

Aujourd'hui

Trop de mentions légales tue la mention légale!

À la radio, la longueur des mentions légales dans les messages publicitaires conduit à une absence de mémorisation. Le dispositif réglementaire en vigueur éloigne donc les mentions légales de leurs objectifs premiers : l'information et la protection du consommateur.

Ce qu'en pensent les auditeurs en France (*):



82% des auditeurs n'écoutent pas attentivement les mentions légales



Pour **2/3** des auditeurs, aucune mémorisation spontanée pour les mentions légales chiffrées



Pour **54%** les mentions légales sont trop nombreuses



88% pensent que les mentions légales sont destinées à protéger la marque, avant de protéger le consommateur



Pour **51%** les messages sont énoncés trop rapidement



Pour **9** auditeurs sur **10**, les mentions légales doivent évoluer

(*) D'après une étude IFOP réalisée en ligne via la sollicitation du panel Bilendi du 25 août au 2 septembre. Étude adhoc fait sur un échantillon 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). Tests sur les publicités MAAF et BMW avec mention légale et Netto, B&You sans mention légale.

Demain

Faire évoluer les mentions légales pour leur redonner tout leur sens.

Afin que les mentions légales retrouvent leur utilité première, il faut qu'elles redeviennent claires et simples à comprendre pour tous les consommateurs. Forts de ce constat, étayé par l'étude qu'ils ont initiée, Les Indés Radios proposent une nouvelle manière de les communiquer :

Une mention légale plus courte dans les messages publicitaires, avec un renvoi sur le site internet de la marque



51% des auditeurs se disent prêts à visiter le site de la marque pour s'informer



Meilleur taux de mémorisation



2/3 des auditeurs souhaitent une mention courte qui renvoie directement sur un site internet



Plus de temps consacré au message principal du spot



Une écoute plus attentive des mentions courtes



L'objectif de protection du consommateur est atteint

Les Indés Radios s'engagent pour améliorer la radio de demain

plus de **8,4 millions d'auditeurs**^(*)

95 % de la population couverte

132 radios

+ de **200 webradios**

1,9 million de téléchargements
pour l'Appli Les Indés Radios

Une interface ultra-innovante, Le mur du son[©]

161,9 millions de chiffre d'affaires
dont 84,4 M€ de recettes publicitaires nationales

1^{er} employeur

de la FM privée (2 500 salariés)

1^{ère} rédaction

de la FM privée (500 journalistes)



CONTACTS PRESSE

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

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

lesindesradios.fr

(*) Médiamétrie 126 000 Radio novembre-décembre 2016, 13 ans et plus, lundi/vendredi, 5h/24h. Les Indés Radios 1ère audience de France : les 132 radios locales, régionales et thématiques recueillent ensemble une audience cumulée (8 428 000) supérieure à celle de chaque radio nationale (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).