CONSUMER SCIENCE & ANALYTICS

OSEP 2017

HAVAS GROUP

#OSEP17
@HavasMediaFR

OSEP 2017

LA 1ÈRE MESURE DE MEDIA PERFORMANCE GLOBALE

5400 interviews
terrain online réalisé par CSA
novembre 2016
15-59 ans

PERCEPTION PAR LE PUBLIC
DE L'EXPOSITION AUX MARQUES

OSEP 2017

PAID — MEDIA PAYANTS

OWNED — MEDIA PRIVÉS

EARNED — MEDIA PUBLICS

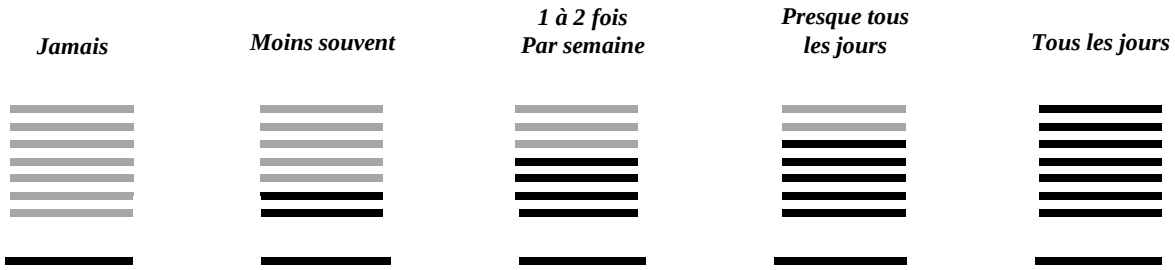
SHARED — MEDIA PARTAGÉS

2011	2012	2014	2015	2016	2017
196 MARQUES	212 MARQUES	179 MARQUES	210 MARQUES	238 MARQUES	270 MARQUES
16 SECTEURS	20 SECTEURS	19 SECTEURS	19 SECTEURS	21 SECTEURS	22 SECTEURS

MEDIA PERFORMANCE GLOBALE

OSEP 2017

« Indiquez la fréquence à laquelle vous voyez, lisez, entendez parler de chacune des marques suivantes : »



O.S.E.P.

« Vous êtes en contact avec cette marque essentiellement à travers ? »

PAID

- Publicité dans les media *(TV, Presse, Radio, Affichage, Internet display…)*
- Sponsoring et mécénat
- Prospectus, mailing et
- e-mailing

OWNED

- Points de vente
- Site Internet ou application de la marque
- Page Facebook de la marque
- Catalogue ou magazine de la marque

EARNED

- Opinion de vos proches, de vos amis
- Opinion des internautes (blogs, *forums, réseaux sociaux…)*
- Articles de presse, reportages…citant la marque

SHARED

- Association de marques de secteurs différents pour proposer de nouveaux produits/offres, promouvoir une cause
- Disponible par secteur

POEDIGITAL

2017

LA PERCEPTION DE L'EXPOSITION AUX MARQUES SUR LES LEVIERS DIGITAUX

3600 interviews
terrain online réalisé par CSA
novembre 2016
15-59 ans

PERCEPTION DE L'EXPOSITION
AUX MARQUES SUR LEVIERS DIGITAUX

POEDIGITAL 2017

PAID

MEDIA PAYANTS

OWNED

MEDIA PRIVÉS

EARNED

MEDIA PUBLICS

2015	2016	2017
102 MARQUES	148 MARQUES	204 MARQUES
13 SECTEURS	15 SECTEURS	17 SECTEURS

P.O.E. DIGITAL

> « Vous êtes en contact avec cette marque essentiellement à travers ? »

PAID

- Publicité hors vidéo
- Publicité vidéo
- Liens sponsorisés
- Emailing et Newsletters

OWNED

- Site Internet de la marque
- Application mobile
- Page Facebook de la marque
- Chaîne Youtube
- Compte Twitter
- Autres Réseaux sociaux

EARNED

- Commentaires des proches
- Commentaires des internautes
- Articles et vidéos citant la marque
- Page Facebook de fans

OSEP

2017

TOP 10

TOP 10

OSEP 2017

1	2	3	4	5
Google	facebook	TF1	YouTube	M6
=	=	=	+1	-1

6	7	8	9	10
Coca-Cola	france 2	france 3	amazon.com	orange
+2	-1	-1	IN +8 places	=

TOP 10 HORS MEDIA

OSEP 2017

1	2	3	4	5
Coca-Cola	amazon.com	orange	LA POSTE	nutella
=	+8	=	+11	=

6	7	8	9	10
EDF	DANONE		free	Kinder
-1	-4	-1	+3	-3

POEDIGITAL

2 0 1 7

TOP 10

POE DIGITAL - TOP 10

TOUTES MARQUES

POEDIGITAL 2017

1	2	3	4	5
Google	facebook.	YouTube	TF1	amazon
=	=	=	=	=

6	7	8	9	10
M6	orange	Microsoft	leboncoin.fr	free
+4	=	-2	-1	-1

POE DIGITAL - TOP 10
HORS MARQUES MEDIA

POEDIGITAL 2017

1	2	3	4	5
amazon	orange	Microsoft	leboncoin.fr	free
=	+1	-1	=	=
6	7	8	9	10
Coca-Cola		SFR	nutella	SAMSUNG
=	+1	-1	+14	=

CÉLINE VUILLEQUEZ

amazon

DIRECTOR HARDLINES AMAZON FRANCE

OSEP 2017

ENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

BAISSE DU PAID AU PROFIT DU OWNED

OSEP 2017

En 2017 en France,

les **MEDIA PAYANTS** (PAID) restent les plus impactants avec **50%** du total

devant **LES MEDIA PRIVÉS** (OWNED) **36%**

Les **MEDIA PUBLICS** (EARNED) prennent de l'importance avec **14%** du total

50%

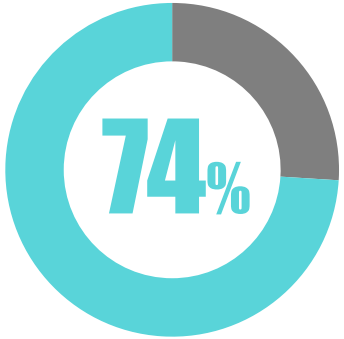
36%

14%

2016 :	53%	33%	14%
2015 :	53%	33%	14%
2014 :	54%	32%	14%
2012 :	58%	30%	12%
2011 :	59%	30%	11%

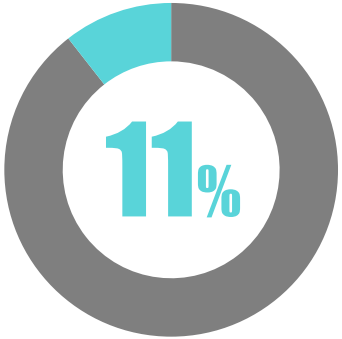
Sur les marques communes aux baromètres 2015 et 2016

LA PUBLICITÉ, DRIVER EN BAISSE



Publicité media

2016 – 75%
2015 – 77%
2014 - 79%
2012 - 76%
2011 - 76%



Sponsoring & mécénat

2015 – 10%
2015 – 7%
2014 - 7%
2012 - 8%
2011 - 7%

Prospectus & e-mailings

2016 – 15%
2015 – 16%
2014 - 14%
2012 - 16%
2011 - 17%

TOP 5 PAID

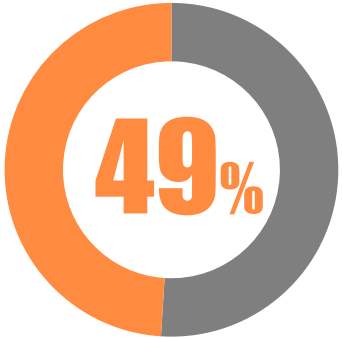
OSEP 2017

MARQUES	PAID	OWNED	EARNED
Coca-Cola	81%	7%	11%
Danone	78%	11%	11%
Nutella	76%	10%	14%
Kinder	76%	11%	13%
Colgate	79%	9%	12%

2011	2012	2014	2015	2016	2017
Coca-Cola	Coca-Cola	Coca-Cola	Coca-Cola	Coca-Cola	Coca-Cola
Danone	Danone	Danone	Danone	Danone	Danone
Kinder	Kinder	Nutella	Nutella	Nutella	Nutella
Nutella	Nutella	Kinder	L'Oréal	Kinder	Kinder
L'Oréal	L'Oréal	L'Oréal	Kinder	Colgate	Colgate

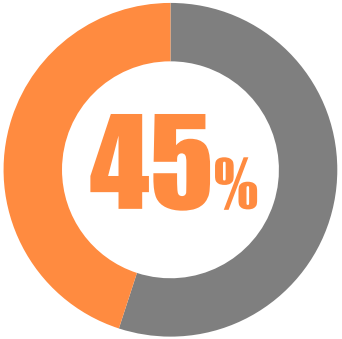
POINT DE VENTE :
MOINS DE LA MOITIÉ DE LA PERCEPTION

OSEP 2017



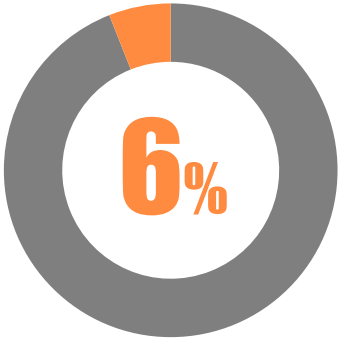
*Points de vente**

2016 – 50%
2015 – 44%
2014 - 46%
2012 - 51%



Sites Internet, applications et pages Facebook

2016 – 45%
2015 – 45%
2014 - 42%
2012 - 40%



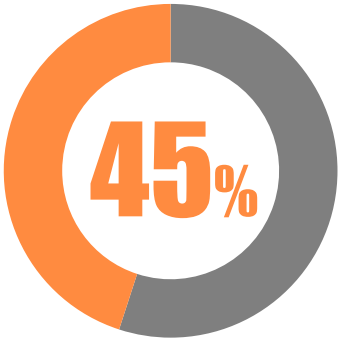
Magazines & Catalogues

2016 – 5%
2015 – 11%
2014 - 12%
2012 - 9%

**et media lui même*

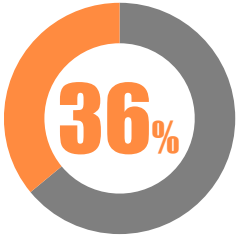
LES RÉSEAUX SOCIAUX PROGRESSENT

OSEP 2017



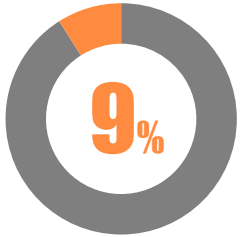
Sites Internet, applications et pages Facebook

2015 – 45%
2014 - 42%
2012 - 40%



Site Internet et appli de la marque

2016 – 37%
2015 – 37%



Page de la marque sur les réseaux sociaux

2016 – 8%
2015 – 8%

TOP 5 OWNED

OSEP 2017

MARQUES	PAID	OWNED	EARNED
Google	18%	67%	15%
TF1	17%	75%	8%
M6	17%	75%	8%
Facebook	18%	63%	19%
France 2	16%	75%	9%

2011	2012	2014	2015	2016	2017
Google	Google	Google	Google	Google	Google
TF1	TF1	TF1	TF1	TF1	TF1
M6	M6	M6	M6	M6	M6
France 2	facebook.	France 2	France 2	France 2	facebook.
France 3	France 2	facebook.	facebook.	facebook.	France 2

TOP 5 OWNED
HORS MARQUES MEDIA ET DIGITALES

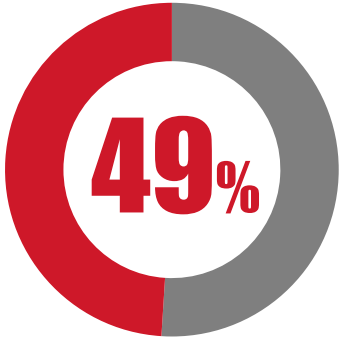
OSEP 2017

MARQUES	PAID	OWNED	EARNED
La Poste	38%	52%	10%
Leclerc	44%	48%	8%
Disney	40%	49%	11%
Carrefour	47%	46%	7%
Amazon	44%	41%	15%

2011	2012	2014	2015	2016	2017
LA POSTE	LA POSTE		LA POSTE	LA POSTE	LA POSTE
		LA POSTE		Disney	E.Leclerc
		leboncoin.fr	leboncoin.fr	leboncoin.fr	Disney
ebay	ebay	amazon	amazon	amazon	Carrefour
SNCF	SNCF	ebay	SNCF	UNIVERSAL	amazon

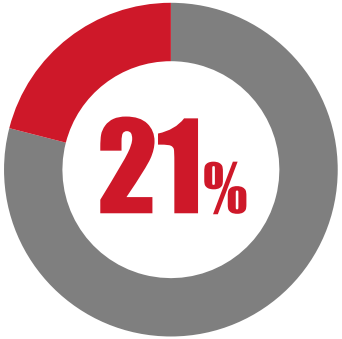
EARNED : STATU QUO

OSEP 2017



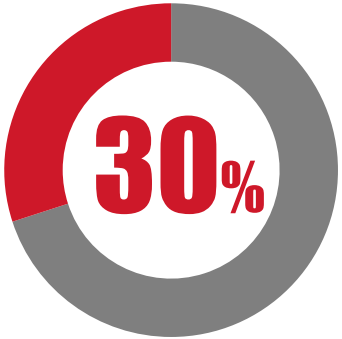
Opinion des proches

2016 – 49%
2015 – 50%
2014 - 49%
2012 - 49%
2011 - 51%



Opinion des internautes

2016 – 21%
2015 – 18%
2014 - 17%
2012 - 16%
2011 - 15%



Retombées éditoriales

2016 – 30%
2015 – 32%
2014 - 34%
2012 - 35%
2011 - 34%

TOP 5 EARNED

OSEP 2017

MARQUES	PAID	OWNED	EARNED
Twitter	28%	46%	26%
Facebook	18%	64%	19%
Snapchat	24%	51%	26%
Google	18%	67%	15%
Youtube	17%	66%	17%

2011	2012	2014	2015	2016	2017
facebook.	Microsoft	facebook.	leboncoin.fr	facebook.	
	facebook.		Microsoft	Google	facebook.
PEUGEOT		YouTube			
Microsoft		Google	free	YouTube	Google
	Google	leboncoin.fr	PEUGEOT		YouTube

TOP 5 EARNED
(HORS MEDIA DIGITAUX)

OSEP 2017

MARQUES	PAID	OWNED	EARNED
Le Bon Coin	40%	41%	19%
Apple	57%	26%	17%
Amazon	44%	41%	15%
Uber	51%	23%	26%
Ebay	44%	39%	18%

2011	2012	2014	2015	2016	2017
Renault	Microsoft	leboncoin.fr	leboncoin.fr	Apple	leboncoin.fr
Peugeot	Apple	Microsoft	Microsoft	Microsoft	Apple
Microsoft	Samsung	free	Apple	free	amazon
Apple	free	Apple	free	Volkswagen	Uber
Citroën	Peugeot	Samsung	Peugeot	leboncoin.fr	ebay

POEDIGITAL

2017

ENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

PAID ET OWNED AU MÊME NIVEAU

POEDIGITAL 2017

En 2017 en France,

les **MEDIA PAYANTS** (PAID) encore leaders avec **38%** mais quasiment rattrapés par

38%

2016 : 39%
2015 : 44%

LES MEDIA PRIVÉS (OWNED) **36%**

36%

2016 : 35%
2015 : 31%

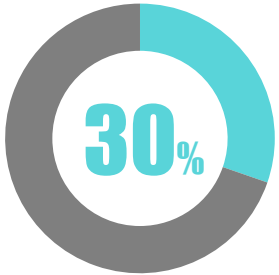
Les **MEDIA PUBLICS** (EARNED) sont stables avec **26%** du total

26%

2016 : 26%
2015 : 25%

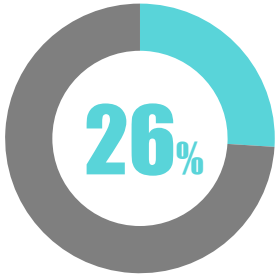
LA PUBLICITÉ VIDÉO EN CROISSANCE

POEDIGITAL
2017



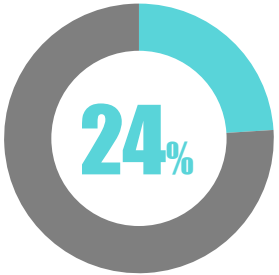
Publicité hors vidéo

2016 – 31%
2015 - 31%



Publicité Vidéo

2016 – 24%
2015 - 20%



Liens Sponsorisés

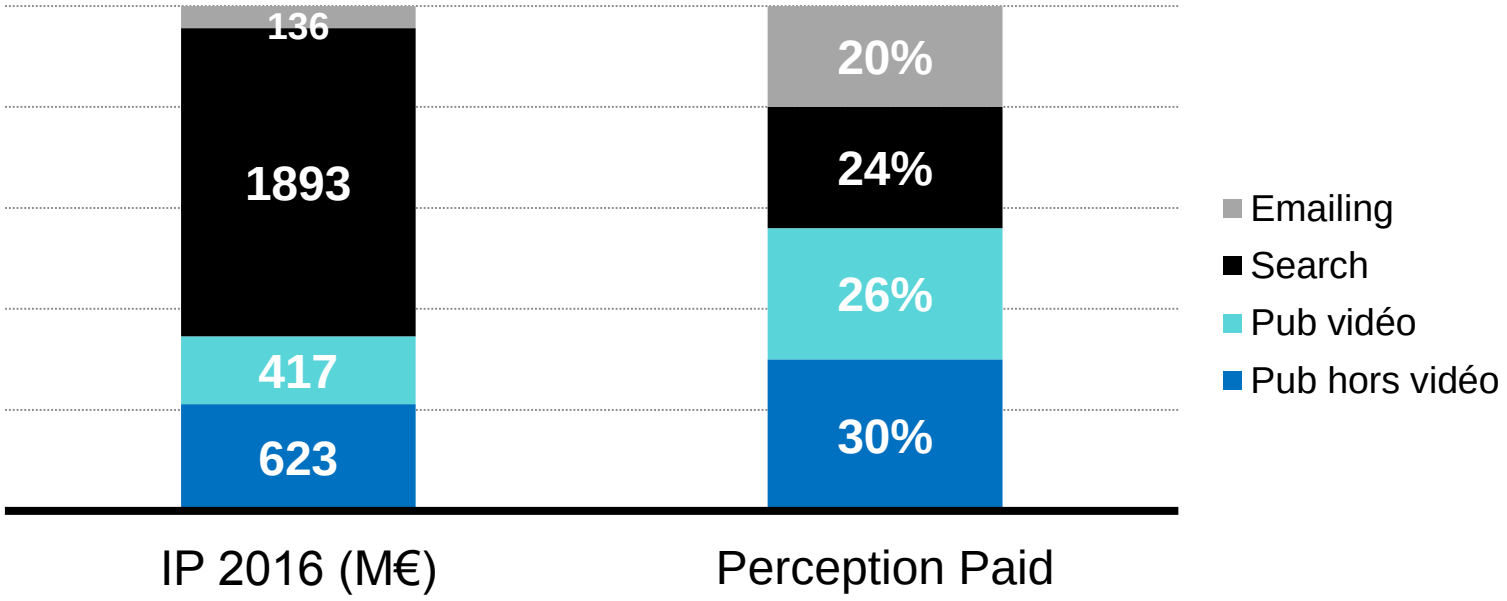
2016 – 23%
2015 - 24%

Newsletters, emailings

2016 – 22%
2015 - 25%

L'EURO INVESTI EN PUBLICITÉ
PLUS PERÇU QU'EN SEARCH

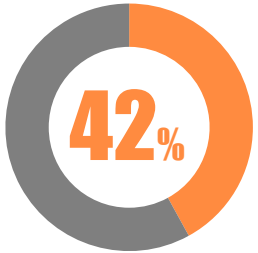
POEDIGITAL 2017



Source : observatoire de l'e-pub – SRI, PWC, UDECAM
Total des investissements bruts 2016

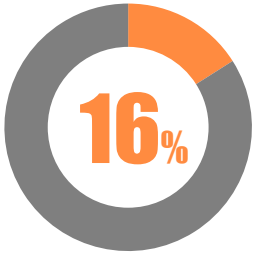
LE SITE EN BAISSE
AU PROFIT DE L'APPLI, YOUTUBE ET AUTRES RS

POEDIGITAL 2017



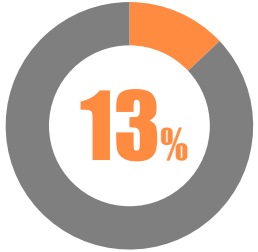
Site Internet

2016 – 46%
2015 – 52%



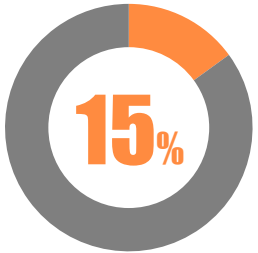
Application mobile

2016 – 14%
2015 – 12%



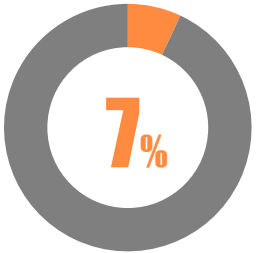
Page Facebook

2016 – 14%
2015 – 13%



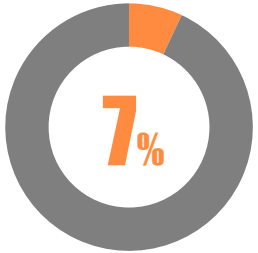
Chaîne Youtube

2016 – 13%
2015 – 12%



Compte Twitter

2016 – 7%
2015 – 5%

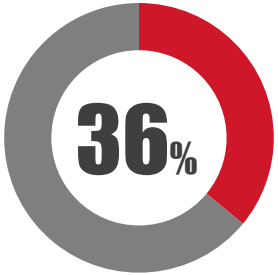


Autres réseaux sociaux

2016 – 6%
2015 – 6%

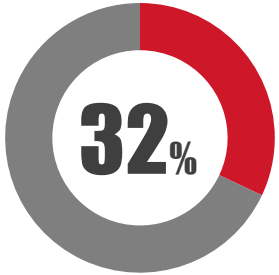
OPINION DES INTERNAUTES
AU MÊME NIVEAU QUE CELLE DES PROCHES

POEDIGITAL 2017



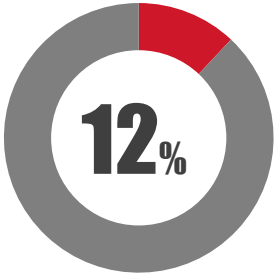
Commentaires des proches

2016 – 34%
2015 - 37%



Commentaires des internautes

2016 – 32%
2015 - 30%



Pages Facebook de fans

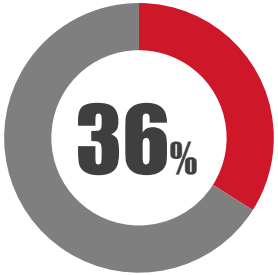
2016 – 11%
2015 - 9%

Articles et vidéos citant la marque

2016 – 23%
2015 - 24%

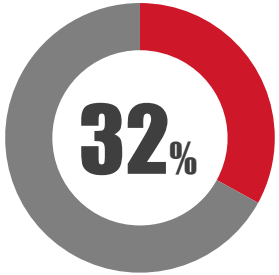
80% DU EARNED = USER GENERATED CONTENT

POEDIGITAL 2017



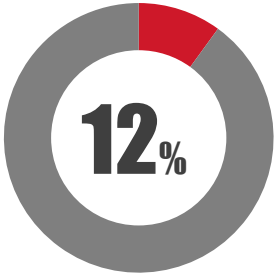
Commentaires des proches

2016 – 34%
2015 - 37%



Commentaires des internautes

2016 – 32%
2015 - 30%



Pages Facebook de fans

2016 – 11%
2015 - 9%

Articles et vidéos citant la marque

2016 – 23%
2015 - 24%