

Communication : comment créer le lien entre valeur média et valeur de marque ?

Paris, le 9 octobre 2013 – L'agence pluri-media indépendante Ecrans & Media lance Value & Values, une étude média novatrice, qui permet de faire le lien entre les valeurs des individus, leur fréquentation média et les valeurs perçues des marques. Grâce à l'étude Value & Values, Ecrans & Media s'engage à construire des stratégies et des plans média qui prennent en compte l'adéquation entre les valeurs des individus et leur fréquentation média d'une part, l'adhésion entre les valeurs recherchées par la Marque et les valeurs revendiquées par les individus d'autre part.

Au-delà du R.O.I, le R.O.V « Return on Values »

Initiée par des acteurs majeurs de l'économie sociale, l'agence Ecrans & Media est le partenaire privilégié de ces entreprises dont l'ambition est d'accorder activité économique et utilité sociale. Les valeurs de responsabilité, de solidarité, ou encore de développement durable s'inscrivent de fait dans l'ADN d'Ecrans & Media. L'agence souhaite aujourd'hui prolonger et matérialiser, via son étude Value & Values ce positionnement original et différenciant.

L'étude a été réalisée avec Iligo, société d'études et de conseil dédiée à la mesure et à la compréhension des comportements de consommation et en partenariat avec France Télévisions Publicité, Radio France Publicité et Le Monde Publicité.

Lier valeurs des individus, valeurs des marques et fréquentation média

A travers cette étude, Ecrans & Media a réalisé un jeu de miroir entre les valeurs des individus et celles des marques. En partant des valeurs des individus, puis en identifiant en parallèle, les points de contact médias privilégiés de ces individus, l'étude amène à déterminer quels médias, quels supports sont les plus en affinité avec une valeur donnée. Il suffira par conséquent d'identifier pour les consommateurs actuels ou potentiels d'une marque quels sont les médias ou les supports les plus en phase avec les valeurs perçues ou recherchées par cette marque.

Principes et méthodologie

Etude en ligne réalisée du 30 mai au 24 juin 2013 auprès d'un échantillon de 3010 répondants, représentatif de la population française 18-64 ans.

3 modules composent l'étude :

- Qualification et fréquentation media détaillée
- Plus de 80 Marques media étudiées
- Valeurs des individus
- 8 valeurs exprimées au travers de 16 affirmations, notées de 0 à 10
- Les valeurs associées à la Marque
- Les valeurs s'appliquant aux individus sont transposées aux marques, sur un même principe de notation de 0 à 10.
- 9 marques de l'économie sociale et solidaire étudiées de façon ad'hoc

Les livrables de l'étude

Quelles valeurs sont sur-notées par le public d'un media ?

Quels media, quels supports sont les plus en affinité avec les individus sur-notant une valeur donnée ?

Existe-t-il adéquation, ou au contraire dissonance, entre les valeurs d'une marque et les valeurs de ses clients ?

Un media est-il en adéquation avec les valeurs d'une marque ?

Quel est le « retour sur les valeurs » du plan média de la marque x ?

A propos de Ecrans & Media :

Ecrans & Media a été créée en 1989 à l'initiative d'acteurs majeurs de l'Economie Sociale. Ecrans & Media accorde par conséquent une attention particulière à la création de valeur dans le respect des valeurs pour les Entreprises et leurs Marques.

Fort de cette ADN, l'agence Media indépendante, parmi les leaders de son marché a tissé des liens solides avec plus de 40 clients, groupes coopératifs, Mutuelles, Etablissements Publics et Para-publics (Groupe Chèque Déjeuner, Macif, Casden, Etablissement Français du Sang...), mais également de nombreuses entreprises référentes du secteur marchand (Weber, Pandora, Stabilo...) ou d'annonceurs à réseaux (Centres commerciaux Hammerson, Mondial Pare-Brise, Cora,...)

Ecrans & Media est dirigée par deux associés : Patrick Gouyou Beauchamps et Pascal Clavreux et compte une équipe senior et pluri disciplinaire de 17 personnes.

Ecrans & Media est membre fondatrice de l'AAMI (Association des Agences Media Indépendantes)