



Efficacité du dispositif
Préroll Enrichi Multi-vidéo

www.francetvpub.fr



Décembre 2020 - Janvier 2021

france•tvpublicité
Le monde change. **La pub aussi.**

ÉDITO

France Télévisions Publicité a lancé le 2 décembre 2020, un format digital qui « enrichit » l'expérience du pré-roll en permettant aux spectateurs de regarder une ou plusieurs publicités parmi un choix de quatre écrans.

Iligo a réalisé une étude au plus près des conditions réelles de visionnage dans le but de connaître la perception du dispositif auprès des Français et d'en mesurer l'impact sur les marques.



FICHE MÉTHODOLOGIQUE

Objectif

L'objectif de l'étude est de mesurer **la perception** du format player multividéo et l'impact sur l'appréciation de la marque.

Méthodologie

CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing)

Durée de l'étude : 12 minutes dont 5 minutes de vidéo.

Utilisation de conditions réelles de visionnages reproduites par Iligo, pour des résultats au plus proche de la réalité.

Paramètres

Dates du terrain : Du 16 décembre 2020 au 4 janvier 2021

Nombre de répondants : 500 répondants

Cible : 18-69 ans, ayant fréquenté France.tv au cours des 30 derniers jours

Quotas : Sexe, Age, CSP, UDA en 5 représentatif de la Population Française

Synthèse Globale – Adhésion du dispositif

Près des trois-quarts des Français jugent que le dispositif est une bonne idée.

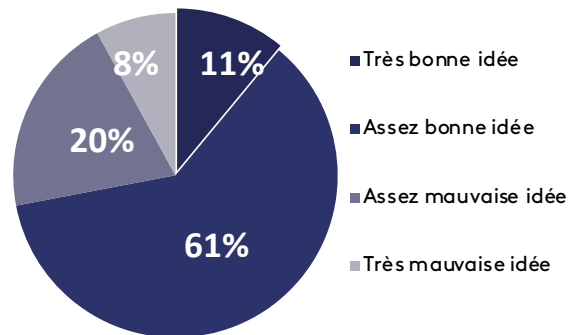
Une adhésion encore plus forte chez les 18-34 ans et chez les individus se sentant proches de la marque



72% pensent que le dispositif est une très bonne ou une assez bonne idée

+11pts d'adhésion chez les 18-34 ans

+9pts chez les répondants qui se sentaient proches de la marque



Ce qu'ils en disent :

Un dispositif qui plaît car permet d'aller plus loin avec la marque :

« Cela laisse le choix d'aller plus loin avec la marque en question et d'en savoir plus ou pas. »

« il est pratique si le produit ou sujet nous intéresse pour être basculé directement »

Un dispositif interactif qui laisse libre de choisir la publicité la plus intéressante :

« C'est interactif et on peut prendre une décision »

« Cela permet de s'orienter vers son propre choix de publicité »

Synthèse Globale – Image du dispositif

Le pré-roll enrichi multivideo renvoie une image d'originalité et d'innovation.

Diriez-vous que ce dispositif est...

ST notes de 5 à 10/10



Original

Dont 34% de notes supérieures à 8/10

+7pts chez les répondants qui se sentaient proches de la marque



Innovant

Dont 36% de notes supérieures à 8/10

+10pts chez les répondants qui se sentent proches de la marque

Impact du dispositif sur la marque partenaire

73%

pensent que la publicité donne une **image moderne** de la marque
(notes de 5 à 10)

+4pts d'adhésion chez les 18-34 ans

+14pts chez les répondants qui se sentent proches de la marque

71%

pensent que la publicité donne une **image innovante et différenciante**
de la marque
(notes de 5 à 10)

+2pts chez les 18-34 ans sur le critère différenciant de la marque

+14pts chez les répondants qui se sentent proches de la marque “ ”

51%

déclarent que la publicité leur **donne envie de se renseigner** sur la marque
(notes de 5 à 10)

+6pts chez les 18-34 ans

+29pts chez les répondants qui se sentent proches de la marque



Pour en savoir plus

Votre contact habituel

ou

Contact Etudes :

Sonia CAUPENNE

Sonia.caupenne@francetvpub.fr