

Les actifs urbains & l'alimentation





Notre cible : l'Actif Urbain

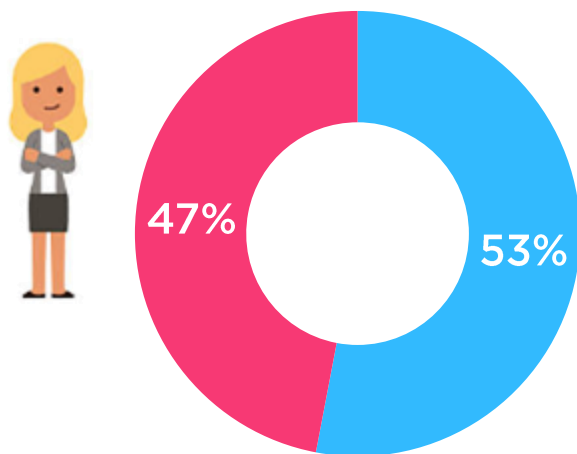
13 312 000

individus en France

Actifs résidant en agglo. de 100 000 habs. et +

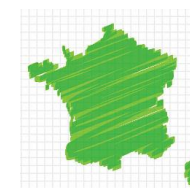
Acteurs des tendances,
moteurs de la croissance

Qui es-tu, l'Actif Urbain ?



40%

ont des enfants
de -15 ans au foyer



64%

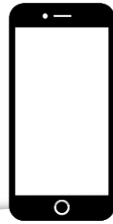
résident ailleurs
qu'en région parisienne

62%

ont entre 25 et 49 ans

Indice 164

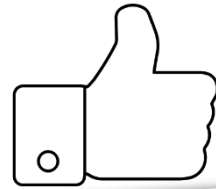
Plus connectés, plus Premium



80%

possèdent
un smartphone

Indice 116



70%

sont des
socionautes*

Indice 111



55%

font partie
des CSP+**

Indice 215



32%

ont des revenus
> 45 k€ nets***

Indice 137

Un temps précieux à optimiser !

Attitudes alimentation



78% vs 78% dans la pop. fr.
des Actifs Urbains se disent d'accord pour mettre le prix pour des produits de qualité



48% vs 53% dans la pop. fr.
déclarent passer beaucoup de temps à cuisiner



35% vs 30% dans la pop. fr.
privilégient les repas et aliments vite préparés

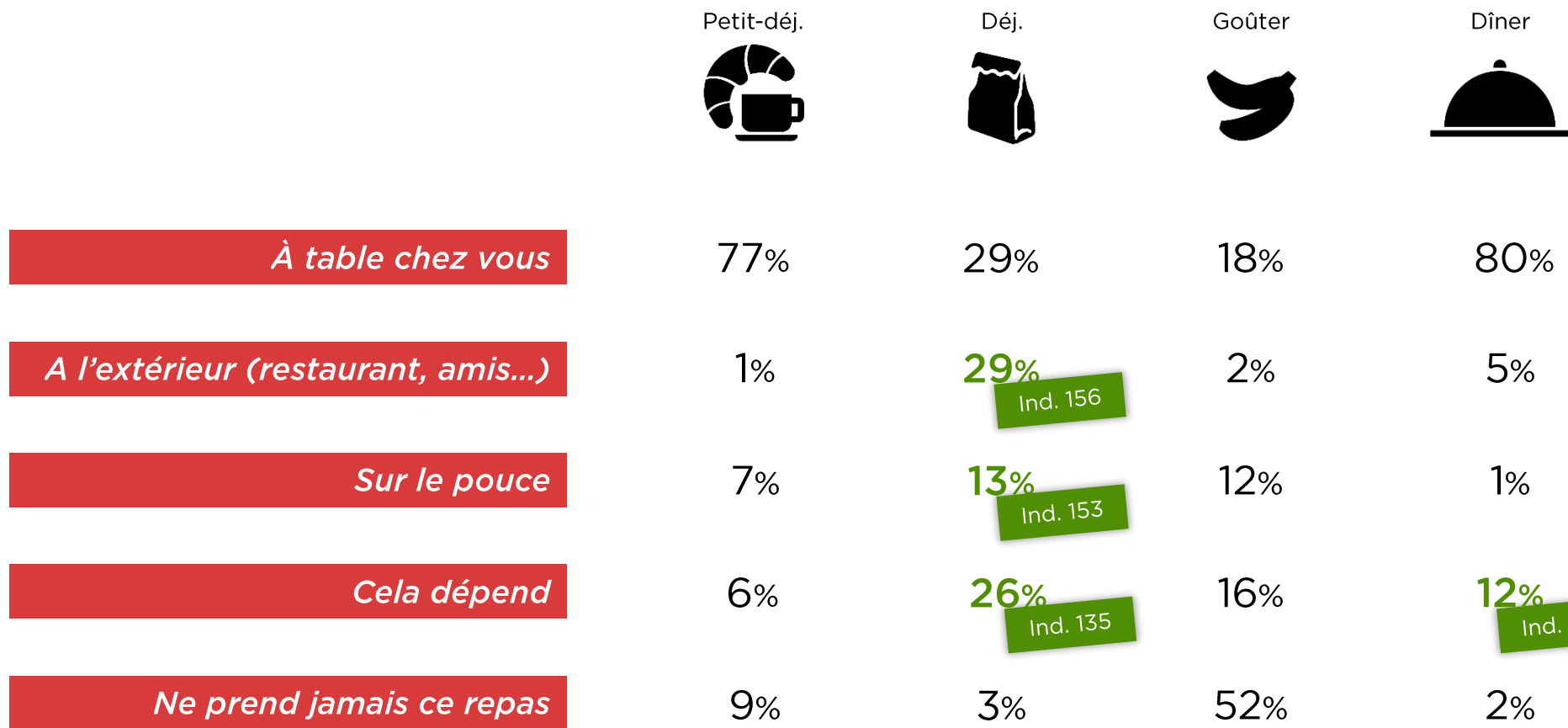
la stat' en +
[43%]
se disent fortement capables de convaincre leur entourage sur les sujets alimentaires

20
minutes



Un rythme qui impose d'être flexible

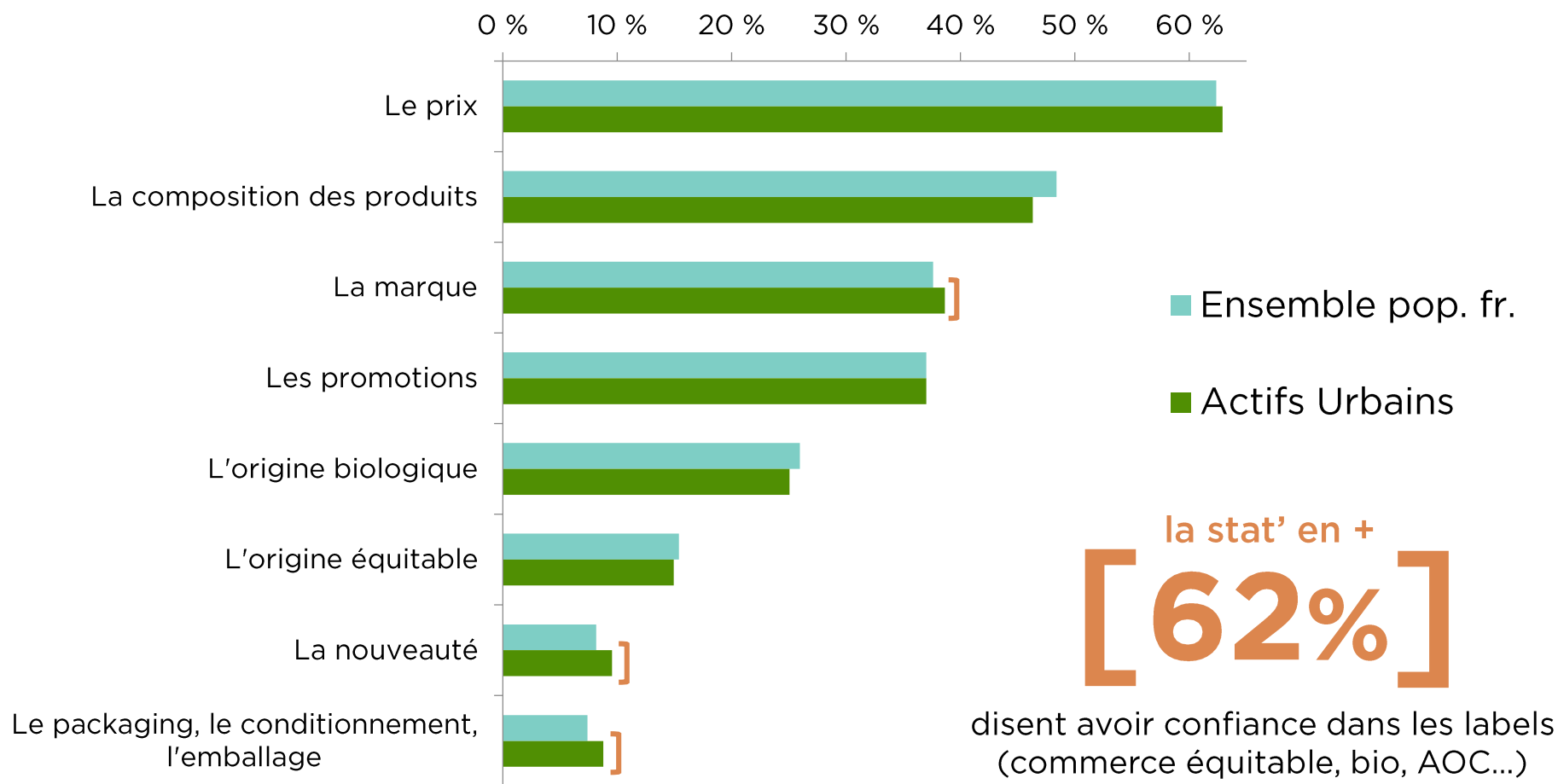
Lieu de prise des repas - en semaine





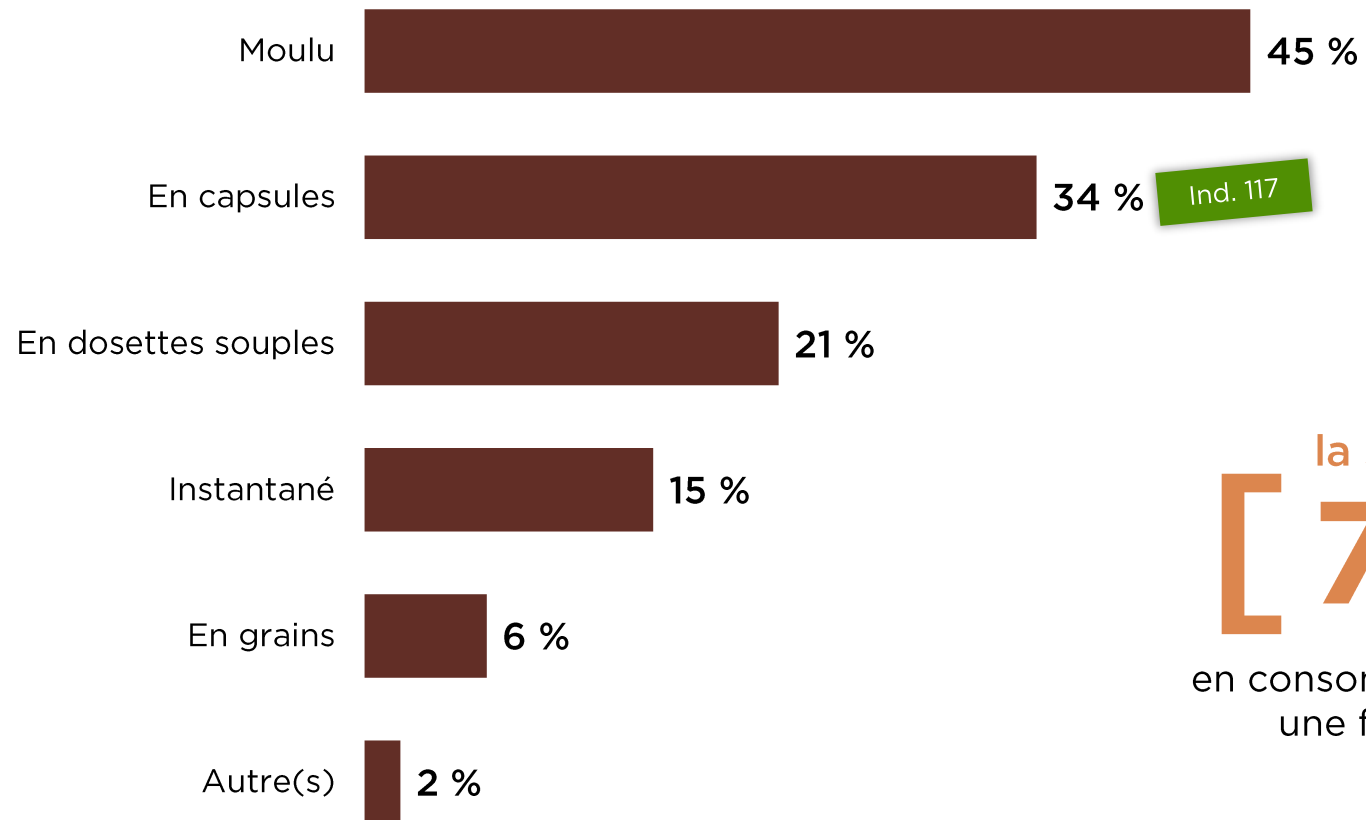
Plus sensibles aux marques, à la nouveauté

Critères de choix des produits alimentaires



Focus consommation - café

Types de cafés consommés

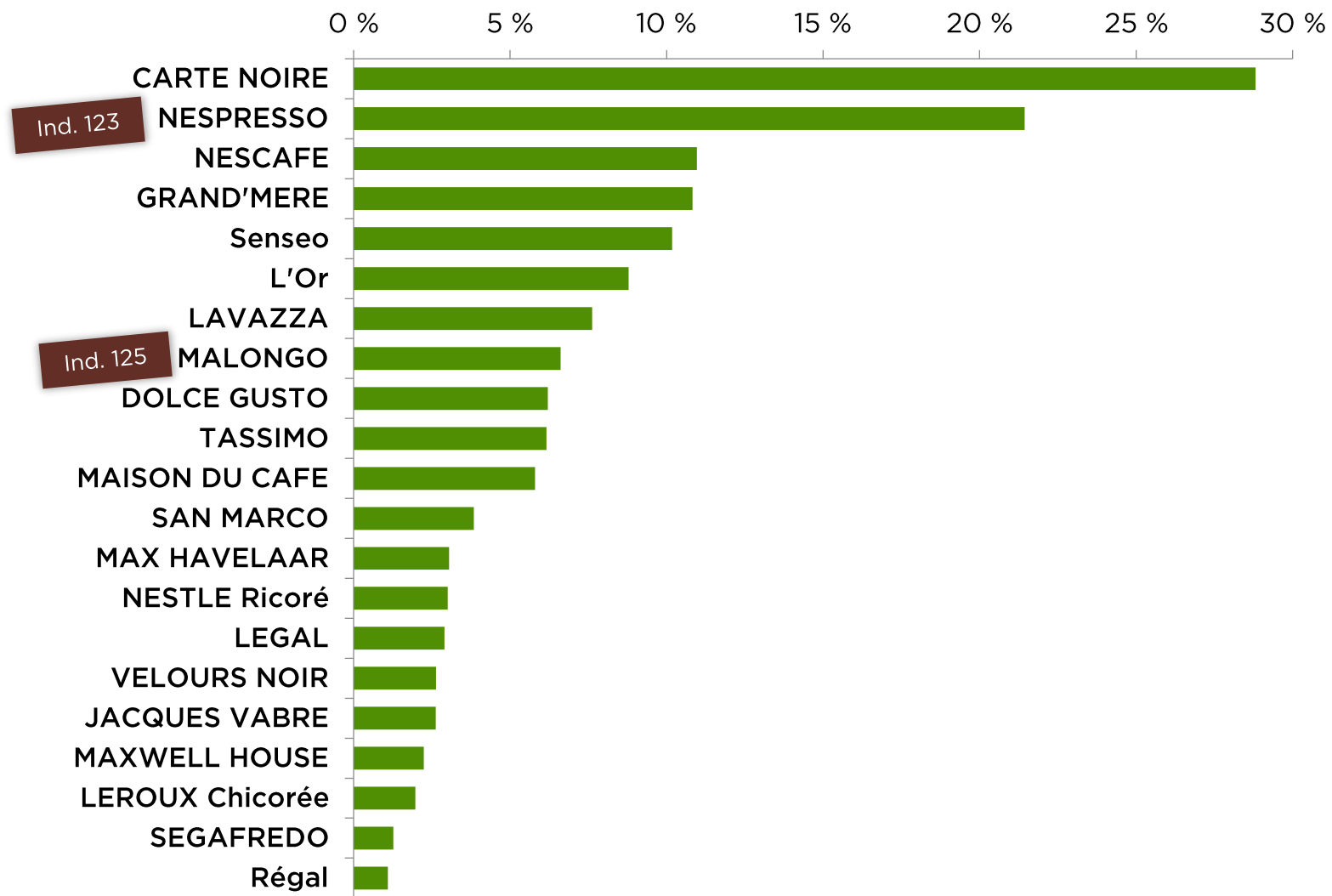


la stat' en +
[71%]
en consomment au moins
une fois par jour



Focus consommation - café

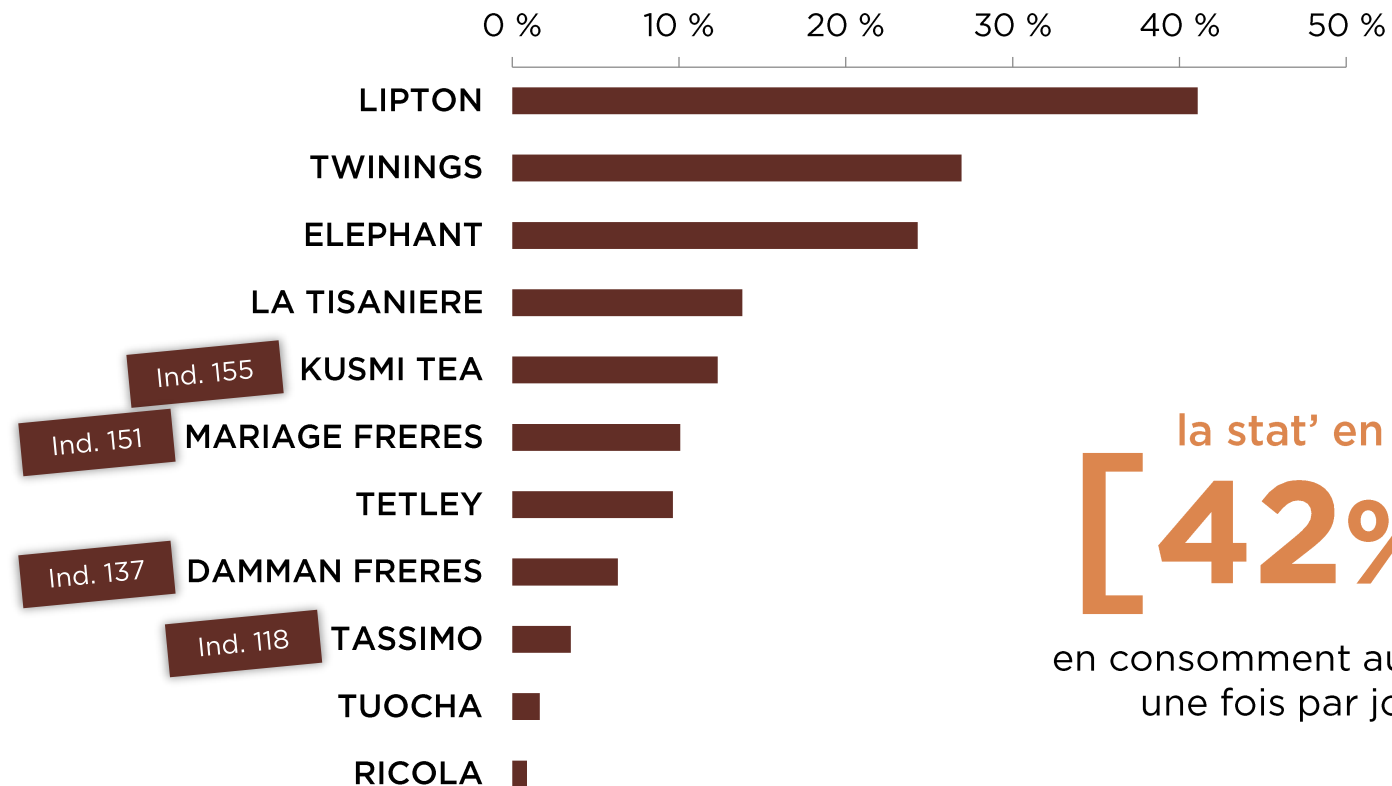
Marques de cafés consommées





Focus consommation - thé

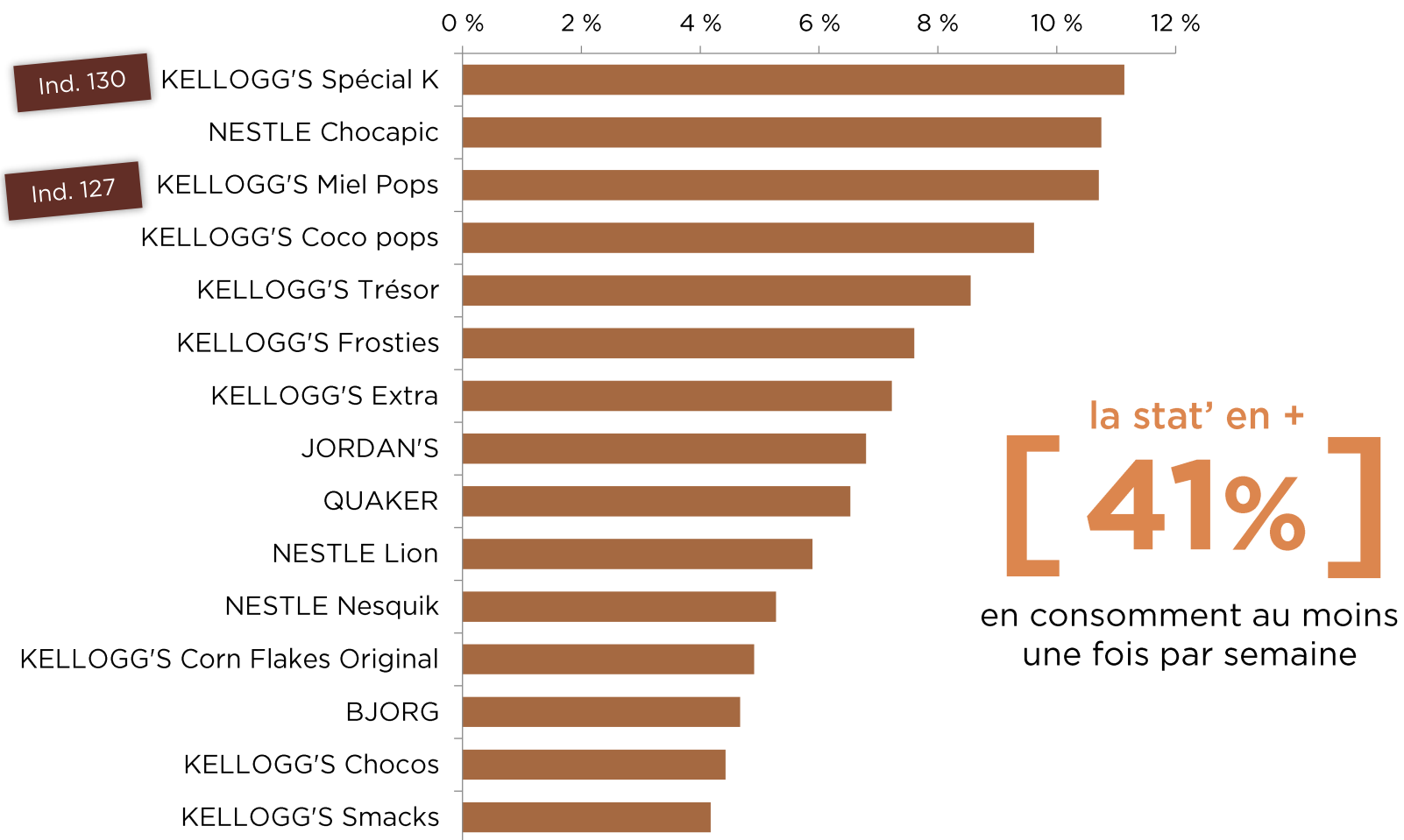
Marques de thé consommées



la stat' en +
[42%]
en consomment au moins
une fois par jour

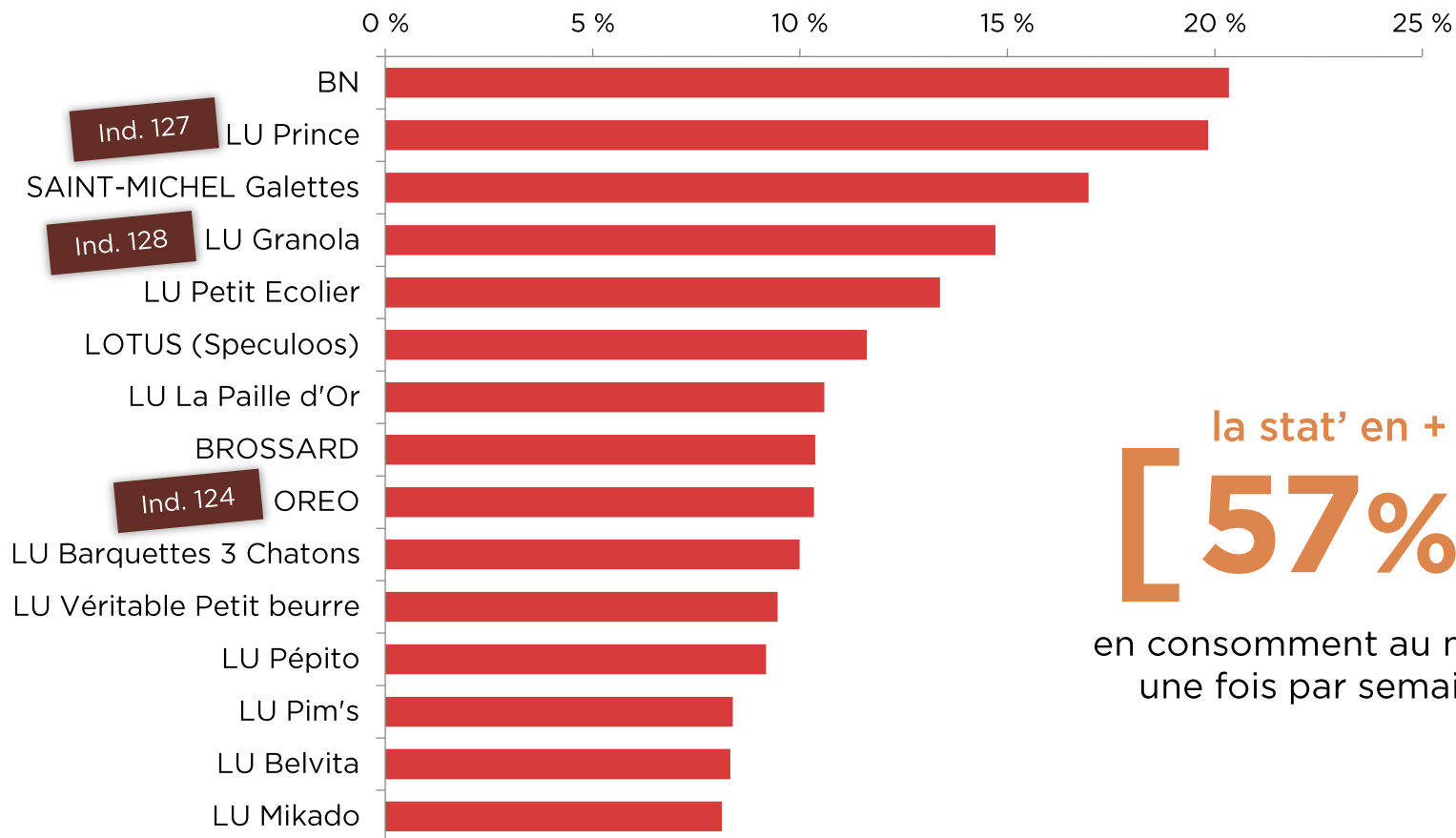
Focus consommation - céréales

Marques de céréales consommées



Focus consommation – biscuits sucrés

Marques de biscuits sucrés consommées

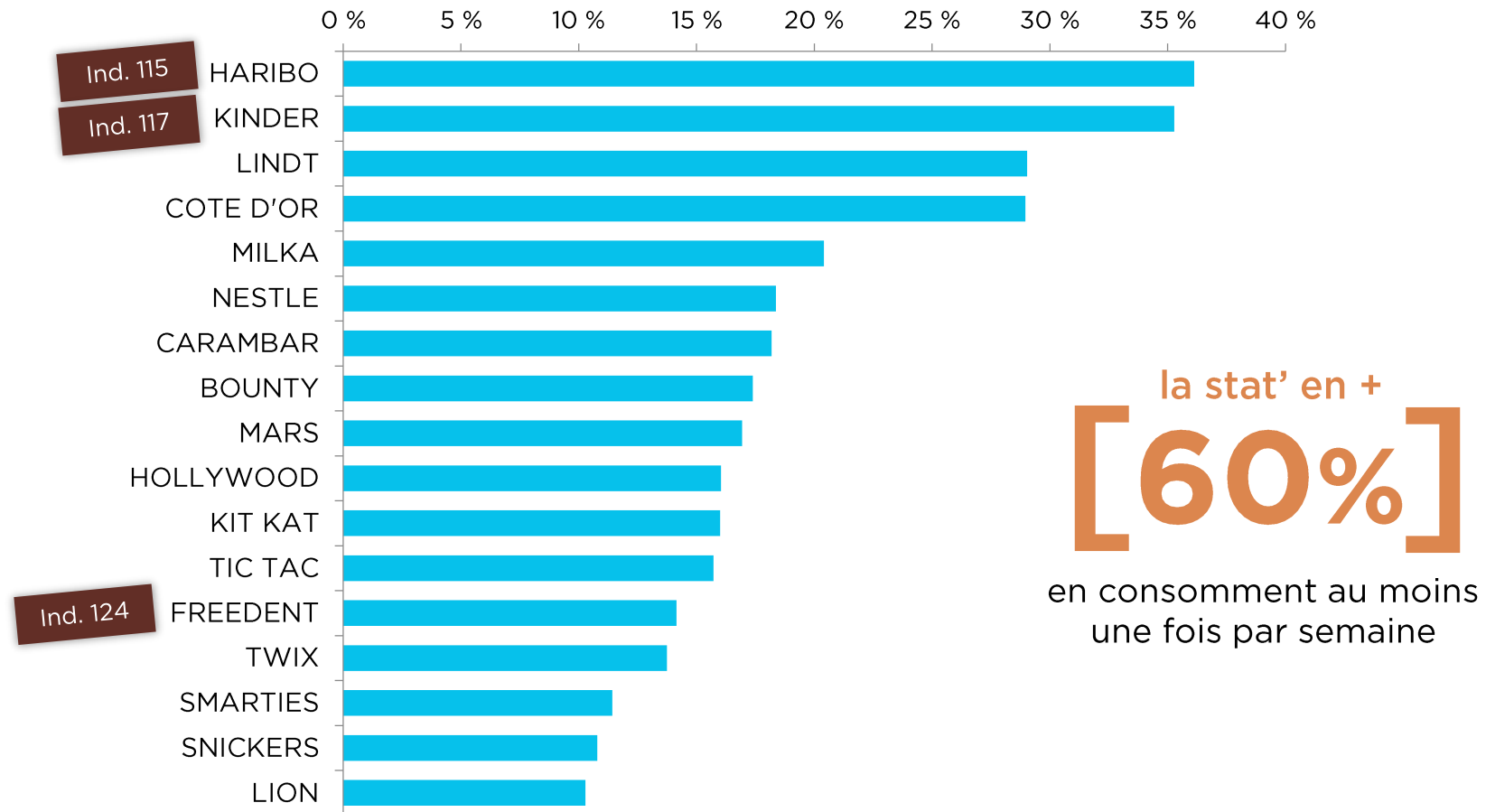


la stat' en +
[57%]

en consomment au moins
une fois par semaine

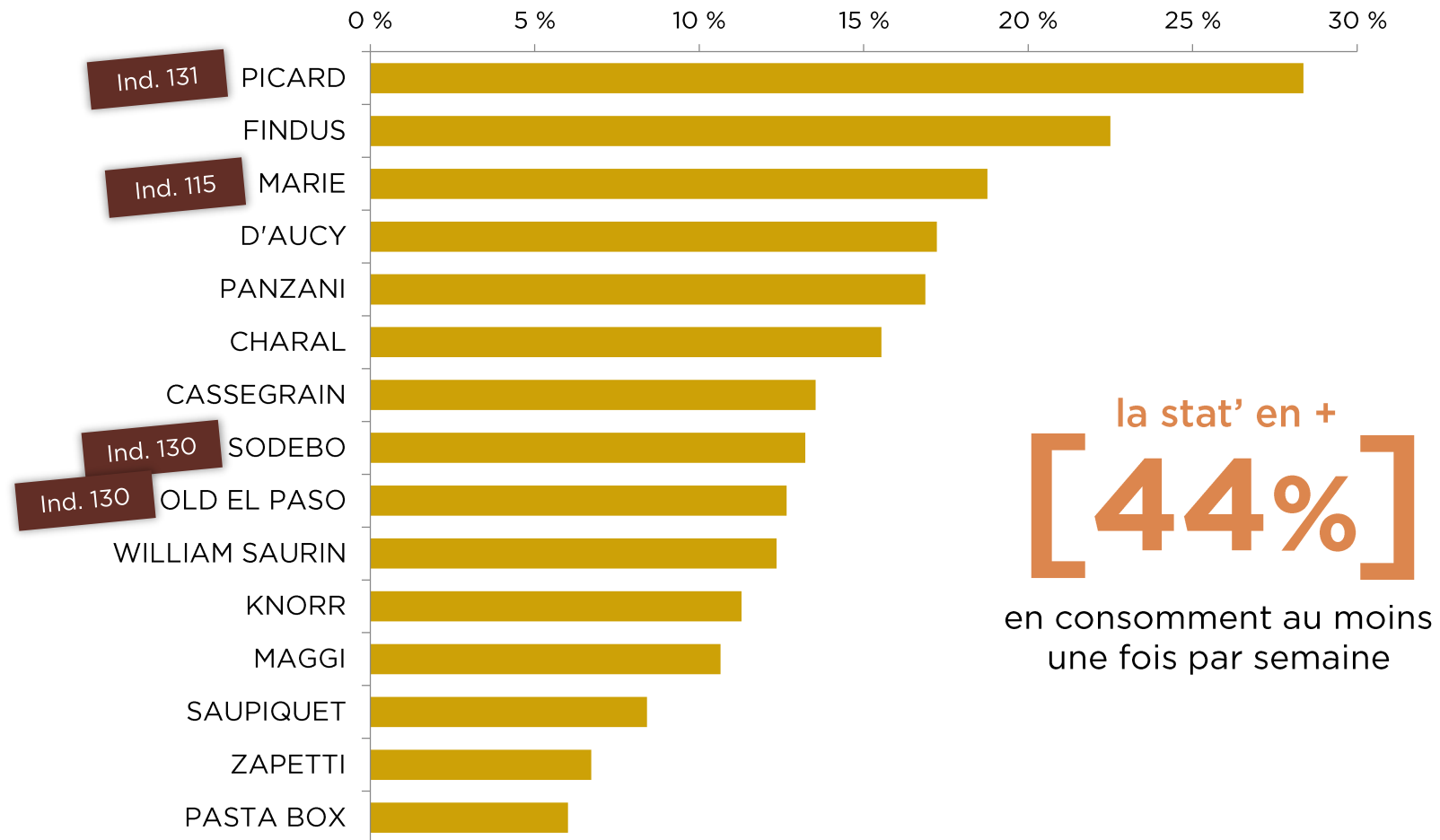
Focus consommation – chocolats & confiseries

Marques de chocolats & confiseries consommées



Focus consommation – plats cuisinés

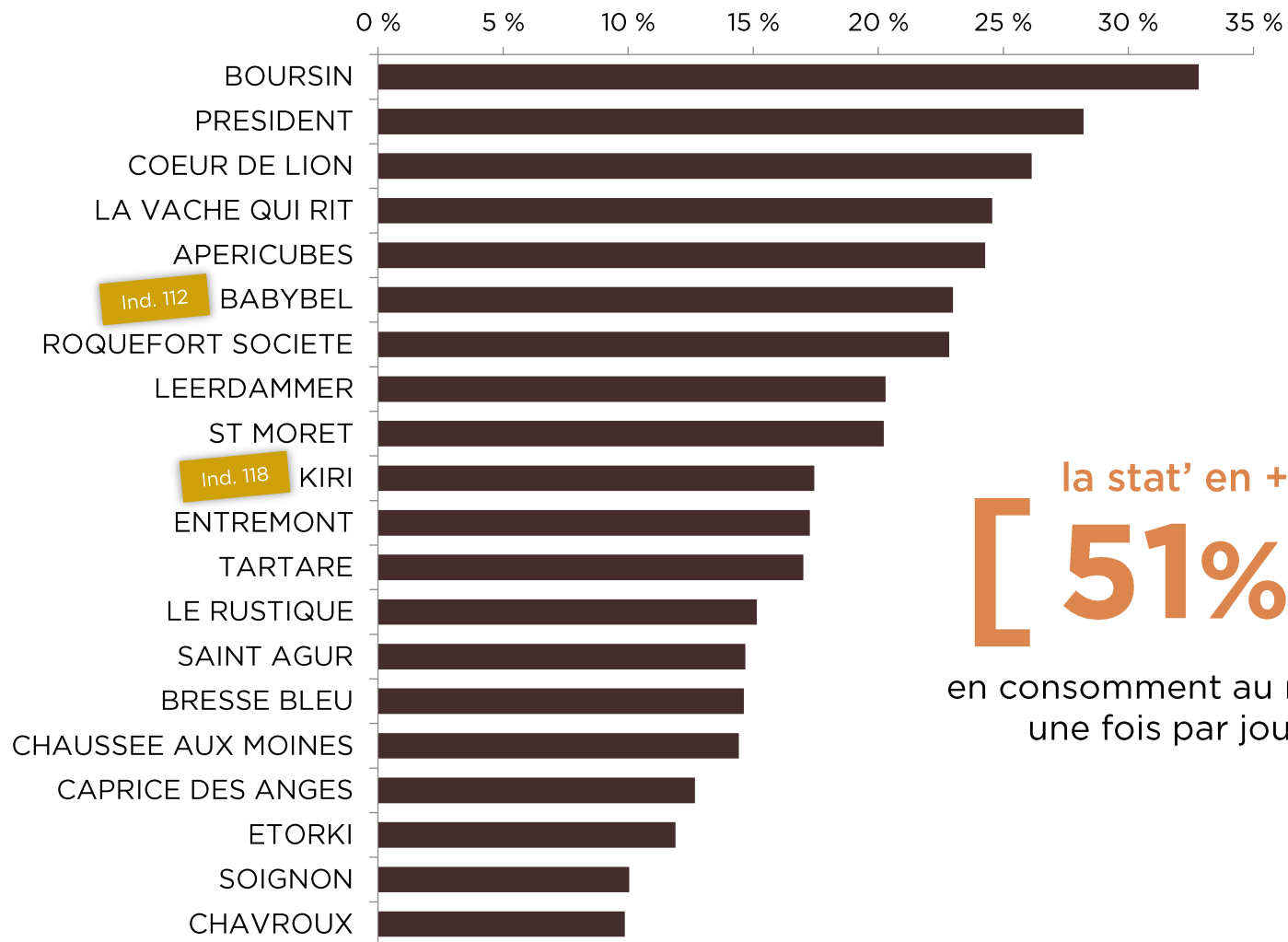
Marques de plats cuisinés consommées





Focus consommation – fromages

Marques de plats cuisinés consommées

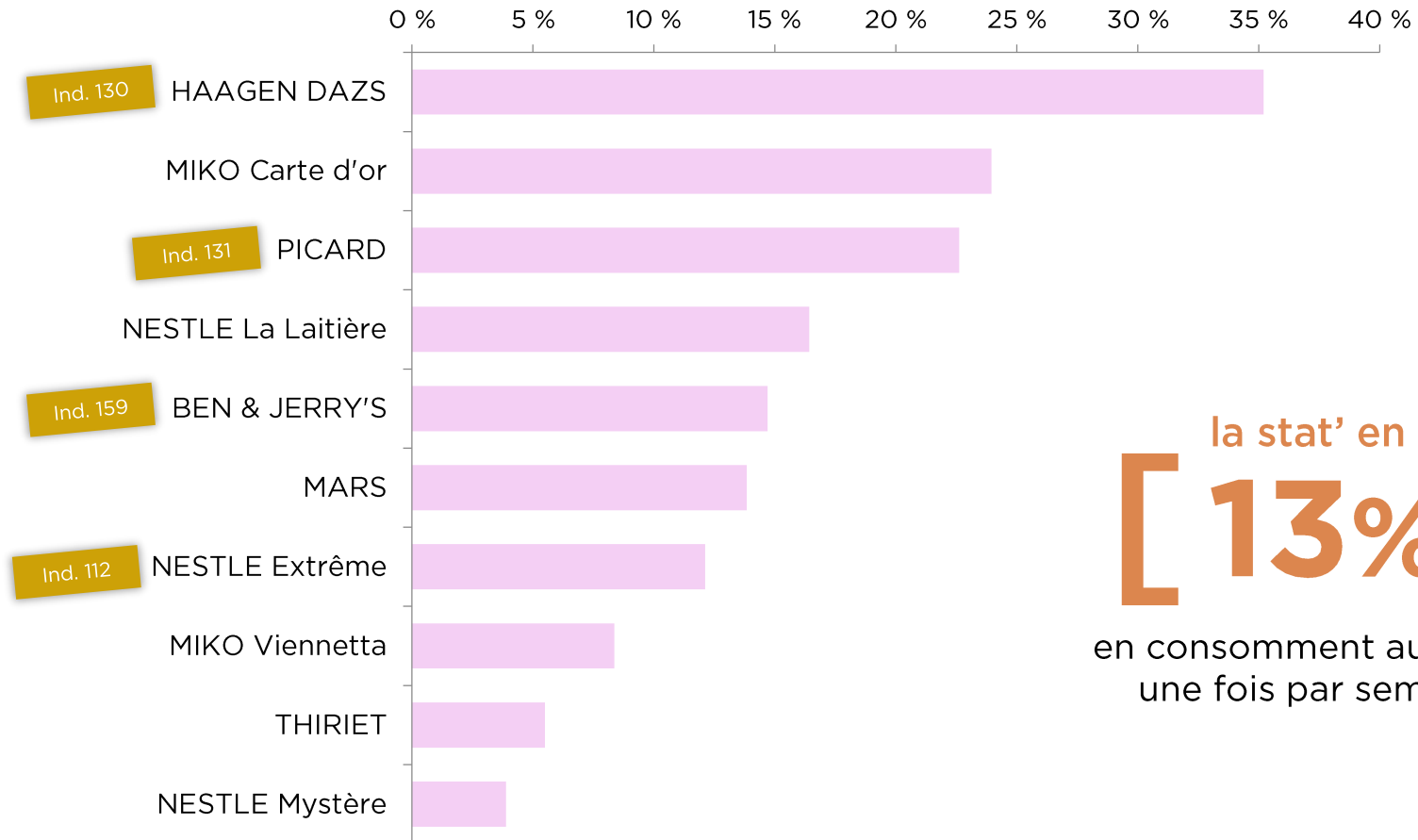


la stat' en +
[51%]

en consomment au moins
une fois par jour

Focus consommation – glaces

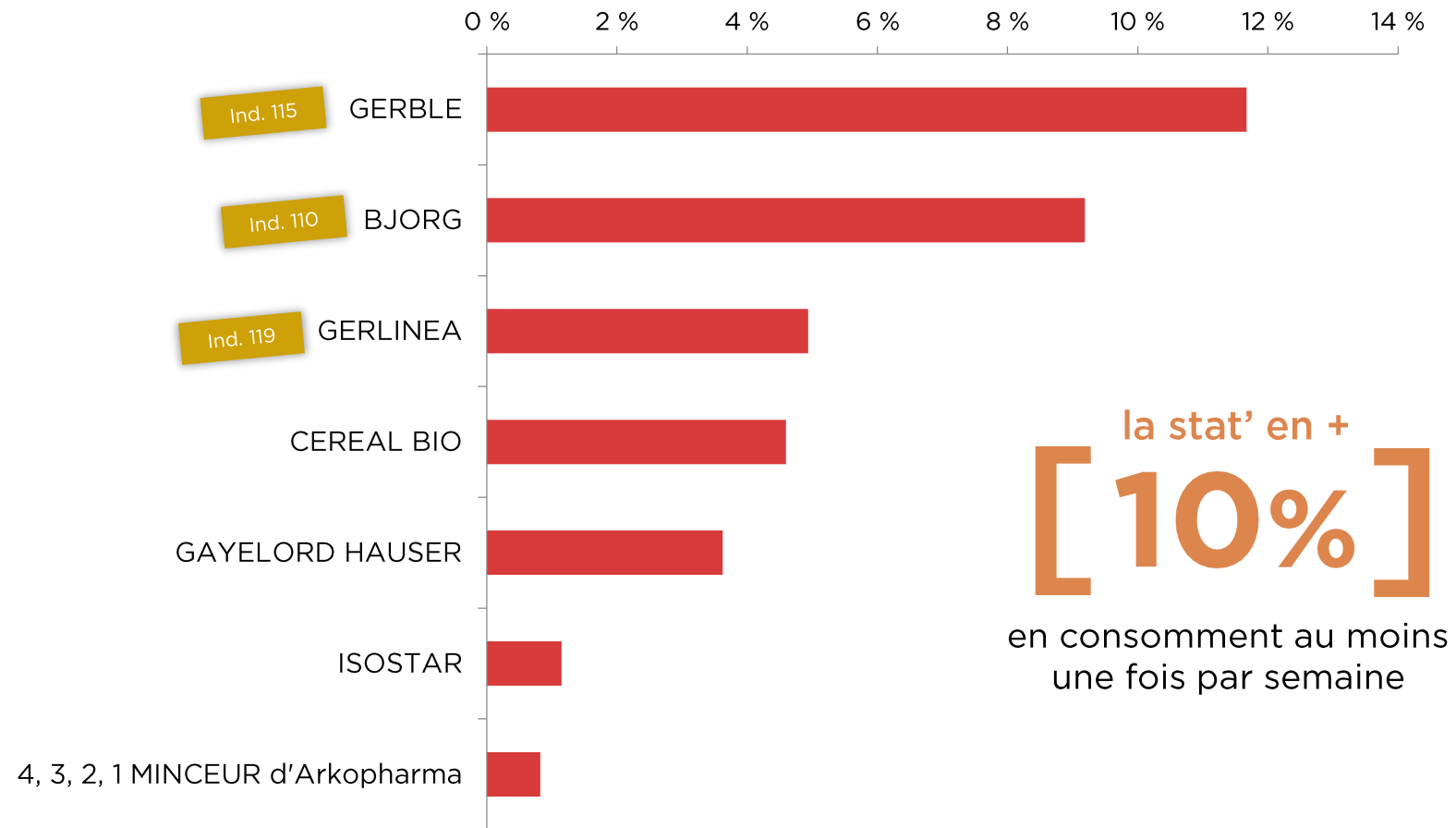
Marques de glace consommées



la stat' en +
[13%]
en consomment au moins
une fois par semaine

Focus consommation – diététique

Marques de produits diététiques consommées





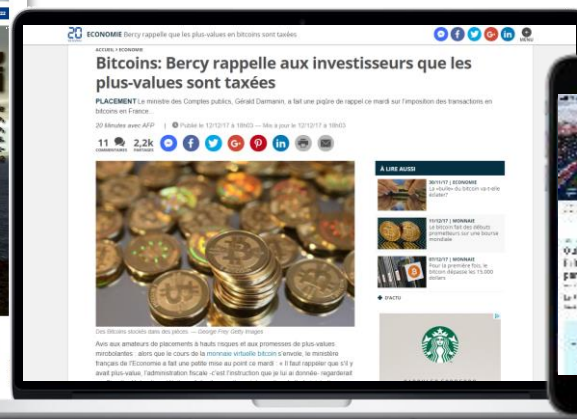
20 Minutes, 1er média d'info des Actifs Urbains



21,7 millions de personnes

#Puissance

Chaque mois, 41% des Français viennent **dans nos flux d'actu**



Le mobile, 1er support numérique



Nbre de lecteurs brand par mois et par support (000)



11,0 M.



9,1 M.



6,2 M.



3,4 M.

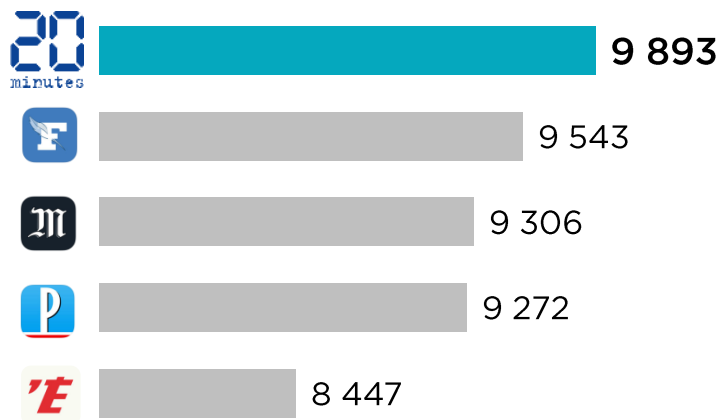
Jeunes Actifs Urbains

Pas une posture. Un fait.

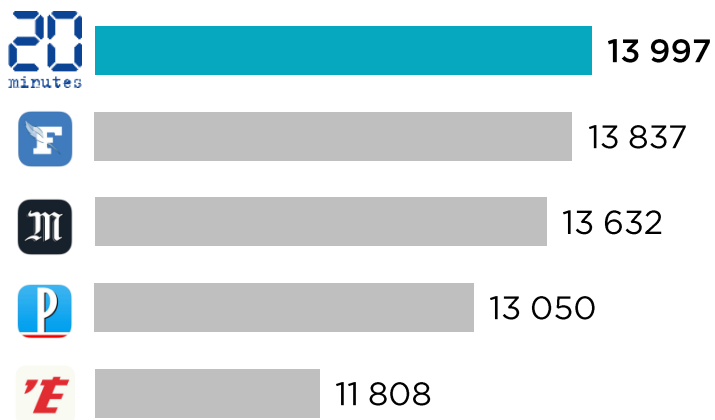
#CiblesQuiComptent

Nbre de lecteurs par mois (000)

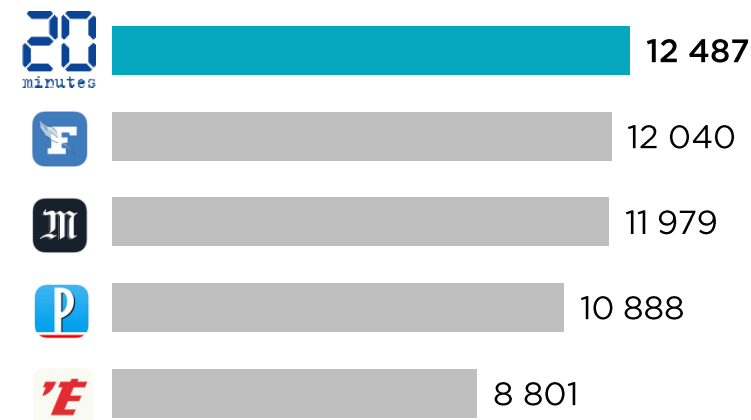
25-49 ans



Actifs

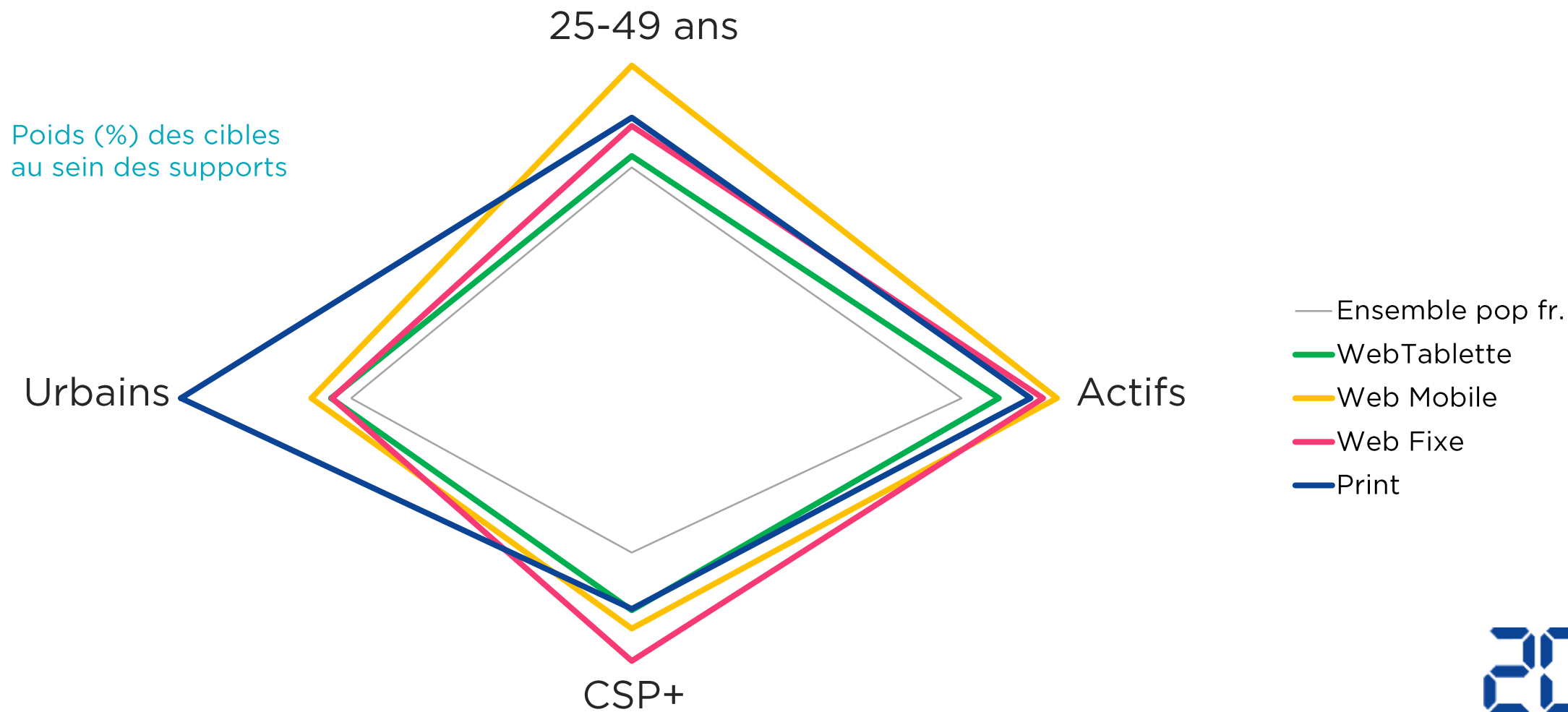


Urbains

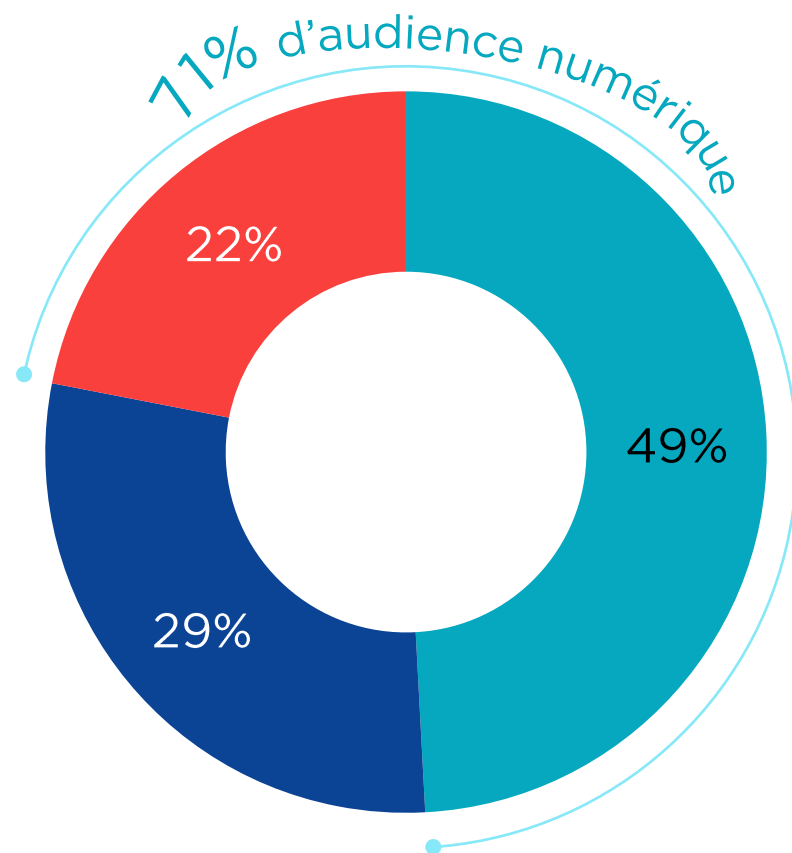


4 supports, 1 même profil

#Cohérence



Le modèle "phygital", plus réel que jamais



- Audience numérique exclusive
- Audience print exclusive
- Audience commune print-numérique



la stat' en +

[78%]

de notre audience consomme
la marque en situation
de mobilité
(print et/ou mobile)

#MarqueMobile





Un modèle pub-friendly

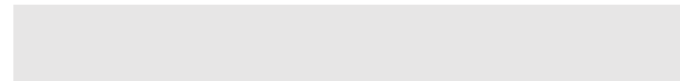


Pour **61%** des utilisateurs de la marque, la publicité dans 20 Minutes fait « partie du contrat de lecture »

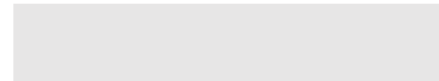


61%

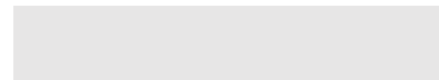
#intégration



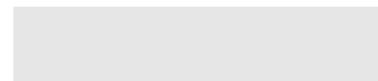
57%



53%



53%



52%

Source : enquête Harris Interactive pour 20 Minutes réalisée en janvier 2017 auprès de 1 400 français / Ensemble « tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord » à l'affirmation « la publicité fait partie du contrat de lecture » / Question posée aux utilisateurs des marques citées (ex. : 57% des utilisateurs de CNEWS sont d'accord avec l'affirmation concernant CNEWS)





Un modèle pub-friendly



Pour **39%** des utilisateurs de la marque, la publicité dans 20 Minutes donne « envie d'en savoir plus »



39% #activation



33%



29%



29%



27%



Source : enquête Harris Interactive pour 20 Minutes réalisée en janvier 2017 auprès de 1 400 français / Ensemble « tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord » à l'affirmation « la publicité me donne envie d'en savoir plus sur les produits » / Question posée aux utilisateurs des marques citées (ex. : 33% des utilisateurs de CNEWS sont d'accord avec l'affirmation concernant CNEWS)

Les actifs urbains & l'alimentation

