

AFFINITÉ

AFFINITÉ

OFFRE ACTU

Un produit qui vous permet de communiquer sur les cibles 25-49 ans et CSP+ dans un environnement thématique autour de l'info.

Parrainage Sept à Huit



13 semaines
soit 91 présences

±390 GRP⁽²⁾ TV

Page Rubrique « Actu »



x13 le lundi

±15,2M⁽²⁾ Contacts Presse

100% Info sur le Digital



Habillage Homepages (4 jours)
Interstitials applis (10 jours)
Rotation générale (13 semaines)

±10,9M PAP



Performances données à titre indicatif - Ces chiffres ne constituent pas une garantie de résultats - Offres soumises aux CGV de TF1 Publicité et de Metro applicables aux supports concernés

Toutes conditions commerciales déduites, primes de centralisation incluses et hors frais de production tous supports

Sous réserve de disponibilité au planning et de maintien des tarifs sur 2012 - Chaque support peut être vendu séparément

(1) Cible Individus 25-59 ans / (2) Cible Individus 25-49 ans / (3) Cible Femmes 15-49 ans / (4) Cible Femmes RDA <60 / (5) Cible Enfants 4-10 ans - Sources Médiamétrie & Epiq



AFFINITÉ

AFFINITÉ

OFFRE SPORT

Un produit qui vise en priorité les hommes autour d'une thématique sportive et plus particulièrement Foot
48,8% de couverture globale pour le dispositif sur les Hommes 15-49 ans source étude Cross médias 2011

Parrainage TELEFOOT



4 semaines
soit 36 présences

±130 GRP⁽²⁾ TV

Insertion ½ page Rubrique « Sport »



x4 le vendredi

±4,7M⁽²⁾ Contacts Presse

100% Sport sur le Digital



Habillage Homepages (2 jours)
Interstitiels applis (3 jours)
Rotation générale (4 semaines)

±5,8M PAP

Pour le secteur Jeux & Paris en ligne, nous consulter.



Performances données à titre indicatif - Ces chiffres ne constituent pas une garantie de résultats - Offres soumises aux CGV de TF1 Publicité et de Metro applicables aux supports concernés
Toutes conditions commerciales déduites, primes de centralisation incluses et hors frais de production tous supports
Sous réserve de disponibilité au planning et de maintien des tarifs sur 2012 - Chaque support peut être vendu séparément

(1) Cible Individus 25-59 ans / (2) Cible Individus 25-49 ans / (3) Cible Femmes 15-49 ans / (4) Cible Femmes RDA <60 / (5) Cible Enfants 4-10 ans - Sources Médiamétrie & Epiq



AFFINITÉ

AFFINITÉ

OFFRE PEOPLE

Un produit « People » pour communiquer auprès des Femmes RDA, cible à fort potentiel de consommation dans les univers de la cosmétique, de l'habillement textile...

52,7% de couverture globale pour le dispositif sur les Femmes RDA <50 ans source étude Cross médias 2011

Parrainage 50 mn Inside



4 semaines
soit 20 présences

±90 GRP⁽³⁾ TV

Insertion ½ Page « Media »



x4

±3,4M⁽³⁾ Contacts Presse

100% Femmes sur le Digital



Habillage Homepages (2 jours)
Interstitiels applis (7 jours)
Rotation générale (4 semaines)

±3,3M PAP



Performances données à titre indicatif - Ces chiffres ne constituent pas une garantie de résultats - Offres soumises aux CGV de TF1 Publicité et de Metro applicables aux supports concernés

Toutes conditions commerciales déduites, primes de centralisation incluses et hors frais de production tous supports

Sous réserve de disponibilité au planning et de maintien des tarifs sur 2012 – Chaque support peut être vendu séparément

(1) Cible Individus 25-59 ans / (2) Cible Individus 25-49 ans / (3) Cible Femmes 15-49 ans / (4) Cible Femmes RDA <60 / (5) Cible Enfants 4-10 ans – Sources Médiamétrie & Epiq



AFFINITÉ

AFFINITÉ

OFFRE PUBLI EDITO

Plus qu'un produit, un programme qui vise à installer la marque au sein d'un univers rédactionnel fort à la fois en TV sur LCI et au sein de Metro dans un format quali de PubliReportage

30,6% de couverture globale pour le dispositif sur les Individus 25-49 ans source étude Cross médias 2011

Programme Court



13 semaines

3 diffusions par jour entre 7h et 19h
du lundi au dimanche soit 546 présences

±4,6M⁽²⁾ Contacts TV

Dossier Spécial Metro



1 page / semaine x13

±15,2M⁽²⁾ Contacts Presse

100% Info sur le Digital



Site dédié

Habillage Homepages (4 jours)

Interstitiels applis (7 jours)

Rotation générale (13 semaines)

±8,2 M PAP



Performances données à titre indicatif - Ces chiffres ne constituent pas une garantie de résultats - Offres soumises aux CGV de TF1 Publicité et de Metro applicables aux supports concernés

Toutes conditions commerciales déduites, primes de centralisation incluses et hors frais de production tous supports

Sous réserve de disponibilité au planning et de maintien des tarifs sur 2012 - Chaque support peut être vendu séparément

(1) Cible Individus 25-59 ans / (2) Cible Individus 25-49 ans / (3) Cible Femmes 15-49 ans / (4) Cible Femmes RDA <60 / (5) Cible Enfants 4-10 ans - Sources Médiamétrie & Epiq

