

# Impact de l'annonce

## *le Foie Gras...*

### *Bilan de campagne*

*Prima n° 284*

*Avril 2006*



# Le principe des Vu-Lu

## Une mesure d'impact

Le Vu-Lu est une mesure d'impact de la publicité fondée sur la reconnaissance avec soutien visuel : la personne interrogée est mise en présence de l'annonce dans son contexte, et déclare si elle se souvient de l'avoir vue ou lue. Les Vu-Lu publicitaires ont donc pour objectif d'informer les annonceurs et leurs agences sur l'accueil reçu par les annonces dans le titre étudié.

## Le questionnaire

### ➔ 5 indicateurs sont étudiés

- **Vu** : l'annonce a-t-elle été vue ?
- **Lu** : l'annonce a-t-elle été lue ne serait-ce qu'en partie ?
- **Agrément** : l'annonce plaît-elle ?
- **Adéquation** : l'annonce va-t-elle bien avec le style du magazine
- **Incitation à l'achat** : l'annonce donne-elle envie d'acheter ?

# La Méthodologie

PANEL FEMMES Prisma Presse / Depuis septembre 2005

## L'enquête

- Enquête réalisée via le **panel Femmes Prisma Presse**
- Interrogation on-line d'un échantillon de lectrices de Prima (abonnées ou acheteuses / régulières ou occasionnelles)
- Interview en fin de mois de parution du magazine
- Durée du terrain : environ 5 jours

## Spécificité

- Invitation à répondre à l'enquête : 800 lectrices de Prima
- **Base Vu-Lu Prima n° 284 : 208 lectrices du numéro**

## Le questionnaire

- L'interview du n°284 porte sur 6 annonces publicitaires et 6 pages rédactionnelles
- 5 indicateurs sont étudiés : Vu /Lu /Agrément /Adéquation avec le magazine/Incitation à l'achat
- Pour les pages rédactionnelles, 2 indicateurs sont étudiés : Vu et Lu

## Base de données

- 40 annonces (BDD en construction)
- Critères de tris possibles : secteur d'activité, emplacements, formats, contexte/hors contexte, type de création (visuel, publi ou mixte), opérations spéciales.

PUBLI-COMMUNIQUÉ

## Osez le Foie Gras...

*On le croit classique et il n'en est rien. Symbole de la convivialité et de la fête, le Foie Gras répond à nos envies de nature et d'authenticité. Traditionnel certes mais infiniment créatif, il est le mets idéal de la gastronomie moderne. Avantages et non des moindres : il est prêt à consommer ou étonnamment facile à cuisiner.*

**Régalez-vous en connaisseur**

**Oie ou canard ?**  
Chacun a ses inconditionnels mais tous deux sont prometteurs d'irrésistibles plaisirs gustatifs. D'une extrême délicatesse, le Foie Gras d'oie est d'un fondant exceptionnel. Avec ses saveurs plus affirmées, le Foie Gras de canard est légèrement plus typé.

**Cru ou prêt à consommer ?**

- Cru, il n'a subi ni cuisson ni transformation. Vous pourrez le cuisiner très facilement.
- Prêt à consommer, il ne nécessite pas de cuisson. Il peut être servi cru ou en conserve (boîte, bocal ou barquette), c'est la durée de conservation qui fait la différence.



**Cru, il se prépare en quelques minutes (un aller-retour dans la poêle), se déguste en entrée ou en plat et s'apprête de mille façons.**



**Foie Gras Entier ou Bloc de Foie Gras : étonnez vos papilles !**

A chaque appellation, son utilisation ! Inventez le raffinement express. En entrée sophistiquée ou en plat principal, façon Tourنادos Rosiers, en salade tiède avec haricots verts et langoustines ou escarot de champignons poêlés, le Foie Gras Entier est votre allié. Révisitez vos classiques. En apéritif ou pour une entrée improvisée, le Bloc de Foie Gras est sublime sur des toasts de pain d'épices grillés, accompagné de chutney, de confiture de figues ou d'ignons.

Toutes ces recettes et d'autres idées à partager sur [www.lefoiegras.fr](http://www.lefoiegras.fr)

### ...simplement



PUBLI-COMMUNIQUÉ

## Osez le Foie Gras...

*On le croit classique et il n'en est rien. Symbole de la convivialité et de la fête, le Foie Gras répond à nos envies de nature et d'authenticité. Traditionnel certes mais infiniment créatif, il est le mets idéal de la gastronomie moderne. Avantages et non des moindres : il est prêt à consommer ou étonnamment facile à cuisiner.*

**Régalez-vous en connaisseur**

**Oie ou canard ?**  
Chacun a ses inconditionnels mais tous deux sont prometteurs d'irrésistibles plaisirs gustatifs. D'une extrême délicatesse, le Foie Gras d'oie est d'un fondant exceptionnel. Avec ses saveurs plus affirmées, le Foie Gras de canard est légèrement plus typé.

**Cru ou prêt à consommer ?**

- Cru, il n'a subi ni cuisson ni transformation. Vous pourrez le cuisiner très facilement.
- Prêt à consommer, il ne nécessite pas de cuisson. Il peut être servi cru ou en conserve (boîte, bocal ou barquette), c'est la durée de conservation qui fait la différence.



**Cru, il se prépare en quelques minutes (un aller-retour dans la poêle), se déguste en entrée ou en plat et s'apprête de mille façons.**



**Foie Gras Entier ou Bloc de Foie Gras : étonnez vos papilles !**

A chaque appellation, son utilisation ! Inventez le raffinement express. En entrée sophistiquée ou en plat principal, façon Tourنادos Rosiers, en salade tiède avec haricots verts et langoustines ou escarot de champignons poêlés, le Foie Gras Entier est votre allié. Révisitez vos classiques. En apéritif ou pour une entrée improvisée, le Bloc de Foie Gras est sublime sur des toasts de pain d'épices grillés, accompagné de chutney, de confiture de figues ou d'ignons.

Toutes ces recettes et d'autres idées à partager sur [www.lefoiegras.fr](http://www.lefoiegras.fr)

### ...simplement

**CHEZ MOI QU'EST-CE QU'ON MANGE CE SOIR ?**

### Cinq minutes chrono !

Pas le temps ? Il y a forcément dans votre placard de quoi préparer un dîner léger presto.

**Super frais.** La soupe façon gaspacho



1 bouquet de 70 g de petits tomates cerises (M&S, 1,90 €)  
1 litre de vinaigre d'arrosage (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de petits oignons (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de basilic (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de persil (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de ciboulette (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de menthe (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de coriandre (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de cerfeuil (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de fenouil (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de aneth (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de estragon (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de sauge (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de thym (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de romarin (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de origan (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de marjolaine (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de basilic (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de persil (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de ciboulette (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de menthe (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de coriandre (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de cerfeuil (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de fenouil (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de aneth (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de estragon (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de sauge (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de thym (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de romarin (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de origan (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de marjolaine (M&S, 1,20 €)

Versez le pot de tomates cerises et poivrons dans le bol du robot, mixez pour obtenir un coulis lisse.  
Délayez avec la partie de tomates, ajoutez 8 feuilles de basilic ciselées et 4 gousses d'ail pilées, mélangez et laissez 5 min au frais.  
Mélangez à nouveau et servez décoré d'une cuillerée de crème fraîche et de basilic.

**Tendance.** Le tartare de saumon aux courgettes



1 filet de saumon frais de 100 g (M&S, 1,90 €)  
1 courgette (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de ciboulette (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de persil (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de menthe (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de coriandre (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de cerfeuil (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de fenouil (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de aneth (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de estragon (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de sauge (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de thym (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de romarin (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de origan (M&S, 1,20 €)  
1 bouquet de 70 g de marjolaine (M&S, 1,20 €)

Egouttez 10 courgettes, détaillez-les en très petits dés. Hachez le saumon en copeaux.  
Mélangez le saumon et les courgettes avec 4 cuill. à soupe d'huile d'olive, 1 échalote hachée, 2 cuill. à soupe d'amont caviar, 10 baies roses concassées et une pincée de sel.  
Répartissez les portions de saumon sur les assiettes et parsemez de baies roses.

**Craquantes !** Les tartelettes aux pralines



1 paquet de 100 g de pralines (M&S, 1,20 €)  
1 paquet de 100 g de crème fraîche épaisse (M&S, 1,20 €)  
1 paquet de 100 g de beurre (M&S, 1,20 €)  
1 paquet de 100 g de sucre (M&S, 1,20 €)  
1 paquet de 100 g de farine (M&S, 1,20 €)  
1 paquet de 100 g de levure chimique (M&S, 1,20 €)  
1 paquet de 100 g de cacao (M&S, 1,20 €)  
1 paquet de 100 g de vanille (M&S, 1,20 €)  
1 paquet de 100 g de sel (M&S, 1,20 €)

Coupez 4 disques dans la pâte. Garnissez-les à 4 moindres à tartarisation, piquez le fond à la fourchette et faites cuire 12 min au four préchauffé à 180 °C.  
Mixez 200 g de pralines. Faites-les fondre avec la crème sur feu vif. Versez sur les tartelettes.  
Entourez pour 20 min, jusqu'à ce qu'il y ait 20 g de cassonade 5 min avant la fin de la cuisson. Servez froid.

Toutes ces recettes sont données pour 1 personne

73 pages



# VU-LU

Un excellent résultat d'impact :  
**91% des lectrices ont vu l'annonce**

Une annonce qui a très bien joué son rôle informatif, **score de lecture : 82%**,  
 un résultat bien supérieur aux critères précis de comparaison de l'annonce  
 (emplacement, segment...)



Méthodologie Panel  
Femmes \*

Méthodologie sortie  
de Kiosque \*\*

Critères de comparaison  
Annonce  
« Le Foie Gras »

Nb annonces		VU (%)	LU (%)
	<b>Le Foie Gras</b>	<b>91</b>	<b>82</b>
<b>34</b>	Moyenne des 6 n°	<b>75</b>	<b>51</b>
<b>4</b>	Moyenne Alimentation	<b>79</b>	<b>60</b>
<b>626</b>	Moyenne base de données	<b>77</b>	<b>35</b>
<b>149</b>	Moyenne Alimentation	<b>77</b>	<b>37</b>
<b>352</b>	Moyenne 1er cahier	<b>77</b>	<b>35</b>
<b>93</b>	Moyenne Publi-reportage	<b>78</b>	<b>41</b>
<b>219</b>	Moyenne En contexte	<b>77</b>	<b>37</b>



# Agrément & Incitation

Une campagne qui a séduit **87%** des lectrices de Prima, et qui a obtenu un excellent score d'incitation : **86%** des lectrices sont prêtes à consommer ce produit après avoir vu cette annonce



Méthodologie Panel Femmes \*

Méthodologie sortie de Kiosque \*\*

Critères de comparaison Annonce « Le Foie Gras »

Nb annonces		PLAIT (%)	DONNE ENVIE (%)
<b>Le Foie Gras</b>		<b>87</b>	<b>86</b>
<b>34</b>	<b>Moyenne des 6 n°</b>	<b>63</b>	<b>56</b>
<b>4</b>	<b>Moyenne Alimentation</b>	<b>79</b>	<b>73</b>
<b>626</b>	<b>Moyenne base de données</b>	<b>65</b>	<b>45</b>
<b>149</b>	<b>Moyenne Alimentation</b>	<b>68</b>	<b>50</b>
<b>352</b>	<b>Moyenne 1er cahier</b>	<b>65</b>	<b>46</b>
<b>93</b>	<b>Moyenne Publi-reportage</b>	<b>63</b>	<b>46</b>
<b>219</b>	<b>Moyenne En contexte</b>	<b>64</b>	<b>46</b>

\* depuis septembre 2005 / \*\* réalisée par ISL de 1999 à 2005



# Adéquation

Une annonce en parfaite adéquation avec Prima :  
**95%** des lectrices déclarent que cette annonce va parfaitement avec le magazine



Méthodologie Panel  
Femmes \*

Méthodologie sortie  
de Kiosque \*\*

Critères de comparaison  
Annonce  
« Le Foie Gras »

Nb annonces		VA AVEC (%)
<b>Le Foie Gras</b>		<b>95</b>
<b>34</b>	<b>Moyenne des 6 n°</b>	<b>80</b>
<b>4</b>	<b>Moyenne Alimentation</b>	<b>89</b>
<b>626</b>	<b>Moyenne base de données</b>	<b>81</b>
<b>149</b>	<b>Moyenne Alimentation</b>	<b>81</b>
<b>352</b>	<b>Moyenne 1er cahier</b>	<b>82</b>
<b>93</b>	<b>Moyenne Publi-reportage</b>	<b>84</b>
<b>219</b>	<b>Moyenne En contexte</b>	<b>80</b>

\* depuis septembre 2005 / \*\* réalisée par ISL de 1999 à 2005

# En conclusion ...



## Une campagne ...

- qui a bénéficié d'une excellente visibilité dans Prima : 91% de VU
- qui a su capter l'attention de son cœur de cible : 82% de LU
- particulièrement pertinente dans Prima : 95% d'adéquation
- qui a mis en évidence un très fort potentiel de recrutement auprès des lectrices de Prima : 86% d'incitation

### Rappel des scores

Annonce « Le Foie Gras »



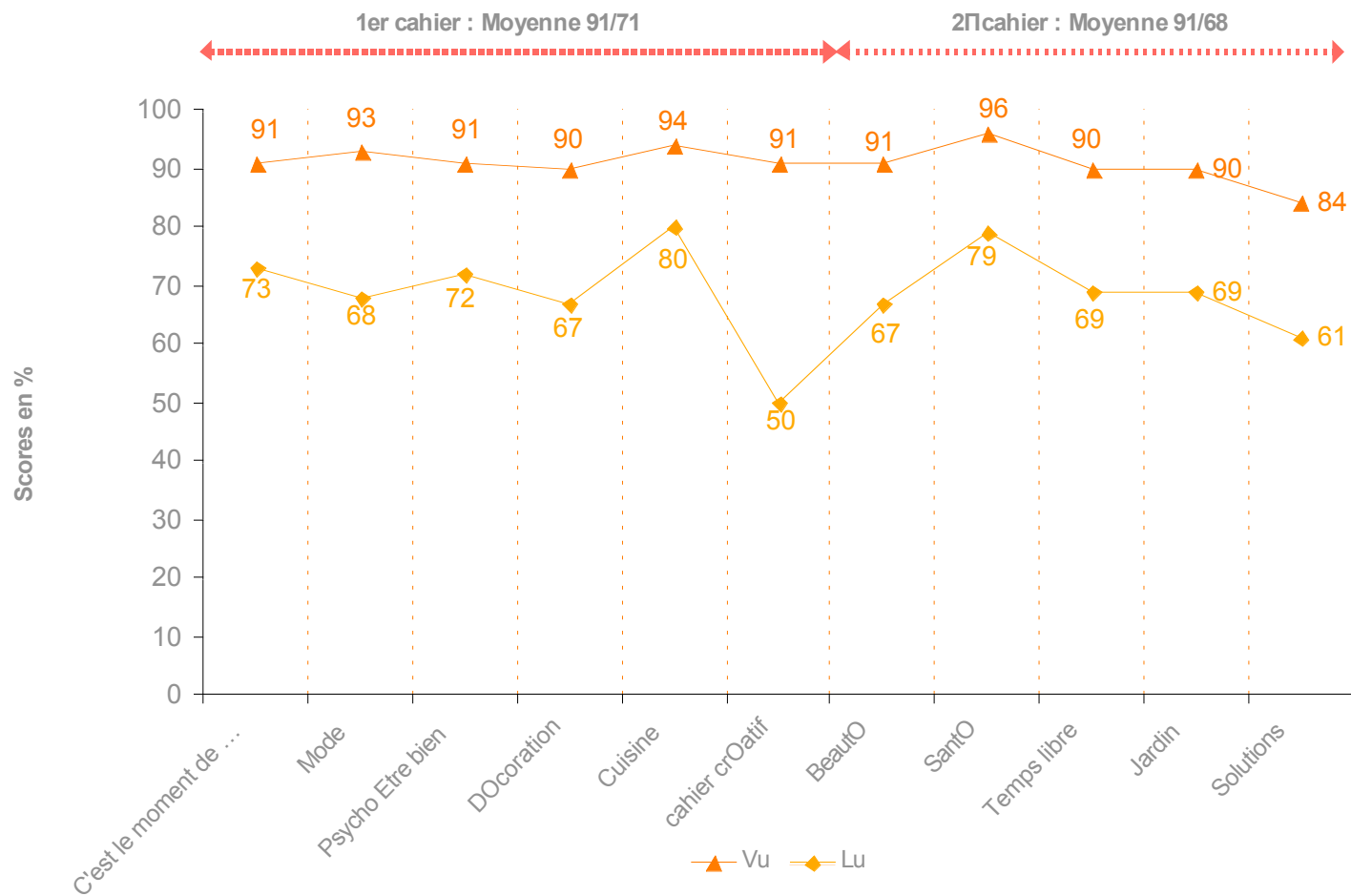
VU (%)	LU (%)	PLAIT (%)	VA AVEC (%)	DONNE ENVIE (%)
91	82	87	95	86
▼	▼	▼	▼	▼
79	60	79	89	73

Moyenne Alimentation BDD Panel

# ANNEXES

## Une efficacité prouvée tout au long du magazine

Moyenne globale (57 rubriques): 91/69



# METHODOLOGIE VU-LU Sortie de Kiosque

De 1997 à juin 2005

## L'enquête

- Enquête réalisée par la société ISL
- Interrogation de 100 lecteurs du numéro étudié, quotas d'âge et activités représentatifs du lectorat LDP
- Dispersion des interviews dans les villes de plus de 20 000 habitants

## Spécificité

- Le renouvellement de l'échantillon à chaque enquête.
- La taille de l'échantillon, 100 lectrices, qui assure la stabilité des scores.

## Le questionnaire

- L'interview porte, en moyenne, sur 20 annonces publicitaires.
- 5 indicateurs sont étudiés :
  - Vu : l'annonce a-t-elle été vue ?
  - Lu : l'annonce a-t-elle été lue en entier ou en partie ?
  - Agrément : l'annonce plaît-elle ?
  - Adéquation : l'annonce va-t-elle avec le style du magazine ?
  - Incitation à l'achat : l'annonce donne-t-elle envie d'acheter ?
- Pour les pages rédactionnelles, 2 indicateurs sont étudiés : Vu et Lu

## La base de données 1997/2004

- 40 vagues (650 annonces)
- Critères de tris possibles : secteur d'activité, emplacements, formats, contexte/hors contexte, type de création (visuel, publi ou mixte), opérations spéciales.