

84 % des internautes plébiscitent le courrier publicitaire, considéré comme le meilleur allié d'une consommation avisée

MEDIAPOST Publicité, la régie du Home Media, publie les résultats d'une nouvelle étude sur le courrier publicitaire, réalisée avec l'Institut Iligo. Menée auprès d'un échantillon représentatif d'internautes français elle confirme l'attachement de cette cible spécifique au media courrier qu'ils considèrent comme un outil indispensable dans leur vie de consommateur.

Un media utile et ancré dans le concret

Si la majorité des internautes interrogés perçoit le courrier publicitaire comme un media pratique de par son contenu et son format, il est important de noter que près de 84% d'entre eux soulignent également sa facilité d'accès. Consommateurs avisés, 92% des internautes jugent particulièrement utiles les bons de réductions et les bons d'achat sous format papier. Ce format est également plébiscité par 84 % des sondés qui peuvent ainsi l'emporter avec eux lors de leurs achats. Par ailleurs, le papier permet une meilleure appropriation : 81 % l'annotent pour souligner les informations importantes. L'intérêt économique du courrier publicitaire prédomine : 86% des répondants déclarent prendre connaissance d'offres commerciales intéressantes via ce support qui apparaît ainsi comme le media du pouvoir d'achat, puisqu'il permet de bénéficier de promotions et de générer de réelles économies au quotidien.

Un media de partage et de proximité

Considéré comme accessible et universel par 70% des personnes interrogées, le courrier publicitaire est un media non intrusif, choisi et qui diffuse des informations utiles pour le plus grand nombre.

Reconnu comme un media de partage et de proximité par plus de 70% des internautes français, le courrier publicitaire circule au sein du foyer et dans l'entourage, en raison là encore de son format et de son contenu qui informe les consommateurs sur la vie locale.

L'étude s'attache également à classer le profil des répondants selon leur perception du courrier publicitaire : 58 % des sondés sont qualifiés « d'enthousiastes » (35 % de « fans » qui apprécient tout type de courriers et 23 % de « supporters » qui consultent avec plaisir ceux qui leurs semblent utiles). Le profil des enthousiastes : majoritairement des actifs de 35-64 ans, ils apprécient en particulier, la praticité (87 %), l'utilité (83 %) et la convivialité (69%) du media.

Pour Eric Troussel, Directeur Général Adjoint Etudes et Marketing de MEDIAPOST Publicité : « Au fil du temps la complémentarité entre le on et le off s'affirme avec évidence dans tout dispositif de communication relationnelle. Cette étude, menée auprès de la cible spécifique des internautes valorise d'autant plus la nécessité d'une approche globale et multicanal, attendue et appréciée des consommateurs, gage d'efficacité et de performance pour les annonceurs.»

** Etude réalisée du 4 au 11 mars 2011 par l'institut Iligo, via un questionnaire en ligne, 1001 répondants de la population française (18-65 ans)*

Cette étude renforce les conclusions de l'étude de référence SIMM-TGI 2010 de Kantar Media qui positionnait le courrier publicitaire comme le media préféré des français. En décryptant la relation et les usages des internautes français avec le courrier publicitaire, elle permet de souligner l'attachement de ceux-ci à ce media « traditionnel » et met fin aux antagonismes web versus papier. Dans un contexte où la question d'optimisation des investissements publicitaires des annonceurs deviennent de plus en plus complexes, le courrier publicitaire apparaît comme un media efficace, garant d'un ROI performant.

A propos de MEDIAPOST Publicité

MEDIAPOST Publicité est la régie dédiée à la promotion de l'ensemble des supports Home Media (Courrier adressé, Imprimé Publicitaire, e-mail, SMS). MEDIAPOST Publicité promeut leur intégration dans les stratégies média des annonceurs et propose des packages et des offres sur mesure pour favoriser l'intégration des offres et services du Média Courrier en synergie avec l'ensemble des autres médias. Partenaire des agences et des annonceurs, MEDIAPOST Publicité développe également des études et outils de mesure (audience, efficacité..). MEDIAPOST Publicité est une filiale de MEDIAPOST.

www.mediapost-publicite.fr

Contact presse – Kalima

Sarah Hachemi - Tygénia Saustier

shachemi@kalima-rp.fr / tsaustier@kalima-rp.fr

01 44 90 02 36