

FM N°111284

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

mhadjadj@generixgroup.com

69-71, rue Beaubourg 75003 Paris

Tél : 01 77 45 41 80

Fax : 01 77 45 41 99



POUR



Les Français et la publicité sur les Réseaux Sociaux

Octobre 2013

Sommaire

- 1 - La méthodologie	1
- 2 - Les principaux enseignements.....	4
- 3 - Les résultats de l'étude	7
L'expérience d'achat en ligne suite à l'exposition à différents types de publicités ou recommandations	8
La fréquence de communication sur ses achats auprès de sa communauté sur les réseaux sociaux	16
Le jugement détaillé à l'égard de la publicité sur les réseaux sociaux	18
Le souhait de voir se développer la publicité sur les réseaux sociaux	26

- 1 -

La méthodologie

Méthodologie

Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop. Elle respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Les enseignements qu'elle indique reflètent un état de l'opinion à l'instant de sa réalisation et non pas une prédiction.

Aucune publication totale ou partielle ne peut être faite sans l'accord exprès de l'Ifop.

Retrouvez les sondages et analyses de l'Ifop sur :



iPhone



iPad



www.ifop.com



@ifopopinion



Ifop Opinion

Etude réalisée par l'Ifop 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.

PRÉCISION RELATIVE AUX MARGES D'ERREUR

La théorie statistique permet de mesurer l'incertitude à attacher à chaque résultat d'une enquête. Cette incertitude s'exprime par un intervalle de confiance situé de part et d'autre de la valeur observée et dans lequel la vraie valeur a une probabilité déterminée de se trouver. Cette incertitude, communément appelée « marge d'erreur », varie en fonction de la taille de l'échantillon et du pourcentage observé comme le montre le tableau ci-dessous :

INTERVALLE DE CONFIANCE A 95% DE CHANCE						
Et si l'effectif est...	<i>Si le pourcentage trouvé est...</i>					
	5 ou 95%	10 ou 90%	20 ou 80%	30 ou 70%	40 ou 60%	50%
50	6,2	8,5	11,3	13,0	13,9	14,1
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
250	2,8	3,8	5,1	5,8	6,2	6,3
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
350	2,3	3,2	4,3	4,9	5,2	5,3
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
450	2,1	2,8	3,8	4,3	4,6	4,7
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
700	1,6	2,3	3,0	3,5	3,7	3,8
800	1,5	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
4000	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
10000	0,4	0,6	0,8	0,9	0,9	1,0

Exemple de lecture du tableau : dans le cas d'un échantillon de **1000** personnes, si le pourcentage mesuré est de **10%**, la marge d'erreur est égale à **1,8**. Le vrai pourcentage est donc compris entre 8,2% et 11,8%.

- 2 -

Les principaux enseignements

Interrogés par l'Ifop pour Generix, Les Français livrent un regard mitigé sur la place des publicités sur les réseaux sociaux. Il ressort de cette étude les points saillants suivants :

- **19% des Français ont déjà effectué des achats en ligne après avoir été exposé à une publicité sur un réseau social (Facebook, Twitter, Google+, etc.), dont 9% plusieurs fois.** Si ce niveau d'expérience d'achat se révèle conséquent (il concerne près d'une personne sur cinq), il soutient difficilement la comparaison avec les achats en ligne à la suite de l'exposition à d'autres types de publicité : ainsi, 60% des interviewés ont franchi le pas après avoir reçu une publicité par mail, 56% suite à des recommandations ou commentaires sur Internet (dont 38% plusieurs fois) et 51% après avoir reçu une publicité par courrier. De même, l'expérience d'achat en ligne des Français n'est pas négligeable, bien que minoritaire, après avoir été exposé à une publicité à la télévision (45%) ou à la radio (29%). Au final, **seules les expériences d'achat après avoir reçu une publicité par SMS (15%) sont plus rares que celles liées aux réseaux sociaux.** Dans le détail, l'expérience d'achat après avoir été exposé à une publicité sur les réseaux sociaux est plus fréquente chez les interviewés âgés de 18 à 24 ans (30%), les professions libérales et cadres supérieurs (26%) ainsi qu'en agglomération parisienne (29%). Elle est en revanche beaucoup plus rare chez les Français âgés de 50 ans et plus (13%) et les habitants de communes rurales (13%).
- Inégalement enclins à compléter leur navigation sur les réseaux sociaux par des emplettes en ligne, les Français ne communiquent que parcimonieusement sur leur expérience : **seuls 10% des personnes interrogées font part de leurs achats à leur communauté sur un réseau social (Facebook, Instagram, etc.), dont 1% systématiquement.** A contrario, 75% d'entre eux ne communiquent jamais à ce propos. Le partage de l'expérience d'achat auprès de leurs proches sur le web social apparaît inégal en termes d'âge, de 22% chez les *digital natives* âgés de 18 à 24 ans à 1% seulement chez les interviewés âgés de 65 ans et plus. Fait notable, **40% des personnes ayant effectué des achats en ligne après avoir vu une publicité sur les réseaux sociaux partagent leur expérience auprès de leur communauté, constituant à ce titre des ambassadeurs importants.**
- Le jugement détaillé des Français à l'égard de la publicité sur les réseaux sociaux est sans concession, et **soulève les réserves suivantes :**
 - **Les marques n'y gagnent pas en proximité :** près de neuf personnes sur dix s'opposent à l'idée que ces publicités donnent une meilleure image des marques et donnent le sentiment d'être plus proches d'elles (86%). Et seuls 17% des Français veulent en savoir plus sur les marques concernées.
 - **Le manque d'originalité des publicités est sévèrement décrié,** puisque seulement 16% des interviewés estiment que ce qui est diffusé sur les réseaux sociaux change des publicités classiques, même si le constat se révèle moins sévère auprès des jeunes âgés de 18 à 24 ans (22%).

- **Les Français sanctuarisent les réseaux sociaux** : 68% des interviewés jugent ces publicités « insupportables » car ils ne vont pas sur les réseaux sociaux pour faire des achats (dont 75% des professions libérales et cadres supérieurs et 72% des habitants de communes rurales).
- En naviguant sur les réseaux sociaux, espace où se mélange la vie publique et privée, **les Français attendent des annonceurs un discours personnalisé** : 62% estiment que les publicités y sont moins intéressantes que les avis de consommateurs sur la marque (et jusqu'à 71% chez les personnes ayant effectué plusieurs achats après avoir vu une publicité sur un réseau social). En outre, près de six personnes sur dix jugent que ce type de publicité leur est inutile car elle ne cible pas leurs habitudes d'achat (59%).
- **Dans ce contexte, seuls 2% des Français souhaitent que la publicité sur les réseaux sociaux prenne plus de place à l'avenir.** A contrario, 83% espèrent qu'elle prendra moins de place qu'aujourd'hui et 15% « autant de place ». Le souhait de voir se développer la publicité sur les réseaux sociaux convainc donc très marginalement, même chez les jeunes âgés de 18 à 24 ans (4%) ou les Français ayant déjà effectué plusieurs fois des achats en ligne après avoir vu une publicité sur les réseaux sociaux (9%).

↳ **Il ressort de cette enquête, outre l'utilisation notable (près d'une personne sur cinq) des réseaux sociaux comme un tremplin vers l'achat en ligne, une sévérité des jugements détaillés à l'égard de la présence de la publicité sur les réseaux sociaux. La publicité y est jugée intrusive, moins pertinente que les avis des consommateurs, et pas assez personnalisée. Les marques peinent donc à convaincre sur un espace relativement sanctuarisé, à tel point que 83% des Français espèrent que la place de la publicité sur les réseaux sociaux reculera à l'avenir.**

- 3 -

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 ... ?

	TOTAL Oui (%)	Oui, plusieurs fois (%)	Oui, une fois (%)	Non, jamais (%)	TOTAL (%)
• Avoir reçu une publicité par mail	60	41	19	40	100
• Avoir vu des recommandations, commentaires sur Internet	56	38	18	44	100
• Avoir reçu une publicité par courrier	51	31	20	49	100
• Avoir vu une publicité à la télévision	45	24	21	55	100
• Avoir entendu une publicité à la radio	29	14	15	71	100
• Avoir vu une publicité sur un réseau social (Facebook, Google+, Twitter, autres...).....	19	9	10	81	100
• Avoir reçu une publicité par SMS.....	15	7	8	85	100

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

Avoir reçu une publicité par mail

	TOTAL Oui	Oui, plusieurs fois	Oui, une fois	Non, jamais
ENSEMBLE	60	41	19	40
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)				
Homme	60	41	19	40
Femme	60	40	20	40
AGE DE L'INTERVIEWE(E)				
TOTAL Moins de 35 ans	63	43	20	37
. 18-24 ans	58	36	22	42
. 25-34 ans	66	48	18	34
TOTAL 35 ans et plus	59	40	19	41
. 35-49 ans	60	38	22	40
. 50-64 ans	62	43	19	38
. 65 ans et plus	54	39	15	46
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)				
TOTAL Actif	62	43	19	38
. TOTAL CSP +	63	40	23	37
.. Artisan ou commerçant (*)	65	40	25	35
.. Profession libérale, cadre supérieur	62	39	23	38
. Profession intermédiaire	65	50	15	35
. TOTAL CSP -	60	41	19	40
. Employé	63	44	19	37
. Ouvrier	57	38	19	43
TOTAL Inactif	57	37	20	43
. Retraité	55	38	17	45
. Autre inactif	62	36	26	38
REGION				
Région parisienne	67	50	17	33
Province	58	38	20	42
. Nord est	59	37	22	41
. Nord ouest	63	44	19	37
. Sud ouest	54	32	22	46
. Sud est	56	38	18	44
CATEGORIE D'AGGLOMERATION				
Communes rurales	59	38	21	41
Communes urbaines de province	58	38	20	42
Agglomération parisienne	69	53	16	31
L'EXPÉRIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITÉ SUR UN RÉSEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)				
TOTAL Oui	90	63	27	10
. Oui, plusieurs fois	94	77	17	6
. Oui, une fois	86	49	37	14
Non, jamais	53	35	18	47
LA FRÉQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRÈS DE SA COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX				
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	75	59	16	25
. Rarement	66	42	24	34
. Jamais	57	38	19	43
LE SOUHAIT DE VOIR SE DÉVELOPPER LA PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX				
Plus (*)	56	35	21	44
Moins	60	40	20	40
Autant	62	48	14	38

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

**L'expérience d'achat en ligne suite à l'exposition
à différents types de publicités ou recommandations
Avoir vu des recommandations, commentaires sur Internet**

	TOTAL Oui	Oui, plusieurs fois	Oui, une fois	Non, jamais
ENSEMBLE	56	38	18	44
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)				
Homme.....	64	44	20	36
Femme	49	32	17	51
AGE DE L'INTERVIEWE(E)				
TOTAL Moins de 35 ans	62	42	20	38
. 18-24 ans	57	37	20	43
. 25-34 ans	65	45	20	35
TOTAL 35 ans et plus	54	36	18	46
. 35-49 ans	55	35	20	45
. 50-64 ans	54	36	18	46
. 65 ans et plus.....	53	39	14	47
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)				
TOTAL Actif	58	39	19	42
. TOTAL CSP +	61	41	20	39
.. Artisan ou commerçant (*)	62	40	22	38
.. Profession libérale, cadre supérieur	64	45	19	36
. Profession intermédiaire	65	47	18	35
. TOTAL CSP -	53	35	18	47
. Employé	56	38	18	44
. Ouvrier	51	33	18	49
TOTAL Inactif	53	35	18	47
. Retraité	53	36	17	47
. Autre inactif.....	54	34	20	46
REGION				
Région parisienne	59	40	19	41
Province	55	37	18	45
. Nord est	54	36	18	46
. Nord ouest	59	40	19	41
. Sud ouest.....	45	33	12	55
. Sud est	59	38	21	41
CATEGORIE D'AGGLOMERATION				
Communes rurales.....	55	38	17	45
Communes urbaines de province.....	55	37	18	45
Agglomération parisienne.....	61	41	20	39
L'EXPÉRIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITE SUR UN RESEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)				
TOTAL Oui	87	58	29	13
. Oui, plusieurs fois.....	92	75	17	8
. Oui, une fois	82	42	40	18
Non, jamais	49	33	16	51
LA FRÉQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRÈS DE SA COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX				
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	84	55	29	16
. Rarement.....	68	45	23	32
. Jamais	50	34	16	50
LE SOUHAIT DE VOIR SE DÉVELOPPER LA PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX				
Plus (*).....	59	31	28	41
Moins	56	39	17	44
Autant	57	35	22	43

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

**L'expérience d'achat en ligne suite à l'exposition
à différents types de publicités ou recommandations
Avoir reçu une publicité par courrier**

	TOTAL Oui	Oui, plusieurs fois	Oui, une fois	Non, jamais
ENSEMBLE	51	31	20	49
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)				
Homme.....	47	30	17	53
Femme	54	32	22	46
AGE DE L'INTERVIEWE(E)				
TOTAL Moins de 35 ans	48	32	16	52
. 18-24 ans	43	27	16	57
. 25-34 ans	52	36	16	48
TOTAL 35 ans et plus	52	31	21	48
. 35-49 ans	50	29	21	50
. 50-64 ans	51	30	21	49
. 65 ans et plus.....	54	35	19	46
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)				
TOTAL Actif	51	32	19	49
. TOTAL CSP +	48	32	16	52
.. Artisan ou commerçant (*)	56	39	17	44
.. Profession libérale, cadre supérieur	45	27	18	55
. Profession intermédiaire	55	35	20	45
. TOTAL CSP -	50	31	19	50
. Employé	51	32	19	49
. Ouvrier	47	29	18	53
TOTAL Inactif	51	30	21	49
. Retraité	52	31	21	48
. Autre inactif.....	48	27	21	52
REGION				
Région parisienne	55	29	26	45
Province	50	32	18	50
. Nord est	50	28	22	50
. Nord ouest	49	34	15	51
. Sud ouest.....	45	32	13	55
. Sud est	52	33	19	48
CATEGORIE D'AGGLOMERATION				
Communes rurales.....	52	34	18	48
Communes urbaines de province.....	49	31	18	51
Agglomération parisienne.....	55	30	25	45
L'EXPÉRIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITÉ SUR UN RÉSEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)				
TOTAL Oui	79	47	32	21
. Oui, plusieurs fois.....	83	64	19	17
. Oui, une fois	74	29	45	26
Non, jamais	44	28	16	56
LA FRÉQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRÈS DE SA COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX				
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	62	42	20	38
. Rarement.....	59	35	24	41
. Jamais	48	29	19	52
LE SOUHAIT DE VOIR SE DÉVELOPPER LA PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX				
Plus (*).....	61	32	29	39
Moins	50	31	19	50
Autant	50	30	20	50

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

**L'expérience d'achat en ligne suite à l'exposition
à différents types de publicités ou recommandations
Avoir vu une publicité à la télévision**

	TOTAL Oui	Oui, plusieurs fois	Oui, une fois	Non, jamais
ENSEMBLE	45	24	21	55
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)				
Homme.....	46	26	20	54
Femme	44	22	22	56
AGE DE L'INTERVIEWE(E)				
TOTAL Moins de 35 ans	47	26	21	53
. 18-24 ans	48	23	25	52
. 25-34 ans	47	29	18	53
TOTAL 35 ans et plus	44	23	21	56
. 35-49 ans	49	26	23	51
. 50-64 ans	43	23	20	57
. 65 ans et plus.....	40	20	20	60
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)				
TOTAL Actif	48	26	22	52
. TOTAL CSP +	50	35	15	50
.. Artisan ou commerçant (*)	49	35	14	51
.. Profession libérale, cadre supérieur	53	36	17	47
. Profession intermédiaire	42	24	18	58
. TOTAL CSP -	50	24	26	50
. Employé	54	26	28	46
. Ouvrier	46	21	25	54
TOTAL Inactif	41	21	20	59
. Retraité	37	20	17	63
. Autre inactif.....	49	24	25	51
REGION				
Région parisienne	45	28	17	55
Province	45	23	22	55
. Nord est	46	22	24	54
. Nord ouest	49	26	23	51
. Sud ouest.....	40	20	20	60
. Sud est	43	23	20	57
CATEGORIE D'AGGLOMERATION				
Communes rurales.....	41	20	21	59
Communes urbaines de province.....	47	25	22	53
Agglomération parisienne.....	47	29	18	53
L'EXPÉRIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITÉ SUR UN RÉSEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)				
TOTAL Oui	76	49	27	24
. Oui, plusieurs fois.....	78	64	14	22
. Oui, une fois	75	35	40	25
Non, jamais	38	18	20	62
LA FRÉQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRÈS DE SA COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX				
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	63	42	21	37
. Rarement.....	59	29	30	41
. Jamais	40	21	19	60
LE SOUHAIT DE VOIR SE DÉVELOPPER LA PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX				
Plus (*).....	72	39	33	28
Moins	44	23	21	56
Autant	47	27	20	53

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

**L'expérience d'achat en ligne suite à l'exposition
à différents types de publicités ou recommandations
Avoir entendu une publicité à la radio**

	TOTAL Oui	Oui, plusieurs fois	Oui, une fois	Non, jamais
ENSEMBLE	29	14	15	71
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)				
Homme.....	35	18	17	65
Femme	23	11	12	77
AGE DE L'INTERVIEWE(E)				
TOTAL Moins de 35 ans	29	14	15	71
. 18-24 ans	26	10	16	74
. 25-34 ans	32	18	14	68
TOTAL 35 ans et plus	29	14	15	71
. 35-49 ans	33	17	16	67
. 50-64 ans	28	14	14	72
. 65 ans et plus.....	24	11	13	76
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)				
TOTAL Actif	32	17	15	68
. TOTAL CSP +	36	18	18	64
.. Artisan ou commerçant (*)	33	18	15	67
.. Profession libérale, cadre supérieur	39	19	20	61
. Profession intermédiaire	33	16	17	67
. TOTAL CSP -	30	16	14	70
. Employé	30	16	14	70
. Ouvrier	30	17	13	70
TOTAL Inactif	25	12	13	75
. Retraité	25	11	14	75
. Autre inactif.....	25	12	13	75
REGION				
Région parisienne	34	18	16	66
Province	28	14	14	72
. Nord est	30	16	14	70
. Nord ouest	26	13	13	74
. Sud ouest.....	30	16	14	70
. Sud est	27	11	16	73
CATEGORIE D'AGGLOMERATION				
Communes rurales.....	26	14	12	74
Communes urbaines de province.....	28	13	15	72
Agglomération parisienne.....	35	19	16	65
L'EXPÉRIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITÉ SUR UN RÉSEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)				
TOTAL Oui	63	36	27	37
. Oui, plusieurs fois.....	69	51	18	31
. Oui, une fois	58	22	36	42
Non, jamais	21	9	12	79
LA FRÉQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRÈS DE SA COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX				
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	59	34	25	41
. Rarement.....	38	14	24	62
. Jamais	24	12	12	76
LE SOUHAIT DE VOIR SE DÉVELOPPER LA PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX				
Plus (*).....	73	30	43	27
Moins	27	13	14	73
Autant	33	18	15	67

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

**L'expérience d'achat en ligne suite à l'exposition
à différents types de publicités ou recommandations
Avoir vu une publicité sur un réseau social (Facebook, Google+, Twitter, autres...)**

	TOTAL Oui	Oui, plusieurs fois	Oui, une fois	Non, jamais
ENSEMBLE	19	9	10	81
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)				
Homme.....	22	11	11	78
Femme	16	8	8	84
AGE DE L'INTERVIEWE(E)				
TOTAL Moins de 35 ans	27	14	13	73
. 18-24 ans	30	14	16	70
. 25-34 ans	25	14	11	75
TOTAL 35 ans et plus	16	8	8	84
. 35-49 ans	22	10	12	78
. 50-64 ans	13	6	7	87
. 65 ans et plus.....	13	7	6	87
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)				
TOTAL Actif	22	11	11	78
. TOTAL CSP +	23	11	12	77
.. Artisan ou commerçant (*)	22	14	8	78
.. Profession libérale, cadre supérieur	26	11	15	74
. Profession intermédiaire	21	9	12	79
. TOTAL CSP -	21	11	10	79
. Employé	22	11	11	78
. Ouvrier	21	12	9	79
TOTAL Inactif	16	8	8	84
. Retraité	12	6	6	88
. Autre inactif.....	23	10	13	77
REGION				
Région parisienne	27	13	14	73
Province	18	9	9	82
. Nord est	19	8	11	81
. Nord ouest	18	9	9	82
. Sud ouest.....	17	9	8	83
. Sud est	16	9	7	84
CATEGORIE D'AGGLOMERATION				
Communes rurales.....	13	6	7	87
Communes urbaines de province.....	19	10	9	81
Agglomération parisienne.....	29	14	15	71
LA FRÉQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRÈS DE SA COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX				
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	65	39	26	35
. Rarement.....	35	15	20	65
. Jamais	10	4	6	90
LE SOUHAIT DE VOIR SE DÉVELOPPER LA PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX				
Plus (*).....	56	36	20	44
Moins	17	8	9	83
Autant	28	13	15	72

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

**L'expérience d'achat en ligne suite à l'exposition
à différents types de publicités ou recommandations
Avoir reçu une publicité par SMS**

	TOTAL Oui	Oui, plusieurs fois	Oui, une fois	Non, jamais
ENSEMBLE	15	7	8	85
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)				
Homme	16	8	8	84
Femme	15	7	8	85
AGE DE L'INTERVIEWE(E)				
TOTAL Moins de 35 ans	18	9	9	82
. 18-24 ans	15	6	9	85
. 25-34 ans	20	12	8	80
TOTAL 35 ans et plus	15	7	8	85
. 35-49 ans	18	9	9	82
. 50-64 ans	13	6	7	87
. 65 ans et plus	12	5	7	88
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)				
TOTAL Actif	17	8	9	83
. TOTAL CSP +	18	8	10	82
.. Artisan ou commerçant (*)	26	11	15	74
.. Profession libérale, cadre supérieur	17	8	9	83
. Profession intermédiaire	16	6	10	84
. TOTAL CSP -	17	9	8	83
. Employé	18	9	9	82
. Ouvrier	15	9	6	85
TOTAL Inactif	13	6	7	87
. Retraité	13	6	7	87
. Autre inactif	14	7	7	86
REGION				
Région parisienne	22	13	9	78
Province	14	6	8	86
. Nord est	17	7	10	83
. Nord ouest	14	6	8	86
. Sud ouest	12	7	5	88
. Sud est	13	5	8	87
CATEGORIE D'AGGLOMERATION				
Communes rurales	14	7	7	86
Communes urbaines de province	14	6	8	86
Agglomération parisienne	22	14	8	78
L'EXPÉRIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITÉ SUR UN RÉSEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)				
TOTAL Oui	45	23	22	55
. Oui, plusieurs fois	45	32	13	55
. Oui, une fois	46	15	31	54
Non, jamais	8	3	5	92
LA FRÉQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRÈS DE SA COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX				
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	37	20	17	63
. Rarement	24	10	14	76
. Jamais	11	5	6	89
LE SOUHAI DE VOIR SE DÉVELOPPER LA PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX				
Plus (*)	38	17	21	62
Moins	14	7	7	86
Autant	20	8	12	80

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

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...) ?

	Ensemble (%)
TOTAL Systématiquement / de temps en temps	10
• Systématiquement.....	1
• De temps en temps.....	9
TOTAL Rarement / jamais	90
• Rarement	15
• Jamais.....	75
TOTAL.....	100

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

	TOTAL Systématiquement / De temps en temps	Systématiquement	De temps en temps	TOTAL Rarement / Jamais	Rarement	Jamais
ENSEMBLE	10	1	9	90	15	75
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)						
Homme	12	2	10	88	14	74
Femme	9	1	7	91	15	77
AGE DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Moins de 35 ans	18	3	15	82	16	66
. 18-24 ans	22	3	19	78	18	60
. 25-34 ans	14	2	12	86	15	71
TOTAL 35 ans et plus	7	1	6	93	14	79
. 35-49 ans	12	1	11	88	19	69
. 50-64 ans	6	1	5	94	15	79
. 65 ans et plus	1	0	1	99	8	91
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Actif	11	1	10	89	19	70
. TOTAL CSP +	13	1	12	87	16	71
.. Artisan ou commerçant (*)	18	2	16	82	12	70
.. Profession libérale, cadre supérieur	12	1	11	88	20	68
. Profession intermédiaire	12	1	11	88	17	71
. TOTAL CSP -	10	1	9	90	20	70
. Employé	10	1	9	90	23	67
. Ouvrier	11	1	10	89	16	73
TOTAL Inactif	7	1	6	93	9	84
. Retraité	3	1	2	97	9	88
. Autre inactif	16	1	15	84	11	73
REGION						
Région parisienne	11	1	10	89	14	75
Province	9	1	8	91	15	76
. Nord est	10	1	9	90	18	72
. Nord ouest	9	1	8	91	17	74
. Sud ouest	13	0	13	87	9	78
. Sud est	8	1	7	92	13	79
CATEGORIE D'AGGLOMERATION						
Communes rurales	7	1	6	93	13	80
Communes urbaines de province	10	1	9	90	16	74
Agglomération parisienne	12	1	11	88	13	75
L'EXPERIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITE SUR UN RESEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)						
TOTAL Oui	33	4	29	67	27	40
. Oui, plusieurs fois	40	6	34	60	23	37
. Oui, une fois	26	2	24	74	30	44
Non, jamais	4	0	4	96	12	84
LE SOUHAIT DE VOIR SE DEVELOPPER LA PUBLICITE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
Plus (*)	28	19	9	72	20	52
Moins	8	1	7	92	15	77
Autant	17	1	16	83	14	69

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

Le jugement détaillé à l'égard de la publicité sur les réseaux sociaux

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

	TOTAL Oui (%)	Oui, tout à fait (%)	Oui, plutôt (%)	TOTAL Non (%)	Non, plutôt pas (%)	Non, pas du tout (%)	TOTAL (%)
• Vous insupporte car vous n'allez pas sur les réseaux sociaux pour faire des achats.....	68	46	22	32	13	19	100
• Vous paraît moins intéressante que les avis de consommateurs sur la marque.....	62	28	34	38	18	20	100
• Vous est inutile car elle ne cible pas vos habitudes d'achat	59	33	26	41	19	22	100
• Vous donne envie d'en savoir plus sur les marques concernées	17	3	14	83	33	50	100
• Vous plait car cela change des publicités classiques.....	16	3	13	84	32	52	100
• Vous donne une meilleure image des marques concernées	14	3	11	86	34	52	100
• Vous donne le sentiment d'être plus proches des marques concernées	14	2	12	86	32	54	100

Le jugement détaillé à l'égard de la publicité sur les réseaux sociaux

Vous insupporte car vous n'allez pas sur les réseaux sociaux pour faire des achats

	TOTAL Oui	Oui, tout à fait	Oui, plutôt	TOTAL Non	Non, plutôt pas	Non, pas du tout
ENSEMBLE	68	46	22	32	13	19
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)						
Homme	68	48	20	32	13	19
Femme	68	45	23	32	14	18
AGE DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Moins de 35 ans	72	47	25	28	15	13
. 18-24 ans	69	42	27	31	18	13
. 25-34 ans	73	51	22	27	13	14
TOTAL 35 ans et plus	67	46	21	33	12	21
. 35-49 ans	65	43	22	35	15	20
. 50-64 ans	70	45	25	30	9	21
. 65 ans et plus	64	50	14	36	14	22
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Actif	68	44	24	32	14	18
. TOTAL CSP +	75	52	23	25	11	14
.. Artisan ou commerçant (*)	73	53	20	27	16	11
.. Profession libérale, cadre supérieur	75	51	24	25	10	15
. Profession intermédiaire	68	38	30	32	14	18
. TOTAL CSP -	66	44	22	34	15	19
. Employé	64	43	21	36	17	19
. Ouvrier	68	45	23	32	12	20
TOTAL Inactif	67	48	19	33	13	20
. Retraité	68	52	16	32	11	21
. Autre inactif	67	42	25	33	16	17
REGION						
Région parisienne	66	48	18	34	14	20
Province	69	46	23	31	13	18
. Nord est	71	49	22	29	14	15
. Nord ouest	65	39	26	35	15	20
. Sud ouest	62	46	16	38	12	26
. Sud est	72	49	23	28	12	16
CATEGORIE D'AGGLOMERATION						
Communes rurales	72	48	24	28	11	17
Communes urbaines de province	67	45	22	33	14	19
Agglomération parisienne	66	48	18	34	13	21
L'EXPERIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITE SUR UN RESEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)						
TOTAL Oui	65	29	36	35	27	8
. Oui, plusieurs fois	70	31	39	30	21	9
. Oui, une fois	60	28	32	40	32	8
Non, jamais	69	51	18	31	10	21
LA FREQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRES DE SA COMMUNAUTE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	66	33	33	34	28	6
. Rarement	72	38	34	28	20	8
. Jamais	68	50	18	32	10	22
LE SOUHAIT DE VOIR SE DEVELOPPER LA PUBLICITE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
Plus (*)	56	21	35	44	16	28
Moins	74	52	22	26	10	16
Autant	38	19	19	62	29	33

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

Le jugement détaillé à l'égard de la publicité sur les réseaux sociaux

Vous paraît moins intéressante que les avis de consommateurs sur la marque

	TOTAL Oui	Oui, tout à fait	Oui, plutôt	TOTAL Non	Non, plutôt pas	Non, pas du tout
ENSEMBLE	62	28	34	38	18	20
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)						
Homme.....	63	31	32	37	18	19
Femme.....	61	26	35	39	18	21
AGE DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Moins de 35 ans	63	31	32	37	23	14
. 18-24 ans.....	62	28	34	38	27	11
. 25-34 ans.....	64	33	31	36	20	16
TOTAL 35 ans et plus	61	27	34	39	17	22
. 35-49 ans.....	57	26	31	43	19	24
. 50-64 ans.....	62	26	36	38	16	22
. 65 ans et plus.....	65	30	35	35	14	21
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Actif	60	27	33	40	19	21
. TOTAL CSP +	69	36	33	31	13	18
.. Artisan ou commerçant (*).....	68	39	29	32	19	13
.. Profession libérale, cadre supérieur.....	71	36	35	29	10	19
. Profession intermédiaire	63	28	35	37	14	23
. TOTAL CSP -	55	22	33	45	25	20
. Employé.....	56	23	33	44	26	18
. Ouvrier.....	53	21	32	47	23	24
TOTAL Inactif	64	30	34	36	17	19
. Retraité.....	67	32	35	33	14	19
. Autre inactif.....	60	27	33	40	21	19
REGION						
Région parisienne.....	63	30	33	37	19	18
Province.....	62	28	34	38	18	20
. Nord est.....	61	26	35	39	21	18
. Nord ouest.....	59	24	35	41	18	23
. Sud ouest.....	57	33	24	43	18	25
. Sud est.....	67	32	35	33	15	18
CATEGORIE D'AGGLOMERATION						
Communes rurales.....	65	31	34	35	16	19
Communes urbaines de province.....	61	27	34	39	19	20
Agglomération parisienne.....	62	30	32	38	19	19
L'EXPERIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITE SUR UN RESEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)						
TOTAL Oui	64	25	39	36	29	7
. Oui, plusieurs fois.....	71	31	40	29	20	9
. Oui, une fois.....	58	20	38	42	36	6
Non, jamais	61	29	32	39	16	23
LA FREQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRES DE SA COMMUNAUTE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	63	26	37	37	29	8
. Rarement.....	71	31	40	29	21	8
. Jamais.....	60	28	32	40	16	24
LE SOUHAIT DE VOIR SE DEVELOPPER LA PUBLICITE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
Plus (*).....	66	19	47	34	27	7
Moins.....	63	30	33	37	18	19
Autant.....	53	19	34	47	21	26

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

Le jugement détaillé à l'égard de la publicité sur les réseaux sociaux

Vous est inutile car elle ne cible pas vos habitudes d'achat

	TOTAL Oui	Oui, tout à fait	Oui, plutôt	TOTAL Non	Non, plutôt pas	Non, pas du tout
ENSEMBLE	59	33	26	41	19	22
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)						
Homme.....	59	30	29	41	19	22
Femme.....	59	35	24	41	18	23
AGE DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Moins de 35 ans	59	27	32	41	25	16
. 18-24 ans.....	55	18	37	45	33	12
. 25-34 ans.....	62	34	28	38	19	19
TOTAL 35 ans et plus	59	35	24	41	17	24
. 35-49 ans.....	57	32	25	43	16	27
. 50-64 ans.....	57	33	24	43	20	23
. 65 ans et plus.....	63	40	23	37	13	24
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Actif	58	32	26	42	19	23
. TOTAL CSP +	59	41	18	41	20	21
.. Artisan ou commerçant (*).....	74	54	20	26	16	10
.. Profession libérale, cadre supérieur.....	52	35	17	48	23	25
. Profession intermédiaire	58	25	33	42	17	25
. TOTAL CSP -	57	30	27	43	20	23
. Employé.....	57	31	26	43	23	20
. Ouvrier.....	56	29	27	44	17	27
TOTAL Inactif	60	34	26	40	18	22
. Retraité.....	61	37	24	39	16	23
. Autre inactif.....	61	28	33	39	21	18
REGION						
Région parisienne.....	56	32	24	44	22	22
Province.....	60	33	27	40	18	22
. Nord est.....	63	31	32	37	18	19
. Nord ouest.....	55	27	28	45	19	26
. Sud ouest.....	58	37	21	42	18	24
. Sud est.....	61	37	24	39	17	22
CATEGORIE D'AGGLOMERATION						
Communes rurales.....	63	32	31	37	14	23
Communes urbaines de province.....	59	34	25	41	19	22
Agglomération parisienne.....	55	31	24	45	23	22
L'EXPERIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITE SUR UN RESEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)						
TOTAL Oui	61	18	43	39	28	11
. Oui, plusieurs fois.....	69	21	48	31	19	12
. Oui, une fois.....	53	14	39	47	37	10
Non, jamais	59	36	23	41	16	25
LA FREQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRES DE SA COMMUNAUTE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	72	23	49	28	20	8
. Rarement.....	55	19	36	45	31	14
. Jamais.....	58	36	22	42	16	26
LE SOUHAIT DE VOIR SE DEVELOPPER LA PUBLICITE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
Plus (*).....	63	24	39	37	19	18
Moins.....	61	35	26	39	17	22
Autant.....	48	22	26	52	26	26

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

Le jugement détaillé à l'égard de la publicité sur les réseaux sociaux

Vous donne envie d'en savoir plus sur les marques concernées

	TOTAL Oui	Oui, tout à fait	Oui, plutôt	TOTAL Non	Non, plutôt pas	Non, pas du tout
ENSEMBLE	17	3	14	83	33	50
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)						
Homme.....	17	3	14	83	32	51
Femme.....	17	2	15	83	34	49
AGE DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Moins de 35 ans	19	2	17	81	34	47
. 18-24 ans.....	22	3	19	78	44	34
. 25-34 ans.....	18	2	16	82	27	55
TOTAL 35 ans et plus	16	3	13	84	33	51
. 35-49 ans.....	14	3	11	86	38	48
. 50-64 ans.....	19	3	16	81	29	52
. 65 ans et plus.....	16	3	13	84	30	54
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Actif	17	3	14	83	33	50
. TOTAL CSP +	12	3	9	88	29	59
.. Artisan ou commerçant (*).....	14	5	9	86	26	60
.. Profession libérale, cadre supérieur.....	11	2	9	89	32	57
. Profession intermédiaire	20	2	18	80	35	45
. TOTAL CSP -	18	3	15	82	35	47
. Employé.....	21	4	17	79	36	43
. Ouvrier.....	16	2	14	84	32	52
TOTAL Inactif	17	2	15	83	33	50
. Retraité.....	16	3	13	84	31	53
. Autre inactif.....	19	1	18	81	37	44
REGION						
Région parisienne.....	17	3	14	83	35	48
Province.....	17	3	14	83	33	50
. Nord est.....	21	4	17	79	33	46
. Nord ouest.....	17	2	15	83	35	48
. Sud ouest.....	14	3	11	86	32	54
. Sud est.....	15	2	13	85	31	54
CATEGORIE D'AGGLOMERATION						
Communes rurales.....	17	3	14	83	35	48
Communes urbaines de province.....	17	2	15	83	32	51
Agglomération parisienne.....	16	3	13	84	34	50
L'EXPERIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITE SUR UN RESEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)						
TOTAL Oui	41	6	35	59	40	19
. Oui, plusieurs fois.....	47	10	37	53	34	19
. Oui, une fois.....	36	2	34	64	46	18
Non, jamais	11	2	9	89	32	57
LA FREQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRES DE SA COMMUNAUTE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	47	9	38	53	35	18
. Rarement.....	30	3	27	70	38	32
. Jamais.....	11	2	9	89	32	57
LE SOUHAIT DE VOIR SE DEVELOPPER LA PUBLICITE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
Plus (*).....	70	17	53	30	12	18
Moins.....	12	2	10	88	35	53
Autant.....	41	7	34	59	24	35

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

Le jugement détaillé à l'égard de la publicité sur les réseaux sociaux

Vous plait car change de publicités classiques

	TOTAL Oui	Oui, tout à fait	Oui, plutôt	TOTAL Non	Non, plutôt pas	Non, pas du tout
ENSEMBLE	16	3	13	84	32	52
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)						
Homme.....	18	4	14	82	29	53
Femme.....	14	3	11	86	34	52
AGE DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Moins de 35 ans	20	5	15	80	29	51
. 18-24 ans.....	22	4	18	78	33	45
. 25-34 ans.....	18	5	13	82	27	55
TOTAL 35 ans et plus	15	3	12	85	32	53
. 35-49 ans.....	15	4	11	85	32	53
. 50-64 ans.....	17	3	14	83	31	52
. 65 ans et plus.....	12	2	10	88	34	54
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Actif	16	4	12	84	31	53
. TOTAL CSP +	14	4	10	86	26	60
. . Artisan ou commerçant (*).....	14	5	9	86	29	57
. . Profession libérale, cadre supérieur.....	15	3	12	85	26	59
. Profession intermédiaire	19	5	14	81	28	53
. TOTAL CSP -	17	4	13	83	34	49
. Employé.....	19	4	15	81	34	47
. Ouvrier.....	14	4	10	86	34	52
TOTAL Inactif	16	2	14	84	32	52
. Retraité.....	15	3	12	85	34	51
. Autre inactif.....	19	2	17	81	27	54
REGION						
Région parisienne.....	17	4	13	83	26	57
Province.....	16	3	13	84	33	51
. Nord est.....	21	4	17	79	29	50
. Nord ouest.....	14	3	11	86	37	49
. Sud ouest.....	15	3	12	85	29	56
. Sud est.....	14	2	12	86	34	52
CATEGORIE D'AGGLOMERATION						
Communes rurales.....	15	3	12	85	32	53
Communes urbaines de province.....	16	3	13	84	33	51
Agglomération parisienne.....	17	4	13	83	26	57
L'EXPERIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITE SUR UN RESEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)						
TOTAL Oui	41	9	32	59	35	24
. Oui, plusieurs fois.....	45	12	33	55	33	22
. Oui, une fois.....	37	6	31	63	38	25
Non, jamais	11	2	9	89	30	59
LA FREQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRES DE SA COMMUNAUTE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	52	14	38	48	31	17
. Rarement.....	24	4	20	76	44	32
. Jamais.....	10	2	8	90	29	61
LE SOUHAIT DE VOIR SE DEVELOPPER LA PUBLICITE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
Plus (*).....	66	18	48	34	12	22
Moins.....	11	2	9	89	33	56
Autant.....	41	9	32	59	24	35

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

Le jugement détaillé à l'égard de la publicité sur les réseaux sociaux Vous donne une meilleure image des marques concernées

	TOTAL Oui	Oui, tout à fait	Oui, plutôt	TOTAL Non	Non, plutôt pas	Non, pas du tout
ENSEMBLE	14	3	11	86	34	52
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)						
Homme.....	16	4	12	84	33	51
Femme.....	13	1	12	87	35	52
AGE DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Moins de 35 ans	18	3	15	82	35	47
. 18-24 ans.....	25	4	21	75	39	36
. 25-34 ans.....	14	3	11	86	32	54
TOTAL 35 ans et plus	13	3	10	87	34	53
. 35-49 ans.....	15	4	11	85	35	50
. 50-64 ans.....	12	3	9	88	35	53
. 65 ans et plus.....	11	1	10	89	31	58
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Actif	14	3	11	86	34	52
. TOTAL CSP +	10	2	8	90	27	63
. . Artisan ou commerçant (*).....	12	3	9	88	30	58
. . Profession libérale, cadre supérieur.....	9	3	6	91	27	64
. Profession intermédiaire	14	1	13	86	38	48
. TOTAL CSP -	15	4	11	85	36	49
. Employé.....	17	3	14	83	37	46
. Ouvrier.....	13	5	8	87	35	52
TOTAL Inactif	16	3	13	84	34	50
. Retraité.....	13	2	11	87	34	53
. Autre inactif.....	20	4	16	80	34	46
REGION						
Région parisienne.....	16	1	15	84	28	56
Province.....	14	3	11	86	35	51
. Nord est.....	18	5	13	82	36	46
. Nord ouest.....	15	3	12	85	35	50
. Sud ouest.....	14	4	10	86	29	57
. Sud est.....	9	1	8	91	38	53
CATEGORIE D'AGGLOMERATION						
Communes rurales.....	12	3	9	88	37	51
Communes urbaines de province.....	15	3	12	85	35	50
Agglomération parisienne.....	16	2	14	84	27	57
L'EXPERIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITE SUR UN RESEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)						
TOTAL Oui	39	8	31	61	39	22
. Oui, plusieurs fois.....	43	11	32	57	35	22
. Oui, une fois.....	34	4	30	66	44	22
Non, jamais	9	2	7	91	33	58
LA FREQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRES DE SA COMMUNAUTE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	52	14	38	48	31	17
. Rarement.....	21	2	19	79	47	32
. Jamais.....	8	1	7	92	32	60
LE SOUHAIT DE VOIR SE DEVELOPPER LA PUBLICITE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
Plus (*).....	54	11	43	46	27	19
Moins.....	10	2	8	90	35	55
Autant.....	32	7	25	68	30	38

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

Le jugement détaillé à l'égard de la publicité sur les réseaux sociaux Vous donne le sentiment d'être plus proches des marques concernées

	TOTAL Oui	Oui, tout à fait	Oui, plutôt	TOTAL Non	Non, plutôt pas	Non, pas du tout
ENSEMBLE	14	2	12	86	32	54
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)						
Homme.....	16	4	12	84	28	56
Femme.....	12	1	11	88	35	53
AGE DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Moins de 35 ans	18	2	16	82	32	50
. 18-24 ans.....	25	2	23	75	36	39
. 25-34 ans.....	14	2	12	86	29	57
TOTAL 35 ans et plus	13	3	10	87	31	56
. 35-49 ans.....	14	3	11	86	33	53
. 50-64 ans.....	12	2	10	88	33	55
. 65 ans et plus.....	11	2	9	89	28	61
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)						
TOTAL Actif	13	2	11	87	32	55
. TOTAL CSP +	12	3	9	88	22	66
. . Artisan ou commerçant (*).....	16	4	12	84	26	58
. . Profession libérale, cadre supérieur.....	12	3	9	88	21	67
. Profession intermédiaire	12	1	11	88	37	51
. TOTAL CSP -	14	3	11	86	35	51
. Employé.....	17	3	14	83	36	47
. Ouvrier.....	11	3	8	89	33	56
TOTAL Inactif	16	3	13	84	30	54
. Retraité.....	13	3	10	87	31	56
. Autre inactif.....	20	1	19	80	29	51
REGION						
Région parisienne.....	13	2	11	87	32	55
Province.....	14	2	12	86	32	54
. Nord est.....	19	3	16	81	31	50
. Nord ouest.....	15	1	14	85	32	53
. Sud ouest.....	13	2	11	87	28	59
. Sud est.....	10	3	7	90	33	57
CATEGORIE D'AGGLOMERATION						
Communes rurales.....	13	3	10	87	36	51
Communes urbaines de province.....	14	2	12	86	30	56
Agglomération parisienne.....	12	2	10	88	32	56
L'EXPERIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITE SUR UN RESEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)						
TOTAL Oui	38	6	32	62	40	22
. Oui, plusieurs fois.....	42	8	34	58	33	25
. Oui, une fois.....	34	4	30	66	47	19
Non, jamais	8	1	7	92	30	62
LA FREQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRES DE SA COMMUNAUTE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	53	10	43	47	27	20
. Rarement.....	19	2	17	81	44	37
. Jamais.....	8	1	7	92	30	62
LE SOUHAIT DE VOIR SE DEVELOPPER LA PUBLICITE SUR LES RESEAUX SOCIAUX						
Plus (*).....	61	15	46	39	16	23
Moins.....	10	2	8	90	32	58
Autant.....	32	6	26	68	29	39

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

Le souhait de voir se développer la publicité 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 ?

	Ensemble (%)
• Plus.....	2
• Moins	83
• Autant	15
TOTAL.....	100

Le souhait de voir se développer la publicité sur les réseaux sociaux

	Plus	Moins	Autant
ENSEMBLE	2	83	15
SEXE DE L'INTERVIEWE(E)			
Homme	4	83	13
Femme	1	83	16
AGE DE L'INTERVIEWE(E)			
TOTAL Moins de 35 ans	3	84	13
. 18-24 ans	4	85	11
. 25-34 ans	2	84	14
TOTAL 35 ans et plus	2	83	15
. 35-49 ans	3	82	15
. 50-64 ans	2	83	15
. 65 ans et plus	1	82	17
PROFESSION DE L'INTERVIEWE(E)			
TOTAL Actif	2	83	15
. TOTAL CSP +	2	84	14
.. Artisan ou commerçant (*)	2	88	10
.. Profession libérale, cadre supérieur	2	80	18
. Profession intermédiaire	1	82	17
. TOTAL CSP -	3	83	14
. Employé	3	82	15
. Ouvrier	2	85	13
TOTAL Inactif	3	82	15
. Retraité	3	82	15
. Autre inactif	4	83	13
REGION			
Région parisienne	2	84	14
Province	2	83	15
. Nord est	4	85	11
. Nord ouest	1	84	15
. Sud ouest	3	81	16
. Sud est	2	81	17
CATEGORIE D'AGGLOMERATION			
Communes rurales	2	83	15
Communes urbaines de province	3	82	15
Agglomération parisienne	2	84	14
L'EXPÉRIENCE D'ACHAT EN LIGNE APRES AVOIR VU UNE PUBLICITÉ SUR UN RÉSEAU SOCIAL (FACEBOOK, GOOGLE+, TWITTER, AUTRES...)			
TOTAL Oui	7	71	22
. Oui, plusieurs fois	9	70	21
. Oui, une fois	5	72	23
Non, jamais	1	86	13
LA FRÉQUENCE DE COMMUNICATION SUR SES ACHATS AUPRÈS DE SA COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX			
TOTAL Systématiquement / De temps en temps	7	68	25
. Rarement	3	82	15
. Jamais	2	85	13

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs