



**marmiton**  
**CUISINER REND HEUREUX !**



# DU PHÉNOMÈNE MARMITON...

UNE MARQUE MEDIA EMBLÉMATIQUE

UNE  
DES  
PLUS  
GRANDES  
RÉUSSITES  
PRINT

**2<sup>ème</sup> marque magazine française**

**N°1 en audience et ventes kiosques  
de la presse cuisine**

Audience

**5 217 000** (OneNext Global 2025 S2)

**86 192** (ACPM DFP)

**2025**

N°1 DE LA PRESSE MAGAZINE  
en audience

**2000**

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

**2010**

lancement de  
**Marmiton Magazine**  
Trimestriel

**2012**

Bimestriel

**2018**

Nouvelle formule

LES  
RAISONS  
DU  
SUCCÈS

marmiton

**Génération**

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 faciles  
et accessibles

**Coach**

positif,  
dynamique,  
motivant, stimulant

**Généreux**

le magazine  
le plus grand nombre  
de recettes

**Partisane  
d'une cuisine plaisir**

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

**Promesses fortes**

simplifier le quotidien  
rénover 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  
qui offre

**Moderne**

une maquette  
qui répond aux nouveaux  
modes de lecture



# AU PHÉNOMÈNE MARMITON MAGAZINE

## 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 : 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, OGM, additifs

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



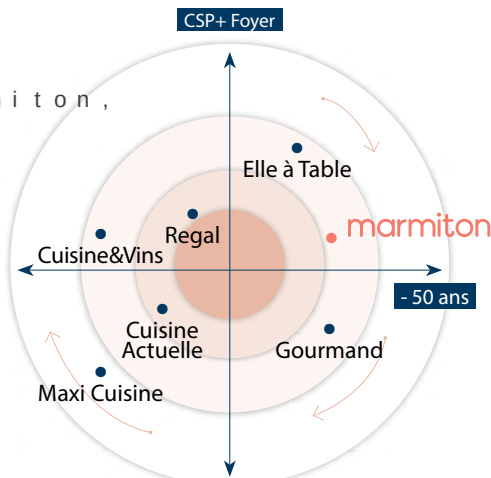
### LES « DIGITAL MUM » ONT LEUR MAGAZINE CUISINE

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 élargie : 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 of-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 - Revol  
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



Jean-Benoit Robert  
01 44 88 97 79  
jbrobert@mediaobs.com

