



KIT MEDIA

Octobre 2020

FEELEAT, LE MEDIA QUI NOUS RÉCONCILIE

AVEC NOTRE ALIMENTATION

La mission de Feeleat :

Accompagner au quotidien tous ceux pour qui l'alimentation doit retrouver une dimension plaisir, créatrice d'émotions, en s'affranchissant des diktats et injonctions véhiculées par les médias et les réseaux sociaux.

L'alimentation étant un des fondamentaux de notre quotidien, prendre du plaisir à manger est essentiel à notre bien-être.

Consommateur de tous types d'aliments, végétarien, flexitarien, de produits frais ou de produits industriels, nous souhaitons accompagner chacun à être en paix avec sa façon de se nourrir et qu'elle permette d'être en bonne santé avec une vie sociale épanouie.

Pour y parvenir, nous aidons à mieux comprendre et à favoriser les contextes de vie qui permettent d'avoir une alimentation et un rapport à celle-ci les plus équilibrés possibles.



Le petit mot
de Morgane

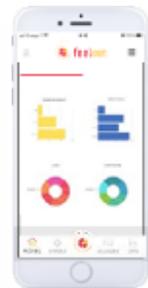
fondatrice de Feeleat

« Rejoindre Feeleat, c'est rejoindre une grande famille qui se soutient au quotidien et qui se donne des astuces pour se sentir bien et se reconnecter à ses sensations, ses émotions, et finalement à soi-même. »

Via des conseils, des découvertes de produits coups de cœur, du contenu pédagogique, nous aidons toute une communauté à prendre soin d'elle au quotidien. »

L'ÉCOSYSTÈME FEELEAT RASSEMBLE 1,5M DE PERSONNES CHAQUE MOIS

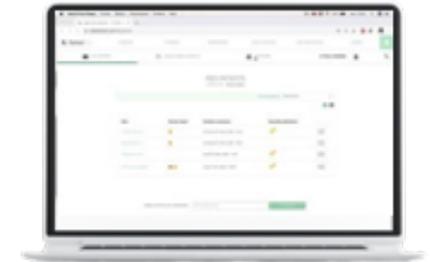
Via des contenus pédagogiques, des témoignages, l'intervention d'experts scientifiques ou culinaires, ...



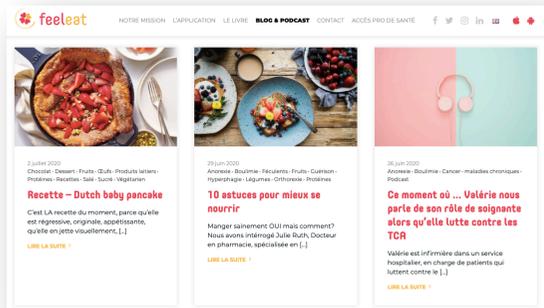
Une app



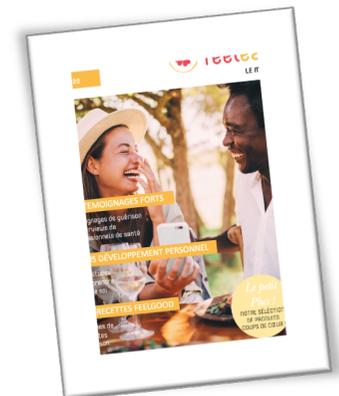
Une interface
médicale



Un blog



Un magazine



Un Podcast



LA FORCE DE FEELEAT :

UNE COMMUNAUTÉ ENGAGÉE ET PRESCRIPTRICE

1^{ère} communauté francophone

pour les personnes qui souhaitent se réconcilier avec leur alimentation,
la *feeleatfamily*



UNE
COMMUNAUTÉ
ENGAGÉE

**Entre 19,4 et
50 %**
excellent taux
d'engagement
(selon le media utilisé)



UNE
COMMUNAUTÉ
PUISSANTE

1 m
de personnes touchées
par mois



UNE
COMMUNAUTÉ
PRESCRIPTRICE

100 000
interactions
avec chaque publication



UNE
FONDATRICE
TRÈS IMPLIQUÉE

qui a su gagner la confiance de sa communauté en l'intégrant au quotidien dans le développement de Feeleat et en prenant la parole sur des sujets sensibles mais essentiels.

LES AMBITIONS PERSONNELLES

DE LA COMMUNAUTÉ FEELEAT

LES 3 OBJECTIFS PRINCIPAUX FIXÉS
PAR LA COMMUNAUTÉ :



Adopter une nouvelle
routine bien-être

TOP
2



Se sentir bien dans
son corps et manger
sans culpabilité

TOP
1

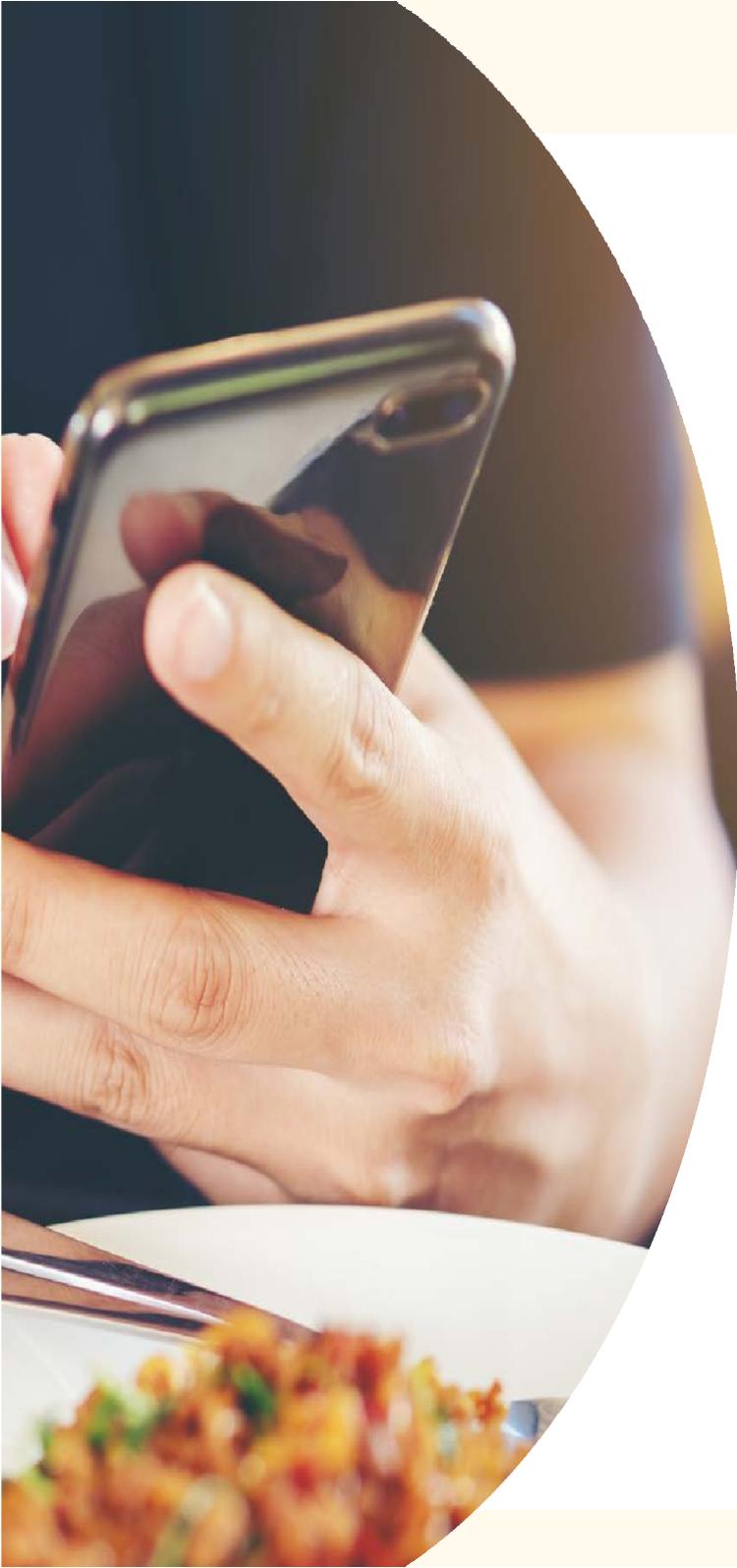


Faire du sport

TOP
3

POUR IN-FINE, SE
RECONNECTER À SOI-MÊME
ET SE SENTIR BIEN !





LES CHIFFRES CLÉS (septembre 2020)

4 000 000

personnes touchées par nos publications en 6 mois

1 500 000

portée mensuelle moyenne des publications

290 000

impressions web

100 000

téléchargements de l'app

60 000

abonnés à la newsletter

45 000

visites mensuelles sur le blog

28 000

abonnés sur Facebook

29 000

abonnés sur Instagram

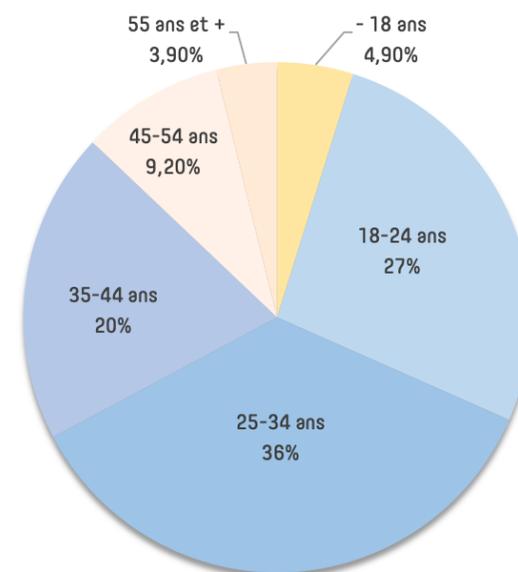
QUI SONT LES FEELEATER ?



UNE AUDIENCE PRINCIPALEMENT FEMININE

85 % 

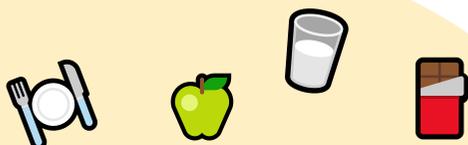
Jeunes adultes ou mères de famille



Répartition équitable de catégories socio-professionnelle et de lieux d'habitation (petites, moyennes ou grandes agglomérations).

LES HABITUDES DE CONSOMMATION

DE LA COMMUNAUTÉ FEELEAT



Produits les plus consommés dans l'app :

Pain : 110 000 mentions

Yaourt : 75 000 mentions

Pomme : 70 000 mentions

Chocolat : 58 000 mentions

Fromage : 53 000 mentions

Salades : 50 000 mentions

Café : 48 000 mentions

Pâtes : 45 000 mentions

Beurre : 40 000 mentions

Lait (vache, végétal, ...) : 38 000 mentions

Céréales : 35 000 mentions

Gâteaux, cake, ... : 33 000 mentions

Poulet : 30 000 mentions

Thé : 28 000 mentions

Compote : 27 000 mentions

Confiture : 22 000 mentions



Parmi les marques les plus citées :

DANONE

Nestlé

Herta

Bonne Maman

ANDROS

Lindt
MÂTRE CHOCOLATIER SUISSE
DEPUIS 1845

BjORG

nutella

Gerblé

Sojasun

Chiffres : Septembre 2020

Régressif

Protéiné

Sain

Réconfortant

Riches en
fibres

POURQUOI COMMUNIQUER ENSEMBLE ?

UNE AMBITION COMMUNE :

ACCOMPAGNER LE CONSOMMATEUR
AU QUOTIDIEN DANS SON
PLAISIR DE S'ALIMENTER ET DE PRENDRE SOIN DE LUI

POUR VOTRE MARQUE



**PROJETER VOTRE
MARQUE**
au cœur d'un **contenu
ultra-affinitaire**



**CRÉER DU LIEN AU
CŒUR**
des discussions de la
communauté Feeleat



**VOUS
AFFIRMER**
en tant que **leader
d'opinion** sur votre
marché.



LES RENDEZ-VOUS FEELEAT SUR

LES RESEAUX SOCIAUX

Au quotidien, Feeleat s'adresse à sa communauté grâce à des contenus engageants, au plus proche de l'actualité et des préoccupations de sa communauté.



**DES FORMATS
POUR INSPIRER**



**DES FORMATS
POUR CONSEILLER**



**DES FORMATS
PÉDAGOGIQUES**