

jeudi 8 avril 2010



 **Dossier Spécial Immobilier**
à l'occasion du Salon National de l'Immobilier



metro 

LE QUOTIDIEN LE PLUS LU DANS LE MONDE

Les lecteurs de Metro, une cible utile pour les acteurs du marché immobilier

metro

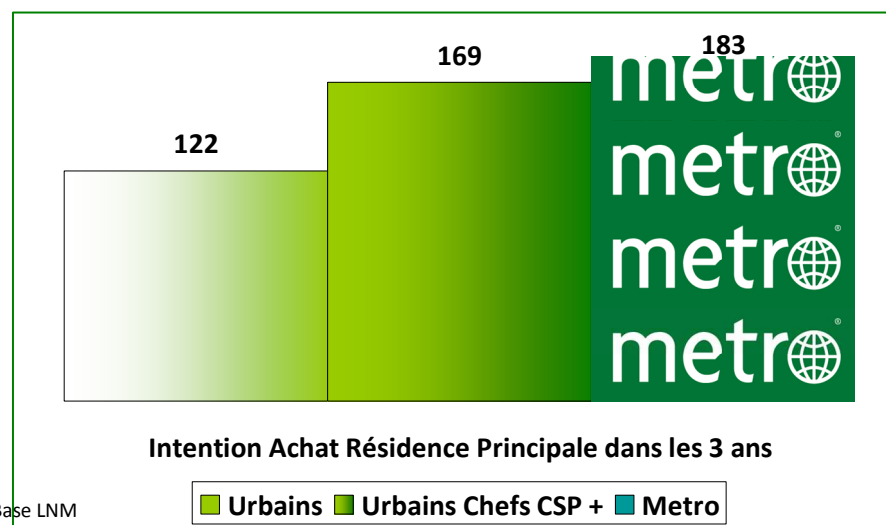
LE QUOTIDIEN LE PLUS LU DANS LE MONDE

- **Les urbains, une cible prioritaire pour les acteurs du marché immobilier ...**

- 55% de ceux qui prévoient d'acheter une résidence principale dans les 3 ans sont des urbains. Ils représentent un vivier de 1,7 millions d'investisseurs potentiels
- Quant aux urbains CSP+, ils représentent plus de 28%, soit un vivier de 877 000 investisseurs potentiels.

- **Metro, un concentré de consommateurs utiles et informés...**

- 284 000 lecteurs de Metro prévoient d'acheter leur résidence principale dans les 3 ans, soit un indice de 183 versus l'ensemble de la population.
- Metro enrichit sa rubrique du jeudi « Metro Immo » à l'occasion du Salon National de l'Immobilier



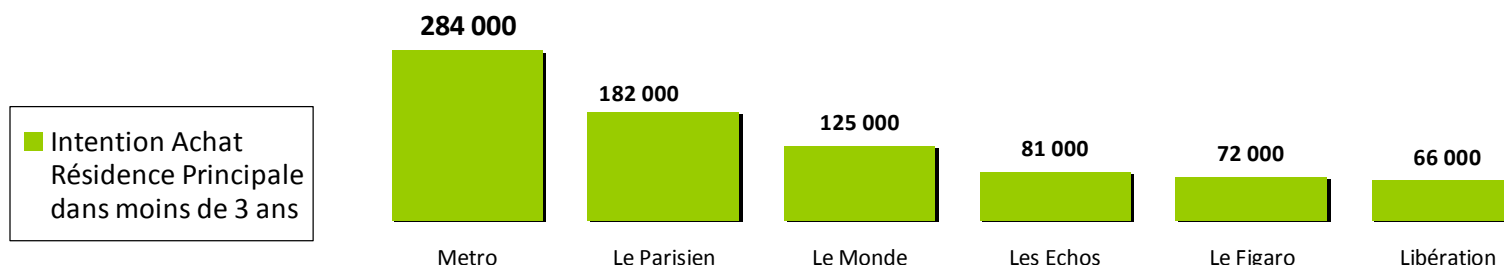
Metro, la puissance d'une communication auprès des investisseurs immobiliers



LE QUOTIDIEN LE PLUS LU DANS LE MONDE

- **Metro, une puissance 4 fois supérieure à celui du Figaro après des investisseurs potentiels.**

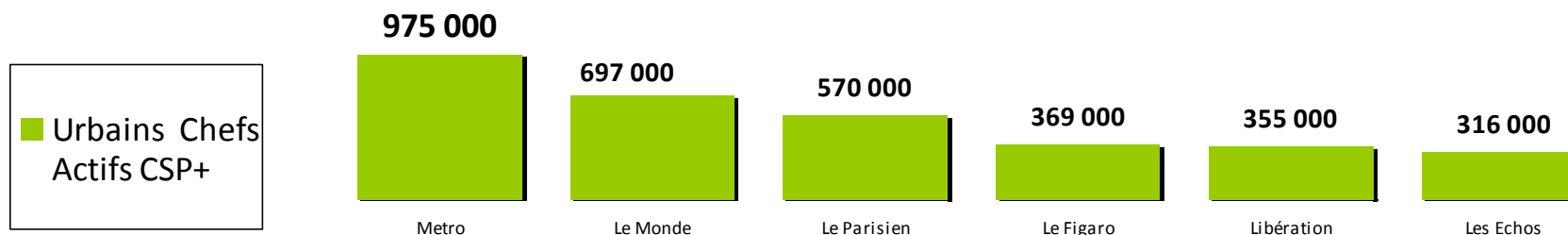
→ Par exemple, pour atteindre la couverture générée par une insertion dans Metro, il faut 9 insertions dans Le Figaro ou 4 dans Le Monde ou 2 insertions dans Le Parisien.



Source EPIQ 2008-2009. base LNM "prévois d'acheter une résidence principale dans moins de 3 ans"

- **Metro, la puissance auprès du cœur de cible du marché : les urbains CSP+**

→ Par exemple, pour atteindre la couverture générée par une insertion dans Metro, il faut 4 insertions dans Le Figaro ou 3 insertions dans Le Parisien.



Source EPIQ 2008-2009. base LNM Urbains Chefs Actifs CSP+