



Les Français et la publicité sur les Réseaux Sociaux

Octobre 2013



1 | La méthodologie

Etude réalisée pour :

Generix

Echantillon :

Echantillon de **1006 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil :

Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).

Dates de terrain :

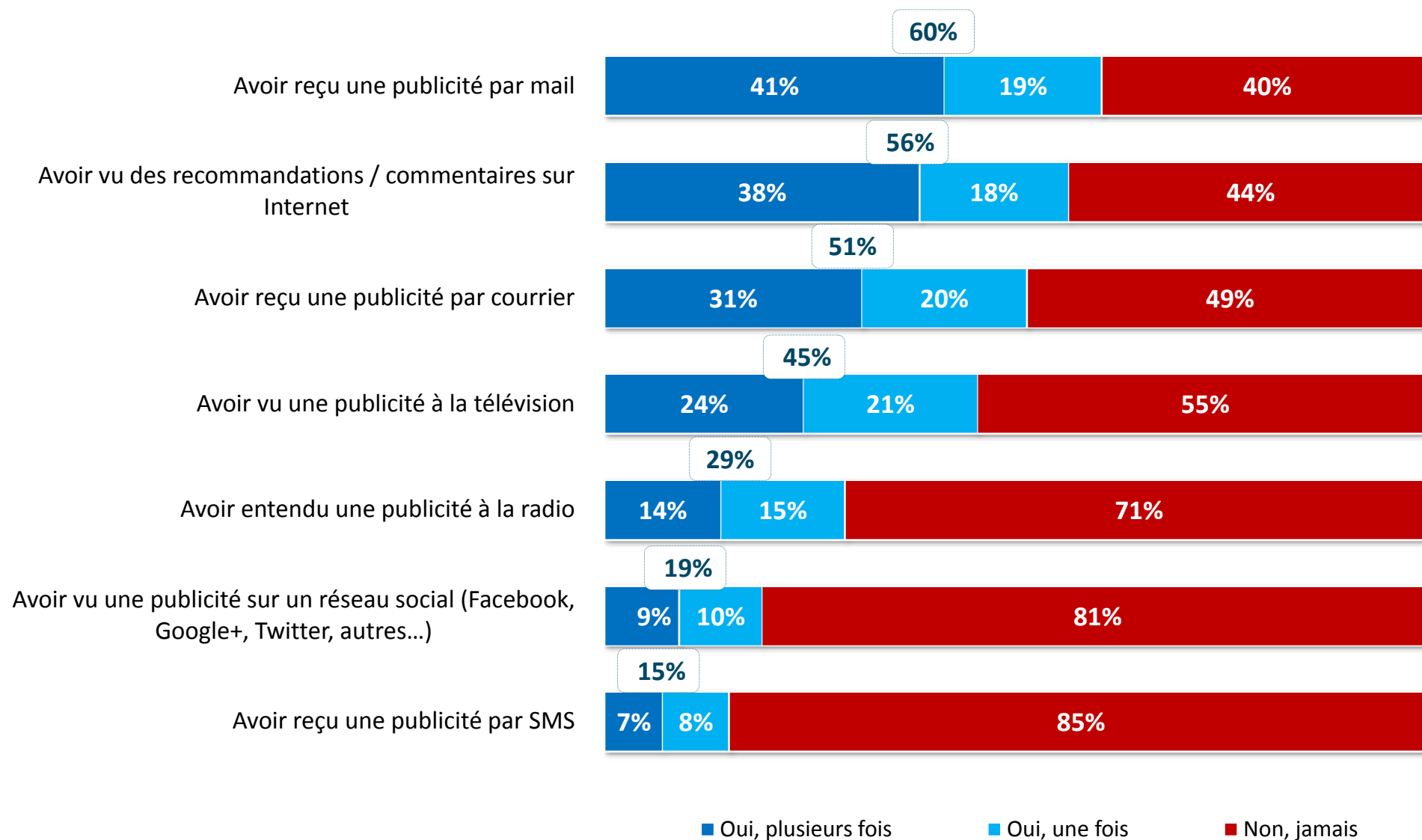
Du 12 au 14 juin 2013.



2 | Les résultats de l'étude

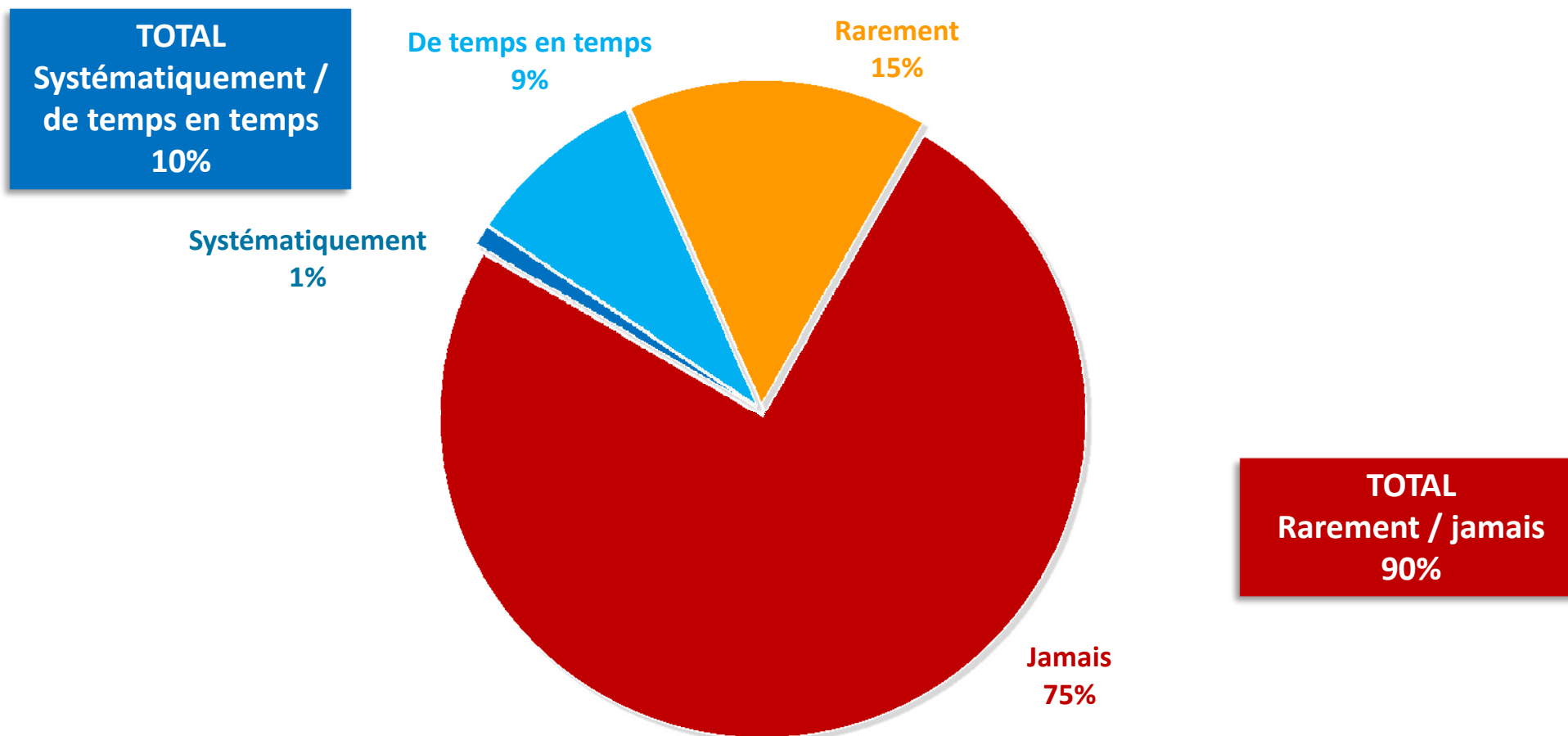
L'expérience d'achat en ligne suite à l'exposition à différents types de publicités ou recommandations

Question : Vous personnellement, avez-vous déjà effectué des achats en ligne après ... ?

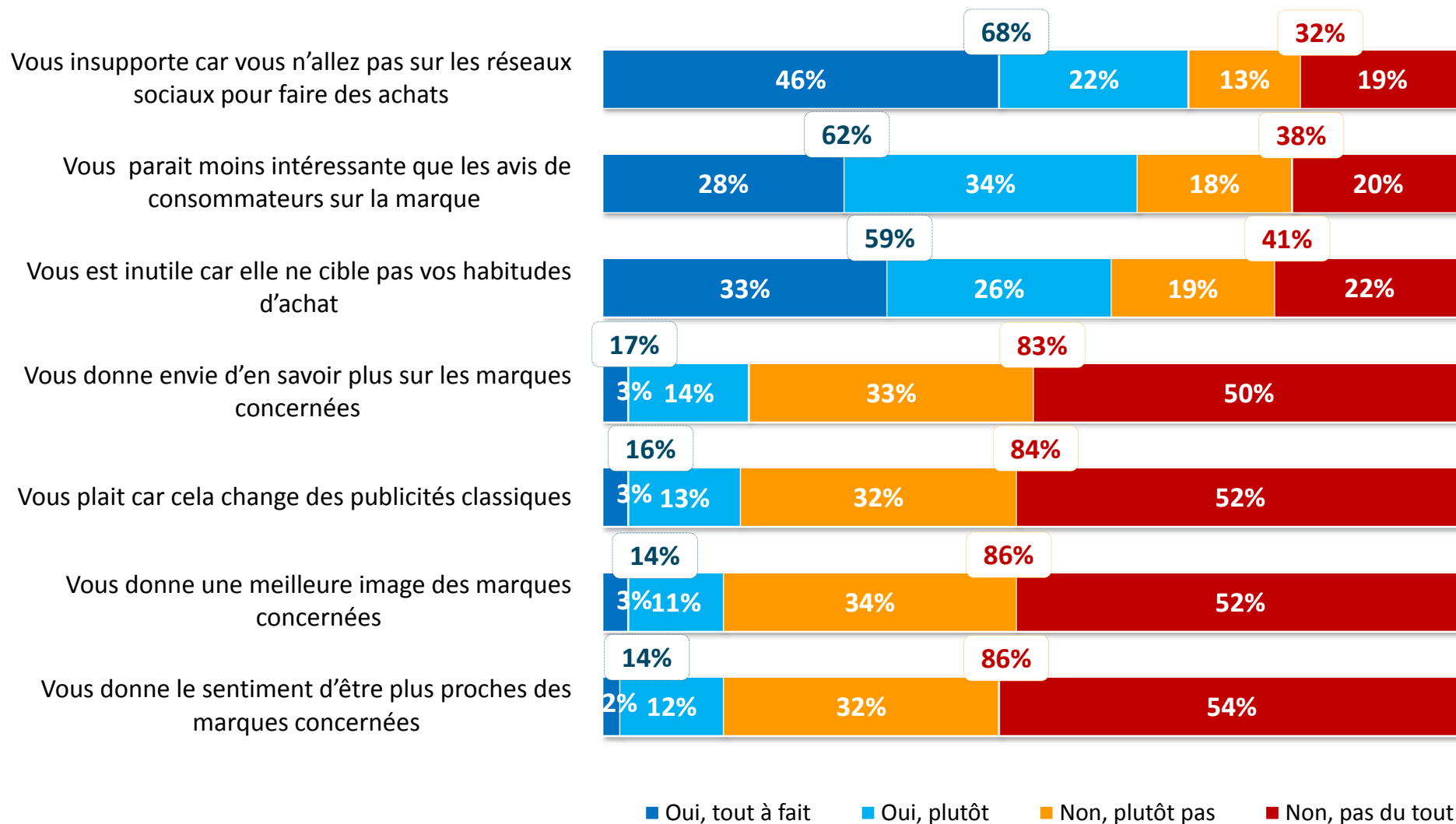


La fréquence de communication sur ses achats auprès de sa communauté sur les réseaux sociaux

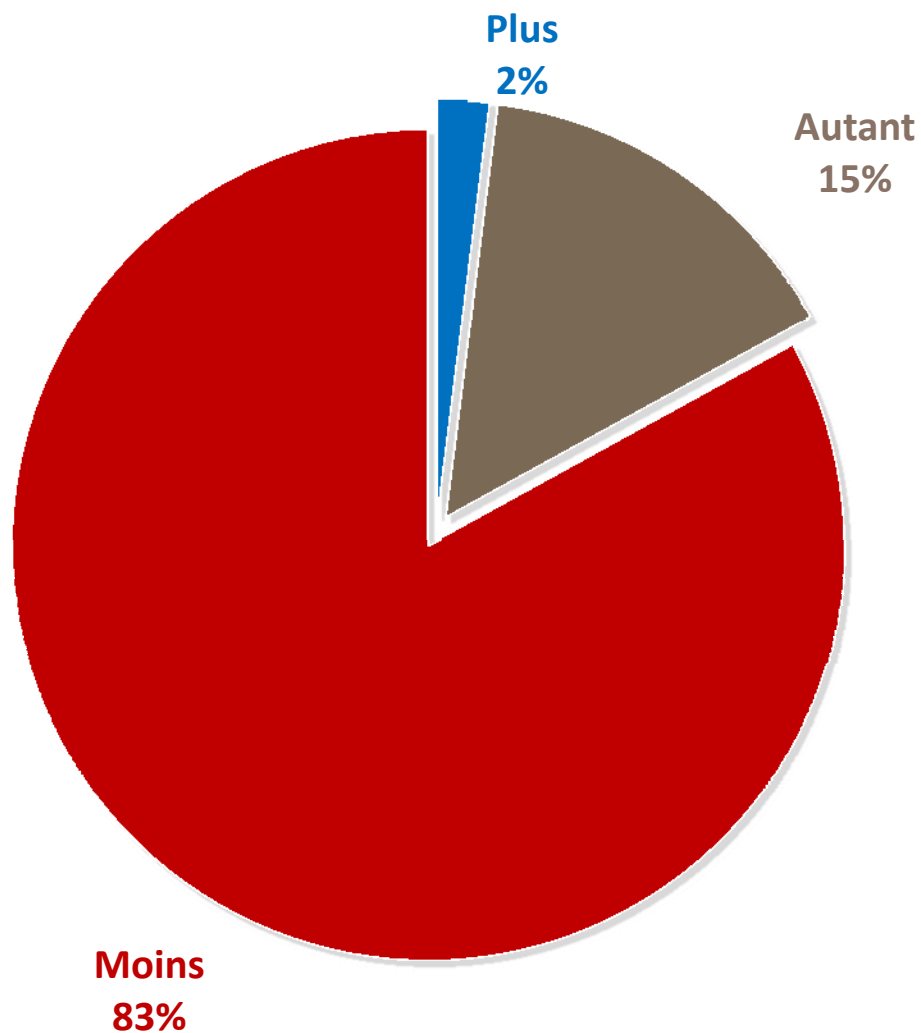
Question : Personnellement, vous arrive-t-il de faire part de vos achats à votre communauté sur un réseau social (Facebook, Instagram...) ?



Question : Diriez-vous que la présence de publicités sur les réseaux sociaux... ?



Question : A l'avenir, souhaitez-vous que la publicité sur les réseaux sociaux prenne plus, moins ou autant de place qu'actuellement ?





iPhone



iPad



www.ifop.com



@ifopopinion



Ifop Opinion

A propos du Groupe Ifop

L'Ifop est depuis 1938 un des pionniers et l'un des leaders sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing. Au delà de ses 3 pôles métiers (omnibus, panels, phone city), l'Ifop est structuré autour de 6 secteurs porteurs et en résonnance avec les mutations de la société et des marchés: Opinion et Stratégies d'entreprise; Consumer centré sur les marchés de la grande consommation, de la maison et du bien être; les Services articulés autour de 3 secteurs à fort potentiel, l'énergie, la banque et l'assurance et la mobilité; les Médias et le Numérique; et la Santé qui compte une organisation Global Healthcare.

A propos du Département Opinion et Stratégies d'entreprise de l'Ifop :

Le Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop compte une vingtaine de professionnels de l'opinion publique indépendants. La mission de notre Département est d'accompagner dans leurs décisions stratégiques et leurs choix de communication l'ensemble des acteurs publics, privés ou associatifs, qu'ils relèvent de la sphère politique, économique, sociale, médiatique ou du développement durable. Il s'agit, au travers des dispositifs d'enquête quantitatifs et qualitatifs réalisés par le Département Opinion et Stratégies d'Entreprises d'éclairer nos clients sur les opinions, les attitudes et les comportements des groupes et des individus, dans toute leur diversité et complexité d'électeurs, de consommateurs, de salariés, d'usagers, d'épargnants, d'internautes...



Contact Ifop :

Frédéric Micheau
Département Opinion et Stratégies
d'Entreprise
frederic.micheau@ifop.com
35 rue de la gare 75019 Paris
Tél : 01 45 84 14 44
Fax : 01 45 85 59 39

Contact Generix Group :

Mike Hadjadj
Directeur Marketing &
Communication
Tél. : 01 77 45 43 41
mhadjadj@generixgroup.com