

Les points à retenir

1



87%

Considèrent que c'est une bonne idée

Les téléspectateurs sont intéressés par les opérations de dotations, un dispositif qui leur fait découvrir des produits de manière démonstrative sans les désagréments d'une publicité classique.

2



72%

souhaitent se renseigner sur les produits Jeff de Bruges et Goliath

Le dispositif est perçu comme plutôt original et cohérent avec l'esprit de l'émission. Il véhicule une bonne opinion des marques et suscite l'envie de se renseigner sur les produits.

3



En moyenne...
12pts

de gain de notoriété assistée (connaissent assez bien et très bien)

La régularité de diffusion des dotations engendre de forts gains de notoriété à la fois sur une marque de référence et sur une marque peu connue.

4



En moyenne...
121%

d'augmentation du souvenir assisté en valeur

On observe une augmentation spectaculaire du souvenir publicitaire, qui n'est cependant pas attribuée directement à la dotation.

5



24pts

de gain sur tous les items d'image

L'exposition aux dotations renforce la confiance accordée aux marques ainsi que d'autres aspects de leur image liés à leur savoir-faire.