

L'image de la publicité auprès des Français

Fiche Technique

Enquête réalisée les 26 et 27 octobre 2005 par le **département Stratégies d'Opinion** de **TNS Sofres** auprès d'un échantillon national de 1000 personnes représentatif de l'ensemble de la population âgée de 18 ans et plus, interrogées en face-à-face à leur domicile. Méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de ménage PCS) et stratification par région et catégorie d'agglomération.

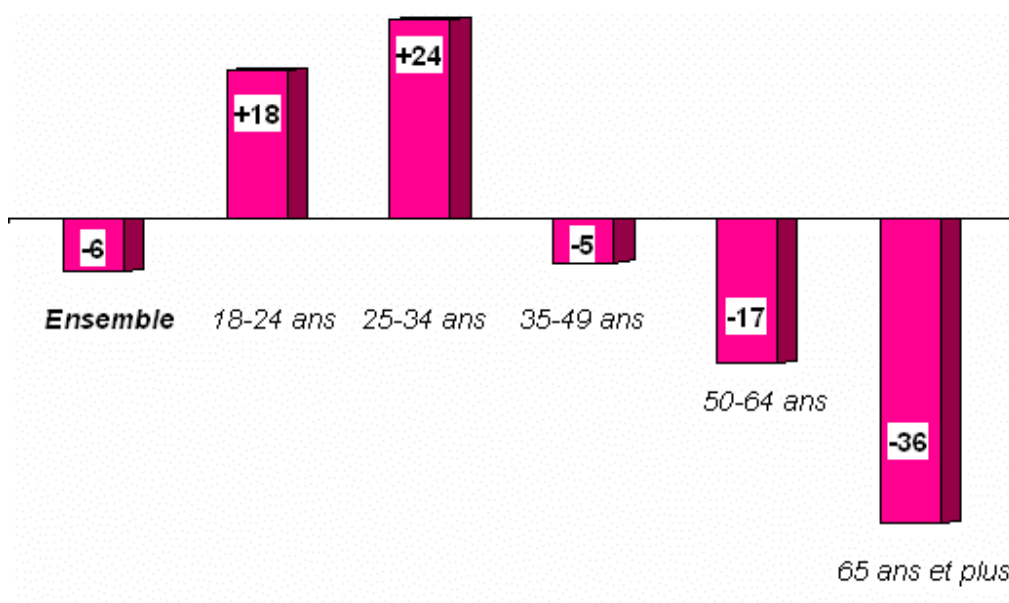
L'adhésion à la publicité

Question : D'une manière générale, que pensez-vous de la publicité ? Y êtes-vous :

	<i>Rappel enquête</i>		Octobre 2005
	Le Parisien / SOFRES avril 1983	TNS Sofres / Stratégies Sept 2002	
- Très favorable	5	5	2
- Plutôt favorable	36	38	35
ST Favorable	41	43	37
- Plutôt opposé	23	23	28
- Très opposé	10	13	15
ST Opposé	33	36	43
- Indifférent	25	20	19
- Sans opinion	1	1	1
Indice d'adhésion *	+8	+7	-6

* L'indice est le résultat de la différence entre les opinions favorables et les opinions opposées

L'indice d'adhésion à la publicité selon l'âge en 2005



L'agrément à l'égard des différentes formes de publicité

Question : Vous personnellement, aimez-vous la publicité ?

Base : ensemble de l'échantillon	<i>Rappel enquête</i>		Octobre 2005
	Le Parisien / SOFRES avril 1983	TNS Sofres / Stratégies Sept 2002	
Dans la presse			
- Oui j'aime plutôt	40	56	47
- Non, je n'aime pas	46	39	48
- Sans opinion	14	5	5
Dans la rue			
- Oui j'aime plutôt	29	42	32
- Non, je n'aime pas	52	52	61
- Sans opinion	19	6	7
A la radio			
- Oui j'aime plutôt	29	36	28
- Non, je n'aime pas	59	59	66
- Sans opinion	12	5	6
A la télévision			
- Oui j'aime plutôt	43	37	28
- Non, je n'aime pas	50	61	69
- Sans opinion	7	2	3
Au cinéma			
- Oui j'aime plutôt	31	32	25
- Non, je n'aime pas	37	53	62
- Sans opinion	32	15	13
Sur internet			
- Oui j'aime plutôt	-	16	9
- Non, je n'aime pas	-	45	59
- Sans opinion	-	39	32

L'agrément à l'égard de la publicité au cinéma ou sur Internet selon la pratique

Question : Vous personnellement, aimez-vous la publicité au cinéma ?

— Base : A ceux qui vont au cinéma (69% de l'échantillon) —

	Ensemble	dont :			
		Plusieurs fois par mois	De 1 a 3 fois par trimestre	De 1 a 3 fois par an	Moins souvent
- Oui j'aime plutôt	31	40	33	32	18
- Non, je n'aime pas	63	55	63	61	73
- Sans opinion	6	5	4	7	9

Question : Vous personnellement, aimez-vous la publicité sur Internet ?

— Base : A ceux qui se sont connectés sur Internet au cours des trois derniers mois (53% de l'échantillon) —

	Ensemble	dont :		
		Tous les jours ou presque	De 1 a 3 fois par semaine	De 1 fois par mois ou moins souvent
- Oui j'aime plutôt	15	17	14	12
- Non, je n'aime pas	77	78	80	61
- Sans opinion	8	5	6	27

**L'évolution de l'agrément
à l'égard des différentes formes de publicité**

Question : Vous personnellement, aimez-vous la publicité ?

Base : ensemble de l'échantillon	Indice d'agrément 1983	Indice d'agrément 2002	Indice d'agrément 2005	Évolution 2002/2005
- Dans la presse	-6	+17	-1	-18
- Dans la rue	-23	-10	-29	-19
- A la radio	-30	-23	-38	-15
- A la télévision	-7	-24	-41	-17
- Au cinéma	-6	-21	-37	-16
- Sur internet	-	-29	-50	-21

Image de la publicité

La créativité de la publicité

Question : Avec laquelle des deux opinions suivantes êtes-vous le plus d'accord ?

	Rappel enquête		Octobre 2005
	La Fnac / SOFRES oct 1982	TNS Sofres / Stratégies Sept 2002	
- Je trouve que la publicité c'est toujours la même chose : on nous parle toujours de la même façon d'un produit	47	28	32
- Depuis quelques années, je trouve que la publicité a beaucoup changé : le style des messages, les annonces, les films ne sont plus du tout les mêmes qu'avant	45	69	65
- Sans opinion	8	3	3

L'opinion sur l'évolution de la publicité

Question : Comparée à ce qui se faisait il y a quelques années, la publicité est-elle aujourd'hui plus ou moins :

- Base : Interviewés considérant que la publicité a changé -

Base : ensemble de l'échantillon	Rappel enquête		Octobre 2005
	FNAC / TNS Sofres oct 1982	TNS Sofres / Stratégies Sept 2002	
Amusante, distrayante			
- Plus	77	72	73
- Moins	8	17	13
- Sans changement	11	10	13
- Sans opinion	4	1	1
Séduisante			
- Plus	68	64	58
- Moins	9	20	16
- Sans changement	18	14	22
- Sans opinion	5	2	4
Agressive			
- Plus	46	71	65
- Moins	14	11	12
- Sans changement	32	17	1
- Sans opinion	8	1	3
Informative, précise			
- Plus	52	46	43
- Moins	14	30	23
- Sans changement	29	21	32
- Sans opinion	8	3	2

Attentes des Français à l'égard de la publicité

Les attentes à l'égard de la publicité

Question : Qu'attendez-vous en priorité d'une publicité ?

	Rappel enquête						Octobre 2005		
	Notre Temps / Sofres nov 1989			TNS Sofres / Stratégies Sept 2002			Ens- emble	dont :	
	Ens- emble	dont :		Ens- emble	dont :			< 35 ans	> 35 ans
		< 35 ans	> 35 ans		< 35 ans	> 35 ans			
- Qu'elle soit claire, facile à comprendre	37	29	41	44	44	44	48	48	48
- Qu'elle vous informe sur un produit nouveau	34	35	33	36	33	37	35	35	35
- Qu'elle soit drôle	33	44	28	36	44	33	35	41	33
- Qu'elle vous informe sur les caractéristiques d'un produit	31	31	32	31	31	31	35	34	35
- Qu'elle soit créative	28	36	24	26	38	21	28	39	23
- Qu'elle vous donne envie d'acheter un produit	14	14	15	31	38	27	23	29	21
- Qu'elle vous étonne	15	23	11	18	24	16	17	19	15
- Qu'elle soit belle	20	23	19	13	10	15	11	10	11
- Qu'elle vous fasse rêver	11	13	9	10	11	9	10	13	8
- Sans opinion	6	1	9	5	0	7	6	2	8

Influence de la publicité

L'influence sur la consommation

Question : D'une manière générale, diriez-vous que les films publicitaires **vous incitent à acheter** les produits qu'ils présentent ou, qu'au contraire, ils vous poussent à ne pas les acheter, ou encore qu'ils n'ont aucune influence ? Et diriez-vous que les films publicitaires **incitent les consommateurs à acheter** les produits qu'ils présentent ou, qu'au contraire, ils poussent les consommateurs à ne pas les acheter ou encore qu'ils n'ont aucune influence ?

	Vous	Les consommateurs
- Incitent à acheter	27	73
- Poussent à ne pas acheter	10	5
- Ni l'un, ni l'autre, ça n'a aucune influence	63	20
- Sans opinion	0	2

L'influence sur la consommation personnelle

Question : D'une manière générale, diriez-vous que les films publicitaires **vous incitent à acheter** les produits qu'ils présentent ou, qu'au contraire, ils vous poussent à ne pas les acheter, ou encore qu'ils n'ont aucune influence ?

	<i>Rappel enquête</i>		Octobre 2005
	<i>RFP / SOFRES nov 1979</i>	<i>Stratégies / TNS Sofres Sept 2002</i>	
- Incitent à acheter	18	29	27
- Poussent à ne pas acheter	9	10	10
- Ni l'un, ni l'autre, aucune influence	70	60	63
- Sans opinion	3	1	0
INDICE D'INCITATION *	+9	+19	+17

* L'indice est le résultat de la différence entre ceux que la publicité incite à acheter et ceux qu'elle pousse à ne pas acheter

L'influence sur la consommation

Question : Et diriez-vous que les films publicitaires incitent les consommateurs à acheter les produits qu'ils présentent ou, qu'au contraire, ils poussent les consommateurs à ne pas les acheter ou encore qu'ils n'ont aucune influence ?

	Septembre 2002	Octobre 2005	Evolution 2002 / 2005
- Incitent à acheter	77	73	-4
- Poussent à ne pas acheter	5	5	=
- Ni l'un, ni l'autre, aucune influence	16	20	+4
- Sans opinion	2	2	=

L'influence de la publicité sur le mode de vie

Question : Avez-vous le sentiment que la publicité exerce sur la façon de vivre des gens (vêtements, loisirs, voitures, etc...) une influence ?

	Rappel enquête		Octobre 2005
	Le Parisien / SOFRES avril 1983	TNS Sofres / Stratégies Septembre 2002	
- Très grande	29	32	31
- Assez grande	54	55	60
ST Grande	83	87	91
- Assez faible	10	10	6
- Très faible	2	1	1
ST Faible	12	11	7
- Sans opinion	5	2	2

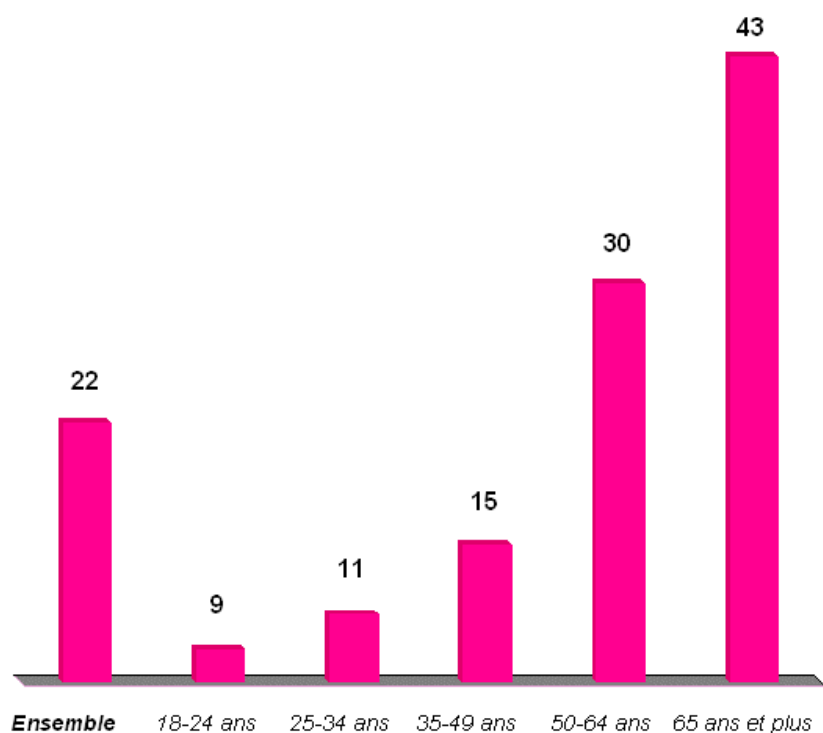
Questions thématiques

L'utilisation des enfants dans la publicité

Question : Trouvez-vous choquant ou pas choquant que des enfants apparaissent dans des publicités ?

	Rappel enquête		Octobre 2005
	Le Parisien / SOFRES avril 1983	TNS Sofres / Stratégies Septembre 2002	
- C'est choquant	31	24	22
- Ce n'est pas choquant	62	73	75
- Sans opinion	7	3	3

L'opinion sur l'utilisation des enfants dans la publicité selon l'âge en 2002 (item "c'est choquant")



Utilisation du corps de la femme dans la publicité

Question : Trouvez-vous choquant ou pas choquant que des publicités montrent des femmes très peu vêtues ?

	Rappel enquête		Octobre 2005
	Le Parisien / SOFRES avril 1983	TNS Sofres / Stratégies Septembre 2002	
- C'est choquant	38	45	41
- Ce n'est pas choquant	56	53	57
- Sans opinion	6	2	2

L'opinion sur l'utilisation du corps de la femme dans la publicité Selon le sexe en 2005

