



Ipsos

Ipsos Public Affairs

BVP

ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS
POUR UNE PUBLICITÉ RESPONSABLE

Publicité et protection de l'environnement : les perceptions et les attentes des Français

Etude BVP / IPSOS

Mai 2007



Ipsos Public Affairs

Méthodologie



SONDAGE EFFECTUE POUR : Le BVP

DATES DE TERRAIN : Les 18 et 19 mai 2007.

ECHANTILLON : 1.011 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française, âgée de 15 ans et plus .

**METHODE : Echantillon interrogé par téléphone.
Méthode des quotas : sexe, âge, profession du chef de famille, agglomérations et régions.**

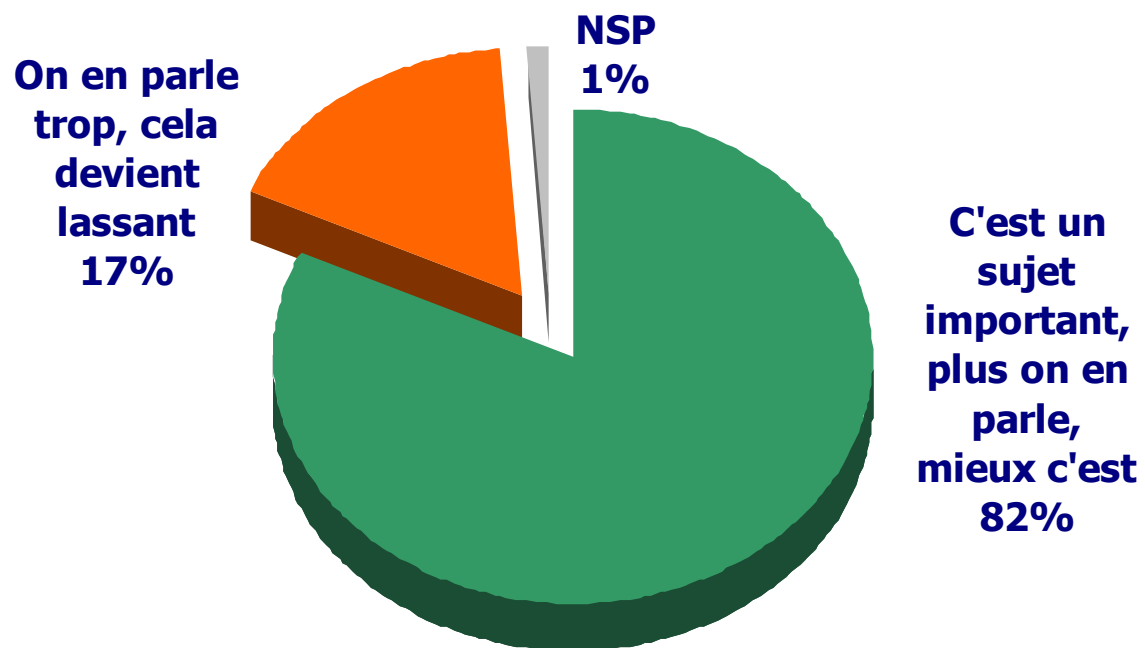


Ipsos Public Affairs

Niveau de sensibilité à la protection de l'environnement



Question : Aujourd'hui, on entend beaucoup parler de protection de l'environnement. Personnellement, de laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ?



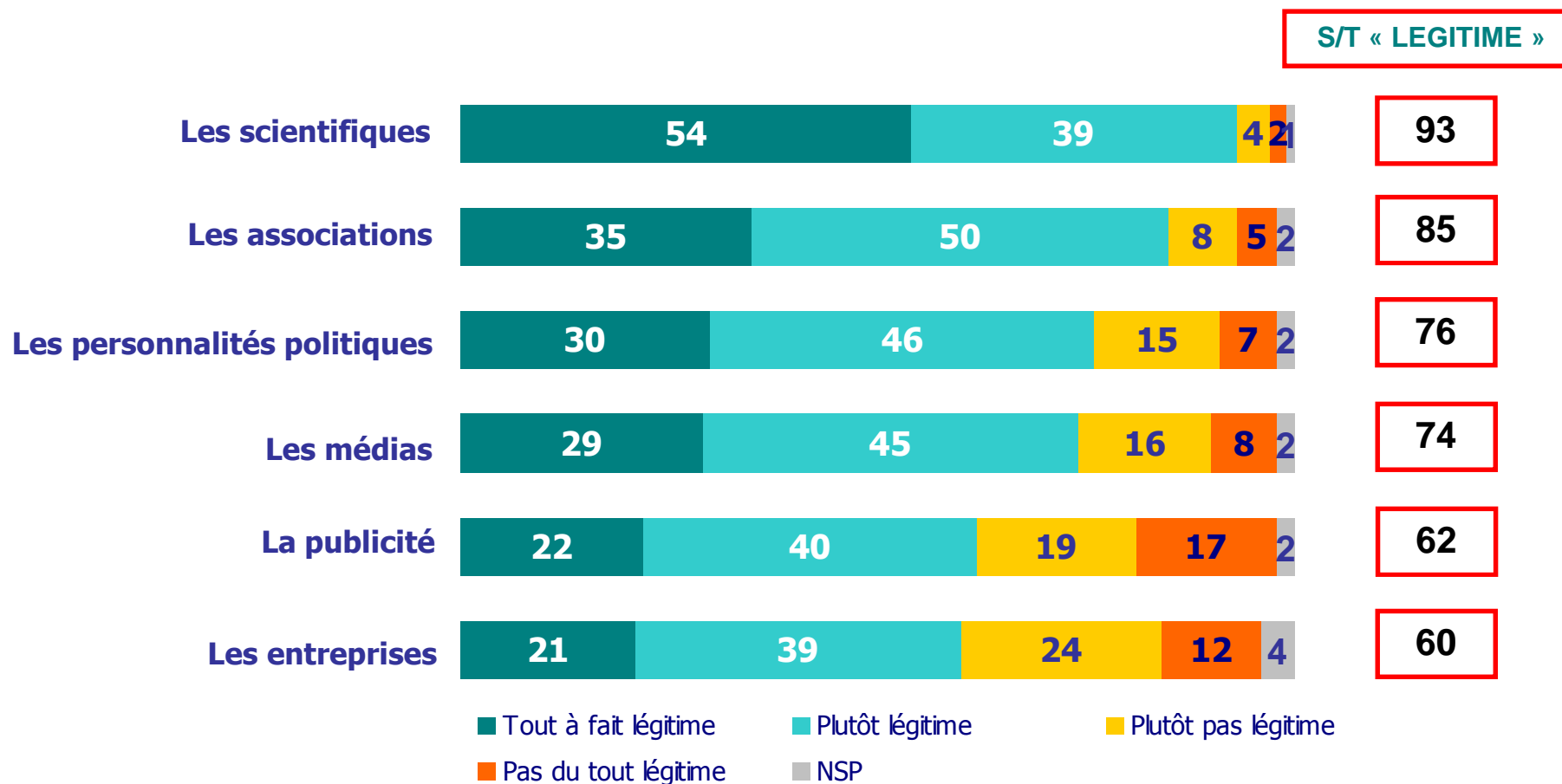


Ipsos Public Affairs

La légitimité des différents acteurs dans le domaine de la protection de l'environnement



Question : Pour chacun des acteurs suivants, dites-moi s'il vous paraît tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout légitime pour parler d'écologie et de protection de l'environnement :



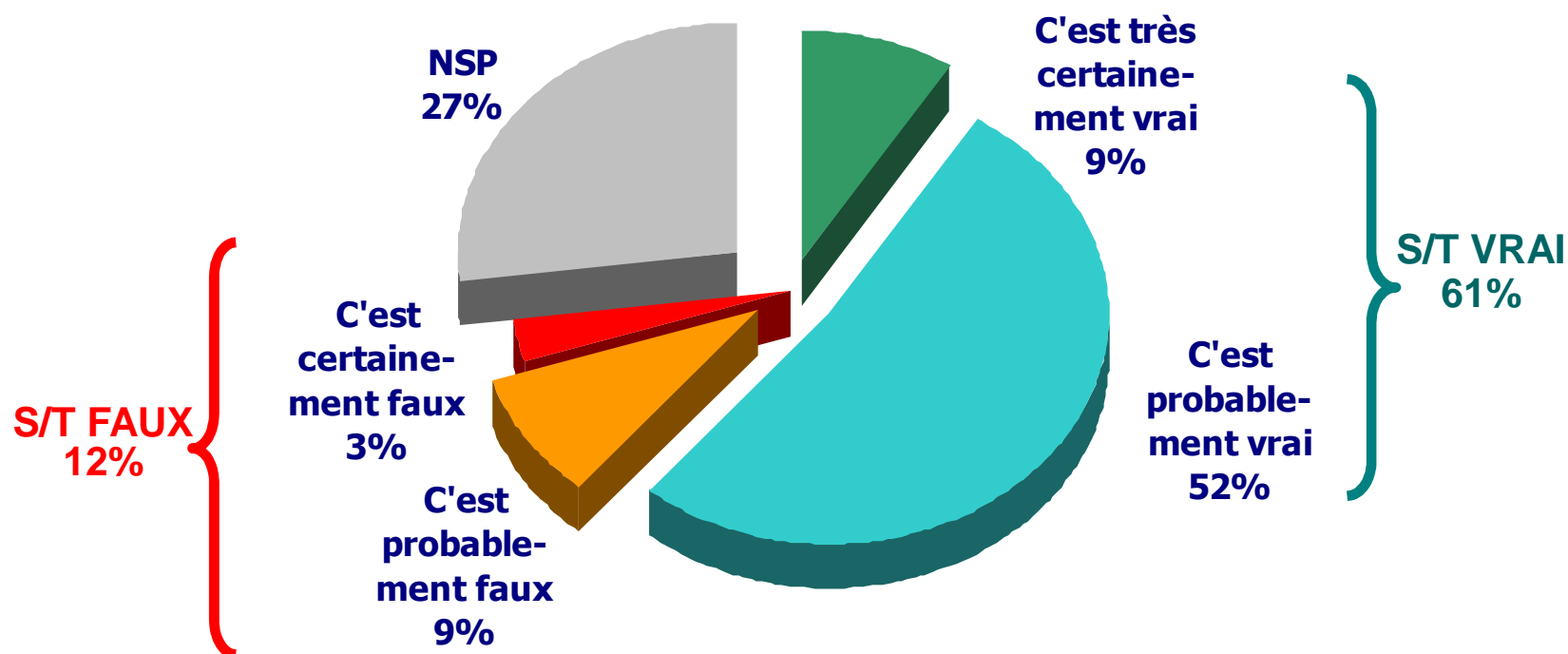


Ipsos Public Affairs

La crédibilité accordée à la publicité pour présenter des produits véritablement respectueux de l'environnement



Question : Lorsque vous voyez une publicité qui présente les avantages écologiques d'un produit ou qui montre qu'il contribue à un plus grand respect de l'environnement par rapport aux autres, le plus souvent vous vous dites... :



■ C'est très certainement vrai ■ C'est probablement vrai ■ C'est probablement faux ■ C'est certainement faux ■ NSP

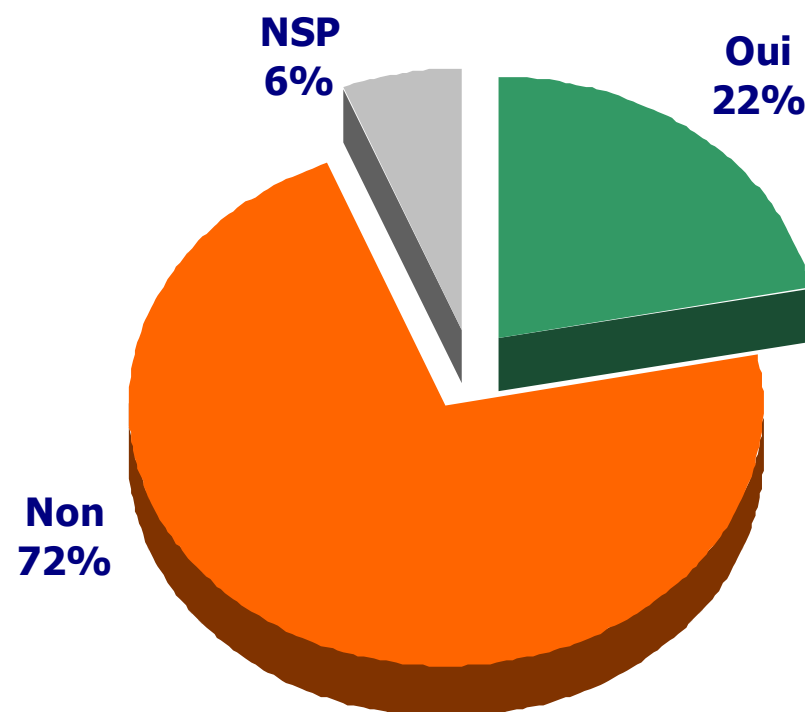


Ipsos Public Affairs

Souvenir de publicités allant à l'encontre de la protection de l'environnement



Question : C'est derniers temps, vous souvenez-vous d'avoir vu ou entendu des publicités dont les images ou les propos vous ont semblé aller à l'encontre de la protection de l'environnement ?



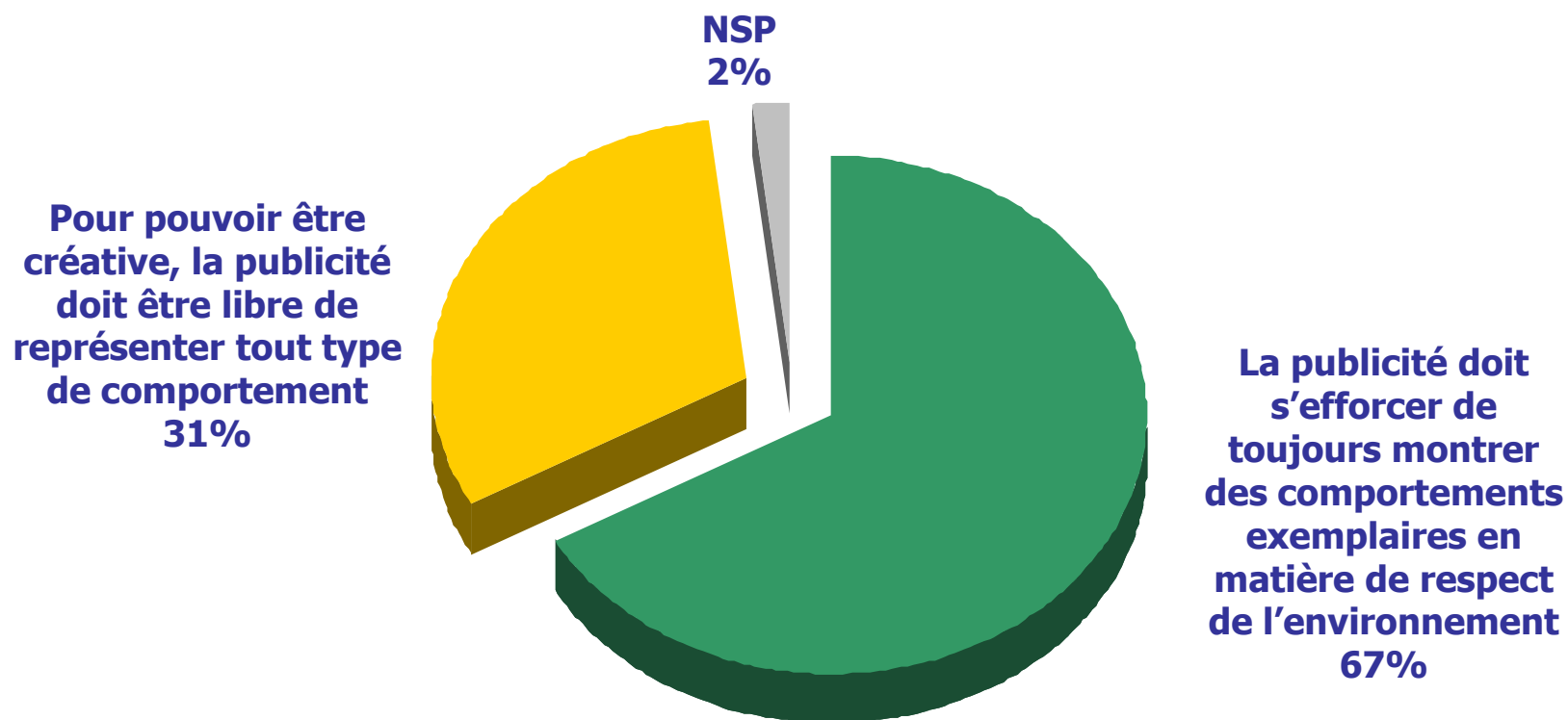


Ipsos Public Affairs

Les attentes vis-à-vis de la publicité en matière de protection de l'environnement



Question : Aujourd'hui, de laquelle des propositions suivantes vous sentez-vous le plus proche ?



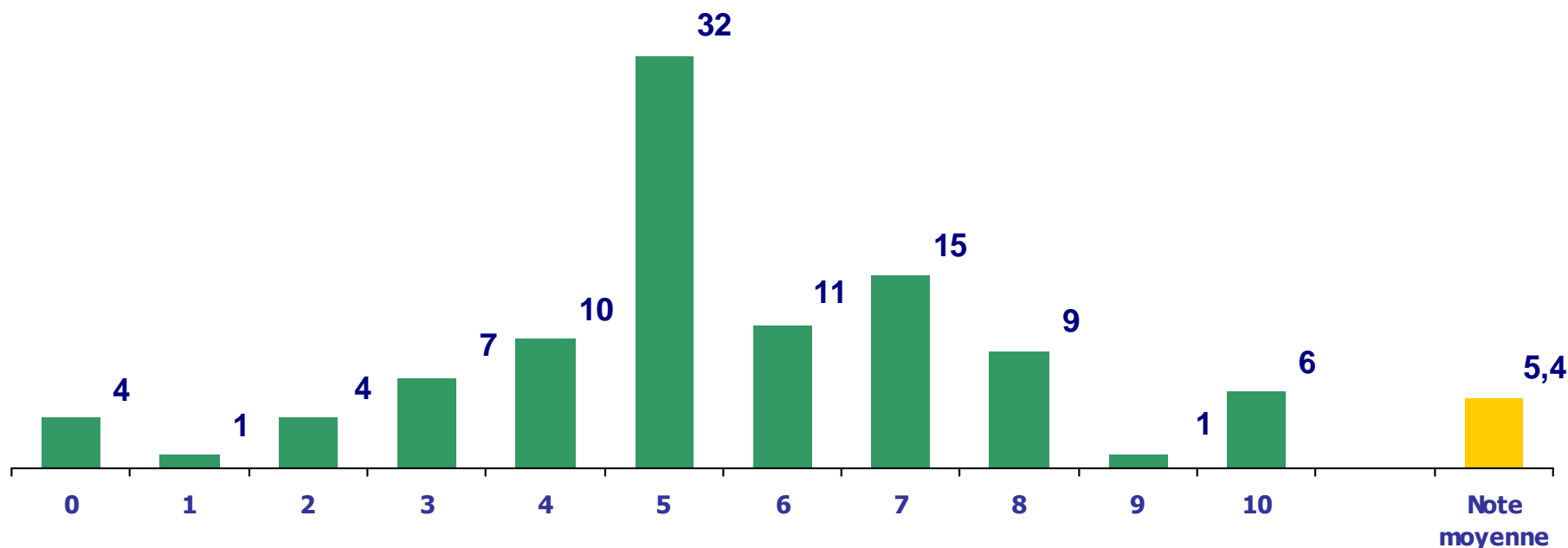


Ipsos Public Affairs

Evaluation de l'investissement actuel de la publicité dans la protection de l'environnement



Question : Si vous deviez donner une note globale à la publicité sur la protection de l'environnement, quelle note comprise entre 0 et 10 donneriez-vous ? 0 voulant dire que vous estimez que la publicité ne fait rien pour pousser les consommateurs à mieux respecter l'environnement et 10 que la publicité fait beaucoup pour pousser les consommateurs à mieux respecter l'environnement. Les notes intermédiaires vous servent à nuancer votre jugement si vous le souhaitez :





Ipsos Public Affairs

Le niveau d'intérêt pour le critère respectueux de l'environnement d'un produit dans une publicité



Question : Pour chacune des informations suivantes que peut donner une publicité, donnez-moi une note en fonction du niveau d'intérêt que vous lui portez. 0 voulant dire que cette information ne vous intéresse pas du tout et 10 voulant dire qu'elle vous intéresse énormément. Les notes intermédiaires vous servent à nuancer votre jugement si vous le souhaitez :

