

Etude sur l'effet publicitaire: la publicité sur la SRF est mieux mémorisée

Zurich, le 17 novembre 2020

La publicité sur les chaînes de télévision de la SRF touche le public et permet d'obtenir l'effet souhaité. C'est ce qu'a démontré une étude d'Admeira et CreateXY. Dans le cadre de cette expérience, un bloc publicitaire a été présenté à des sujets sur différentes chaînes de télévision. Le résultat est clair: la publicité diffusée sur la SRF 1 et la SRF zwei est mieux mémorisée que sur les autres chaînes.

La dernière étude Admeira «AdRecall-Uplift» analyse l'influence des facteurs Durée du bloc publicitaire, Environnement de la chaîne et Impression de la publicité sur l'effet publicitaire de la publicité TV. Grâce à de nouvelles techniques de recherche, Admeira, en collaboration avec CreateXY, a pu étudier de façon expérimentale les trois facteurs et mesurer leur influence sur l'effet publicitaire.

Pendant que les participants à l'étude regardaient un programme TV avec des publicités TV dans cinq configurations différentes (60 personnes par configuration), la caméra de l'ordinateur portable était utilisée pour enregistrer le contact visuel et les émotions des participants. Au préalable, les participants ont été interrogés sur leur évaluation de l'environnement de la chaîne, puis, après le visionnage, sur leur impression du bloc publicitaire («Impression de la publicité»). Enfin, on leur a demandé de quels spots ils se souvenaient («Valeur de mémorisation»). Les cinq groupes de test étaient exposés à un extrait de programme TV de neuf minutes. Le programme était suivi de la bande-annonce publicitaire de la chaîne en question et d'un bloc publicitaire composé de façon uniforme avec des durées de bloc différentes. La durée des blocs publicitaires des différentes chaînes correspondait aux durées moyennes réelles des blocs publicitaires.

SRF: émotions positives et bon souvenir

Parmi les chaînes testées, la SRF 1 et la SRF zwei présentent les blocs publicitaires les plus courts. Pour cette raison, les spots sur ces canaux obtiennent davantage d'attention visuelle qu'ailleurs. Plus les blocs publicitaires sont longs, plus l'attention est réduite. L'enquête a reconfirmé l'environnement qualitatif des chaînes et l'impression positive de la publicité sur les chaînes de la SRF. Les blocs publicitaires SRF déclenchent environ 80% d'émotions négatives en moins, ce qui a pu être déterminé à l'aide des résultats des codages des visages.

De plus, la part de mémorisation sans aide est nettement plus élevée dans les groupes de test «SRF 1» et «SRF zwei». En moyenne, la mémorisation des blocs publicitaires de la SRF est 56% plus élevée que dans les trois autres groupes de test. L'étude prouve donc que l'effet de mémorisation est étroitement lié à l'impression de la publicité des chaînes TV et à la durée des blocs publicitaires. Alors que l'impression de la publicité a un effet sur la réaction, des blocs publicitaires courts augmentent la probabilité que les messages publicitaires soient consciemment mémorisés. Les deux chaînes SRF 1 et SRF zwei bénéficient donc de facteurs d'influence importants qui favorisent globalement la diffusion de messages publicitaires et remplissent donc la condition de base pour influencer des objectifs d'impact publicitaire plus profonds tels que la préférence de marque ou les ventes.



Informations

Corporate Communications, media@admeira.ch

Le communiqué de presse est disponible sur: <https://admeira.ch/fr/about/coin-medias>

Vous trouverez de plus amples informations sur l'étude sous: <https://admeira.ch/fr/brands/tv/adrecall>

A propos d'Admeira

Admeira est l'une des entreprises leader dans le domaine de la commercialisation en Suisse. Nous représentons des marques médiatiques fortes des domaines Print, TV et Web. Nous offrons à nos clients des solutions publicitaires et de sponsoring sur mesure pour des campagnes cross média. Grâce à cette approche cross média, nous atteignons chaque semaine en Suisse neuf foyers sur dix. Les donneurs d'ordre nationaux et internationaux se fient à nos compétences en matière de commercialisation, de recherche, de technologie, d'innovation et de gestion des données. Avec près de 250 collaborateurs dans toute la Suisse, nous nous efforçons de proposer des solutions innovantes, performantes et adaptées aux clients. Nos services sont destinés à tous les donneurs d'ordre en matière de publicité, agences et autres fournisseurs d'inventaires publicitaires.