

# Etude mondiale sur le rôle de la publicité



 **union des  
annonceurs**

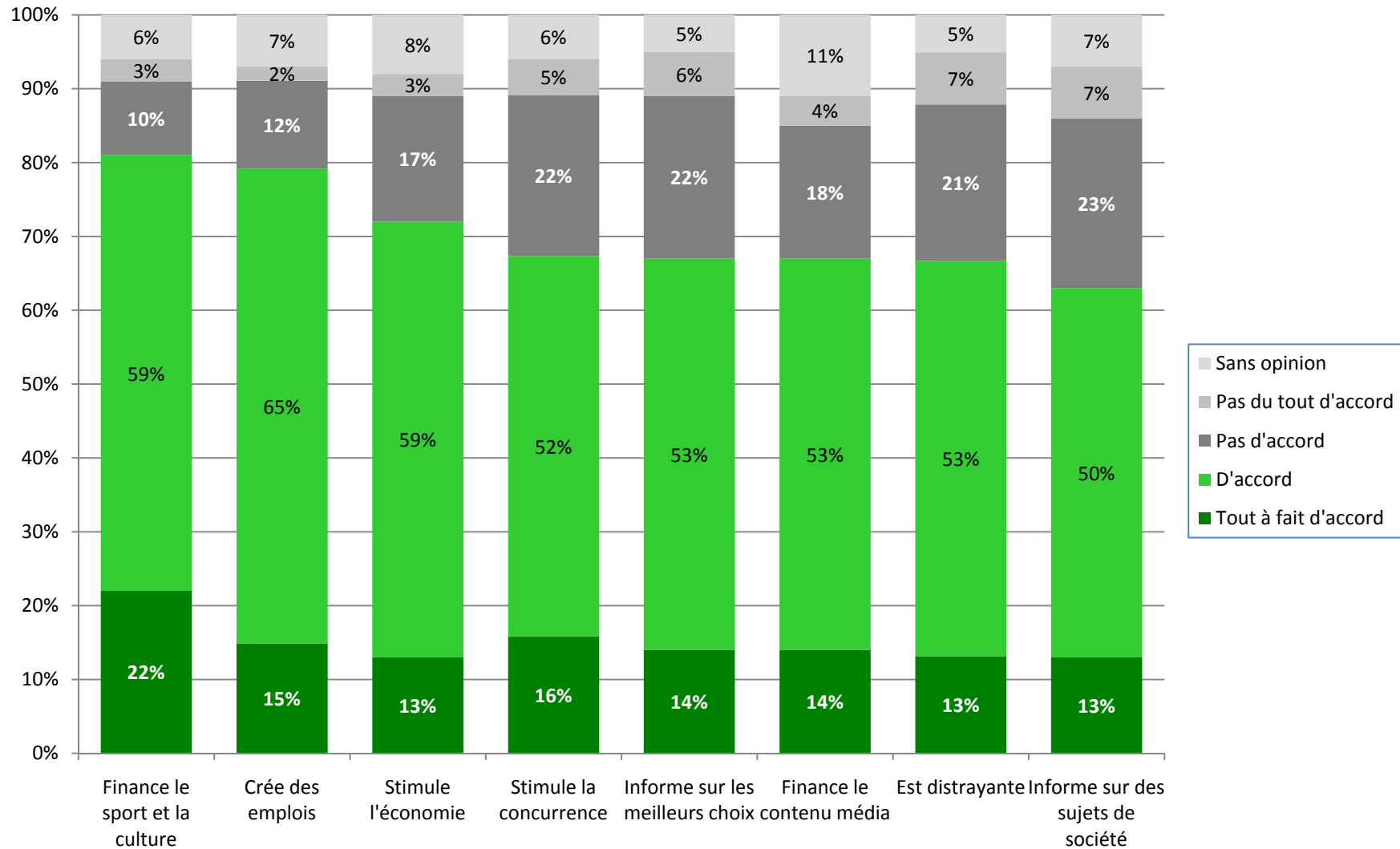
**nielsen**  
.....  


 **FMA** FÉDÉRATION MONDIALE DES  
ANNONCEURS

# Une étude globale pour mieux comprendre ce que les consommateurs pensent de la publicité

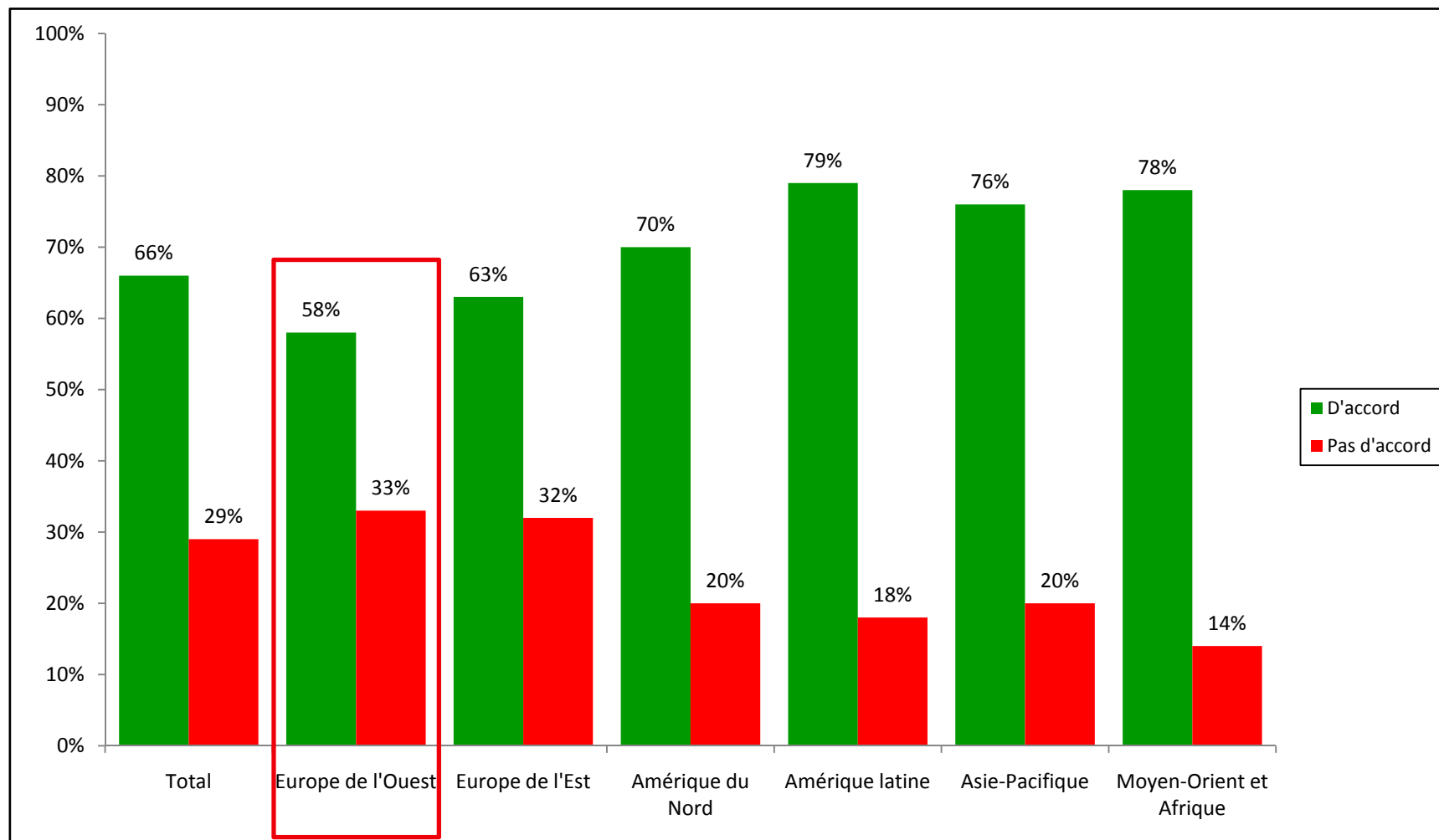
- 50 marchés
- Un échantillon total de 25 420 personnes
- Les items testés :
  1. Publicité et sponsoring sont clés dans le financement des **événements sportifs**, des **expositions** et **événements culturels**.
  2. Par sa contribution à la réussite des entreprises, la publicité **crée des emplois** dans ces entreprises et dans le secteur de la publicité
  3. La publicité contribue à la **croissance économique**.
  4. La publicité stimule la concurrence, ce qui permet des produits de meilleure qualité et **des prix plus bas**.
  5. Par l'information qu'elle véhicule, la publicité aide le consommateur à **mieux choisir**.
  6. La publicité finance des **contenus gratuits ou à coût réduit** sur internet, à la télévision, dans la presse et dans tous les médias.
  7. La publicité attire mon attention et je la trouve **distrayante**.
  8. La publicité nous apporte une information utile sur les **grands sujets de société** tels que la sécurité, la santé...

# Les résultats globaux



Source : FMA/Nielsen Global Online Survey

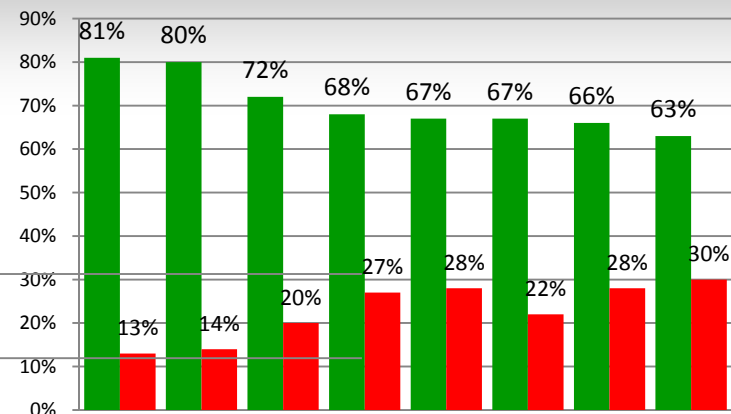
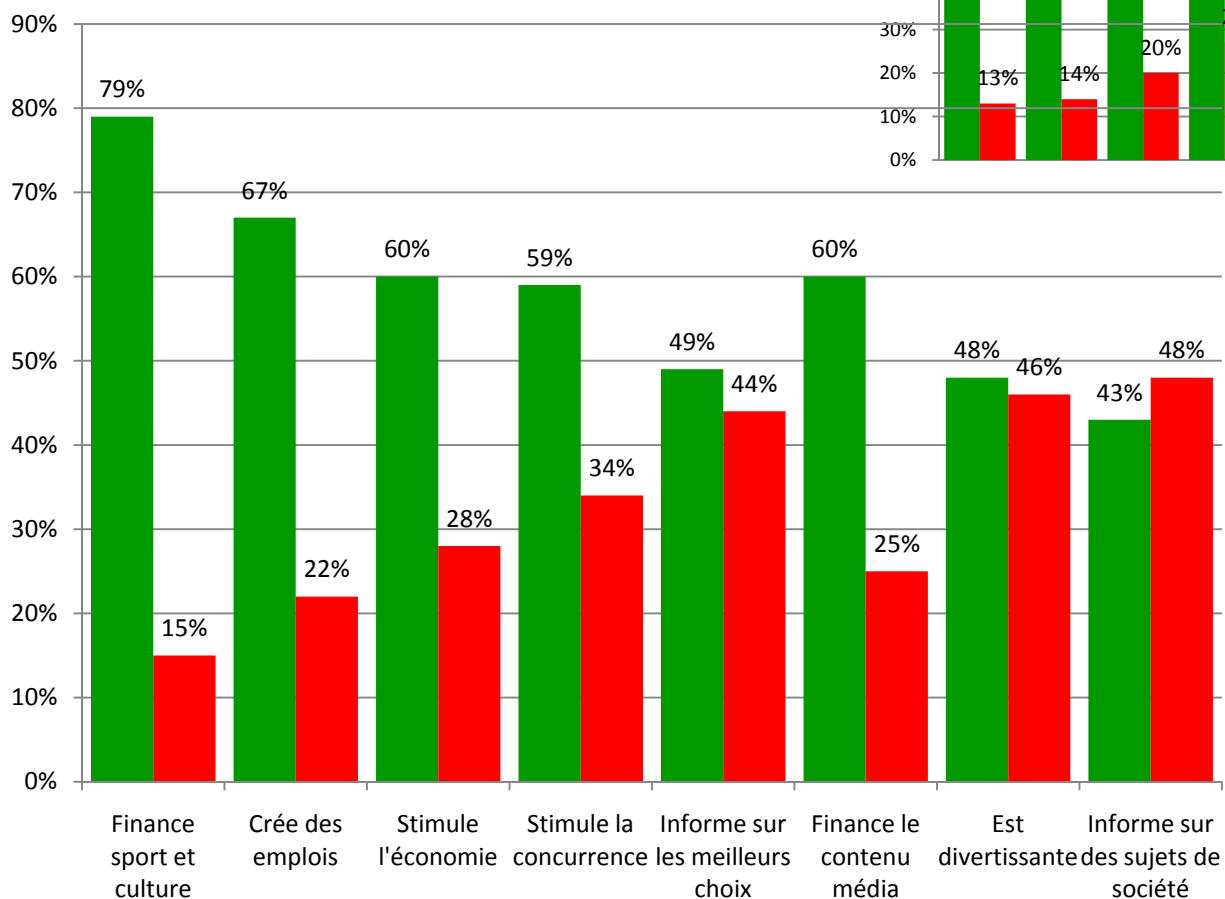
## Résultats totaux - tous items confondus - par grandes régions du monde



Note : ce tableau et les suivants excluent les réponses "sans opinion".

Source : FMA/Nielsen Global Online Survey

# Europe de l'Ouest



Résultats globaux

■ D'accord  
■ Pas d'accord

Source : FMA/Nielsen Global Online Survey

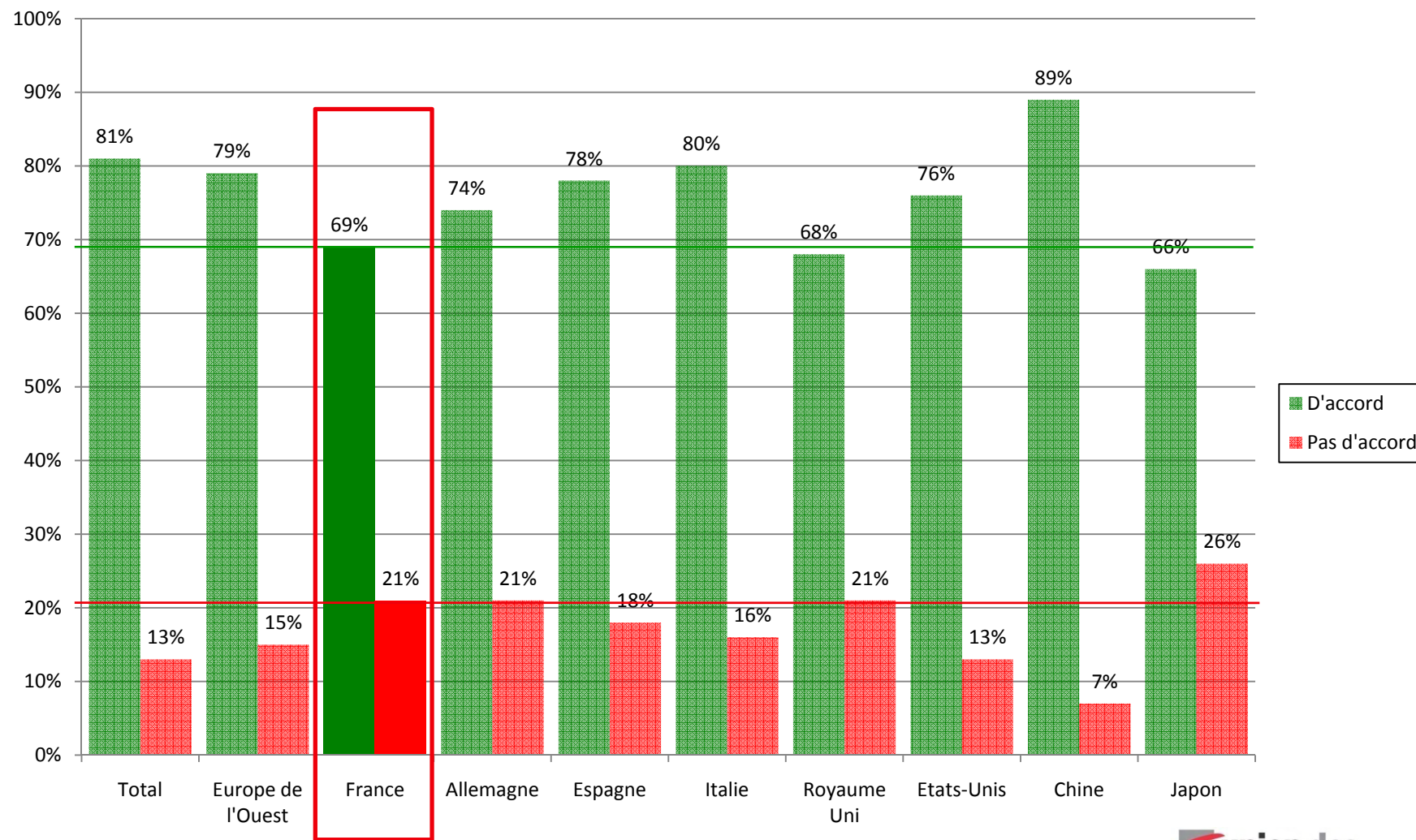
## En résumé

- Au total, les consommateurs sont sensibles aux arguments qui mettent en avant les bénéfices de la publicité.
- Les meilleurs scores vont à deux items : "le soutien financier au sport et à la culture" d'une part, "la création d'emplois" d'autre part (respectivement 81 % et 80 % des consommateurs sont d'accord avec ces deux affirmations).
- Même si une majorité des consommateurs (63 %) pensent que la publicité attire l'attention sur des sujets de société, il s'agit du plus faible score d'opinion positives.
- Les consommateurs d'Europe de l'Ouest sont nettement plus critiques que ceux de toutes les autres régions du monde, quel que soit l'item proposé. Ceux d'Europe de l'Est le sont à peine moins. A l'inverse, les habitants de l'Amérique du Nord et, massivement, ceux des zones en développement jugent globalement que la publicité joue un rôle largement positif.
- En Europe de l'Ouest, sur la plupart des items, les consommateurs français sont les moins favorables à la publicité.

# Plus en détail : les Français et la publicité

Source : FMA/Nielsen Global Online Survey

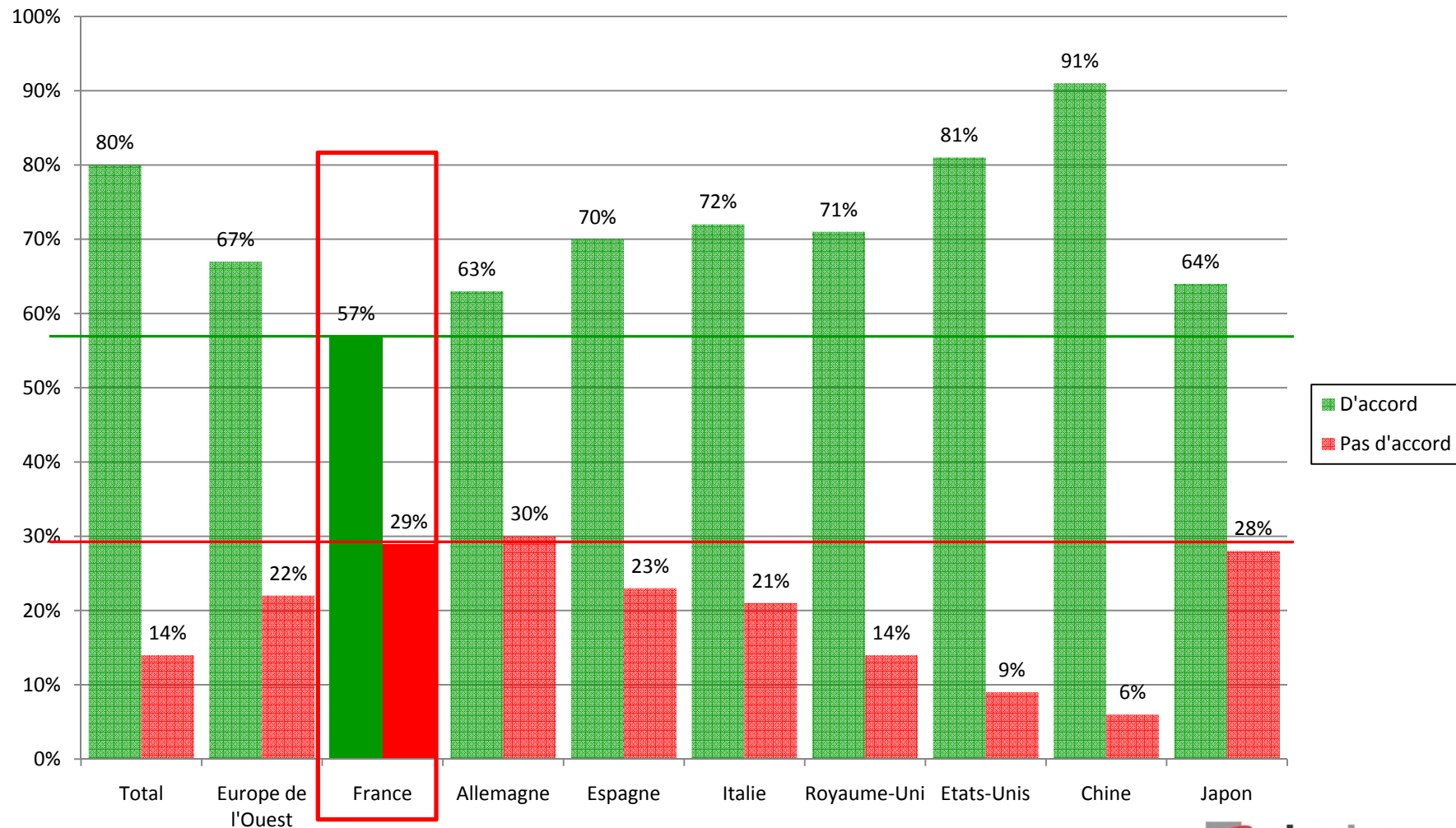
## Publicité et sponsoring sont clés pour le financement des événements sportifs et culturels



Source : FMA/Nielsen Global Online Survey

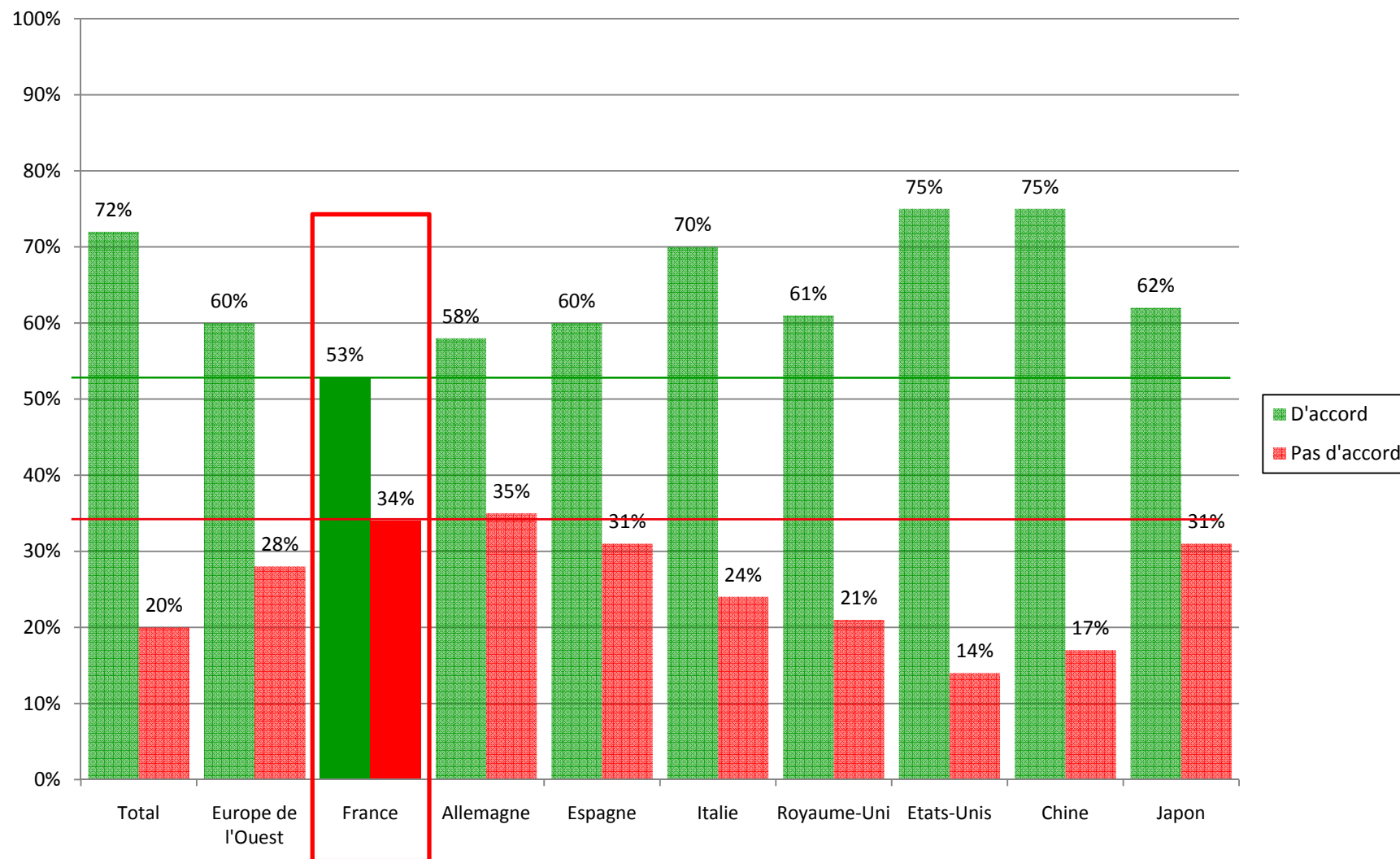


# En concourant à la réussite des entreprises, la publicité permet de créer des emplois dans ces entreprises et dans le secteur de la publicité



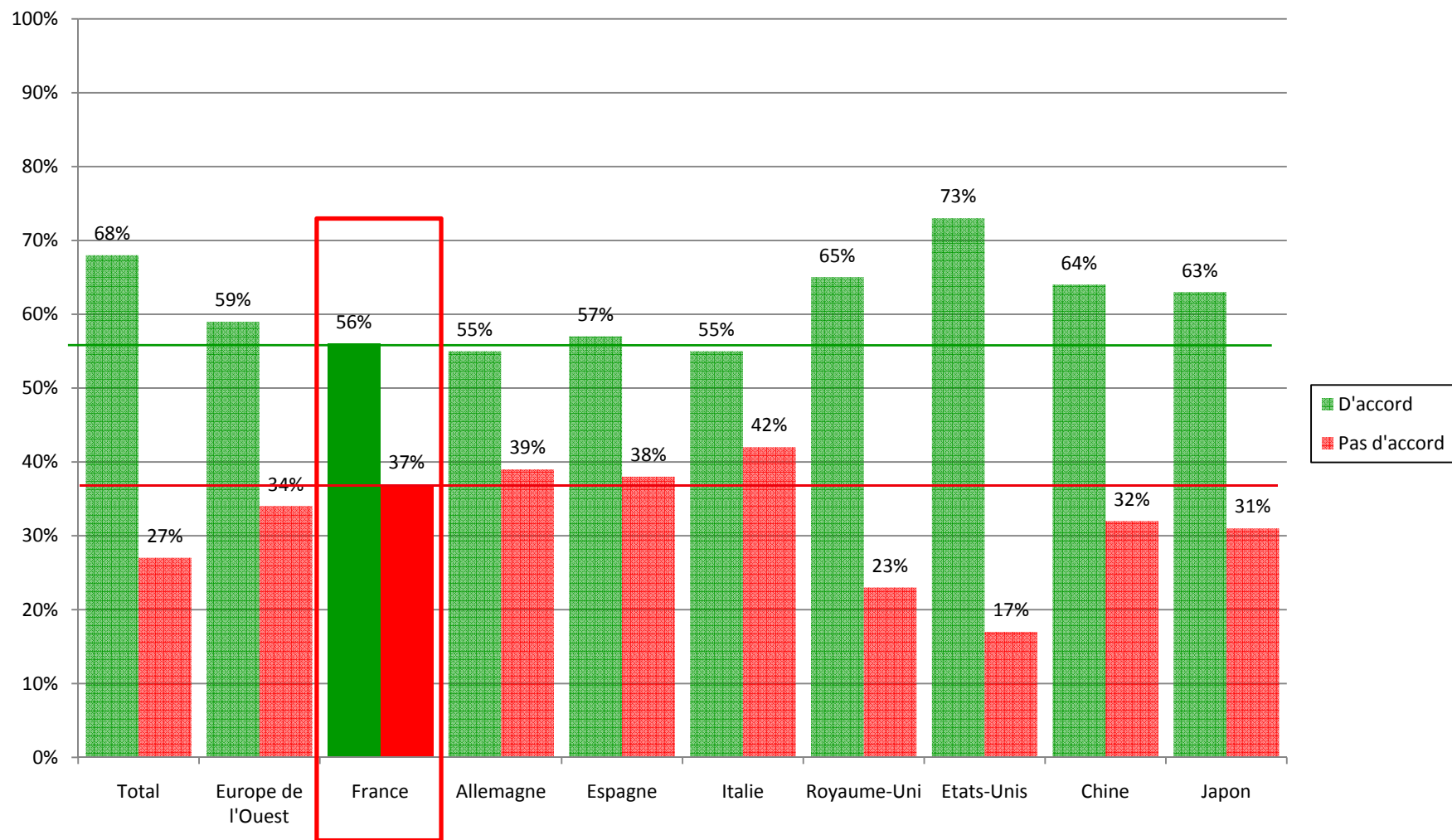
Source : FMA/Nielsen Global Online Survey

# La publicité contribue à la croissance économique



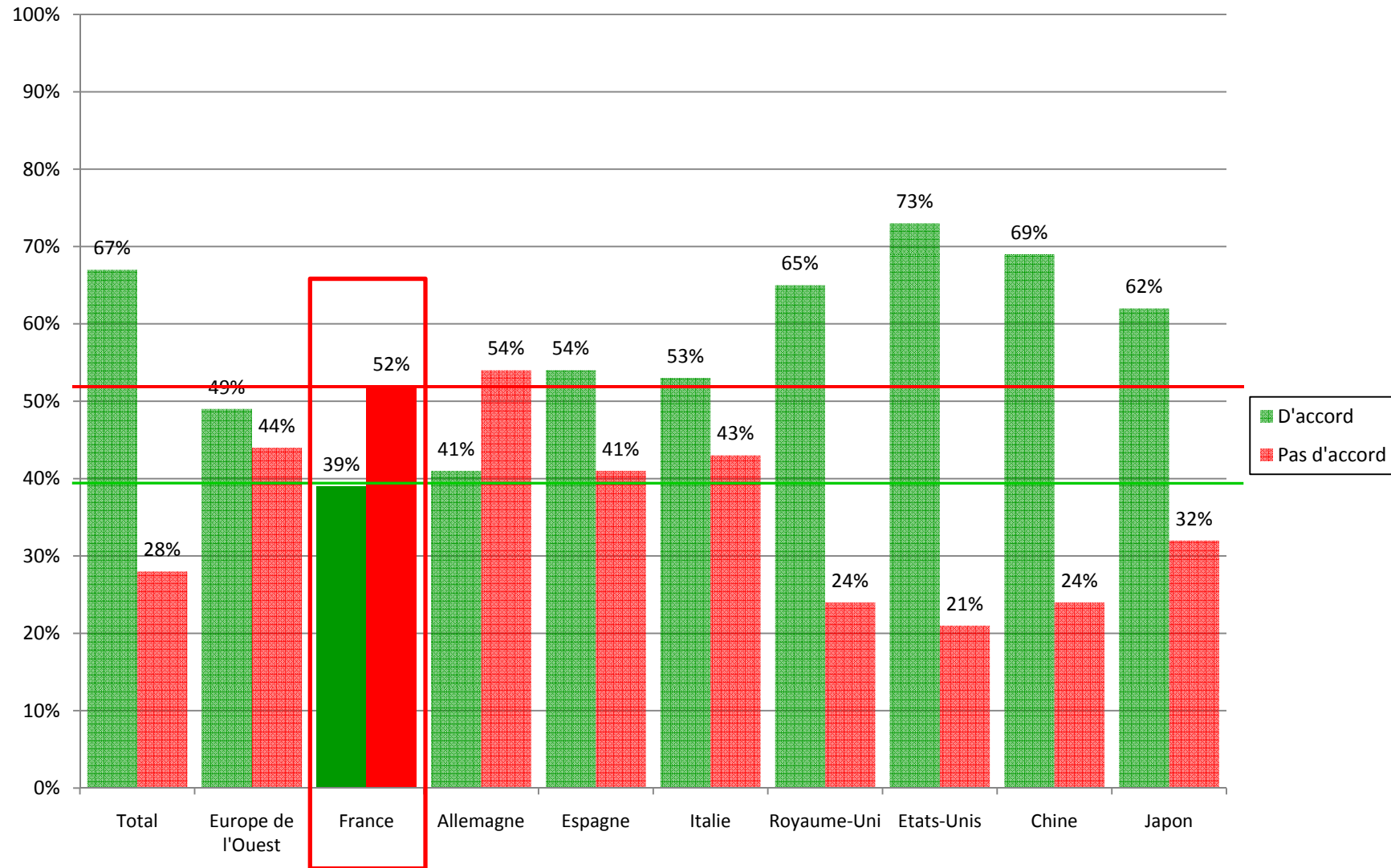
Source : FMA/Nielsen Global Online Survey

# La publicité stimule la concurrence ce qui permet des produits de meilleurs qualité et des prix plus bas



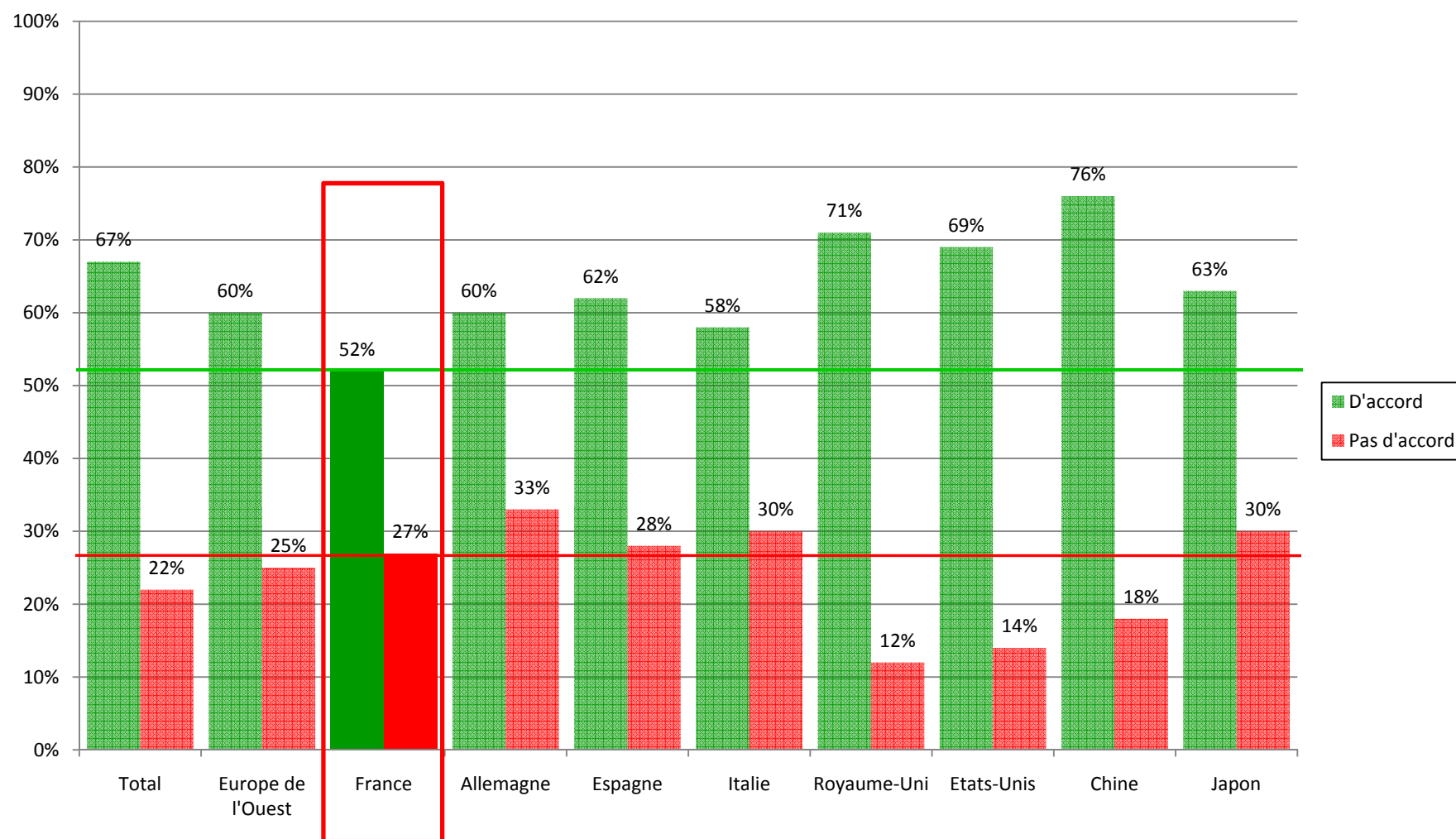
Source : FMA/Nielsen Global Online Survey

## Par l'information qu'elle véhicule, la publicité aide le consommateur à mieux choisir



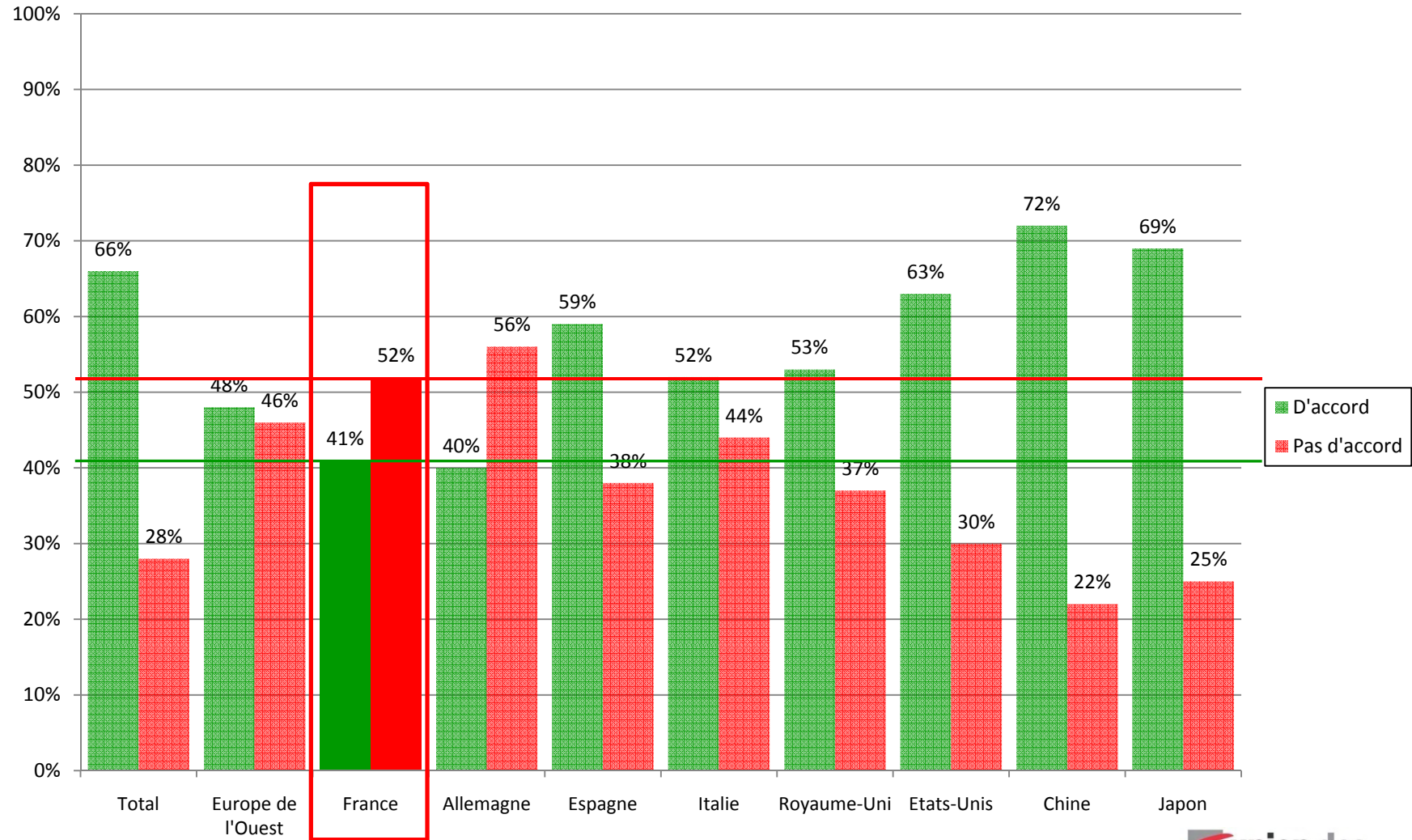
Source : FMA/Nielsen Global Online Survey

## La publicité finance des contenus gratuits ou à faible coût dans les médias



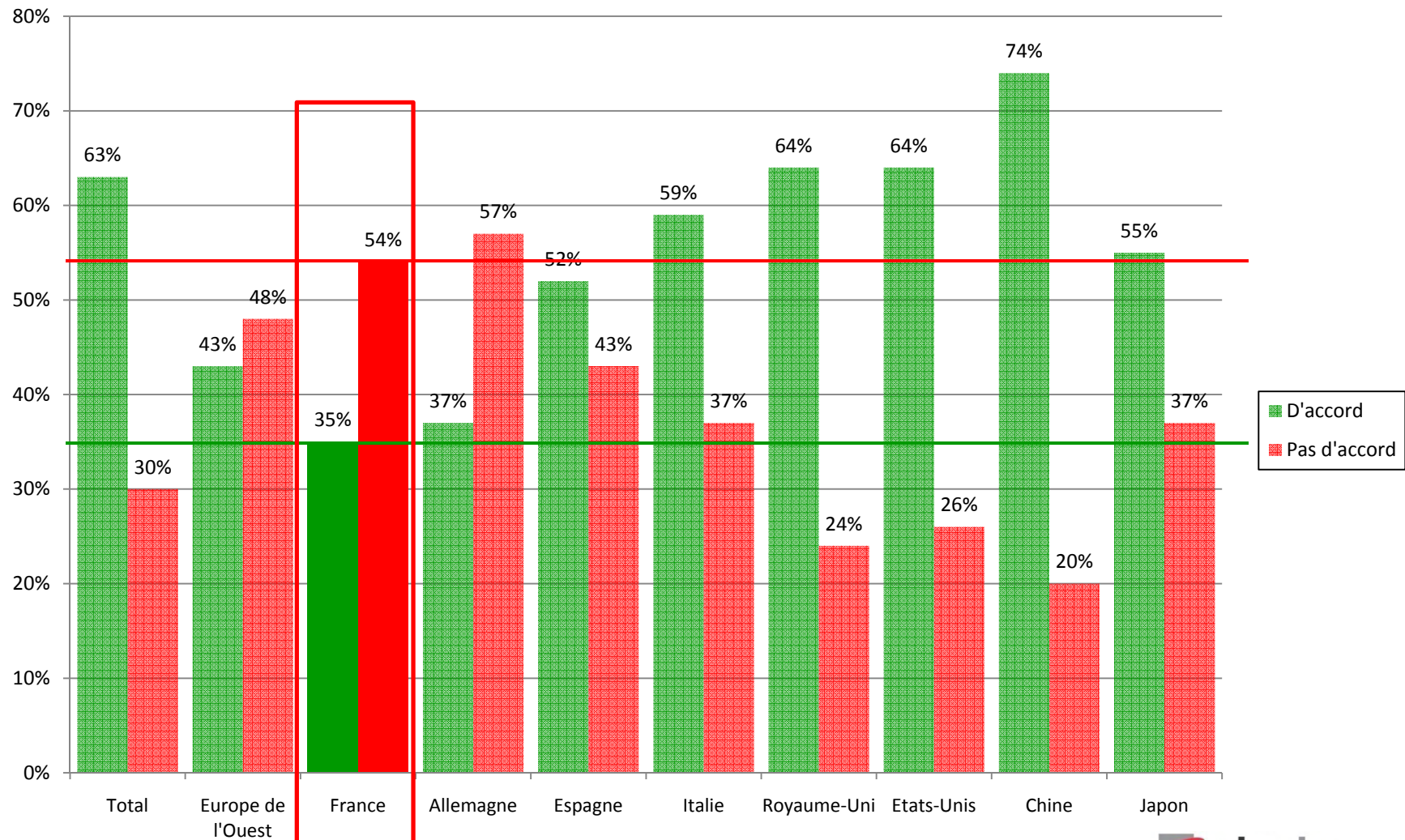
Source : FMA/Nielsen Global Online Survey

# Mon attention est souvent attirée par la publicité et je la trouve distrayante



Source : FMA/Nielsen Global Online Survey

## La publicité apporte une information utile sur de grands sujets de société (sécurité, santé...)



Source : FMA/Nielsen Global Online Survey