

Le courrier adressé :

un canal publicitaire
au cœur de la relation
avec les marques

Les Français sont attachés à leur boîte aux lettres

90%

des Français relèvent
leur boîte aux lettres
au moins 3 fois
par semaine



77%

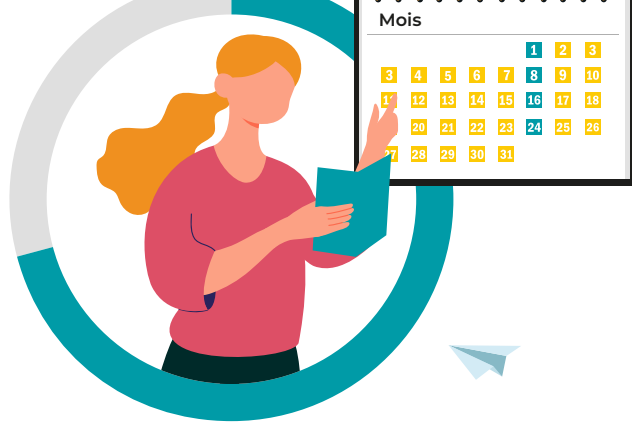
des Français
apprécient
le moment où
ils ouvrent leur
boîte aux lettres

Des courriers lus régulièrement



94%

des Français lisent des courriers
publicitaires adressés,
même de temps en temps



71%

ont lu un courrier
publicitaire adressé
au cours des 8 derniers jours

Un moment privilégié pour communiquer

94%

des courriers publicitaires
adressés **sont lus à domicile**,
principalement dans le salon
ou la salle à manger



42%

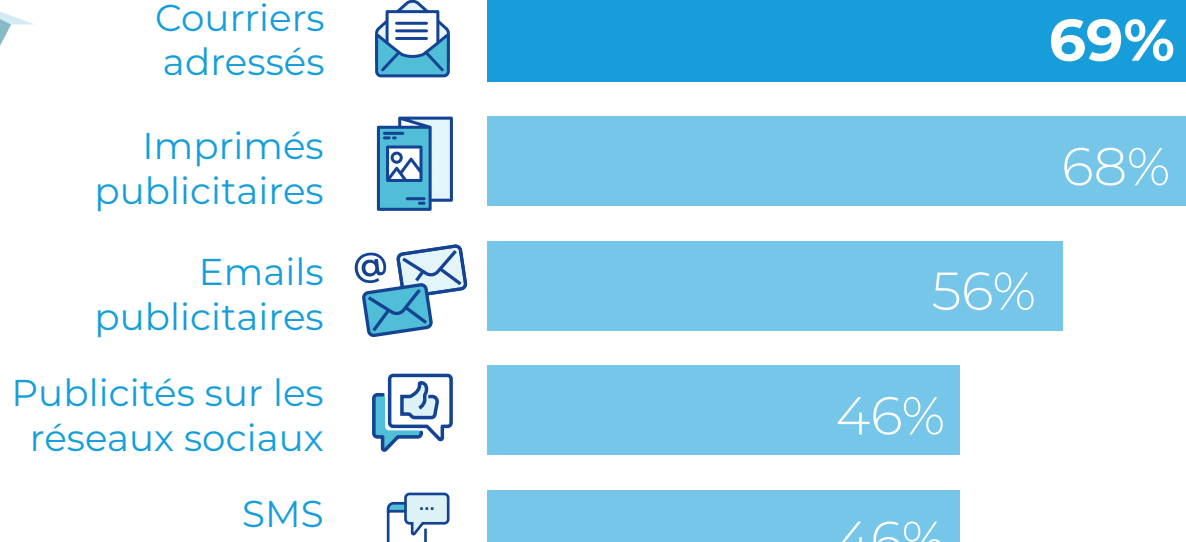
des courriers publicitaires adressés **sont lus
sans réaliser d'autre activité en même temps**,
en pleine conscience

Des lecteurs concentrés

Le courrier publicitaire adressé est le support publicitaire
qui attire le plus l'attention



Durée moyenne de lecture



Le rôle du courrier publicitaire adressé dans le parcours d'achat :

développer son identité de marque
et renforcer la relation client

La découverte du produit

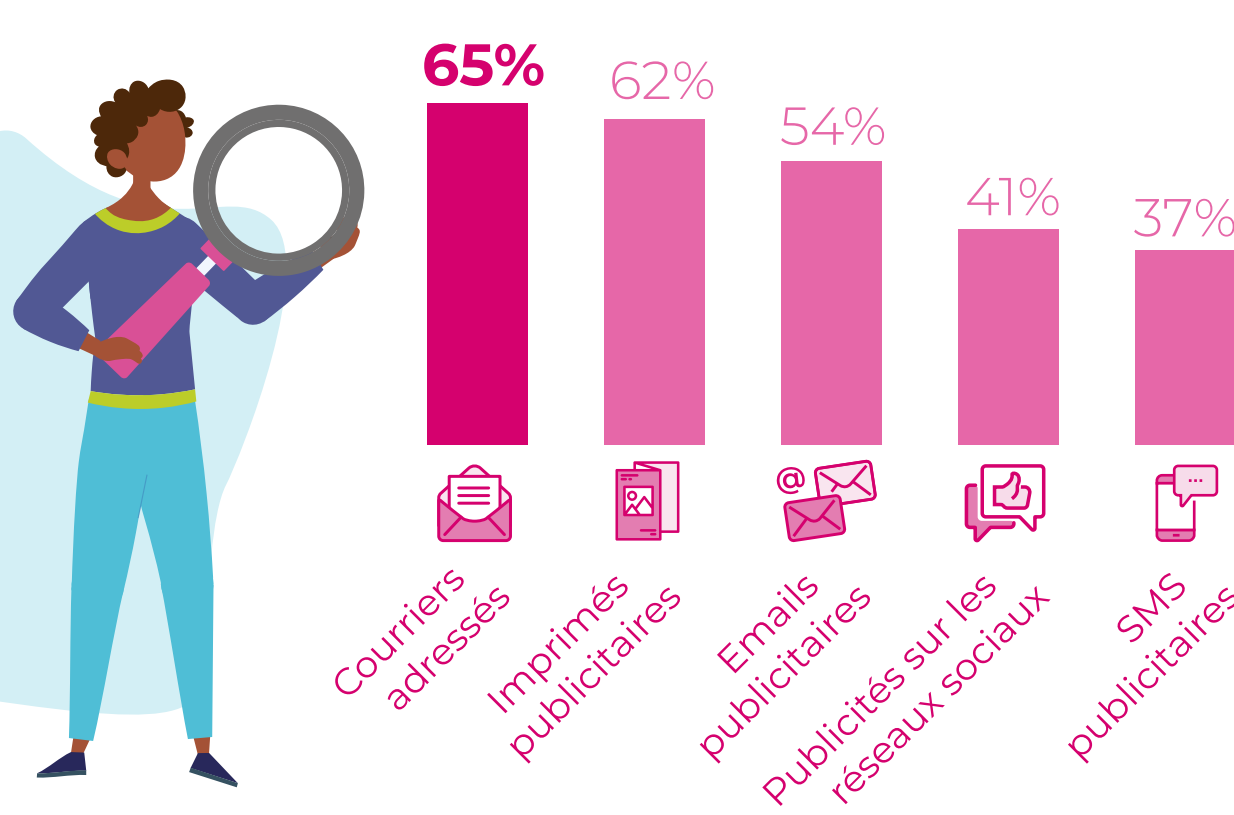
56%

La lecture de ce courrier publicitaire
a permis de découvrir de nouveaux
produits ou services



La recherche d'informations

Les courriers publicitaires adressés
apportent l'information la plus
complète, détaillée



L'achat :

44%

se sont déplacés
dans un magasin
de la marque
ou enseigne
après la lecture
ou en ont
l'intention



Parmi les lecteurs
d'un courrier publicitaire
adressé....

43%

se sont connectés
sur le site Internet
de la marque
ou enseigne
après la lecture
ou en ont
l'intention

La relation avec la marque

Top 3 des supports publicitaires
qui donnent une bonne image de marque :

