

Télespectateurs et
Consom'Acteurs ?

Les amateurs de chaînes musicales
vont-ils régulièrement à des concerts ?

Audio, photo,
vidéo, ... écolo ?

Ménagère et DVD,
CD, HD, LCD, ... ?

**Les 25-49 ans ABONNES
CABSAT et la Banque ?**

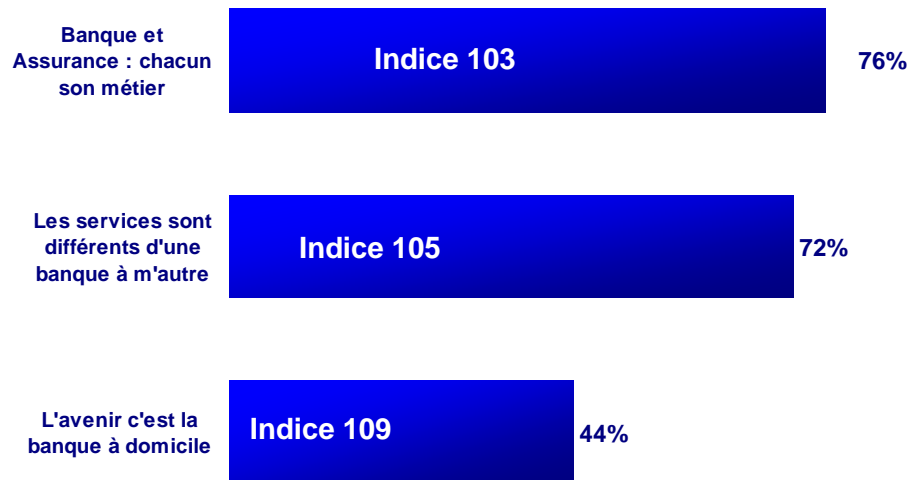
Qui possèdent le plus de
produits bancaires ?

Proximité, critère de choix dans
la fréquentation des GMS ?

Les 15-24 ans, économes ou dépensiers ?

SIMM / Les 25-49 ans ABONNES CABSAT et la Banque ?

Opinions des 25-49 ans abonnés au Câble et au Satellite sur la banque - D'accord *



Les 25-49 ans abonnés Cabsat sont **EXIGEANTS** en matière de **PRODUITS ET SERVICES FINANCIERS**.

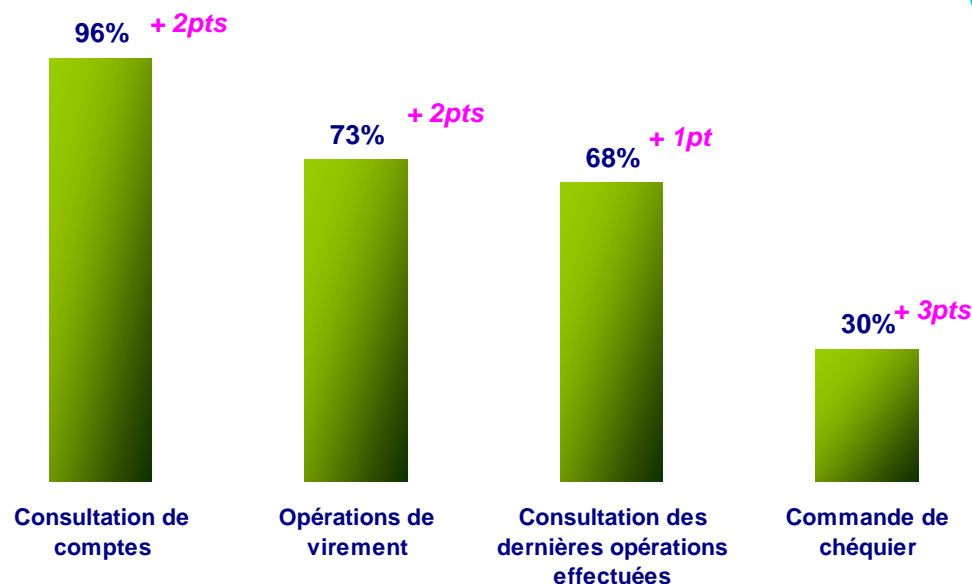
Ils **PRIVILEGIENT** davantage la **RELATION** banque **A DISTANCE**.

Source : SIMM 2009 - Indice : 25-49 ans abonnés Cabsat vs Ensemble. * Tout à fait d'accord + Plutôt d'accord.

Opérations sur sites de banque par les 25-49 ans abonnés Cabsat

57% des 25-49 ans abonnés Cabsat **UTILISENT INTERNET** dans leur relation avec leur banque.

Ces internautes font essentiellement de la **CONSULTATION**, mais **73%** d'entre eux font des **VIREMENTS VIA INTERNET**.



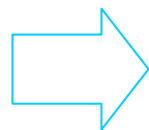
Source : SIMM 2009

Décrypter les **comportements** de l'individu,

en **quantifiant sa consommation**

au travers de ses

habitudes d'écoute de la Télévision



Pour en savoir plus, contactez Lagardère Publicité

Définition

- SIMM, enquête réalisée par TNS Media Intelligence, est **l'étude media-marché de référence sur la population des 15 ans et plus.**
- Elle recueille de façon détaillée les **fréquentations media, les habitudes de consommation et les attitudes, opinions et modes de vie des Français.**

Méthodologie

- SIMM est une **enquête annuelle auto-administrée**, le terrain se déroulant d'avril à juin auprès d'un échantillon de **10 000 personnes.**

Résultats

- SIMM permet d'**évaluer la consommation des Français** (*Distribution, Automobile, Voyages, Banque...*) **selon leurs expositions media et, inversement, de valoriser les cibles media à l'aide d'indicateurs de consommation.**

Planning des sorties

- 1 vague par an

