



**30 000 consommateurs décryptent leurs  
parcours d'information  
(hiérarchie et complémentarité des moyen) selon les  
grands sujets de société et les postes d'achat**



# Les thèmes de l'étude

## **SIGNALETIQUE** (descriptif socio-démographique du foyer et des individus)

### **LOGEMENT**

la résidence principale (type, valeur, statut d'occupation...)  
Distance du dernier déménagement  
Nature du système de chauffage  
Intentions de déménagement (achat, location)

### **LOISIRS**

Fréquence des pratiques d'activités de loisirs  
Fréquentation cinémas, salles de sport  
Livraison à domicile ou fréquentation de restaurants (réseaux, enseignes)

### **VACANCES**

Description des lieux de vacances (mer, montagne, campagne, visite villes)  
Recours à agence de voyages et nom du prestataire  
Mode d'hébergement (hôtel, location, chez amis ou parents, camping...)  
Mode de transport  
Localisation du lieu de villégiature  
Séjour court à l'hôtel

### **EMPLOI**

Situation professionnelle  
Moyen de transport et durée du trajet domicile-travail  
Localisation du lieu de travail  
Recherche d'emploi (active et média utilisé)

### **ENVIRONNEMENT**

Etes-vous actif dans une association?  
Vous tenez-vous au courant de l'actualité locale et y participez-vous?  
Avez-vous le sentiment d'appartenir à votre quartier, à votre ville, votre région ?...  
Niveau d'information et d'intérêt sur l'actualité

### **LES COLLECTIVITES TERRITORIALES**

Niveau de confiance dans les institutions locales  
Perception de la qualité des services des collectivités locales (emploi, sécurité, transport, vie culturelle, urbanisme, propreté, équipements sociaux, sports, circulation etc...)

### **INTERNET**

Fréquence moyenne d'utilisation d'Internet et lieu de connections  
Raisons des connections : achat, informations ...  
FAI (fournisseurs)

### **MEDIAS**

Exposition des médias : TV, Radio, Presse Quotidienne, Presse Gratuite, Magazines, Annuaire  
Utilisation des médias et du Hors média pour s'informer au moment de l'achat (au global et par type de produit)  
Utilisation des médias pour se faire une opinion sur le sport, l'économie et la finance, la politique locale ou nationale, la culture, la science et la technologie, l'actualité sociale, la médecine-santé

### **EQUIPEMENT DE LOISIRS**

Achats et intention  
Lieu d'achat (réseau et enseigne)  
Téléphonie mobile (détenion, réseau, opinion sur l'opérateur)  
Intention de changer d'opérateur, de téléphone ...  
Téléphonie fixe (fournisseurs)

### **EQUIPEMENT DU LOGEMENT**

Bricolage - Jardinage (achats, lieux, intention)  
Équipement de la maison (achats, lieux, intention)  
Crédits en cours et organismes auprès desquels ils ont été souscrits...

### **VEHICULE**

Rang, type et marque du véhicule  
Niveau de gamme, puissance  
Neuf / occasion  
Type de professionnel à qui l'entretien est confié  
Lieu et marque habituels de ravitaillement en carburant  
Caractéristiques des assurances...  
Location de véhicules

### **BAROMETRE GMS**

Opinion sur les magasins de grande surface alimentaire  
Magasins fréquentés et raisons de fréquentation  
Magasins fréquentés prioritairement par rayon alimentaire  
Raison pour laquelle le magasin n'est plus fréquenté...

### **BANQUE**

Stratégie de placement  
Etablissements où sont domiciliés les différents comptes et livrets  
Intentions d'achat de produits  
Information sur les crédits en cours...

### **ASSURANCE**

Nom de la compagnie  
Date de début du contrat  
Intention de changement éventuel...

### **MAGASINS FREQUENTES** par poste des dépenses des ménages

(sport, électro-menager, hifi vidéo, ameublement, décoration, bricolage jardinage, parfumeries, bijouteries, informatique, surgelés, vêtements, chaussures, pdts culturels, jeux-jouets, puériculture, coiffure,  
Habitudes de fréquentation par type de magasins et par enseigne  
Nom et localisations des magasins  
Grands magasins, Dépôt-vente et Vente par correspondance  
Principales raisons du choix des magasins par type de produit



# Les médias utilisés par les annonceurs

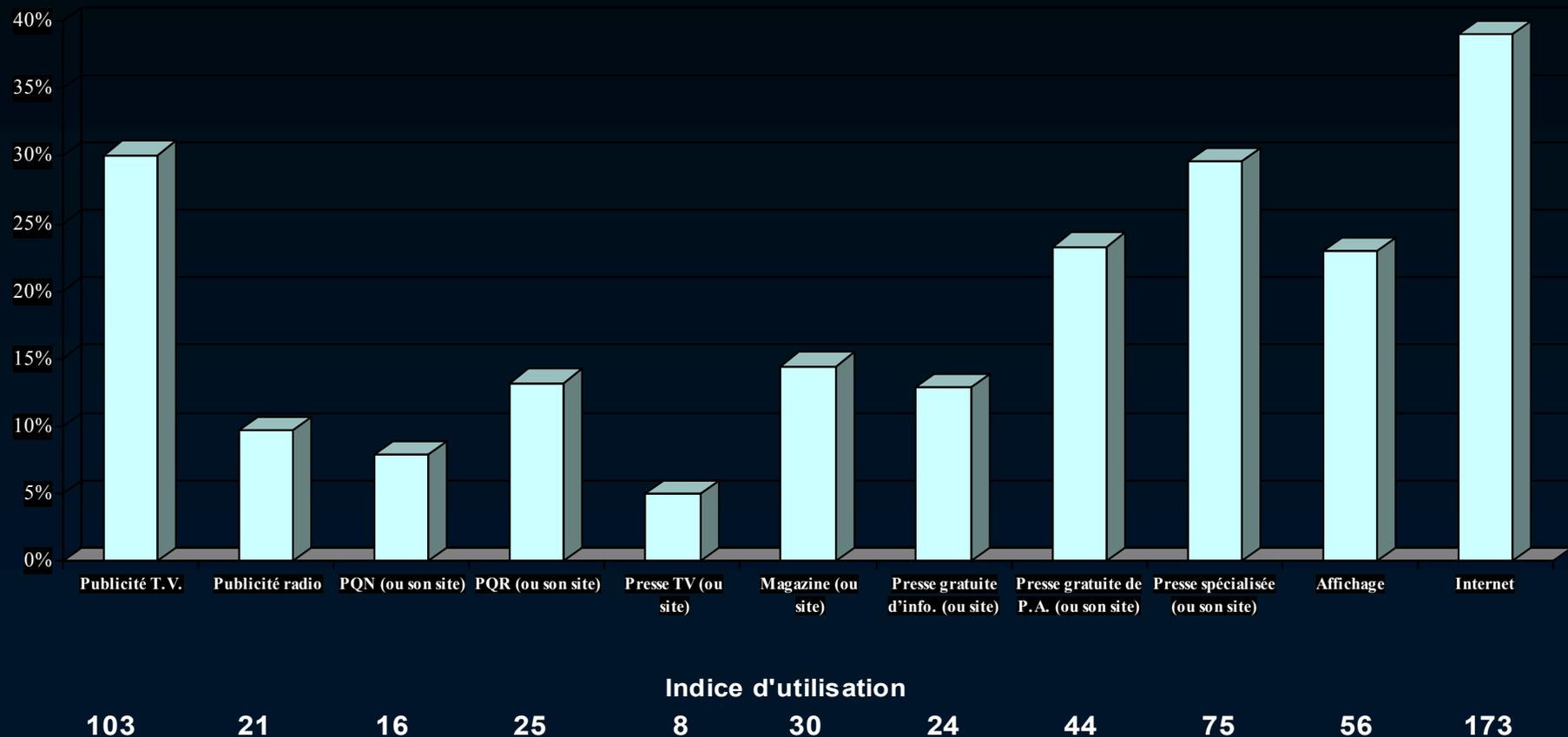
|                             | Voyage - Tourisme | Services         | Alimentation     | Ensemble secteurs |
|-----------------------------|-------------------|------------------|------------------|-------------------|
| <b>PQN</b>                  | <b>14 796</b>     | <b>34 784</b>    | <b>1 025</b>     | <b>260 990</b>    |
| <b>PQR</b>                  | <b>21 481</b>     | <b>96 594</b>    | <b>7 554</b>     | <b>757 214</b>    |
| <b>Magazines</b>            | <b>53 964</b>     | <b>141 696</b>   | <b>54 545</b>    | <b>1 508 588</b>  |
| <b>Presse prof.</b>         | <b>18 734</b>     | <b>55 364</b>    | <b>17 947</b>    | <b>471 750</b>    |
| <b>Autre presse</b>         | <b>71 811</b>     | <b>227 116</b>   | <b>24 902</b>    | <b>1 402 924</b>  |
| <b>TV</b>                   | <b>105 592</b>    | <b>350 424</b>   | <b>893 135</b>   | <b>4 306 996</b>  |
| <b>Radio</b>                | <b>30 202</b>     | <b>115 316</b>   | <b>19 639</b>    | <b>941 329</b>    |
| <b>Publicité extérieure</b> | <b>80 676</b>     | <b>101 657</b>   | <b>76 203</b>    | <b>1 424 741</b>  |
| <b>Cinéma</b>               | <b>6 850</b>      | <b>14 664</b>    | <b>5 235</b>     | <b>143 816</b>    |
| <b>Internet*</b>            | <b>82 663</b>     | <b>114 377</b>   | <b>18 737</b>    | <b>740 214</b>    |
| <b>Total GM</b>             | <b>486 770</b>    | <b>1 251 992</b> | <b>1 118 922</b> | <b>11 958 559</b> |
| <b>Marketing direct</b>     | <b>394 579</b>    | <b>1 694 647</b> | <b>269 681</b>   | <b>9 743 000</b>  |
| <b>Promotion</b>            | <b>278 471</b>    | <b>190 222</b>   | <b>479 257</b>   | <b>5 182 000</b>  |
| <b>Salons/Foires</b>        | <b>66 838</b>     | <b>264 096</b>   | <b>44 553</b>    | <b>1 500 000</b>  |
| <b>Evènementiel</b>         | <b>23 220</b>     | <b>403 264</b>   | <b>60 485</b>    | <b>1 223 000</b>  |
| <b>RP</b>                   | <b>83 702</b>     | <b>329 491</b>   | <b>71 403</b>    | <b>1 870 000</b>  |
| <b>Annuaire</b>             | <b>78 009</b>     | <b>388 415</b>   | <b>1 205</b>     | <b>1 247 000</b>  |
| <b>Total HM</b>             | <b>924 819</b>    | <b>3 270 135</b> | <b>926 584</b>   | <b>20 765 000</b> |
| <b>Total</b>                | <b>1 411 589</b>  | <b>4 522 128</b> | <b>2 045 506</b> | <b>32 595 559</b> |

# Les médias utilisés par les annonceurs

|                             | Voyage - Tourisme | Services     | Alimentation | Total        |
|-----------------------------|-------------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>PQN</b>                  | <b>1,0%</b>       | <b>0,8%</b>  | <b>0,1%</b>  | <b>0,8%</b>  |
| <b>PQR</b>                  | <b>1,5%</b>       | <b>2,1%</b>  | <b>0,4%</b>  | <b>2,3%</b>  |
| <b>Magazines</b>            | <b>3,8%</b>       | <b>3,1%</b>  | <b>2,7%</b>  | <b>4,6%</b>  |
| <b>Presse prof.</b>         | <b>1,3%</b>       | <b>1,2%</b>  | <b>0,9%</b>  | <b>1,4%</b>  |
| <b>Autre presse</b>         | <b>5,1%</b>       | <b>5,0%</b>  | <b>1,2%</b>  | <b>4,3%</b>  |
| <b>TV</b>                   | <b>7,5%</b>       | <b>7,7%</b>  | <b>43,7%</b> | <b>13,2%</b> |
| <b>Radio</b>                | <b>2,1%</b>       | <b>2,6%</b>  | <b>1,0%</b>  | <b>2,9%</b>  |
| <b>Publicité extérieure</b> | <b>5,7%</b>       | <b>2,2%</b>  | <b>3,7%</b>  | <b>4,4%</b>  |
| <b>Cinéma</b>               | <b>0,5%</b>       | <b>0,3%</b>  | <b>0,3%</b>  | <b>0,4%</b>  |
| <b>Internet*</b>            | <b>5,9%</b>       | <b>2,5%</b>  | <b>0,9%</b>  | <b>2,3%</b>  |
| <b>Total GM</b>             | <b>34,5%</b>      | <b>27,7%</b> | <b>54,7%</b> | <b>36,7%</b> |
| <b>Marketing direct</b>     | <b>28,0%</b>      | <b>37,5%</b> | <b>13,2%</b> | <b>29,9%</b> |
| <b>Promotion</b>            | <b>19,7%</b>      | <b>4,2%</b>  | <b>23,4%</b> | <b>15,9%</b> |
| <b>Salons/Foires</b>        | <b>4,7%</b>       | <b>5,8%</b>  | <b>2,2%</b>  | <b>4,6%</b>  |
| <b>Evènementiel</b>         | <b>1,6%</b>       | <b>8,9%</b>  | <b>3,0%</b>  | <b>3,8%</b>  |
| <b>RP</b>                   | <b>5,9%</b>       | <b>7,3%</b>  | <b>3,5%</b>  | <b>5,7%</b>  |
| <b>Annuaire</b>             | <b>5,5%</b>       | <b>8,6%</b>  | <b>0,1%</b>  | <b>3,8%</b>  |
| <b>Total HM</b>             | <b>65,5%</b>      | <b>72,3%</b> | <b>45,3%</b> | <b>63,7%</b> |

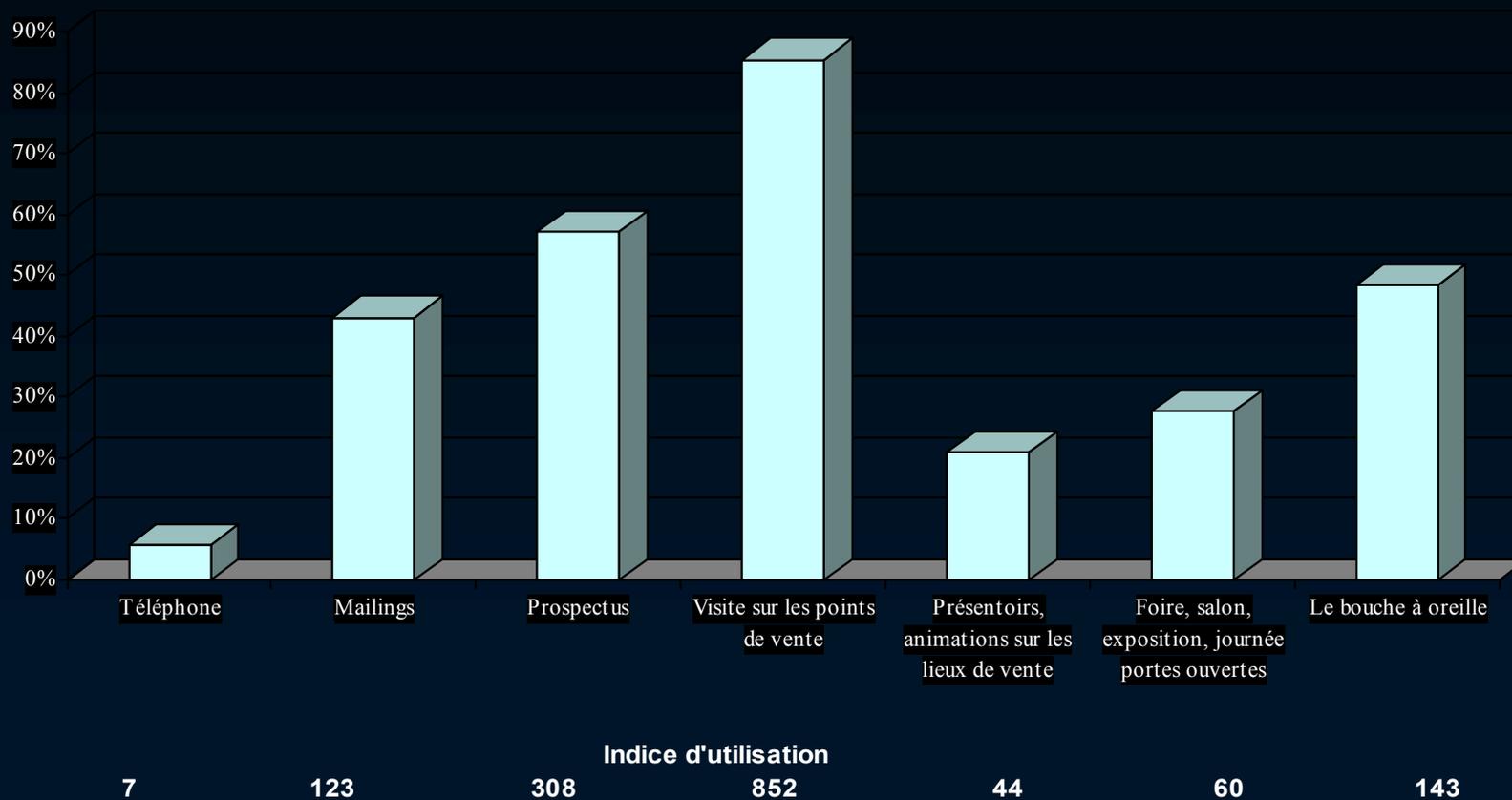
# Les médias utilisés par les consommateurs

## Moyens d'information pour choisir un produit ou un service



# Hors médias utilisés par les consommateurs

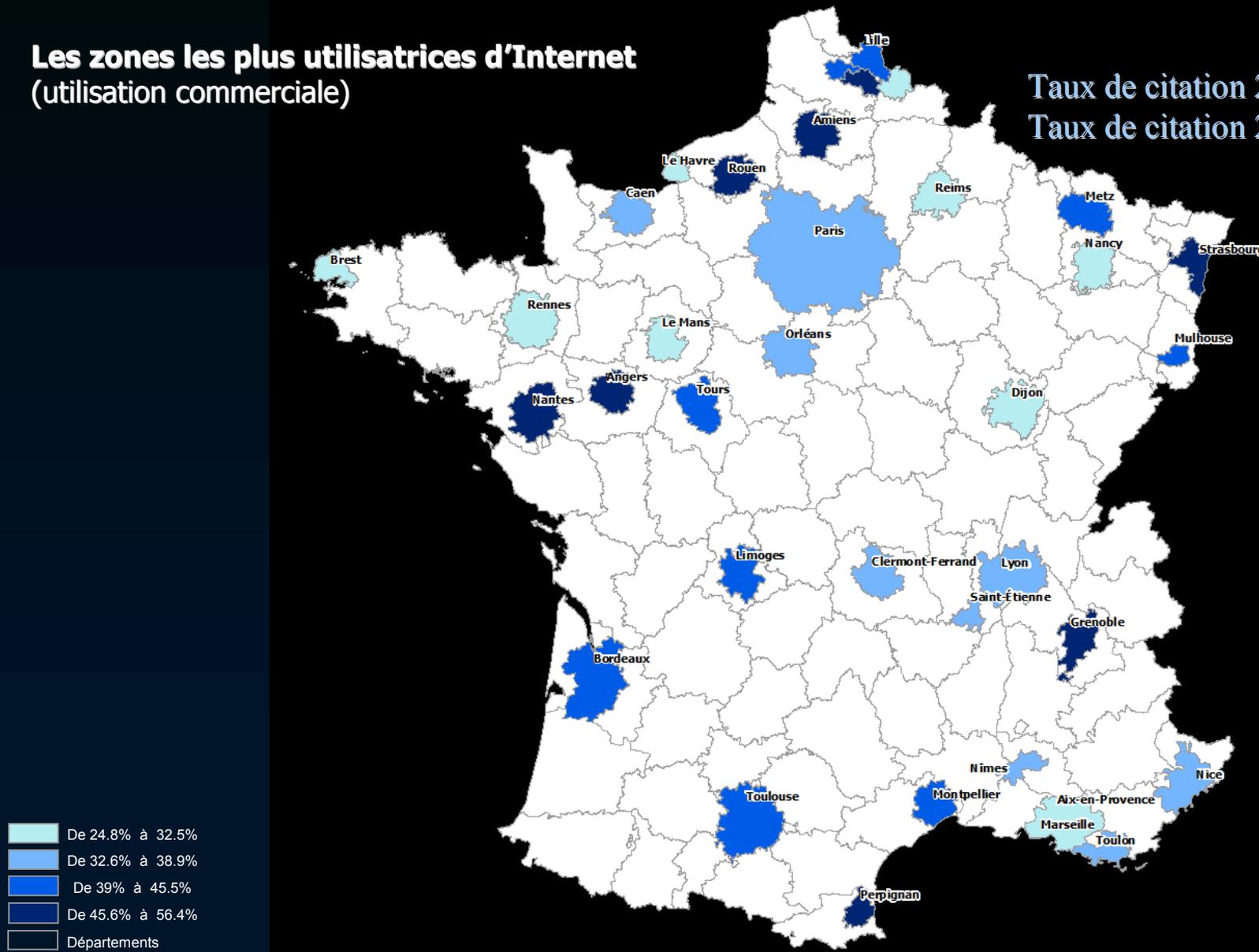
## Moyens d'information pour choisir un produit ou un service



# Exemple de disparités locales

**Les zones les plus utilisatrices d'Internet**  
(utilisation commerciale)

Taux de citation 2009 : 39 %  
Taux de citation 2007 : 33 %



# Les médias utilisés par produit ou service

|   | Immo | Auto | Electro-<br>ménager | Meubles,<br>mobilier | Decoration<br>maison | Outils,<br>brico,<br>jardinage | Audiovisuel | Internet,<br>telecom. | Informatique |
|---|------|------|---------------------|----------------------|----------------------|--------------------------------|-------------|-----------------------|--------------|
| Total Logique : Médias qui apportent le plus d'informations sur ce bien ou sur service, que ce soit sur le prix, sur les promotions, sur la connaissance du produit ? |      |      |                     |                      |                      |                                |             |                       |              |
| Publicité T.V.  | 84   | 135  | 119                 | 50                   | 52                   | 52                             | 100         | 165                   | 90           |
| Publicité radio   | 140  | 112  | 112                 | 70                   | 63                   | 70                             | 91          | 140                   | 84           |
| PQN (ou son site)   | 389  | 244  | 109                 | 72                   | 72                   | 54                             | 72          | 90                    | 63           |
| PQR (ou son site)   | 653  | 329  | 94                  | 82                   | 53                   | 65                             | 59          | 35                    | 35           |
| Presse TV (ou son site)   | 121  | 121  | 121                 | 69                   | 69                   | 69                             | 121         | 156                   | 87           |
| Magazine (ou son site)  | 122  | 196  | 113                 | 83                   | 127                  | 73                             | 103         | 93                    | 103          |
| Presse gratuite d'information (ou son site)   | 427  | 217  | 114                 | 90                   | 66                   | 90                             | 84          | 84                    | 78           |
| Presse gratuite de P.A. (ou son site)   | 651  | 426  | 89                  | 86                   | 59                   | 63                             | 53          | 43                    | 43           |
| Presse spécialisée (ou son site)  | 267  | 251  | 85                  | 54                   | 62                   | 54                             | 124         | 137                   | 174          |
| Publicité sur des affiches  | 137  | 107  | 134                 | 105                  | 105                  | 105                            | 97          | 91                    | 72           |
| Internet  | 133  | 133  | 136                 | 77                   | 56                   | 49                             | 143         | 183                   | 190          |
| Téléphone   | 191  | 96   | 19                  | 19                   | 19                   | 19                             | 38          | 498                   | 57           |
| Mailings  | 79   | 56   | 115                 | 127                  | 113                  | 111                            | 85          | 74                    | 56           |
| Prospectus  | 64   | 32   | 128                 | 115                  | 114                  | 152                            | 123         | 65                    | 83           |
| Visite sur les points de vente  | 33   | 65   | 105                 | 115                  | 119                  | 118                            | 118         | 85                    | 103          |
| Présentoirs, animations sur les lieux de vente  | 130  | 92   | 106                 | 72                   | 113                  | 140                            | 92          | 92                    | 72           |
| Foire, salon, exposition, journée portes ouvertes   | 164  | 331  | 177                 | 283                  | 152                  | 124                            | 90          | 45                    | 57           |
| Le bouche à oreille   | 226  | 167  | 84                  | 62                   | 70                   | 65                             | 79          | 135                   | 138          |

Le tableau se lit uniquement en lignes ; l'indice 100 correspond au taux de citation moyen tous postes de dépenses confondus



# Les médias utilisés par produit ou service

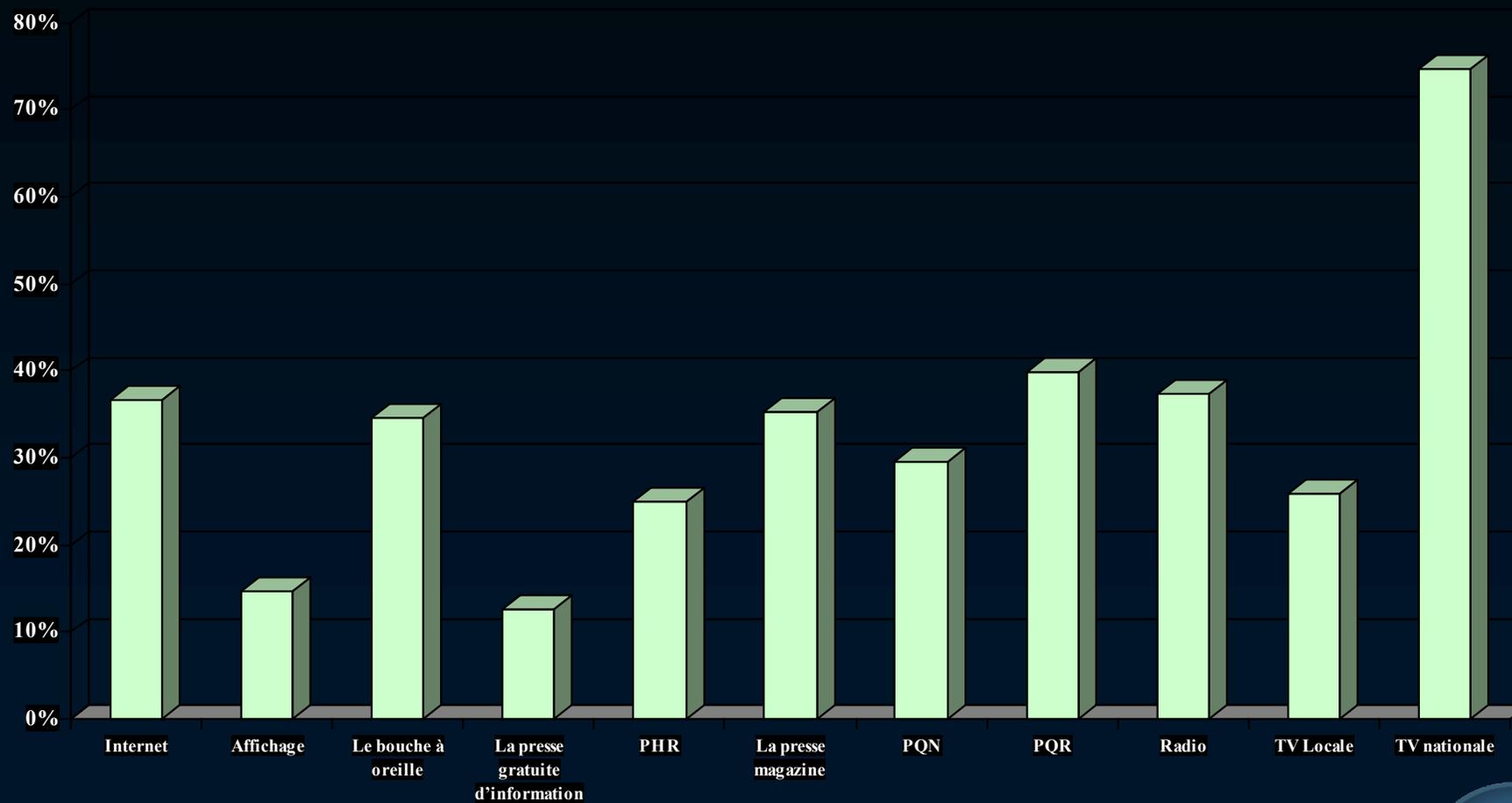
|  | Alimentaire, boisson sans alcool | Droguerie, produit entretien | Voyage     | Banque, assurance | Vetements, chaussures | Livres, CD, DVD | Jeux, jouets | Equipement sportif | Parfums, produits beauté |
|--|----------------------------------|------------------------------|------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------|--------------------|--------------------------|
| <b>Total Logique : Médias qui apportent le plus d'informations sur ce bien ou sur service, que ce soit sur le prix, sur les promotions, sur la connaissance du produit ?</b> |                                  |                              |            |                   |                       |                 |              |                    |                          |
| Publicité T.V.   | <b>126</b>                       | <b>133</b>                   | <b>110</b> | <b>139</b>        | 47                    | <b>107</b>      | <b>112</b>   | 69                 | <b>110</b>               |
| Publicité radio  | 98                               | 77                           | <b>147</b> | <b>126</b>        | 42                    | <b>237</b>      | 63           | 70                 | 63                       |
| PQN (ou son site)  | 63                               | 54                           | 99         | 90                | 45                    | <b>127</b>      | 45           | 54                 | 54                       |
| PQR (ou son site)  | 71                               | 53                           | 76         | 41                | 35                    | 41              | 24           | 29                 | 24                       |
| Presse TV (ou son site)  | <b>104</b>                       | <b>104</b>                   | <b>138</b> | <b>104</b>        | 35                    | <b>190</b>      | 69           | 52                 | 69                       |
| Magazine (ou son site)   | 59                               | 54                           | <b>152</b> | 54                | 73                    | <b>161</b>      | 59           | 49                 | <b>127</b>               |
| Presse gratuite d'information (ou son site)  | 84                               | 66                           | 114        | 48                | 48                    | 54              | 48           | 48                 | 36                       |
| Presse gratuite de P.A. (ou son site)  | 40                               | 36                           | 53         | 20                | 33                    | 26              | 30           | 30                 | 20                       |
| Presse spécialisée (ou son site)   | 17                               | 17                           | <b>215</b> | 99                | 29                    | 81              | 46           | 50                 | 37                       |
| Publicité sur des affiches   | <b>131</b>                       | 94                           | <b>169</b> | 70                | 99                    | 54              | 67           | 86                 | 78                       |
| Internet   | 15                               | 14                           | <b>232</b> | 85                | 56                    | <b>124</b>      | 69           | 61                 | 46                       |
| Téléphone  | 19                               | 19                           | 96         | <b>632</b>        | 19                    | 19              | 19           | -                  | 19                       |
| Mailings   | 79                               | 65                           | <b>156</b> | <b>156</b>        | <b>120</b>            | 109             | 87           | 73                 | <b>140</b>               |
| Prospectus   | <b>193</b>                       | <b>168</b>                   | 56         | 22                | <b>118</b>            | 63              | <b>124</b>   | <b>114</b>         | 67                       |
| Visite sur les points de vente   | 108                              | <b>110</b>                   | 42         | 51                | <b>130</b>            | <b>117</b>      | <b>124</b>   | <b>131</b>         | <b>125</b>               |
| Présentoirs, animations sur les lieux de vente   | <b>157</b>                       | <b>123</b>                   | 130        | 48                | 68                    | 92              | 79           | 65                 | <b>130</b>               |
| Foire, salon, exposition, journée portes ouvertes  | 55                               | 30                           | <b>137</b> | 25                | 22                    | 32              | 25           | 27                 | 25                       |
| Le bouche à oreille  | 55                               | 52                           | <b>155</b> | <b>210</b>        | 51                    | 79              | 52           | 55                 | 64                       |

Le tableau se lit uniquement en lignes ; l'indice 100 correspond au taux de citation moyen tous postes de dépenses confondus



# Les médias utilisés pour s'informer

## Moyens d'information pour se faire une opinion



# Les médias utilisés pour s'informer

## Moyens d'information pour se faire une opinion par thème

|                                  | Total logique | Le sport | L'economie et la finance | La culture | La politique nationale | La politique locale | Science et technologie | Actualité sociale | Medecine, santé |
|----------------------------------|---------------|----------|--------------------------|------------|------------------------|---------------------|------------------------|-------------------|-----------------|
| Internet                         | 37%           | 17%      | 16%                      | 19%        | 11%                    | 8%                  | 25%                    | 13%               | 23%             |
| Affichage                        | 15%           | 4%       | 2%                       | 7%         | 2%                     | 6%                  | 2%                     | 2%                | 2%              |
| Le bouche à oreille              | 35%           | 11%      | 8%                       | 12%        | 5%                     | 18%                 | 7%                     | 8%                | 11%             |
| La presse gratuite d'information | 13%           | 4%       | 4%                       | 4%         | 3%                     | 6%                  | 3%                     | 4%                | 3%              |
| PHR                              | 25%           | 8%       | 6%                       | 7%         | 5%                     | 15%                 | 4%                     | 6%                | 4%              |
| La presse magazine               | 35%           | 5%       | 12%                      | 14%        | 6%                     | 2%                  | 23%                    | 7%                | 19%             |
| PQN                              | 30%           | 9%       | 16%                      | 10%        | 18%                    | 5%                  | 9%                     | 14%               | 8%              |
| PQR                              | 40%           | 13%      | 11%                      | 12%        | 11%                    | 34%                 | 6%                     | 14%               | 7%              |
| Radio                            | 37%           | 20%      | 19%                      | 19%        | 21%                    | 11%                 | 13%                    | 19%               | 13%             |
| TV Locale                        | 26%           | 7%       | 5%                       | 6%         | 5%                     | 22%                 | 4%                     | 7%                | 4%              |
| TV nationale                     | 75%           | 56%      | 49%                      | 42%        | 64%                    | 18%                 | 50%                    | 56%               | 53%             |



# Les médias utilisés pour s'informer

## Moyens d'information pour se faire une opinion par thème (en indices)

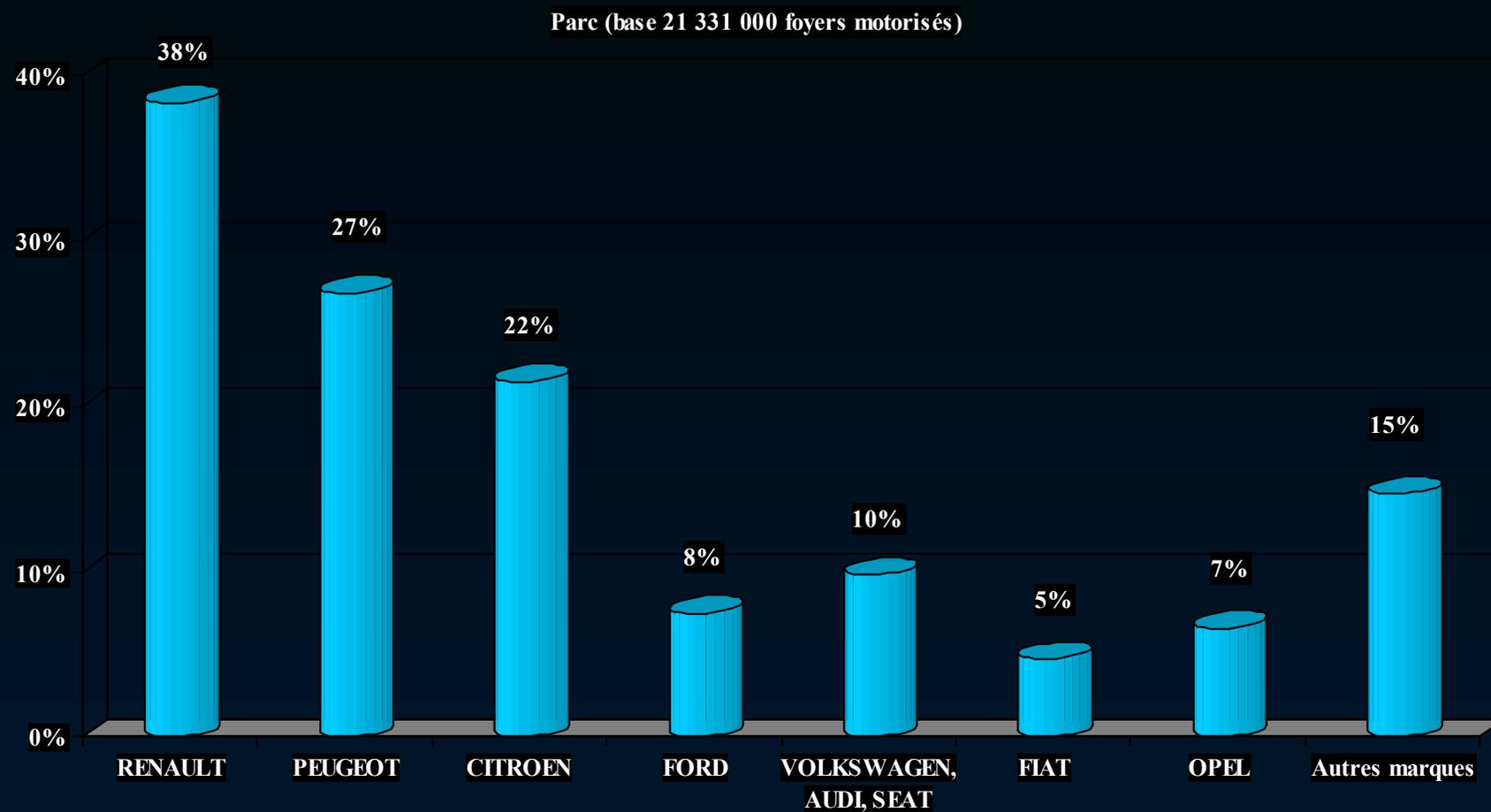
|                                  | Citations | Le sport | L'economie et la finance | La culture | La politique nationale | La politique locale | Science et technologie | Actualité sociale | Medecine, santé |
|----------------------------------|-----------|----------|--------------------------|------------|------------------------|---------------------|------------------------|-------------------|-----------------|
| Internet                         | 37%       | 105      | 98                       | 115        | 67                     | 50                  | 151                    | 77                | 138             |
| Affichage                        | 15%       | 114      | 52                       | 222        | 49                     | 189                 | 59                     | 52                | 62              |
| Le bouche à oreille              | 35%       | 115      | 83                       | 116        | 49                     | 186                 | 67                     | 77                | 107             |
| La presse gratuite d'information | 13%       | 98       | 92                       | 116        | 82                     | 156                 | 82                     | 100               | 74              |
| PHR                              | 25%       | 109      | 92                       | 100        | 74                     | 219                 | 62                     | 90                | 54              |
| La presse magazine               | 35%       | 47       | 107                      | 127        | 51                     | 19                  | 206                    | 67                | 176             |
| PQN                              | 30%       | 85       | 144                      | 87         | 159                    | 46                  | 78                     | 124               | 75              |
| PQR                              | 40%       | 99       | 81                       | 89         | 80                     | 250                 | 47                     | 101               | 53              |
| Radio                            | 37%       | 117      | 114                      | 112        | 125                    | 65                  | 78                     | 111               | 78              |
| TV Locale                        | 26%       | 96       | 60                       | 80         | 70                     | 289                 | 52                     | 96                | 55              |
| TV nationale                     | 75%       | 116      | 101                      | 86         | 132                    | 38                  | 102                    | 115               | 109             |

# Etude de cas : L'automobile

**24 717 000** foyers sont sur le territoire national.  
Soit **47 688 000** individus de 15 ans et plus.

21 331 000 foyers sont équipés d'une automobile (soit 86 % des foyers),  
Ils représentent une cible de communication de  
43 014 000 individus âgés de 15 ans et plus.

# Les marques



*Exemple : 38 % des foyers possèdent au moins une voiture RENAULT*

## Mode d'achat

**10 388 000** foyers sont équipés d'au moins un véhicule acheté neuf, soit **49 %** des foyers motorisés.

Ils représentent une cible de communication de **21 034 000** individus âgés de 15 ans et plus.

**14 142 000** foyers sont équipés d'au moins un véhicule acheté d'occasion, soit **66 %** des foyers motorisés.

Ils représentent une cible de communication de **29 379 000** individus âgés de 15 ans et plus.



# Intentions d'achat

1 977 000 foyers ont l'intention d'acheter un véhicule d'ici un an (soit 8 % des foyers).

3 337 000 foyers ont l'intention d'acheter un véhicule dans un délai de 1 à 2 ans (soit 14 % des foyers).



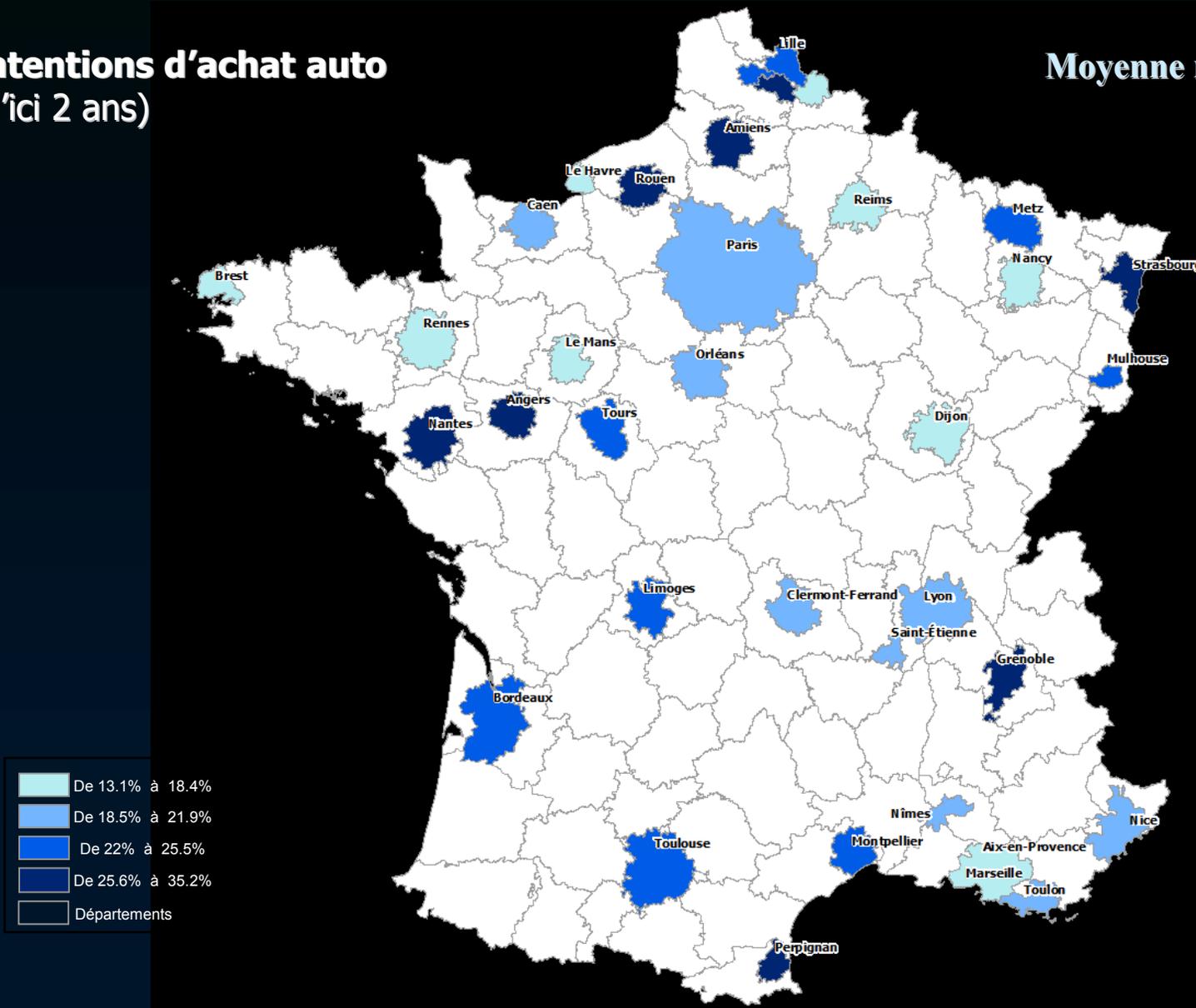
5 314 000 foyers ont l'intention d'acheter un véhicule d'ici 2 ans (soit 22 % des foyers).

Ils représentent une cible de communication de 10 825 000 individus âgés de 15 ans et plus.

# Exemple de disparités locales

**Intentions d'achat auto  
(d'ici 2 ans)**

**Moyenne nationale : 21 %**



# Media utilisés

- Médias qui apportent le plus d'informations sur un bien ou service (prix, promotions, connaissance du produit) lorsque l'on décide de l'achat de ce bien ou service : l'Automobile

|   | Intention achat auto dans les 2 ans |
|---|-------------------------------------|
| Publicité T.V.                                    | 11%                                 |
| Publicité radio                                   | 1%                                  |
| PQN (ou son site)                                 | 3%                                  |
| PQR (ou son site)                                 | 5%                                  |
| Presse TV (ou son site)                           | 1%                                  |
| Magazine (ou son site)                            | 5%                                  |
| Presse gratuite d'information (ou son site)       | 4%                                  |
| Presse gratuite de P.A. (ou son site)             | 16%                                 |
| Presse spécialisée (ou son site)                  | 14%                                 |
| Publicité sur des affiches                        | 4%                                  |
| Internet  | 21%                                 |
| Téléphone   | 0%                                  |
| Mailings  | 4%                                  |
| Prospectus  | 7%                                  |
| Visite sur les points de vente                    | 37%                                 |
| Présentoirs, animations sur les lieux de vente    | 3%                                  |
| Foire, salon, exposition, journée portes ouvertes | 13%                                 |
| Le bouche à oreille                               | 17%                                 |

54 % des individus en situation d'intention d'achat utilisent la Télévision, la presse gratuite de P.A., la presse auto, Internet, les visites dans les concessions ou les salons et journées portes ouvertes pour s'informer sur l'automobile lorsqu'ils décident de l'achat

# Duplications des medias

|   | Publicité T.V. | Presse gratuite de P.A. (ou son site) | Presse spécialisée (ou son site) | Internet | Visite sur les points de vente | Foire, salon, journée portes ouvertes |
|---|----------------|---------------------------------------|----------------------------------|----------|--------------------------------|---------------------------------------|
| Publicité T.V.                                    | 100%           | 5%                                    | 8%                               | 10%      | 7%                             | 11%                                   |
| Presse gratuite de P.A. (ou son site)             | 7%             | 100%                                  | 13%                              | 14%      | 8%                             | 8%                                    |
| Presse spécialisée (ou son site)                  | 10%            | 12%                                   | 100%                             | 16%      | 12%                            | 11%                                   |
| Internet  | 20%            | 19%                                   | 24%                              | 100%     | 20%                            | 13%                                   |
| Visite sur les points de vente                    | 23%            | 17%                                   | 31%                              | 34%      | 100%                           | 40%                                   |
| Foire, salon, exposition, journée portes ouvertes | 13%            | 7%                                    | 11%                              | 9%       | 15%                            | 100%                                  |

Ce tableau se lit en vertical : exemple : 7 % des individus en situation d'intention d'achat utilisant la Télévision, utilisent aussi la presse gratuite de P.A.,



# Cas électroménager

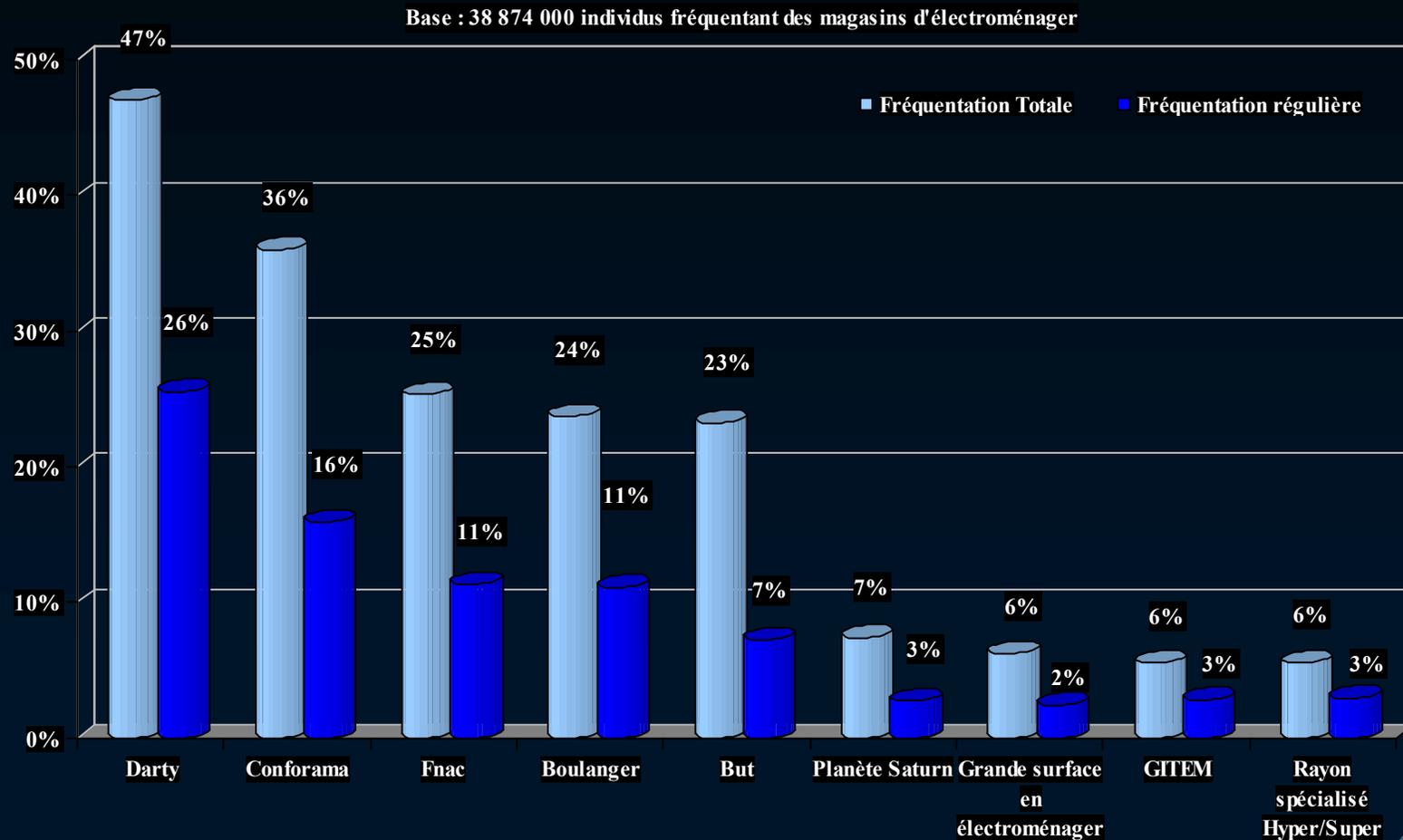
**11 361 000** foyers déclarent avoir acheté de l'électroménager au cours des 12 derniers mois, soit 38 % des foyers du territoire.

(7 383 000 du petit électroménager, 6 967 000 du gros électroménager)

Ils représentent une cible media de  
23 055 000 individus de 15 ans et plus.

# Cas électroménager

38 874 000 individus de 15 ans et plus (78% des individus) déclarent fréquenter des magasins d'électroménager.

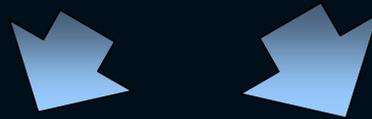


# Cas électroménager

|  | 2009       | Evolution   |
|--|------------|-------------|
| <b>Principaux magasins d'électroménager et de hi-fi fréquentés</b> |            |             |
| Darty  | <b>48%</b> | <b>3%</b>   |
| Conforama  | <b>36%</b> | <b>0%</b>   |
| Boulanger  | <b>24%</b> | <b>13%</b>  |
| FNAC   | <b>24%</b> | <b>5%</b>   |
| But  | <b>23%</b> | <b>4%</b>   |
| Autre grande surface en électroménager                             | <b>7%</b>  | <b>22%</b>  |
| Le rayon spécialisé d'un hyper supermarché (Auchan, Leclerc,...)   | <b>6%</b>  | <b>-33%</b> |

# Cas électroménager

**5 433 000** foyers ont l'intention d'acheter au moins un produit d'électroménager, soit 21% d'entre eux.



**3 692 000** foyers (14%) ont l'intention d'acheter du gros électroménager

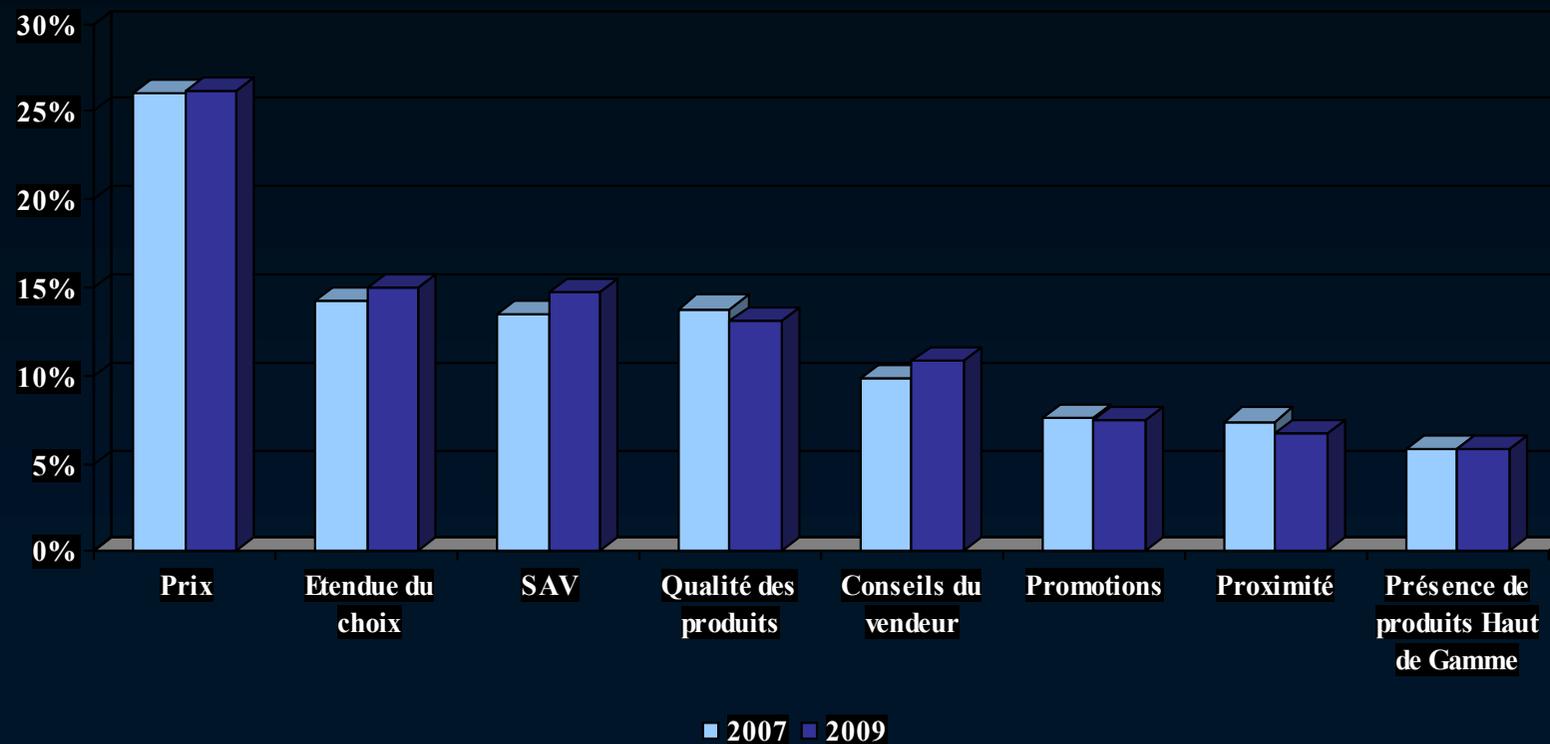
**2 756 000** foyers (11%) ont l'intention d'acheter du petit électroménager

Ils représentent une cible media de  
10 629 000 individus de 15 ans et plus.

# Cas électroménager

## Raisons de choix des magasins

Base : 38 874 000 individus fréquentant des magasins d'électroménager



# Cas électroménager

## Medias utilisés pour l'électroménager

|   | Pénétration | Prix | Conseils du vendeur | Étendue du choix | Présence de produits haut de gamme / grandes marques | Promotions | Proximité | Qualité des produits | Service après-vente |
|---|-------------|------|---------------------|------------------|--|------------|-----------|----------------------|---------------------|
| Publicité T.V.                                    | 8,3%        | 113  | 107                 | 91               | 110  | 96         | 91        | 96                   | 95                  |
| Publicité radio                                   | 1,6%        | 122  | 83                  | 109              | 102  | 115        | 77        | 128                  | 64                  |
| PQR (ou son site)                                 | 1,6%        | 96   | 85                  | 74               | 108  | 136        | 136       | 85                   | 79                  |
| Magazine (ou son site)                            | 2,3%        | 80   | 76                  | 103              | 199  | 80         | 64        | 115                  | 84                  |
| Presse gratuite d'information (ou son site)       | 1,9%        | 94   | 109                 | 99               | 104  | 134        | 84        | 109                  | 65                  |
| Presse gratuite de P.A. (ou son site)             | 2,7%        | 127  | 100                 | 89               | 60   | 149        | 100       | 78                   | 97                  |
| Presse spécialisée (ou son site)                  | 4,4%        | 91   | 86                  | 108              | 147  | 69         | 76        | 110                  | 112                 |
| Publicité sur des affiches                        | 5,0%        | 127  | 101                 | 81               | 99   | 137        | 62        | 89                   | 103                 |
| Internet  | 16,2%       | 129  | 75                  | 115              | 118  | 97         | 69        | 110                  | 87                  |
| Mailings  | 9,5%        | 94   | 91                  | 90               | 106  | 95         | 110       | 106                  | 108                 |
| Prospectus  | 26,1%       | 116  | 91                  | 101              | 73   | 140        | 89        | 87                   | 103                 |
| Visite sur les points de vente                    | 59,7%       | 89   | 103                 | 108              | 101  | 87         | 99        | 108                  | 105                 |
| Présentoirs, animations sur les lieux de vente    | 3,1%        | 69   | 123                 | 84               | 87   | 99         | 123       | 108                  | 105                 |
| Foire, salon, exposition, journée portes ouvertes | 7,1%        | 63   | 138                 | 85               | 123  | 73         | 82        | 107                  | 130                 |
| Le bouche à oreille                               | 8,2%        | 97   | 110                 | 86               | 111  | 106        | 82        | 98                   | 111                 |



# Internet

**32 457 000** individus se connectent à Internet, soit 65 % des individus de 15 ans et plus  
(2007 : 56 %, soit + 16 %)

| Tous les combien en moyenne vous connectez-vous à Internet ? | 2007 | 2009 |
|--|------|------|
| Tous les jours   | 62%  | 72%  |
| 3 à 5 fois par semaine                                       | 15%  | 13%  |
| 1 à 2 fois par semaine                                       | 10%  | 8%   |
| 2 à 3 fois par mois  | 5%   | 3%   |
| Moins souvent  | 7%   | 4%   |

| Lorsque vous vous connectez à Internet, est-ce                                     |     |
|--|-----|
| - Pour consulter / envoyer des messages  | 89% |
| - Pour rechercher des informations sur un un bien ou un service avant de l'acheter | 59% |
| - Pour rechercher d'autres informations  | 64% |
| - Pour effectuer des tâches professionnelles                                       | 30% |
| - Pour faire des achats, des réservations  | 40% |
| - Pour jouer   | 28% |
| - Pour vous rendre sur les sites communautaires                                    | 21% |
| - Autre (hors petites annonces)  | 11% |
| - Pour consulter des petites annonces  | 26% |

# Internet

## Le e-commerce

**17 875 000** individus ont effectué un achat par internet depuis un an,  
soit 55 % des individus de 15 ans et plus  
(2007 : 49 %, soit + 12 %)

| Quel(s) achat(s) avez-vous effectués par Internet, que ce soit des achats neufs ou d'occasion | 2007 | 2009 |
|---|------|------|
| Réservation de billets de spectacle   | 16%  | 18%  |
| Réservation de voyages  | 29%  | 28%  |
| Achat de C.D. / cassettes / livres  | 39%  | 39%  |
| Achat de produits alimentaires  | 4%   | 5%   |
| Achat de produits informatiques   | 28%  | 26%  |
| Téléchargement payant   | 7%   | 6%   |
| Autres types d'achat  | 65%  | 64%  |

# G.S.A. : les circuits

## Fréquentation et évolution

|                                       | 2007 | 2009 | Evolution  |
|---------------------------------------|------|------|------------|
| Hypermarchés                          | 84%  | 85%  | <b>2%</b>  |
| Supermarchés                          | 81%  | 80%  | <b>-1%</b> |
| Hard Discount                         | 53%  | 59%  | <b>11%</b> |
| Magasins populaires / Grands Magasins | 10%  | 12%  | <b>20%</b> |

# G.S.A. : Medias les plus utilisés et circuits

|             |              |              |               |                                       |
|-------------|--------------|--------------|---------------|---------------------------------------|
| Pénétration | Hypermarchés | Supermarchés | Hard Discount | Magasins populaires / Grands magasins |
|-------------|--------------|--------------|---------------|---------------------------------------|

## Les moyens les plus utilisés en alimentaire

|  |     |
|--|-----|
| Publicité T.V.                                 | 8%  |
| Publicité sur des affiches                     | 5%  |
| Mailings                                       | 7%  |
| Prospectus                                     | 40% |
| Visite sur les points de vente                 | 62% |
| Présentoirs, animations sur les lieux de vente | 5%  |
| Le bouche à oreille                            | 5%  |

|     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|
| 82  | 80  | 81  | 111 |
| 103 | 103 | 118 | 107 |
| 104 | 112 | 106 | 101 |
| 122 | 118 | 132 | 75  |
| 99  | 99  | 95  | 106 |
| 102 | 107 | 107 | 135 |
| 77  | 80  | 80  | 108 |

# Segmentation

