

Étude Admeira

Premium Advertising 2.0

2022

ADMEIRA

Fiche de l'étude

Type d'enquête : enquête via l'AdPanel d'Admeira dans le bus en ligne de GfK

Univers : Population en ligne de Suisse alémanique, 15 - 74 ans dans le cercle des utilisateurs en ligne (utilisation : plusieurs fois par jour, tous les jours ou presque, plusieurs fois par semaine, environ une fois par semaine ou moins d'une fois par semaine)

Méthode d'échantillonnage : Représentatif de la population selon les caractéristiques sociodémographiques, méthode du quota aléatoire

Quotes : Sexe, âge (3 groupes), zones REMP (3 groupes)

Pondération : Les données ont été pondérées selon les critères suivants : Sexe x âge (4 groupes), activité professionnelle (4 groupes), formation scolaire (2 groupes), Super WG (7 groupes en Suisse alémanique), type d'habitat (2 groupes). La pondération permet d'adapter les données de manière optimale aux structures de la population.

Echantillon : interviews en D-CH n=768 Befragungszeitraum: Woche 18, 05.05. – 10.05.2022

Institut de réalisation : GfK Switzerland AG, Rotkreuz

1. La SRF face à la concurrence
2. Évolution SRF 2022 vs. 2018
3. Le groupe cible jeune



1. La SRF face à la concurrence
2. Évolution SRF 2022 vs. 2018
3. Le groupe cible jeune

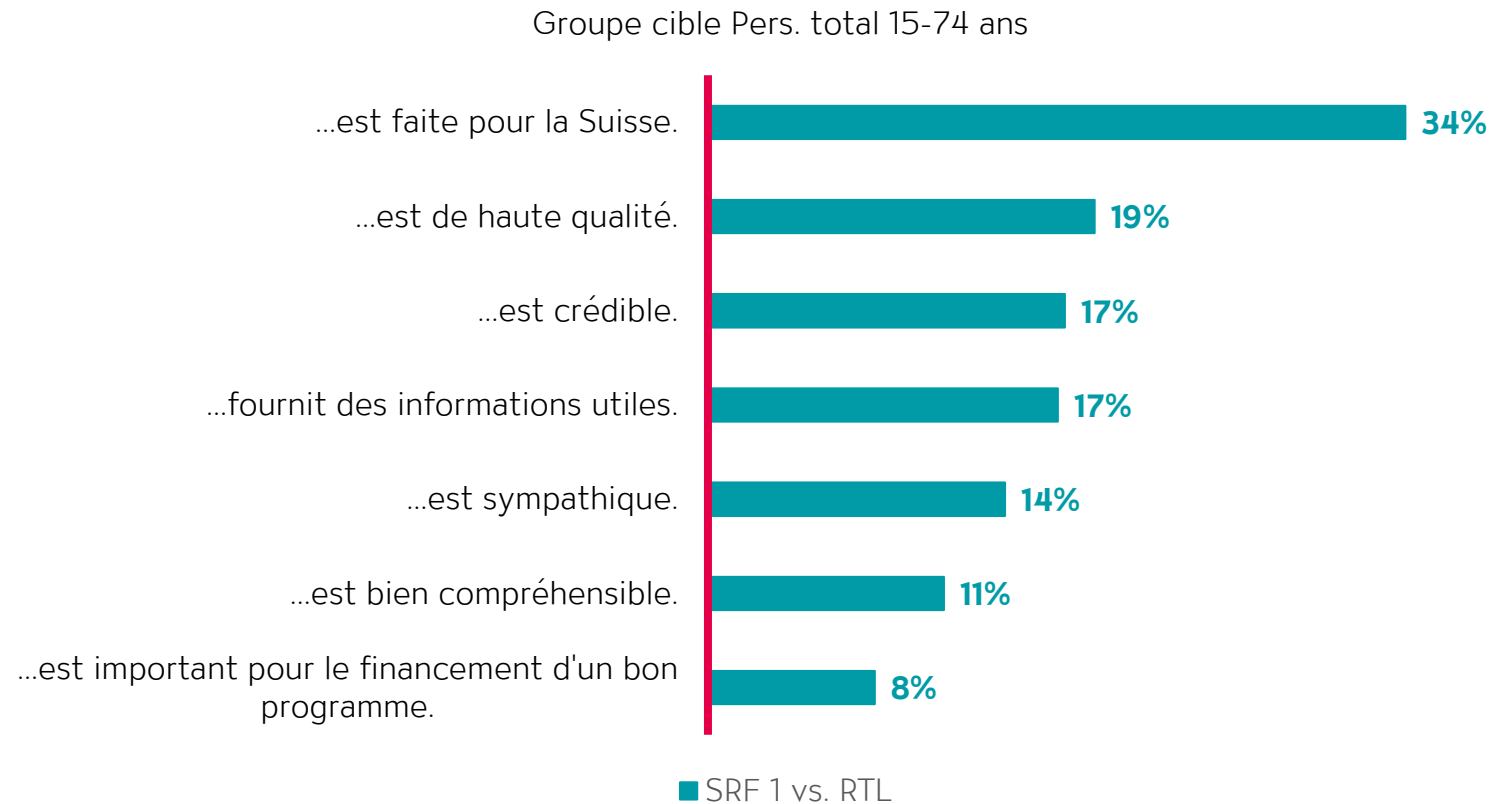


Meilleure perception de la publicité sur SRF 1

La publicité sur SRF 1 est mieux perçue que la publicité sur RTL, et ce dans toutes les dimensions.



C'est au niveau de la "suissitude" et de la qualité que la perception de la publicité sur les deux chaînes diffère le plus.



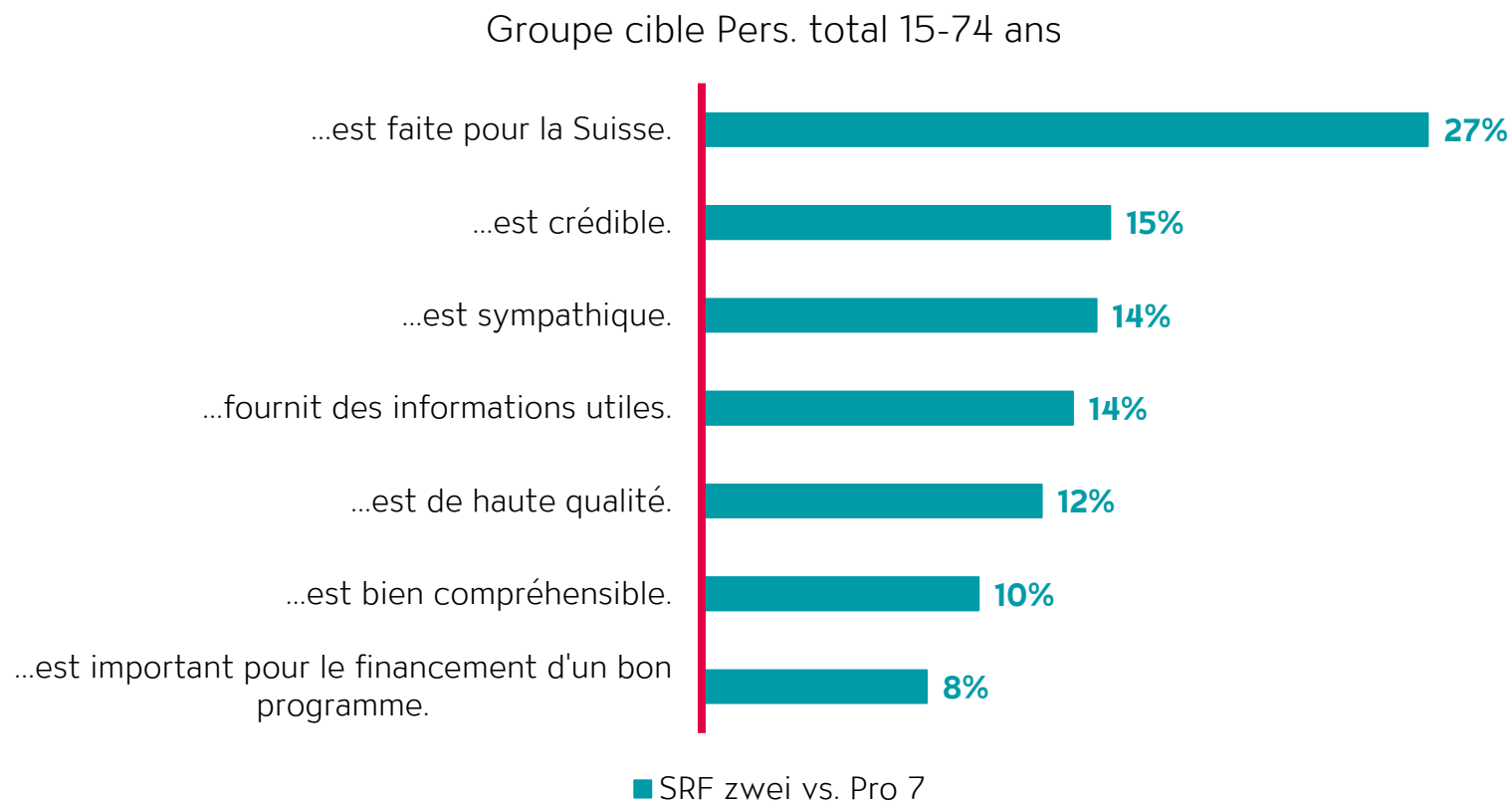
Source : Etude Admeira "Premium Advertising 2.0_2022".

Meilleure perception de la publicité sur SRF zwei

La publicité sur SRF zwei est mieux perçue que celle de Pro7 sur toutes les dimensions.



C'est au niveau de la "suissitude" et de la crédibilité que la perception de la publicité sur les deux chaînes diffère le plus.



Source : Etude Admeira "Premium Advertising 2.0_2022".

1. La SRF face à la concurrence
2. Évolution SRF 2022 vs. 2018
3. Le groupe cible jeune

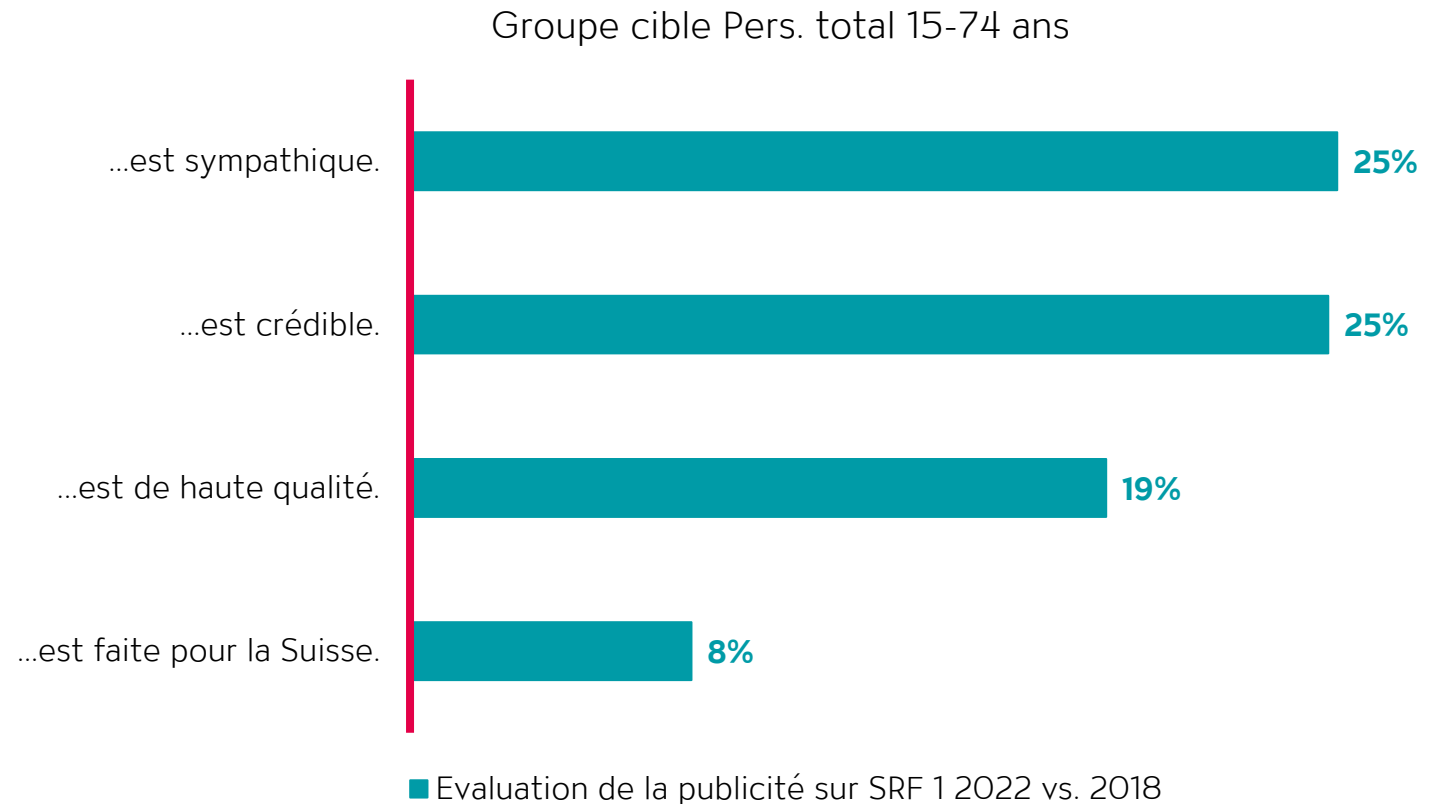


Perception accrue de la publicité sur SRF 1

Nous avons déjà demandé 4 attributs dans la première étude Premium Advertising 2018.



Et il s'avère que la perception de la publicité sur SRF 1 a encore augmenté.



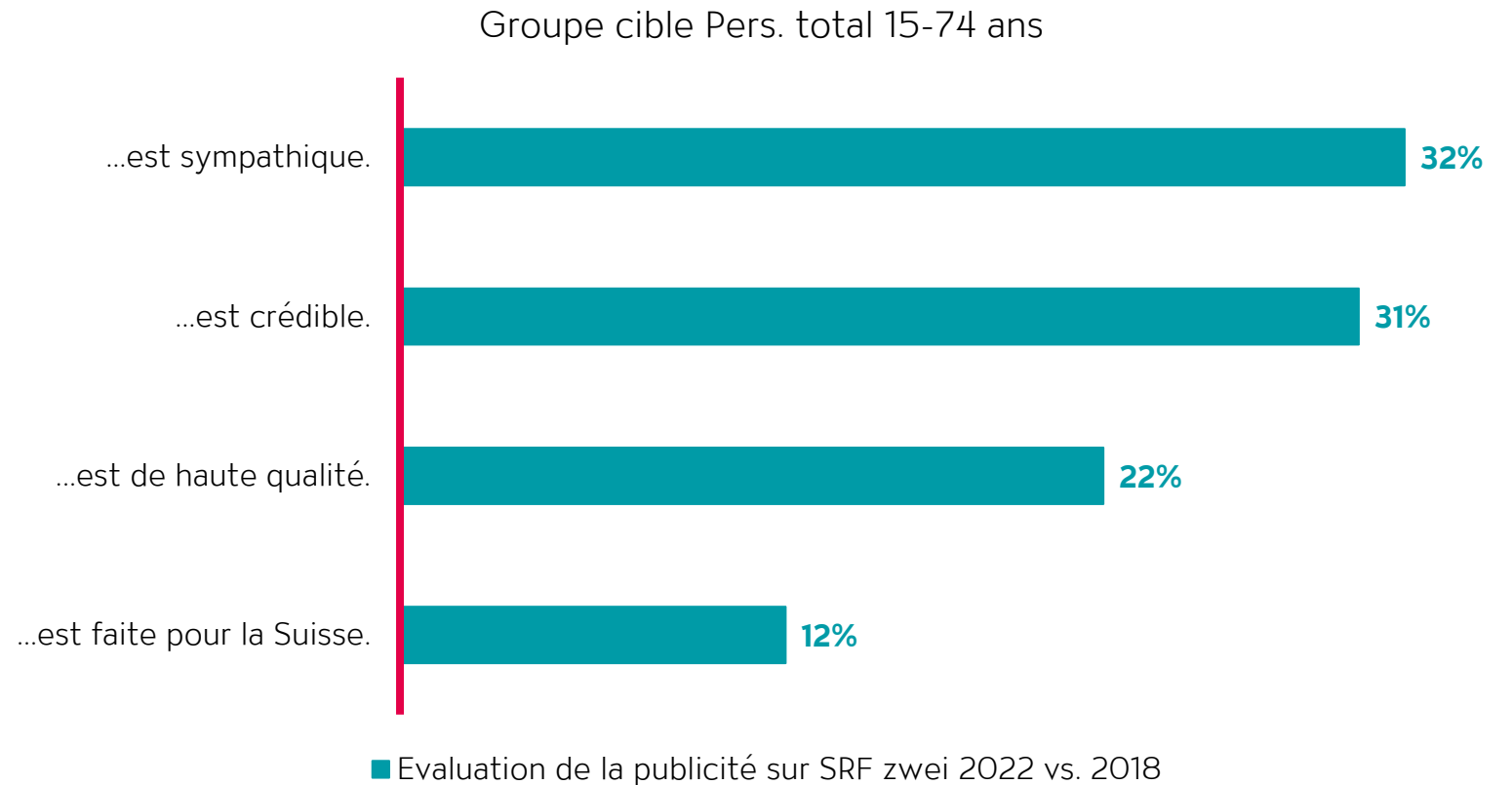
Source : Etude Admeira "Premium Advertising 2.0_2022".

Perception accrue de la publicité sur SRF zwei

Nous avons déjà demandé 4 attributs dans la première étude Premium Advertising 2018.



Même chose pour SRF zwei : la perception de la publicité a encore augmenté.



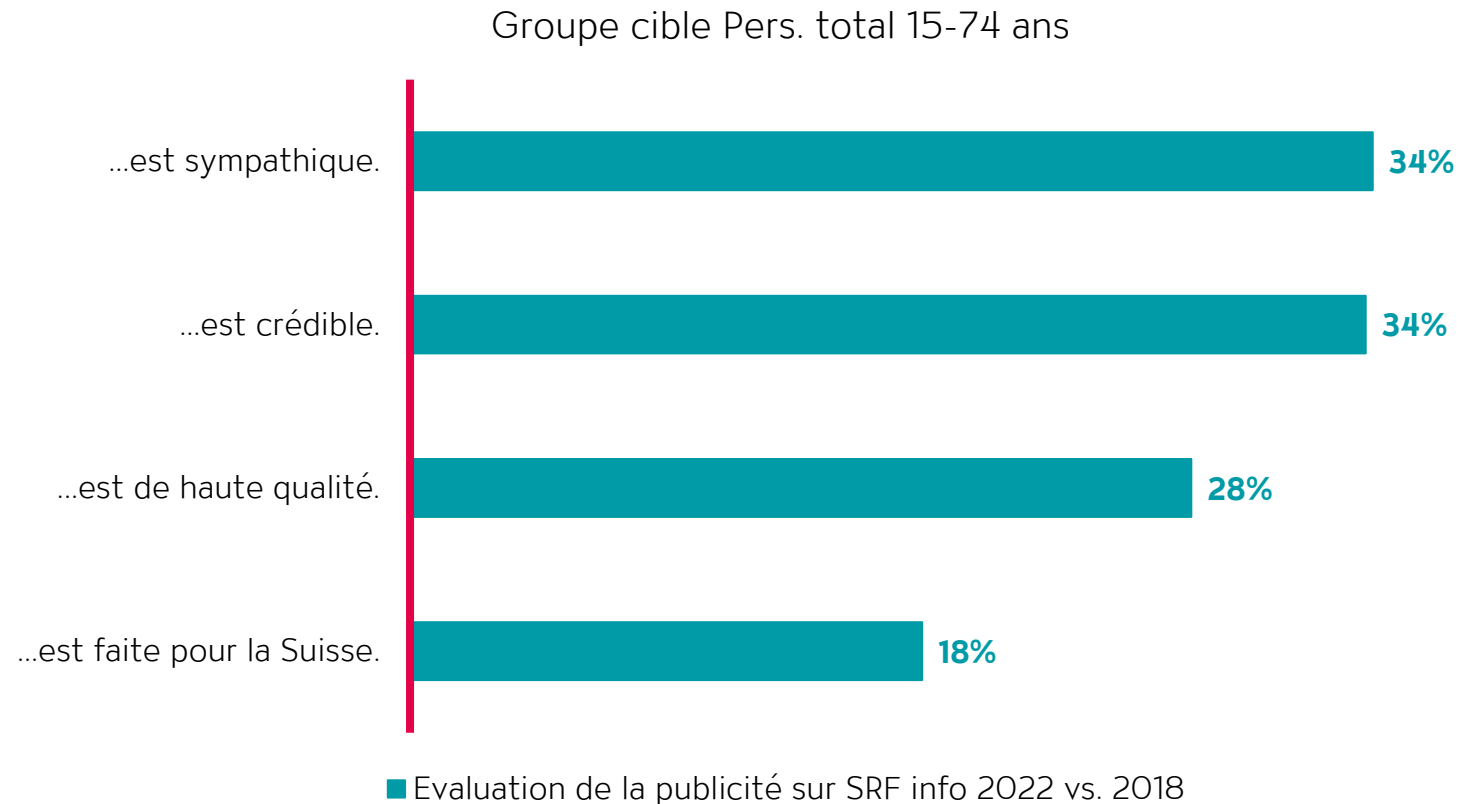
Source : Etude Admeira "Premium Advertising 2.0_2022".

Perception accrue de la publicité sur SRF info

Nous avons déjà demandé 4 attributs dans la première étude Premium Advertising 2018.



SRF info enregistre la plus nette augmentation de la perception de la publicité.



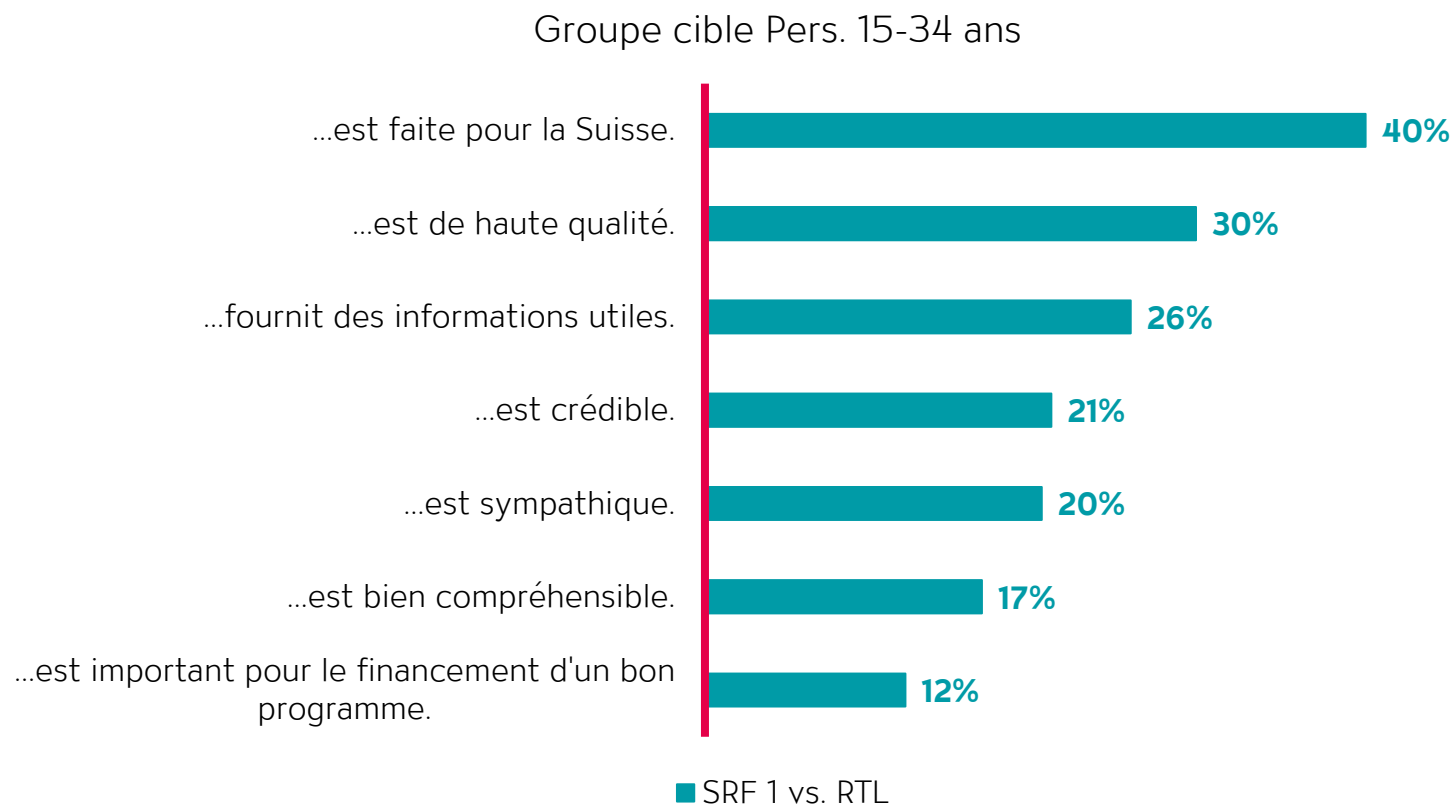
Source : Etude Admeira "Premium Advertising 2.0_2022".

1. La SRF face à la concurrence
2. Évolution SRF 2022 vs. 2018
3. Le groupe cible jeune



Les plus jeunes jugent bien mieux la publicité sur SRF 1

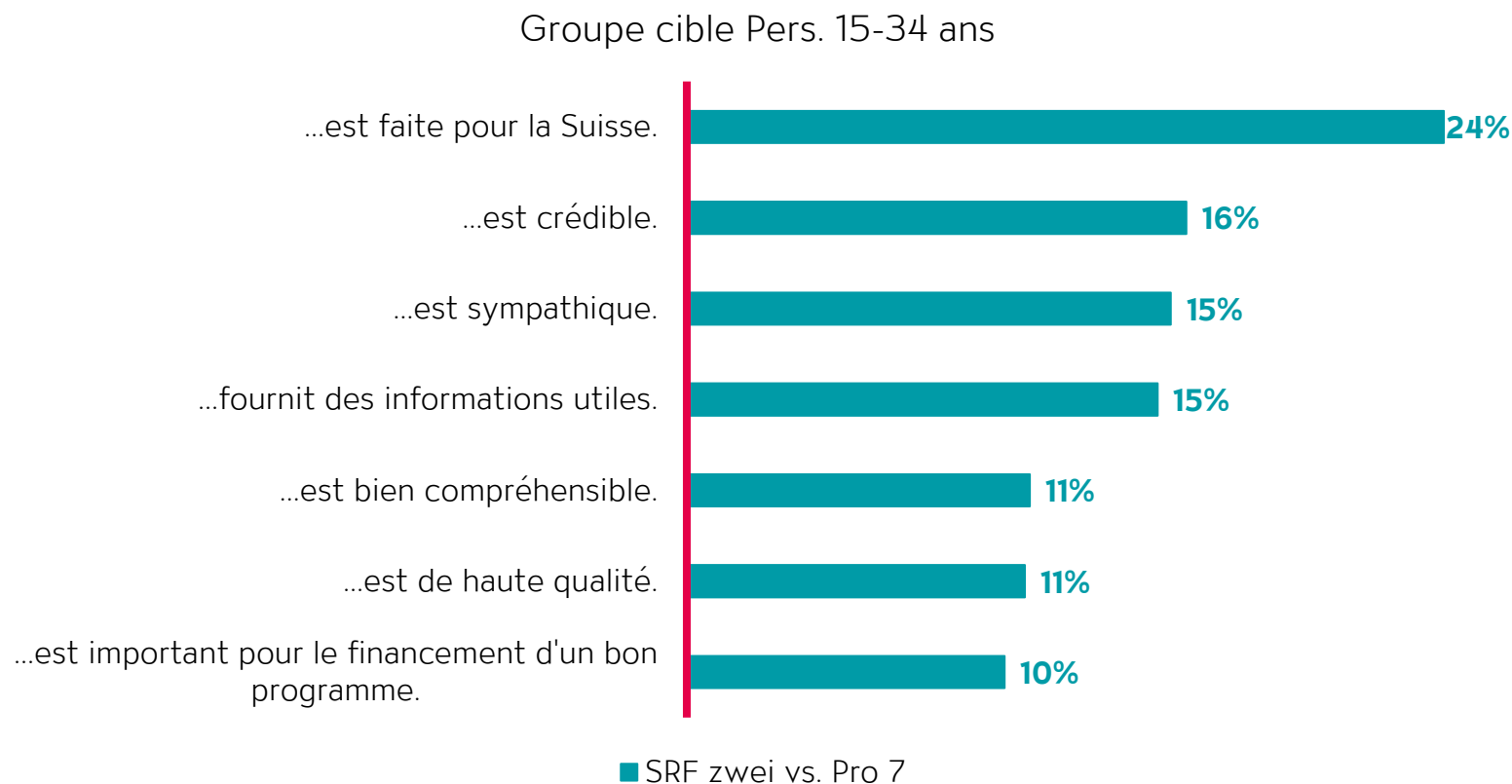
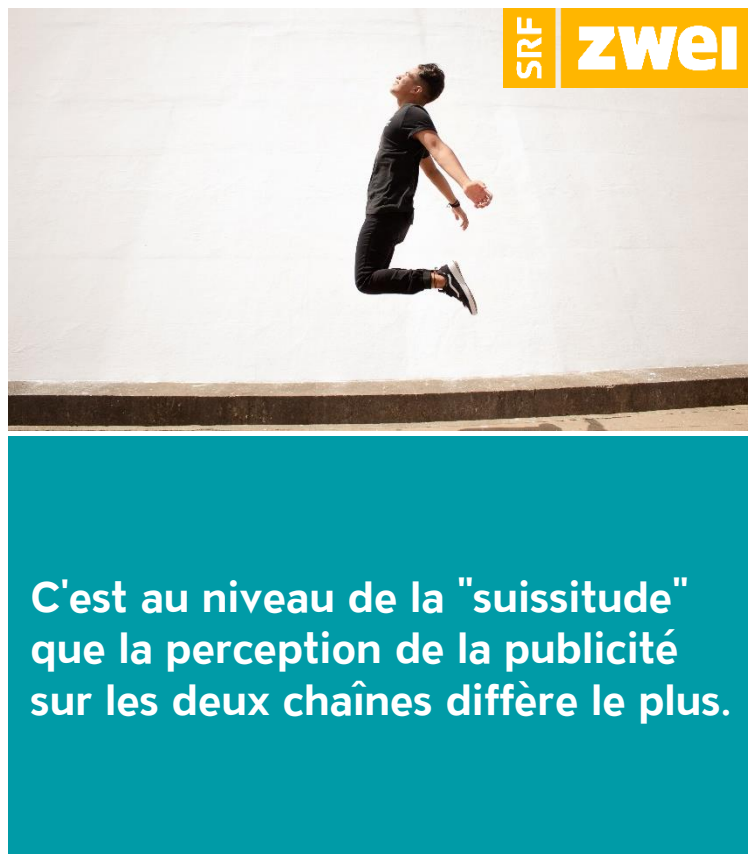
La publicité sur SRF 1 est mieux perçue que celle de RTL, et ce dans toutes les dimensions.



Source : Etude Admeira "Premium Advertising 2.0_2022".

Les plus jeunes jugent mieux la publicité sur SRF zwei

La publicité sur SRF zwei est mieux perçue que celle de Pro7 sur toutes les dimensions.



Source : Etude Admeira "Premium Advertising 2.0_2022".

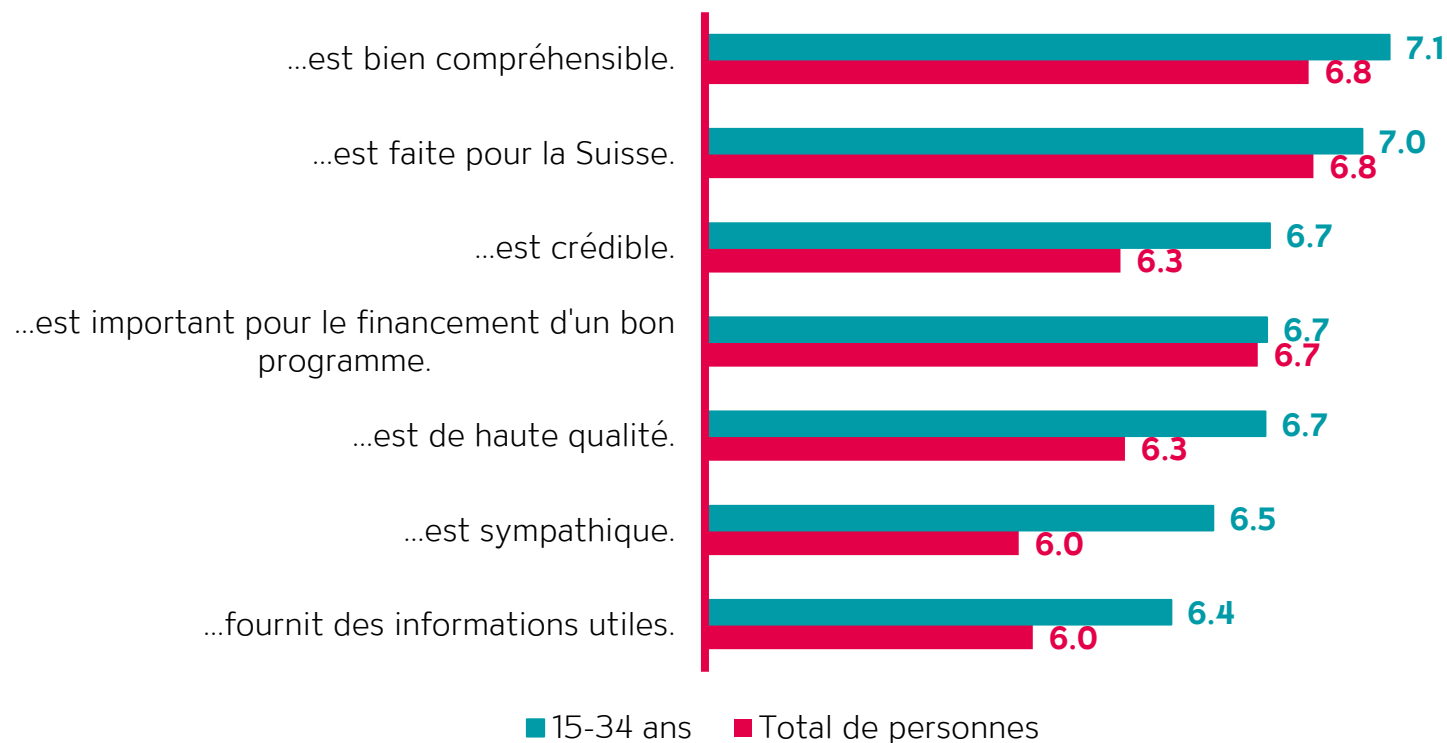
Publicité mieux jugée par les plus jeunes

La publicité sur SRF 1 est mieux perçue dans toutes les dimensions.



Les plus jeunes jugent la publicité sur SRF 1 encore plus sympathique.

Perception de la publicité par les 15-34 ans par rapport à l'ensemble des personnes



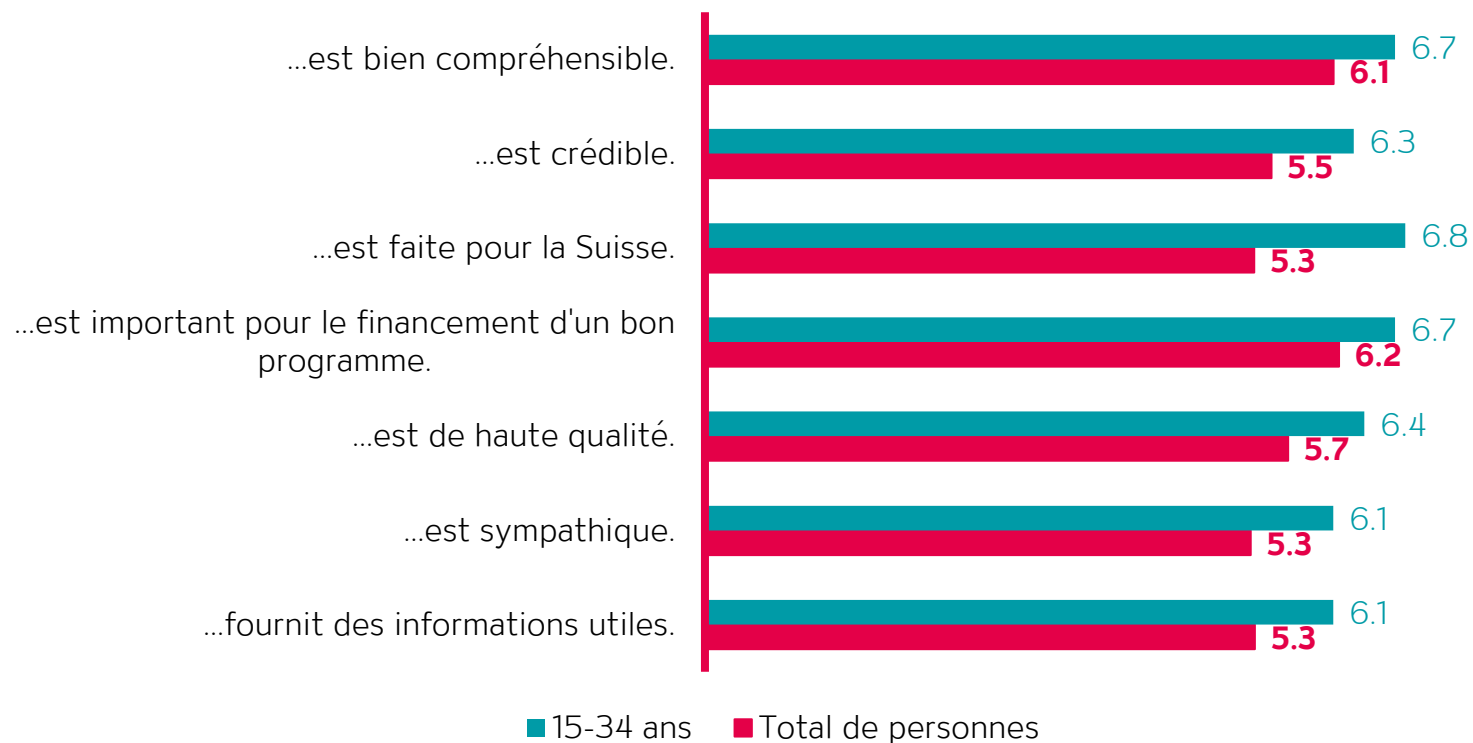
Source : Etude Admeira "Premium Advertising 2.0_2022".

Publicité mieux jugée par les plus jeunes

La publicité sur SRF zwei est mieux perçue dans toutes les dimensions.



Perception de la publicité par les 15-34 ans par rapport à l'ensemble des personnes



Source : Etude Admeira "Premium Advertising 2.0_2022".

Publicité sur &



**Meilleure perception
de la publicité que
chez la concurrence.**

**Les plus jeunes
perçoivent la publicité
de manière plus
positive que l'ensemble
des personnes.**

**La perception de la
publicité sur SRF a
augmenté.**

Source : Etude Admeira "Premium Advertising 2.0_2022".

Envie de **rester à la page?**
Alors, abonnez-vous
dès maintenant
à **notre newsletter!**

S'inscrire
maintenant

