



25
ans

COMMUNIQUE DE PRESSE

30/01/2017

Protection des consommateurs : les mentions légales doivent évoluer afin d'être retenues par les auditeurs 2/3 des auditeurs privilégient une mention courte à la radio avec renvoi sur un site internet

D'après une étude IFOP, réalisée du 25 août au 2 septembre 2016⁽¹⁾, si les mentions légales sont considérées comme importantes pour 86% des auditeurs et utiles (84 %), **82% des auditeurs n'y prêtent pourtant pas attention.**

Trop de mentions légales nuisent aux mentions légales

Si 50% des auditeurs souhaitent avoir des informations complémentaires par rapport au message publicitaire, l'étude montre que, pour un peu plus de 50% des auditeurs, les mentions légales sont trop nombreuses, et les messages sont souvent dits trop vite.

Près de 2/3 des auditeurs ne mémorisent spontanément aucune mention légale chiffrée annoncée dans un message publicitaire pour une assurance ou une voiture (mensualité, apport, durée du crédit, coût total). Quasiment **aucun auditeur ne mémorise la totalité des mentions légales** chiffrées du message publicitaire.

A contrario, **sur Internet, quasiment tous les auditeurs interrogés mémorisent au moins 3 mentions légales** contenus dans un visuel pour une offre de location longue durée d'une voiture (mensualités, apport, entretien inclus, durée de location).

Concrètement, pour quasiment tous les auditeurs, **un message publicitaire, sans donnée chiffrée avec la référence à un site Internet pour information, est plus facile à comprendre et plus clair.** De fait, quasiment tous les auditeurs considèrent que les mentions légales doivent évoluer et 2/3 des auditeurs privilégient une mention courte avec renvoi sur un site internet.

CONTACT PRESSE

Emilie DELOZANNE - 01 44 70 12 34 / 06 30 60 87 35 - ed@alchimia-communication.fr

Nassim GUESSOUS - 01 44 70 12 34 / 06 59 41 15 26 - nq@alchimia-communication.fr



25
ans

Des mentions légales qui peuvent occuper plus d'un tiers du temps d'un spot !

Les mentions légales doivent tenir compte de la spécificité de chaque média. La plupart des textes imposant un avertissement des consommateurs lors des annonces publicitaires ne font pas de distinctions par rapport au média. La radio se retrouve donc pénalisée car des mentions légales qui peuvent être indiquées en petits caractères en bas d'une affiche, d'une annonce presse, ou en bandeau déroulant dans un spot télévisé, doivent être lues dans un spot radio.

Or, dans un spot de 30 secondes pour le secteur de l'Automobile, de la Téléphonie ou de la Banque /Assurance qui sont les plus concernés avec l'Alimentation, les mentions légales occupent environ 12 secondes, soit plus d'un tiers de la durée du spot.

Ces mentions légales qui portent généralement sur les taux d'intérêt ou des informations chiffrées liées au coût du crédit sont justement les éléments les moins retenus par les auditeurs.

Dans l'intérêt du consommateur, les Indés Radios souhaitent donc que la législation évolue et que les mentions légales soient plus courtes, plus simples et qu'elles renvoient vers le site internet de l'annonceur. Les mentions légales à la radio doivent donc évoluer dans l'intérêt des consommateurs, des annonceurs et des radios.

Les Indés Radios, experts en bonnes idées

www.lesindesradios.fr

CONTACT PRESSE

Emilie DELOZANNE - 01 44 70 12 34 / 06 30 60 87 35 - ed@alchimia-communication.fr

Nassim GUESSOUS – 01 44 70 12 34 / 06 59 41 15 26 – nq@alchimia-communication.fr

lesindesradios.fr



25
ans

Le Groupement Les Indés Radios, fondé il y a 24 ans, est géré par 11 administrateurs et rassemble aujourd'hui 132 radios indépendantes. Il a réalisé en 2016 un chiffre d'affaires de 161,9 millions d'euros. Chaque jour, les radios du Groupement touchent 8 428 000 auditeurs⁽²⁾, ce qui en fait la 1ère audience de France⁽³⁾. Les stations réunies au sein des Indés Radios couvrent 95% de la population française à travers 900 fréquences et sont, avec 2 500 salariés, le 1^{er} employeur privé de la FM. Les stations qui composent Les Indés Radios innovent chaque jour avec des programmes de qualité dont l'information est un élément essentiel, puisqu'elles sont la 1^{ère} rédaction de la FM avec 500 journalistes. Grâce au Groupement, les radios indépendantes ont la possibilité de se développer et de dynamiser les territoires sur lesquels elles diffusent. www.lesindesradios.fr

Sources :

⁽¹⁾ Etude adhoc réalisée en ligne via la sollicitation du panel Bilendi, du 25 août au 2 septembre 2016. Echantillon principal de 1001 auditeurs radio âgés de 18 ans et plus, dont 420 individus âgés de 25-49 ans. Sur-échantillon de 582 auditeurs radio âgés de 25-49 ans, soit un total de 1002 auditeurs radio âgés de 25-49 ans. La représentativité des échantillons interrogés a été assurée par la méthode des quotas, sur la base de données fournies par Les Indés Radios (sexe, âge, CSP, région et agglomération).

Médiamétrie, 126 000 Radio novembre-décembre 2016, Lu/ve, 5h/24h, 13 ans+ :

⁽²⁾ Audience cumulée

⁽³⁾ Les Indés Radios 1ère audience de France : les 132 radios locales régionales et thématiques indépendantes des Indés Radios recueillent ensemble plus d'auditeurs que n'importe quelle radio nationale, sur la base de l'audience cumulée (8 428 000) comparée à chacune des radios nationales (Chérie FM, Europe 1, France Bleu, France Culture, France Info, France Inter, France Musique, Fun Radio, Mouv', MFM Radio, Nostalgie, NRJ, Radio Classique, Radio Nova, RFM, Rire et Chansons, RMC, RTL, RTL2, Skyrock, Virgin Radio).

CONTACT PRESSE

Emilie DELOZANNE - 01 44 70 12 34 / 06 30 60 87 35 - ed@alchimia-communication.fr

Nassim GUESSOUS - 01 44 70 12 34 / 06 59 41 15 26 - nq@alchimia-communication.fr

lesindesradios.fr