



Selon l'institut CSA, les Français plébiscitent toujours les échantillons

publié le 12/04/2016

Descriptif :

Un dossier sur le site Le Hub La Poste

9 Français sur 10 ont découvert une marque ou un produit suite à l'envoi d'un échantillon, selon une étude menée par l'institut CSA pour Mediapost Publicité et dévoilée le 31 mars. Cette enquête confirme que l'échantillonnage reste un canal privilégié de communication entre les marques et le consommateur, qui ne pâtit pas de la montée en puissance du digital, bien en contraire. « Plus la marque digitalise sa communication, plus le consommateur apprécie de tester le goût, le parfum ou la texture d'un produit », analyse Eric Troussel, directeur général de Mediapost Publicité.

Magasins, magazines et boîtes aux lettres

Appréciés, et utilisés, par les consommateurs, les échantillons sont toujours massivement employés par les marques : 93 % des Français ont été exposés à un échantillon dans l'année. 29 % le sont même au moins une fois par mois. A quelles occasions les consommateurs reçoivent-ils des échantillons ? 54 % répondent en magasin, 44 % dans les magazines, 43 % en boîte aux lettres. Globalement, les Français apprécient que les échantillons soient distribués de façon personnalisée, par rapport à une distribution de masse.



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.