

PREMIUM / Vous avez des QUESTIONS ?

« ACTIV » ? ou « EASY » ?

La Consommation des « EASY » ?

La Profession des « ACTIV » ?

Lecteurs du magazine M et achat de produits de LUXE ?

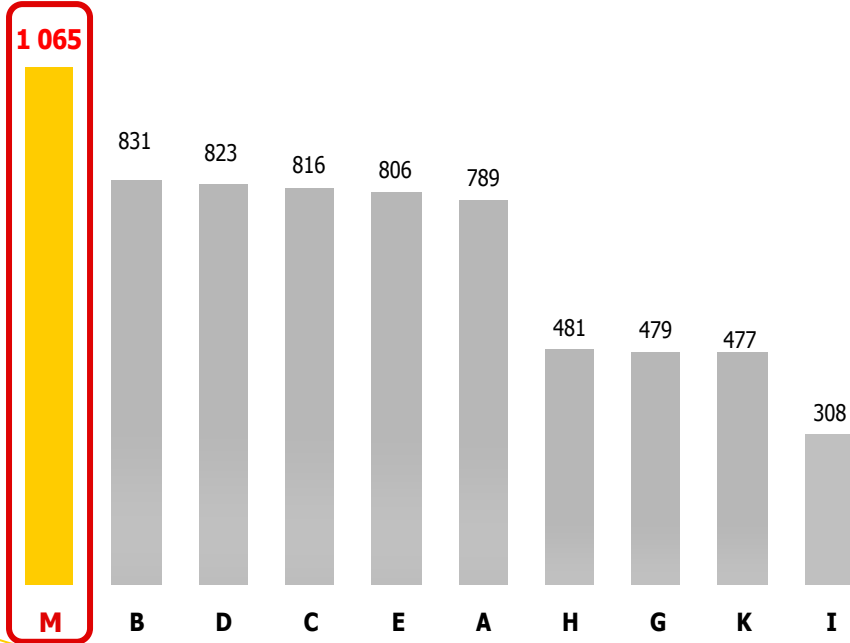
Quels magazines lus par les « Femmes PREMIUM » ?

Argent et (Dé)Placements ?

Les Professions Libérales,
« EASY » et/ou « ACTIV » ?

PREMIUM / Lecteurs du magazine M et achats de produits de LUXE ?

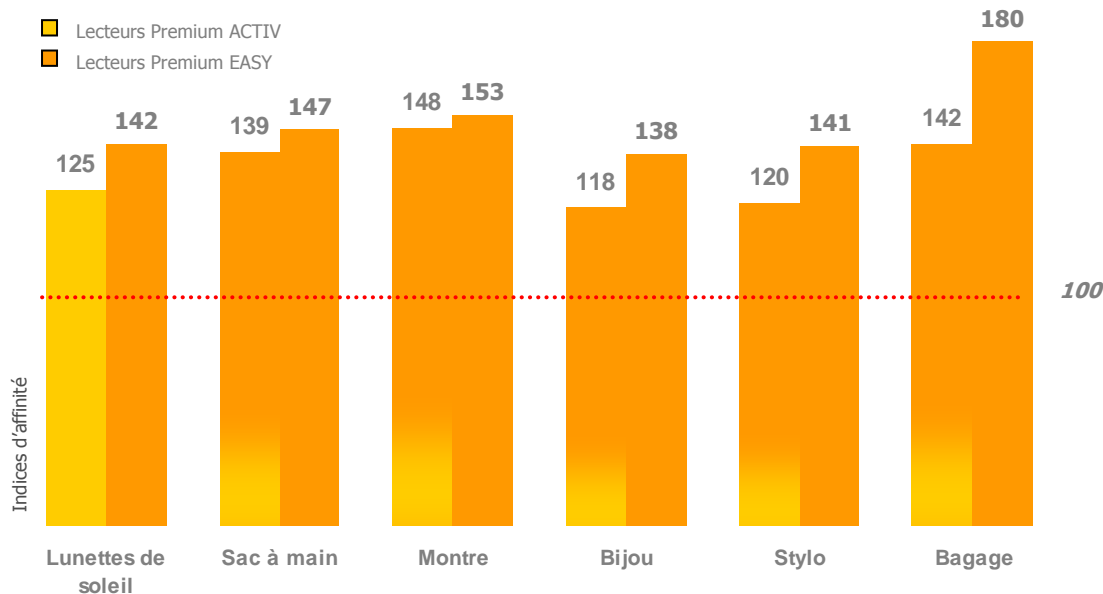
Lecteurs PREMIUM du Magazine M vs Univers de Concurrence



Magazine M
1 065 000 LECTEURS PREMIUM
N°1 dans son UC !

Source : AudiPresse PREMIUM-LDP (000)

Achats accessoires de Luxe ou de grande valeur par les lecteurs PREMIUM du magazine M



Les lecteurs PREMIUM de M, PRIVILEGIENT les accessoires de LUXE !



Source : AudiPresse PREMIUM. Achats 2 dernières années.

Dénombrer les lecteurs PREMIUM

de la Presse, et les qualifier par

leurs styles de vie et consommations

sur les marchés Haut de Gamme.



Pour en savoir plus, contactez Lagardère Publicité

PREMIUM / METHODOLOGIE

Définition

- Etude menée par Audipresse pour **mesurer et qualifier l'audience de la Presse** auprès de la **population PREMIUM**, individus considérés « **haut de gamme** » par leur **activité professionnelle (PREMIUM ACTIV)**, ou par leur **niveau de revenu foyer (PREMIUM EASY)**.

Méthodologie

- La méthodologie de l'étude a été **mise au point par Kantar Média sous l'égide d'Audipresse**.
- Le dispositif d'enquête combine un **pré-recrutement téléphonique**, et un **recueil auto-administrée on line**.
- **L'échantillon de 10 000 Français de 18 ans et plus** est constitué de **2 sous-échantillons**
 - un sous-échantillon recruté sur le lieu de travail et composé de cadres, professions libérales et dirigeants
 - un sous-échantillon recruté à domicile et composé d'individus appartenant à un foyer dont les revenus annuels nets \geq 65ke
- **Le terrain est réalisé par Kantar Média et Ipsos, en continu de février à juin.**
- **95 titres de presse sont étudiés.**

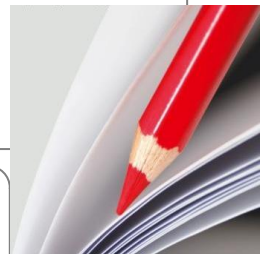
Résultats

Pour chaque titre de presse,

- Les indicateurs d'audience : la **Lecture Dernière Période**, la **Lecture au Numéro Moyen** (pour les quotidiens), la **provenance** et les **habitudes de lecture** ...

Ces données peuvent être croisées avec

- Les **cibles PREMIUM ACTIV**, et **PREMIUM EASY**
- Les **consommations** sur des secteurs **haut de gamme** (produits de luxe, voyages, vacances, placements...)
- Les **équipements** du foyer (audiovisuel, informatique, automobile), ...
- Les **centres d'intérêt**, les **styles de vie**, l'**activité professionnelle**.
- **Les fréquentations des sites internet de presse** et les **fréquentations des autres médias**



Publication

- **1 fois par an**, en novembre