

Quel est le profil type du cadre aujourd'hui ?

Boulot, techno, auto, euros, perso ?

Quels formats Radio privilégiés par les Dirigeants & Cadres ?

L'ACTIVITE Media des Cadres Actifs ?

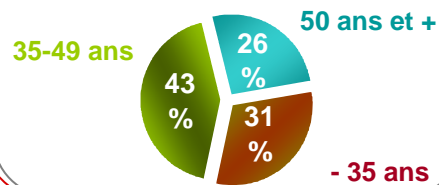
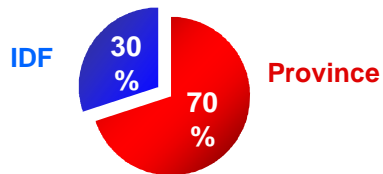
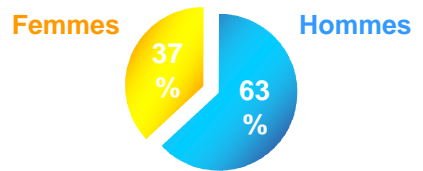
Les Décideurs Influent ?

Les PDG/DG écoutent la Radio, mais quand ?

Nombre de déplacements professionnels ?

LA FRANCE DES CADRES ACTIFS / L'ACTIVITE Media des Cadres Actifs ?

Profil des Cadres Actifs



Une population grandissante ...

7 211 000 millions de Cadres Actifs en 2007

7 455 000 MILLIONS de Cadres Actifs en 2008
(+3,4%)

... et valorisante pour le marché publicitaire

35% possèdent un portefeuille de **VALEURS MOBILIERES**

59% font partie d'un foyer au **REVENU ANNUEL > à 36 000 €**
dont **19% > à 60 000 €**

Source: IPSOS - FCA 2008

LA TÉLÉVISION

79,7% des Cadres Actifs allument leur TV chaque jour de semaine (LV)

2H48 mn d'écoute par jour de semaine

LE CINÉMA

34% des Cadres Actifs vont au Cinéma au moins une fois par mois

LA RADIO

85,2% des Cadres Actifs à l'écoute chaque jour de semaine

2H18 mn d'écoute par jour de semaine

LA PRESSE

50% des Cadres Actifs lisent un titre de Presse Quotidienne

27% lisent un titre de PQN

INTERNET

39% des Cadres Actifs ayant un accès à domicile se connectent plusieurs fois par jour

95% des Cadres Actifs connectés au cours des 30 derniers jours

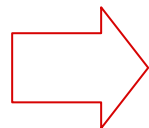
La RADIO est LE MEDIA PRIVILEGIE de la cible « Cadres »

Source: IPSOS - FCA 2008

Etudier une cible influente

en mesurant sa **consommation Media**

et en qualifiant son **style de vie**



Pour en savoir plus, contactez Lagardère Publicité

LA FRANCE DES CADRES ACTIFS / METHODOLOGIE

Définition

- La France des Cadres Actifs, études faite par IPSOS, a pour objectif d'**appréhender la population des Cadres Actifs** en proposant une **mesure d'audience plurimédia sur cette cible stratégique** et également en la qualifiant en termes de critères socio-démographiques, de responsabilités professionnelles, de centres d'intérêt ou encore de styles de vie...

Méthodologie

- La France des Cadres Actifs se déroule **tous les ans** sur une période de **7 mois** auprès d'un échantillon de **7 000 personnes**.
- Le recueil des données se fait en **2 étapes** :
 - 1 - **par téléphone**, sur le lieu de travail, pour le recrutement de l'échantillon, les **données de cadrage** et l'audience de la Presse et du Cinéma,
 - 2 - **par questionnaire auto-administré** et carnet d'écoute pour l'**audience** de la Radio **et** de la TV et l'ensemble des **données de "consommation"**.

Résultats

- La France des Cadres Actifs met à disposition des données sur la consommation media des **cadres actifs** **segmentés en 15 publics**.

Planning des sorties

- Sortie Radio et TV : vague par an (Septembre)
- Sortie Presse : vague par an (Juin)

