



x

T F 1
· · ·
P U B

AD ■
IMPACT
TV
avec **iligo**

VENDEE EXPANSION

Bilan d'efficacité publicitaire M

Avril 2023

Contexte



Campagne Testée

- A propos de la **campagne**

- A propos des **benchmarks**

60 secondes



Du 26/02 au 19/03/2023
205,7 GRP sur la cible media
54,9% de couverture
3,7 répétitions



CIBLE MEDIA

FRDA avec enfants



Benchmark puissance TV [0-399] GRP

40 campagnes
309 GRP
71% de couverture
4,3 répétitions

Spots testés



Méthodologie



Vue d'ensemble



Mode d'administration

CAWI – Computer Assisted Web Interviewing



Cible

Cible Média (520 répondants) : FRDA avec enfants



Quotas

Représentatifs de la population française équipée TV en termes de sexe (2), d'âge (3), de CSP (3), de UDA(5), urbains/non urbains (2), présence d'enfants -15 ans (2)



Date du terrain

Du 22/03 au 28/03/2023



Durée d'interview

12 min



Arrondis statistiques

Les outils de traitements statistiques font qu'une somme qui devrait faire 100% peut varier entre 99% et 101%. Dans ces rares cas, ce dossier présente un arrondi à 100% afin de faciliter la lecture






Probabilisation des contacts TV

- Croisement des **habitudes d'écoute télévisuelles** et des **horaires de passage des spots** selon les chaînes du plan media.
- Classement des individus en 2 groupes : les **peu ou pas exposés** et les **moyennement/fortement exposés**.



Exposition à la campagne



	Peu ou pas exposés	Moyennement/ fortement exposés
Base	231	289

Mesure de l'efficacité

Indicateur mesuré	X%	X%	Gain (+X pts)
-------------------	----	----	---------------

Impact Publicitaire



Près d'une répondante sur 5 se souvient d'une campagne pour la Vendée



Vous souvenez-vous avoir vu ce film publicitaire récemment à la télévision ?



19%

a reconnu ce film
publicitaire
de la Vendée

 **34%**
Benchmark TV

Evaluation Créative



Plus de 9 répondantes sur 10 ont apprécié la campagne



Sur une échelle de 0 à 10, dites-nous dans quelle mesure vous appréciez cette campagne pour La Vendée ?

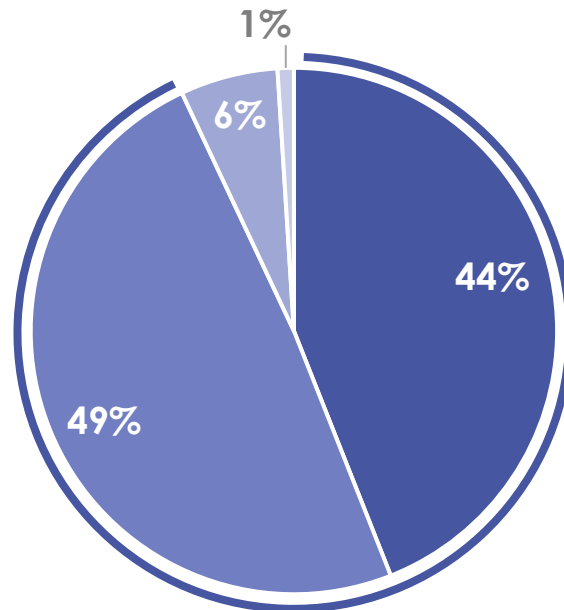


93%
...des répondants
apprécient cette
publicité



85%

Benchmark TV



- Tout à fait plu (8-10)
- Plutôt plu (5-7)
- Plutôt déplu (3-4)
- Tout à fait déplu (0-2)

Peu/pas exposés	Moyennement /fortement exposés	Gain à l'exposition
90%	95%	+5 pts



+7 pts

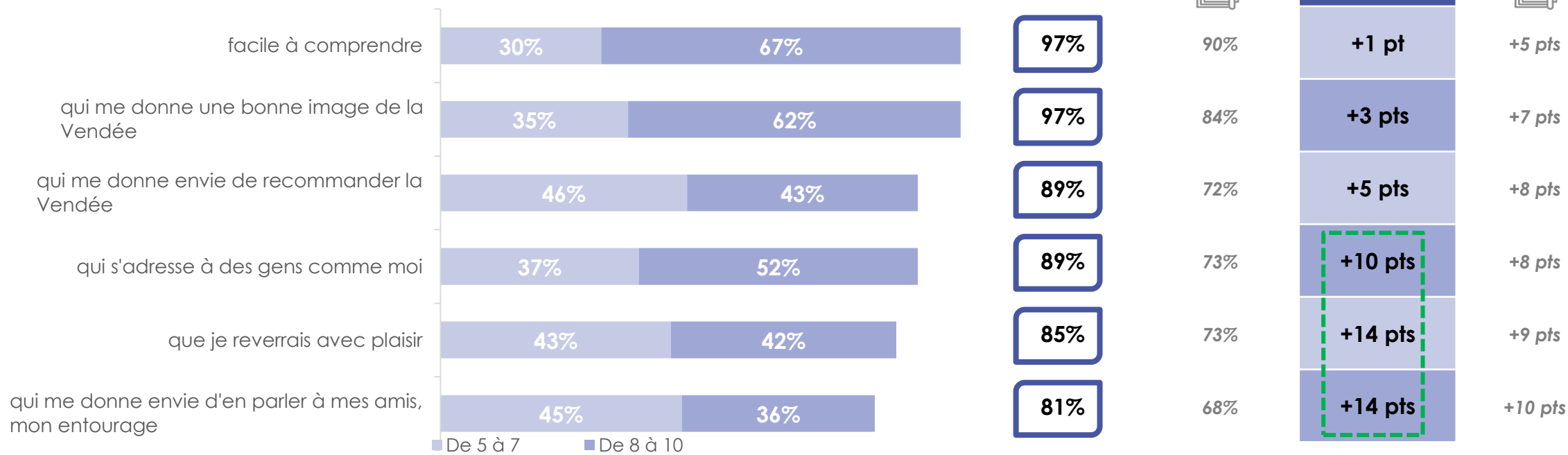
Une campagne jugée facile à comprendre et qui donne une bonne image de la Vendée



Voici maintenant une série de phrases que l'on peut entendre à propos de cette campagne publicitaire pour La Vendée. Dites-nous sur une échelle de 0 à 10, dans quelle mesure vous êtes d'accord.



C'est une campagne publicitaire...



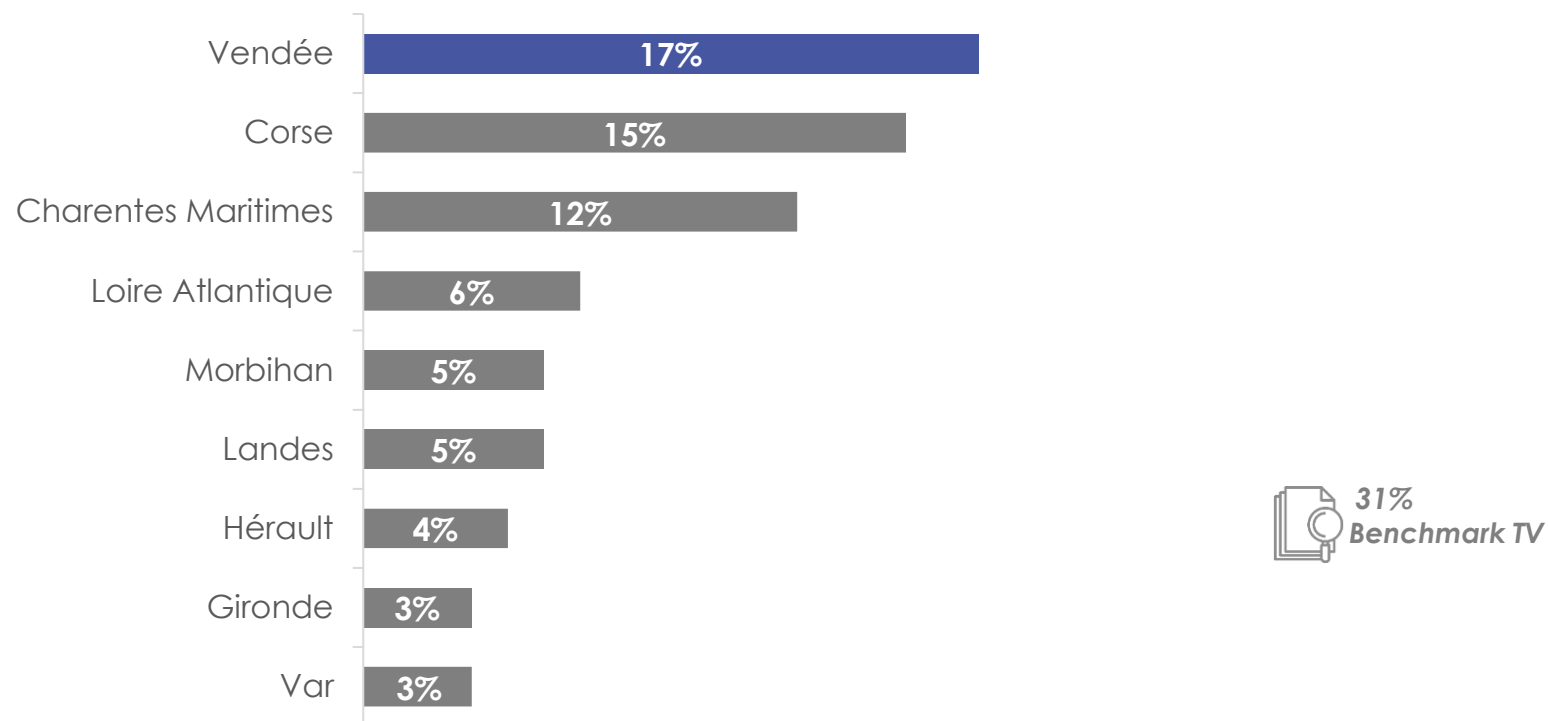
Bénéfices pour la marque



Un souvenir publicitaire de 17% en faveur de la Vendée



Parmi les départements suivants, pour lesquels vous souvenez-vous avoir vu récemment une publicité à la télévision?



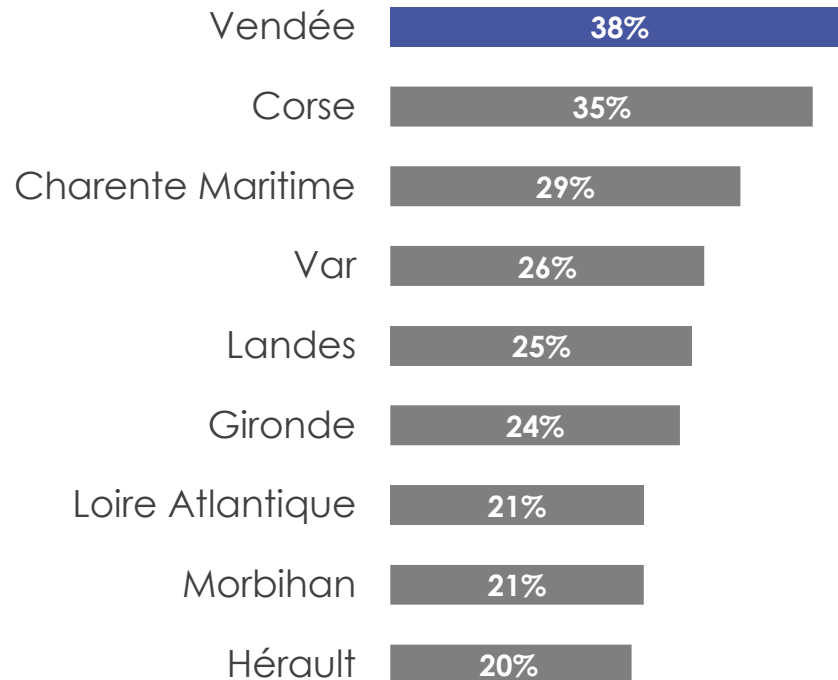
Considération & Intentions




La Vendée est le 1^{er} département considéré par les répondantes pour de prochaines vacances



Dans le cadre de vacances ou de week-end prolongés, quel(s) département(s) seriez-vous le(s) plus susceptible(s) de choisir ?



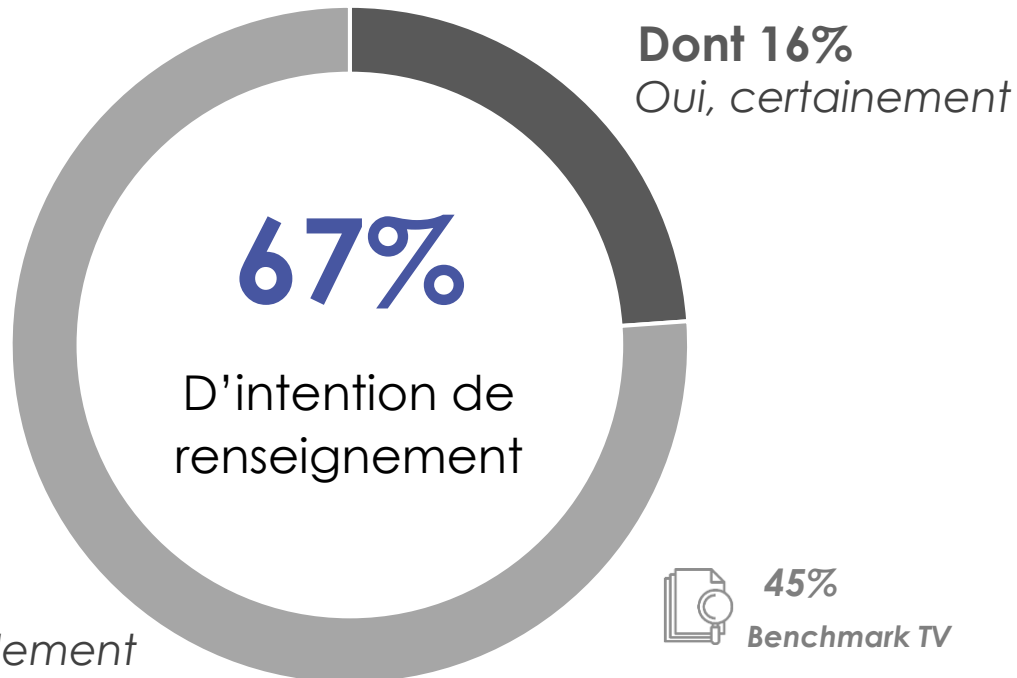
 26%
Benchmark TV

***2,4** départements choisis en moyenne

2/3 des répondantes ont l'intention de se renseigner sur la Vendée



Après avoir visualisé cette publicité pour la Vendée, avez-vous l'intention... de vous renseigner sur la Vendée ?



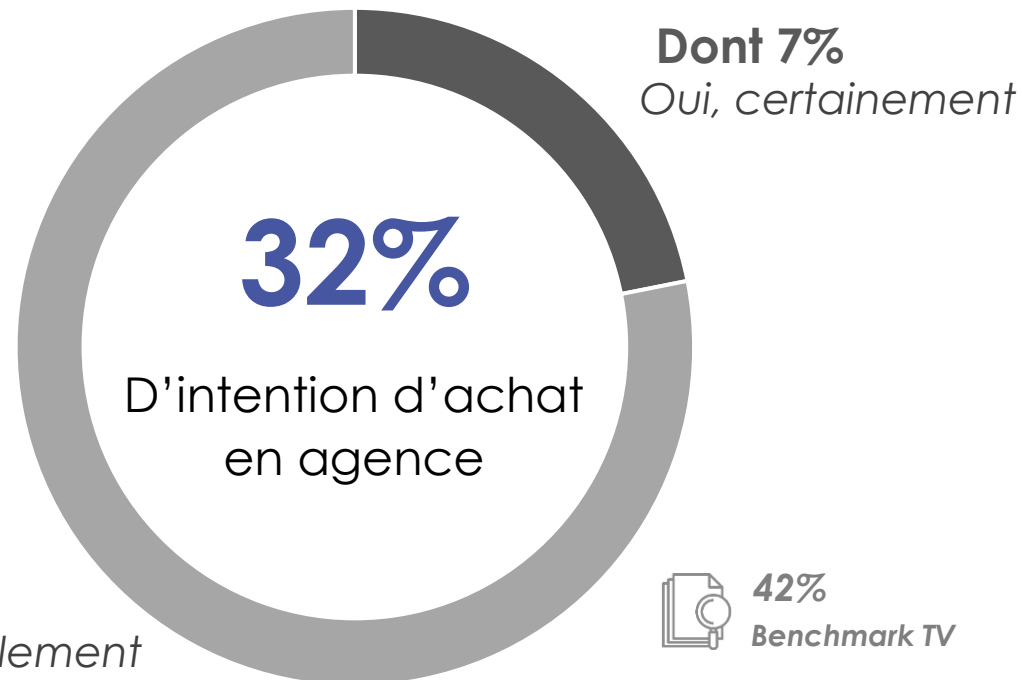
Peu/pas exposés	Moyennement /fortement exposés	Gain à l'exposition
61%	69%	+8 pts

+8 pts

1/3 d'entre elles ont l'intention de se rendre en agence pour réserver des vacances en Vendée



Après avoir visualisé cette publicité pour la Vendée, avez-vous l'intention... de vous rendre en agence / point de vente pour réserver des vacances/un week-end en Vendée?



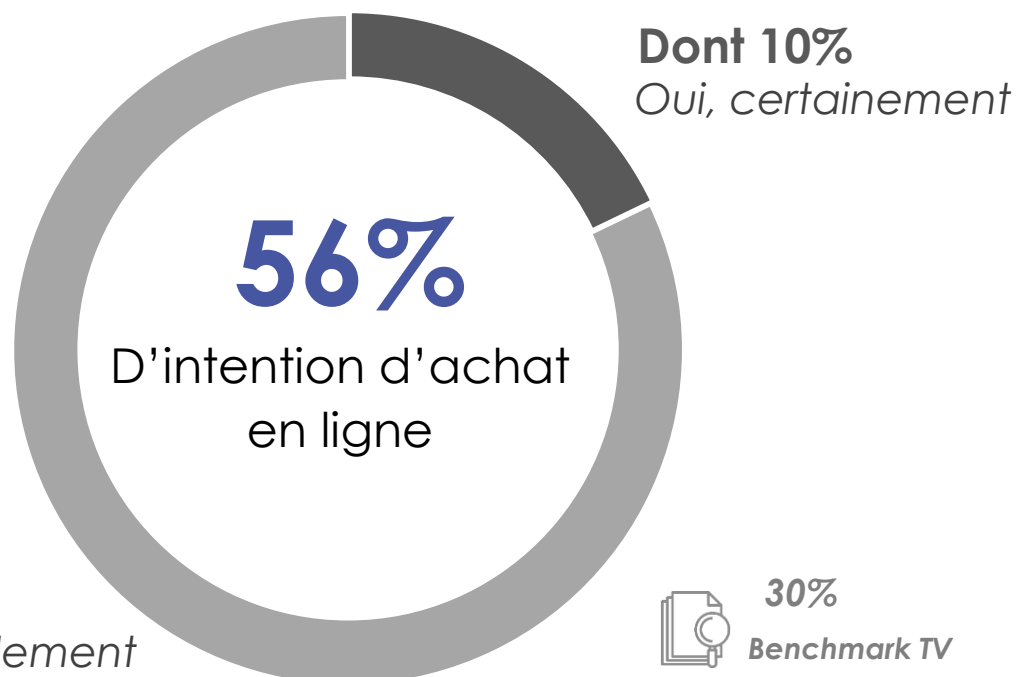
Peu/pas exposés	Moyennement /fortement exposés	Gain à l'exposition
25%	36%	+11 pts

+8 pts

Et plus de la moitié d'entre elles ont l'intention de réserver des vacances en Vendée sur internet



Après avoir visualisé cette publicité pour la Vendée, avez-vous l'intention...de vous rendre sur internet pour réserver des vacances / un week-end en Vendée?



Peu/pas exposés	Moyennement /fortement exposés	Gain à l'exposition
47%	60%	+13 pts

+4 pts

RESUMÉ DES PERFORMANCES



Des retombées positives pour Vendée Expansion



1

Une **copy très appréciée** par les répondantes. Jugée **facile à comprendre**, elle **valorise le département** auprès de la cible.

2

La **Vendée est la destination la plus considérée** par la cible pour des vacances

3

Une prise de parole qui permet **de travailler l'intention de renseignement et de réservation**