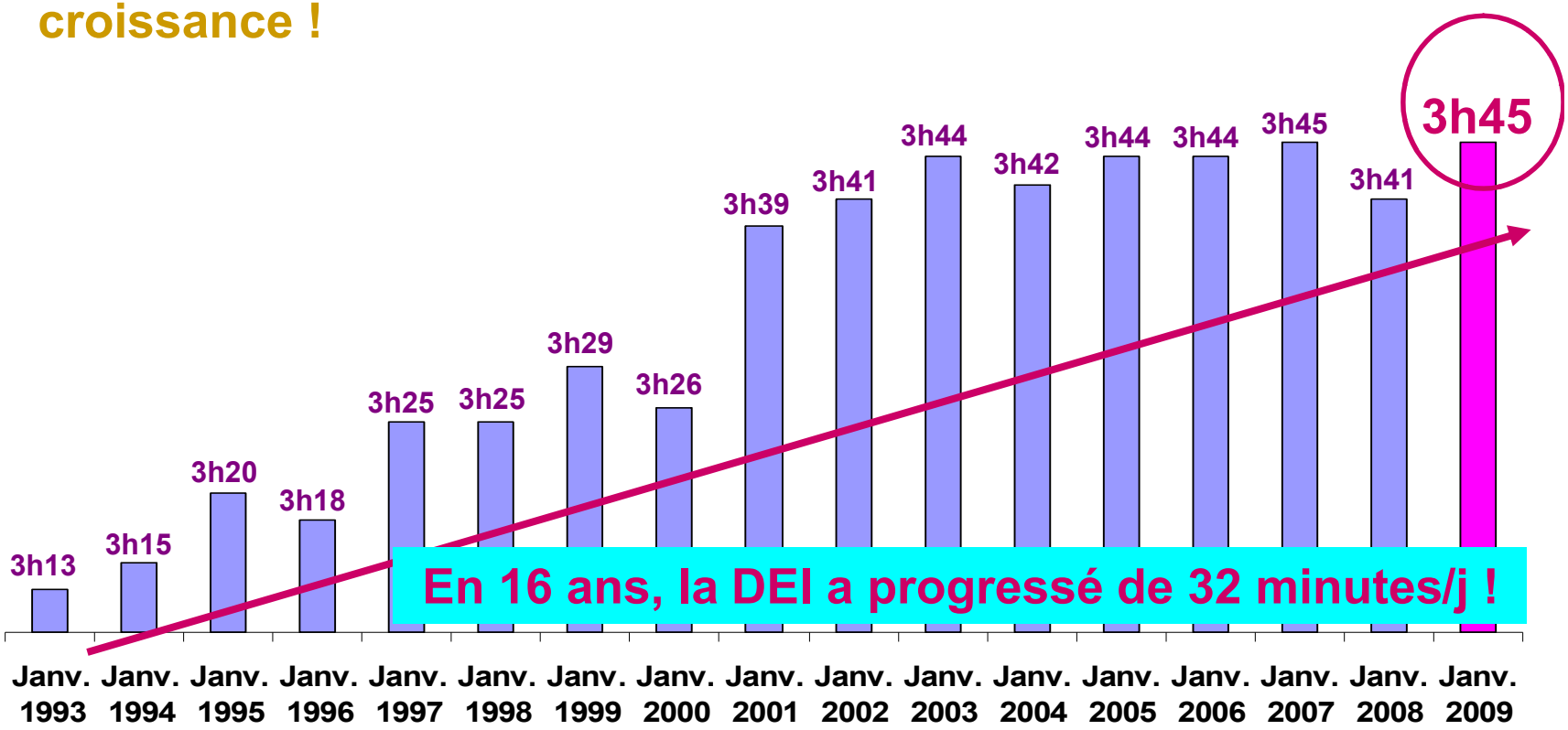
SNPTV
SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE

Audience TV en janvier 2009

Vu à la télé

> 46,7 millions de téléspectateurs par jour !

Une durée d'écoute par individu âgé de '4 ans ou plus' en croissance !



mediametrie

Source : Médiamat/Médiamétrie '4 ans ou +'

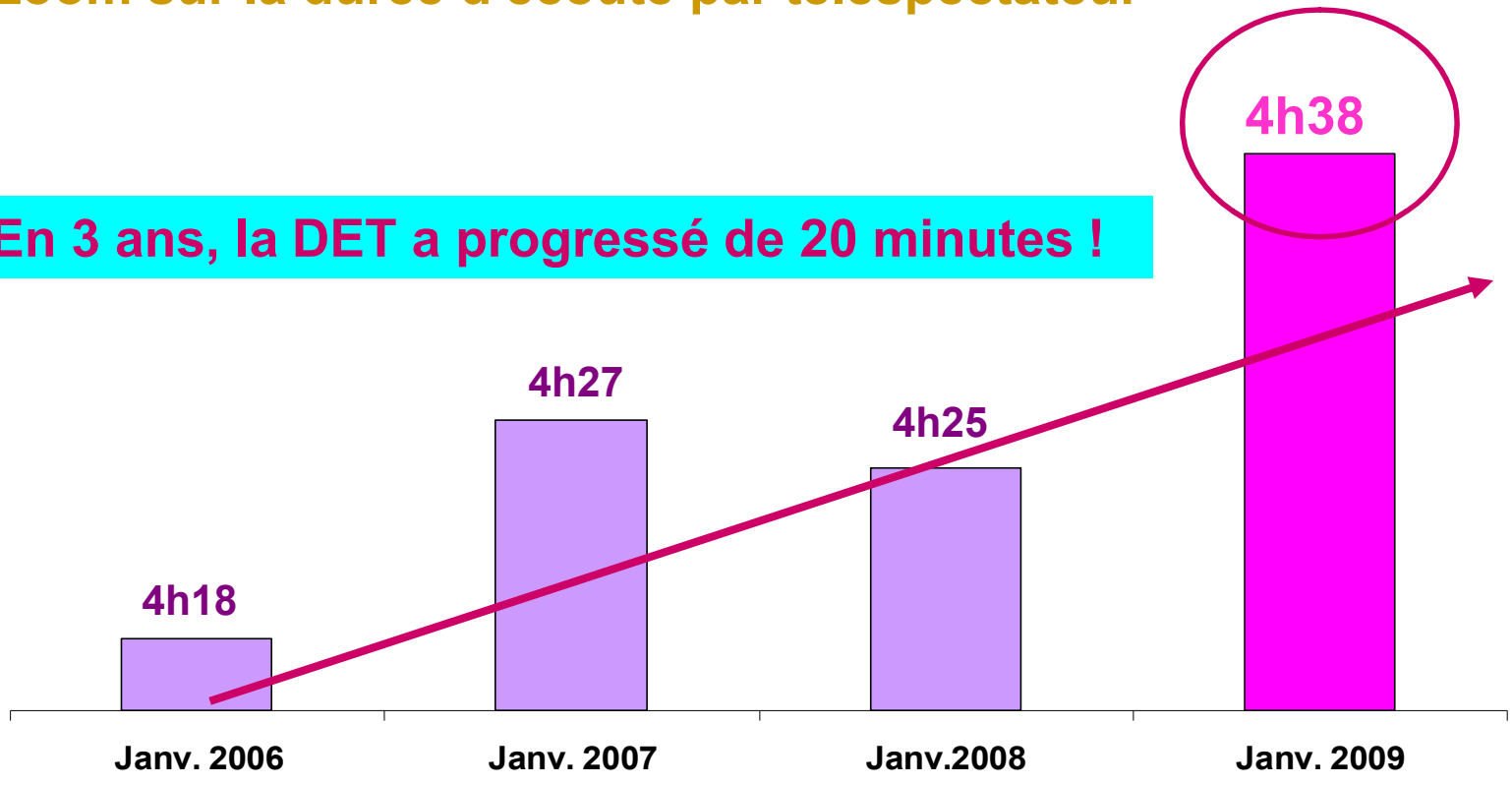
Audience TV en janvier 2009

Vu à la télé

> 46,7 millions de téléspectateurs par jour !

Zoom sur la durée d'écoute par téléspectateur

En 3 ans, la DET a progressé de 20 minutes !

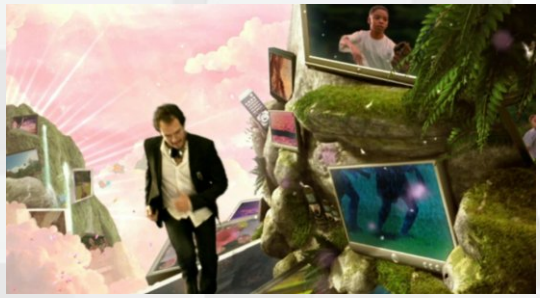


mediametrie

Source : Médiamat/Médiamétrie '4 ans ou +'

Vu à la télé

TV média central au cœur de la maison



FRANCE PUB CONSOMMATEURS
UNE ETUDE GROUPE HERSANT MEDIA
LE MARCHE PUBLICITAIRE FRANÇAIS

SNPTV
SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE

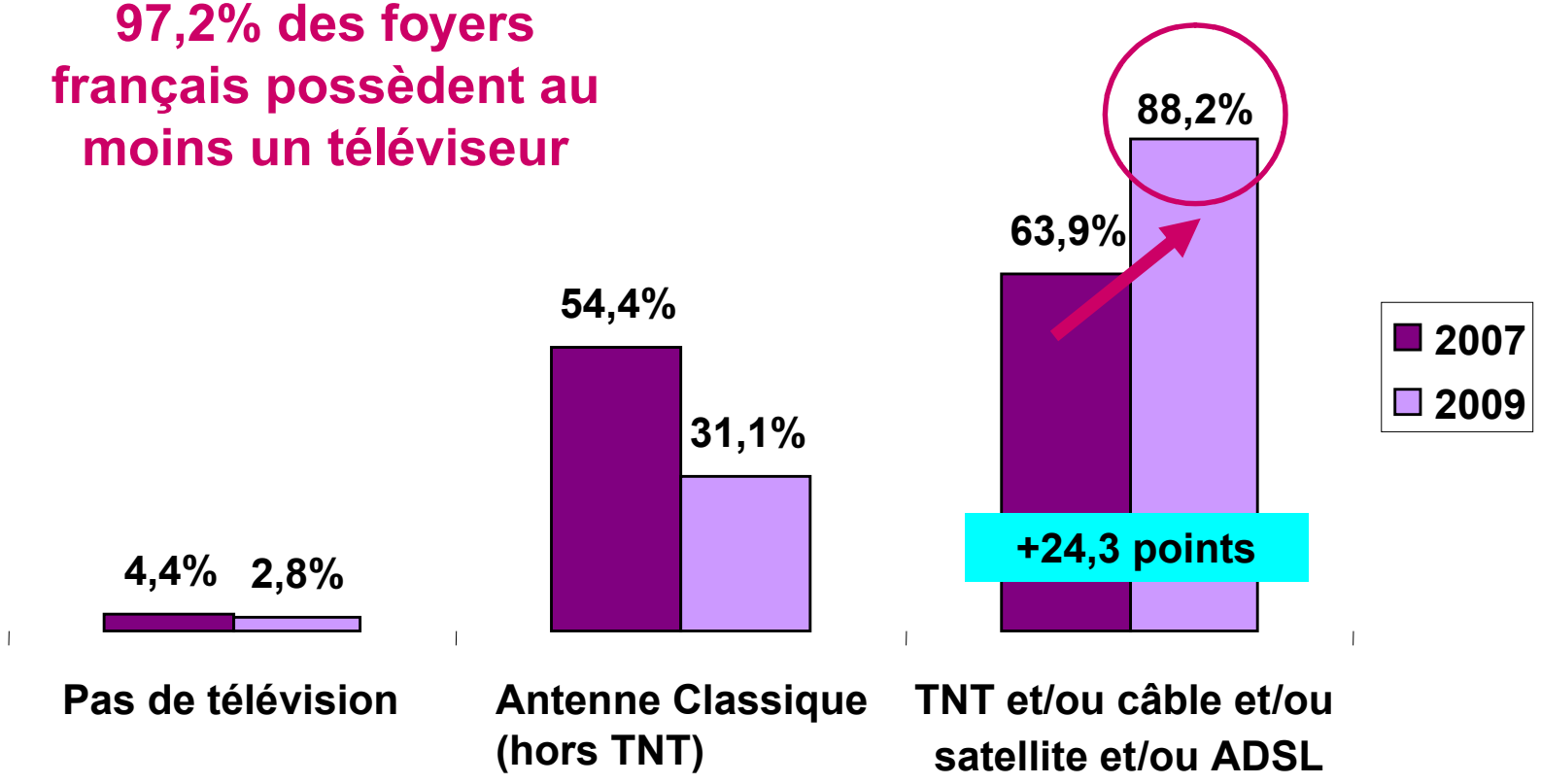
TV média central

Vue latéle

> Équipement

Mode de réception des chaînes de télévision à domicile

97,2% des foyers français possèdent au moins un téléviseur

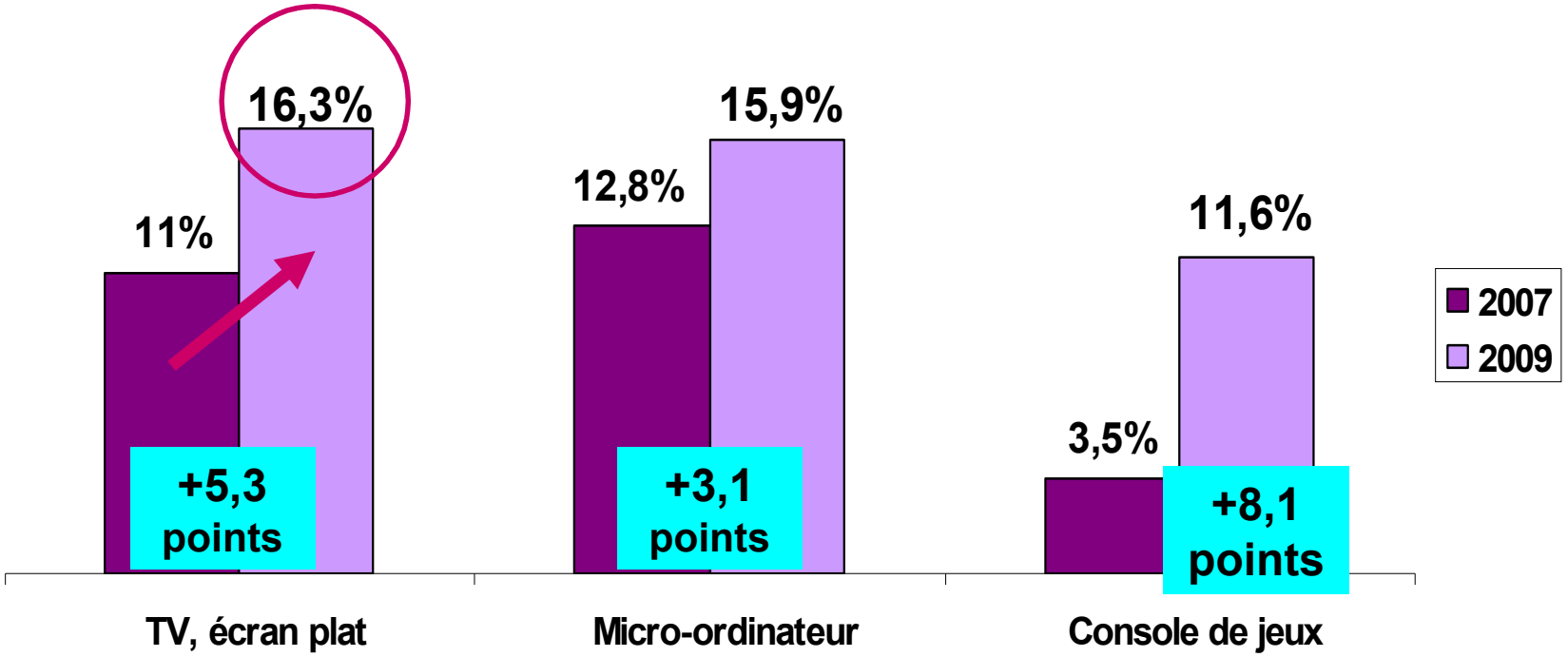


TV média central

Vu la télé

> Succès des écrans

Types d'équipements achetés au cours des 12 derniers mois

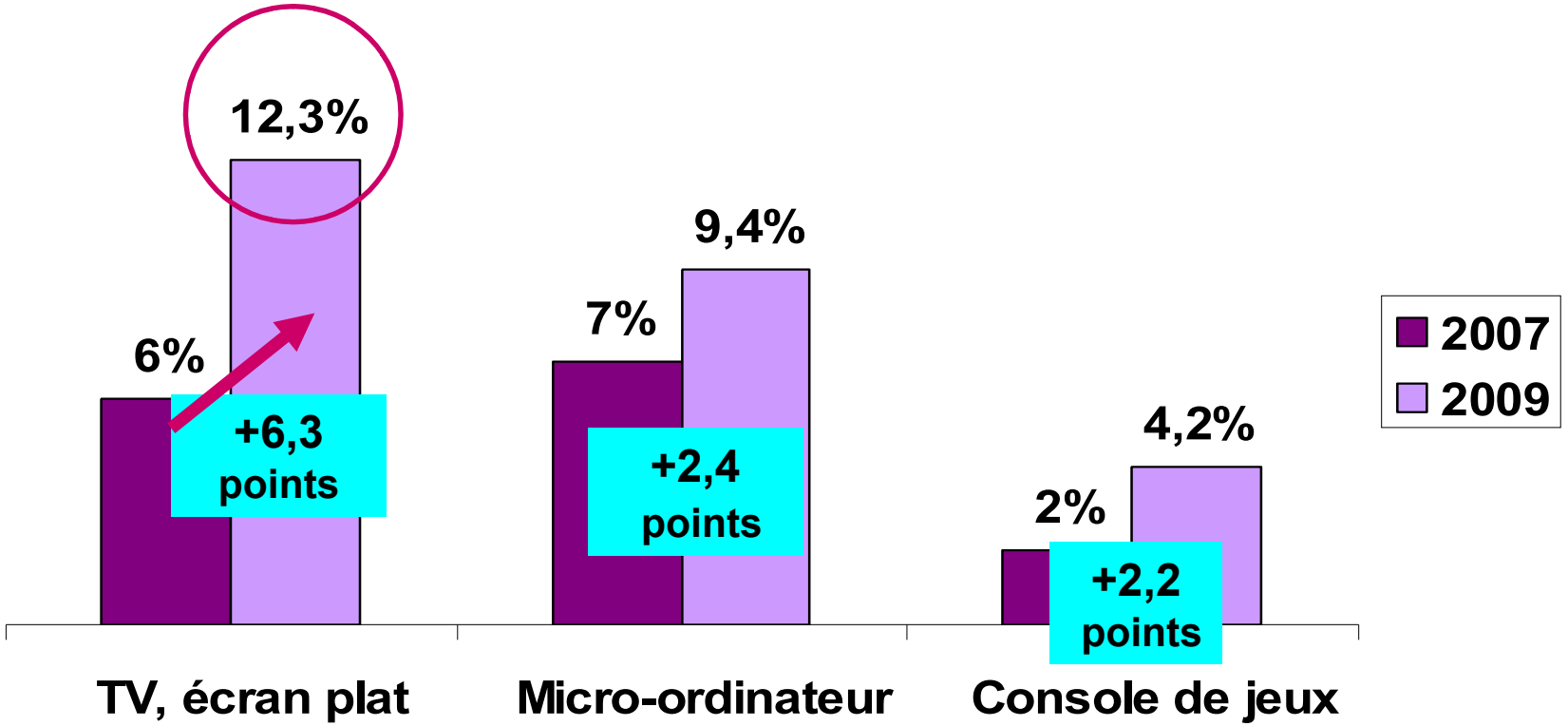


TV média central

Vue latérale

> Succès des écrans

Intention d'achat au cours des 12 prochains mois



Vu à la télé

Les Français et les médias

FRANCE PUB CONSOMMATEURS
UNE ETUDE GROUPE HERSANT MEDIA
LE MARCHE PUBLICITAIRE FRANÇAIS

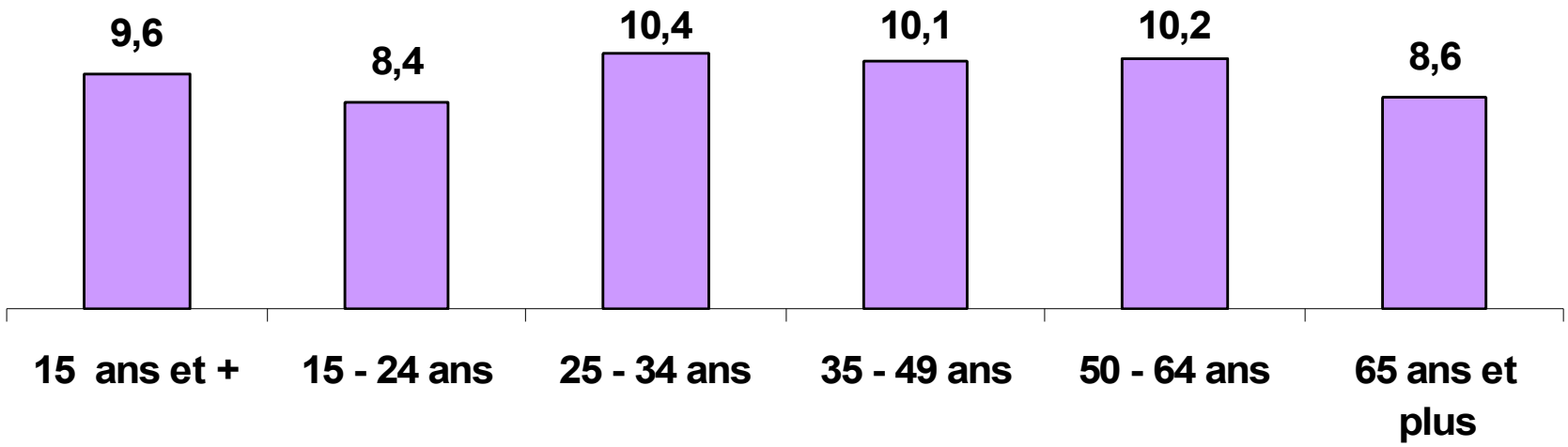
SNPTV
SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE

Le parcours d'information

Vue latérale

> Les sources d'information des Français

Moyens d'information utilisés pour se faire une opinion (sport, économie, culture…)



11,4 moyens d'information pour les cadres

10,3 moyens d'information pour les équipés Internet

Vu à la télé

TV média

de référence

FRANCE PUB CONSOMMATEURS
UNE ETUDE GROUPE HERSANT MEDIA
LE MARCHÉ PUBLICITAIRE FRANÇAIS

SNPTV
SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE

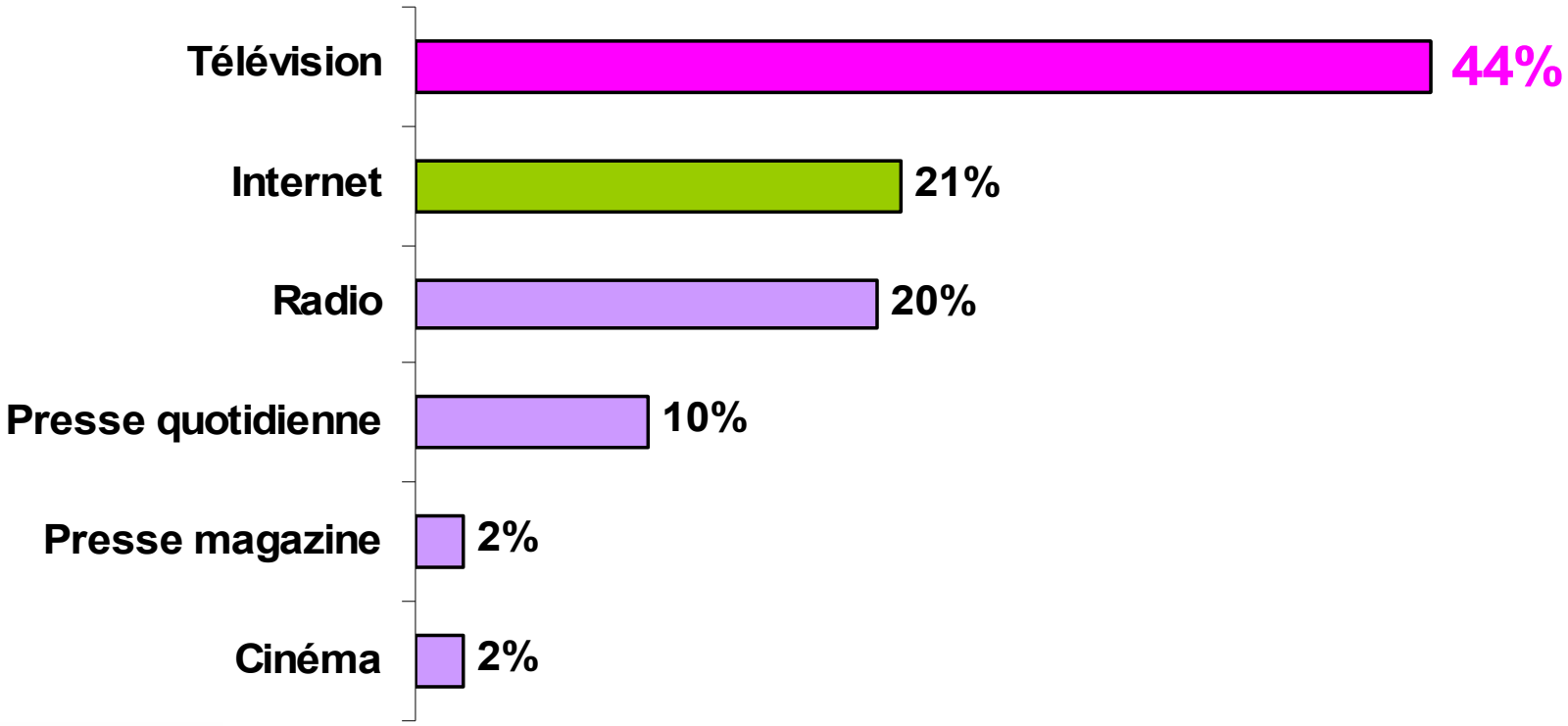
TV média de référence

Valatélé

> Quel que soit le sujet, la TV reste le média de référence !

Q. Pour chacune des phrases que je vais vous citer, pouvez-vous me dire à quel média 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



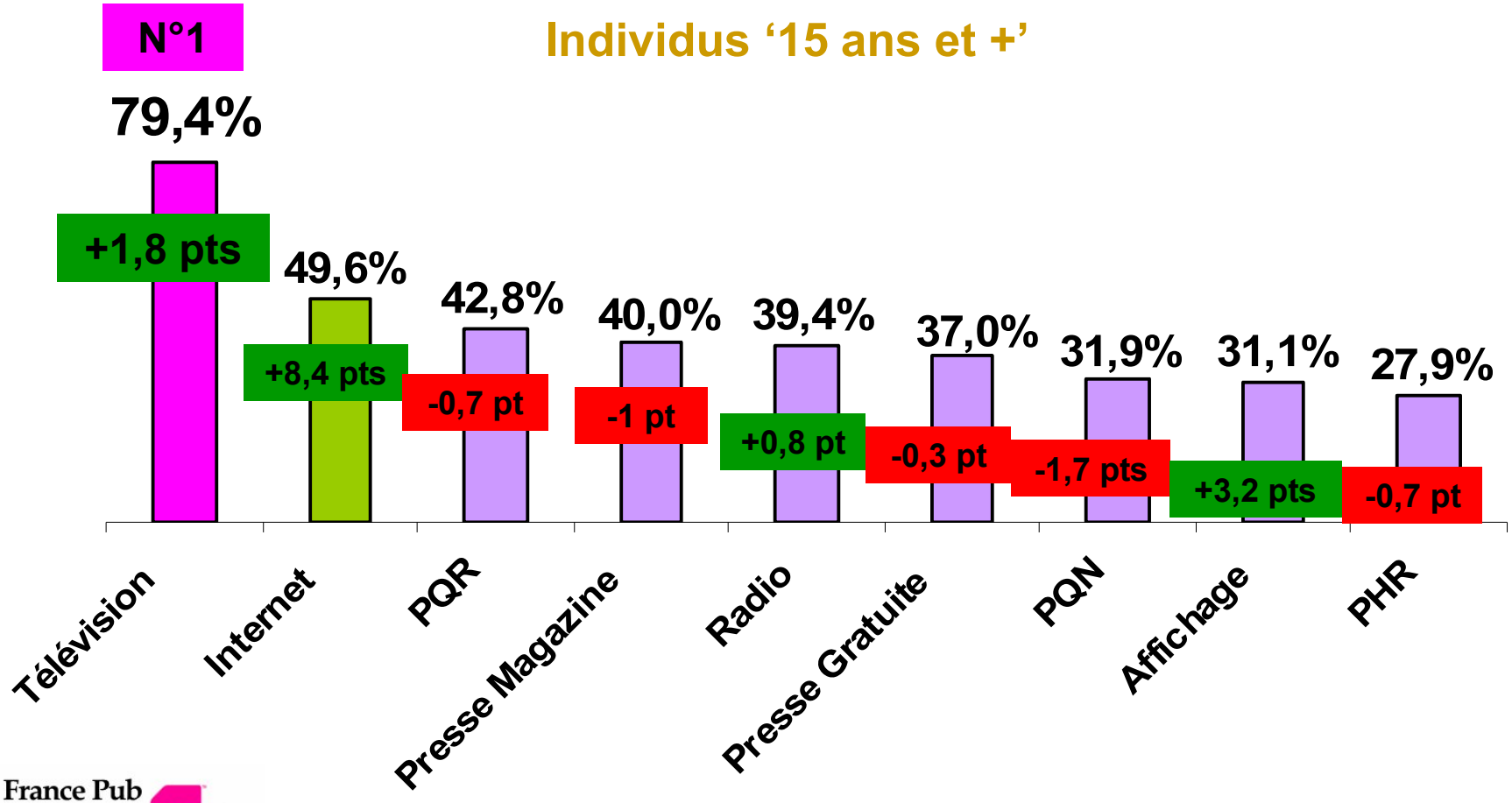
Ipsos Media

Base : SNPTV/Ipsos Media – 2008 - 1007 interviews (Ens.) / En %

TV média de référence

Vu à la télé

> La TV, 1er moyen d'information toutes tranches d'âges pour choisir un produit /service ou pour se faire une opinion (évolution sur 18 mois)



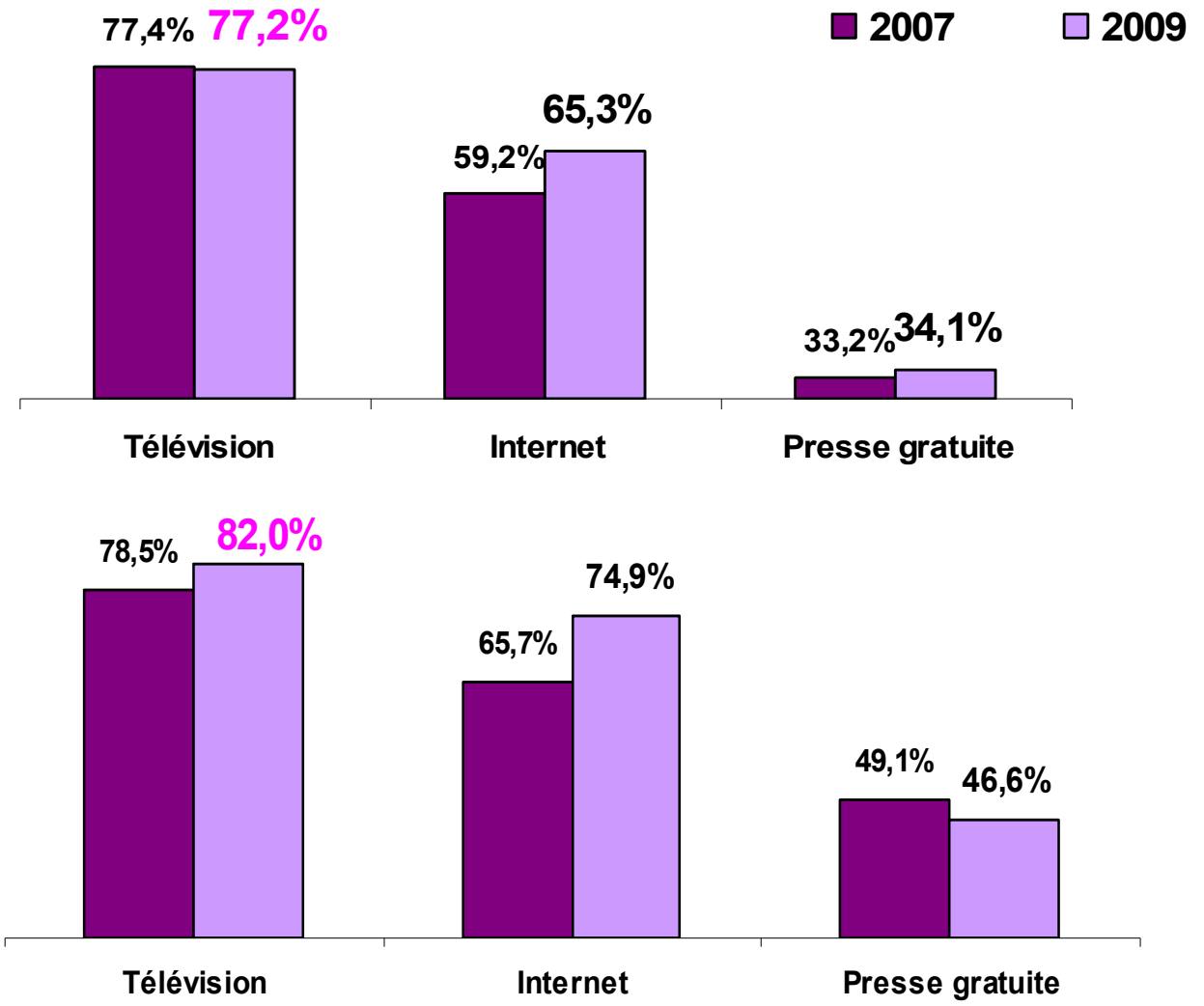
France Pub 2009 tns sofres

Base : individus (hors bouche à oreille = 59,4%)

TV média de référence

> La TV, 1er moyen d'information pour choisir un produit /service ou pour se faire une opinion *(vs* printemps 2007*)*

TOP 3



Base individus

Vu à la télé

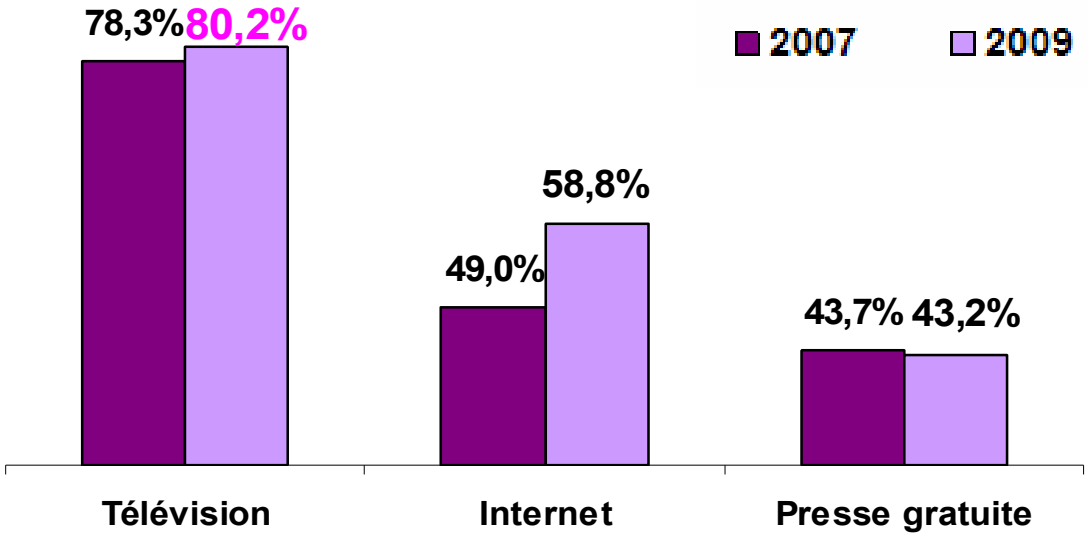
TV média de référence

> La TV, 1er moyen d'information pour choisir un produit /service ou pour se faire une opinion, pour toutes les tranches d'âges

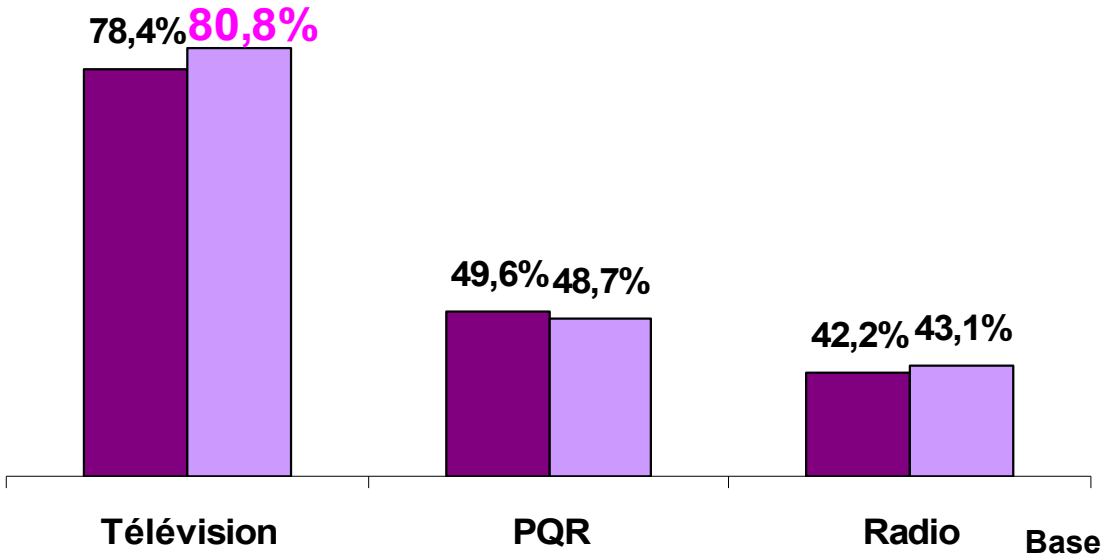
Vu à la télé

TOP 3

35-49 ans



50-64 ans



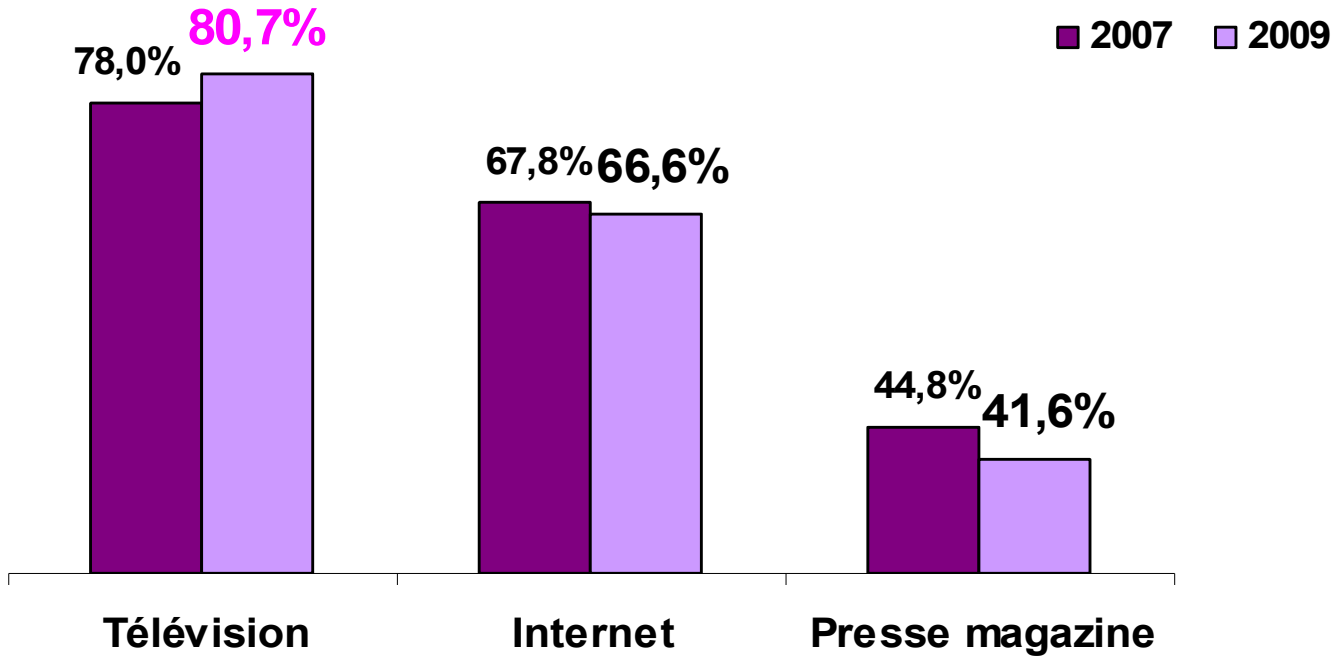
Base individus

TV média de référence

> Auprès des individus ayant un accès Internet, la TV est le 1er moyen d'information pour choisir un produit/service ou pour se faire une opinion.

TOP 3

Accès à Internet



Vu à la télé

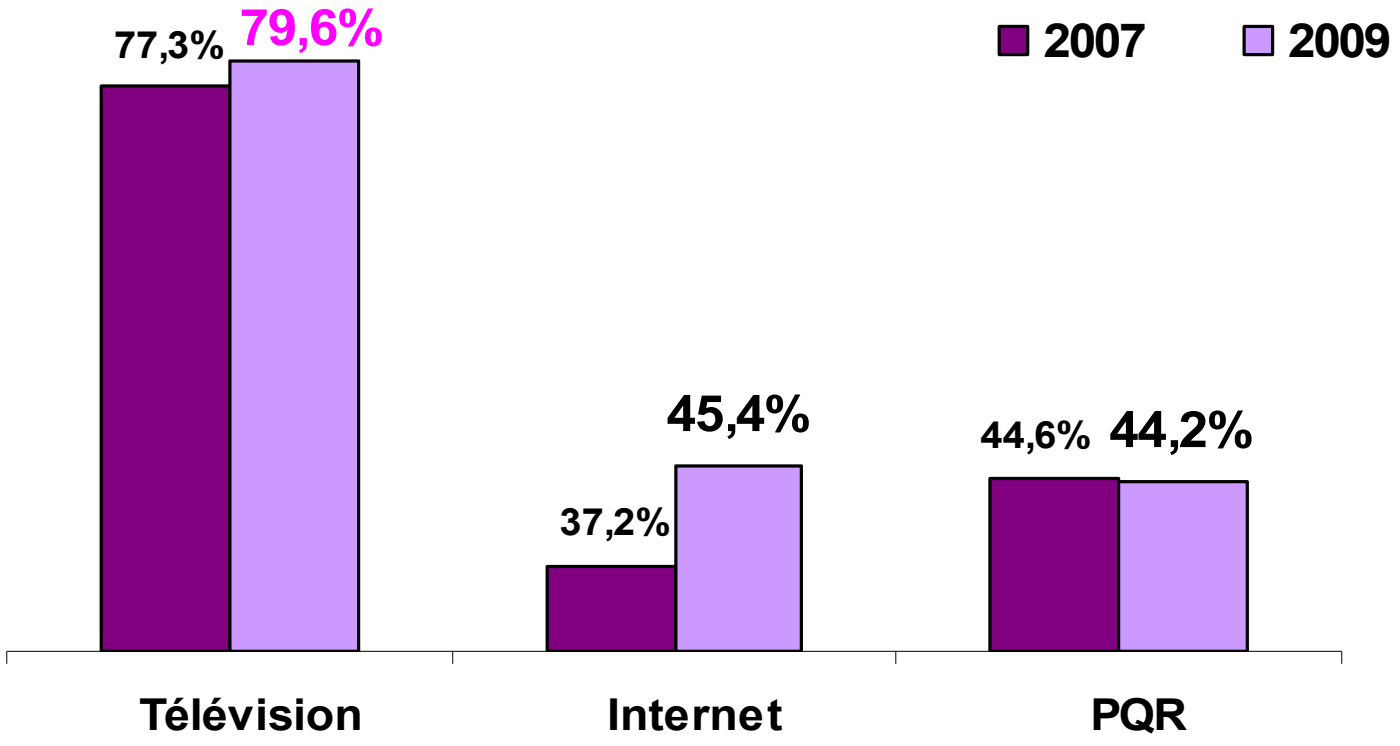
Base individus

TV média de référence

> Auprès des responsables des achats du foyer, la TV est le 1er moyen d'information pour choisir un produit/service ou pour se faire une opinion.

TOP 3

Responsables des achats

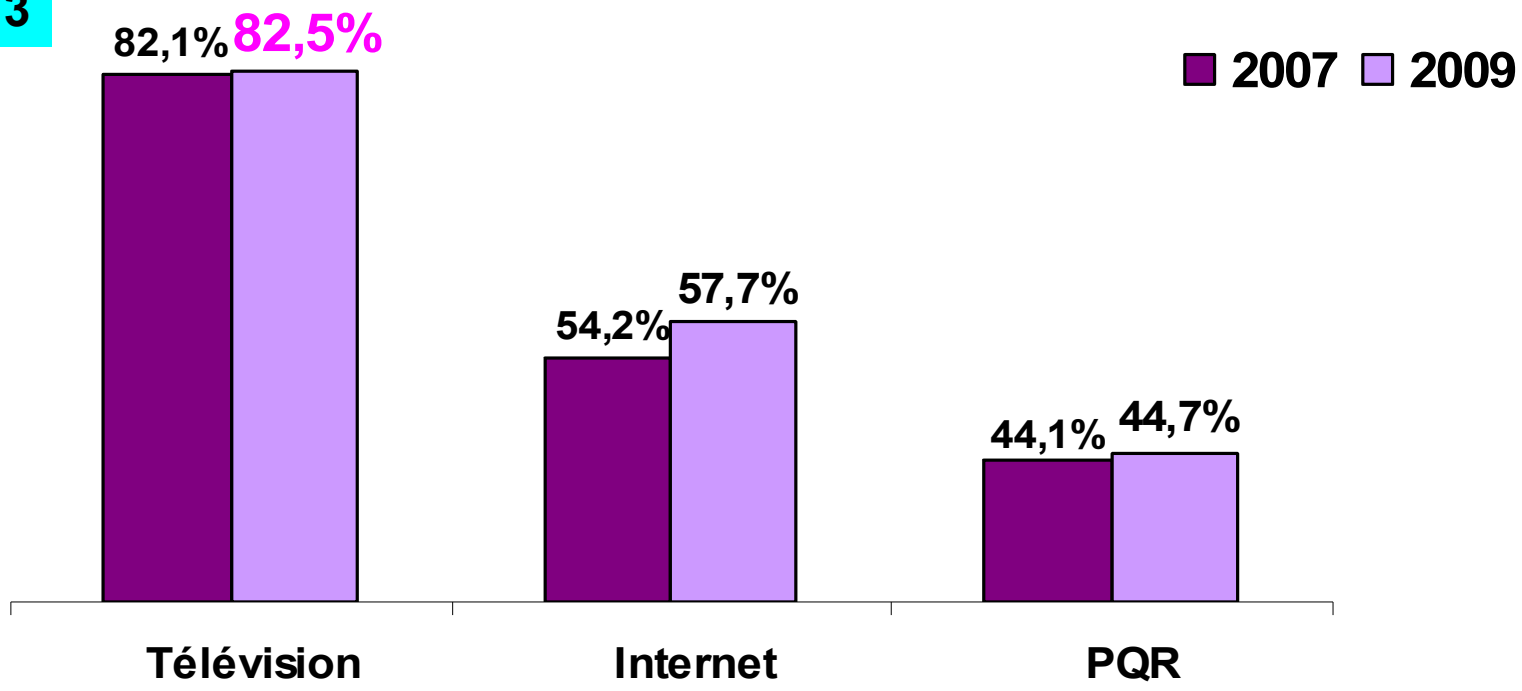


TV média de référence

Vu à la télé

> Auprès des individus ayant l'intention d'acheter, au cours des 12 prochains mois, un bien d'équipement de loisirs (TV, ordinateur, console…), **la TV est le 1er moyen d'information pour choisir un produit/service ou pour se faire une opinion.**

TOP 3



France Pub 2009 tns sofres

Base individus

Vu à la télé

TV Media

de l'opinion

FRANCE PUB CONSOMMATEURS
UNE ETUDE GROUPE HERSANT MEDIA
LE MARCHÉ PUBLICITAIRE FRANÇAIS

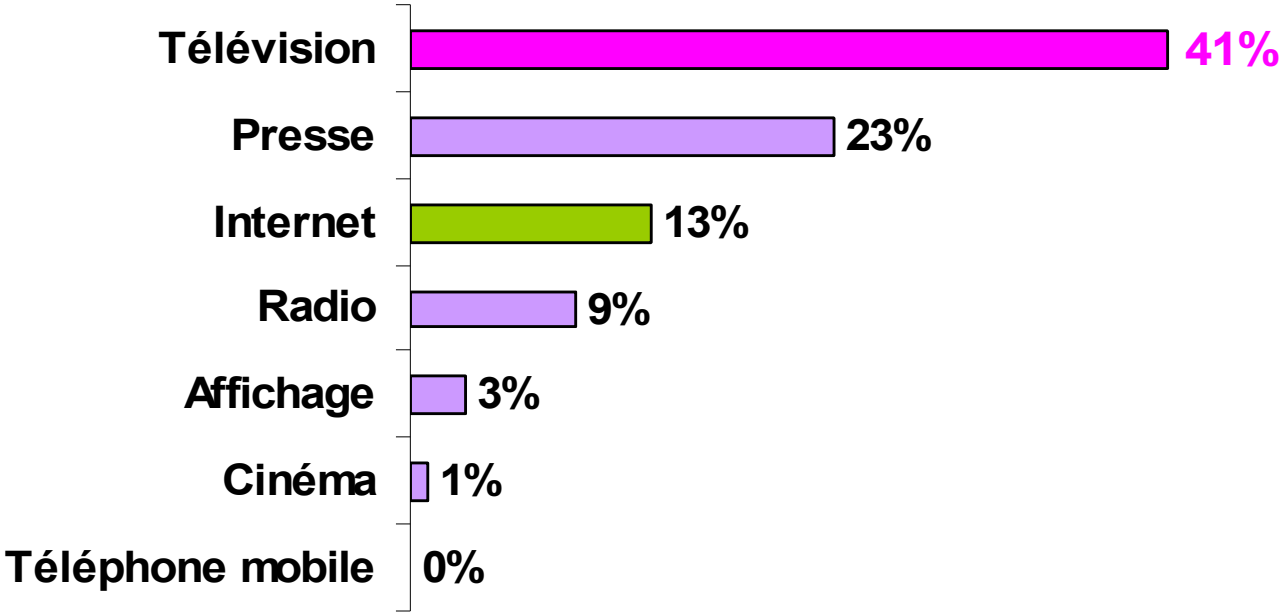
SNPTV
SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE

TV média de l'opinion

> Quel que soit le sujet, la TV reste le média de référence !

Q. Et pour vous, dans quel média, 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



Vu à la télé

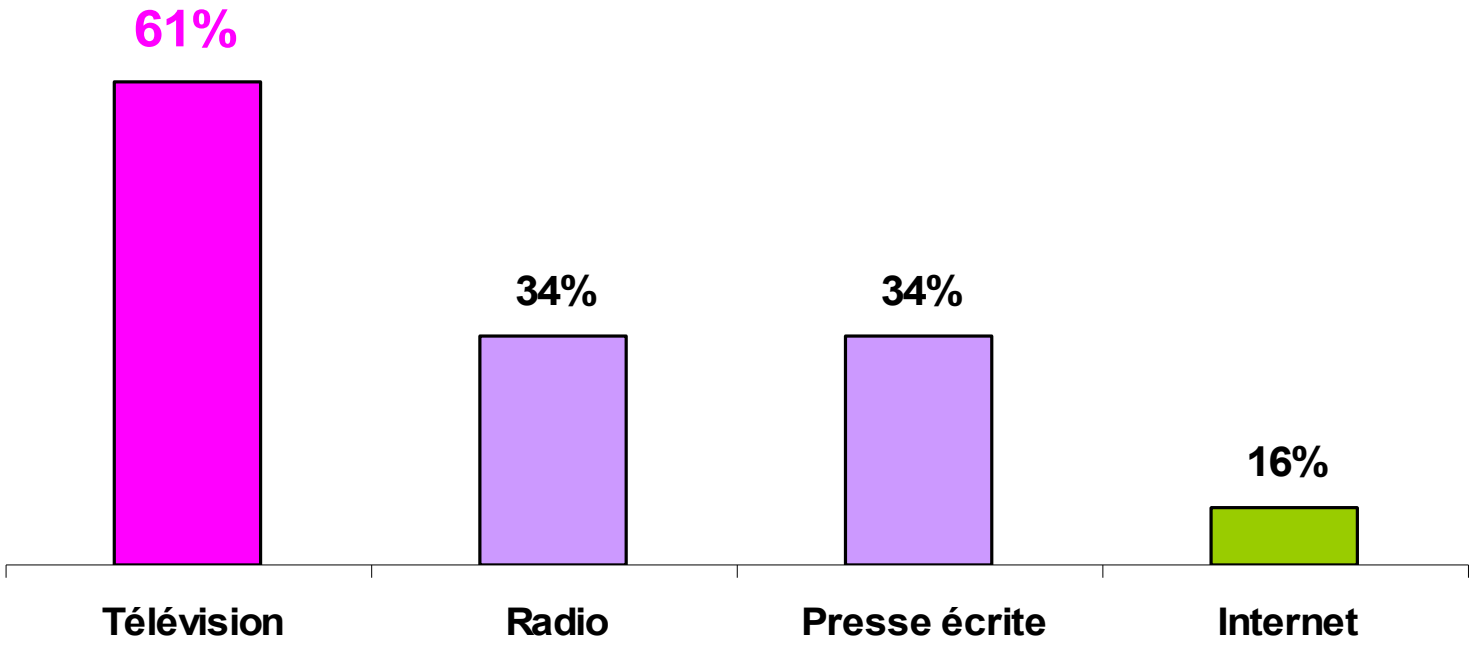
Ipsos Media

Base : SNPTV/Ipsos Media – 2008 - 1007 interviews (Ens.) / En %

TV média de l'opinion

> Quel que soit le sujet, la TV reste le média de référence !

Pour suivre l'information et l'actualité, quels sont les médias qui vous informent le mieux?



Total supérieur à 100, deux réponses possibles

Base : Français

Source : Ipsos/20 minutes « Les Français jugent l'actualité du 1er semestre 2008 »

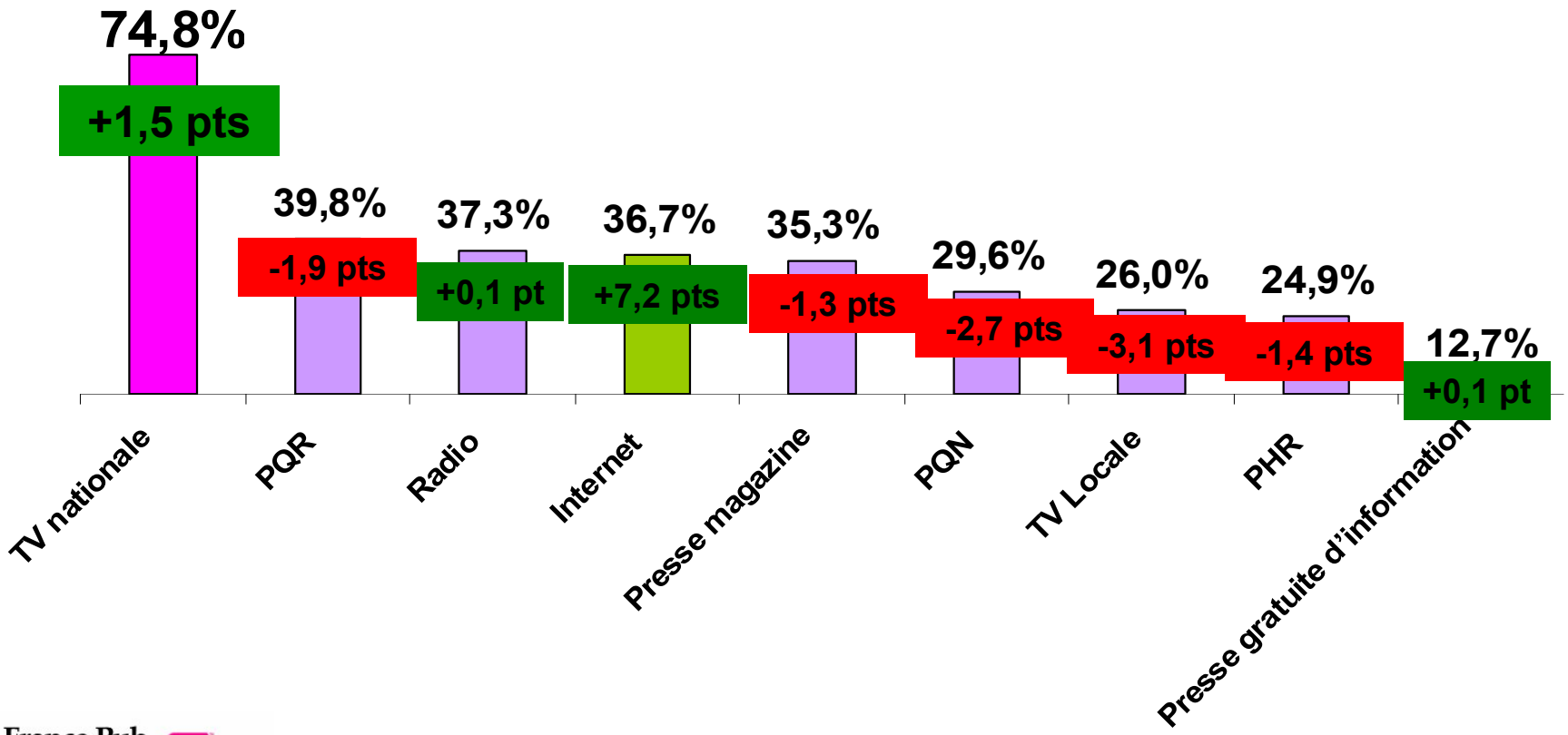
TV média de l'opinion

Vu à la télé

> Quel que soit le sujet, la TV reste le média de référence !

Moyens d'informations les plus utiles pour se faire une opinion

15 ans et +



France Pub 2009

tns sofres

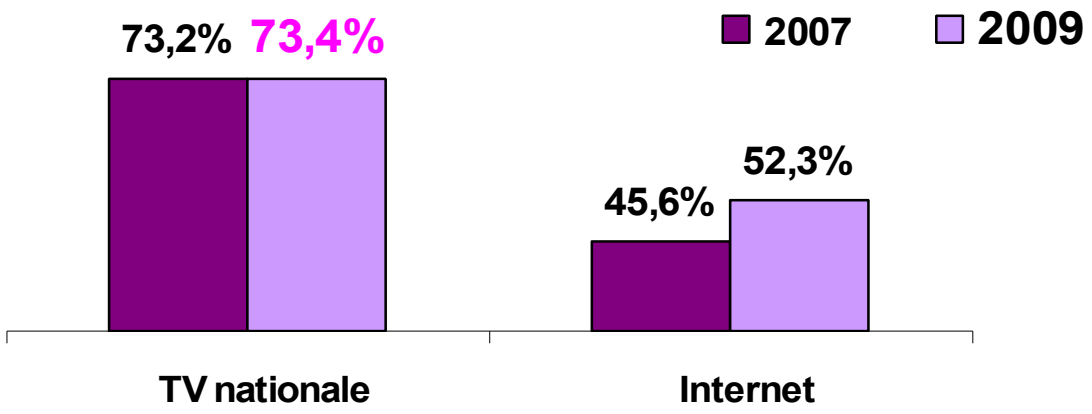
Base individus (hors bouche à oreille = 34,6%)

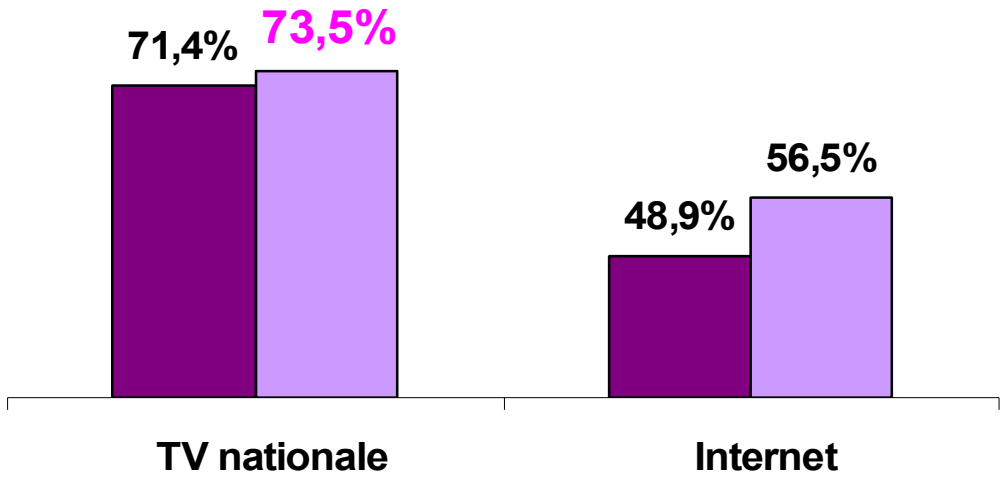
TV média de l'opinion

> Quel que soit le sujet, la TV reste le média de référence pour toutes les tranches d'âges!

Vu à la télé

Les 2 moyens d'informations les plus utiles pour se faire une opinion





France Pub 2009 tns sofres

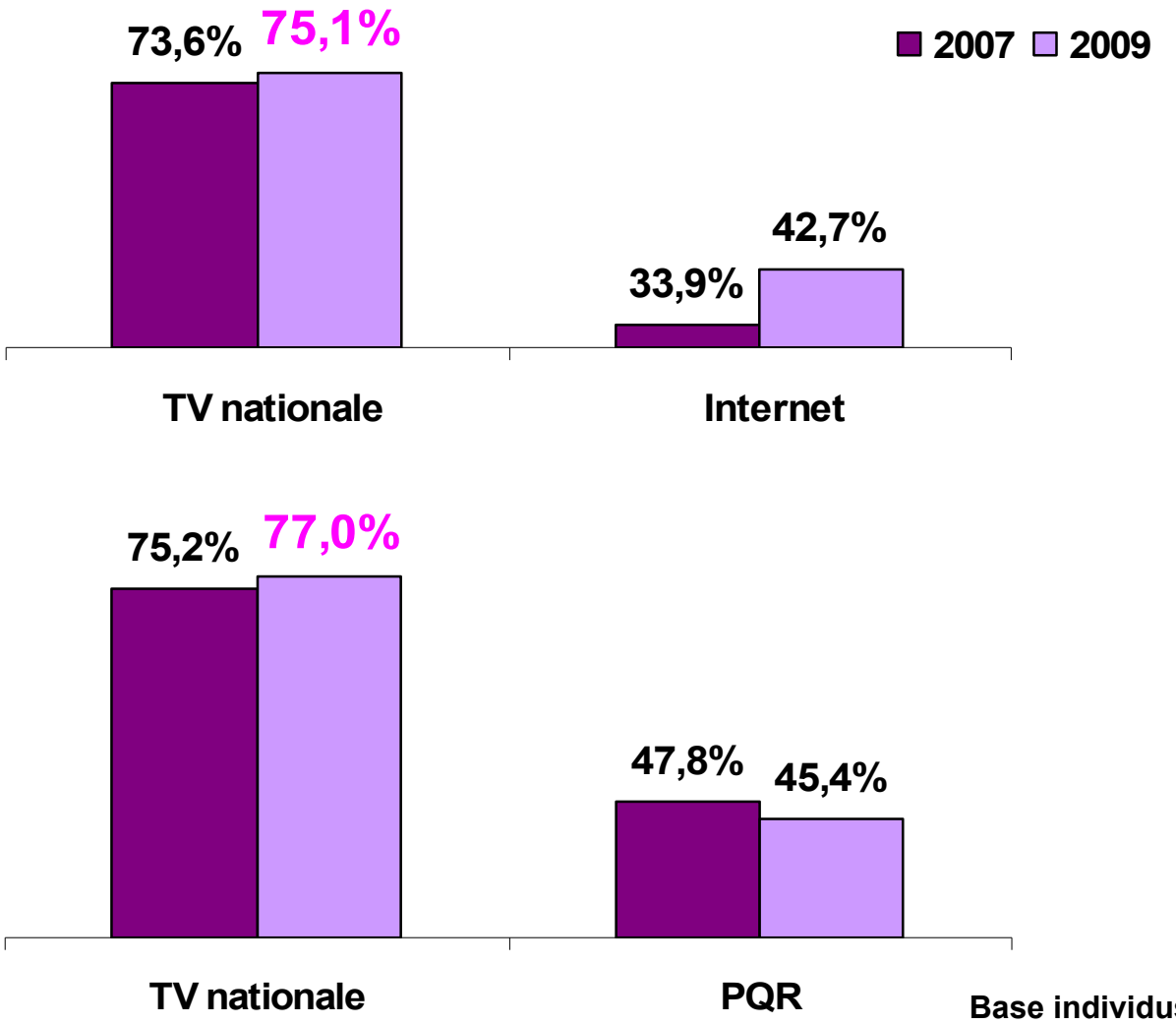
Base individus

TV média de l'opinion

Vu à la télé

> Quel que soit le sujet, la TV reste le média de référence pour toutes les tranches d'âges!

Les 2 moyens d'informations les plus utiles pour se faire une opinion

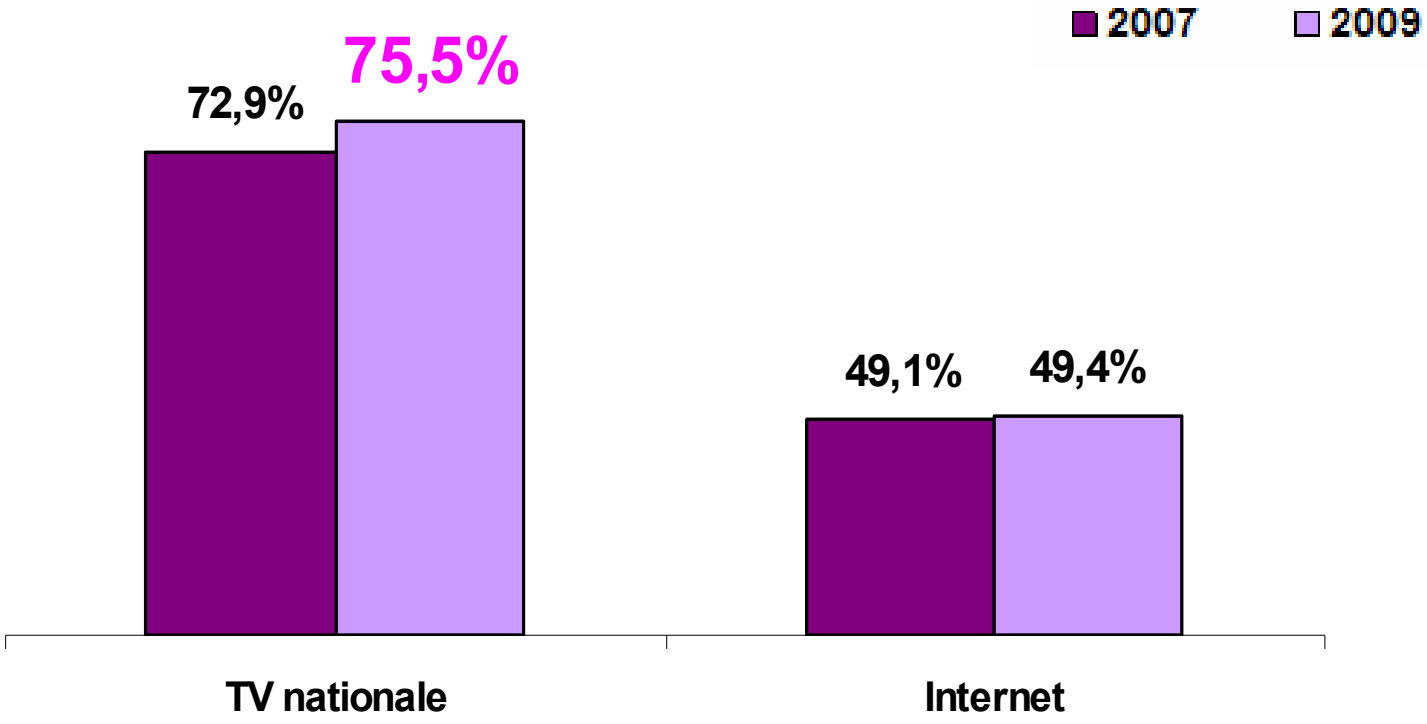


Base individus

TV média de l'opinion

> Auprès des individus ayant un accès Internet, la TV est le 1er moyen d'information pour se faire une opinion.

Individus ayant accès à Internet



Vu à la télé

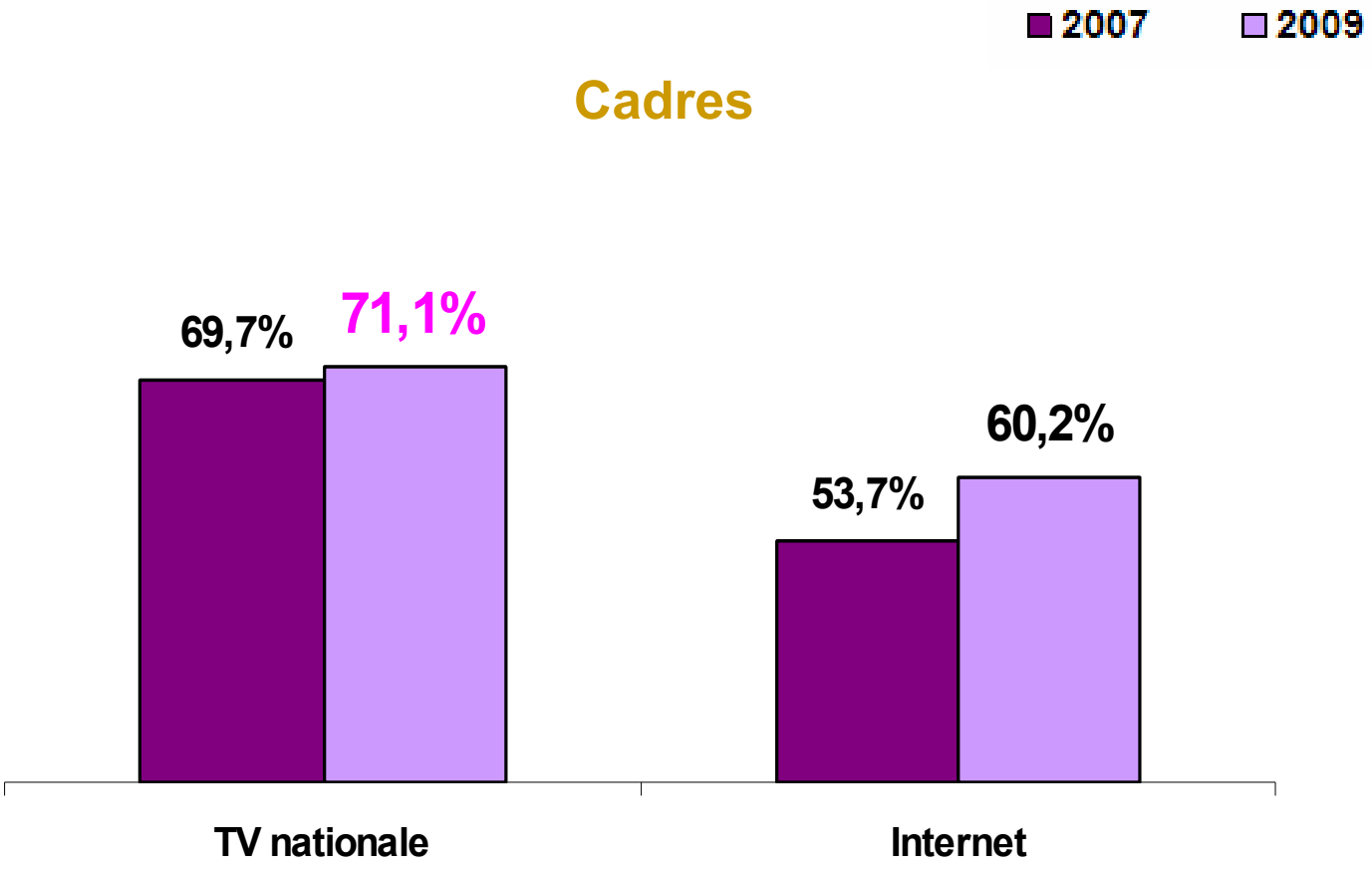
France Pub 2009

tns sofres

Base individus

TV média de l'opinion

> Auprès des cadres, la TV est le 1er moyen d'information pour se faire une opinion.



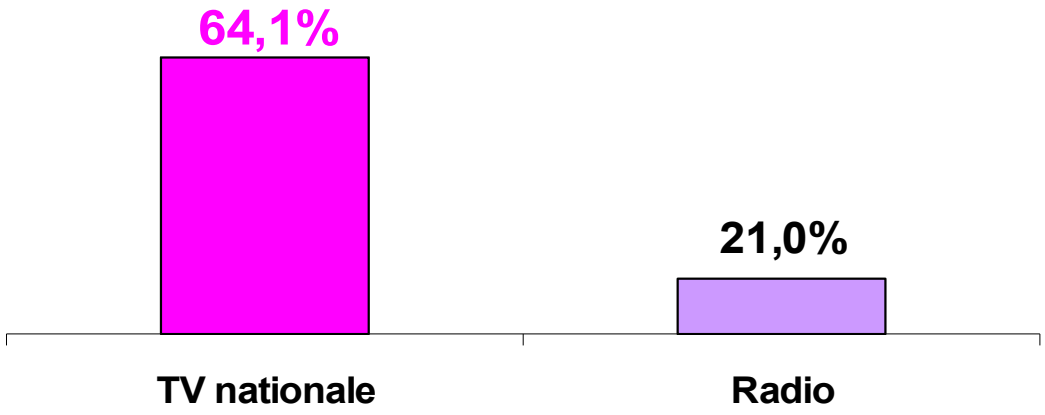
Vu à la télé

TV média de l'opinion

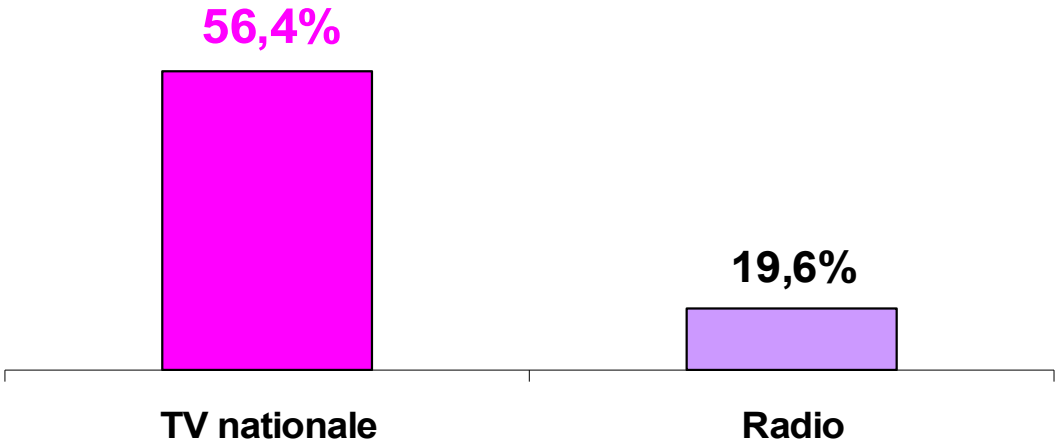
> Quel que soit le sujet, la TV est le média de référence pour se faire une opinion !

Les 2 moyens d'informations les plus utiles pour se faire une opinion

La politique nationale



Le Sport



Base individus

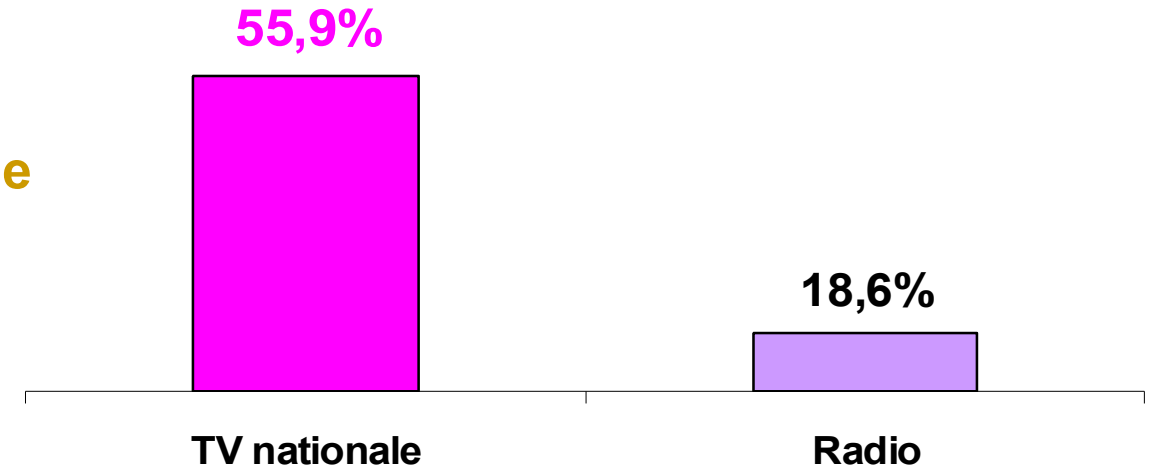
TV média de l'opinion

Vu à la télé

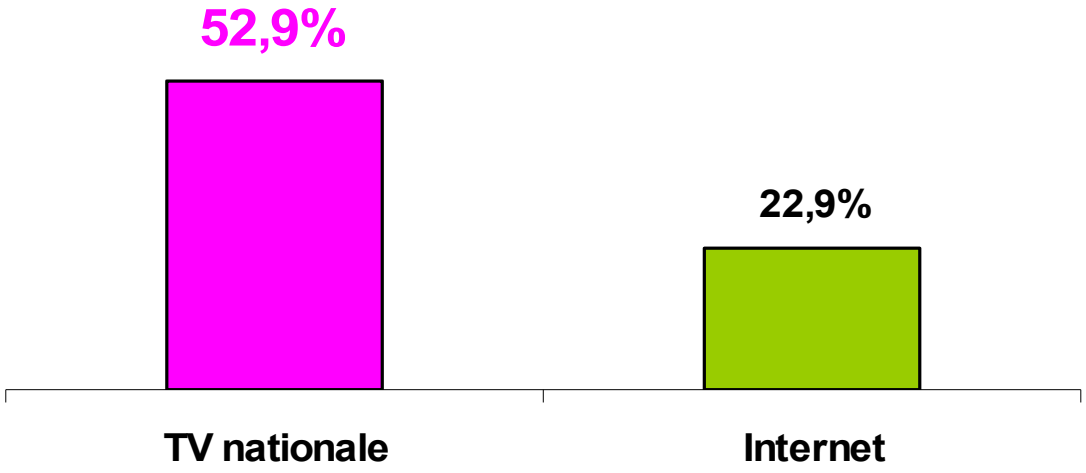
> Quel que soit le sujet, la TV est le média de référence pour se faire une opinion !

Les 2 moyens d'informations les plus utiles pour se faire une opinion

L'actualité sociale



Médecine / Santé



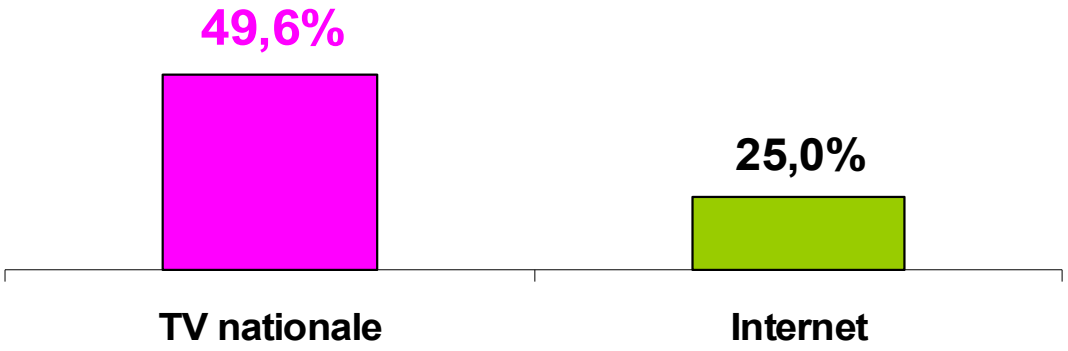
Base individus

TV média de l'opinion

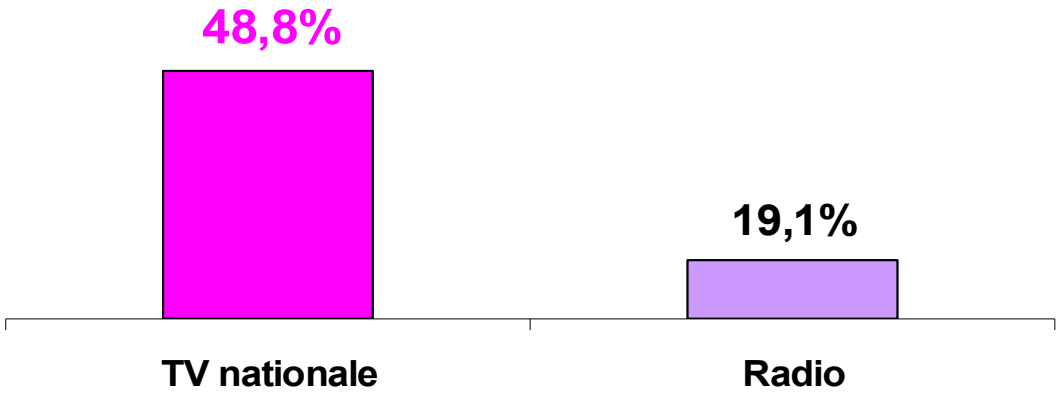
> Quel que soit le sujet, la TV est le média de référence pour se faire une opinion !

Les 2 moyens d'informations les plus utiles pour se faire une opinion

Science et technologie



L'économie et la finance



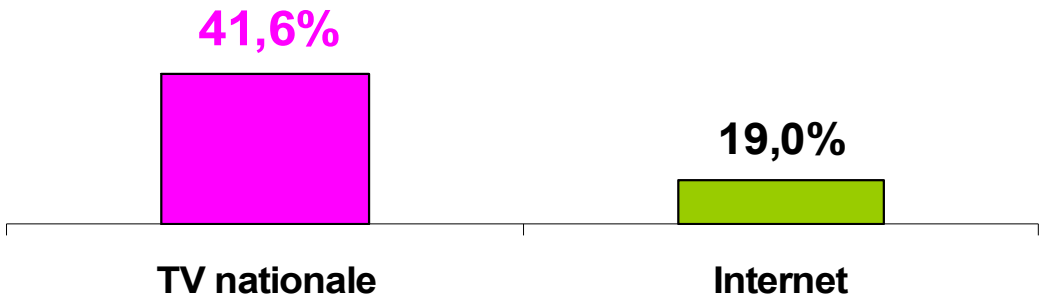
Base individus

TV média de l'opinion

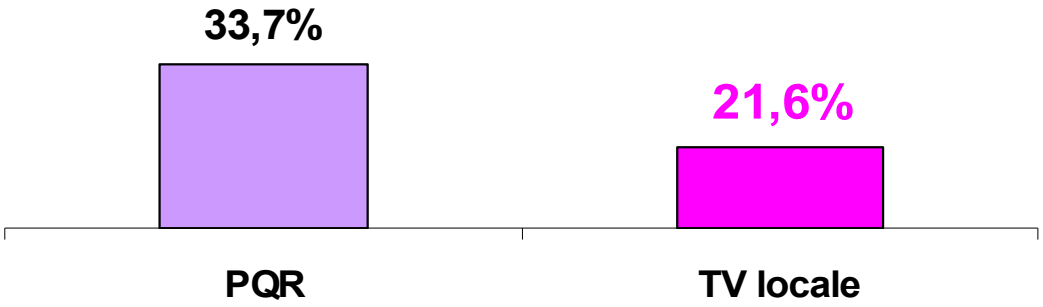
> Quel que soit le sujet, la TV est le média de référence pour se faire une opinion !

Les 2 moyens d'informations les plus utiles pour se faire une opinion

La culture



La politique locale



Vu à la télé

France Pub 2009 tns sofres

Base individus

Vu à la télé

TV Media

de proximité

FRANCE PUB CONSOMMATEURS
UNE ETUDE GROUPE HERSANT MEDIA
LE MARCHE PUBLICITAIRE FRANÇAIS

SNPTV
SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE

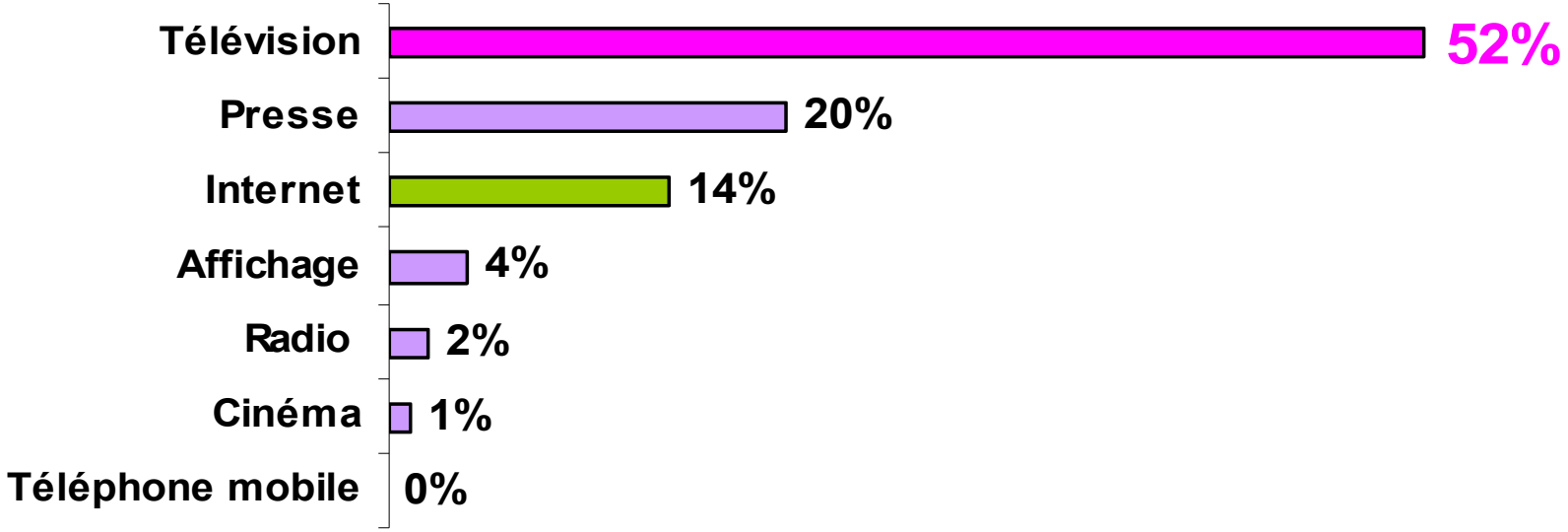
TV média de proximité

Vu à la télé

> Médias qui apportent le plus d'informations sur un bien ou service

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

Aide le mieux à connaître marques et produits



Ipsos Media

Base : SNPTV/Ipsos Media – 2008 - 1007 interviews (Ens.) / En %

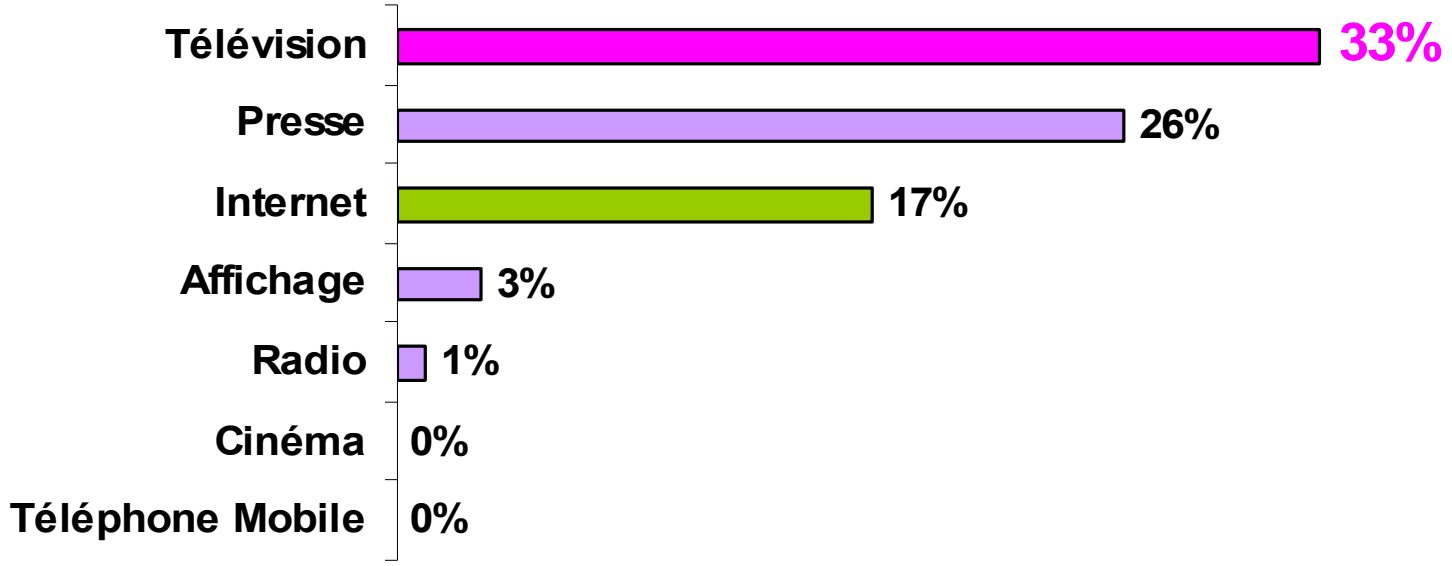
TV média de proximité

Vue latérale

> Médias qui apportent le plus d'informations sur un bien ou service

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

Aide le mieux à choisir ce que vous achetez



Ipsos Media

Base : SNPTV/Ipsos Media – 2008 - 1007 interviews (Ens.) / En %

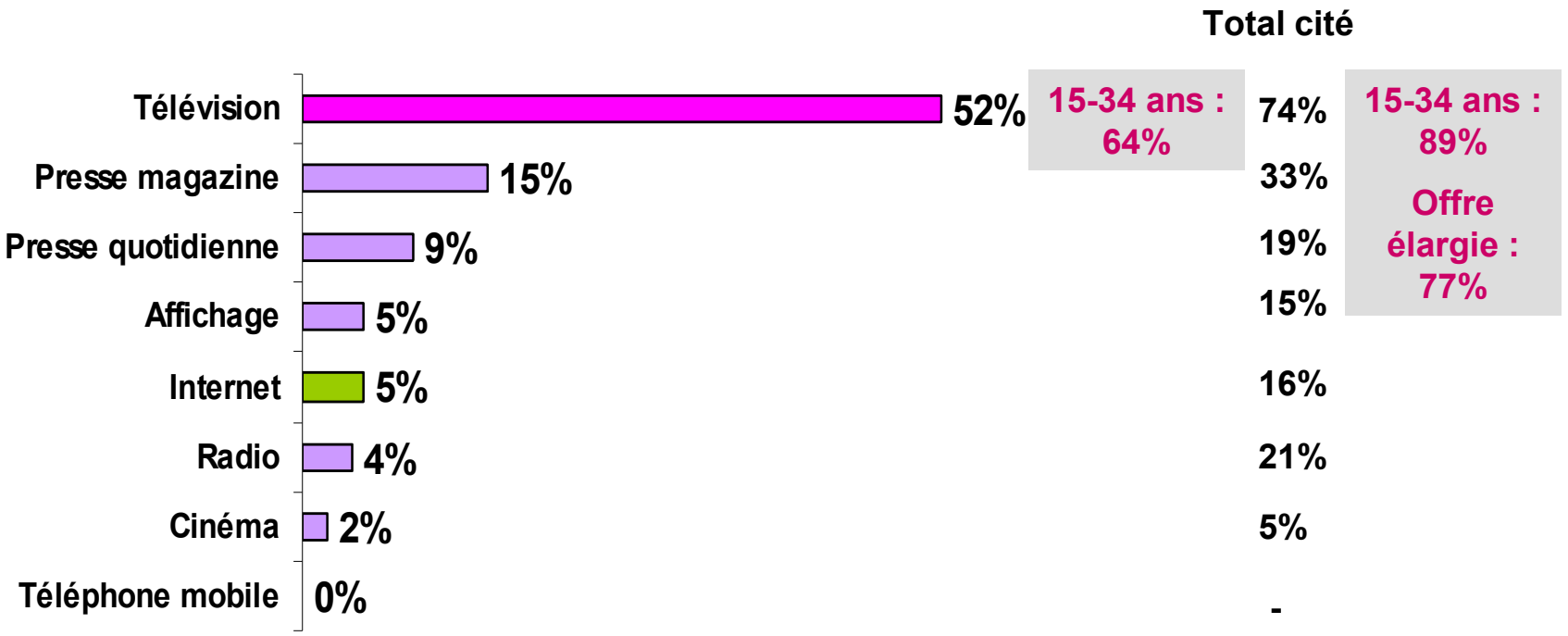
TV média de proximité

Vu à la télé

> Médias qui apportent le plus d'informations sur un bien ou service

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

Efficacité de la publicité



Ipsos Media

Base : SNPTV/Ipsos Media – 2008 - 1007 interviews (Ens.) / En %

TV média de proximité

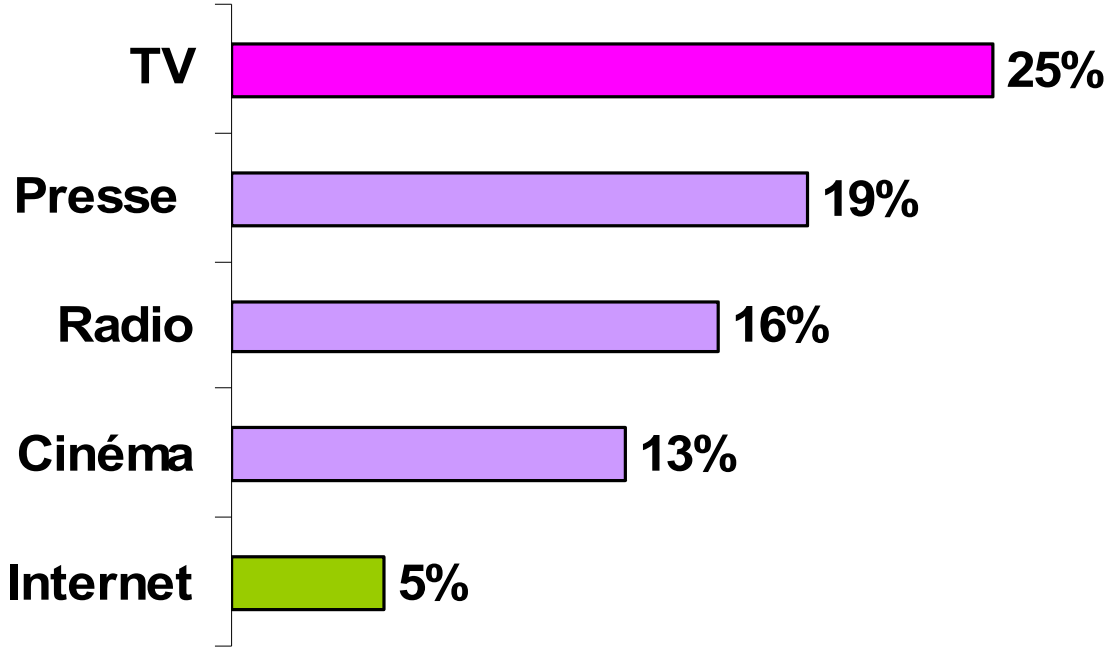
Vue latérale

> La grande consommation

TV média de proximité

Vu à la télé

> Les médias éditoriaux qui incitent le plus à l'achat des produits de grande consommation



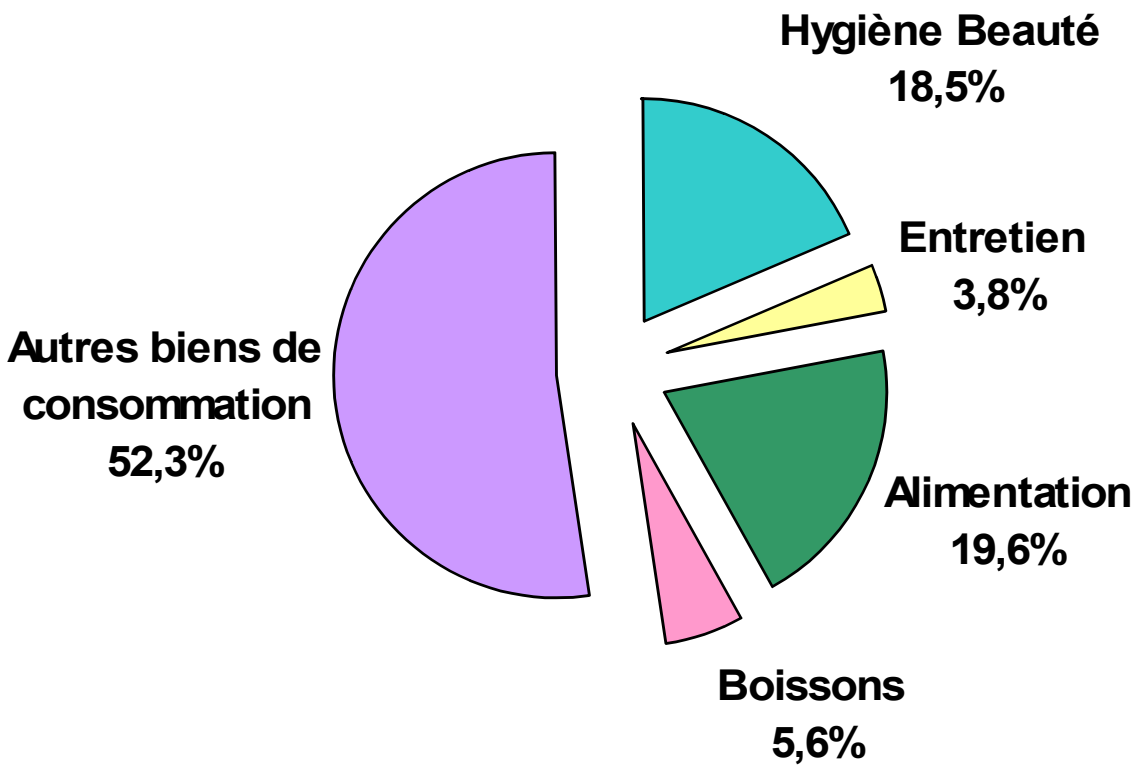
Source : Tns Sofres/LSA – Ineum Consulting : « 6ème Baromètre de la grande consommation » 10 janvier 2008.

TV média de proximité

Vu à la télé

> Rappel bilan 2007 de la publicité TV

Mix 2007 Biens de consommation = 2,82 Mds€

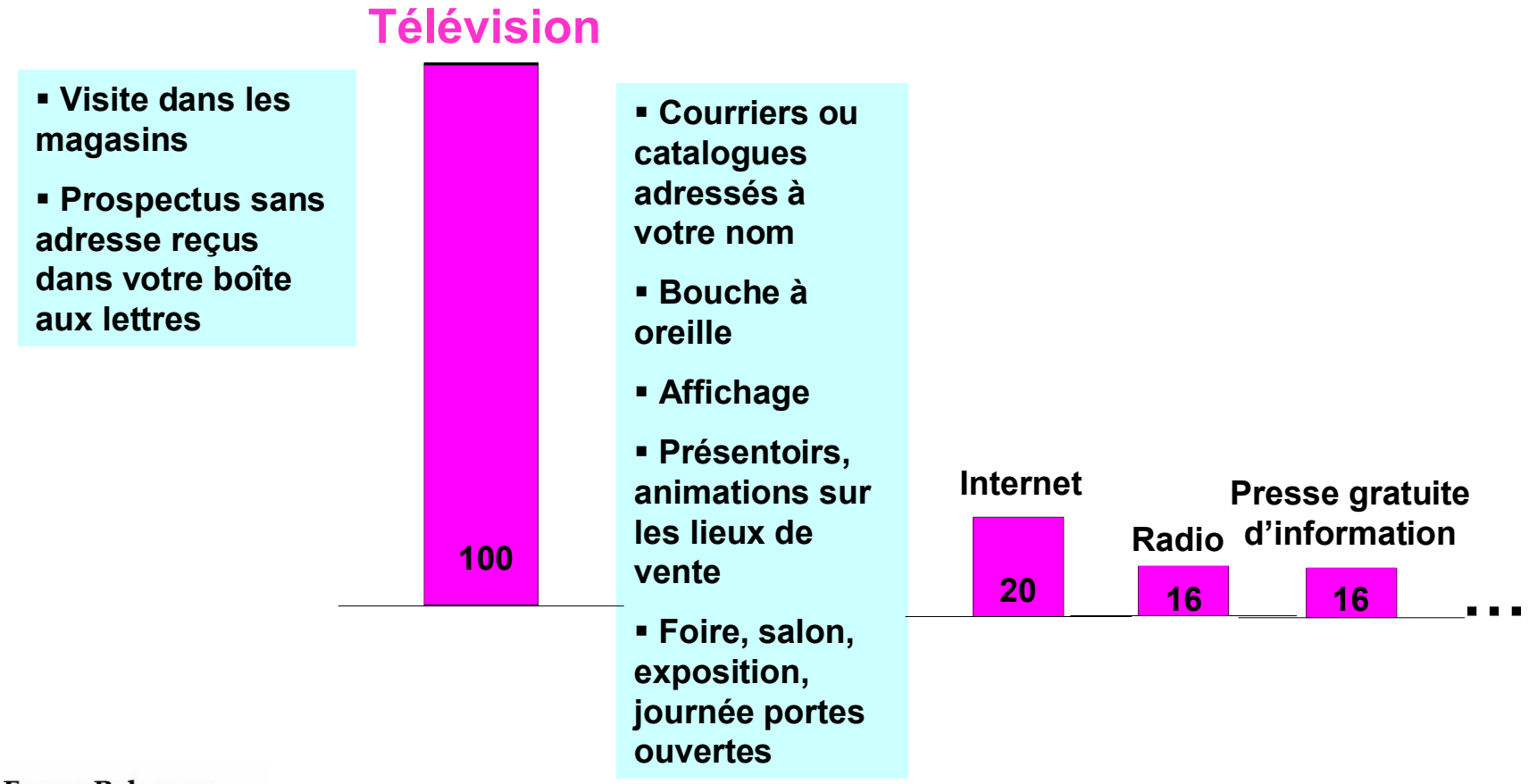


TV média de proximité

Vu à la télé

> Médias qui apportent le plus d'informations sur un bien ou service (prix, promotion, connaissance)

Zoom sur le secteur alimentaire, boissons sans alcool



France Pub 2009 tns sofres

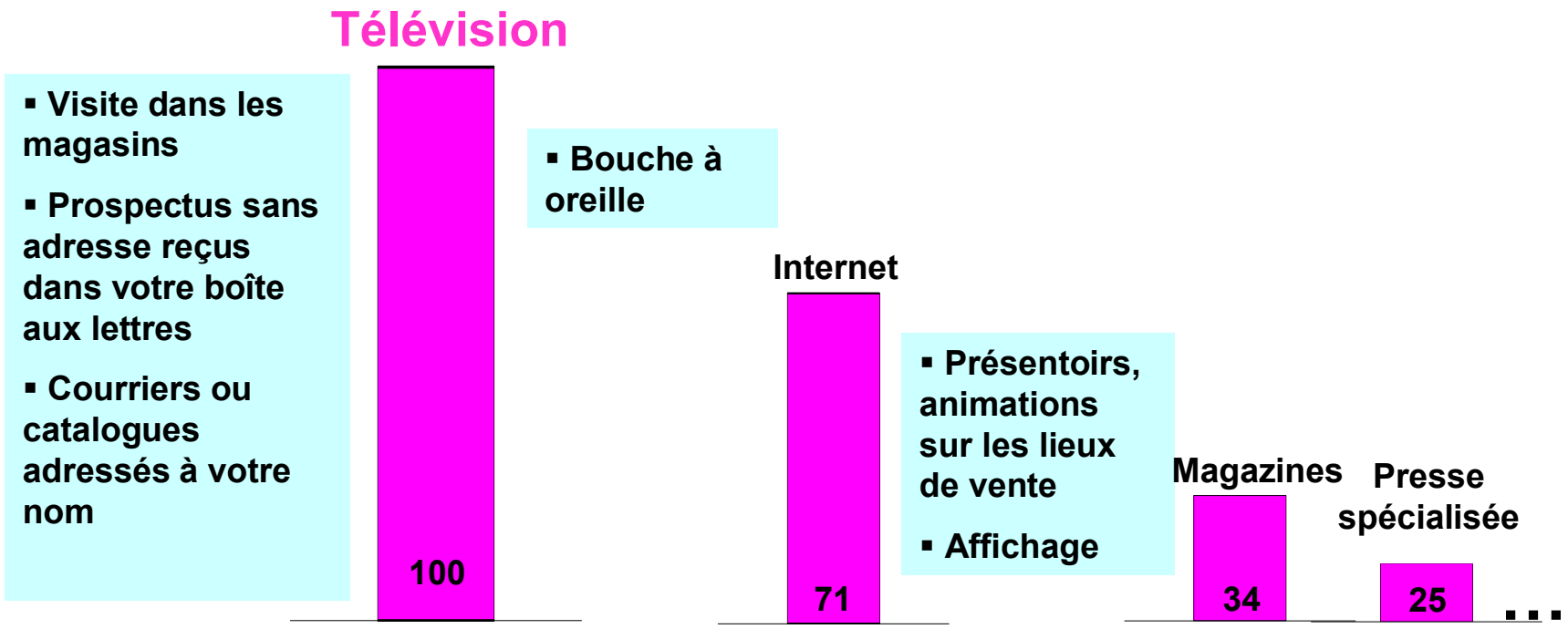
Base 100 = citations publicité à la TV ou sur son site Internet

TV média de proximité

Vu à la télé

> Médias qui apportent le plus d'informations sur un bien ou service (prix, promotion, connaissance)

Zoom sur le secteur parfums, produits de soin de beauté



France Pub 2009 tns sofres

Base 100 = citations publicité à la TV ou sur son site Internet

TV média de proximité

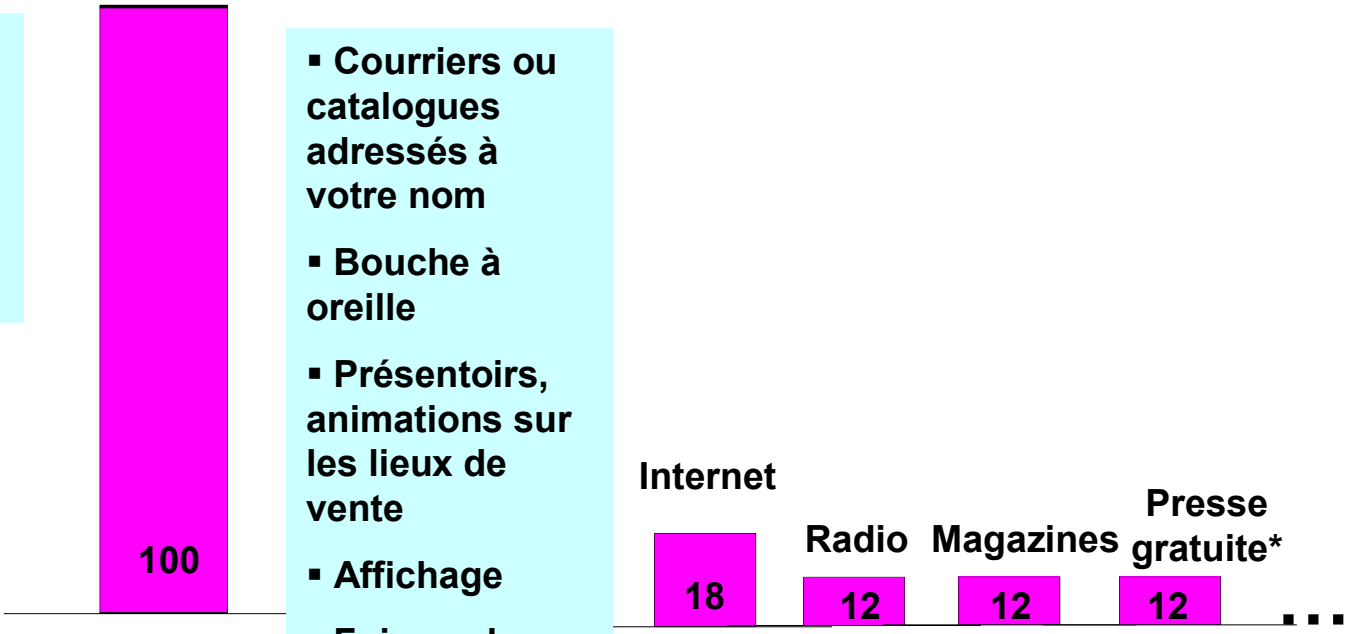
Vu à la télé

> Médias qui apportent le plus d'informations sur un bien ou service (prix, promotion, connaissance)

Zoom sur le secteur droguerie, produits d'entretien

Télévision

- Visite dans les magasins
- Prospectus sans adresse reçus dans votre boîte aux lettres
- Courriers ou catalogues adressés à votre nom
- Bouche à oreille
- Présentoirs, animations sur les lieux de vente
- Affichage
- Foire, salon, exposition, journée portes ouvertes



* Presse gratuite d'information et petites annonces ont le même indice, 12.

France Pub 2009 — tns sofres

Base 100 = citations publicité à la TV ou sur son site Internet

TV média de proximité

> Des secteurs en croissance sur 4 ans

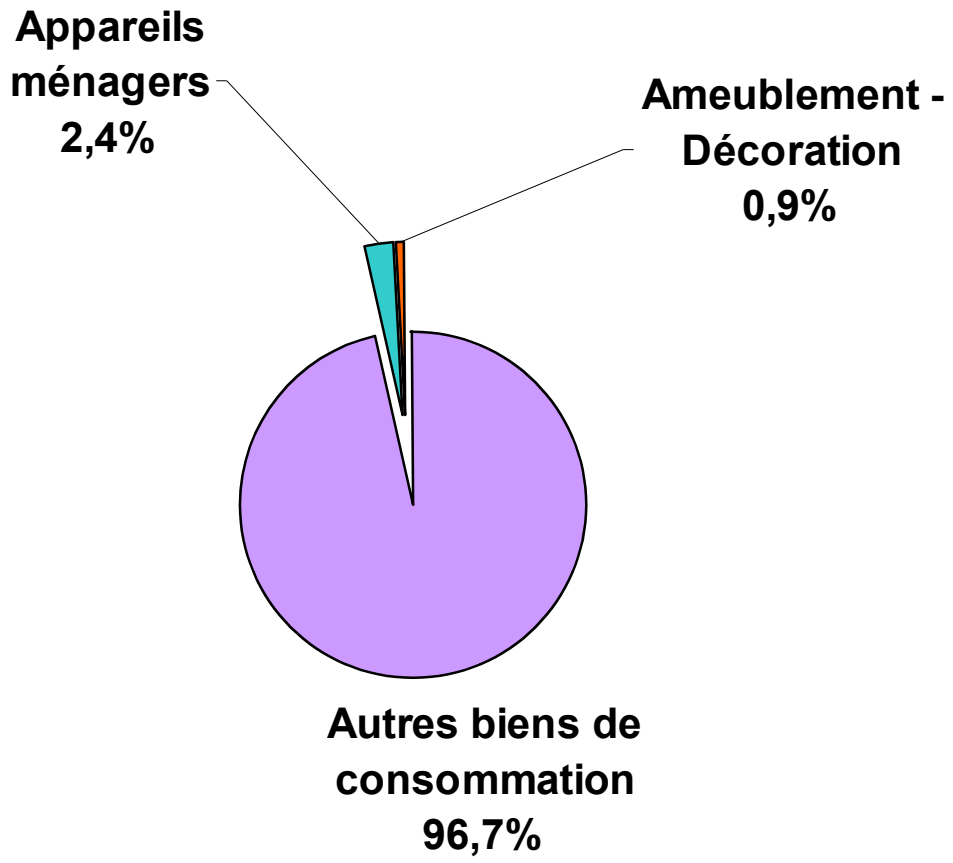
- Univers de la maison
- Voyage

TV média de proximité

Vu à la télé

> Rappel bilan 2007 de la publicité TV

Mix 2007 Biens de consommation – Univers de la maison



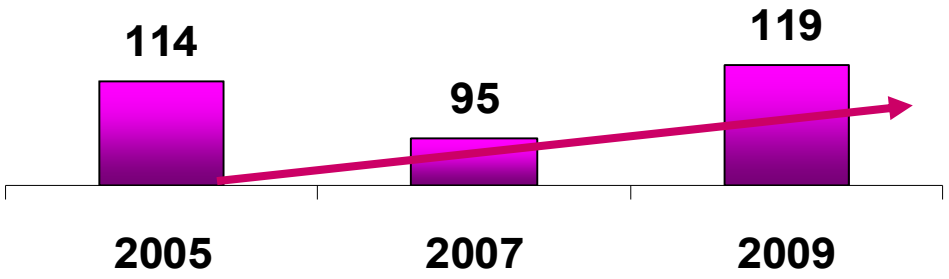
TV média de proximité

Vue latérale

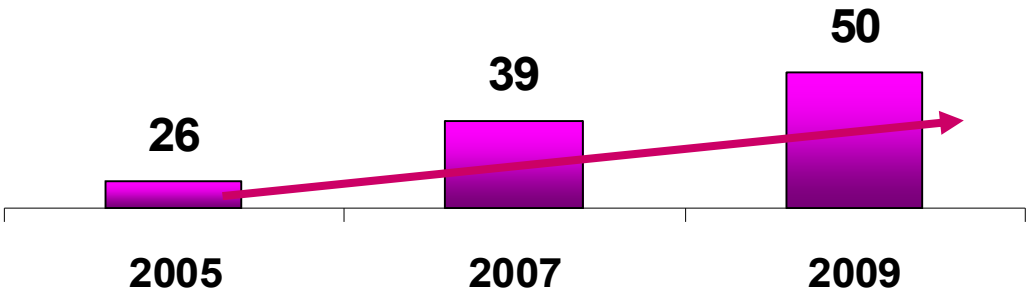
> Médias qui apportent le plus d'informations sur un bien ou service (prix, promotion, connaissance)

La publicité TV

Electroménager



Meubles, mobilier



France Pub 2009 tns sofres

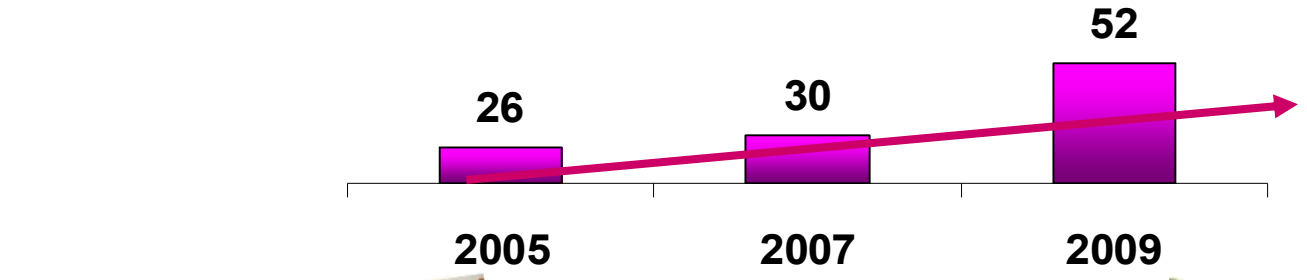
Base individus, l'indice 100 correspond au taux de citation moyen tous postes de dépenses confondus

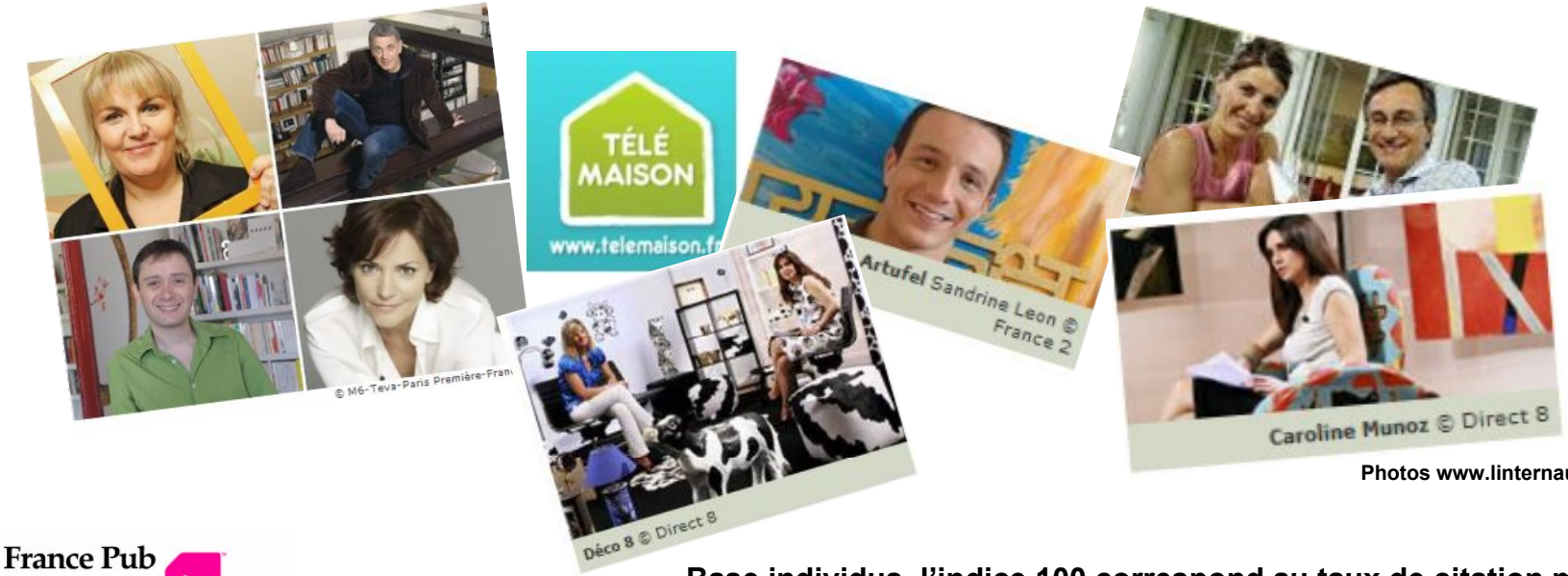
TV média de proximité

> Médias qui apportent le plus d'informations sur un bien ou service (prix, promotion, connaissance)

La publicité TV

Décoration de la maison





Photos www.linternaute.com

France Pub 2009 — tns sofres

Base individus, l'indice 100 correspond au taux de citation moyen tous postes de dépenses confondus

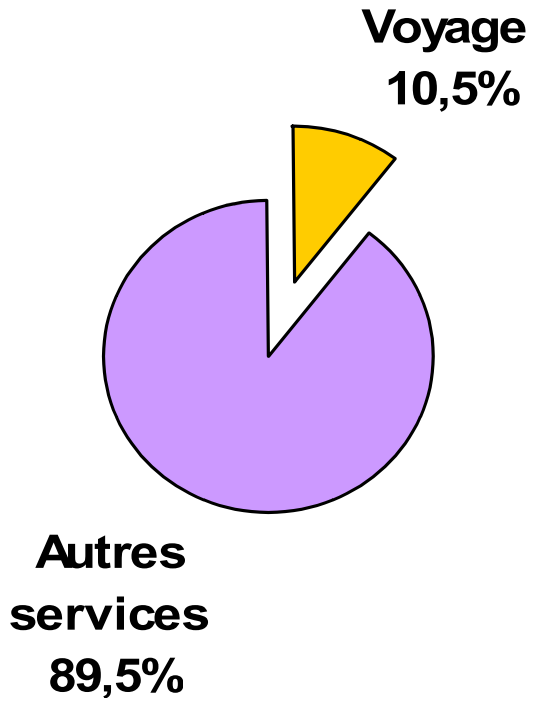
Vu à la télé

TV média de proximité

Vue latérale

> Rappel bilan 2007 de la publicité TV

Mix 2007 Services (1,14 Md €)

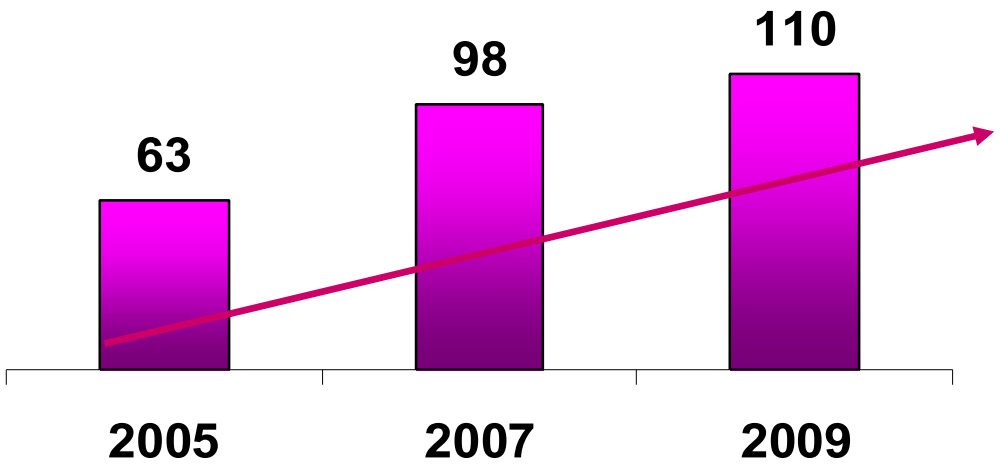


TV média de proximité

Vu à la télé

> Médias qui apportent le plus d'informations sur un bien ou service (prix, promotion, connaissance)

La publicité TV



SNPTV
SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE

Vu à la télé

Questions & réponses

Retrouvez les résultats en ligne

Vu à la télé

SNPTV
SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE

www.snptv.org
snptv.mobi

facebook

FRANCE PUB CONSOMMATEURS
UNE ETUDE GROUPE HERSANT MEDIA
LE MARCHÉ PUBLICITAIRE DES FRANÇAIS

www.francepub.fr
www.groupehersantmedia.com