

# L'objet publicitaire en France: Perception et Impact

Présentation des résultats  
- Jeudi 7 Juillet 2011-



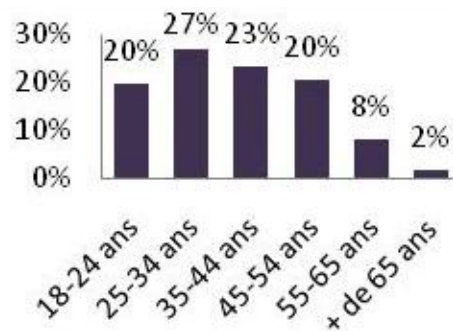
Dauphine Junior  
Conseil

Junior-Entreprise de l'Université Paris-  
Dauphine



# L' échantillon

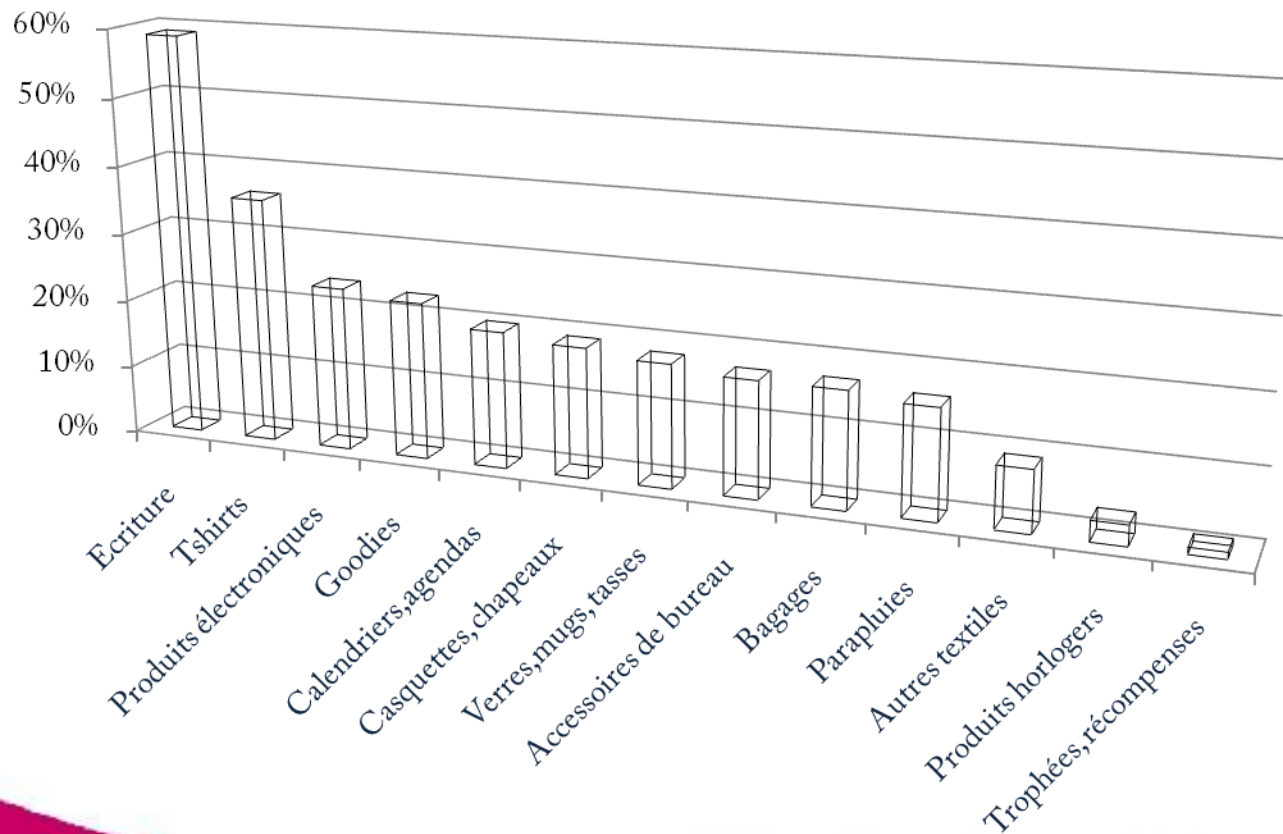
- 1 000 personnes interrogées
- Une population variée :
  - 54% de femmes, 46% d'hommes
  - 80% d'actifs
    - 30% de cadres, 32% d'employés
  - Pyramide des âges équilibrée





# L'objet publicitaire

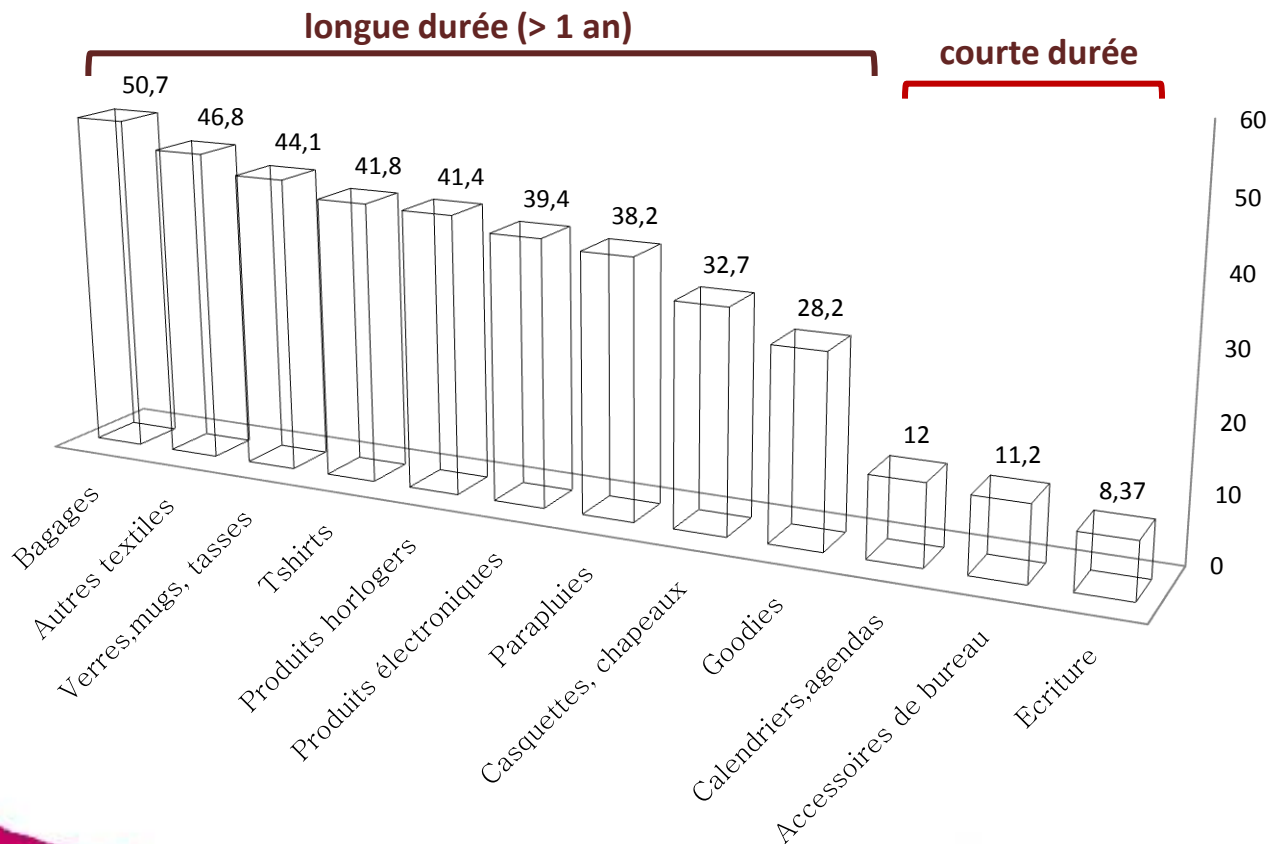
## ■ Les objets publicitaires les plus possédés





# L'objet publicitaire

## ■ Durée de conservation des objets





# L'objet publicitaire

## ■ A quelle occasion sont remis les objets publicitaires ?

Au cours d'un évènement: 40%

Dans le cadre du travail: 28%

Sur un lieu de vente: 26%





# La perception de l'objet publicitaire

**76%** des personnes estiment  
accorder de l'importance aux  
objets publicitaires

Et 60% aimeraient en recevoir plus!





# Le coût de l'objet publicitaire

- Les coûts par contacts
  - Des coûts très faibles
  - Mais des écarts importants (de 1 à 20)

	1. Ecriture	2. Aut res textiles	3. Calendriers, agendas	4. Goodies	5. Accessoires de bureau	6. Verres, mugs, tasses	7. Tshirts	8. Produits électroniques	9. Produits horlogers	10. Casquettes, chapeaux	11. Bagages	12. Parapluies	13. Trophées
Nombre de contacts	152,35	315,8	276,38	425,29	245,7	699,47	324,56	550,87	890,27	121,05	213,2	129,62	-
Coût moyen	0,40 €	12€-30€	1€-6€	2 €	1,50 €	4,50 €	2,90 €	7,50 €	13 €	3,50 €	7,50 €	8 €	-
<b>Coût par contact</b>	<b>0,003 €</b>	<b>0,038€</b> <b>0,095€</b>	<b>0,004€</b> <b>0,022€</b>	<b>0,005 €</b>	<b>0,006 €</b>	<b>0,006 €</b>	<b>0,009 €</b>	<b>0,014 €</b>	<b>0,015 €</b>	<b>0,029 €</b>	<b>0,035 €</b>	<b>0,062 €</b>	-

- Coût d'une campagne TV: 0,0055€ par contact

Source JC Decaux, 2010





# L'impact de l'objet publicitaire

## ■ Connaissance de la marque

70,4% des personnes  
connaissent la marque apposée  
sur l'objet

	1. Verres, mugs, tasse	2. Tshirts	3. Accessoires de bureau	4. Autres textiles	5. Calendriers, agendas	6. Bagages	7. Ecriture	8. Produits électroniques	9. Goodies	10. Parapluies	11. Casquettes, chapeaux	12. Produits horlogers	13. Trophées
Connaissance de la marque	77%	74%	74%	74%	71%	71%	70%	70%	67%	65%	64%	53%	-





# L'impact de l'objet publicitaire

## ■ Capacité à influencer la cible

**58%** des personnes sont plus favorables à l'annonceur après avoir reçu un objet publicitaire





# Un objet, deux raisons d'être

- La fidélisation
  - Concerne **60%** des répondants
  - **45%** des personnes sont susceptibles de faire davantage appel à l'annonceur
  
- Le recrutement de nouveaux clients
  - Concerne **40%** des répondants
  - **61%** des répondants sont incités à se tourner davantage vers les produits ou services de la marque

