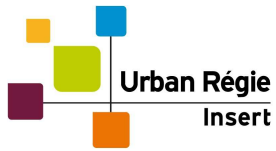




Évolution de l'audience Insert 2008 vs 2009 et au-delà !! ...

2008 vs 2009 et au-delà...



marketing

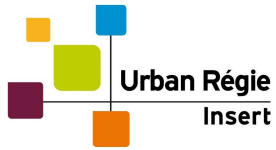
Insert

Une audience mesurée de plus en plus proche de la réalité

Avec l'évolution des modes de calculs et la prise en compte de tous les modes de déplacements ; Insert voit son audience connaître une forte évolution structurelle

Et ce, depuis le renouvellement du questionnaire de l'agglomération parisienne, mais surtout de la comptabilisation des déplacements modaux (modes de transition et de rabattement...) qui n'était pas intégrée jusqu'à présent...

Évolution méthodologique



marketing

Population de référence analysée depuis 2009

Les 11 ans et + sur l'ensemble du territoire français avec l'intégration des nouvelles données sur les déplacements en agglomération parisienne (Recensement Général de la Population 1999 vs 1990)

Évolution méthodologique

Méthodologie d'enquête sur les déplacements dans l'agglomération parisienne

- Une questionnaire administré par téléphone (CATI) en 2008 (vs Face à face en 1999), qui a permis d'avoir une couverture beaucoup plus large.
- Comptabilisation des modes de diffusion/rabattements : prise en compte des trajets pour aller prendre le métro ou sa voiture...

Quel impact pour Insert ?

Un gain d'environ **6 points de couverture**

(12,4 millions de piétons vs 11 millions)

(+1,1 millions en valeur absolue car gain de + 400 000 sur la cible 11-14 ans)

Un gain de **41 points de répétition**

(142,7 vs 101,6)

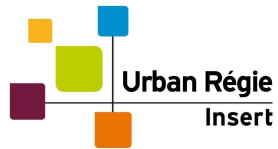
Cible ensemble - Parc entier

Exemple sur le +25 ans actifs

37,3% de couverture vs 35% en 2008

15 de répétition vs 10 en 2008

Quel impact pour Insert ?



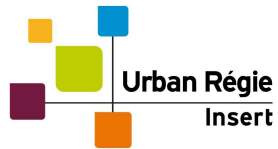
marketing

Un vieillissement de notre cœur d'audience :

	GRP 2008	GRP 2009	Indice GRP 2008	Indice GRP 2009	Tendance
Ensemble	5 034	7 663	100	100	↗
15-24 ans	6 303	7 293	125	95	↘
25-34 ans	6 205	10 005	123	131	↗
35-49 ans	5 282	8 613	105	112	↗
15-34 ans	6 252	8 730	124	114	↘
25-49 ans	5 671	9 201	113	120	↗

Cible ensemble - Parc entier

Quel impact pour Insert ?



marketing

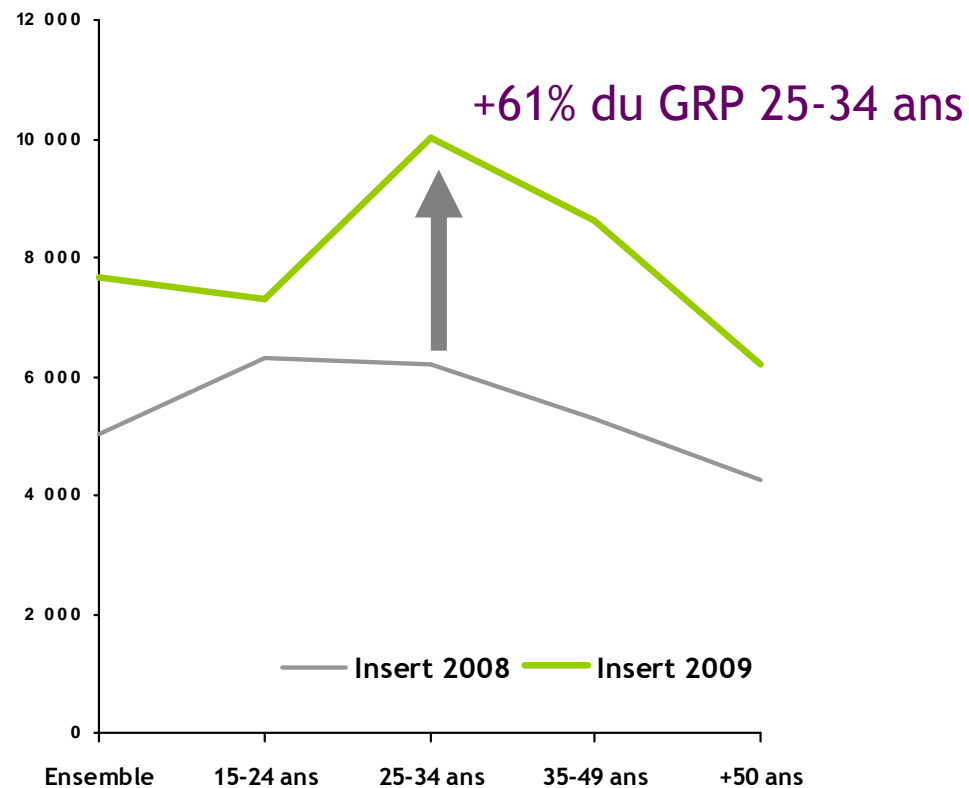
Une audience de + en + active et CSP++

	GRP 2008	GRP 2009	Indice GRP 2008	Indice GRP 2009	Tendance
Ensemble	5 034	7 663	100	100	↗
Actifs	5 699	8 948	113	117	↗
CSP++	6 750	12 545	134	164	↗
CSP+	7 141	10 563	142	138	↘
CSP -	4 414	7 483	88	98	↗

Cible ensemble - Parc entier

Évolution structurelle de l'audience

Progression du GRP sur cibles

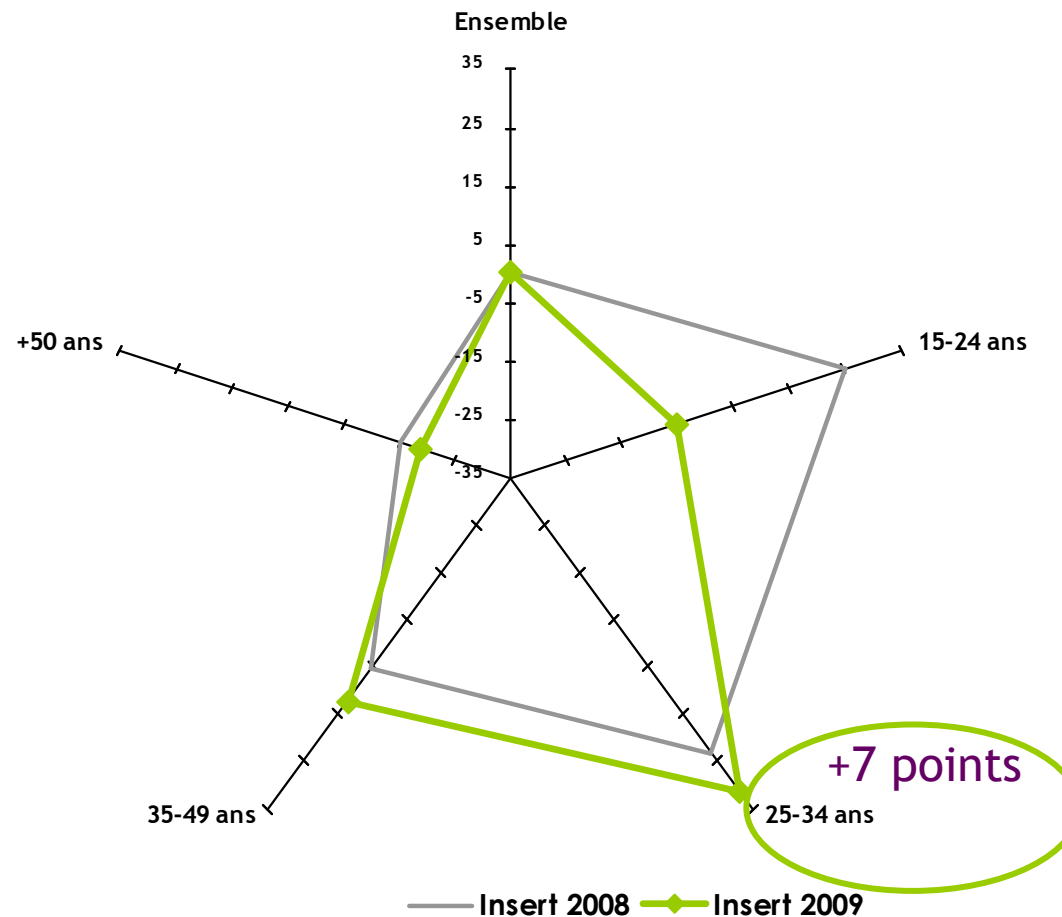


Pour mémoire :

- Un gain d'environ 6 points de couverture (49,5% vs 55,3%)
- Un gain de 35 points de répétition (101,6 vs 142,7)

Évolution structurelle de l'audience

Poids de chaque cible par rapport à la cible ensemble au sein du parc Insert en Indice GRP



Pourquoi ces changements ?

Principalement pour des raisons méthodologiques suite au renouvellement de l'enquête sur les déplacements dans l'agglomération parisienne (comptabilisation des déplacements modaux → mode de rabattement)



Le matin, je vais travailler, je me rends à pieds à l'arrêt de bus, je descend du bus pour effectuer ma correspondance, je me dirige vers la station de métro... En sortant je marche 3 minutes pour arriver au bureau...

Le soir, je me rends chez des amis en banlieue, je vais donc chercher ma voiture là où je l'ai garé à quelques mètres de chez moi.

Insert, le média des jeunes urbains actifs



25-34 ans : GRP 10 202

CSP ++ : GRP 12 876

CSP + : GRP 10 828

Insert, un média plus que jamais
de répétition dans un univers de
couverture



+ 41 points de répétition

PARC ENTIER	Strates	GRP	Couverture	Répét	Audience	Contacts	Pop référence
Ensemble + 11ans	>100 000	7 891	55,3%	142,7	12 391 048	1 768 218 822	22 398 136
11-14 ans	>100 000	6 230	56,6%	110	750 065	82 516 481	1 324 544
15-24 ans	>100 000	7 555	58,4%	129,3	2 127 414	275 111 144	3 641 587
25-34 ans	>100 000	10 202	56,2%	181,5	2 305 169	418 486 572	4 101 899
35-49 ans	>100 000	8 880	52,1%	170,4	2 923 623	498 287 024	5 611 632
+ 50 ans	>100 000	6 390	54,9%	116,4	4 241 097	493 749 182	7 726 350
15-34 ans	>100 000	8 957	57,4%	156,1	4 442 921	693 597 716	7 743 486
19-30 ans	>100 000	8 926	56,0%	154	2 780 338	428 119 587	4 796 327
25-49 ans	>100 000	9 438	53,9%	175,2	5 231 274	916 773 596	9 713 531
Actifs	>100 000	9 187	53,7%	171,2	6 384 549	1 092 802 528	11 895 181
CSP++	>100 000	12 876	60,5%	212,9	1 653 091	351 929 051	4 590 166
CSP+	>100 000	10 828	57,3%	189,1	3 238 602	612 504 621	5 656 855
CSP-	>100 000	7 699	50,4%	152,7	3 144 442	480 297 907	6 238 326

Cible ensemble - Parc entier