

# BALMÉTRIE 2018

Les tendances du  
courrier publicitaire



## Puissance

Un média puissant  
et peu encombré

**93%**

des Français lisent  
du courrier  
chaque semaine

**10**

Lectures  
par semaine,  
en moyenne

LE COURRIER  
PUBLICITAIRE

+ de  
**2/3**  
des lectures

**50%**

IMPRIMÉS  
PUBLICITAIRES

**21%**

COURRIERS  
RELATIONNELS  
ET DE GESTION

**18%**

COURRIERS  
PUBLICITAIRES  
ADRESSÉS

**11%**

IMPRIMÉS NON  
MARCHANDS

Nombre de lectures (en %)

## Ciblage

Le courrier publicitaire est lu par  
toutes les catégories de population

Jeunes 15-34 ans

**28%**



Ensemble  
population

**36%**



Courrier  
Restauration

Hommes

**48%**



Ensemble  
population

**54%**



Courrier  
Automobile

**51%**



Courrier  
Electronique

Csp+

**26%**



Ensemble  
population

**31%**



Courrier  
Sport

**33%**

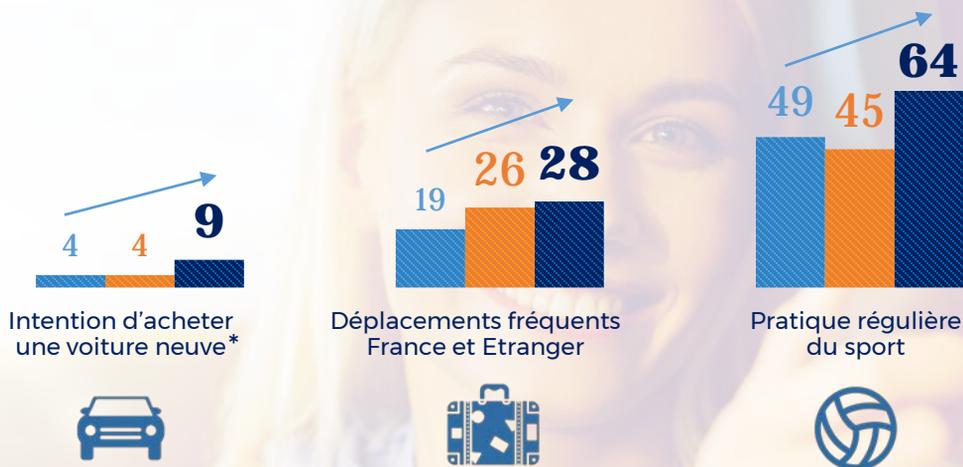


Courrier  
Optique

Courrier publicitaire adressé  
LDS profil en %

# Efficacité

Le courrier publicitaire s'adresse à tous les consommateurs



## Lecteurs Dernière Semaine – Pénétration en %

■ Ens Pop   ■ Lecteurs Imprimés publicitaires   ■ Lecteur Courriers publicitaires adressés

\* Se lit : les individus ayant l'intention d'acheter une voiture neuve représentent 4% de la population et 9% des lecteurs de CPA Auto

# Complémentarité

Les lecteurs de courrier publicitaire adressé achètent plus souvent sur internet



## Lecteurs Dernière Semaine – Pénétration en %

■ Ens Pop   ■ Lecteur Courriers publicitaires adressés

\* Se lit : les individus effectuant des achats fréquents de billets en ligne représentent 13% de la population et 21% des lecteurs de CPA Voyage/Tourisme

# BALMÉTRIE 2018

CONTACT

**Eric Trouset**

Président de Balmétrie

[eric.trouset@laposte.fr](mailto:eric.trouset@laposte.fr)

01 70 61 96 59 | 06 09 03 70 23

Source : GAME CHANGERS

