



NetObserver[®]
FRANCE

Printemps 2007

MODELE PUBLICITAIRE

Présentation de l'étude	P 3
Méthodologie de l'étude	P 4
Comportement face au marketing direct et à la publicité en ligne	P 5
Perception de la publicité sur Internet	P 6
Perception de la publicité sur le site	P 7
Perception de la publicité sur les espaces personnels par les internautes concernés	P 8
Grande consommation	P 9
Équipement Multimédia	P 12
Auto moto	P 18
Finance	P 22
Voyages - Tourisme	P 24
Contacts	

Présentation de l'étude

Dates de l'enquête

Du 19 mars au 3 juin 2007

Nombre de répondants du site

413 répondants

Nombre de répondants total NetObserver® - Modèle Publicitaire

88 025 répondants

Univers de référence

Internaute nationaux âgés de 15 ans et plus, quelque soit leur lieu de connexion : domicile, travail mais aussi écoles, universités, lieux publics...

Mode de recueil des données

Enquête en ligne menée auprès des internautes recrutés à la fois via des invitations DHTML, des formats publicitaires ou liens éditoriaux sur les sites et/ou les newsletters des sites partenaires

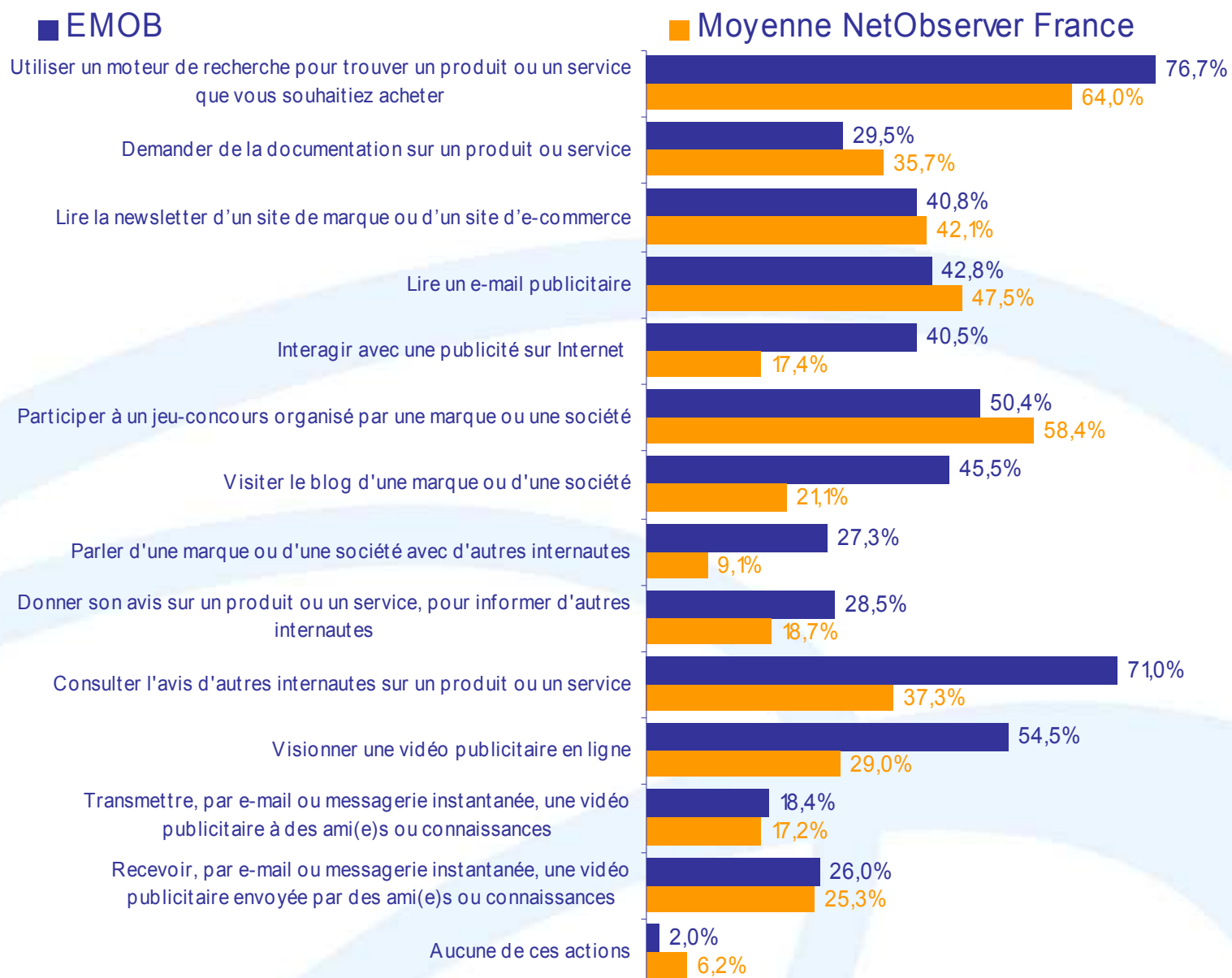
Méthodologie de profiling des visiteurs

Méthodologie « in situ » : profil des visiteurs établi à partir des internautes recrutés exclusivement sur chaque site partenaire

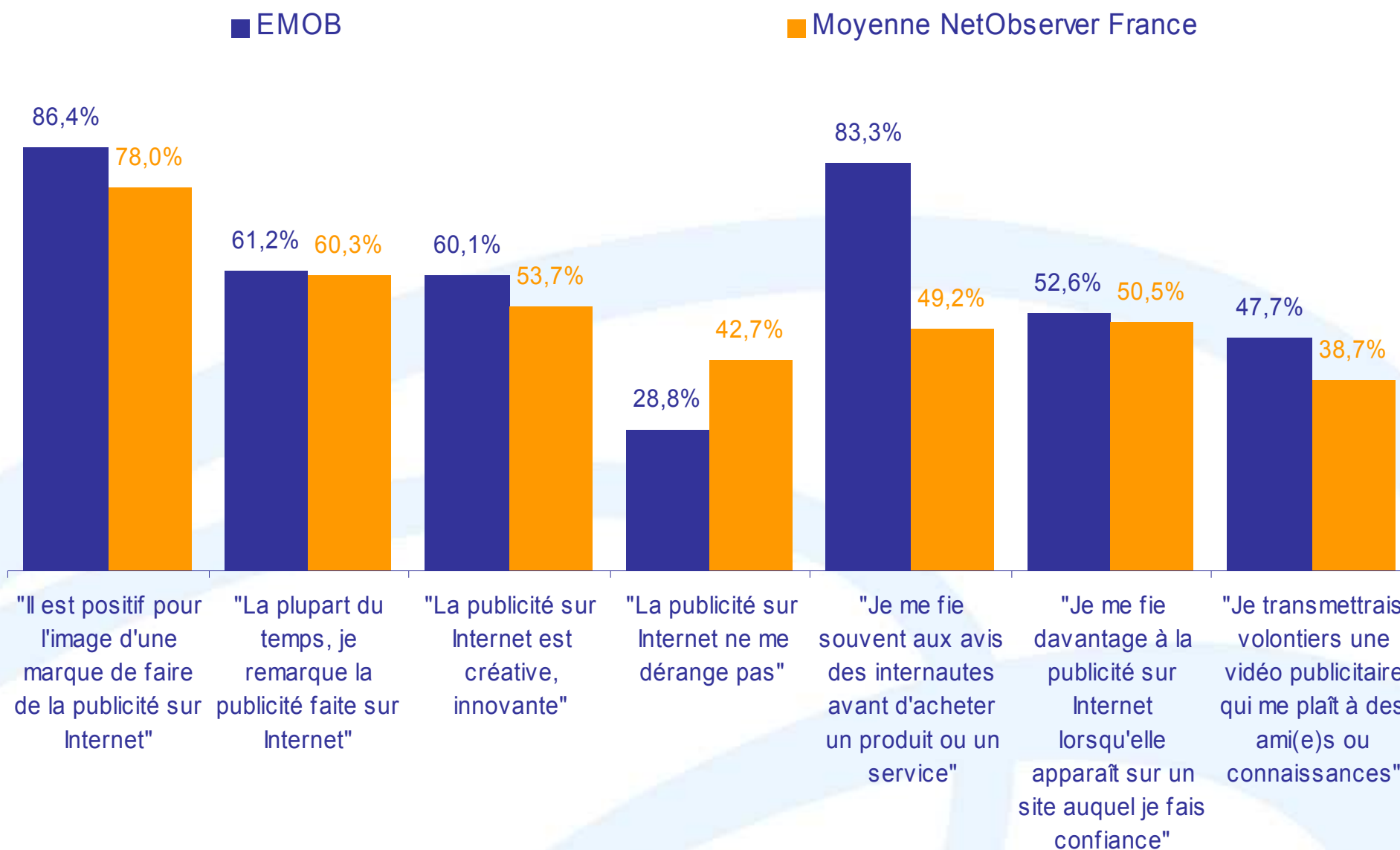
Traitement des résultats

- Suppression des doublons dans les questionnaires réceptionnés
- Contrôle de cohérence et de durée des réponses
- Redressement des résultats de l'enquête en ligne via des données de cadrage portant sur les critères sociodémographiques et d'usages Internet suivants : sexe, âge, CSP, lieux et modes de connexion, achat en ligne

Comportement face au marketing direct et à la publicité en ligne : Actions effectuées au cours des 6 derniers mois sur Internet (Base : répondants hors « Ne souhaite pas répondre »)



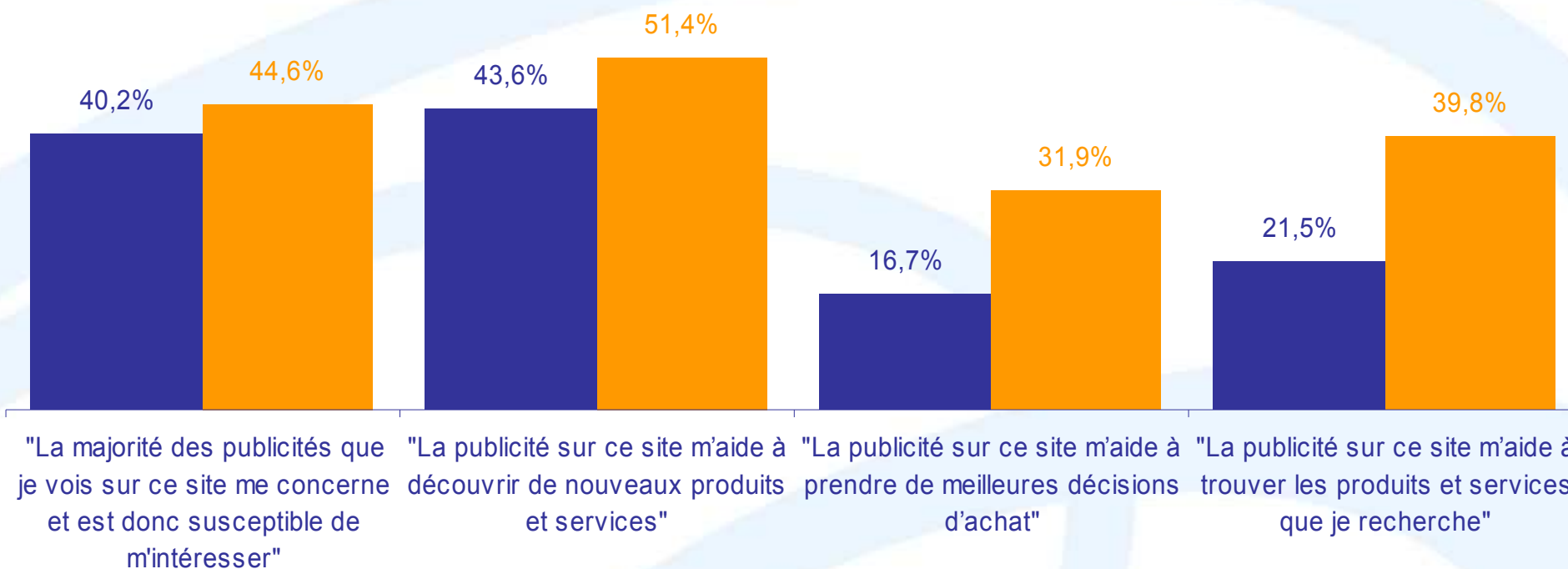
Perception de la publicité sur Internet : Total d'accord



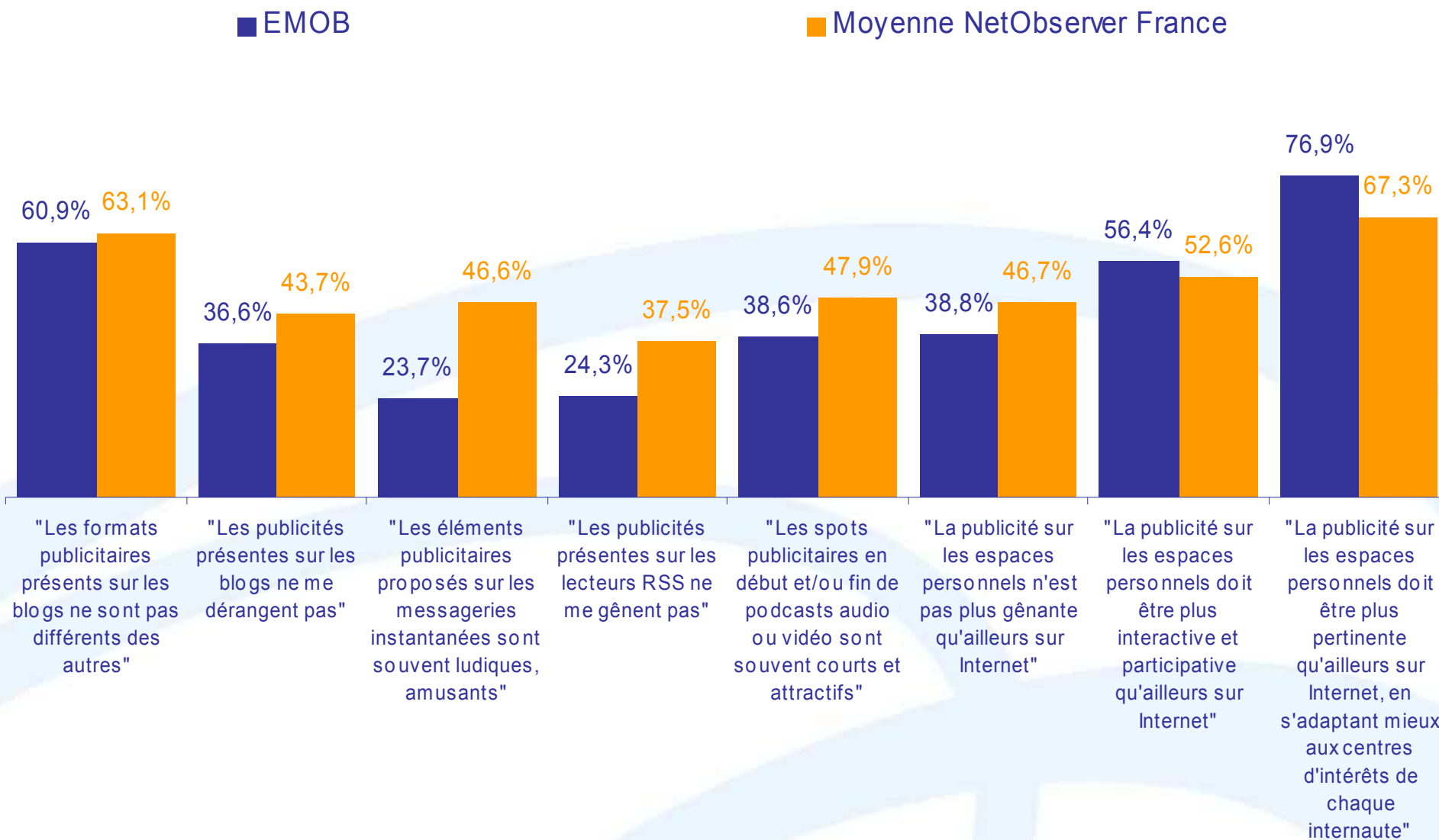
Perception de la publicité sur le site : Total d'accord

■ EMOB

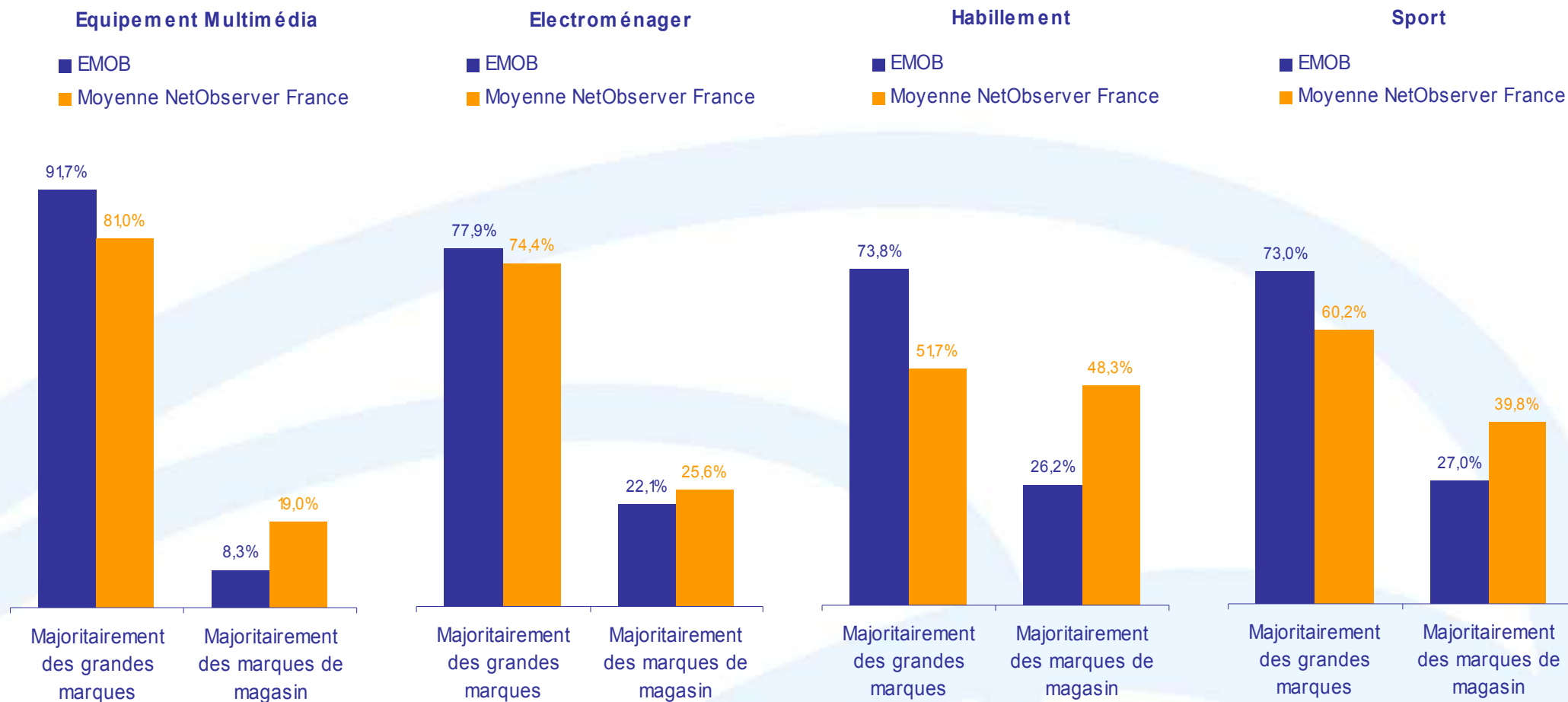
■ Moyenne NetObserver France



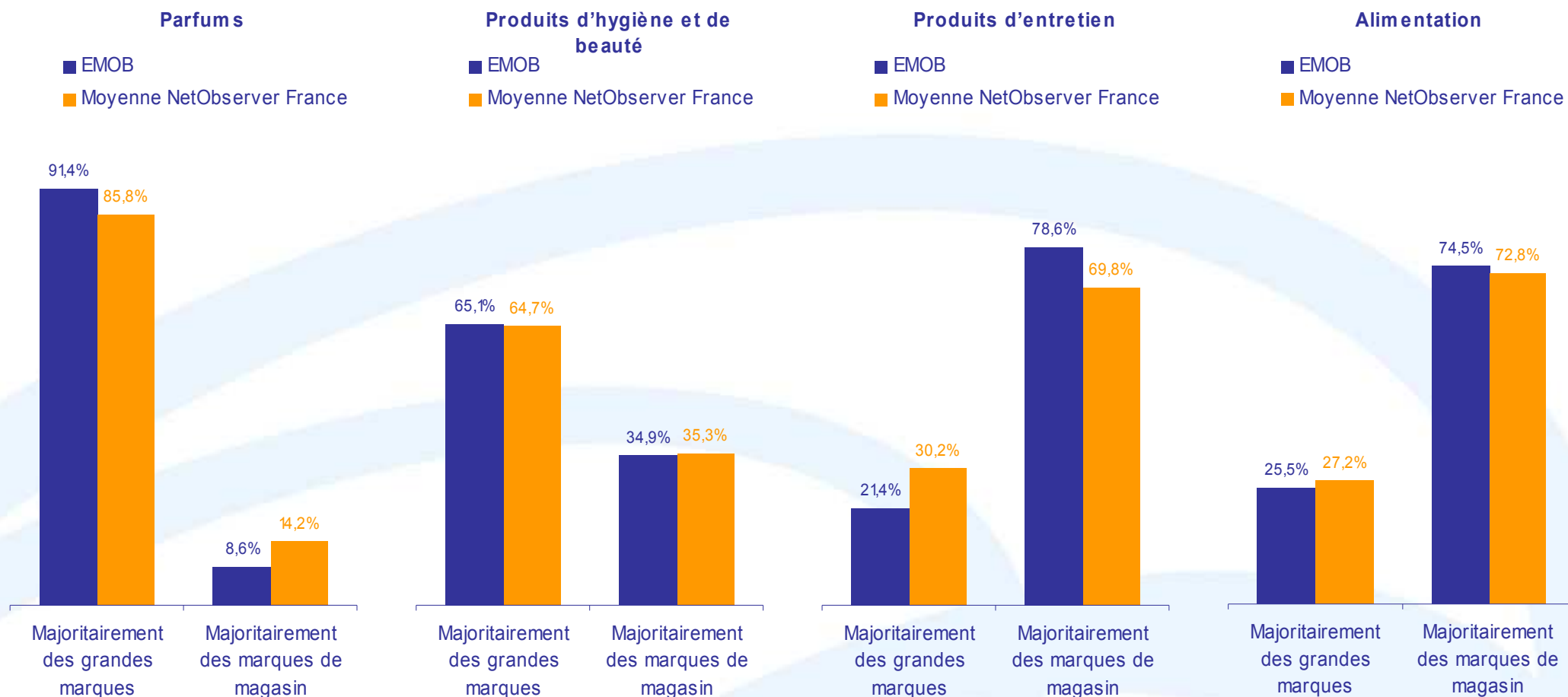
Perception de la publicité sur les espaces personnels par les internautes concernés : Total d'accord (Base : répondants hors « Non concerné / NSP »)



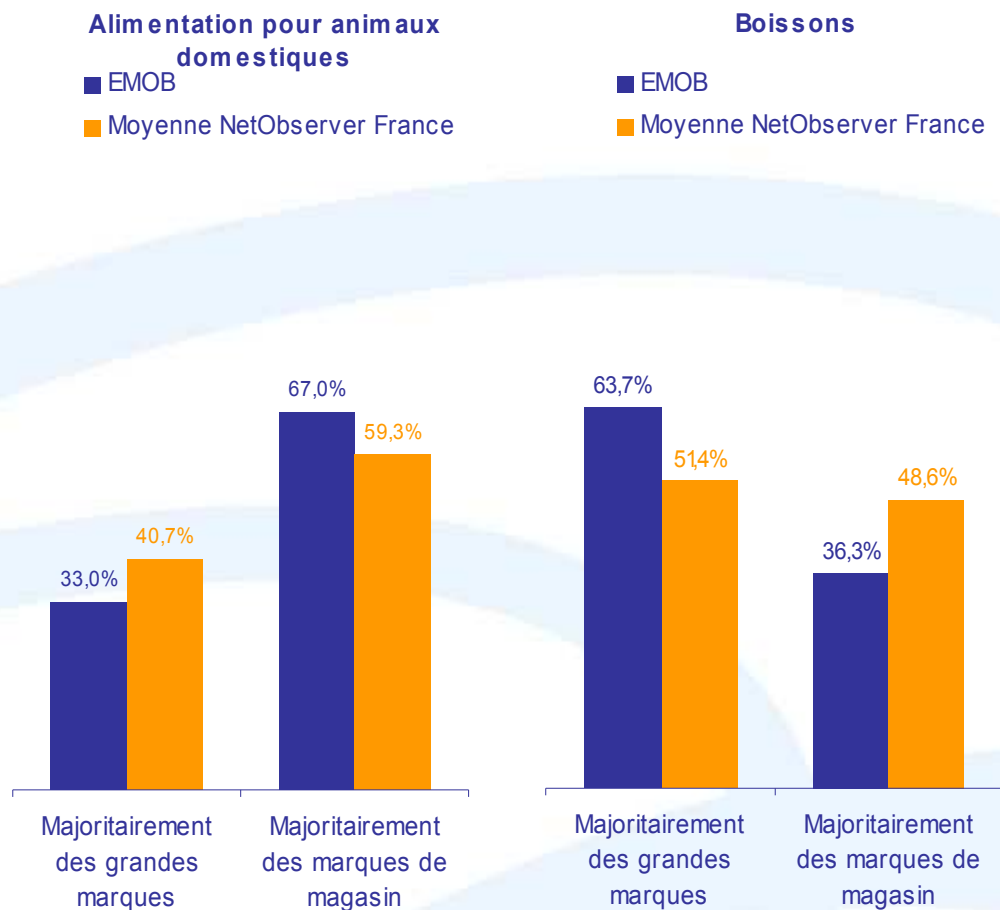
Grande consommation : Répartition des achats entre grandes marques et marques de magasins (Base : répondants hors « Non concerné / NSP »)



Grande consommation : Répartition des achats entre grandes marques et marques de magasins (Base : répondants hors « Non concerné / NSP »)

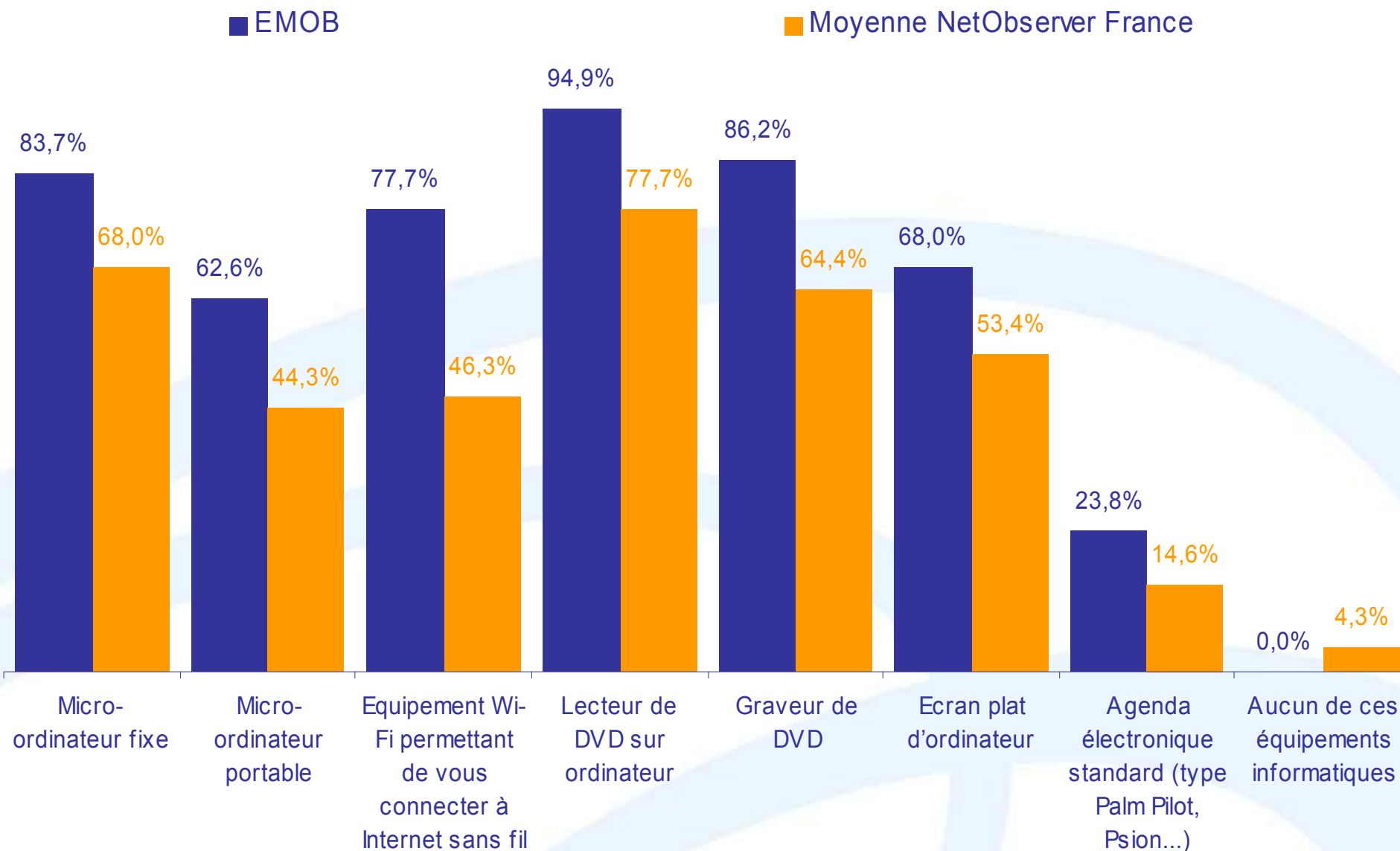


Grande consommation : Répartition des achats entre grandes marques et marques de magasins (Base : répondants hors « Non concerné / NSP »)



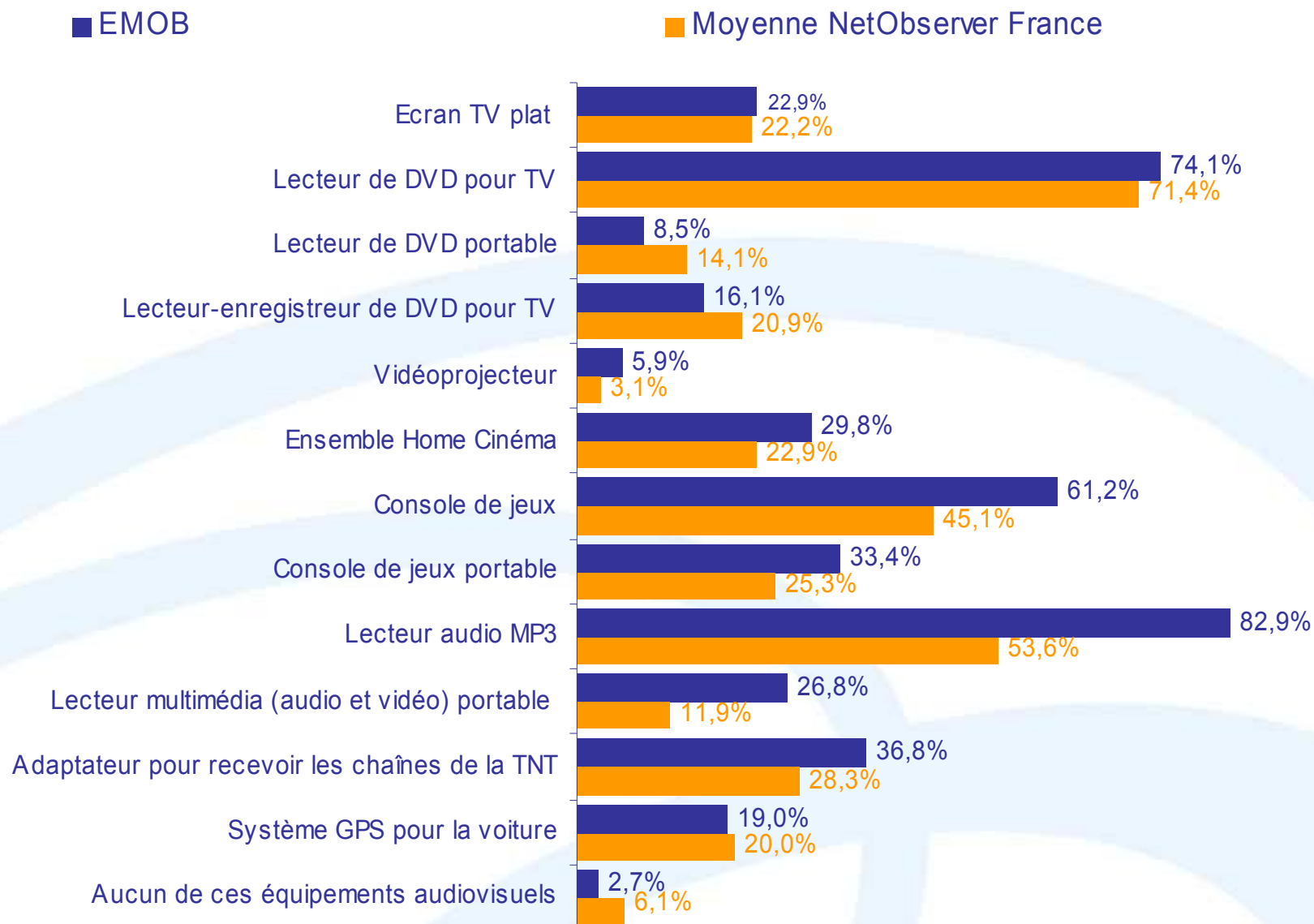
Taux d'équipement multimédia : Equipement informatique

(Base : répondants hors « NSP »)



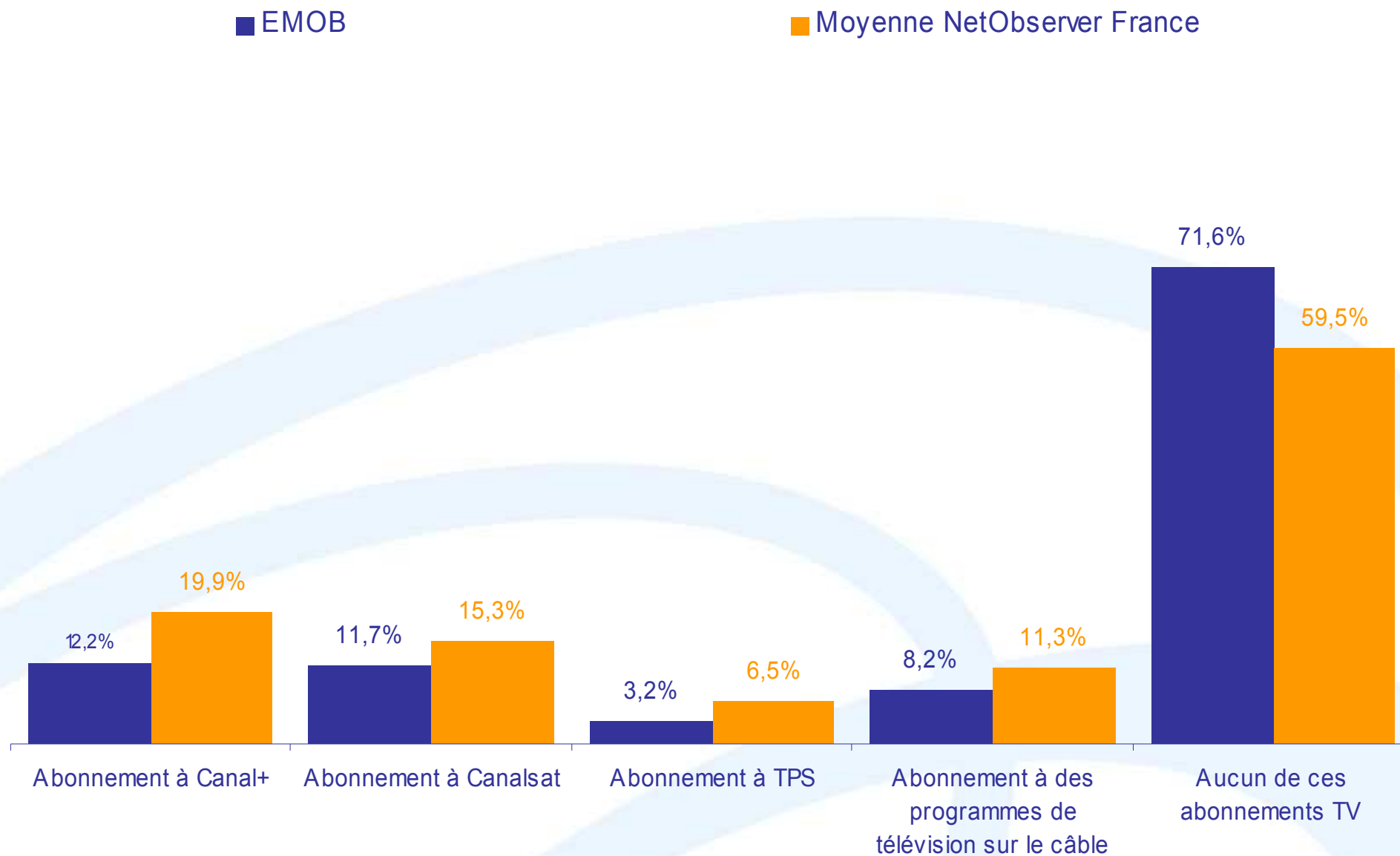
Taux d'équipement multimédia : Equipement audiovisuel

(Base : répondants hors « NSP »)



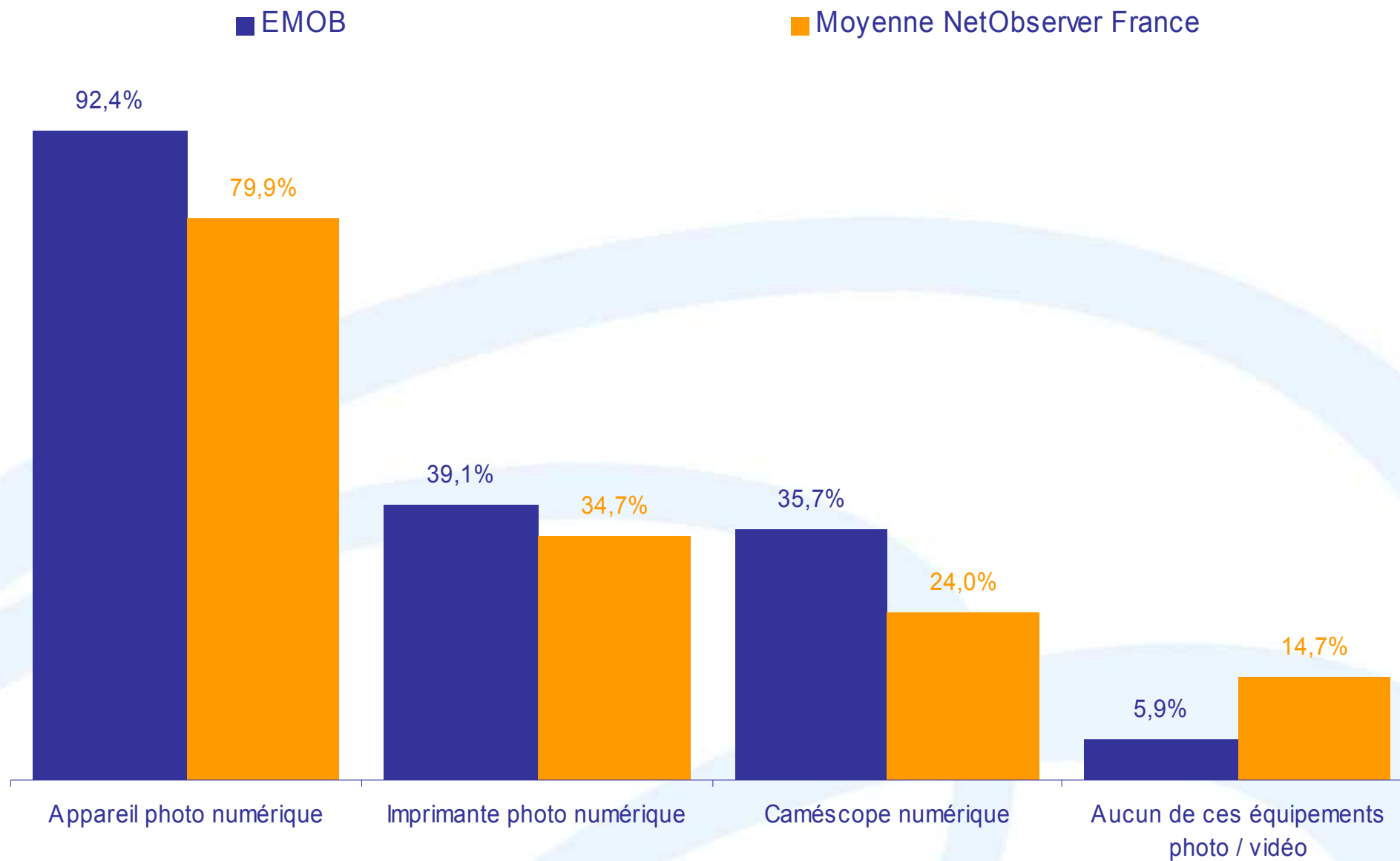
Taux d'équipement multimédia : Abonnement TV payante

(Base : répondants hors « NSP »)



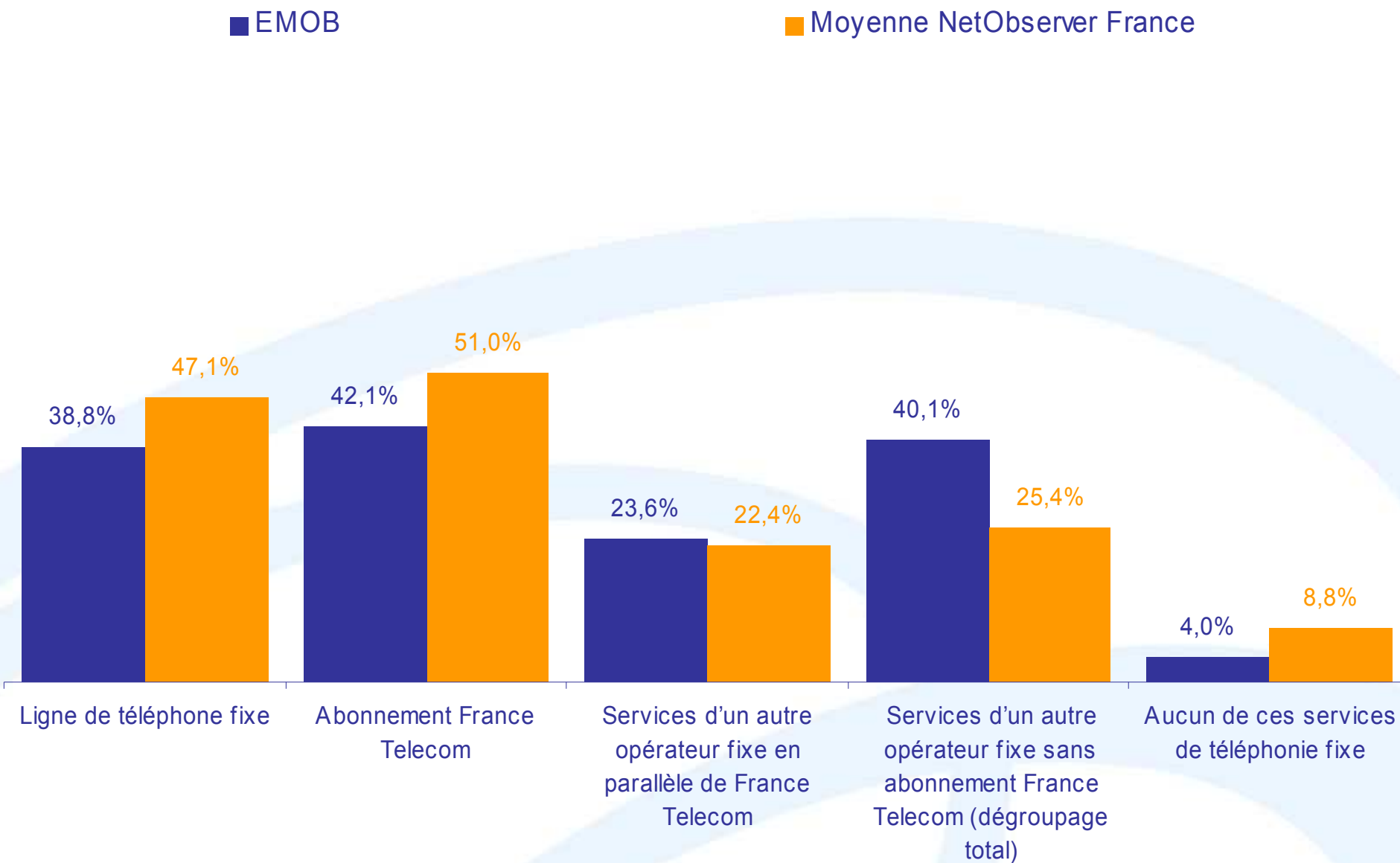
Taux d'équipement multimédia : Equipement photo vidéo

(Base : répondants hors « NSP »)



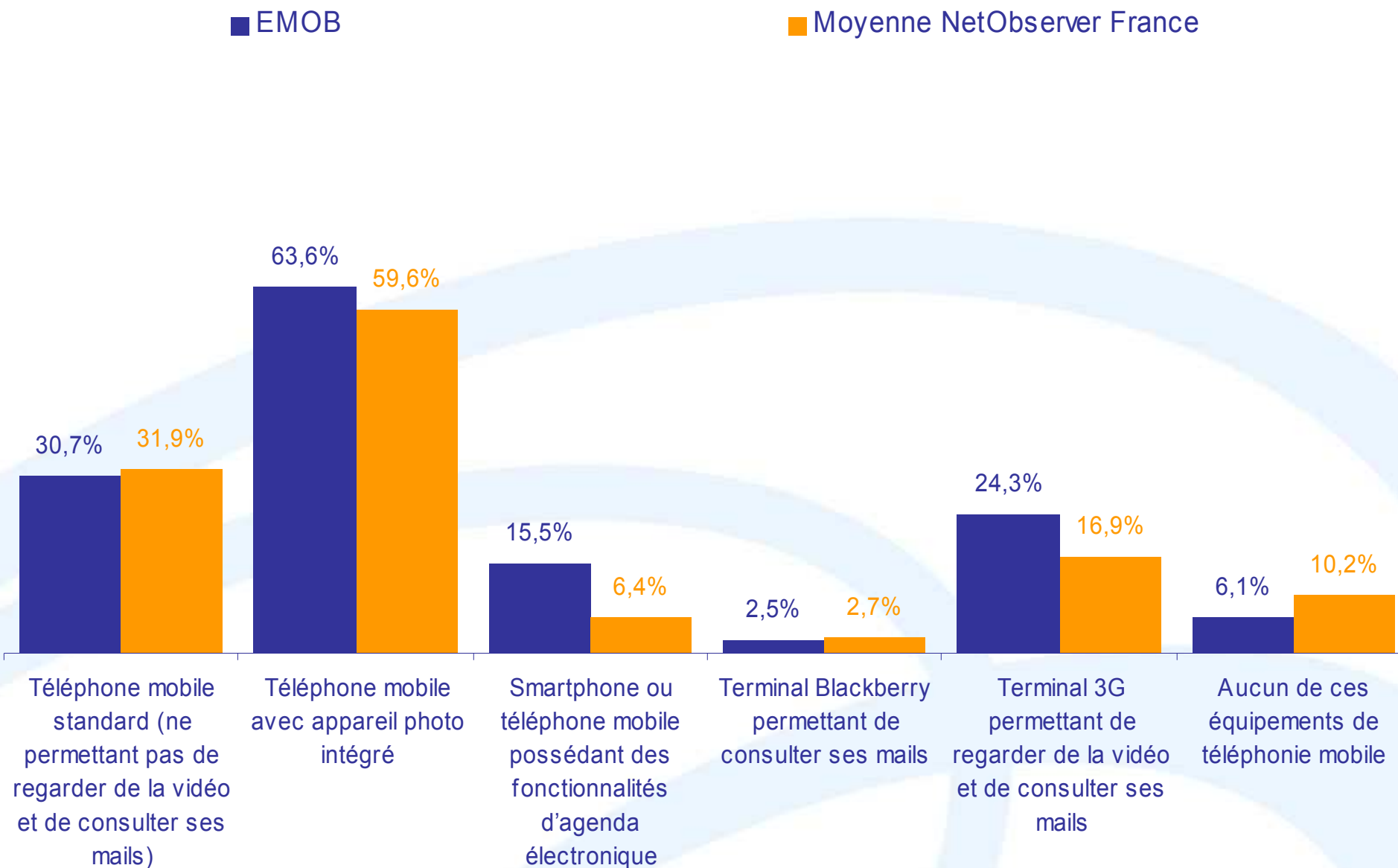
Taux d'équipement multimédia : Equipement de téléphonie fixe

(Base : répondants hors « NSP »)

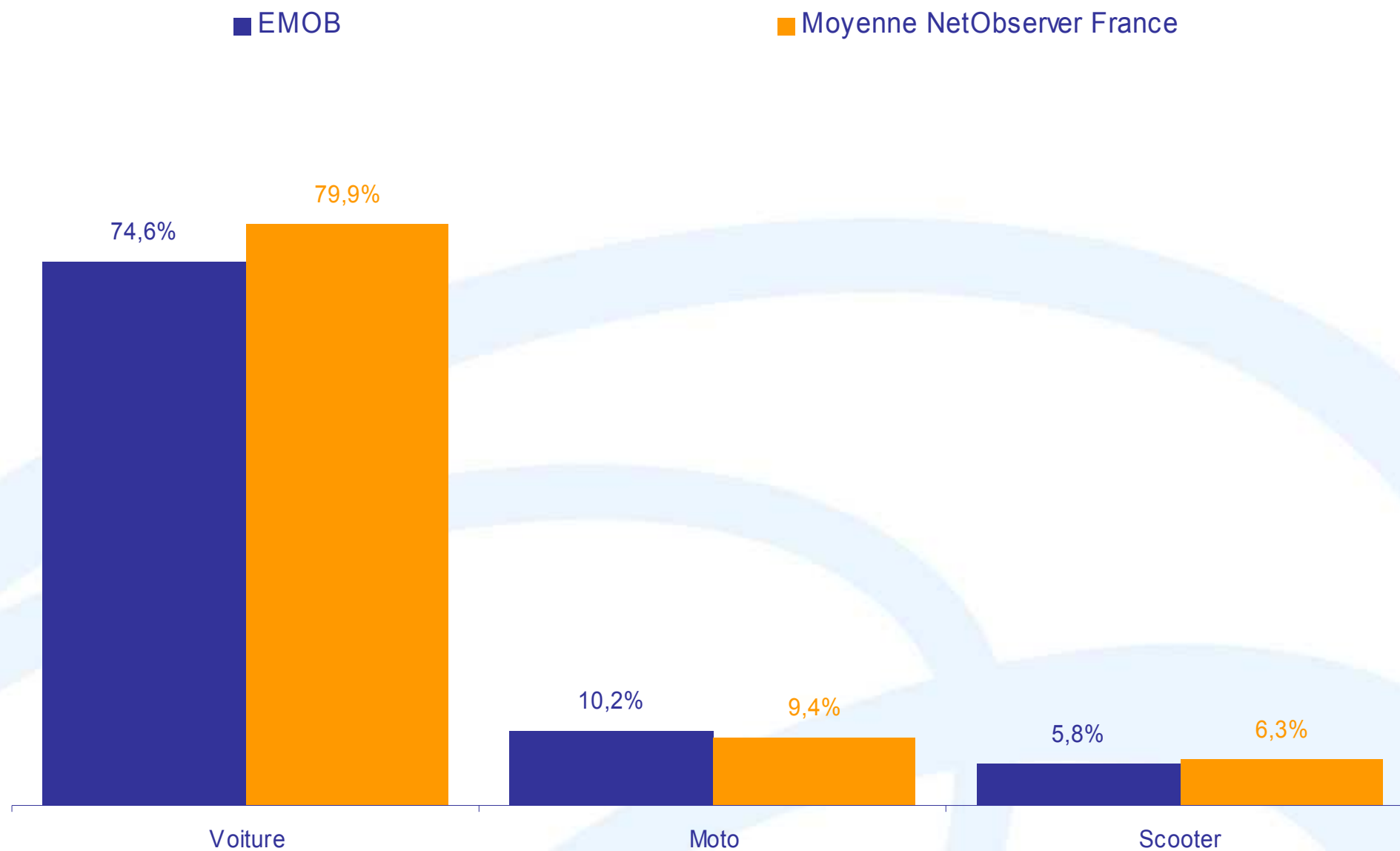


Taux d'équipement multimédia : Equipement de téléphonie mobile

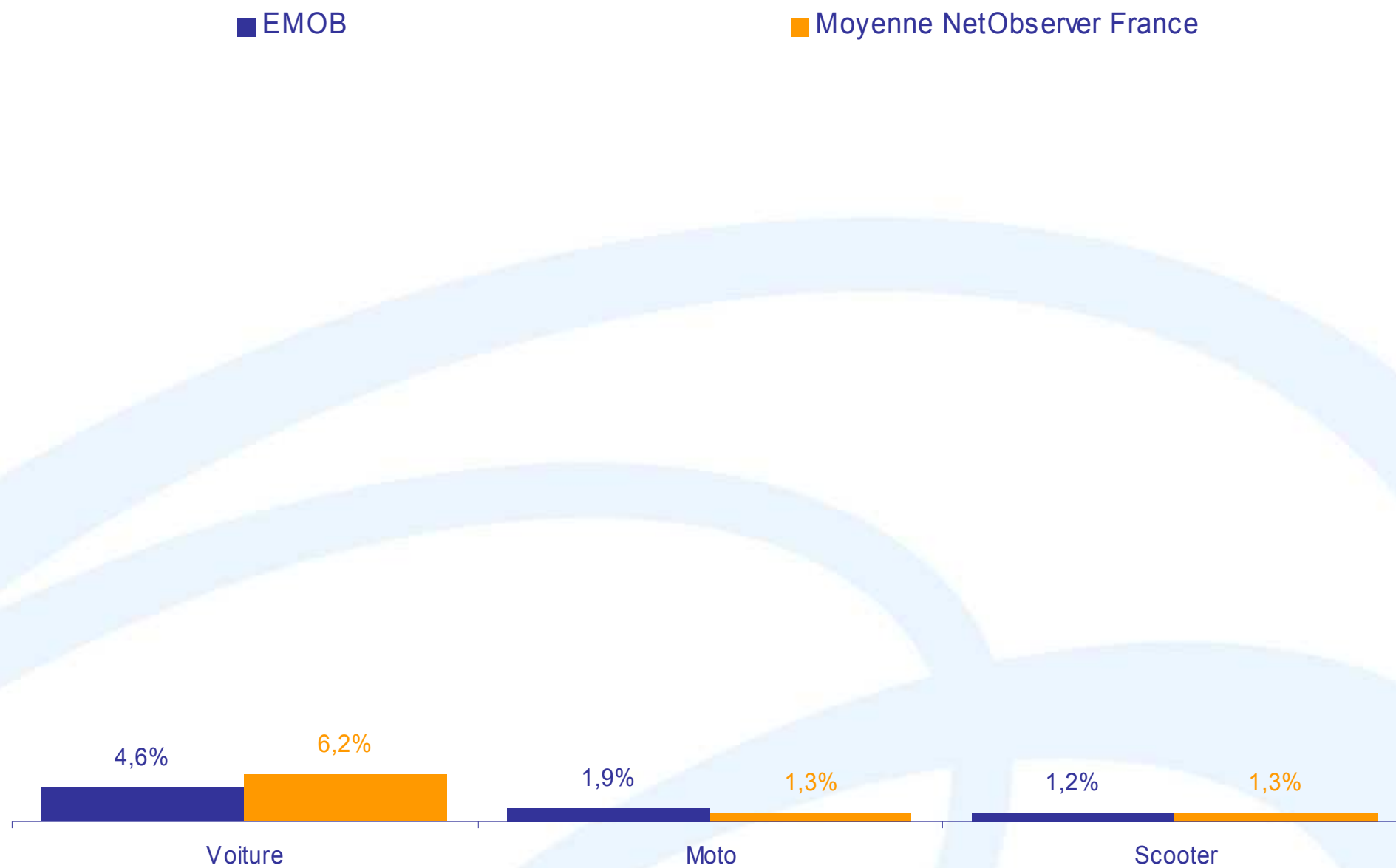
(Base : répondants hors « NSP »)



Auto-Moto : Taux d'équipement auto-moto



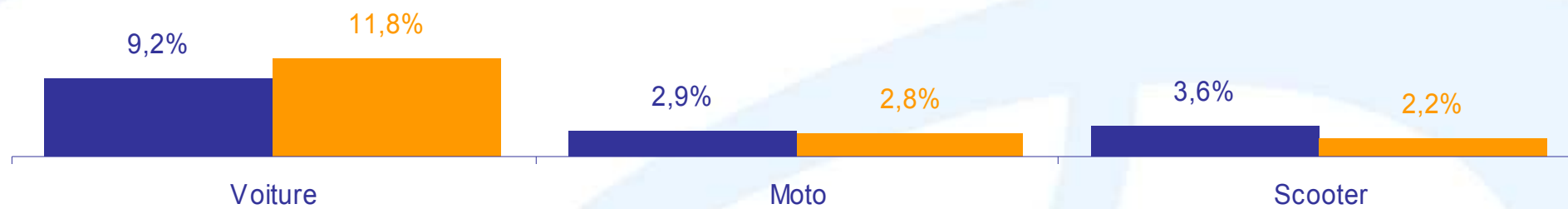
Auto-Moto : Intention d'achat neuf au cours des 6 prochains mois



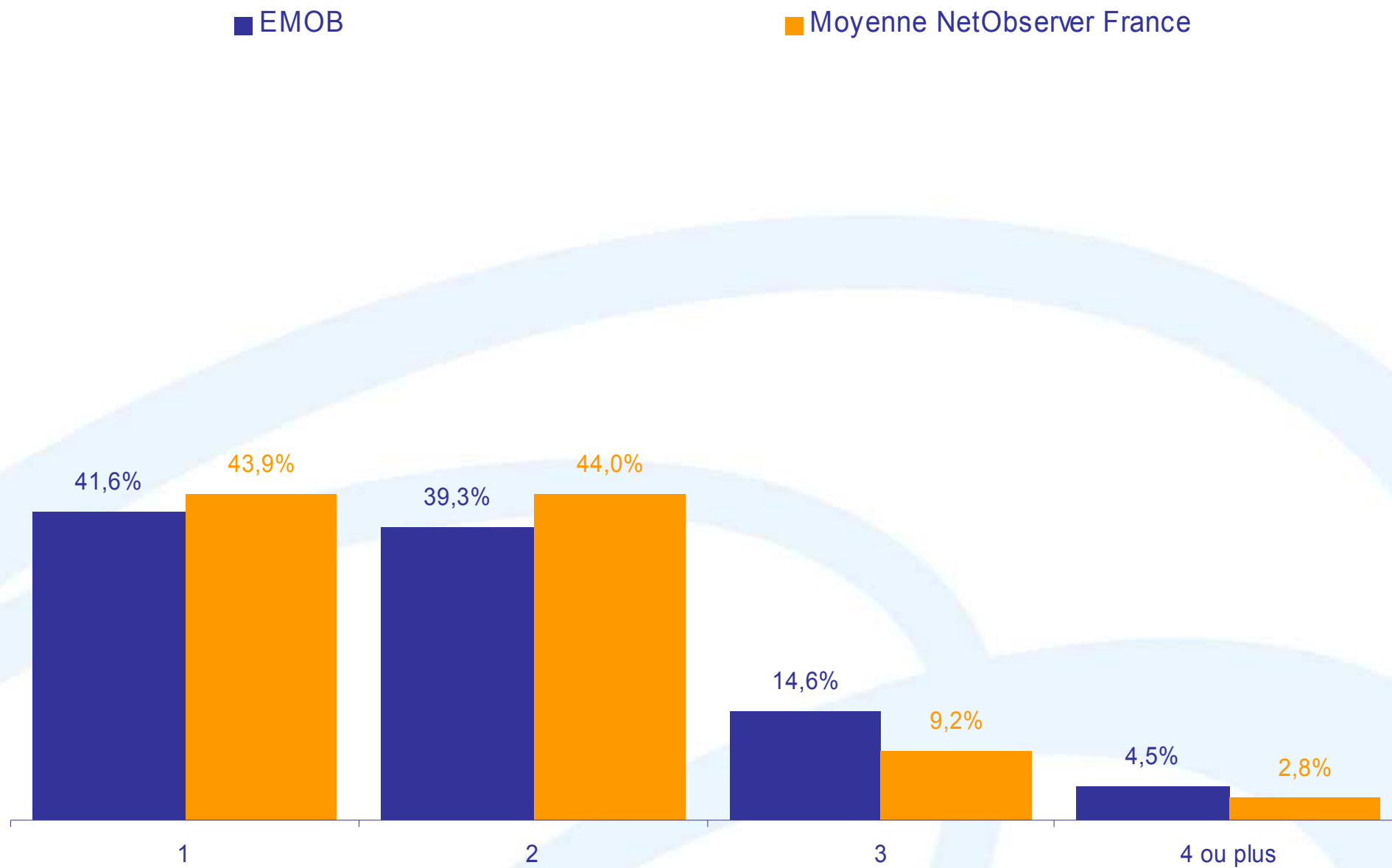
Auto-Moto : Intention d'achat d'occasion au cours des 6 prochains mois

■ EMOB

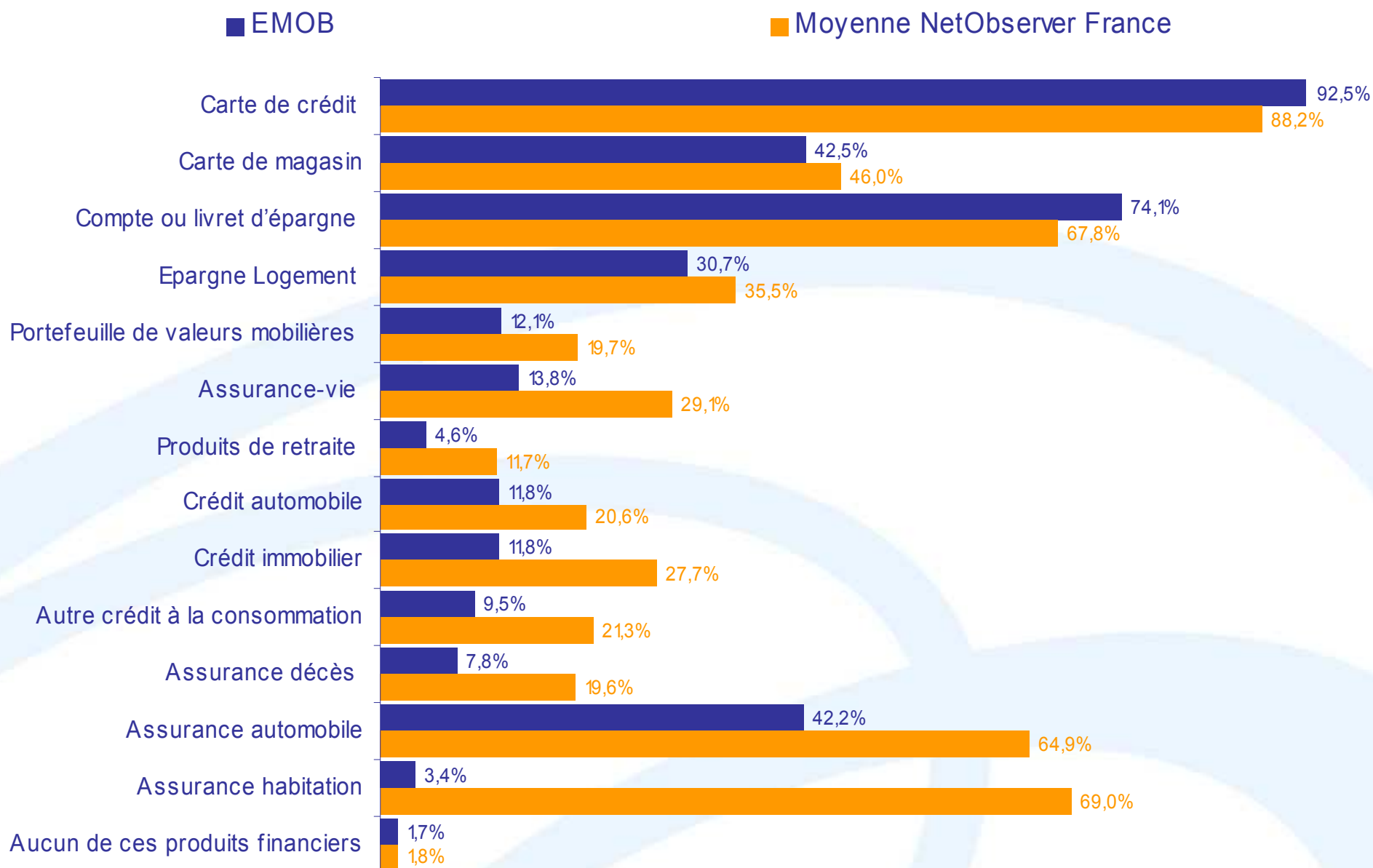
■ Moyenne NetObserver France



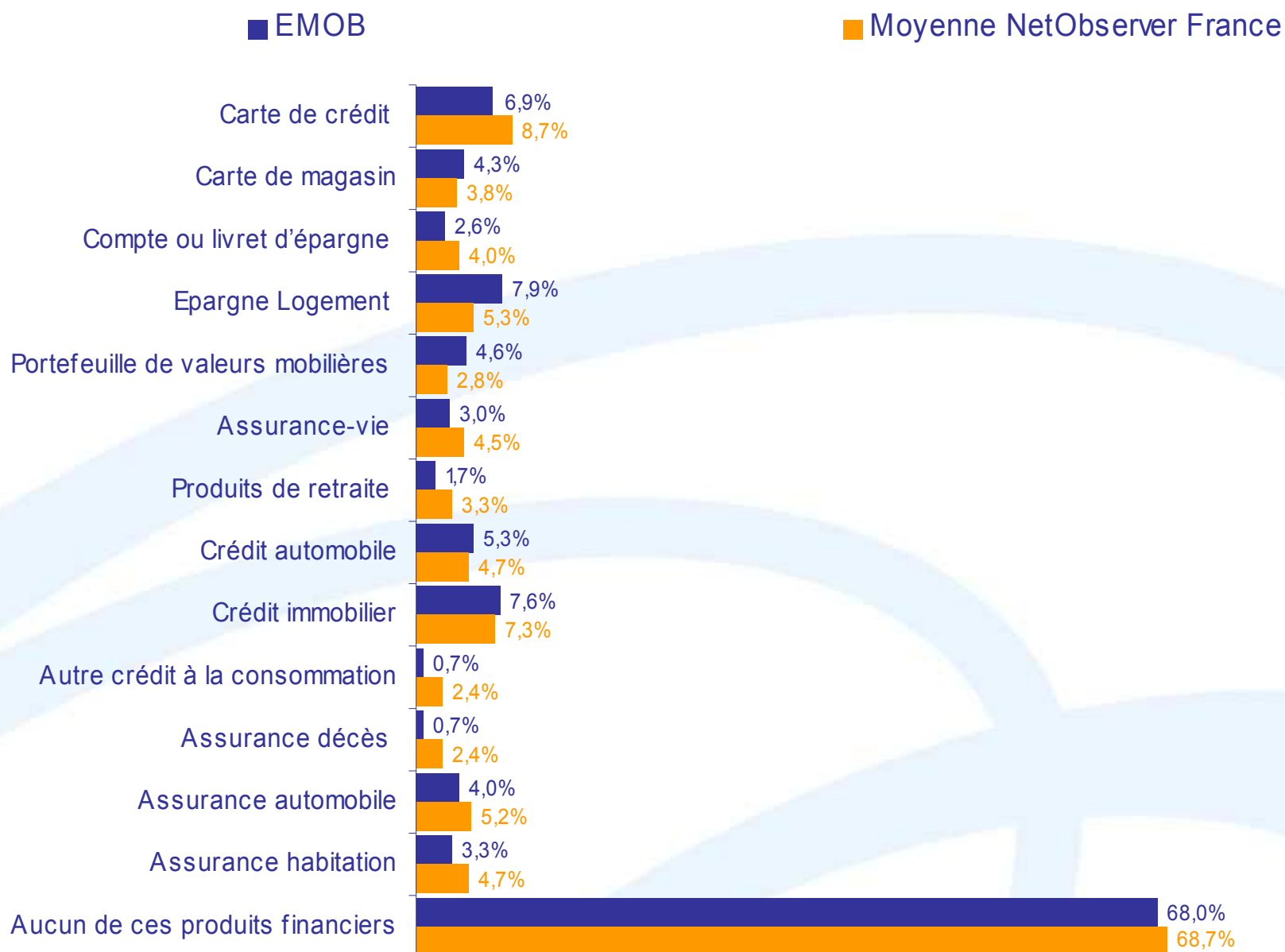
Auto-Moto : Nombre de voitures possédées (Base : possesseurs de voitures hors « NSP »)



Finance : Produits financiers possédés (Base : répondants hors « Ne souhaite pas répondre »)



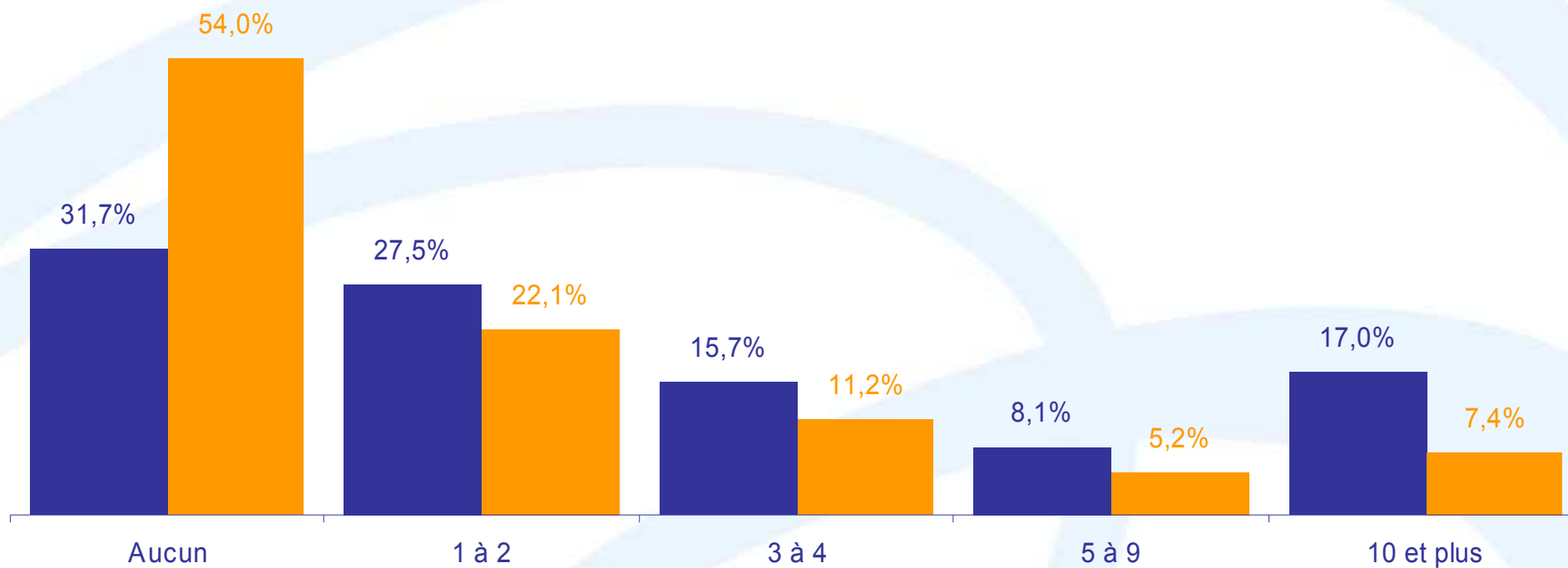
Finance : Intention de souscription à des produits financiers au cours des 6 prochains mois (Base : répondants hors « Ne souhaite pas répondre »)



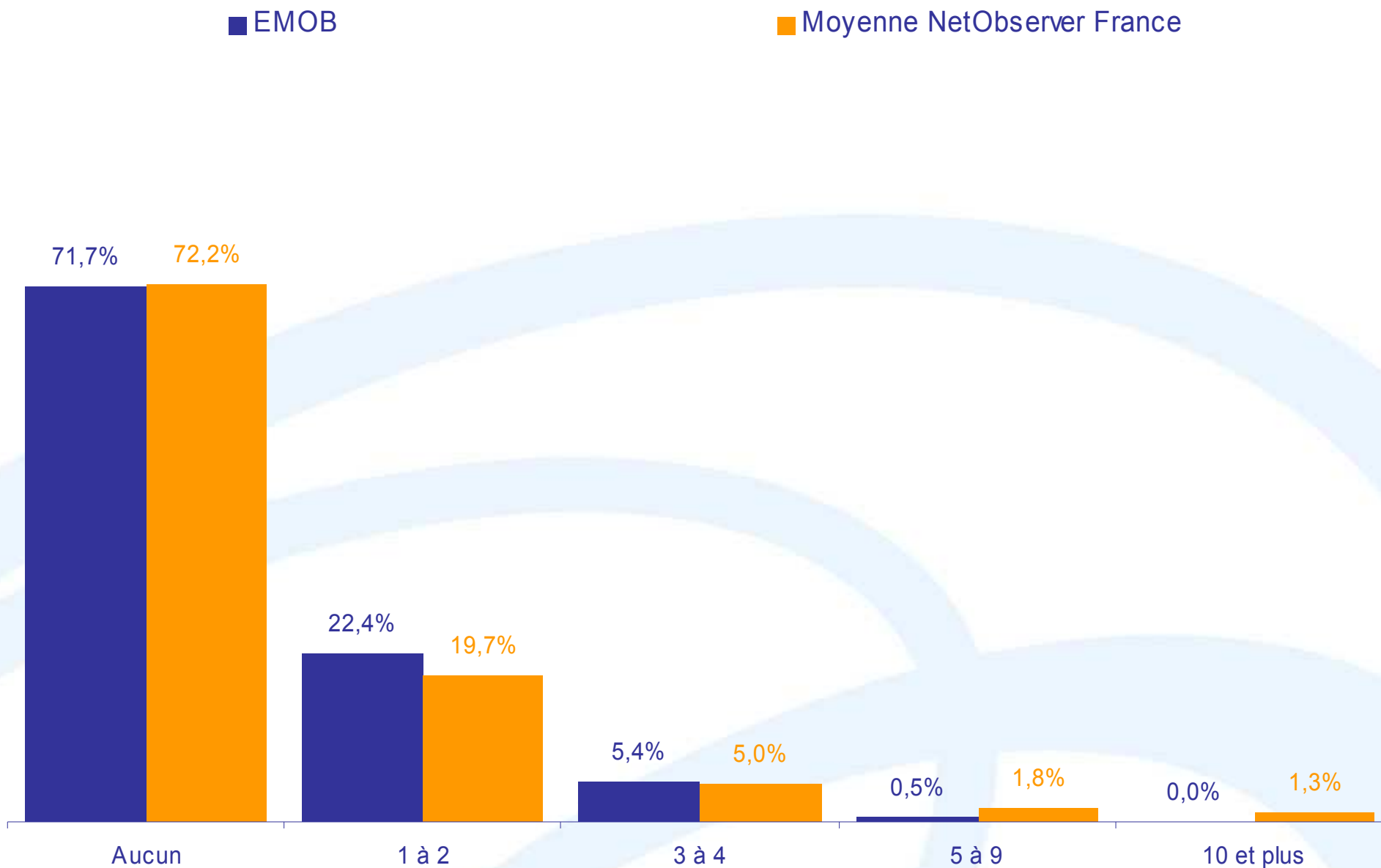
Voyages-Tourisme : Nombre de voyages aller-retour en train au cours des 6 derniers mois (Base : répondants hors « NSP »)

■ EMOB

■ Moyenne NetObserver France

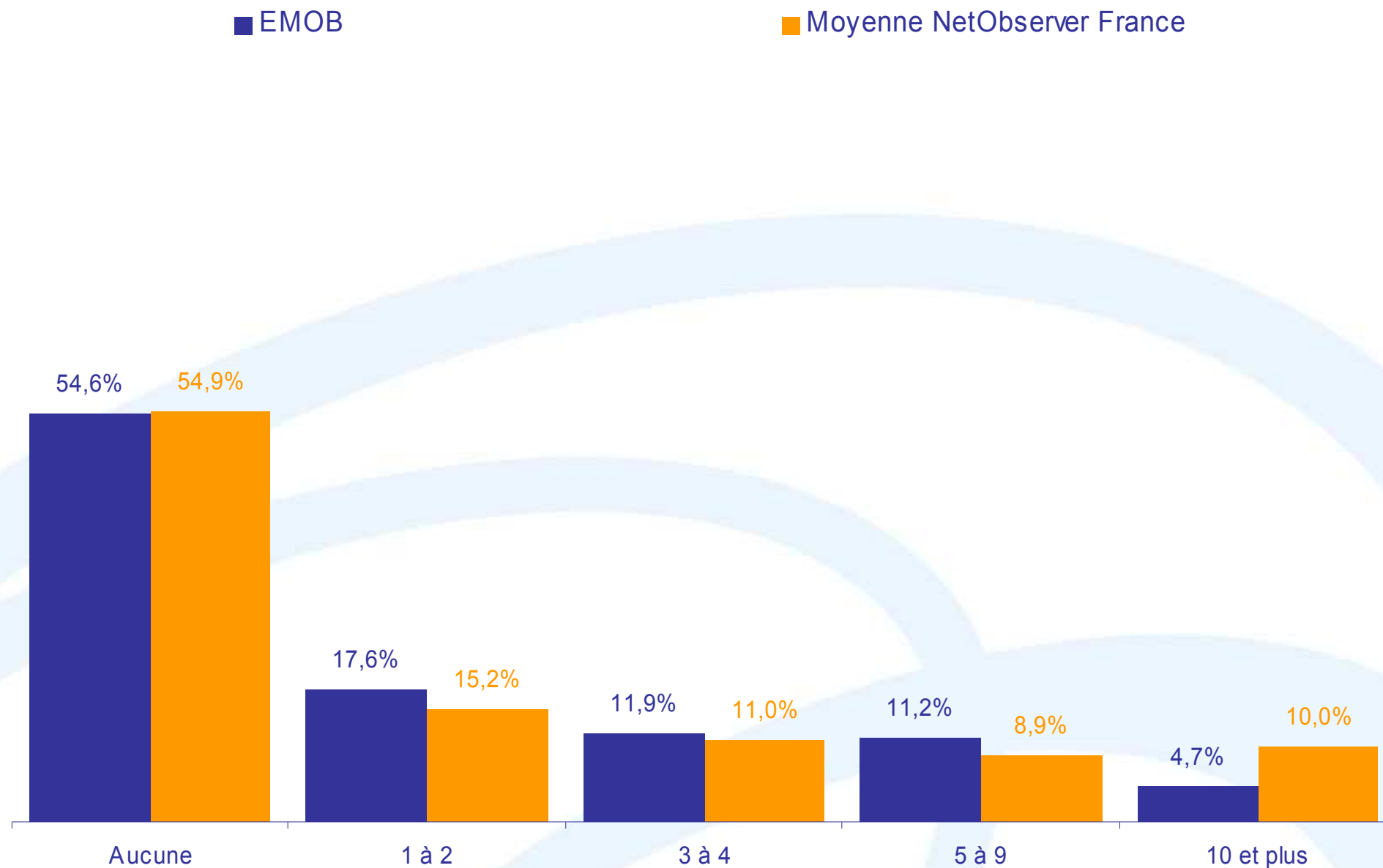


Voyages-Tourisme : Nombre de voyages aller-retour en avion au cours des 6 derniers mois (Base : répondants hors « NSP »)

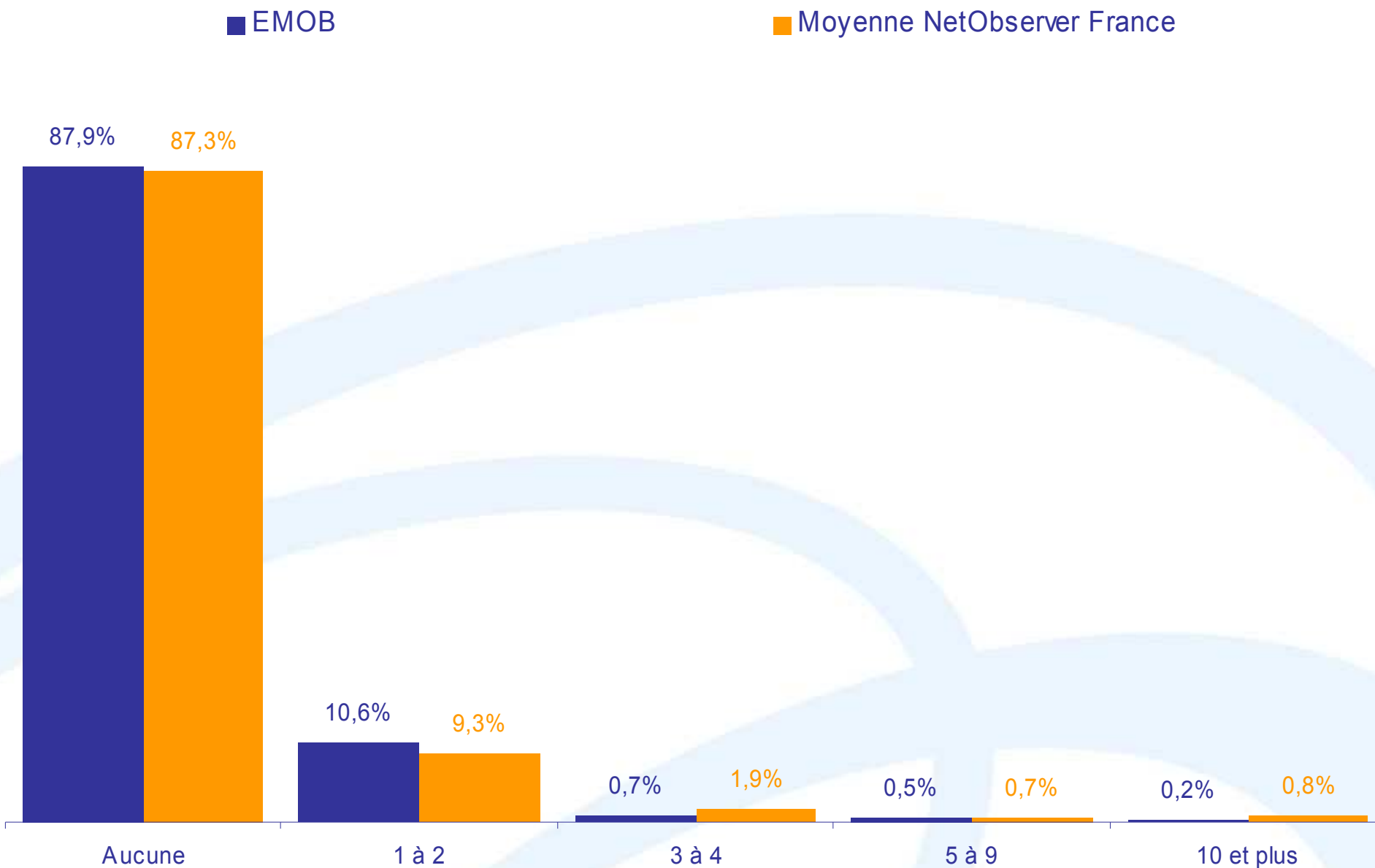


Voyages-Tourisme : Nombre de nuits d'hôtel au cours des 6 derniers mois

(Base : répondants hors « NSP »)



Voyages-Tourisme : Nombre de locations de voiture au cours des 6 derniers mois (Base : répondants hors « NSP »)



Novartis/HarrisInteractive – NetObserver® France - Europe

Novartis/HarrisInteractive
5-7 rue du sahel
75012 PARIS
Tel. standard : 01 44 87 60 30

Clémence BLETRY
NetObserver – Chef de marché France
Email : cbletry@novartis.fr
Tel. : 01 44 87 60 85

Jean-Laurent BOUVERET
NetObserver – Directeur Europe
Email : jlbouveret@novartis.fr
Tel. : 01 44 87 60 57