

# « Focus TV »

*Stéphane Martin*  
*6 février 2007*



**Audience TV (4 ans ou +) janvier 2007**

→ 3 heures et 46 minutes, soit + 2 min vs 2006

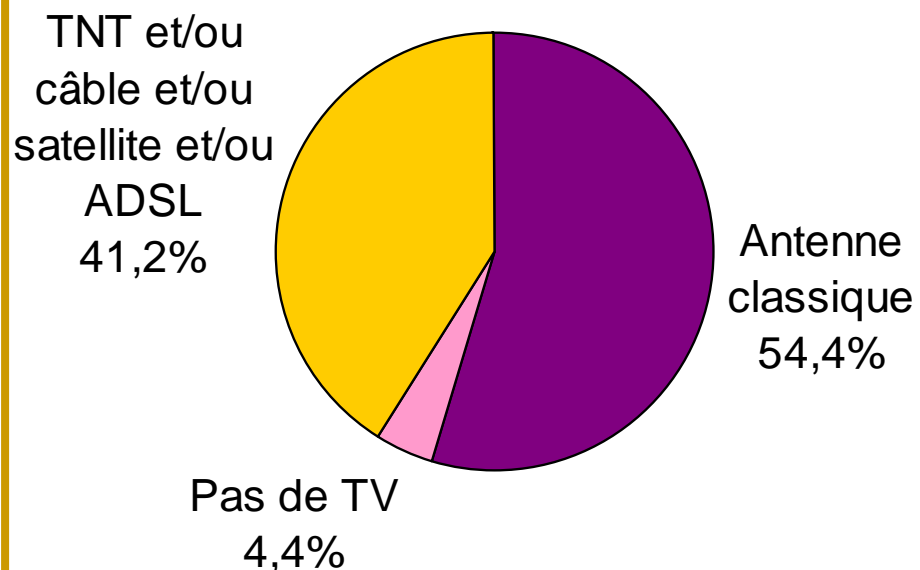
**Publicité TV\* janvier 2007 :**

→ 431,9 M€ bruts, soit + 3,3% et + 13,8 M€ vs 2006

## TV média de masse

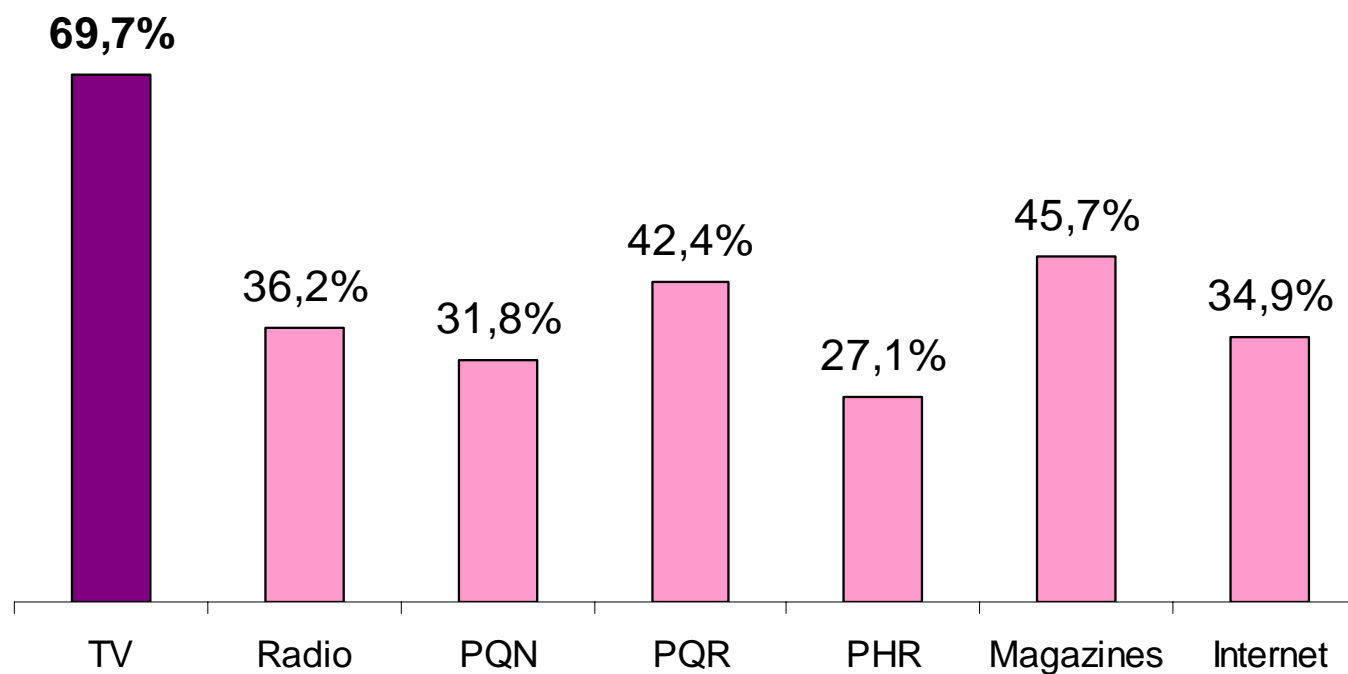
### Equipement

**95,6% des foyers français possèdent au moins un téléviseur.**



**49,0% des foyers ont accès Internet.**

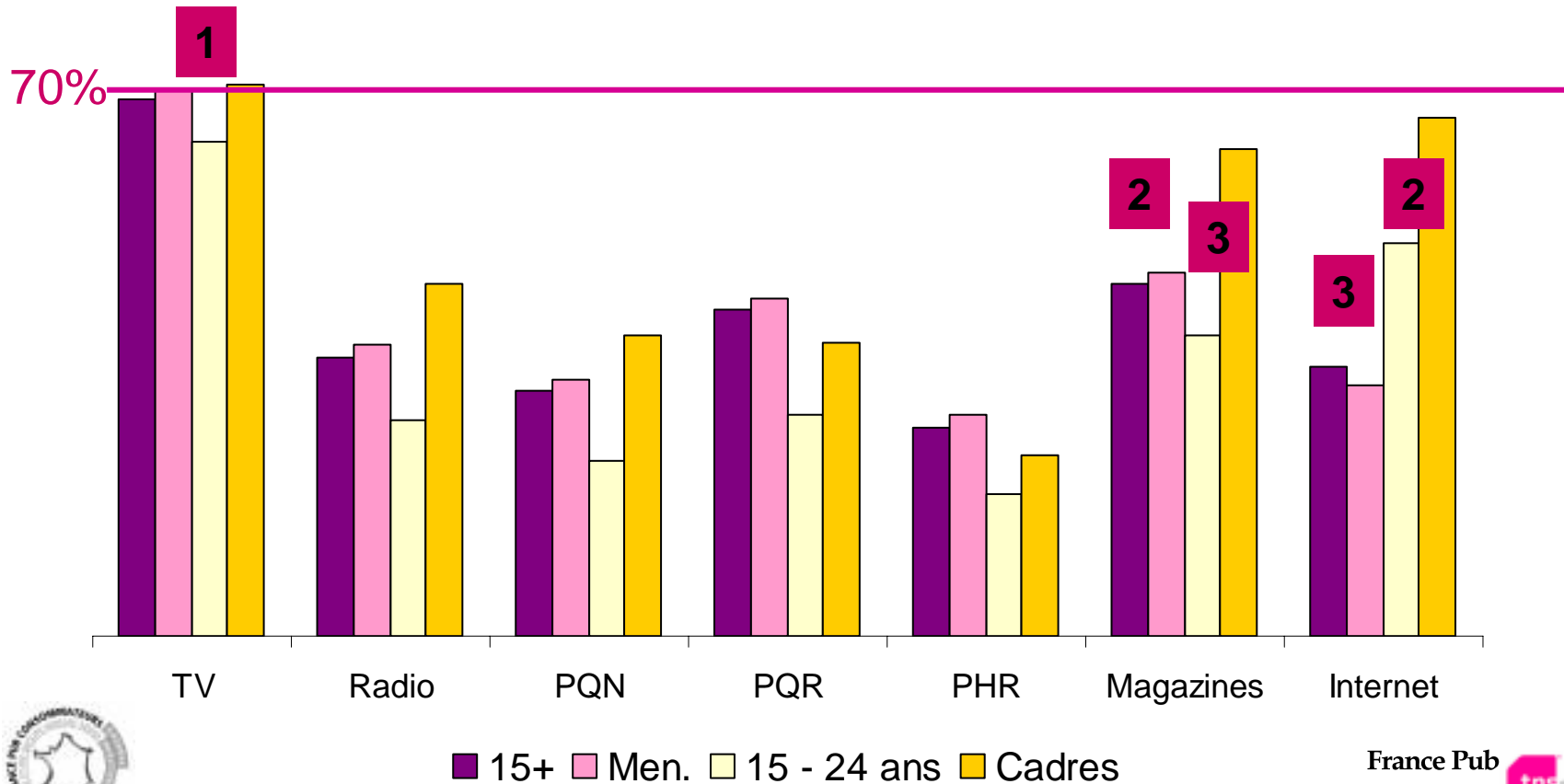
▶ La **télévision** est le 1<sup>er</sup> moyen d'information pour choisir un produit ou un service ou pour se faire une opinion ...



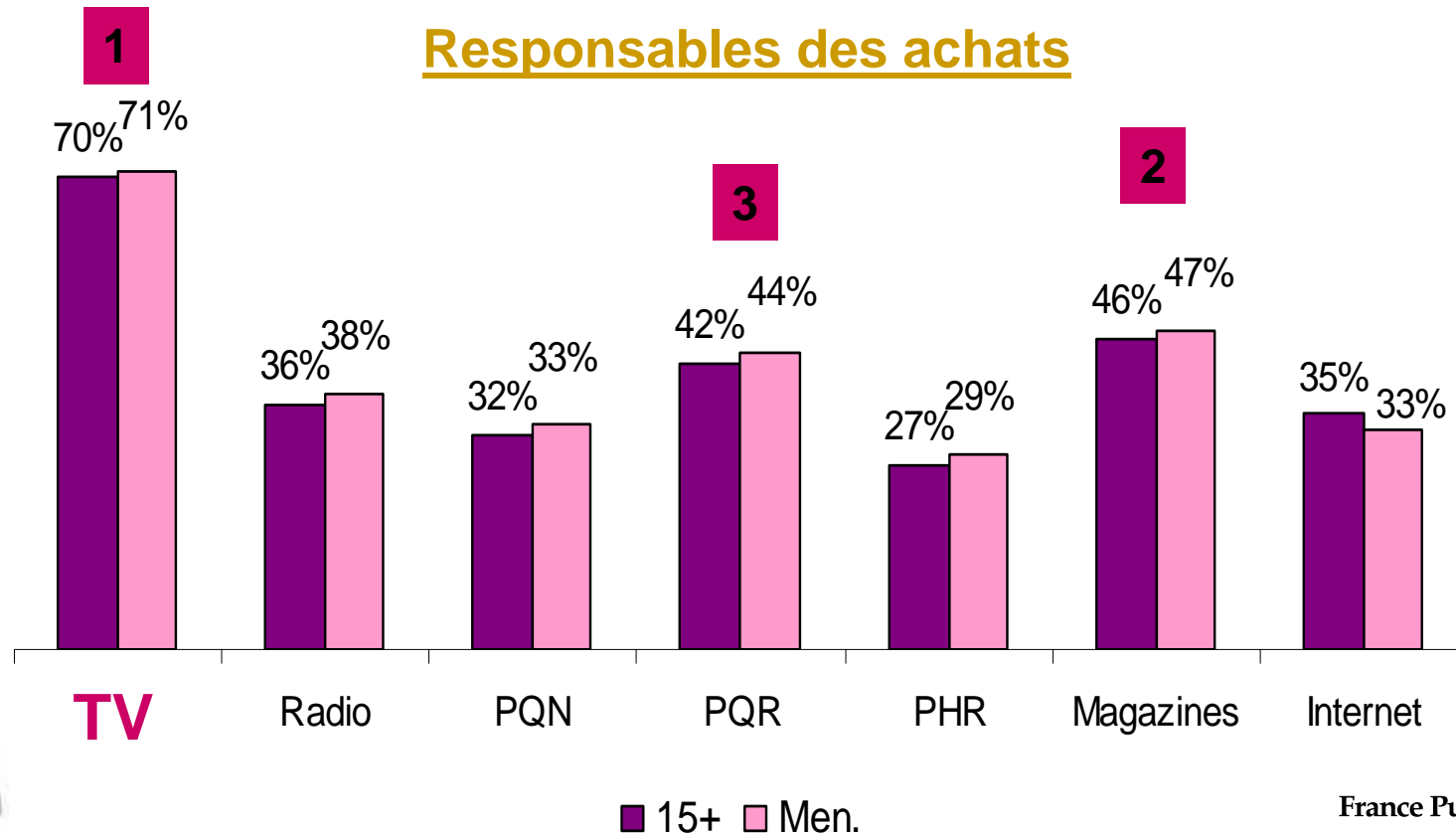
# TV média de masse

## Puissance

▶ La **télévision** est le 1<sup>er</sup> moyen d'information pour choisir un produit ou un service ou pour se faire une opinion ... **quelle que soit la cible** ...



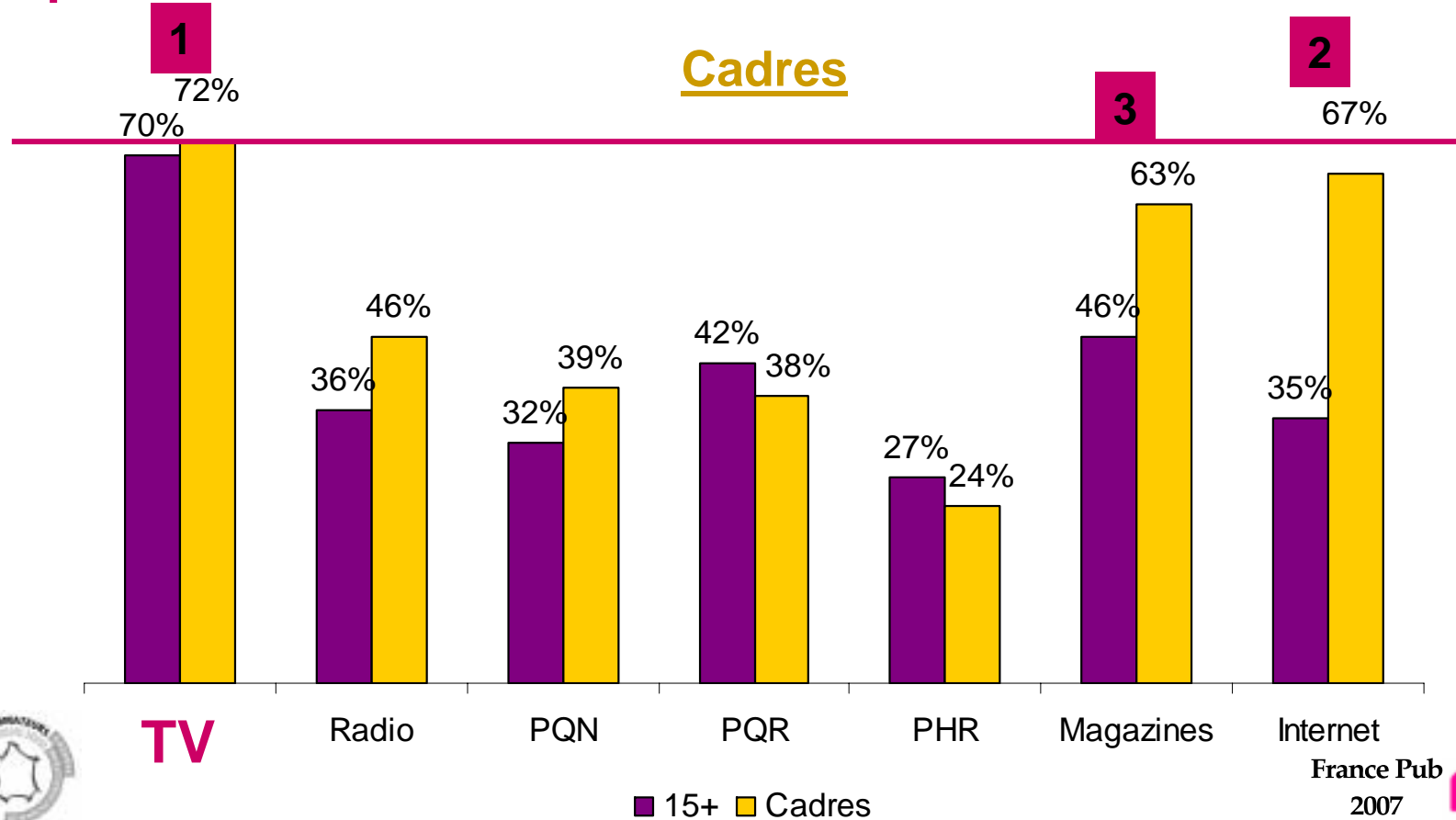
▶ La **télévision** est le 1<sup>er</sup> moyen d'information pour choisir un produit ou un service ou pour se faire une opinion ... **quelle que soit la cible** ...



# TV média de masse

## Puissance

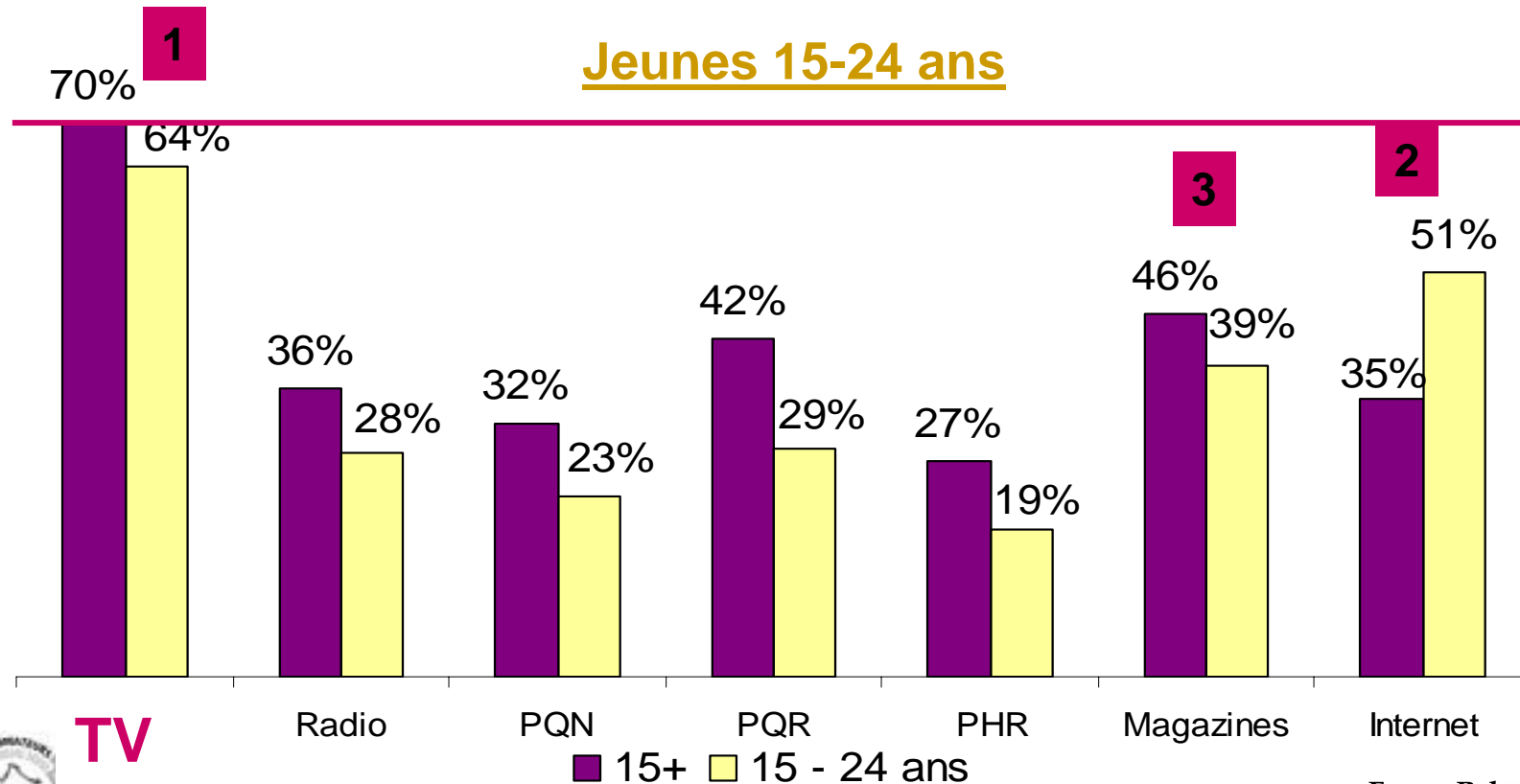
▶ La **télévision** est le 1<sup>er</sup> moyen d'information pour choisir un produit ou un service ou pour se faire une opinion ... **quelle que soit la cible** ...



# TV média de masse

## Puissance

▶ La **télévision** est le 1<sup>er</sup> moyen d'information pour choisir un produit ou un service ou pour se faire une opinion ... **quelle que soit la cible** ...





#### A retenir

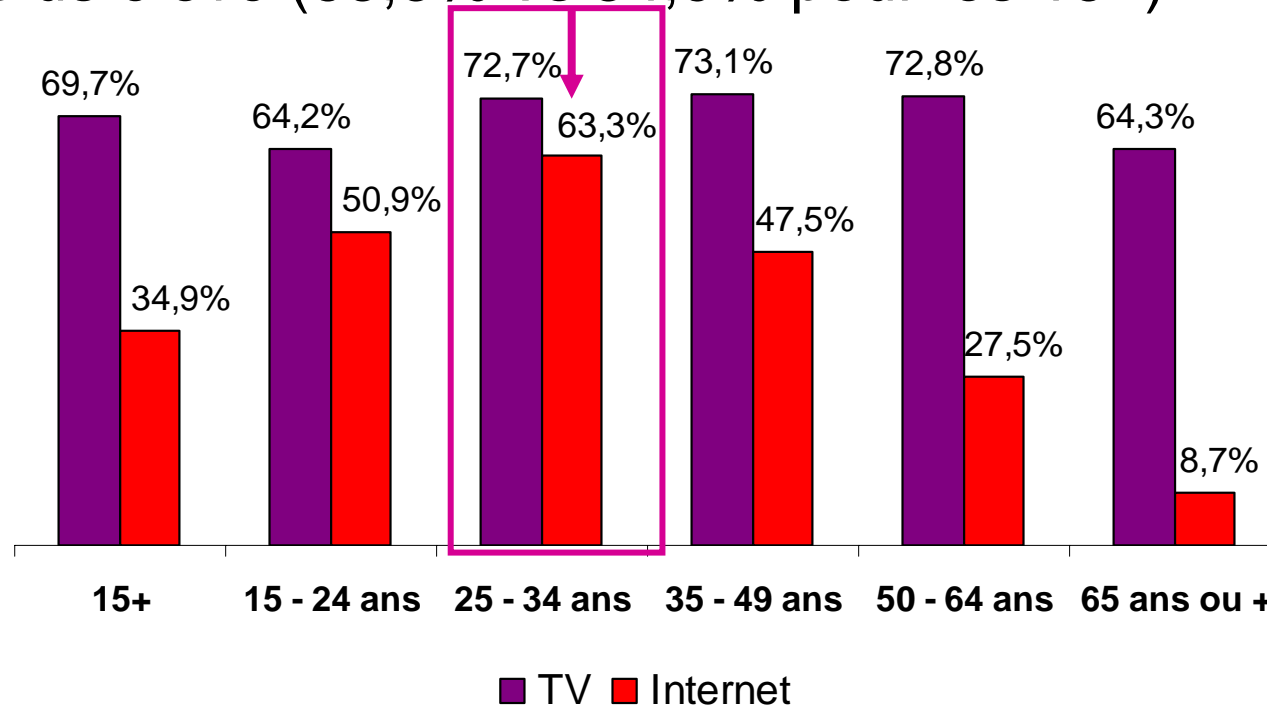
La **télévision** reste le 1er moyen d'information pour choisir un produit ou un service ou pour se faire une opinion chez les jeunes (15-24 ans).

Pour les **cadres et les jeunes** (15-24 ans), l'**Internet** devient le deuxième moyen d'information pour choisir un produit ou un service ou pour se faire une opinion, devant la presse **magazine**.

Contrairement aux idées reçues la **TV reste le premier media** de ces deux cibles !

### En savoir +

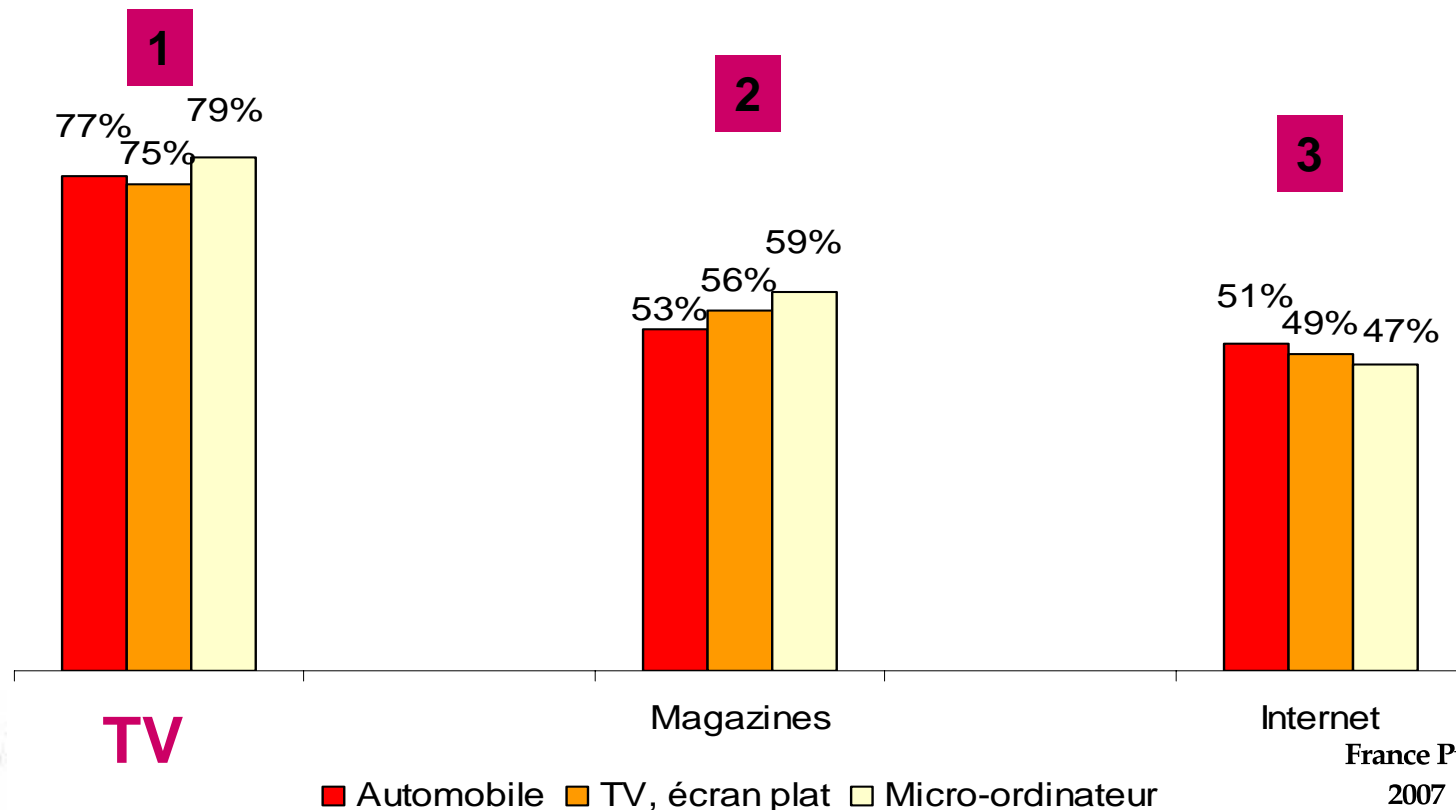
Par tranche d'âge, c'est auprès des **jeunes adultes** (25-34 ans) que l'Internet obtient, sur cet item, le score le plus élevé (63,3% vs 34,9% pour les 15+).



# TV média de masse

## Puissance

▶ Au près des individus ayant **l'intention d'acheter, au cours des 12 prochains mois, un bien d'équipement brun** ou une **voiture**, la **télévision** est le 1<sup>er</sup> moyen d'information pour choisir un produit ou un service ou pour se faire une opinion.



## TV média de masse

*Et de l'opinion*



**Quel que soit le thème, la TV est le média de l'opinion.**

### Politique nationale

**Télévision (65,6%)**

+ Radio (21,6%)  
PQN (20,4%)

### Actualité Sociale

**Télévision (55,5%)**

+ Radio (18,7%)  
PQR (17,5%)

### Sport

**Télévision (52,4%)**

+ Radio (19,4%)  
PQR (17,9%)

### Culture

**Télévision (41,3%)**

+ Radio (18,6%)  
PQR (16,0%)



# TV média de la consommation

FMCG

▶ Quand il s'agit d'acheter un **produit de « grande conso »** (alimentation, boisson, hygiène-beauté et entretien), la **publicité TV reste le moyen d'information préféré des Français.**

Parfums, produits de soin de beauté

Produits d'entretien

Alimentation – Boissons\*

Prospectus, magazines des marques

Prospectus sans adresse

Catalogues des marques ou enseignes

**+ Publicité TV**  **1<sup>er</sup> média**



\*Hors alcool

## TV média de la réassurance

▶ Il en est de même pour le secteur **banque-assurance** dont les investissements publicitaires à la TV ont été particulièrement en hausse en 2006 (+ 48,7%) !

### Banque, Assurance

**Publicité TV**

- + Courriers adressés
- Internet
- Presse spécialisée



**1<sup>er</sup> moyen cité**

▶ **La TV, l'Internet, les mailings et prospectus** sont les 3 moyens utilisés par les **jeunes** (15-24 ans) avant achat !

### Banque, Assurance

#### Publicité TV

- + Internet
- Courriers adressés
- Prospectus sans adresse

## **TV média de l'achat**

### *Zoom sur les jeunes*

▶ **La TV, l'Internet, les prospectus sans adresse et naturellement la visite en magasin** sont les 4 moyens utilisés par les **jeunes** (15-24 ans) avant achat !

### **Livres, disques, cassettes vidéos et DVD**

Internet

**+** **Publicité TV**

Prospectus sans adresse

Catalogues des marques et enseignes



▶ **La TV, l'Internet, les prospectus sans adresse et naturellement la visite en magasin** sont les 4 moyens utilisés par les **jeunes** (15-24 ans) avant achat !

### Internet, Télécommunications

Internet

**+** **Publicité TV**

Prospectus sans adresse

Catalogues des marques et enseignes

## **TV média de l'achat**

### **Complémentarité médias**

▶ Quels sont les **médias** qui apportent **le plus d'informations sur ce bien ou sur ce service**, que ce soit sur le prix, sur les promotions, sur la connaissance du produit ?

#### **Audiovisuel**

**Internet + Publicité TV**

Presse spécialisée\*

#### **Internet, Télécommunications**

**Internet + Publicité TV**

Presse spécialisée\*

#### **Livres, Disques, DVD**

**Internet + Publicité TV**

Radio

#### **Jeux, Jouets**

**Publicité TV + Internet**

Presse spécialisée\*



\*ou son site Internet

## **TV média de l'achat**

### **Complémentarité médias**

▶ Quels sont les **médias** qui apportent **le plus d'informations sur ce bien ou sur ce service**, que ce soit sur le prix, sur les promotions, sur la connaissance du produit ?

#### **Puériculture**

**Internet + Publicité TV**

Presse spécialisée\*

#### **Equipement sportif**

**Internet + Publicité TV**

Presse spécialisée\*

#### **Electroménager**

**Internet + Publicité TV**

Presse spécialisée\*



\*ou son site Internet

## **TV média de l'achat**

### *Complémentarité médias*

▶ Quels sont les **médias** qui apportent **le plus d'informations sur ce bien ou sur ce service**, que ce soit sur le prix, sur les promotions, sur la connaissance du produit ?



**Véritable succès des écrans !**

▶ La **télévision** est le 1er moyen d'information pour choisir un produit ou un service ou pour se faire une opinion ...

- **quelle que soit la tranche d'âge**
- **quelle que soit la CSP**

La **télévision** est le 1er media d'opinion !

... quel que soit le thème : **sport, culture, politique nationale, économie et finance, science et technologie, actualité sociale ou médecine !**

## Conclusion

---

▶ La **télévision** est toujours l'un des deux **médias** qui apportent **le plus d'informations sur ce bien ou sur ce service**, que ce soit sur le prix, sur les promotions, sur la connaissance du produit ...

Pour plusieurs secteurs économiques, **Télévision et Internet** se complètent et s'enrichissent mutuellement.

## Conclusion

---

▶ Contrairement aux idées reçues, pour les **jeunes âgés de 15 à 24 ans, la télévision** demeure le 1<sup>er</sup> moyen d'information pour choisir un produit ou un service ou pour se faire une opinion ...



## Le *Syndicat National* de la *Publicité Télévisée*

Retrouvez toute l'actualité de la pub TV sur :

[www.snptv.org](http://www.snptv.org)

