



# PERCEPTION ET IMPACT DES ÉCRANS GREEN

[www.francetvpub.fr](http://www.francetvpub.fr)



**france•tv**publicité  
Le monde change. **La pub aussi.**



# ÉDITO

Dans un contexte de prise de conscience croissante de la population des problématiques sociales et environnementales, il apparaît de plus en plus important et nécessaire pour les marques d'apporter leur pierre à l'édifice et de s'engager autour de ces sujets avec de réelles actions.

Afin d'accompagner et de valoriser les marques engagées et plus responsables, France Télévisions Publicité a décidé depuis le 22 avril 2021 de créer des espaces de communication « Green Spirit », dédiés aux produits plus respectueux de l'environnement selon les critères validés et reconnus par l'ADEME.



# ● Méthodologie



- Objectifs
  - Perception du dispositif auprès des téléspectateurs de France Télévisions
  - Impact pour les marques présentes dans les écrans Green Spirit
- Ecran étudié : F2 13h23 (dimanche 23 mai 2021)
- Mode d'administration : CAWI (questionnaire en ligne)
- Cible : Téléspectateurs hebdomadaire de France 2, France 3 ou France 5 de 18-69 ans
- Quotas : Profil des téléspectateurs Fr2, Fr3 et Fr5 hebdomadaires sur le sexe (2), l'âge (3), la CSP (4), Quotas de la région d'habitation (5) France Nat Rep
- Taille de l'échantillon : 500 répondants
- Dates du terrain : du 24 au 28 mai 2021



## ● Un plébiscite auprès des téléspectateurs de France Télévisions



# ● Une très bonne perception du dispositif, renforcée chez les engagés RSE

Souvenir publicitaire : 43%

Innovant

92%

97% des engagés RSE\*

Original

92%

96% des engagés RSE

Permet de faire découvrir les engagements environnementaux et sociétaux pris par des marques

Image du dispositif

incite à être attentif aux marques et aux produits achetés

86%

90% des engagés RSE

83%

89% des engagés RSE

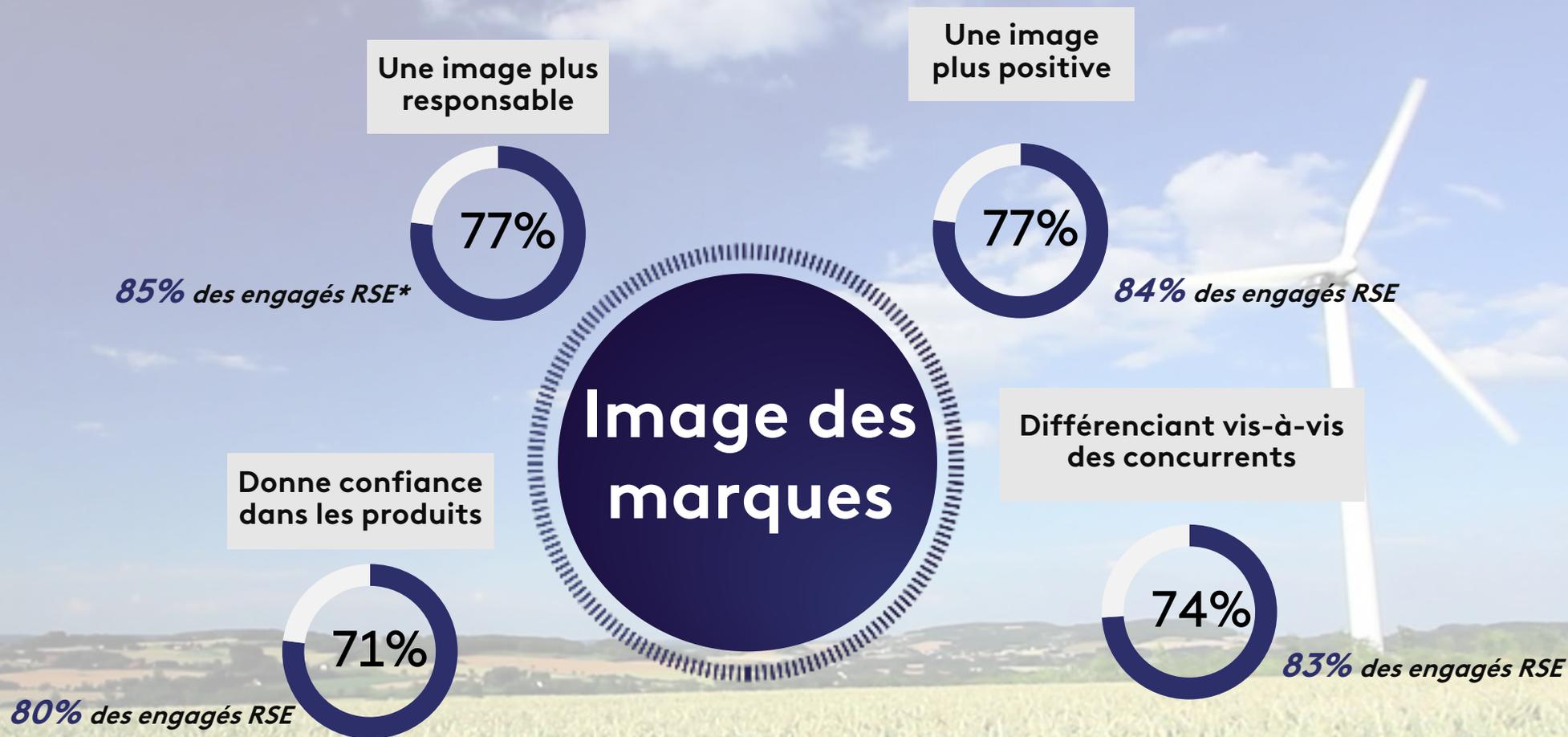
80%

85% des engagés RSE

Incite à modifier son comportement

\*Engagés RSE: Individus se déclarant préoccupé par les enjeux environnementaux, sociaux/sociétaux et susceptible d'agir de manière respectueuse de l'environnement

# ● Un bénéfice indéniable de la contextualisation « Green » sur l'image des marques



\*Engagés RSE: Individus se déclarant préoccupé par les enjeux environnementaux, sociaux/sociétaux et susceptible d'agir de manière respectueuse de l'environnement

