

M6 PUBLICITÉ

PROBLÉMATIQUE :

- QUELLES SONT LES DONNEES CLEES DE LA CONSOMMATION DES FOYERS FRANCAIS ?
- QUELLES SONT LES POTENTIELS DE CONSOMMATION :
 - par tranche d'âge ?
 - par marques nationales ? par marques de distributeurs?
 - par "gros téléspectateurs" de chaîne ?



Analyse de la consommation des foyers français en produit de grande consommation (PGC + FLS*) à partir des données TNS Woldpanel de 2006.

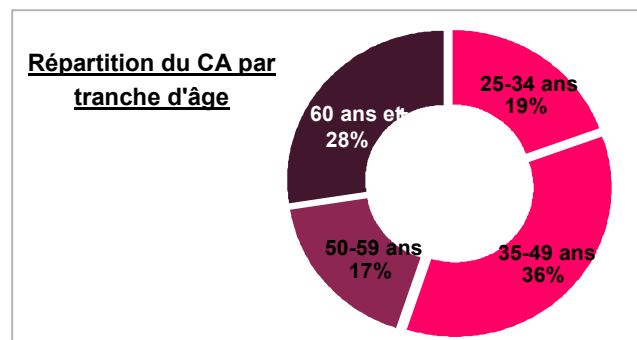
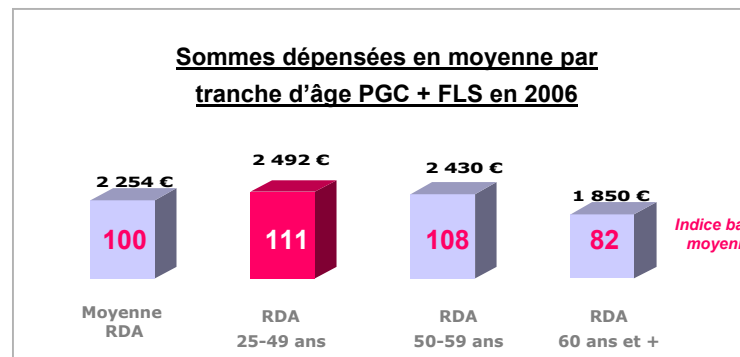
Contenu :

1

Sur la base des sommes dépensées en moyenne par foyer :

Les 25-49 ans consomment 11% de plus que la moyenne des responsables des achats en France.

Les 25-49 ans représentent 55% du CA du total Produits de Grande Consommation + Frais Libre Service.



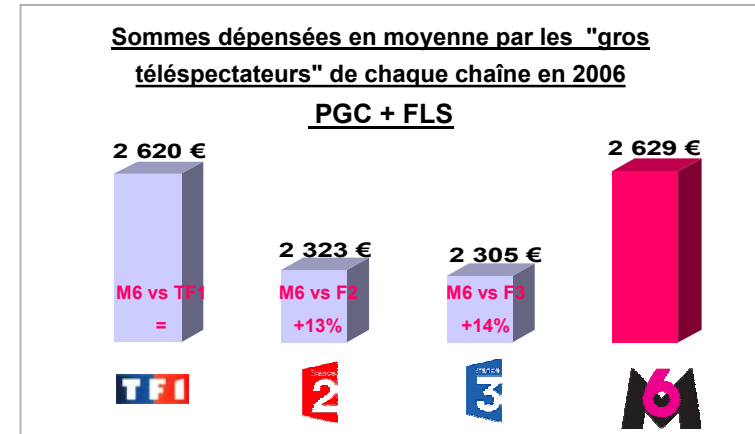
Sources principales :

-TNS WorldPanel , TNS Media Intelligence Micromarché , Mediamétrie Telereport

* PGC = Produits de Grande Consommation. FLS = Frais Libre Service

M6 PUBLICITÉ

2 Les gros téléspectateurs de M6 sont également de gros consommateurs de Produits de Grande Consommation et de produits Frais Libre Service.



3 Les gros téléspectateurs de M6 consomment davantage à la fois en Marques Nationales et en Marques de Distributeurs :

