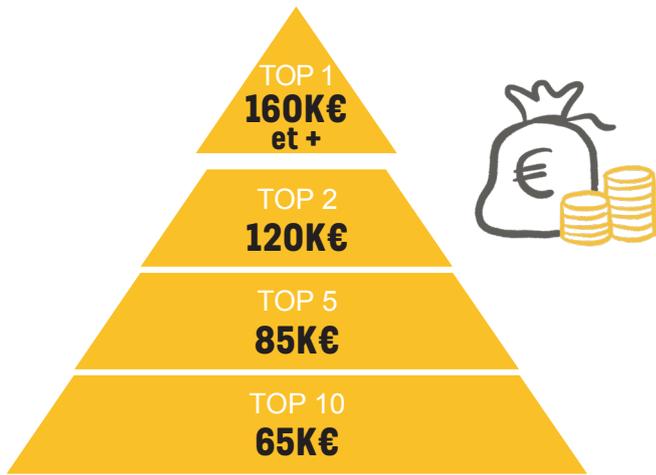
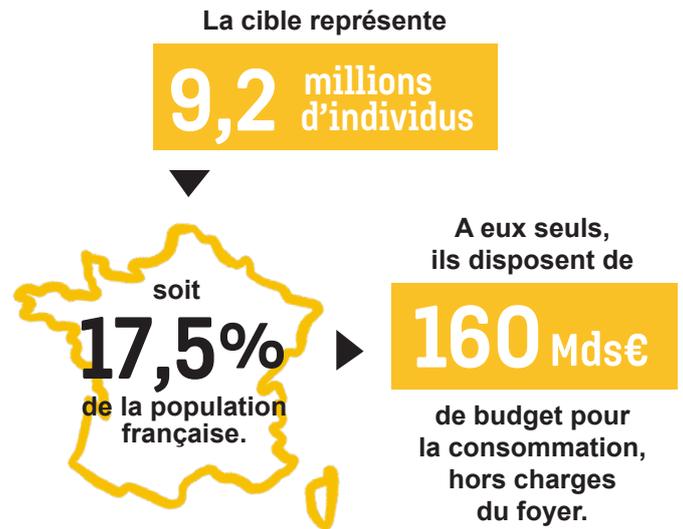


Quels sont les revenus des foyers français les plus riches, après impôts, par an ?



Combien y a-t-il de très hauts revenus en France ?



Quel est le profil type des top revenus ?



- La cible interviewée est à légère dominante masculine **55%**
- Son âge moyen se situe à **46 ans**
- Elle est répartie sur tout le territoire avec une surreprésentation en Ile-de-France **33%**, Sud-est **23%** et dans les villes de plus de 100 000 habitants **23%**

De gros consommateurs de Presse

**98%**  
lisent au moins une  
marque de Presse  
(9 072 000 individus)

**88%**  
lisent au moins une  
marque de Presse  
en version papier  
(8 098 000 individus)

**78%**  
lisent au moins une  
marque de Presse  
sur mobile  
(7 193 000 individus)



Quel est leur point de vue sur la Presse ?

La Presse arrive en tête des médias pour chacun des items abordés.

LA PRESSE PROCURE LES INFORMATIONS LES PLUS...

	FIABLES	COMPLÈTES	CRÉDIBLES	UTILES	COMMENTÉES ET ANALYSÉES
PRESSE	<b>59%</b>	<b>57%</b>	<b>57%</b>	<b>44%</b>	<b>42%</b>
RADIO	19%	25%	19%	24%	25%
WEB	13%	10%	15%	21%	17%
TV	9%	8%	9%	12%	16%

# Pourquoi OneNext Influence représente une petite révolution ?

Parce que l'étude constitue un outil puissant au service des :

## ANNONCEURS

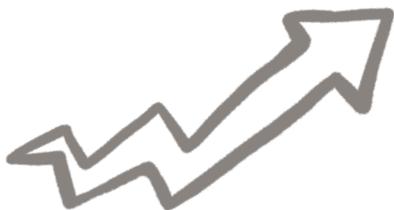
qui peuvent mieux connaître leurs clients et prospects et leurs affinités médias.

## AGENCES MEDIA

qui peuvent réaliser leurs plans médias de manière plus fine et efficace.

## RÉGIES

qui peuvent vendre leurs espaces de façon plus précise et argumentée.



## Quelques exemples d'enseignements ?

L'étude permet de révéler des informations telles que :

**35%**

Des possesseurs de carte Visa Infinite lisent un titre de PQN.

**44%**

Des possesseurs de Jaguar lisent un titre de Presse en région.

**50%**

Des propriétaires de Tesla lisent une marque de Presse magazine féminine.

## ONENEXT INFLUENCE : UNE ENQUÊTE HORS-NORMES

**01** RENDEZ-VOUS DÉCROCHÉ  
POUR  
**86** APPELS PASSÉS



**3 millions**  
D'APPELS AU TOTAL

**10 000**

PERSONNES  
INTERVIEWÉES



**+de 100** ENQUÊTEURS FORMÉS

**17** MINUTES  
D'ENTRETIEN  
POUR CONVAINCRE



Près de **600**

MARQUES  
ÉTUDIÉES SUR

**10** SECTEURS DE  
CONSOMMATION

