



Les Français et la publicité

Avril 2009



Analyse

- ▶ **Les Français sont plutôt « publiphiles » mais clairement « publiméfiants »**
- ▶ **56 % des Français, contre 44 %, déclarent « aimer la publicité ». Toutefois, 94 % d'entre eux pensent que « la publicité est parfois mensongère » et 89 % estiment que « la publicité est trop envahissante ».**
- ▶ **Ils reconnaissent l'utilité économique et informative de la publicité**
- ▶ **74% des Français jugent que « la publicité informe sur les produits et les services » et 69% qu'« elle est indispensable à l'économie ».**

- ▶ **Les Français accordent leur préférence aux campagnes publicitaires qu'ils jugent originales, esthétiques ou drôles**
- ▶ **Appelés à juger 20 campagnes nominées pour le 40° palmarès du Club des D.A., dans les catégories « Print », « Films TV et Cinéma » ou « Web », les Français accordent nettement leur préférence aux campagnes jugées « incontestablement innovantes et originales dans la forme » (40 % des cas), « très réussies sur le plan esthétique » (40 % des cas) et « particulièrement drôles » (20 % des cas).**

Analyse

- ▶ 26 % des Français publiphobes « aimeraient plus la publicité » si elle était plus souvent de qualité
- ▶ Réinterrogés après avoir donné leur avis sur 20 campagnes nominées pour le 40° palmarès du Club des D.A., plus d'un quart de ceux qui s'étaient déclarés publiphobes se déclarent prêts à changer d'avis sur la publicité.
- ▶ Ce sont les moins de 35 ans qui sont les plus sensibles à la qualité publicitaire
- ▶ 29 % des 18-24 ans et 33 % des 25-34 ans « aimeraient plus la publicité » si elle était du niveau du palmarès du Club des D.A.

Méthodologie



Méthodologie

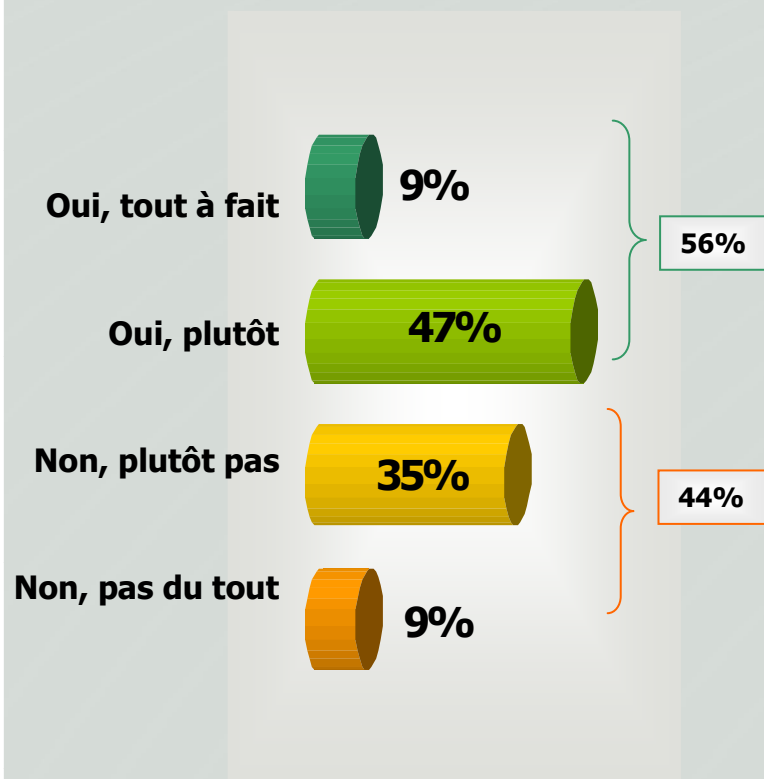
- ▶ Étude réalisée auprès d'un échantillon de **1049 personnes**, représentatif de la **population française âgée de 18 ans et plus**, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle et de région de résidence.
- ▶ **Mode d'interrogation:** Interrogation en ligne sur système Cawi (Computer Assisted Web Interview).
- ▶ **Dates de terrain:** les interviews ont été réalisées **du 22 au 23 avril 2009**.

Résultats



Les Français aiment-ils la pub ?

Q : Vous, personnellement, est-ce que vous aimez la publicité ?

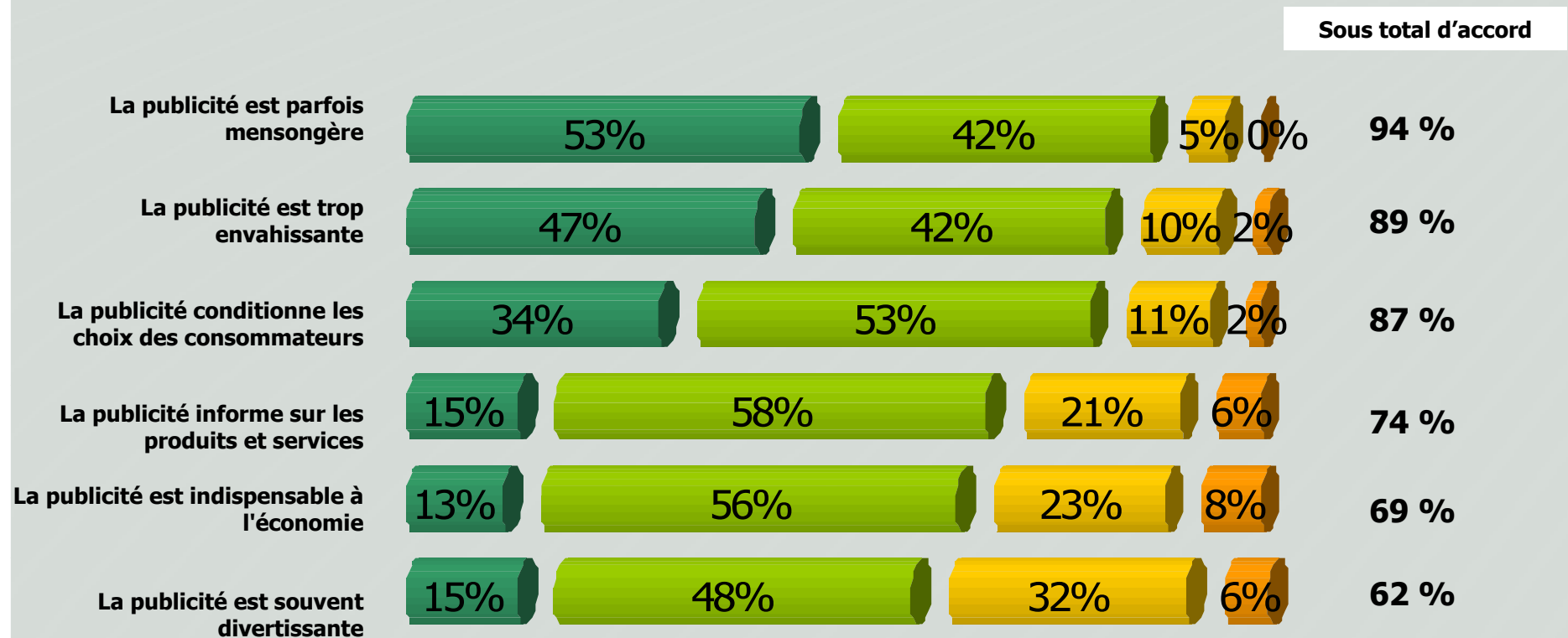


Sexe		Âge				
Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-59 ans	60 ans et plus
55%	57%	54%	51%	57%	54%	60%
45%	43%	46%	49%	43%	46%	40%



Le jugement des Français sur le rôle et la place de la publicité

Q : Êtes vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord, pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes... ?



Palmarès des publicités préférées des Français

Palmarès Print

Q : Parmi les publicités que vous venez de voir, laquelle préférez-vous ?

Petit
Bateau

3

Moyenne *
2.87

Fondation
Abbé Pierre

1

Moyenne *
3.80

Diesel
« L'aveugle »

2

Moyenne *
2.91



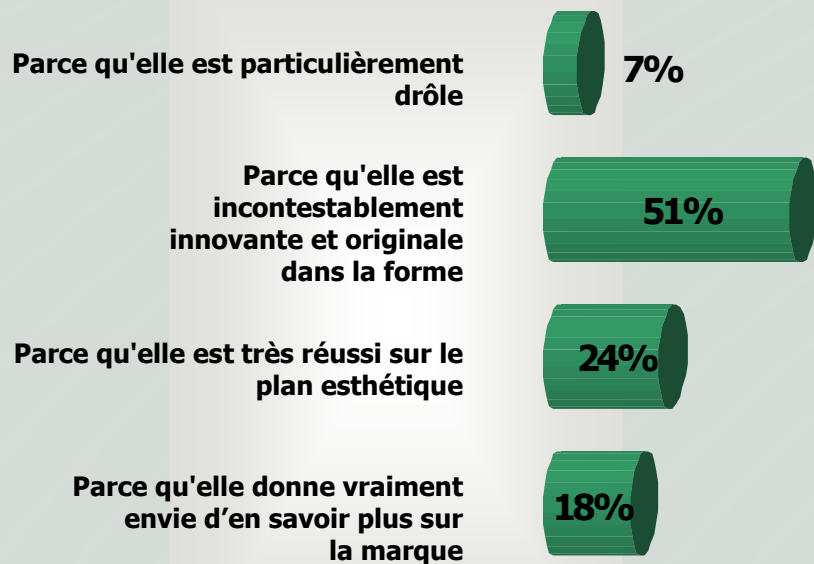
•Chaque répondant a mis une note de 1 à 5. Moyenne de l'ensemble des répondants.



Les raisons pour lesquelles les Français aiment cette publicité

Fondation Abbé Pierre

Q : Pourquoi préférez-vous cette publicité ?



Sexe	
Homme	Femme

11%	4%
-----	----

46%	54%
-----	-----

21%	27%
-----	-----

22%	15%
-----	-----

Âge				
18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-59 ans	60 ans et plus

		8%		38%
--	--	----	--	-----

53%	47%	49%	66%	43%
-----	-----	-----	-----	-----

35%	27%	25%	20%	3%
-----	-----	-----	-----	----

12%	26%	18%	14%	16%
-----	-----	-----	-----	-----

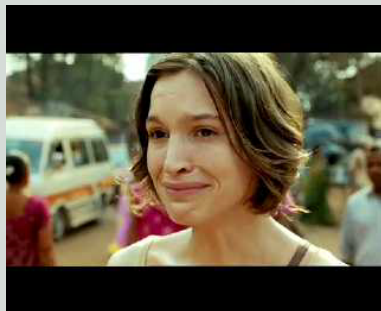


Palmarès des publicités préférées des Français

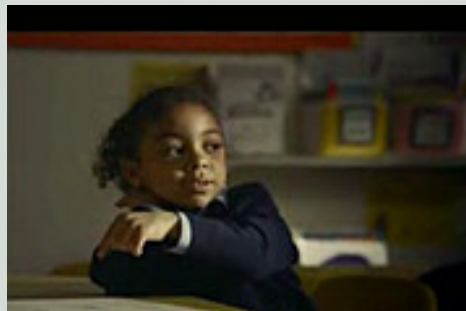
Palmarès Films Tv & Cinéma

Q : Parmi les publicités que vous venez de voir, laquelle préférez-vous ?

Orange
« Rewind
City »



GreenPeace



Tiji »



•Chaque répondant a mis une note de 1 à 5. Moyenne de l'ensemble des répondants.



Les raisons pour lesquelles les Français aiment cette publicité

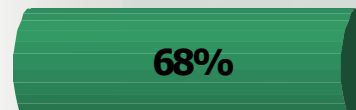
Greenpeace

Q : Pourquoi préférez-vous cette publicité ?

Parce qu'elle est particulièrement drôle



Parce qu'elle est incontestablement innovante et originale dans la forme



Parce qu'elle est très réussie sur le plan esthétique



Parce qu'elle donne vraiment envie d'en savoir plus sur la marque



Sexe	
Homme	Femme

Âge				
18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-59 ans	60 ans et plus

2%	1%
----	----

	4%	2%		
--	----	----	--	--

58%	73%
-----	-----

71%	66%	75%	62%	51%
-----	-----	-----	-----	-----

25%	10%
-----	-----

17%	12%	11%	15%	35%
-----	-----	-----	-----	-----

15%	16%
-----	-----

12%	18%	12%	23%	14%
-----	-----	-----	-----	-----



Palmarès des publicités préférées des Français

Palmarès Web

Q : Parmi les publicités que vous venez de voir, laquelle préférez-vous ?

Louis Vuitton

3
Moyenne *
2.85



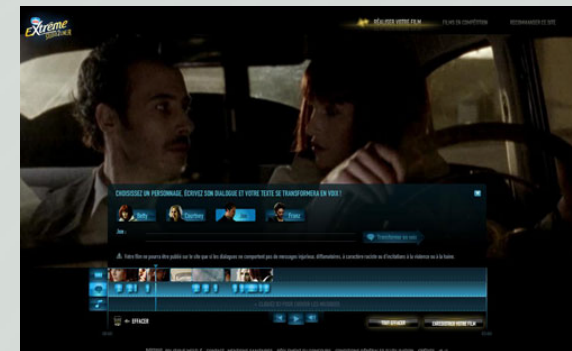
Lacoste
Future

1
Moyenne *
3.11



Extrême
Studio

2
Moyenne *
3.09



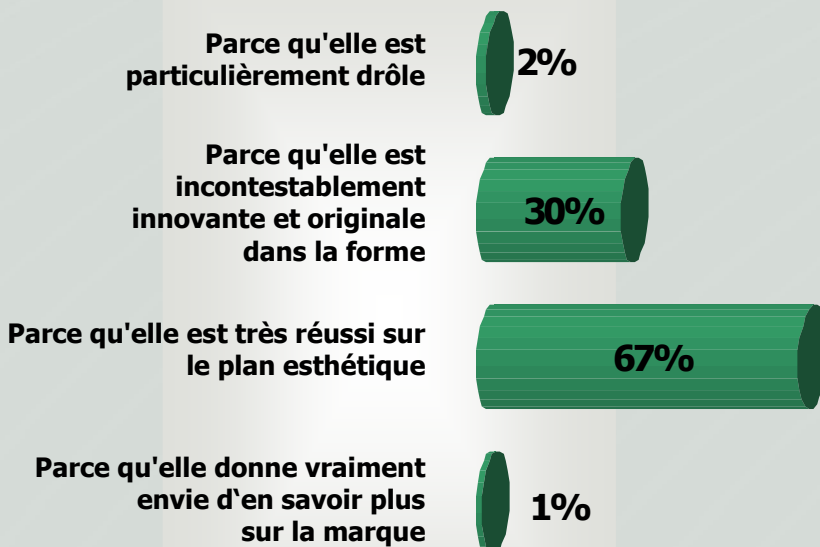
•Chaque répondant a mis une note de 1 à 5. Moyenne de l'ensemble des répondants.



Les raisons pour lesquelles les Français aiment cette publicité

Lacoste Future

Q : Pourquoi préférez-vous cette publicité ?



Sexe	
Homme	Femme

Âge				
18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-59 ans	60 ans et plus

4%	1%
----	----

		3%	15%	
--	--	----	-----	--

30%	29%
-----	-----

44%	40%	48%	29%	5%
-----	-----	-----	-----	----

63%	70%
-----	-----

56%	57%	46%	56%	95%
-----	-----	-----	-----	-----

3%	
----	--

	3%	3%		
--	----	----	--	--



Les raisons pour lesquelles les Français aiment les campagnes nominées pour le 40° palmarès du Club des DA

Q : Pourquoi préférez-vous ces campagnes nominées ? *



* 20 Campagnes nominées dans 3 catégories : « Print », « Films TV et Cinéma » et « Web ».

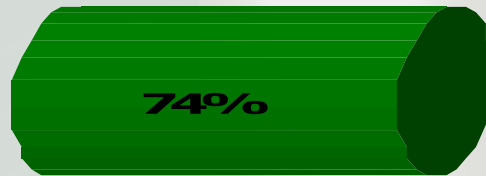


Les « publiphobes » face à ces campagnes nominées

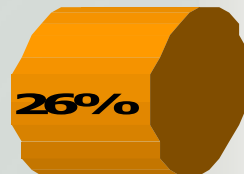
Q : Finalement, personnellement avec laquelle des deux propositions suivantes êtes-vous le plus d'accord?

Base : personnes déclarant ne pas aimer la publicité, soit 44% de l'échantillon

Même si elle était toujours de la qualité de ce que je viens de voir, je n'aimerais pas pour autant la publicité



J'aimerais plus la publicité si elle était toujours de la qualité de ce que je viens de voir



Sexe		Âge				
Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-59 ans	60 ans et plus
75%	73%	71%	67%	73%	78%	79%
25%	27%	29%	33%	27%	22%	21%

