



LA MATRICE
opinion/stratégie/communication



BAROMETRE POSTERNAK / IPSOS

Classement image des grandes entreprises

RESULTATS

Février 2011



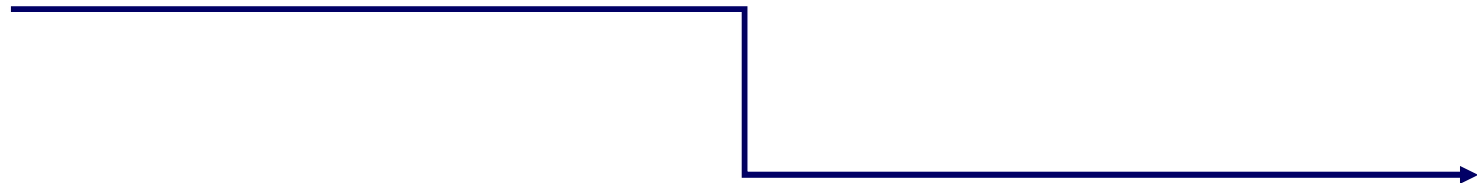
LA MATRICE
opinion/stratégie/communication

METHODOLOGIE

- Un baromètre créé il y a 12 ans.
- Un rythme trimestriel : nous en sommes à la 37^{ème} vague.
- Interrogation d'un échantillon national représentatif de 980 Français âgés de 18 ans et plus.
- Terrain réalisé les 25 et 26 février 2011.
- Une question simple :
*“Je vais vous citer un certain nombre de grandes entreprises.
En fonction de ce que vous avez entendu dire d'elles ces derniers mois, dites-moi si vous en avez une très bonne image, plutôt bonne image, plutôt mauvaise image ou très mauvaise image.”*



LE PALMARES

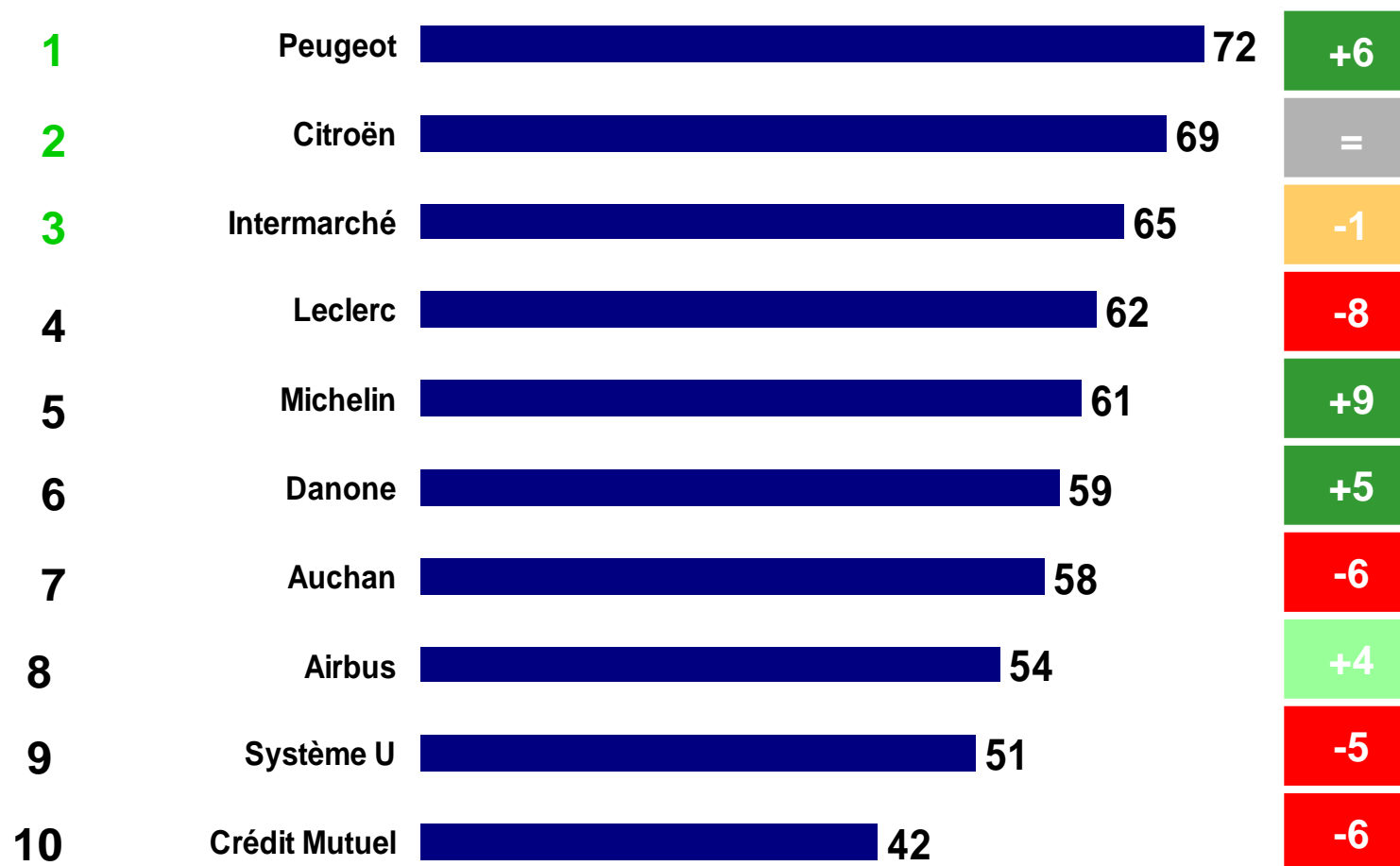




LA MATRICE
opinion/stratégie/communication

LE TOP 10 SUR LA BASE DE L'INDICE D'IMAGE *

Évolution depuis octobre 2010
* % de bonne image - % de mauvaise image



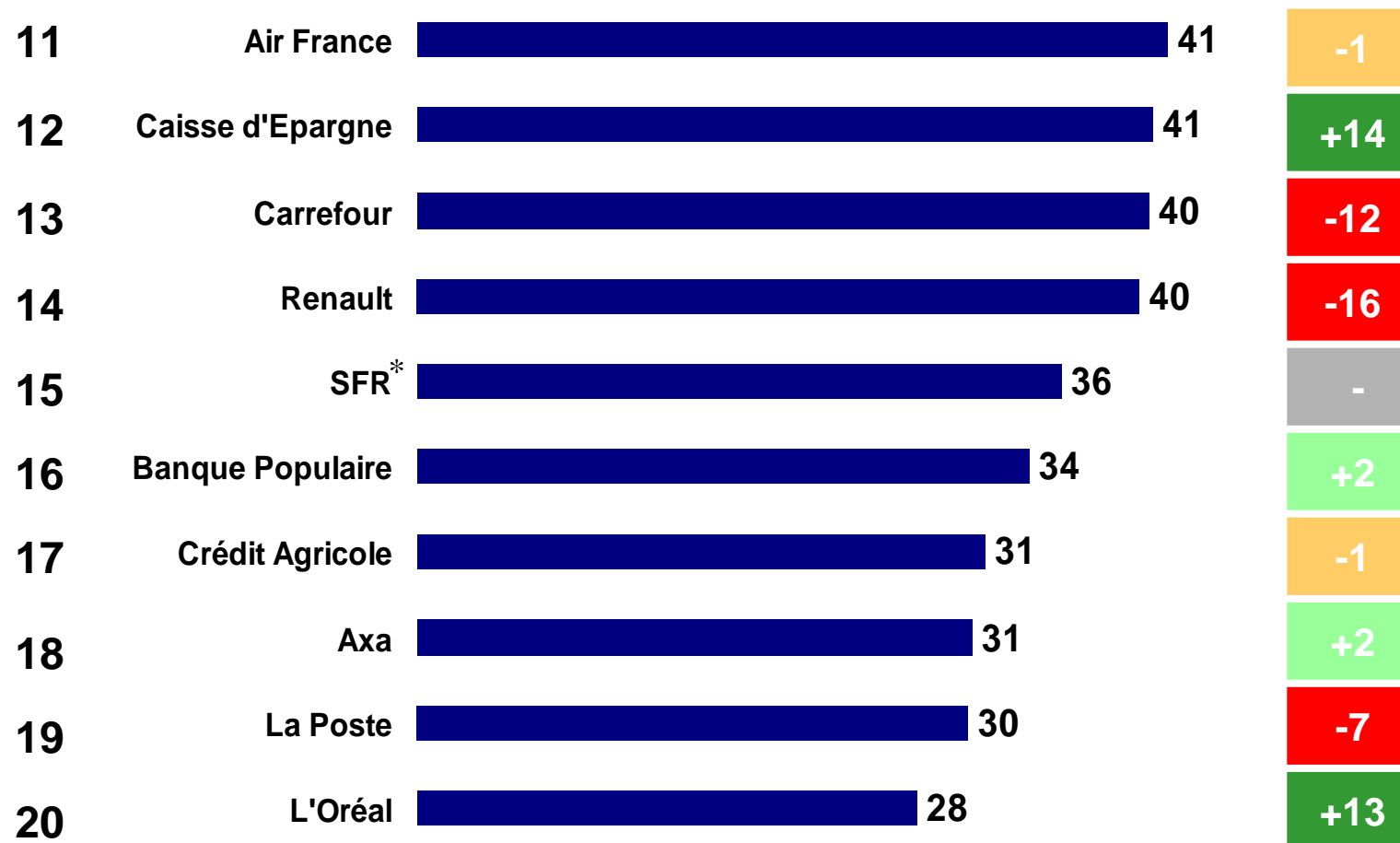


LA MATRICE
opinion/stratégie/communication

LE MILIEU DE TABLEAU SUR LA BASE DE L'INDICE D'IMAGE*

Évolution depuis octobre 2010

* % de bonne image - % de mauvaise image

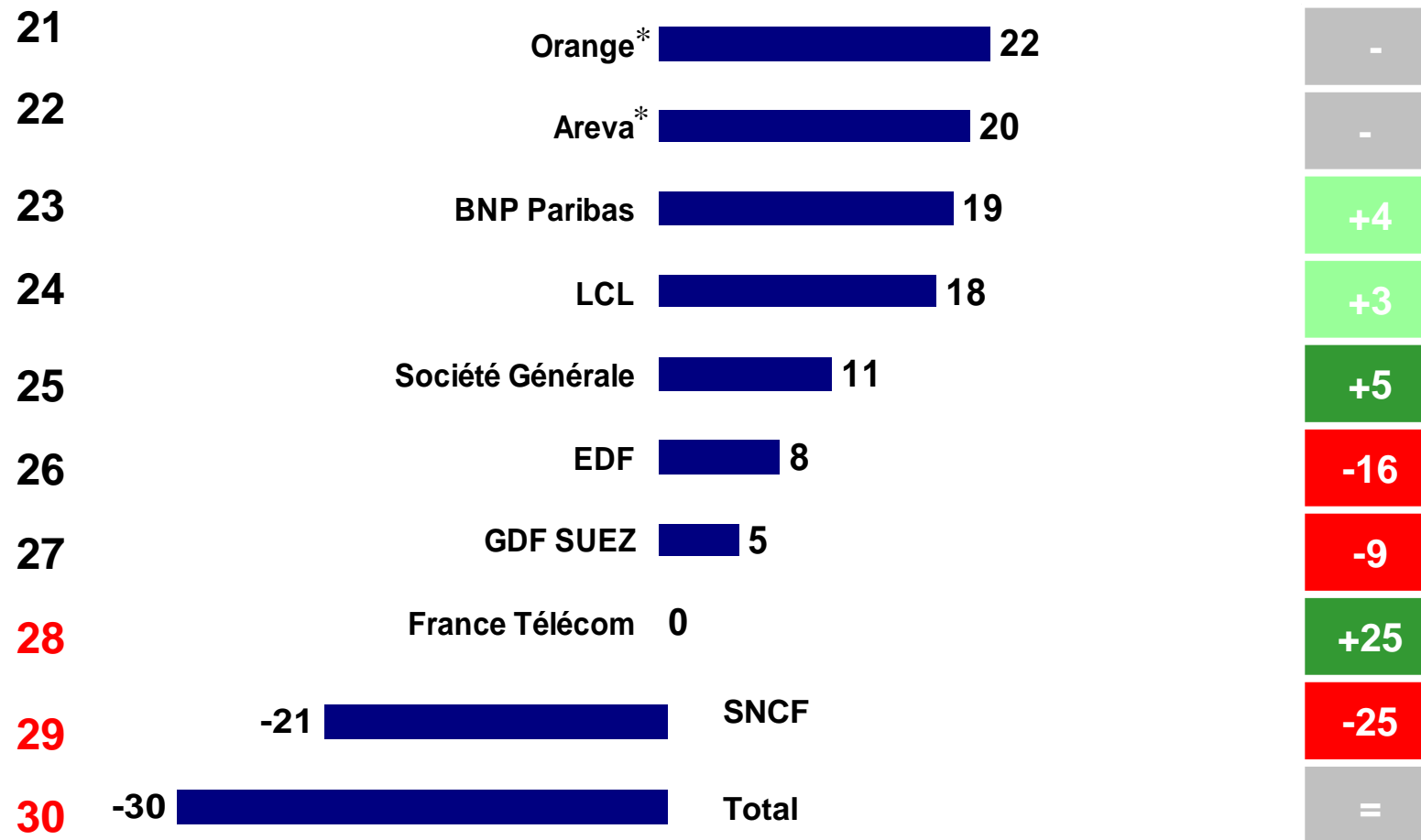


* Entreprise testée pour la 1ère fois dans le baromètre Posternak - Ipsos



LE BAS DU CLASSEMENT SUR LA BASE DE L'INDICE D'IMAGE*

Évolution depuis octobre 2010
* % de bonne image - % de mauvaise image

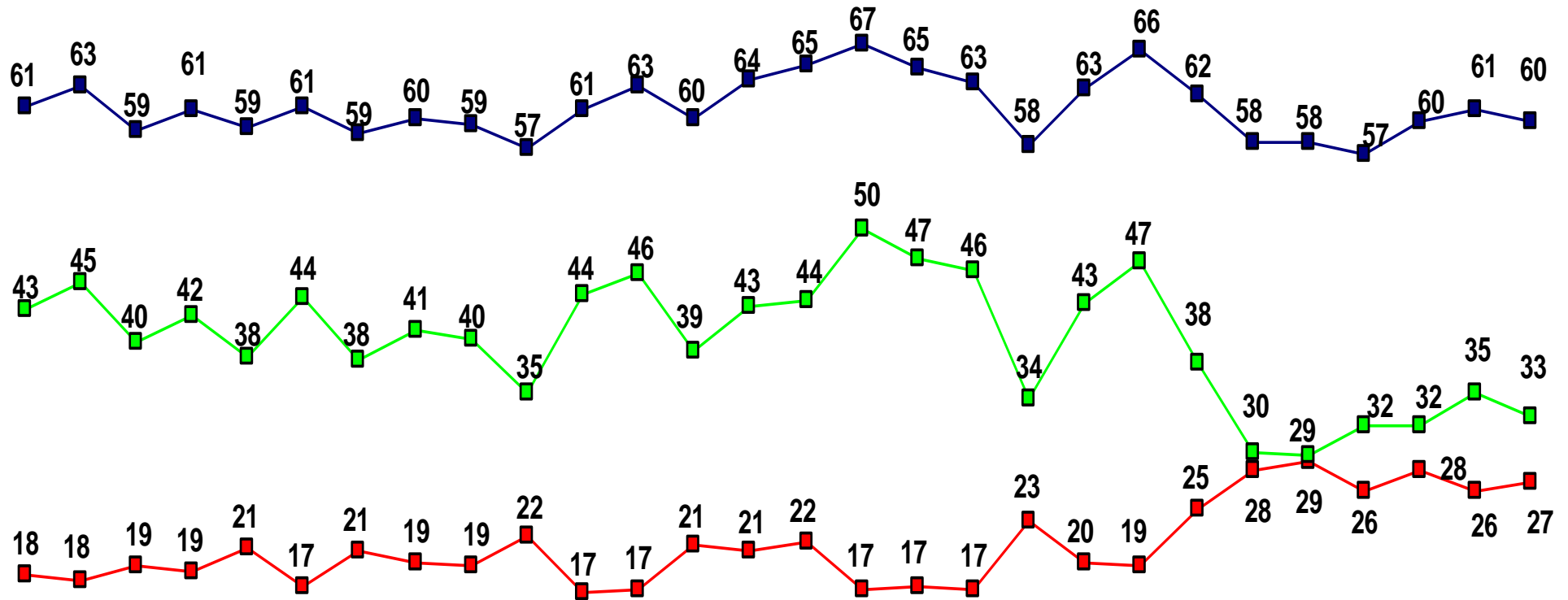


* Entreprise testée pour la 1ère fois dans le baromètre Posternak - Ipsos



L'IMAGE DES GRANDES ENTREPRISES STABILISATION A LA BAISSSE

Moyenne sur les 30 grandes entreprises françaises testées dans le baromètre

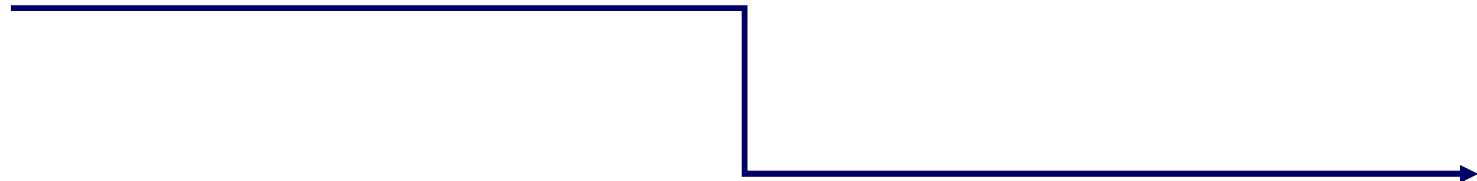


Avr.01 Juin.01Sept.01Nov.01 Fév.02 Mai.02Sept.02Nov.02 Fév.03 Mai.03 Déc.03 Sept.04Fév.05Juin.05Oct.05Mars.06Juil.06Oct.06Avr.07Sept.07Fév.08Sept.08Jan.09 Juin.09Oct.09Mars.10Oct.10Fév.11

■ S-t Bonne image ■ S-t Mauvaise image ■ Indice d'image
- 1 point + 1 point - 2 points



LES TENDANCES SECTORIELLES

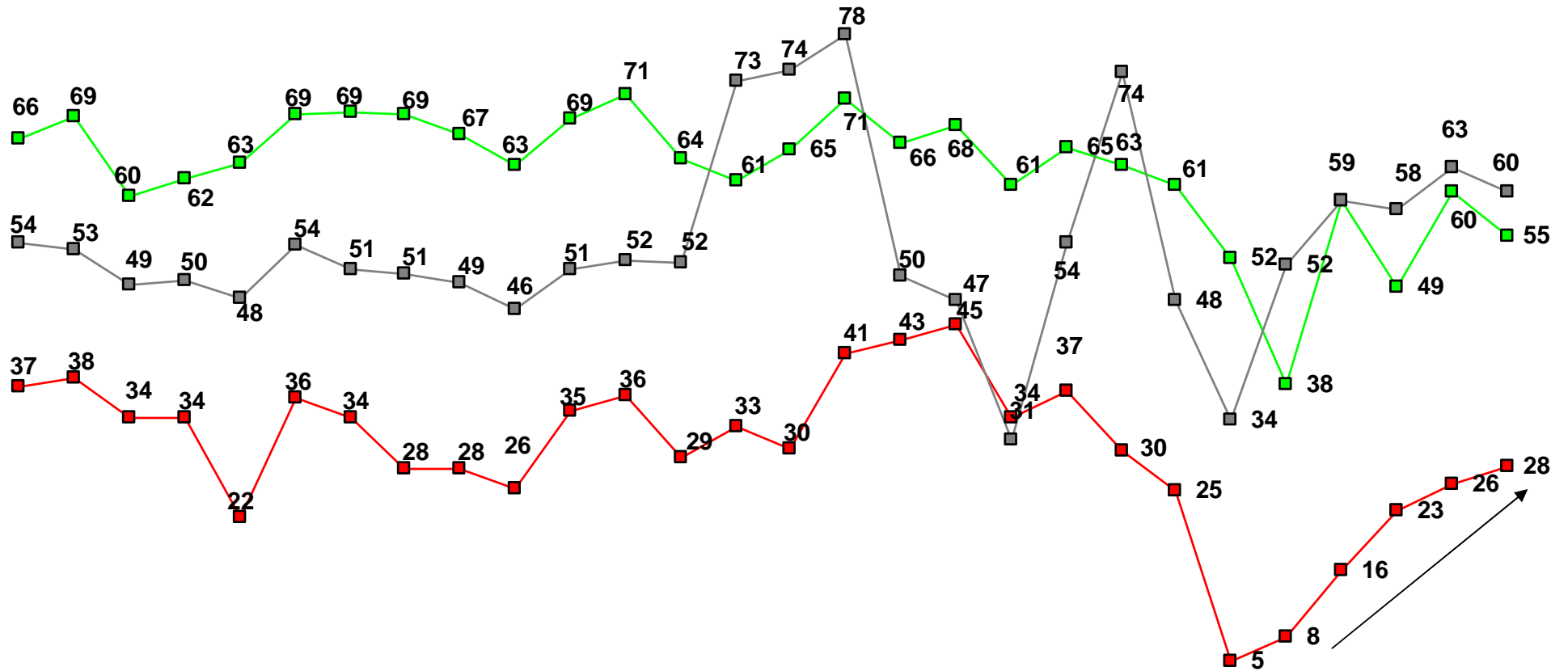




LA MATRICE
opinion/stratégie/communication

L'IMAGE DES GRANDES ENTREPRISES

LA REMONTÉE DE LA BANQUE / ASSURANCE SE CONFIRME



Avr.01 Juin.01Sept.01Nov.01 Fév.02 Mai.02Sept.02Nov.02 Fév.03 Mai.03 Déc.03 Sept.04Fév.05Juin.05Oct.05Mars.06Juil.06Oct.06Avr.07Sept.07Fév.08Sept.08Jan.09 Juin.09Oct.09Mars.10Oct.10Fév.11

■ Automobile
-3 points

■ Banque / Assurance
+2 points

■ Grande distribution
-5 points

Sur la base de
l'indice d'image

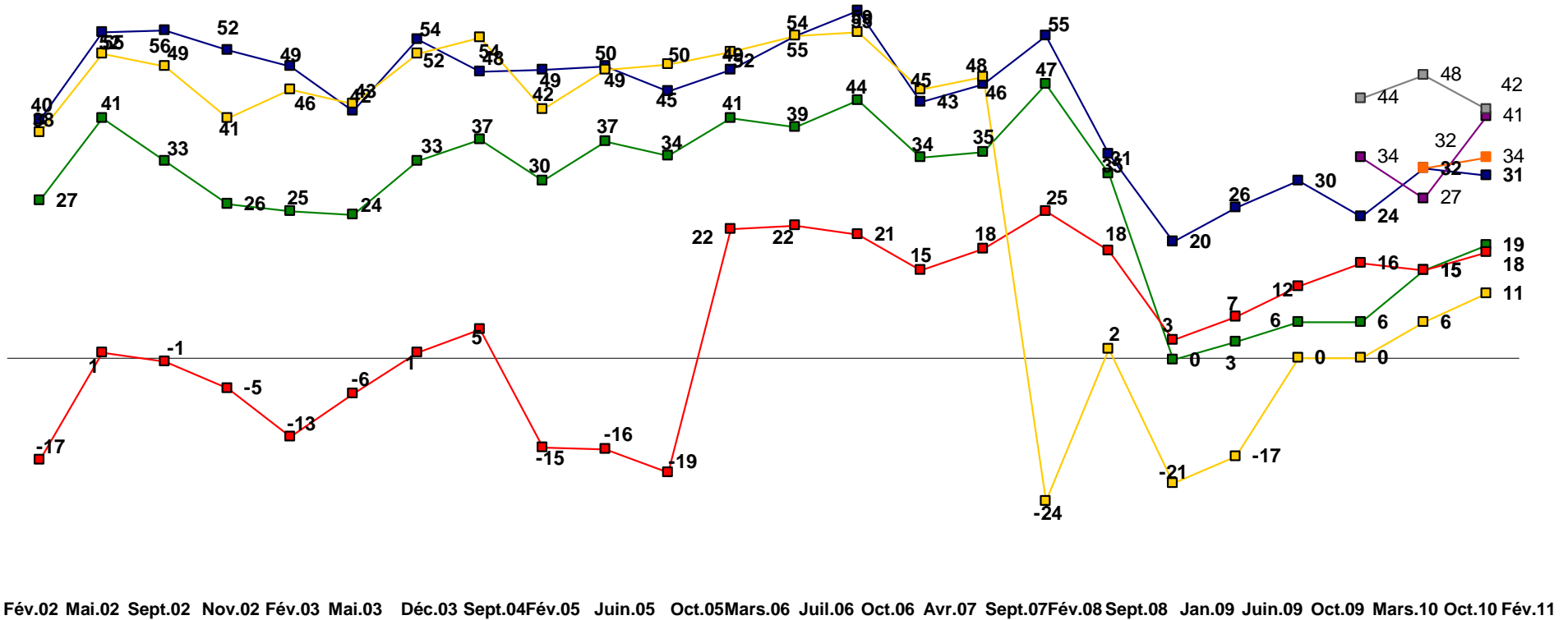
* L'indice d'image correspond à la différence entre le % des interviewés déclarant avoir une bonne image et le % des interviewés déclarant avoir une mauvaise image de l'entreprise.



LA MATRICE
opinion/stratégie/communication

LA BANQUE

LA SEGMENTATION ENTRE BANQUE COOPÉRATIVE ET BANQUE « CLASSIQUE » SE CONFIRME



- Crédit Agricole
 - BNP Paribas
 - LCL
 - Société Générale
 - Caisse d'Epargne
 - Crédit Mutuel
 - Banque Populaire
- 1 point +4 points +3 points +5 points
+14 points -6 points +2 points

Sur la base de l'indice d'image

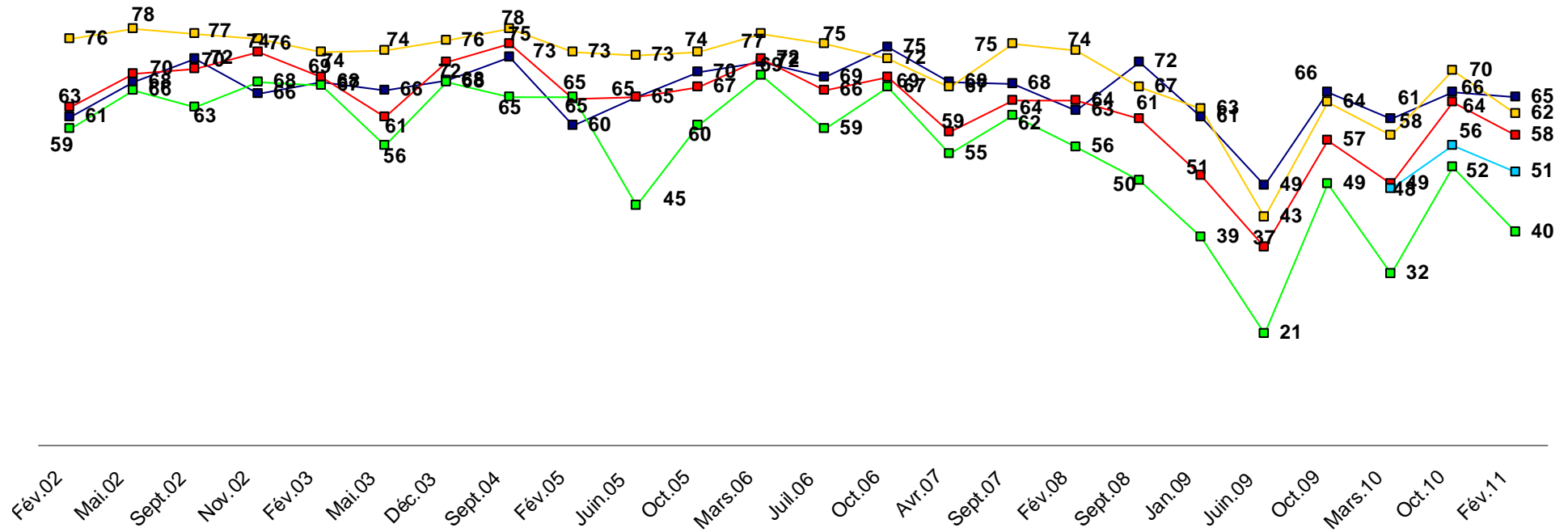
* L'indice d'image correspond à la différence entre le % des interviewés déclarant avoir une bonne image et le % des interviewés déclarant avoir une mauvaise image de l'entreprise.



LA MATRICE
opinion/stratégie/communication

LA GRANDE DISTRIBUTION

UN SECTEUR MOINS TRIOMPHANT, SUR FOND DE PUBLICITE COMPARATIVE ET DE DEVELOPPEMENT DU *HARD DISCOUNT*



■ Intermarché ■ Système U ■ Leclerc ■ Carrefour ■ Auchan
 -1 point -5 points -8 points -12 points -6 points

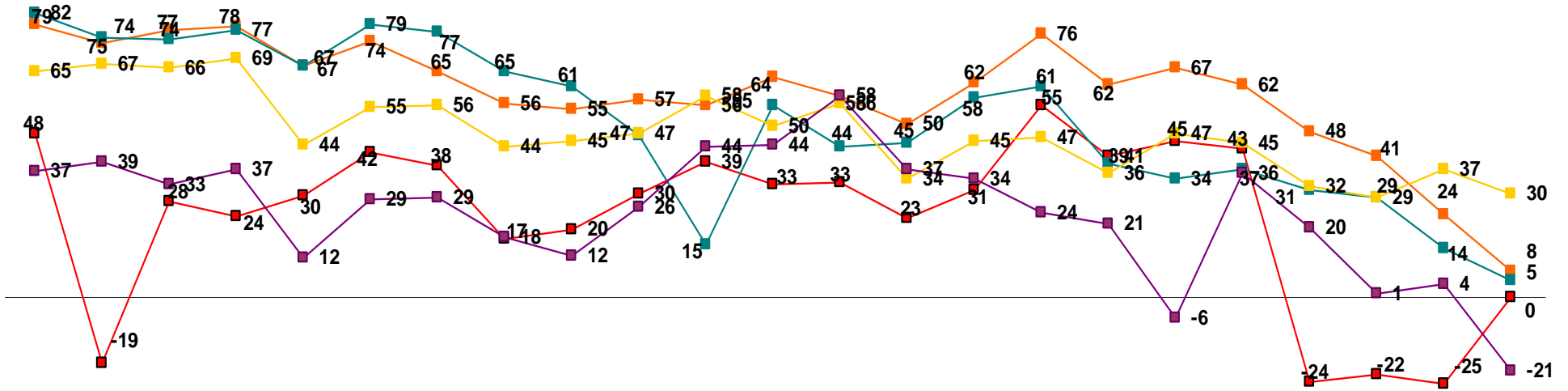
Sur la base de l'indice d'image

* L'indice d'image correspond à la différence entre le % des interviewés déclarant avoir une bonne image et le % des interviewés déclarant avoir une mauvaise image de l'entreprise.



LA MATRICE
opinion/stratégie/communication

LES SERVICES PUBLICS UN SECTEUR QUI TIRE L'INDICE GÉNÉRAL VERS LE BAS



Mai.02 Sept.02 Nov.02 Fév.03 Mai.03 Déc.03 Sept.04 Fév.05 Juin.05 Oct.05 Mars.06 Juil.06 Oct.06 Avr.07 Sept.07 Fév.08 Sept.08 Jan.09 Juin.09 Oct.09 Mars.10 Oct.10 Fév.11



Sur la base de l'indice d'image

* L'indice d'image correspond à la différence entre le % des interviewés déclarant avoir une bonne image et le % des interviewés déclarant avoir une mauvaise image de l'entreprise.



L'ORÉAL

L'ORÉAL

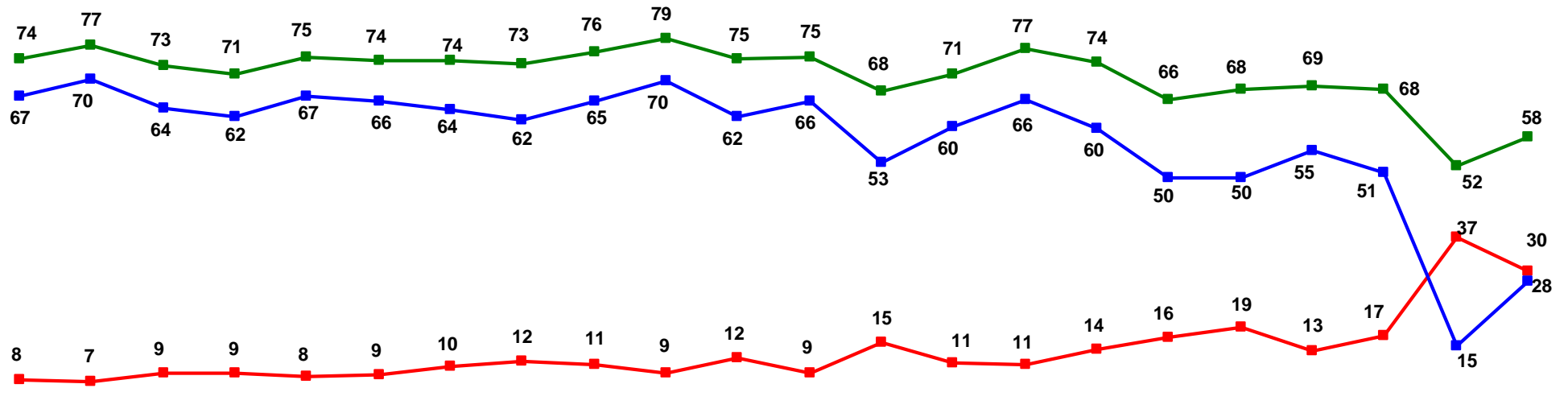




LA MATRICE
opinion/stratégie/communication

L'OREAL

SI « L'AFFAIRE BETTENCOURT » A EU UN IMPACT IMPORTANT SUR L'IMAGE DE L'OREAL; IL SEMBLE TOUTEFOIS S'ESTOMPER



Mai.02 Sept.02 Nov.02 Fév.03 Mai.03 Déc.03 Sept.04 Fév.05 Juin.05 Oct.05 Mars.06 Juil.06 Oct.06 Avr.07 Sept.07 Fév.08 Sept.08 Jan.09 Juin.09 Oct.09 Mars.10 Oct.10 Fév.11

■ **Bonne opinion**
+6 points

■ **Mauvaise opinion**
-7 points

■ **Indice d'image**
+13 points