

07
2021

COMMUNIQUE DE PRESSE BAROMETRE HARRIS INTERACTIVE

LA PLV RESTE LE SUPPORT DE COMMUNICATION PREFERE DES FRANÇAIS EN 2021 !

1. La publicité en point de vente : une dimension essentielle de « l'expérience point de vente »

A l'heure de la réouverture des points de vente physique des commerces dits « non essentiels », le désir de retrouver ses commerces de proximité favoris était forte parmi les Français.

Malgré le boom de l'e-commerce, conséquence mécanique de la fermeture des points de vente physiques pour certains secteurs, la volonté de vivre une expérience d'achat allant au-delà de la simple transaction était élevée parmi les Français.

Dans ce contexte la publicité en point de vente participe à faire vivre cette expérience.

Elle a d'abord une réelle utilité réelle : 69% des Français valorisent sa capacité à informer sur les produits (proportion en hausse de 3 points en un an) ; et pour 53% des Français elle incite même à acheter certains produits.

Appréciation



64% + 2 points vs. 2020

Capacité à informer sur les produits



69% + 3 points vs. 2020

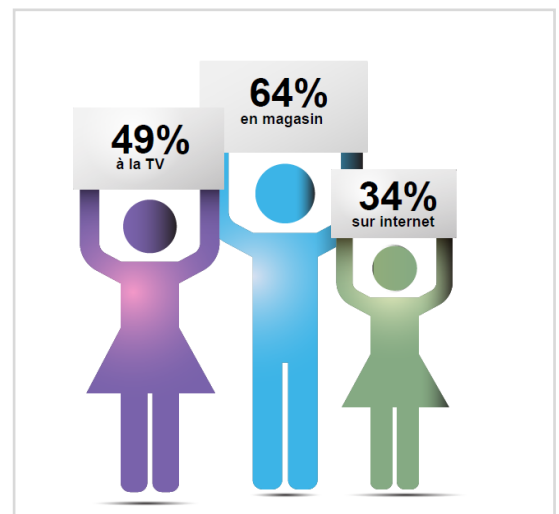
Incitation à acheter



53% + 1 points vs. 2020

Au-delà de son aspect purement fonctionnel, la publicité en points de vente renforce le sentiment de proximité envers les marques qui l'utilisent (pour 68% des Français).

Cette proximité aux marques communiquant en point de vente est même plus élevée qu'envers les marques communiquant sur Internet (68% contre 34%) ou lorsque ces marques communiquent en télévision (49%).



**VOUS SOUHAITEZ INTERVIEWER
UN REPRESENTANT POPAI FRANCE ?
VOUS SOUHAITEZ + D'INFORMATIONS?**

VOTRE CONTACT POPAI FRANCE
Sandrine JEAN
sj@popai.fr
Tél.: 06.63.80.00.75

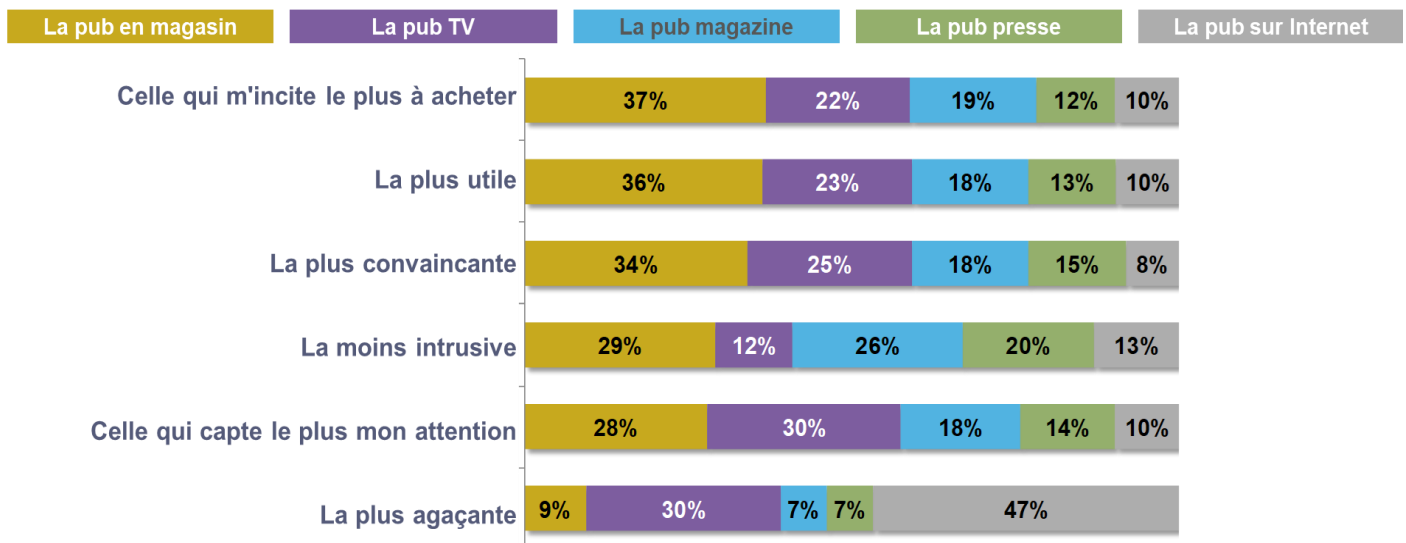
2. la publicité en point de vente : la forme de communication préférée des Français

Aussi, la publicité en point de vente reste la forme de communication préférée des Français, devant la publicité sur Internet et à la télévision.



Aux yeux des Français elle revêt de nombreux atouts par rapport aux autres formes de communication : plus utile, plus convaincante elle a en outre l'avantage d'être moins agaçante et moins intrusive.

La PLV : de nombreux atouts par rapport aux autres formes de communication



3. La publicité en point de vente au service d'une expérience sensorielle et de la découverte produits

Les supports ou les formes de publicité en point de vente les plus plébiscités sont ceux proposant une expérience sensorielle tels ceux permettant la découverte ou l'essai de produits : l'échantillonnage, les présentoirs, les testeurs.

Pour autant, dans un contexte de forte pression sur le pouvoir d'achat de nombreux Français, la promotion reste une forme de publicité très attendue en point de vente.

Incitation à l'achat des supports de Marketing Point de vente



Incitation à l'achat des formes de Marketing Point de vente



VOUS SOUHAITEZ INTERVIEWER
UN REPRESENTANT POPAI FRANCE ?
VOUS SOUHAITEZ + D'INFORMATIONS?

VOTRE CONTACT POPAI FRANCE
Sandrine JEAN
sj@popai.fr
Tél.: 06.63.80.00.75