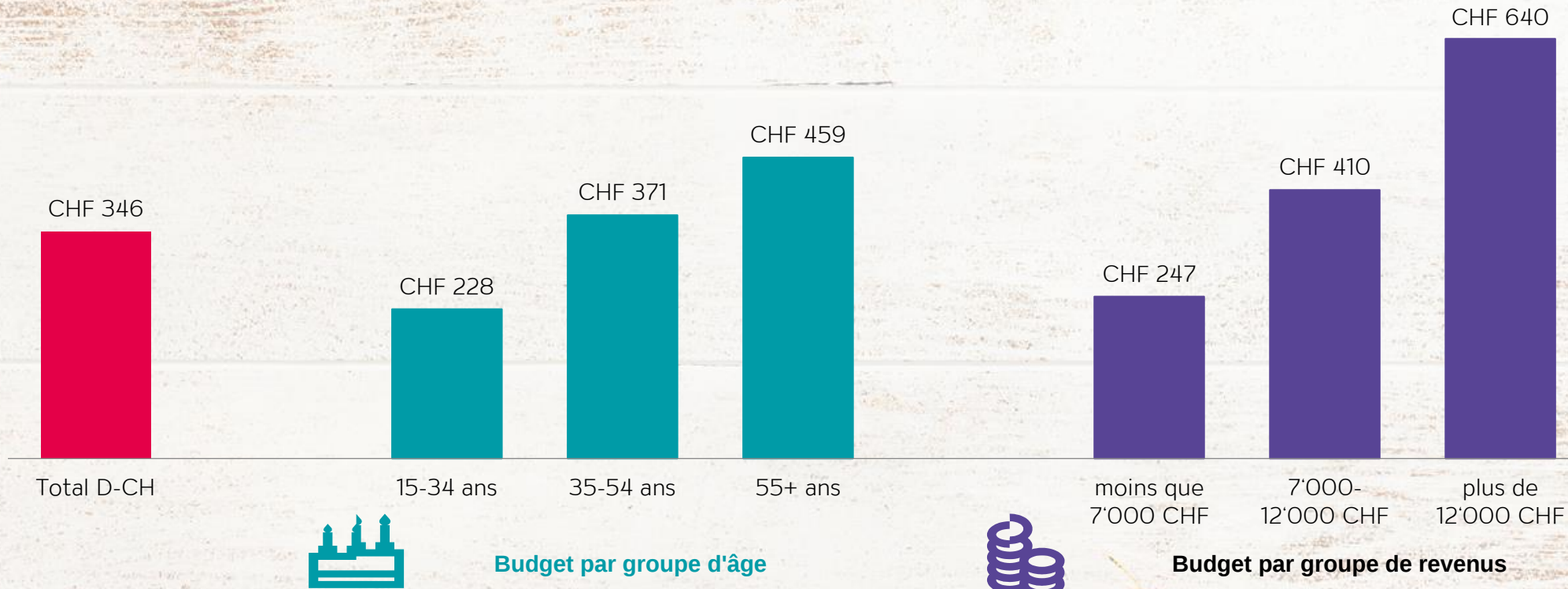


Promouvoir les cadeaux de Noël à la télévision



Les dépenses de Noël augmentent avec l'âge et le revenu

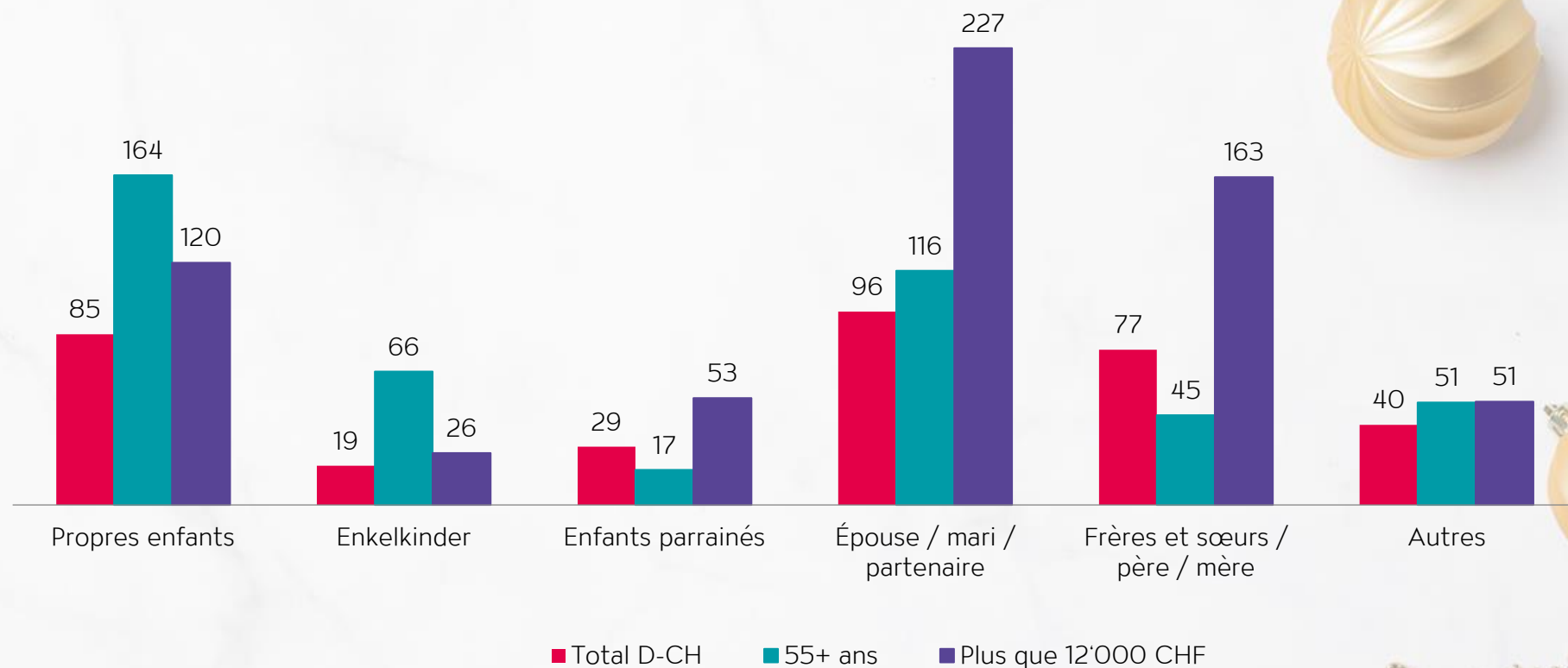
Question: Quel est le montant de vos dépenses prévues pour les cadeaux de Noël?



Source: étude Admeira Enquête de Noël 2021. n = 753

Les dépenses de Noël diffèrent selon le groupe de personnes

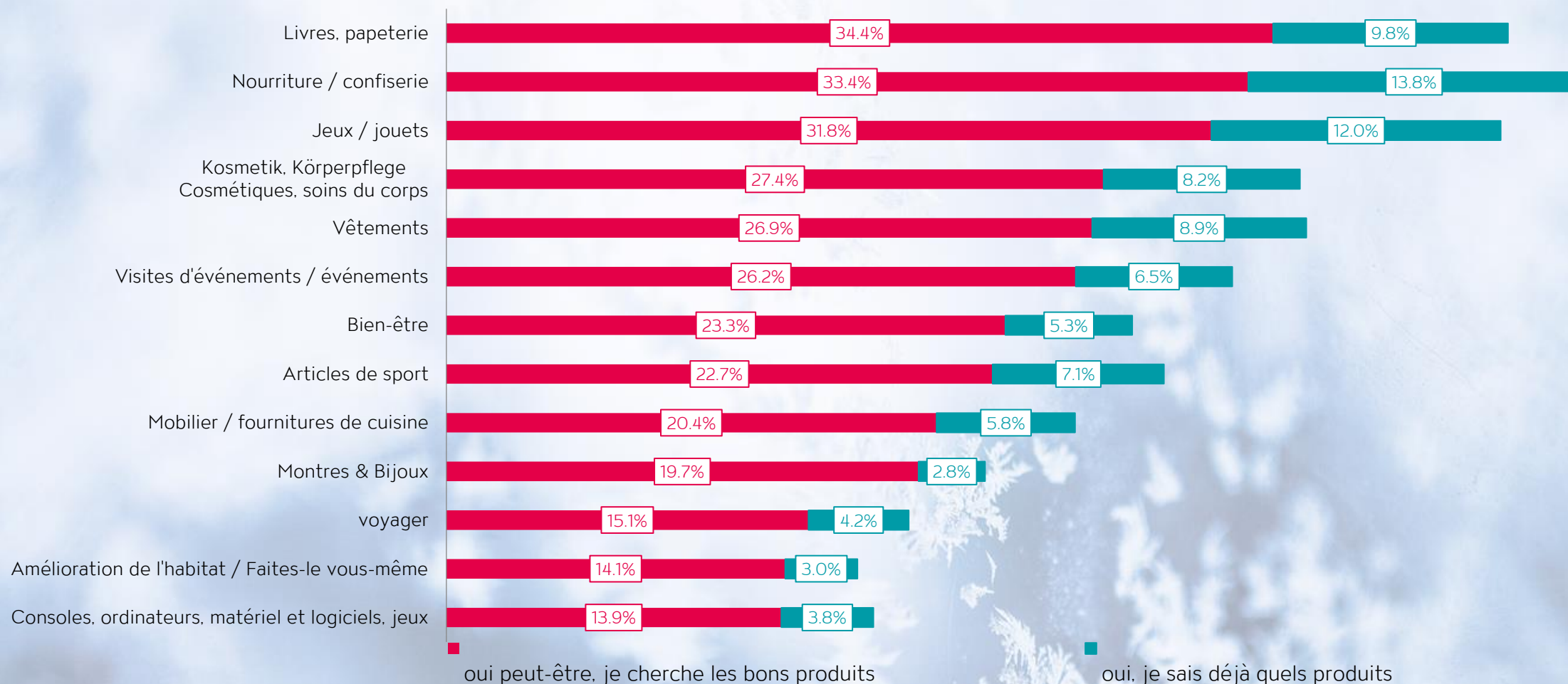
Quel est le montant de vos dépenses prévues en cadeaux de Noël par groupe de personnes recevant des cadeaux? Chiffres en CHF



Source: étude Admeira Enquête de Noël 2021, n = 753

Beaucoup ont des idées, mais sont encore indécis

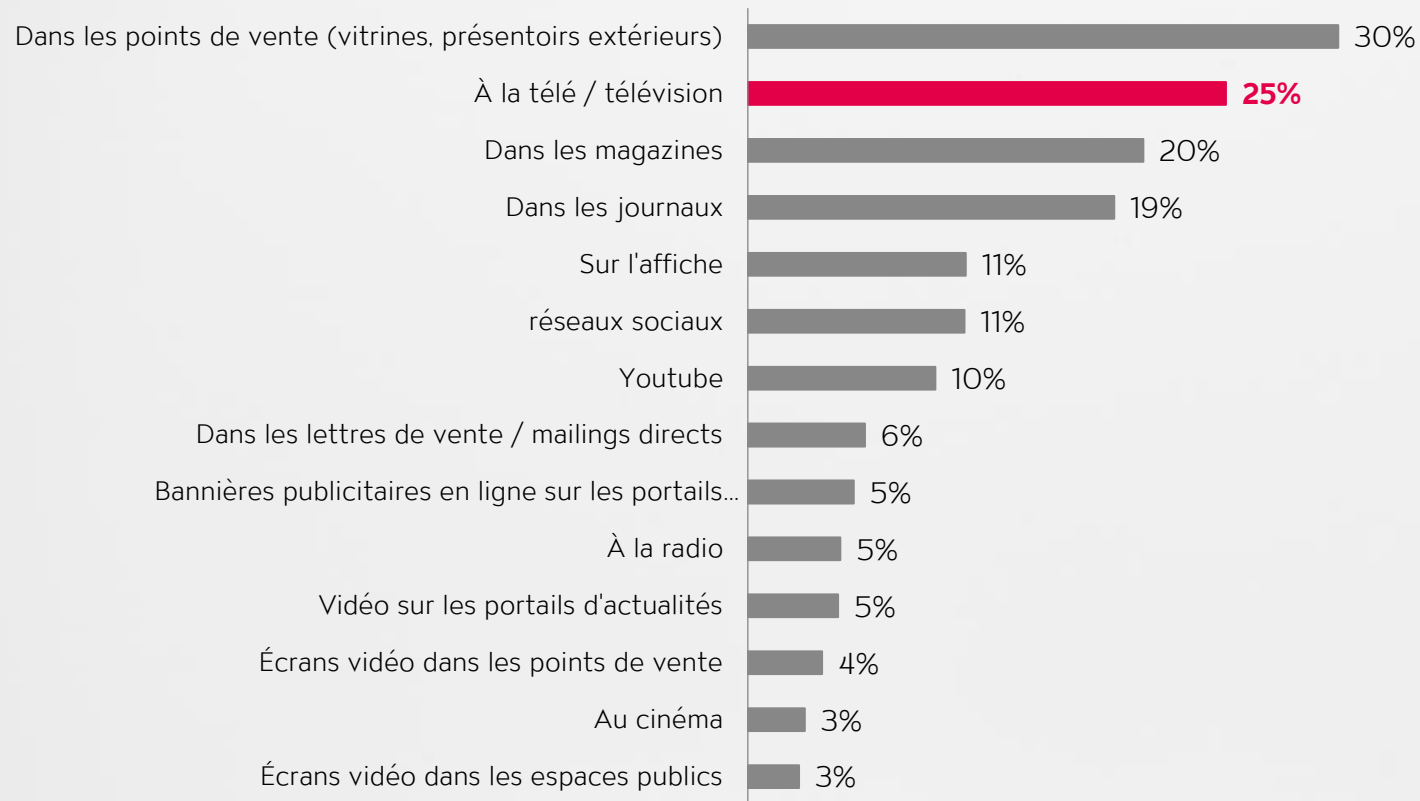
Dans lequel des groupes de produits suivants êtes-vous susceptible de donner des cadeaux de Noël?



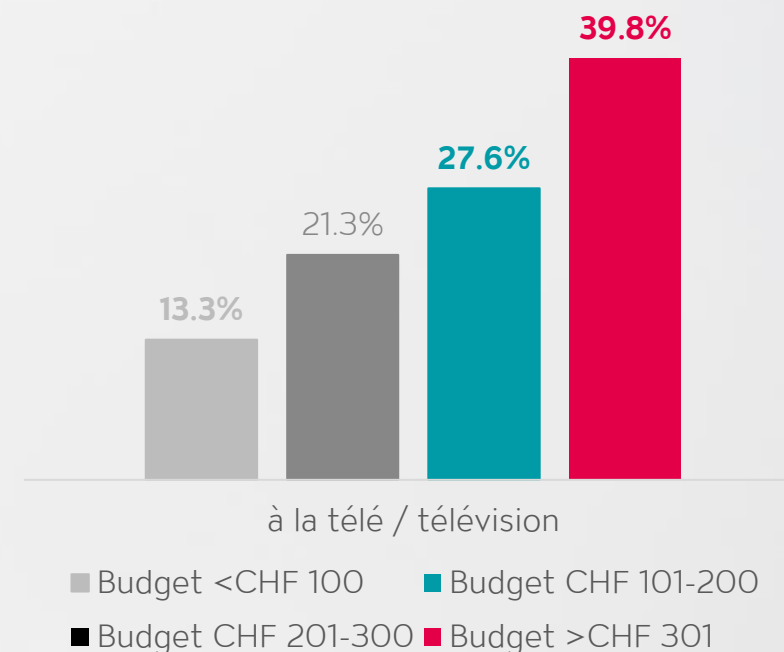
Source: étude Admeira Enquête de Noël 2021, n = 753

La télévision est le plus inspirant de tous les médias

D'où vous vient l'inspiration pour les cadeaux de Noël?



Plus le budget pour les cadeaux est important, plus l'attention portée à la télévision est élevée.

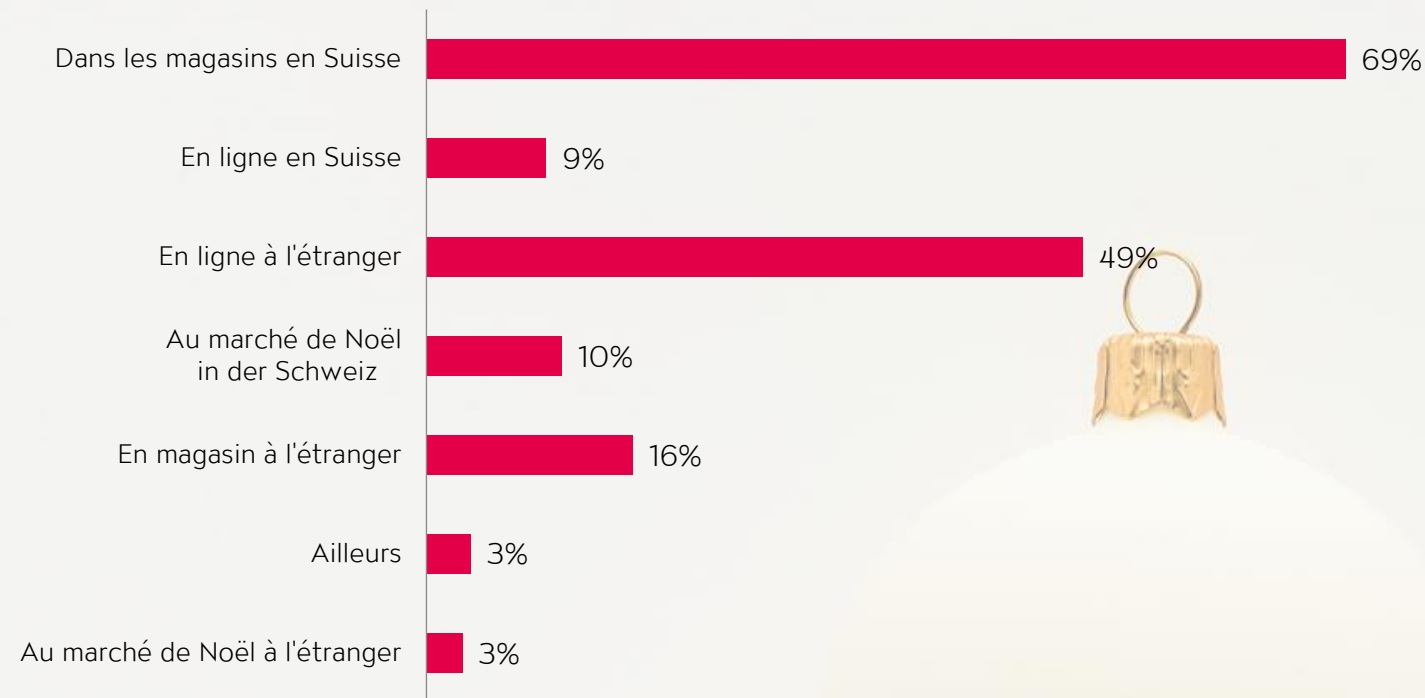


Source: étude Admeira Enquête de Noël 2021, n = 753

Les gens achèteront de plus en plus en ligne

Où allez-vous acheter vos cadeaux de Noël?

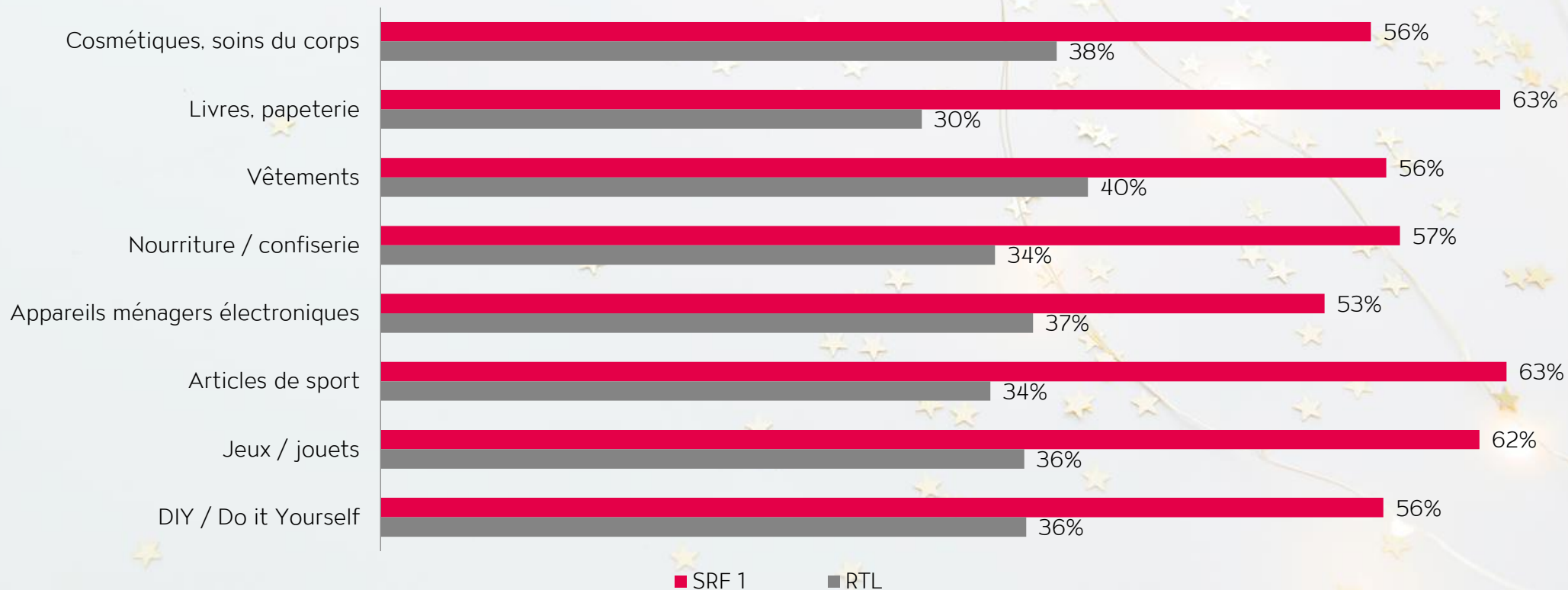
Personnes D-CH | Total



Source: étude Admeira Enquête de Noël 2021, n = 753

Profitez de l'opportunité du marché avec SRF 1

Touchez les personnes qui recherchent les bons produits avec SRF 1



Remarque: Audience basée sur WNK en%
Source: étude Admeira Enquête de Noël 2021, n = 753

Profitez de l'opportunité du marché avec SRF **zwei**

Touchez les personnes qui recherchent les bons produits avec SRF 1



Remarque: Audience basée sur WNK en%
Source: étude Admeira Enquête de Noël 2021, n = 753

Profil de l'étude AdPanel

Type d'examen: bus en ligne GfK

Objectif: Dans le cadre de l'étude AdPanel, le comportement des consommateurs pour la saison de Noël a été testé.

Méthode d'échantillonnage: représentative de la population selon les critères sociodémographiques, procédure de quota aléatoire

Quotas: sexe, âge (3 groupes)

Échantillon: Entretiens dans D-CH n = 753

Période de l'enquête: enquête de la semaine 42, 2021

Pondération: Les données ont été pondérées selon les critères suivants: sexe x âge (4 groupes), emploi (4 groupes), scolarité (2 groupes), colocation (7 groupes en DS), type d'établissement (2 groupes). Avec la pondération, les données sont adaptées de manière optimale aux structures de la population.

Institut d'exécution: GfK Switzerland AG, Rotkreuz