


TOP 20 des Marques Positives en 2015

(Base : connaisseurs + acheteurs de la marque)

Score global de positivité sur 100 (Synthèse de 18 scores)

1		62,32	11		51,03
2		56,55	12		50,89
3		56,26	13		50,05
4		54,80	14		49,81
5		54,16	15		49,77
6		54,14	16		48,97
7		53,65	17		48,79
8		53,03	18		48,45
9		52,77	19		48,36
10		51,53	20		48,25

L'observatoire des Marques Positives ® 1^{ère} Edition en chiffres

// 12.543 Français* âgés de 18 à 75 ans, ont été interrogés
entre le 12 et le 29 octobre 2015



**représentatifs de la population française en termes de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de localisation (régions UDA, degré d'urbanisation) et de composition du foyer*



// 600 marques évaluées **par les connaisseurs** (acheteurs ou simples connaisseurs de la marque)

// Marques sélectionnées : taux de notoriété assistée >20%

Secteurs suivis : alimentaire, boissons, restauration, cosmétique, distribution, électronique, digital, tourisms, transports, banque-assurance, ... (liste page suivante)

// Evaluation de chaque marque sur 27 scores de positivité (18 scores principaux et 9 scores agrégés) et 1 score de « désirabilité » = 93 000 évaluations de marques et 2,6 millions de scores accessibles par profil de répondants

// Un dispositif d'enquête **prêt au ré-emploi** sur la mise en place d'études ad hoc (études par groupe de 10 marques)

La positivité d'une marque peut être appréhendée à travers 3 finalités humanistes

Bien-être des consommateurs : bien-être physique, bien-être mental, santé, nutrition, bonheur, plaisir, confort, image de soi, éducation, prévention, etc.

Lien social – Cohésion sociale (la relation entre les gens) : solidarité, citoyenneté, lien intergénérationnel, lutte contre l'exclusion et la pauvreté, handicap, diversité, soutien aux activités culturelles et sportives, soutien à l'économie et aux communautés locales, etc.

Respect de l'environnement et protection de la nature : biodiversité, éco-conception, recyclage, composants / ingrédients naturels / bio, actions en faveur de protection de la nature/ des océans/des forêts/ des animaux, réduction de l'empreinte écologique (CO2, eau, occupation des sols, etc.), etc.