



marmiton
CUISINER REND HEUREUX !

www.mediaobs.com

DU PHÉNOMÈNE MARMITON... AU

UNE MARQUE MEDIA EMBLÉMAT

UNE
DES
PLUS
GRANDES
RÉUSSITES
PRINT

5^{ème} marque magazine française
N°1 en audience et ventes kiosques
de la presse cuisine

Audience
22 010 000 (ONE NEXT GLOBAL 2021/3)
6 815 000 (ONE LDP 2021/3)
84 224 (ACPM DSH 2020-2021)

2000
Lancement de **Marmiton.org**
leader des sites culinaires en France

2010
lancement de
Marmiton Magazine
Trimestriel

2012
Bimestriel

2018
Nouvelle formule

2019
Mediaobs

LES
RAISONS
DU
SUCCÈS

marmiton

Générationnel

le contenu, le ton,
le style correspondent
aux attentes d'un
nouveau public

Communautaire

une nouvelle
génération s'y retrouve
pour s'inspirer et
partager

Pratique

plein d'idées, d'infos,
de suggestions
et d'astuces. Des
recettes fiables, claires
et accessibles

Coach

positif,
dynamique,
motivant, stimulant

Généreux

le magazine qui offre
le plus grand nombre
de recettes

Partisan d'une cuisine plaisir

plaisir de faire,
de découvrir
des nouveaux produits,
de partager en famille
ou entre amis

Promesses fortes

simplifier le quotidien
réenchanter l'ordinaire
rechercher l'équilibre
manger vrai, manger juste

Contemporain

nouveaux produits,
nouvelles tendances
alimentaires, nouveaux
modes de consommation

Agréable à lire

une réalisation de qualité :
mise en page,
iconographie, photos,
grammage supérieur
du papier

Moderne

une maquette
qui répond aux nouveaux
modes de lecture



PHÉNOMÈNE MARMITON MAGAZINE

IQUE DE LA PRESSE FRANÇAISE

LA GÉNÉRATION FOOD-REVOLUTION

L'alimentation prend une nouvelle dimension et change de statut

VISIBILITÉ GRANDISSANTE DE LA CUISINE

- Des modes et des tendances renouvelées : Fooding, bistronomie, street-food, végan....
- Les Chefs : Rock Stars de la scène culinaire
- La Télé Réalité Gastronomique omniprésente
- L'édition culinaire au Top : La Librairie Gourmande, ...

NOUVELLES PRATIQUES ALIMENTAIRES VERS LE MIEUX-MANGER

- Envie de **naturalité**, de produits frais, de « fait maison ».
Mieux manger au quotidien sans abandonner le plaisir
- **Sens des Responsabilités** : Locavore, Bio, durable, équitable
- **Vigilance Santé** : vs allergies, pesticides, OGM, additifs

Marmiton participe à la Food révolution avec une conviction : Cuisiner plus et fraîs pour manger mieux et vrai. Sans oublier le plaisir ni la convivialité.

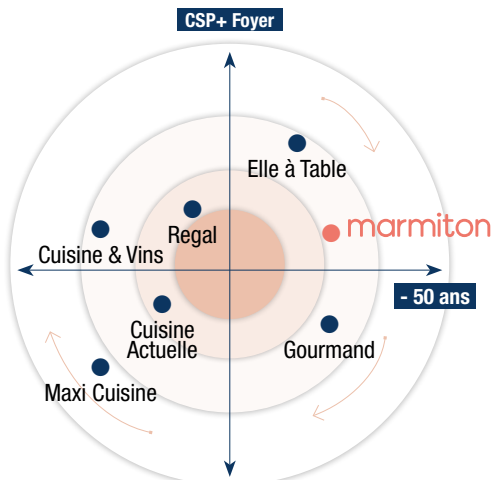
LES « DIGITAL MUM » ONT LEUR MAGAZINE CUISINE

Profil dynamique • Mode de vie moderne



- Marmiton répond à une attente nouvelle, d'un public **sensible aux nouvelles tendances et pratiques alimentaires**
- Des **femmes actives** (60% d'actifs), quadra, Jeunes **couples avec enfants** (35% avec enfants), **revenus moyens sup.**
- **42% des personnes** en contact avec la marque consultent Marmiton lors de leurs achats
- Les **bons produits au bon moment**, pour plus de qualité et d'achats malins
- Une **consommation diversifiée** entre Grandes Surfaces, drive, e-commerce, Producteurs et circuits courts, ...
- Une consommation moderne de **plaisir et de découverte**

- Nouvelles technologies (**la plus forte pratique internet quotidienne**) : site Marmiton, Food-Tech, applis d'évaluation de produits alimentaires, e-commerce local...
- Sa consommation de produits et de media **mélange on et off-line**
- **Curiosité, Sensibilité aux tendances et à la nouveauté**, Envie de découverte
- Une **communauté** qui se parle, qui échange, qui partage des informations et des recommandations ...



PROFILS



Femmes, 25-49 ans



Actifs, Foyer AB



Foodistas



Éco-responsables





LES ESSENTIELS



- Des performances « record »
- Plébiscité et récompensé par la profession
 - Prix Trophée Magazines Maison de la Presse 2018
 - Prix Relay des Magazines de l'Année 2016
- Un nouveau public exclusif dans la presse cuisine
- Un lectorat jeune, actif, familial, consommateur, moderne
- Des valeurs porteuses de la Food-Revolution
 - Plaisir, Innovation, Convivialité, Eco-responsabilité, exigence de qualité

POLE FOOD

Corinne Rougé
01 44 88 93 70
crouge@mediaobs.com

Sandrine Kirchthaler
01 44 88 89 22
skirchthaler@mediaobs.com

Alexandra Horsin
01 44 88 89 12
ahorsin@mediaobs.com

Cécile Ghis
01 44 88 89 25
cghiss@mediaobs.com

