

Les marques des Français... et

Ce sondage exceptionnel traduit les changements profonds de notre économie. Être utile, voilà le secret des marques aimées.

Cest le triomphe de la nouvelle économie ! Dans ce sondage exclusif Capital-BVA-Leo Burnett, les champions de l'Internet occupent les meilleures places. Google, bien sûr, numéro 1 hors catégorie de ce palmarès portant sur une sélection de 101 marques grand public. Mais aussi Amazon (5^e), YouTube (11^e) ou le français Vente-privée (12^e). Des icônes comme Coca-Cola ou Nestlé sont désormais reléguées au 20^e rang du classement général. Pour aboutir à ce résultat, nos sondeurs ont mesuré la force du discours des marques, leur capacité à faire de leurs clients des prescripteurs (ils la recommandent aux amis) et leur aptitude à changer la vie des gens. Sur ce dernier critère, les géants du Web font la différence. «Internet et l'e-commerce ont redonné le pouvoir au consommateur», analyse Michel Perret, DG en charge du planning stratégique chez Leo Burnett.

Parmi les résultats de notre classement, présenté par univers d'activité, on soulignera un trait bien français, la méfiance envers les puissants et ceux que l'on soupçonne d'être trop avides. Ainsi les banques et les assurances, qui investissent pourtant beaucoup en communication, n'arrivent pas à se défaire de leur mauvaise réputation. Dans cet univers, seules les mutualistes, comme le Crédit mutuel, la Maaf ou MMA, échappent au soupçon. Même si ces deux dernières ne sont pas totalement à but non lucratif. **Jean Botella** ●

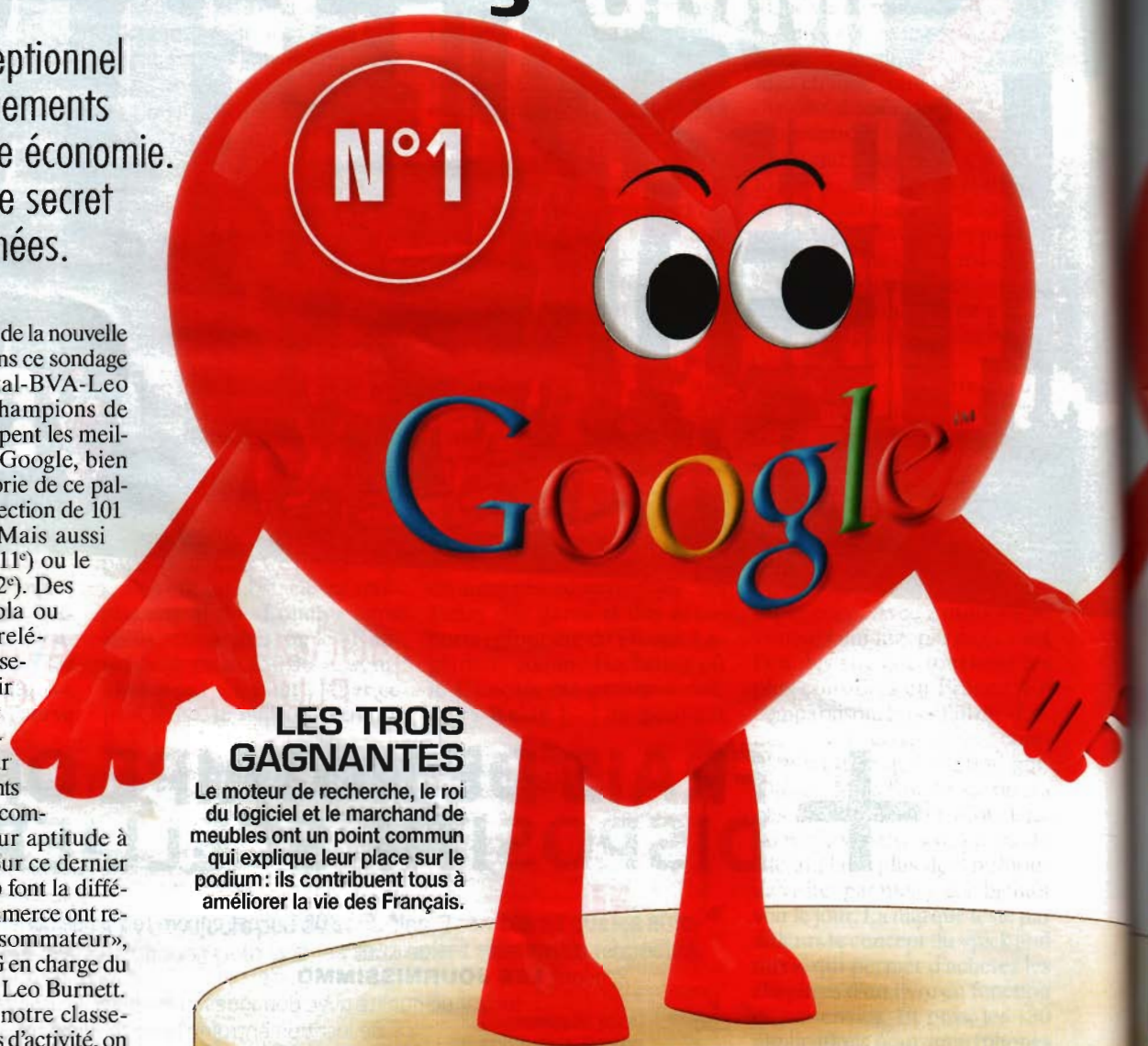
LES TROIS GAGNANTES

Le moteur de recherche, le roi du logiciel et le marchand de meubles ont un point commun qui explique leur place sur le podium : ils contribuent tous à améliorer la vie des Français.

Comment a été établi ce classement

Ce sondage Leo Burnett-BVA, réalisé sur Internet du 6 au 16 mai 2011, repose sur un échantillon représentatif de la population française de 15 ans et plus, constitué sur des critères d'âge, de sexe, de CSP du chef de famille et de région. 4 179 personnes ont été interrogées sur une sélection de 101 marques, soit 800 à 900 observations pour chacune

d'elles. La note, sur 200, a été déterminée en fonction de réponses à 11 questions regroupées en trois thèmes : «discours» («c'est une marque qui fait beaucoup parler d'elle»), «mobilisation» («pourriez-vous conseiller les marques ou enseignes suivantes à vos proches ?») et «action» («c'est une marque qui change ma vie»).



PHOTOS : SHUTTERSTOCK, FR - INFOGRAPHIE CAPITAL

préférées les moins aimées

SONDAGE EXCLUSIF
CAPITAL-BVA-LEO BURNETT



Google, avec 146 points, est loin devant les

BANQUES ET ASSURANCES / Les enseignes mutualistes

La perte de confiance envers les institutions financières est profonde. En témoignent les notes, toutes inférieures à 100. Mais elle frappe plus les banques capitalistes que les mutualistes. Comme le Crédit mutuel ou MMA, ces dernières ont dynamisé

leur image par des publicités décalées («mon conseiller n'est pas commissionné», «zéro blabla, zéro tracas»). La réputation des sociétés de crédit reste toujours aussi mauvaise. Cetelem s'en sort un peu mieux que les autres, sauvé par Crédito, son bonhomme vert.

Rang	Marque	Note*	Rang	Marque	Note*	Rang	Marque	Note*
1.		97	8.	Macif	88	18.	Société générale	79
2.		94	9.	Allianz	85	19.	Banques populaires	79
3.		90	10.	La Banque postale	85	20.	BNP Paribas	78
4.	Crédit mutuel	89	11.	GMF Assurances	85	21.	Fortuneo	77
5.	Crédit agricole	89	12.	Caisse d'épargne	84	22.	AG2R	74
6.	Matmut	89	13.	ING Direct	82	23.	LCL	73
7.	Groupama	89	14.	Boursorama	82	24.	Cetelem	64
			15.	CIC	81	25.	Cofidis	52
			16.	Axa	81	26.	Sofinco	51
			17.	BforBank	80	27.	Mediatis	47



TÉLÉCOMS, HIGH-TECH / Free premier français, Microsoft toujours vigoureux

Rang	Marque	Note*	Rang	Marque	Note*
1.	Microsoft	130	6.	Free	103
2.		123	7.	SFR	101
3.		121	8.	Bouygues Telecom	96
4.	Sony	121	9.	Orange	96
5.	BlackBerry	109	10.	Virgin Mobile	89
			11.	Universal Mobile	83
			12.	M6 Mobile	81
			13.	France Télécom	80

Surprise, Microsoft devance Apple dans le cœur des Français. Porté par le succès de Kinect et le rachat de Skype, le géant de Seattle joue encore un rôle essentiel dans leur vie quotidienne. On s'étonnera aussi de voir Samsung égaler Sony. Côté

français, Free réalise un joli coup. Avant même d'avoir lancé son service de téléphonie mobile, prévu en 2012, il coiffe ses concurrents au poteau. Le thème du «petit» contre les «gros», Orange et SFR, qu'il a une nouvelle fois entonné, inspire la sympathie.

MÉDIAS / Internet supplante

Avec une note de 105 sur 200, la chaîne cryptée confirme sa bonne image.

LE GRAND JOURNAL

LA SUITE

* Note sur 200. La meilleure revient à Google (146), la pire à Mediatis (47). En cas d'égalité, les marques ont été départagées par les décimales.

marques qui font le quotidien de la ménagère

échappent au lynchage



La banque dirigée par Jean-Paul Chifflet obtient un score tout juste honorable.

la télé, M6 dépasse France 2



Rang	Marque	Note*
1	Google	146
2	You Tube	119
3	M6	105
4	Canal Plus	105
5	MSN	103
6	Facebook	103
7	France 2	100
8	Dailymotion	98
9	TF1	91

Les marques d'Internet détrônent haut la main celles de la télévision, enregistrant en particulier un triomphe auprès des 15-24 ans. Google (premier au classement général), YouTube ou Facebook suscitent l'admiration notamment pour leur sens de la communication et leur capacité à changer la vie des utilisateurs. Côté télé, M6, l'expetite chaîne qui monte, passe pour la première fois devant France 2. La marque est plus forte auprès des jeunes et jugée plus sympa que le rouleau compresseur TF1, plombé par une «pénalité au leadership», selon les termes de Michel Perret, de Leo Burnett. En France, on préfère les Poulidor.

ALIMENTATION Danone au top, McDo et KFC ratent la moyenne

Rang	Marque	Note*
1	evian	123
2	NESPRESSO	120
3	DANONE	115
4	Lindt	114
5	Coca-Cola	112
6	Nestlé	112
7	Nutella	109
8	LU	109
9	Yoplait	109
10	Tropicana	107
11	Kellogg's	105
12	McDonald's	99
13	KFC	84

Carton plein pour Evian (lire aussi page 36), que 87% des Français sont prêts à recommander, tandis que 68% d'entre eux estiment que la marque «fait ce qu'elle dit»: offrir la jeunesse. Cela réjouira Danone, étonnant troisième, alors que, de plus en plus marque ombrelle, il apparaît moins sur les produits. Nespresso – et son ambassadeur, George Clooney – talonne Evian de peu. La pub fait toujours recette et, surtout, le concept de dosettes est salué car il «change la vie». La communication de McDonald's aussi est, selon notre sondage, appréciée. Mais comme le prouve l'avant-dernière place du roi du hamburger, bien communiquer ne suffit pas pour se faire aimer. Les 15-24 ans, entre autres, lui préfèrent Coca-Cola ou Nutella. ➤



Belle performance de Nespresso, deuxième de sa catégorie, noté 120 sur 200.

PHOTOS: REA, PANORAMIC

Les françaises défendent encore bien leur rang

► **DISTRIBUTION** Un match de plus en plus serré entre les grandes surfaces et les champions du e-commerce

Rang	Marque	Note*
1.		129
2.		126
3.		124
4.	Vente-privee.com	119
5.	Leclerc	115
6.	Leroy Merlin	113
7.	eBay	112
8.	Castorama	109
9.	Carrefour	109
10.	Auchan	108
11.	Picard	106
12.	Darty	104
13.	Système U	102
14.	La Redoute	101
15.	Intermarché	99
16.	3 Suisses	98
17.	Conforama	95
18.	Lidl	94
19.	Galeries Lafayette	94
20.	But	87
21.	Casino	87
22.	Monoprix	83
23.	Leader Price	80
24.	Franprix	70

Cote d'amour au top pour Ikea. Design, qualité, prix : la marque cartonne. Loin devant Conforama, qui n'obtient pas la moyenne (95 sur 200). La surprise ? Vente-privee.com. Testée pour la première fois, l'enseigne arrive quatrième grâce à sa promesse d'offrir de

bonnes affaires en exclusivité. La famille Mulliez place trois de ses enseignes (Auchan, Décathlon, Leroy Merlin) dans le top 10. Dans le hard discount, Lidl, avec un assortiment élargi, creuse l'écart avec Franprix et Leader Price, au positionnement plus flou, notés 70 et 80 seulement.



L'attrait de la marque Leclerc, défendue par Michel-Edouard, ne se dément pas.

OLIVIER ROUX POUR CAPITAL

AUTOMOBILE Superbe percée de Peugeot, triomphe d'Audi

Audi est plus que jamais la pépite du groupe Volkswagen. Les sondés recommandent la marque aux anneaux avant Mercedes, parce qu'ils estiment qu'elle remplit sa mission en termes d'innovation et de qualité. Surprise, Peugeot profite de sa montée en gamme et de ses derniers lancements. Renault ? En attendant les véhicules électriques, qui pourraient modifier son image, le constructeur paie la banalité de sa gamme. Et la récente fausse affaire d'espionnage n'a rien arrangé.

Rang	Marque	Note*
1		117
2		112
3		111
4	Mercedes-Benz	110
5	Volkswagen	109
6	Citroën	107
7	Toyota	101
8	Renault	100

ÉNERGIE, TRANSPORTS La cote des services publics faiblit

Les grands noms de ce secteur arrivent loin dans le classement général, après la soixantième place, avec des notes toutes inférieures à la moyenne de 100. Cette image négative n'a rien à voir avec le statut, public ou privé : EDF fait 13 points de mieux que GDF Suez. Autre mal-aimé, le pétrolier Total : la flambée des prix à la pompe et ses profits de 12 milliards d'euros pèsent lourd. Dans les transports, la SNCF, notée 93, paie pour ses retards et ses soucis de qualité. L'effet TGV ne joue plus.

Rang	Marque	Note*
1		93
2		93
3		93
4	GDF Suez	80
5	Veolia	78
6	RATP	76
7	Total	59

* Note sur 200. La meilleure revient à Google (146), la pire à Mediatris (47). En cas d'égalité, les marques sont départagées par les décimales.