

Zurich, le 24 mai 2022

Etude sur la crédibilité des chaînes d'images animées

Be inspired by

THE MAGIC OF TV

RESEARCH DESIGN

Sujet de l'étude

- La crédibilité des canaux publicitaires d'images animées

TV, YouTube, Facebook, Instagram et TikTok

Piste de recherche à deux niveaux

- Recherche qualitative: 30 interviews en profondeur (1h chacune)
- Recherche quantitative: sondage en ligne (n=1033)

Population sondée

- Personnes de Suisse alémanique et romande âgées de 15 à 64 ans, qui regardent la télévision au moins de manière occasionnelle

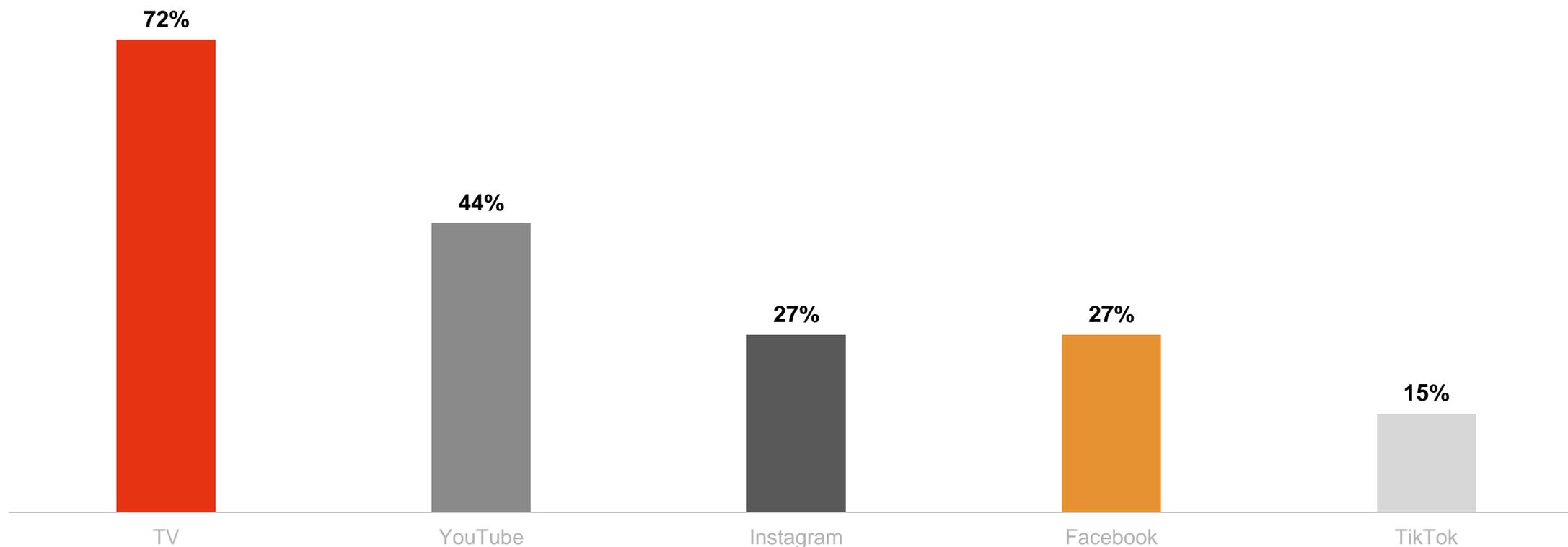
Période

- Février/mars 2022

LA TV BÉNÉFICIE CLAIREMENT DE LA PLUS GRANDE CRÉDIBILITÉ

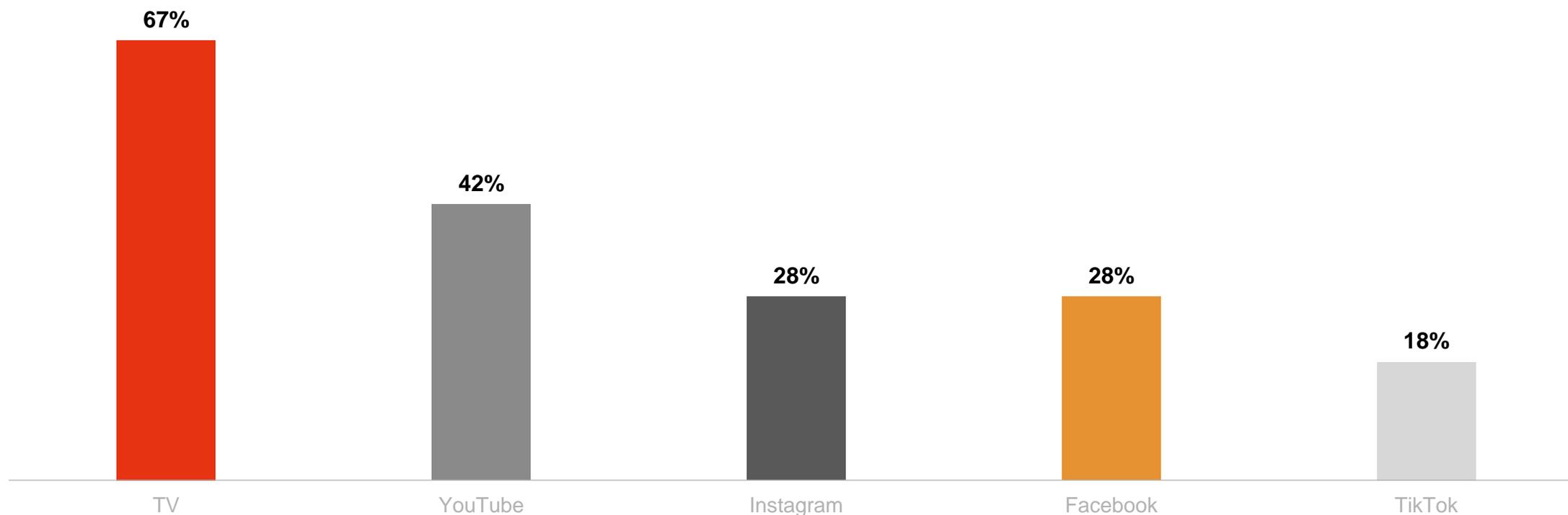
insight
INSTITUTE

SCREEN
FORCE
THE MAGIC OF TV

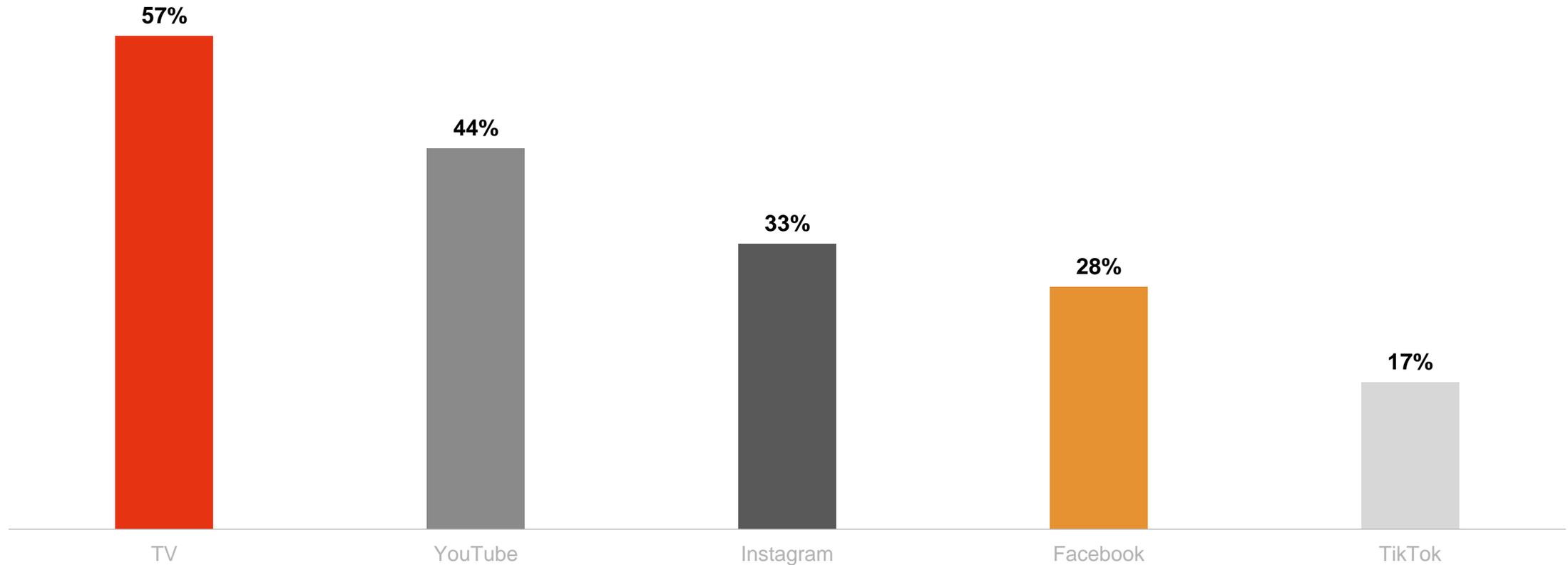


Quelle crédibilité accordez-vous aux canaux d'images animées suivants?
Top2: très/plutôt crédibles

LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE BÉNÉFICIE DE LA PLUS GRANDE CRÉDIBILITÉ



LE SOUVENIR PUBLICITAIRE EST AU PLUS HAUT AVEC LA TV



Situation initiale

→ Pourquoi / comment?

YOUTUBE – DEEP DIVE

insight
INSTITUTE

SCREEN
FORCE
THE MAGIC OF TV



BARRIÈRES – YOUTUBE



Sécurité



Contenus discutables



Type de publicité

MOTEURS – YOUTUBE



Contenus de qualité

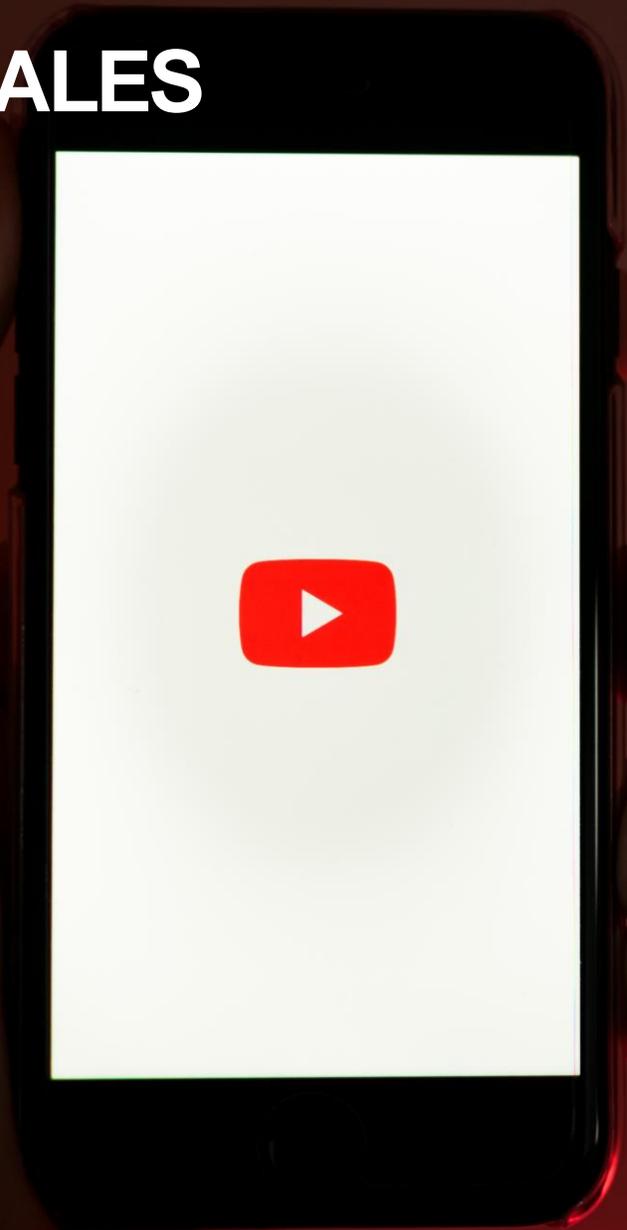


Type de publicité



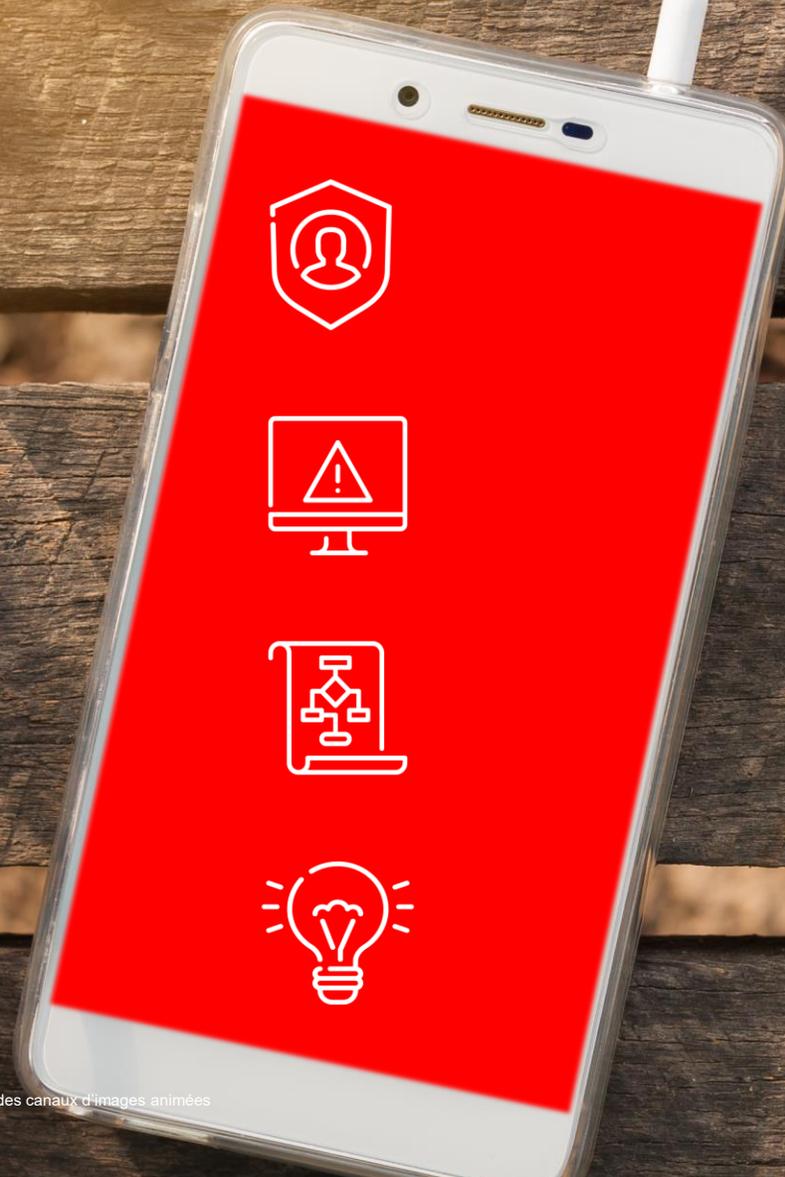
Associations institutionnelles

VOIX ORIGINALES



SOCIAL MEDIA – DEEP DIVE

BARRIÈRES – SOCIAL MEDIA



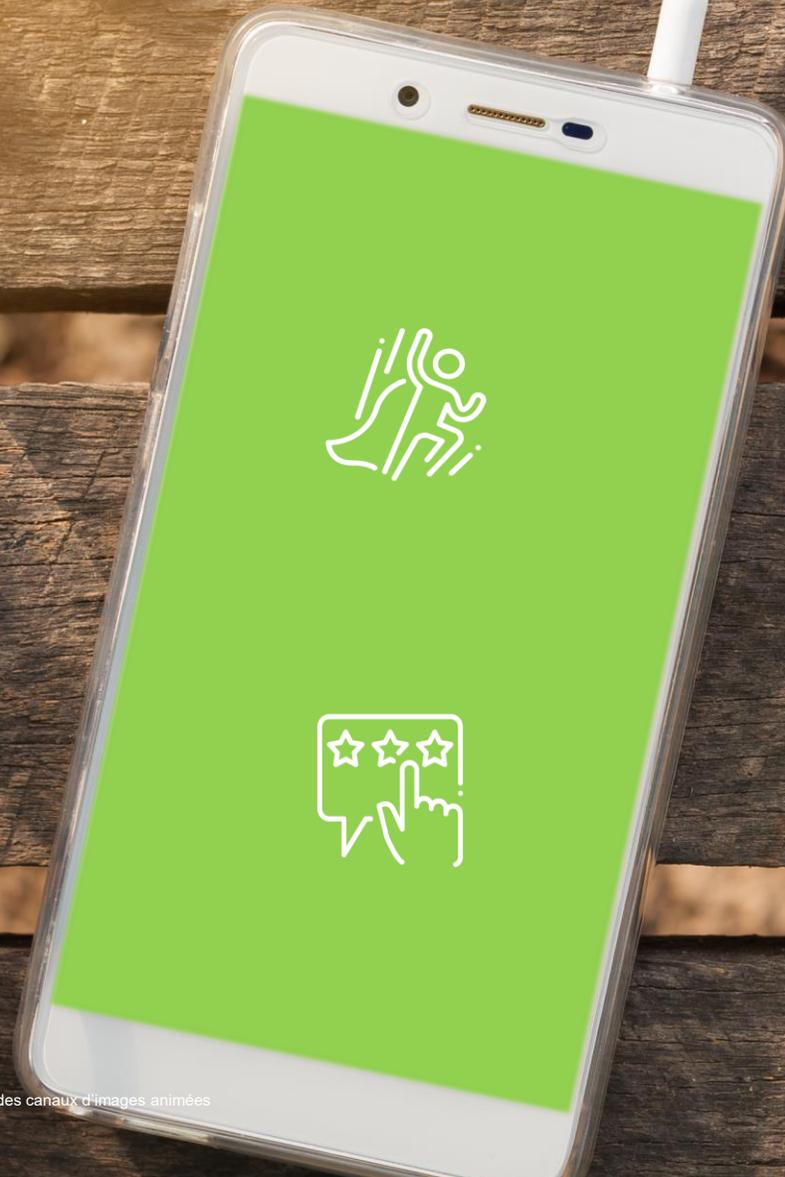
Sécurité

Contenus discutables

**Algorithmes
manipulateurs**

Type de publicité

MOTEURS – SOCIAL MEDIA



Influenceurs connus

**Commentaires et
likes réalistes**

SOCIAL MEDIA VOIX ORIGINALES

insight
INSTITUTE

SCREEN
FORCE
THE MAGIC OF TV

TV – DEEP DIVE

insight
INSTITUTE

SCREEN
FORCE
THE MAGIC OF TV

BARRIÈRES – TV



Promesse irréaliste



Homogénéité

MOTEURS – TV



Avance de confiance



Institutions renommées



Contenus de qualité



Sécurité



Type de publicité

CRÉDIBILITÉ

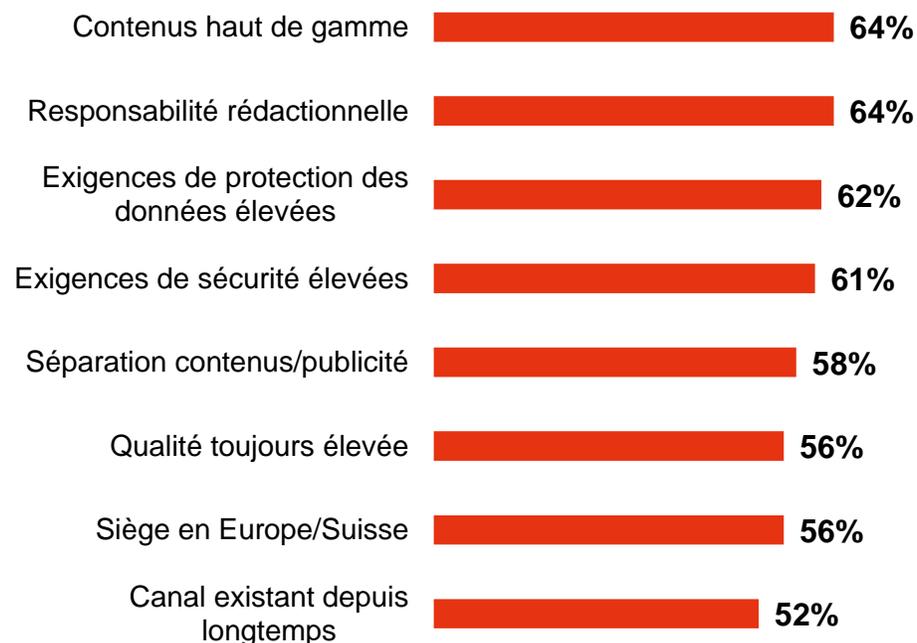
**CONTENUS DE QUALITÉ
ET ASPECTS DE
SÉCURITÉ FAVORISENT
LE PLUS LA CRÉDIBILITÉ
D'UN CANAL D'IMAGES
ANIMÉES**



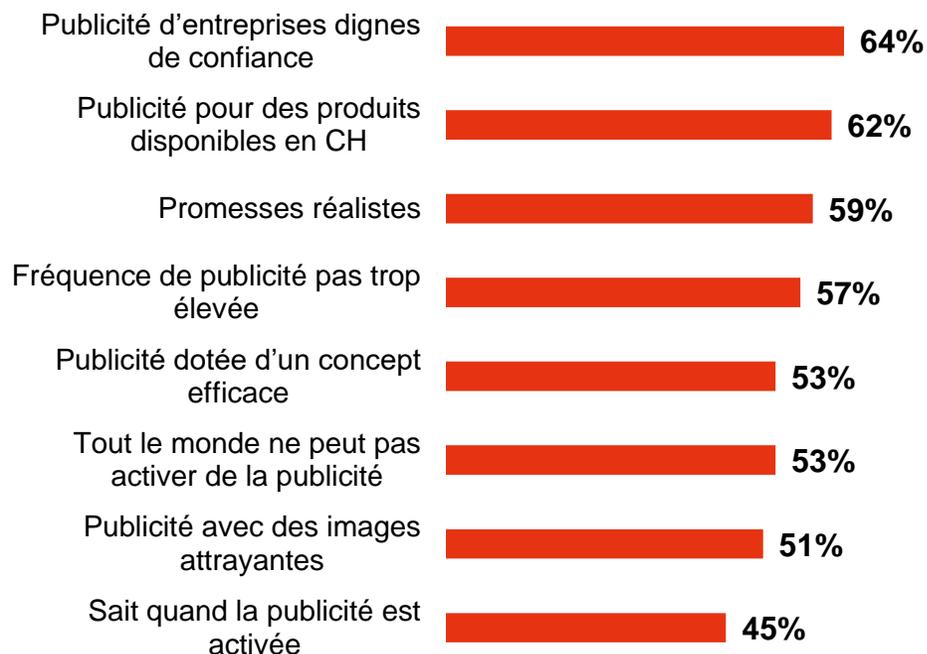
CONTENU ET SÉCURITÉ POUR LA CRÉDIBILITÉ

CONTENUS DE QUALITÉ ET ASPECTS DE SÉCURITÉ FAVORISENT LE PLUS LA CRÉDIBILITÉ D'UN CANAL D'IMAGES ANIMÉES

Canal d'images animées



Publicité



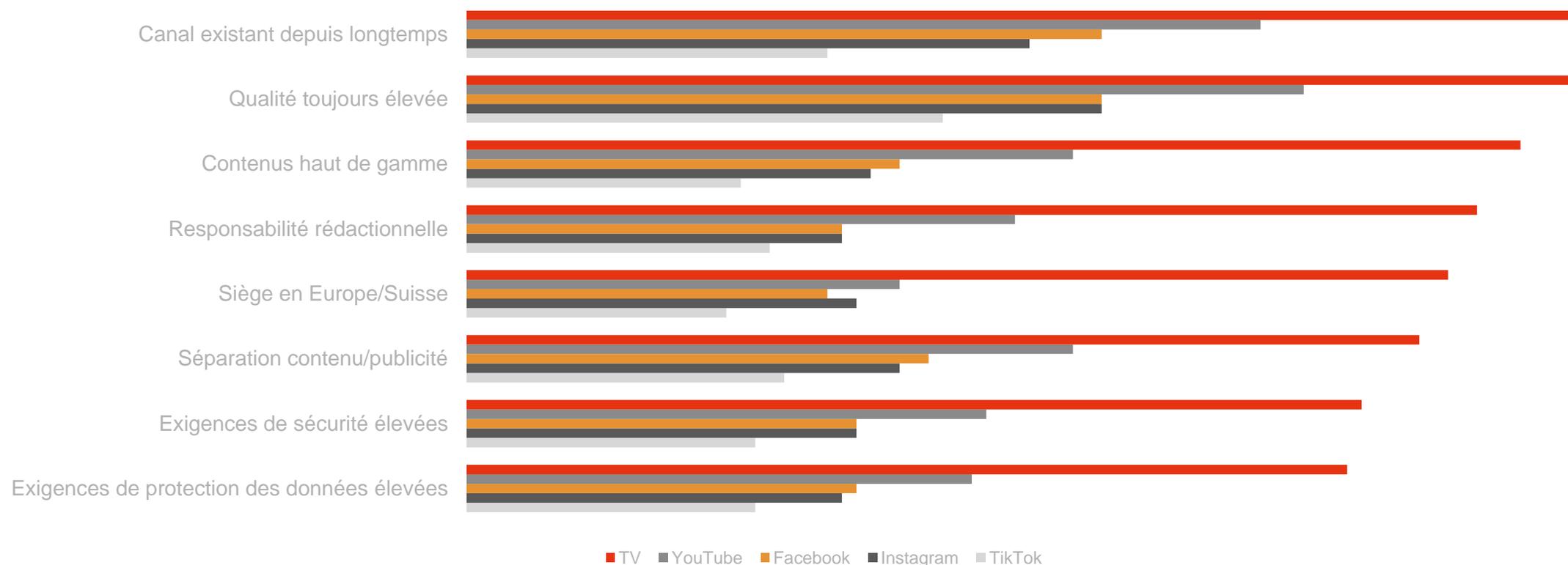
Selon vous, dans quelle mesure les aspects suivants contribuent-ils à la crédibilité des canaux d'images animées?
Top2: vraiment beaucoup/beaucoup

CRÉDIBILITÉ DU CANAL

**LA TÉLÉVISION RÉPOND À
TOUTES LES EXIGENCES
RELATIVES AUX ASPECTS DE
CRÉDIBILITÉ D'UNE IMAGE
ANIMÉE**

LA CRÉDIBILITÉ SE TROUVE À LA TÉLÉVISION

LA TÉLÉVISION RÉPOND À TOUTES LES EXIGENCES RELATIVES AUX ASPECTS DE CRÉDIBILITÉ D'UNE IMAGE ANIMÉE



■ TV ■ YouTube ■ Facebook ■ Instagram ■ TikTok
 Selon vous, dans quelle mesure les déclarations suivantes sur le canal d'images animées TV/YouTube/Facebook/Instagram/TikTok sont-elles justes?
 Top2: totalement juste/assez juste

CRÉDIBILITÉ DE LA PUBLICITÉ

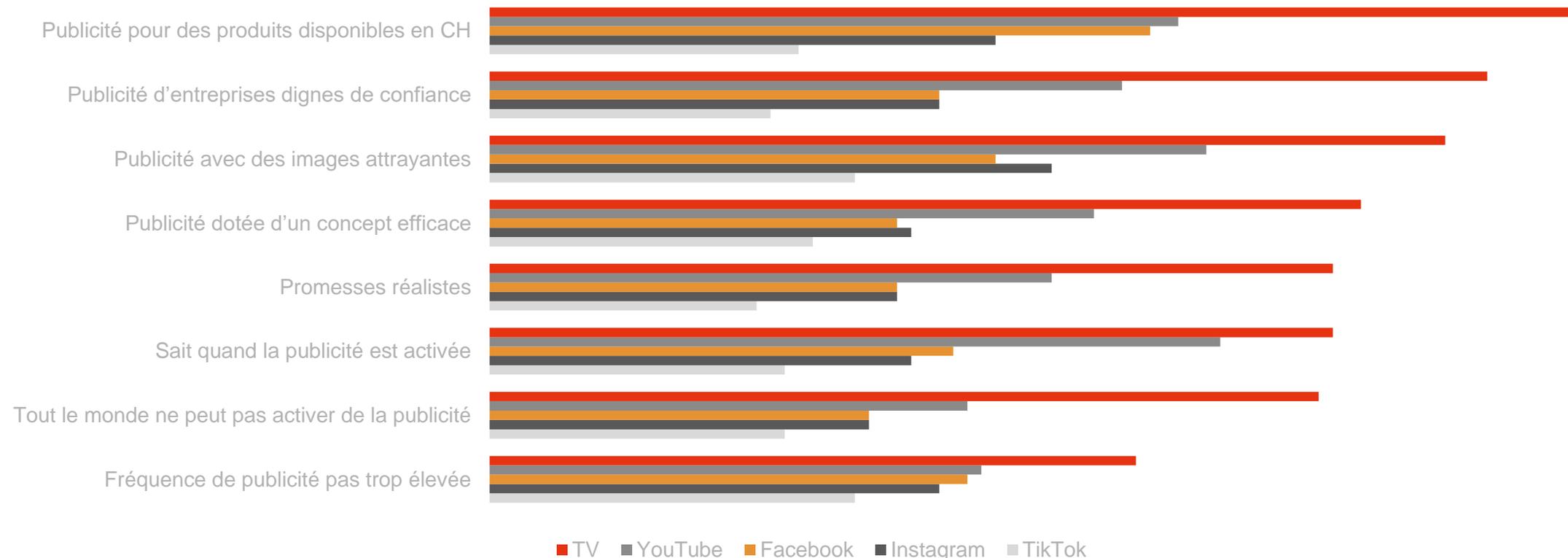
insight
INSTITUTE

SCREEN
FORCE
THE MAGIC OF TV

**LA PUBLICITÉ À LA TÉLÉVISION
DÉPASSE TOUTES LES ATTENTES
CONCERNANT LES ASPECTS DE
CRÉDIBILITÉ**

PUBLICITÉ CRÉDIBLE À LA TÉLÉVISION

LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE RÉPOND OU DÉPASSE AUSSI TOUTES LES ATTENTES CONCERNANT LES ASPECTS DE CRÉDIBILITÉ



■ TV ■ YouTube ■ Facebook ■ Instagram ■ TikTok
 Selon vous, dans quelle mesure les déclarations suivantes sur le canal d'images animées TV/YouTube/Facebook/Instagram/TikTok sont-elles justes?
 Top2: totalement juste/assez juste

THE
END

12 Vermarkter – ein Team! [screenforce.de](https://www.screenforce.de)



VISOON.



sport1



AGFS