Apple s'impose comme l'une des marques préférée des internautes français sur les réseaux sociaux

Si les marques internationales Google et Apple sont plébiscitées en France dans la catégorie High-Tech, 60 % des marques les plus appréciées sont françaises et 40 % sont des marques de luxe françaises

Paris, –19 mai 2016, Apple est la marque la plus appréciée en France comme en Europe, et domine les conversations sur les réseaux sociaux selon la nouvelle étude Brand Love List de NetBase, le leader de l'analyse des médias sociaux. Adorer, meilleur, génial, parfait et fantastique sont les cinq mots, déclinés sous toutes les formes, les plus utilisés par les internautes pour manifester leur appréciation d'Apple. Ainsi, les produits Apple ont reçu 400 000 mentions positives de plus que ceux de Google, en deuxième place, et trois fois plus que Renault, qui se classe troisième. Néanmoins, 15 des 25 premières marques sont des marques françaises dans le domaine de la mode, de l'automobile et des produits de consommation. Dior est la première marque de mode et se classe 4e dans la liste globale.

L'étude de NetBase porte sur les 50 principales marques européennes, telles qu'identifiées par les études de marché au cours de l'année passée et classe les marques les plus appréciées dans les catégories High-Tech, Produits de consommation, Automobile, Produits alimentaires et boissons, Services financiers et Énergie. Les données ont été collectées en Europe sur une période d'un an, d'avril 2015 à mars 2016, au moyen de la plate-forme d'écoute des médias sociaux de NetBase. Elles reposent sur plusieurs millions de contributions admissibles* en anglais et en français. Les conversations relatives aux marques propres à la France ou au Royaume-Uni ont été analysées en anglais et en français, respectivement, afin d'établir deux listes des 25 marques les plus aimées dans ces pays.

suite/…

Paige Leidig, le directeur marketing de NetBase, explique « S'il n'est pas surprenant qu'Apple arrive en tête, l'analyse démontre qu'il s'agit d'une entreprise qui a su générer un degré de passion enviable. Les marques françaises, notamment les marques de luxe telles que Dior, qui sont passées à l'ère numérique ont réalisé des efforts considérables et sont parvenues ainsi à se rapprocher de leurs clients. »

« Comprendre les préférences des clients ne se limite pas à mesurer le volume généré sur les réseaux sociaux et implique la mesure de l'intensité de la passion et du ressenti exprimé dans les contributions. La plupart des achats reposent sur une réponse émotionnelle et notre étude mesure le degré d'appréciation des marques sous toutes les formes, afin d'identifier des préférences mesurables. De plus, elle illustre l'importance des référentiels de données pertinentes et exploitables sur les préférences des clients, qu'il s'agisse de préparer une campagne, de lancer un produit ou plus simplement de comprendre la perception de votre marque par le public cible, » ajoute Paige Leidig.

Principaux enseignements de l'étude :

- Dior est la marque de produits de consommation la plus aimée et arrive n° 4 sur la Love List française. Les entreprises spécialisées dans les produits de consommation, notamment la mode et le luxe, comptent parmi les plus appréciées en France et représentent 37 % des 25 premières marques, toutes catégories confondues. Elles représentent 30 % par rapport à l'intégralité du classement. Outre l'adulation à l'état brut (j'adore) pour Dior, les consommateurs français ont également discuté de la nouvelle ligne estivale : « Bourgeois Cool ». D'autres ont fait des mentions positives de « l'égérie parfaite » de Dior, Rihanna. Les marques françaises de mode/luxe présentent dans la liste incluent également Chanel (n° 10), Hermès (n° 20), Cartier (n° 22) et Louis Vuitton (n° 24).

- L'association d'une marque avec des grandes causes a un impact positif sur son degré d'appréciation
  Près du tiers des marques les plus appréciées en France provient de la catégorie Automobile, ce qui en fait la deuxième catégorie par ordre d'importance avec 31 % dans la Love List de cette année. L'un des sujets de conversation notoires est

suite/…

l'empreinte carbone (#empreinte carbone) qui figure parmi les principaux facteurs de sentiment positif exprimé pour les marques automobiles les plus appréciées.

- Les marques de transport figurent dans la Love List, mais n'exploitent pas suffisamment les conversations à leur avantage
  L'industrie du transport a su se faire apprécier l'année dernière et se classe en 3e position des marques les plus appréciées en France. Les deux marques en tête du secteur du transport sont Air France, en 13e position, et Airbus, en 19e position. Mais avec 4 % seulement du nombre de mentions, il reste encore un long chemin à parcourir pour sensibiliser le public et alimenter la conversation au moyen de campagnes promotionnelles, par exemple.

- Le secteur High-Tech domine la conversation, mais il se concentre sur deux marques seulement : les marques high-tech les plus performantes sont Apple et Google, respectivement à la 1ère et la 2e place. Alors que ces deux marques ne représentent que 8 % du haut du classement, elles ont réuni 34 % de mentions positives par rapport à l'intégralité des réponses. Concernant Google, le nouveau magasin Google Play est particulièrement apprécié, ainsi que Google Animation.

- BNP Paribas est leader de l'appréciation et des conversations grâce à une approche novatrice mobilisant le talent des employés. Les services financiers sont en bas de tableau parmi les 25 marques les plus appréciées, avec une seule marque, BNP Paribas, dans cette partie du classement. BNP Paribas comprend les principaux atouts qui comptent pour les Français – tradition, éducation et culture – et cela se retrouve dans les conversations concernant l'appréciation de la banque. « La Tribu des Agiles » est particulièrement appréciée. Ce projet avait à l'origine comme objectif de motiver le personnel de BNP Paribas, afin d'identifier les talents cachés des employés et de créer un environnement de travail stimulant, véritable trait d'union entre les sphères personnelles et professionnelles. Cette marque s'est également rendue populaire en soutenant le tournoi de Roland Garros, avec les hashtags #SupportTennis et #RolandGarros.

De nombreuses marques internationales et agences publicitaires incluant Coca-Cola, T-Mobile, Edelman et McCann utilisent la technologie de NetBase pour décrypter des millions de messages sur les réseaux sociaux et mesurer le ressenti de leurs clients ou

suite/…

s'en servir comme d'un instrument d'évaluation de campagne marketing et déterminer si cette campagne a eu du succès ou doit être revue.

*les mentions admissibles désignent les contributions qui n'ont pas été auto-publiées par la marque

À propos de NetBase

NetBase est une plateforme d'analyse des médias sociaux reconnue et utilisée par des entreprises d'envergure internationale pour tester leurs marques, développer leur activité et rester à tout moment en phase avec les consommateurs. Elle traite quotidiennement des millions de contributions sur les médias sociaux, afin de réunir des informations exploitables directement à des fins marketing, de recherche, de service clientèle, de vente, de relations publiques et d'innovation de produits. NetBase a été classée dans la catégorie « Enterprise Listening Leader » par le rapport Enterprise Listening Platforms de Forrester pour le 1er trimestre 2016, et est un partenaire privilégié d'American Airlines, Coca-Cola, Edelman, McCann, Ogilvy, T-Mobile, Universal Music Group et Walmart. Pour plus d'informations, voir http://www.netbase.com ou @NetBase. Découvrez l'évolution de votre marque sur les réseaux sociaux en temps réel avec NetBase LIVE Pulse™.