

Qu'écoutent les gamers
de 15-24 ans?

Je podcaste, tu podcastes,
il podcaste ... ?

Qui sont les Innovateurs ?

Cible Conso et Cible RADIO ?

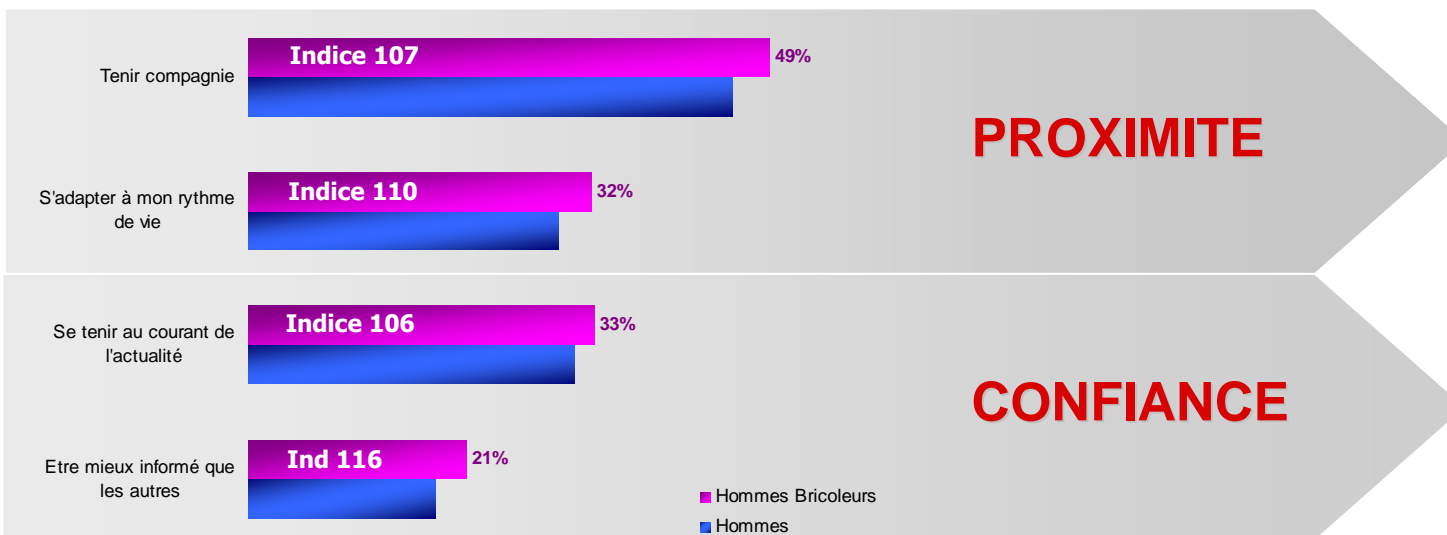
La marque comme
gage de sécurité ?

Ecoute radio rime-t-elle
avec produits bio ?

Quels critères de choix pour la voiture ?

SIMM / Cible Conso et Cible RADIO ?

Pour les hommes bricoleurs*, la Radio ...



PROXIMITE

CONFIANCE

La **RADIO** est un media **PROCHE** et **CREDIBLE** pour les hommes bricoleurs.

22% en font leur **MEDIA PRIORITAIRE** (indice 107).

Source: TNS Media Intelligence SIMM 2009. Indices calculés sur Hommes 15 ans et +. * Hommes bricoleurs : pratiquant le bricolage comme activité régulière le week-end.

Les **AUDITEURS*** sont plutôt **BRICOLEURS**

Ils bricolent pendant leurs loisirs

46%

des auditeurs* L-V

Privilégient les produits de jardinage écologiques

Indice 102

Vs Hommes 15 ans +



Ils fréquentent très régulièrement les magasins de bricolage**

14,4%

des auditeurs* L-V

Vont chaque mois dans les magasins de bricolage

Indice 102

Vs Hommes 15 ans +

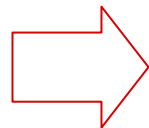


Source TNS Media Intelligence SIMM 2009. * Auditeurs masculins LV Indices calculés sur la population Hommes 15 ans et +. **Une fois par mois

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

en **quantifiant sa consommation**

au travers de ses **habitudes d'écoute Radio**



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 **10 400 personnes.**

Résultats à disposition

- 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

