

Quelle empreinte d'une chronique vs un spot radio ou TV classique ?

A Radio **Group**, spécialiste et créateurs de contenus de marque à la Radio, a sollicité CSA Research pour identifier les apports et spécificités **de la chronique « On en parle »** vs un spot classique et la complémentarité des dispositifs couplant chroniques et spot*.

UNE EMPREINTE PLUS FORTE DES CHRONIQUES QUE DES SPOTS RADIO / TV CLASSIQUES

87% des personnes interrogées disent se souvenir de la marque lorsqu'elle est associée à une chronique quand 66% disent se souvenir du spot de la marque seul.

Dans le détail, 76% des répondants déclarent que la chronique « donne des infos que l'on retient » (contre 62% pour un spot classique), 74% qu'elle « donne une bonne image de la marque » (vs 66% pour un spot classique), 65% qu'elle « donne des infos qu'on ne trouve pas ailleurs » (vs 54%).

UN DISPOSITIF PLUS APPRECIÉ QU'UN SPOT CLASSIQUE...

Au-delà de l'impact, ce dispositif bénéficie d'une image plus positive qu'un spot classique : plus « clair » (+9 pts par rapport au spot classique), plus « pédagogique » (+14 pts par rapport à un spot classique), plus « humain » (+17 pts par rapport à spot classique), plus « réaliste » (+ 9 pts).

...ET QUI BÉNÉFICIE À L'IMAGE DE LA MARQUE

Pour 74% des répondants la chronique donne une meilleure image de la marque.

Par ailleurs, les intentions s'en retrouvent boostées, surtout lorsque le dispositif associe spot Radio ou TV et chronique. Certaines intentions comme « effectuer un achat », « se renseigner » gagnent respectivement 8 et 14 points.

* **méthodologie** : Etude réalisée en ligne du 17 février au 1er mars 2016 auprès de 1 836 répondants représentatif de la population âgée entre 25 et 59 ans, répartis en 6 échantillons appariés (profil et structure identiques).

Contacts

Aradiogroup – Samia AMARA – Directrice Commerciale Chronique « On en parle » - 01 43 92 29 30 - s.amara@aradiogroup.com

CSA – Léda BONTOSGLOU – Responsable de la Communication - 01 57 00 58 50 - leda.bontosoglou@csa.eu

A propos d'Aradio Group

Précurseur et Leader en création de contenu éditorial radio depuis 14 ans, Aradio group crée et diffuse en France et à l'étranger, des Chroniques éditoriales et pédagogiques créant le lien entre la marque et le consommateur, sous forme d'interviews enregistrées « dans les conditions du direct ». ARADIO GROUP, partenaire des groupes IP FRANCE, NEXT RADIO, RADIO FRANCE, NRJ GROUP, LAGARDERE, KETIL MEDIA et TF1 PUBLICITE offre donc une couverture 100% nationale.

Des rendez-vous quotidiens, animés par de vrais animateurs aux voix reconnaissables.

Le dispositif permet d'élaborer des offres sur-mesure (choix des stations, choix du format 60.75.90", un média planning optimisé à la carte : peak time / day time / drive time ...)

ARADIO GROUP, c'est plus de 3000 interviews réalisées pour les plus grandes marques.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.aradiogroup.com

A propos de CSA

CSA, Consumer Science & Analytics c'est **CSA Research**, institut de référence des études marketing et d'opinion depuis 40 ans dirigé par Ketty de Falco et **CSA Data Consulting** dédié à l'analyse et l'activation de la data au bénéfice des stratégies media-marketing, dirigé par Thierry Fontaine. **CSA** apporte aux entreprises et institutions une compréhension fine des comportements des consommateurs pour appréhender leurs besoins et aspirations, analyser leurs environnements, anticiper leurs évolutions et identifier les leviers d'engagement au profit d'une prise de décision éclairée. CSA Consumer Science & Analytics fait partie du groupe Havas depuis octobre 2015.

Contacts

Aradiogroup – Samia AMARA – Directrice Commerciale Chronique « On en parle » - 01 43 92 29 30 - s.amara@aradiogroup.com

CSA – Léda BONTOSGLOU – Responsable de la Communication - 01 57 00 58 50 - leda.bontosglou@csa.eu