



## PLAN

1. Contexte
2. L'échantillon
3. Les interviewés
4. L'avis des lecteurs
5. Ce qui les intéresse
6. Les strates
7. Conclusion





## CONTEXTE

**Planet'Montbéliarde , un outil de communication créé pour :**

- **Informé**
- **Promouvoir → envoi de 21 000 ex = 40 K€ / édition**

**Après 5 numéros,**

- **Le cœur de cible est-il touché et satisfait ?**
- **Besoin de chiffres = argumentaire publicitaire**



## L'ECHANTILLON

Catégories	Cible Totale		Cible envoi		Répondants	
	Effectif	Pourcentage	Effectif	Pourcentage	Effectif	Pourcentage
Éleveur	18550	96,1%	2657	83,2%	524	77,1%
Technicien	249	1,3%	156	4,9%	75	11,0%
Enseignant/Étudiant	208	1,1%	157	4,9%	57	8,4%
Institutionnel	155	0,8%	99	3,1%	1	0,1%
Annonceur	128	0,7%	113	3,5%	4	0,6%
Journaliste	14	0,1%	13	0,4%	3	0,4%
Autre					16	2,4%
<b>Totaux effectifs</b>	<b>19304</b>		<b>3195</b>		<b>680</b>	

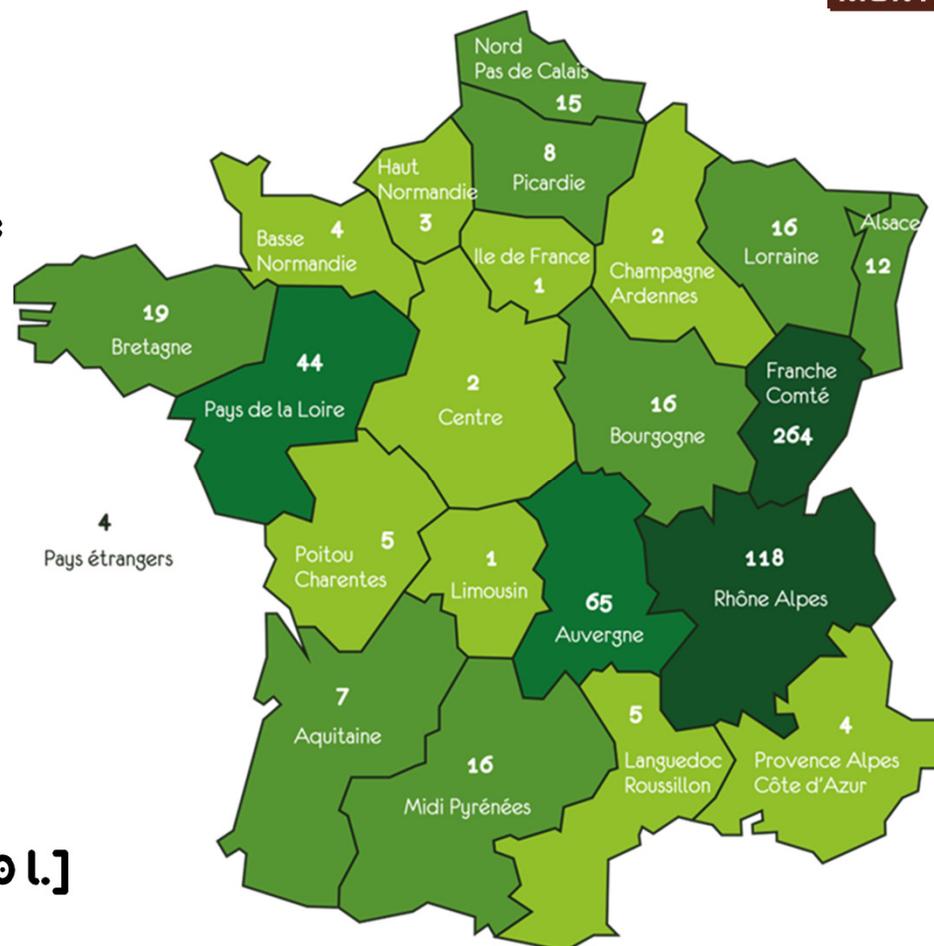


**Taux de réponses: 21,6 %**  
**Techniciens: 48 %**  
**Étudiants/Enseignants: 36,3 %**

# ENQUÊTE PLANET MONTBÉLIARDE



## Représentation géographique



## Les élevages :

- 55,5 % [250 000 - 700 000 l.]
- 5% >700 000 l.
- 80,7 % de troupeaux montbéliards
- 18,4 % de troupeaux mixtes (+Holsteins ou croisées)



## Très bonne satisfaction générale

**95,6 % de satisfaits,**

**87,4 % trouvent le nombre d'articles bien équilibré,**

**95,4 % instructifs,**

**95,8 % compréhensibles,**

**93,6 % bien illustrés,**

**93,5 % complets,**

**55,4 % des lecteurs parlent régulièrement des articles**

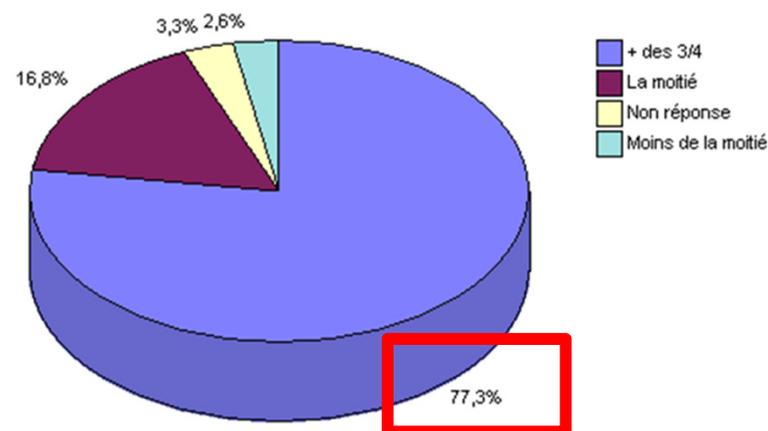
**46 % font référence aux infos dans leur travail ou leurs activités**



## Une visibilité maximale

- 77% lisent >  $\frac{3}{4}$  du magazine
- 35,8 % de reprise en main
- 25,5 % des lecteurs partagent leur exemplaire
- 7% lisent la version en ligne

*Lisez-vous l'ensemble du magazine  
seulement certains articles?*





## Un positionnement unique

**76,5 % estiment que le magazine leur apporte des informations uniques,**

**82,5 % actualité traitée sans parti pris**



## Un lectorat avec des attentes variées

	Pas important	Important	TOTAL
Interviewer des personnalités du secteur	8,5%	91,5%	100%
Parler de l'actualité du secteur	4,2%	95,9%	100%
Faire un retour sur les événements du m	20,7%	79,3%	100%
Informé sur les évolutions de l'équipe	32,5%	67,5%	100%
Faire partager les dernières innovations	8,0%	92,0%	100%
Donner des repères techniques	6,4%	93,6%	100%
Apporter des statistiques relatives à la	17,0%	83,0%	100%
Montrer le potentiel de la race	14,7%	85,3%	100%
Donner des informations sur l'évaluati	7,3%	92,7%	100%
<b>Ensemble</b>	<b>13,2%</b>	<b>86,8%</b>	<b>100%</b>



## Un rubricage équilibré et qui plaît

	Pas souvent	Souvent	TOTAL
46 rue Montbéliarde	34,2%	65,8%	<b>100%</b>
Sciences et techniques	24,9%	75,1%	<b>100%</b>
Index	24,4%	75,6%	<b>100%</b>
Chiffres clés	25,6%	74,4%	<b>100%</b>
Dossier	17,2%	82,8%	<b>100%</b>
Produire avec	23,5%	76,5%	<b>100%</b>
International	43,6%	56,4%	<b>100%</b>
Évènements	24,9%	75,1%	<b>100%</b>
Génétique	11,5%	88,5%	<b>100%</b>
Portrait	20,9%	79,1%	<b>100%</b>
<b>Ensemble</b>	<b>25,1%</b>	<b>75,0%</b>	<b>100%</b>



## ÉTUDE PAR STRATES

**« Techniciens » :**

**+ d'intérêt pour Sciences et Techniques et Chiffres Clés**

**- d'intérêt pour Index et Portraits.**

**« - 30 ans » :**

**+ d'intérêt pour Évènements**

**Et « Montrer le potentiel de la race »**

**Non significatifs :**

**racés Holstein et Croisé**

**Lieu de l'enquête (AG, Eurogénétiq**



## CONCLUSION

**1 remarque revient souvent : « Continuez ! »**

**Résultats très positifs et assez similaires quelques soient les catégories**

**Résultats en phase avec la construction du rubricage (rubriques « prescripteurs »)**