



La tactique gagnante
pour séduire tous les hommes

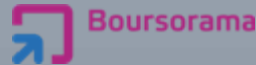


Touchez plus d'1 homme CSP+ sur 4 grâce à TO WIN !



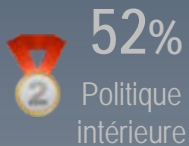
La tactique gagnante
pour séduire tous les hommes

SPORT ET FINANCE... TANT DE POINTS COMMUNS



1ers centres d'intérêt des hommes cadres (en entreprise)

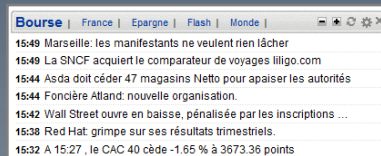
En %



En Affinité



Performance



Instantanéité



Convergence

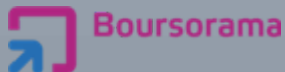


DES THÉMATIQUES PRIORITAIRES POUR LES CADRES SUR INTERNET



La tactique gagnante
pour séduire tous les hommes

2 SITES LEADERS CLAIREMENT IDENTIFIÉS...



Pure Player

3 134 000 de VU



N°2 SUR L'INFORMATION FINANCIÈRE

373 M de PAP / mois (source : Médiamétrie//Net Ratings)

121 pages vues / mois par internaute

53'09 '' de connexion / mois par internaute

673 000 VU quotidiens



Marque Média

4 983 000 de VU



N°1 SUR LE SPORT

630 M de PAP / mois (source : OJD Internet)

107 pages vues / mois par internaute

49'43 '' de connexion / mois par internaute

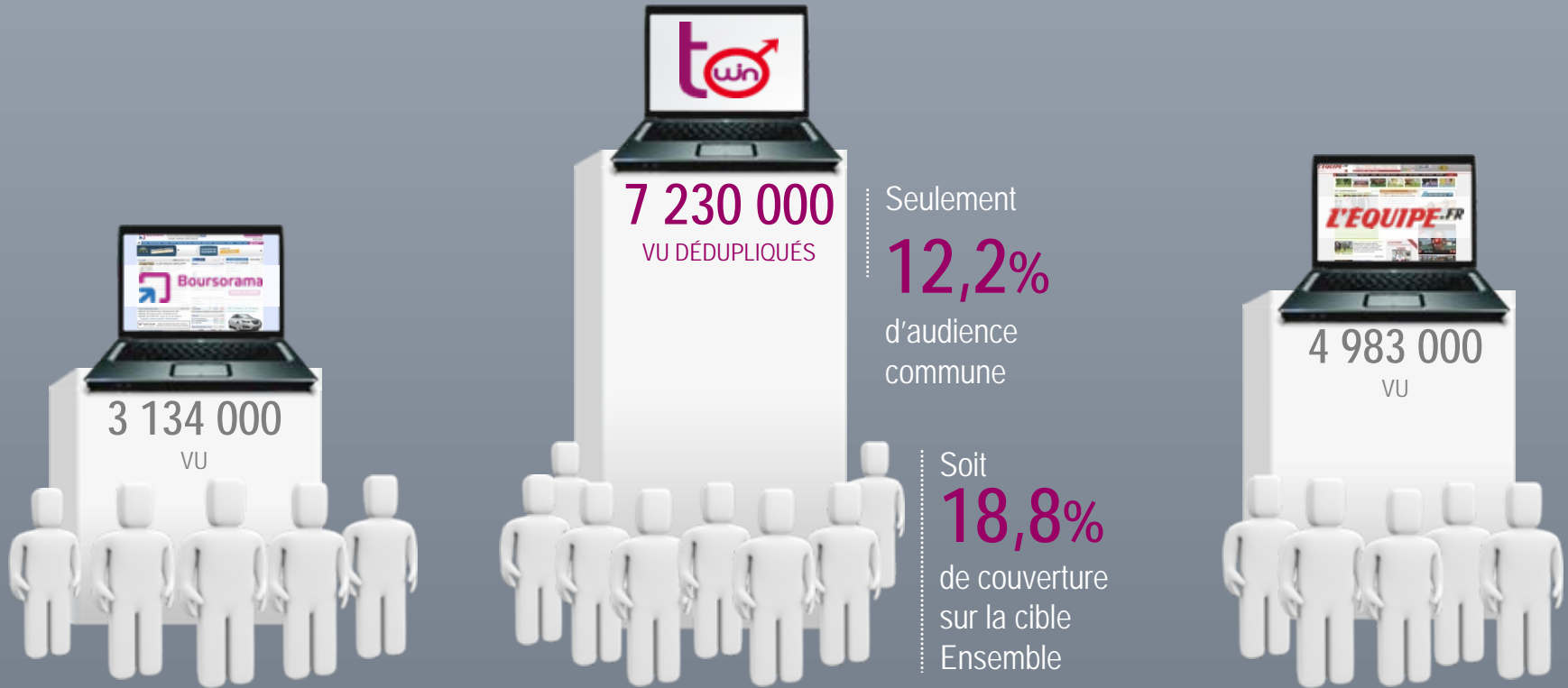
1 034 000 VU quotidiens

2 CARREFOURS D'AUDIENCE INCONTOURNABLES



La tactique gagnante
pour séduire tous les hommes

...ET COMPLÉMENTAIRES

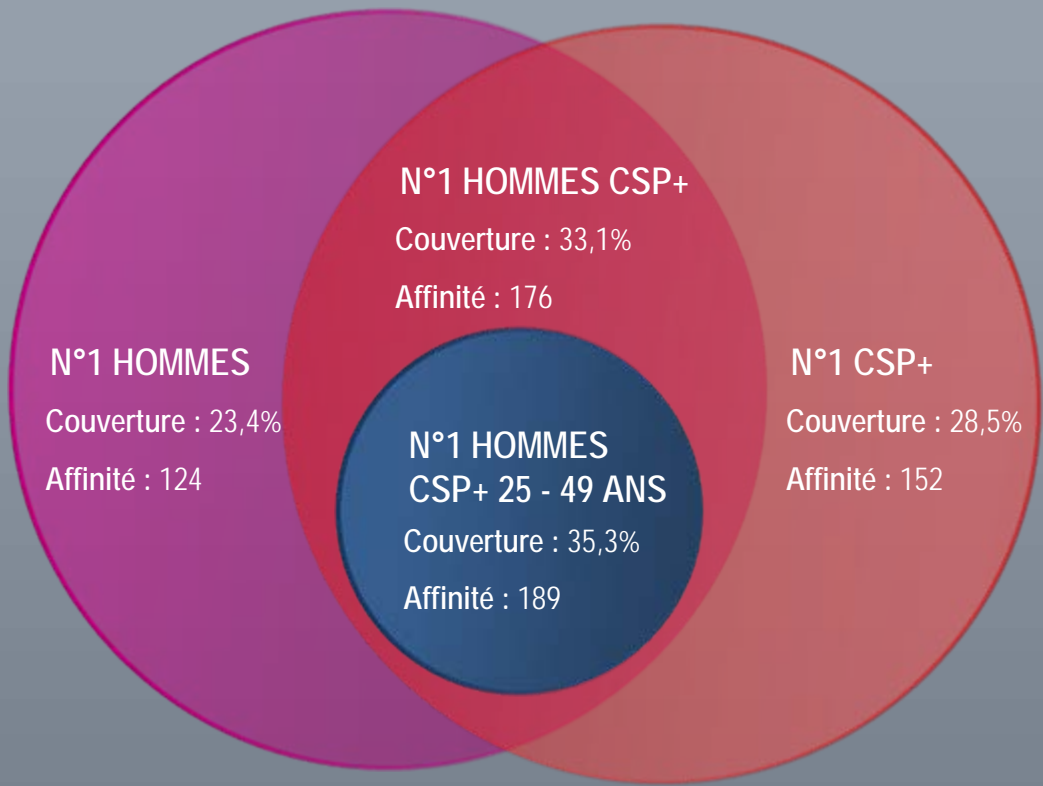


UNE ASSOCIATION PERTINENTE



L'OFFRE N°1 SUR LES CIBLES MASCULINES STRATÉGIQUES

PERFORMANCES DE TO WIN
en affinité / puissance sur les univers actualités, info.financière et sport.



UN COUPLAGE PUISSANT ET CIBLÉ

Source : Médiamétrie // NetRatings - Tous Lieux France - Moyenne Janv-Juin 2010



La tactique gagnante
pour séduire tous les hommes

UN CŒUR DE CIBLE PREMIUM : LES HOMMES CSP +



Source : Médiamétrie NetRatings Moyenne Janv-Juin 2010
Catégories étudiées : Actualités / Sport / Information Financière
Sites retenus : Audience sur Hommes CSP+ > 700 000 VU et Affinité > 140



La tactique gagnante
pour séduire tous les hommes

L'ASSOCIATION GAGNANTE POUR CIBLER LES DIRIGEANTS ET LES RESPONSABLES INFLUENTS



DIRIGEANTS ET CADRES EN ENTREPRISE

| | Effectif (en 000) | Affinité (indice) |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|
| TO WIN | 699 | 131 |
| 01net.com | 617 | 117 |
| lemonde.fr | 406 | 96 |
| Breaking news (Obs-Point-Exp) | 294 | 107 |
| lesechos.fr | 290 | 148 |
| lefigaro.fr | 257 | 124 |
| liberation.fr | 212 | 94 |
| latribune.fr | 178 | 150 |

RESP. DES ACHATS > 75 K€

| | Effectif (en 000) | Affinité (indice) |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|
| TO WIN | 446 | 125 |
| 01net.com | 417 | 119 |
| lemonde.fr | 262 | 93 |
| Breaking news (Obs-Point-Exp) | 181 | 99 |
| lesechos.fr | 175 | 134 |
| lefigaro.fr | 149 | 108 |
| liberation.fr | 136 | 91 |
| latribune.fr | 90 | 113 |

DÉCIDEURS INFLUENTS EN ENTREPRISE

| | Effectif (en 000) | Affinité (indice) |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|
| TO WIN | 330 | 131 |
| 01net.com | 267 | 107 |
| lemonde.fr | 182 | 91 |
| lesechos.fr | 140 | 152 |
| Breaking news (Obs-Point-Exp) | 137 | 106 |
| lefigaro.fr | 108 | 111 |
| liberation.fr | 86 | 82 |
| latribune.fr | 79 | 142 |

Source : Etude FCA 2008 – France des Cadres Actifs volet plurimédia



La tactique gagnante
pour séduire tous les hommes

UNE OFFRE SIMPLE ET STRUCTURÉE

1 journée d'habillage
de home page
sur les 2 sites
(sous réserve
de disponibilité)



40k€
net



20 millions
de PAP
(10+10)

BRANDING

100% de part de voix
Exclusivité 24h
Trafic estimé :
1,3 million de VU
6 millions de PAP

FREQUENCY

Pavés premium et medium en RG
2 semaines de campagne
Couverture estimée :
¼ des hommes
CSP+ touchés

TWINNER
70 k€

TWINNER : 70 k€ LES 2 DISPOSITIFS PRIS SIMULTANÉMENT

Wall Paper + 100% des formats pub + flash ou interstitiel diffusé à 600 000 VU

Source : SMART

Hors Home Pages et Homes de rubriques

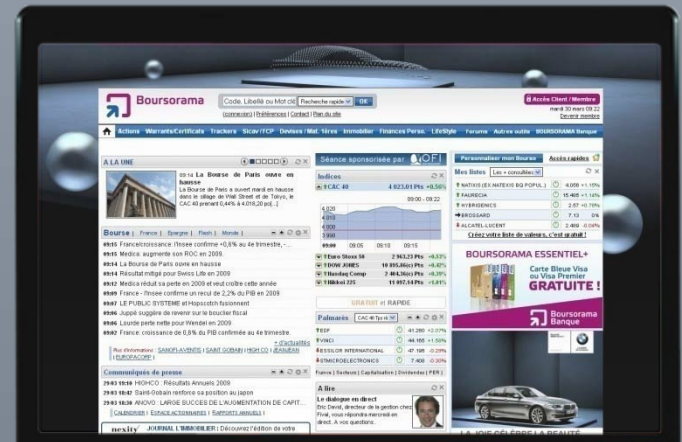
Conditions des offres : Même campagne (même produit/réf.) d'un annonceur ; limité à 4 annonceurs/ mois, hors événements majeurs



La tactique gagnante pour séduire tous les hommes

BRANDING : 1 JOURNÉE D'HABILLAGE DE HOME PAGE

EXEMPLE DE LA CAMPAGNE BMW

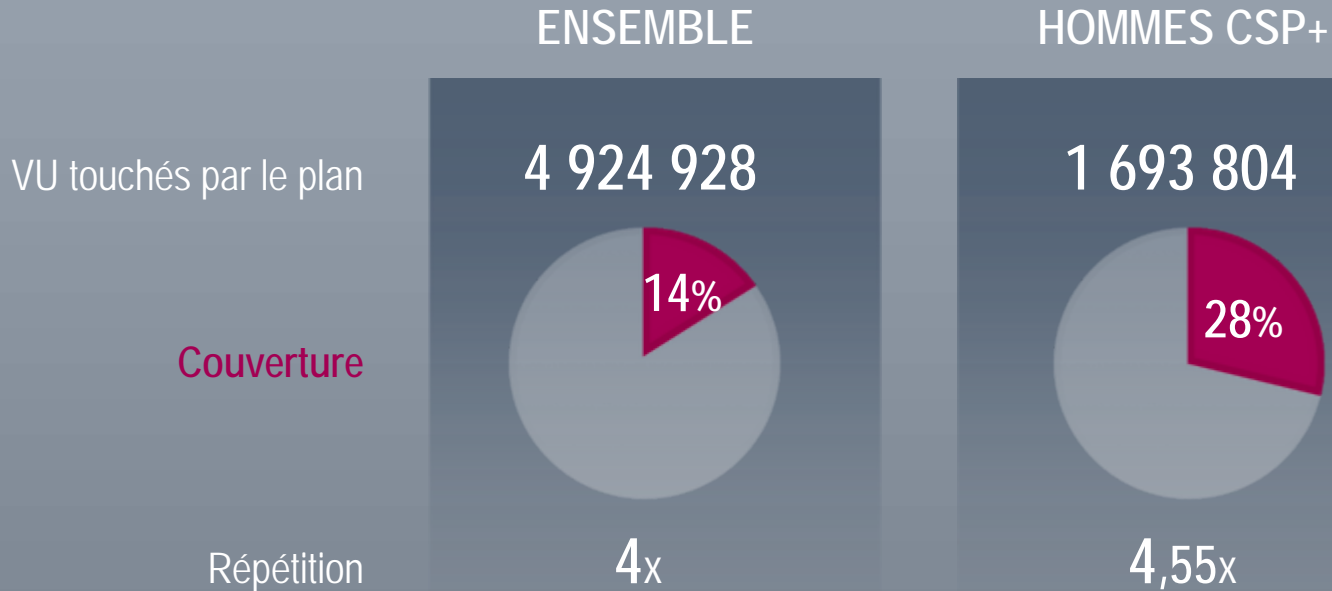


NB : Illustrations noirs formats impactants (Flash ou interstitiel)



La tactique gagnante
pour séduire tous les hommes

PERFORMANCES DU DISPOSITIF FREQUENCY



PLUS D'1 HOMME CSP+ SUR 4 TOUCHÉ



La tactique gagnante
pour séduire tous les hommes

TO WIN EN SYNTHÈSE :



Les 2 premiers
centres d'intérêt
des cadres
sur internet



N°1
sur les cibles
stratégiques
B to B et B to C



Un cœur de cible
premium :
les Hommes
CSP+



Une offre claire
et complète



Un prix unique
et compétitif
de 40 K€



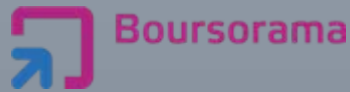
Un mode
opérateur simple

UNE TACTIQUE MÉDIA INÉDITE



La tactique gagnante
pour séduire tous les hommes

CONTACTS



Séverine PIRIOU
Directrice Régie Commerciale

severine.piriou@boursorama.fr
Tel: 01 46 09 53 32



Stéphane MIQUELIS
Directeur de la Publicité

smiquelis@amaurymedias.fr
Tel: 01 41 04 97 99