



LA CHAÎNE INFO DES LEADERS D'OPINIONS ET DES DÉCISIONNAIRES

LCI LCI, LA CHAÎNE D'INFORMATION PREMIUM

LCI, c'est la 1^{ère} chaîne d'information créée en France en 1994

Avec une rédaction comportant plus de **100 journalistes**, 18 bureaux en province et 5 bureaux à l'étranger, LCI couvre l'ensemble de l'information, 24h/24 et 7j/7.

TF1 & **LCI**

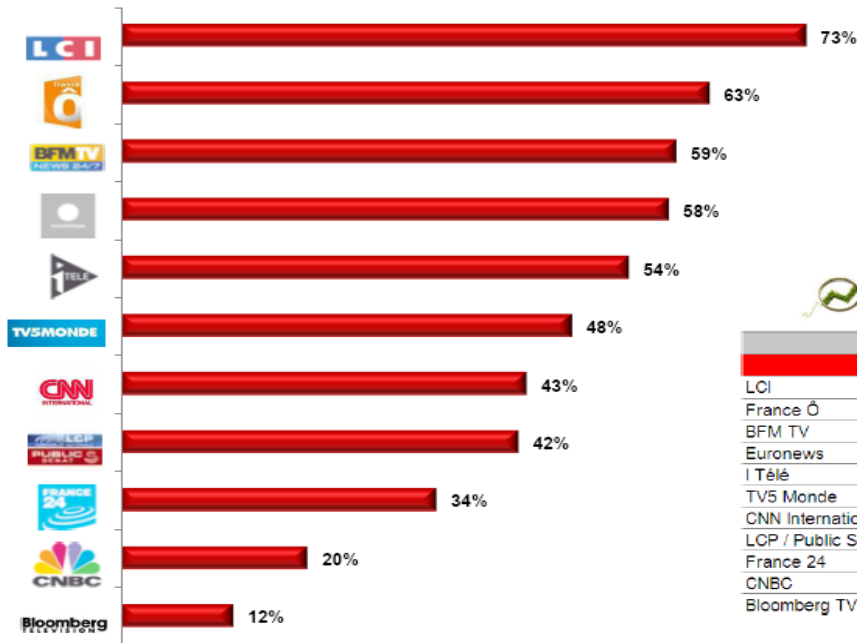
Depuis Septembre 2008, LCI s'est rapproché de la rédaction de TF1 et bénéficie de synergies importantes. Cet ensemble constitue **l'une des premières rédactions nationales audiovisuelles de France.**





UNE MARQUE FORTE ET DYNAMIQUE - UNE REFERENCE EN MATIERE D'INFORMATION

Notoriété globale, chaînes d'information



Base	EVOLUTION	
	VAGUE 2010	VAGUE 2011
INFORMATION, SOCIÉTÉ		
LCI	66%	73%
France Ô	50%	63%
BFM TV	41%	59%
Euronews	58%	58%
I Télé	47%	54%
TV5 Monde	45%	48%
CNN International	45%	43%
LCP / Public Sénat	39%	42%
France 24	32%	34%
CNBC	22%	20%
Bloomberg TV	-	12%

Source: CSA Observatoire Notoriété des chaînes de complément (Câble/Satellite/TNT/ADSL)
 Cible: ensemble population 15+, univers national
 Avril 2011

LCI LA CHAÎNE DES DÉCIDEURS ET DES PATRONS D'ENTREPRISE

7 millions de foyers reçoivent LCI sur le câble, le satellite, l'ADSL et la TNT Payante*.

LCI, 3^{ème} chaîne d'information auprès des ICSP+ ...

Une audience en hausse sur cette cible (+64%**)

... mais LCI ne touche pas les mêmes ICSP+ que ses concurrentes

38% d'ICSP++ (cadres supérieurs, professions libérales, ...) au sein du profil de LCI***
(vs 37% pour BFM TV et 36% pour I>Tele)



Le téléspectateur de LCI : un leader d'opinion

Un homme actif, CSP++ et urbain.

Décideur en entreprise, à l'affût de nouveaux produits, prêt à payer plus cher un produit de qualité.

Pour lui, la marque est une garantie de qualité : il tient à ses marques et leur est fidèle.

Il considère le luxe comme un plaisir personnel et aime offrir des produits de luxe.

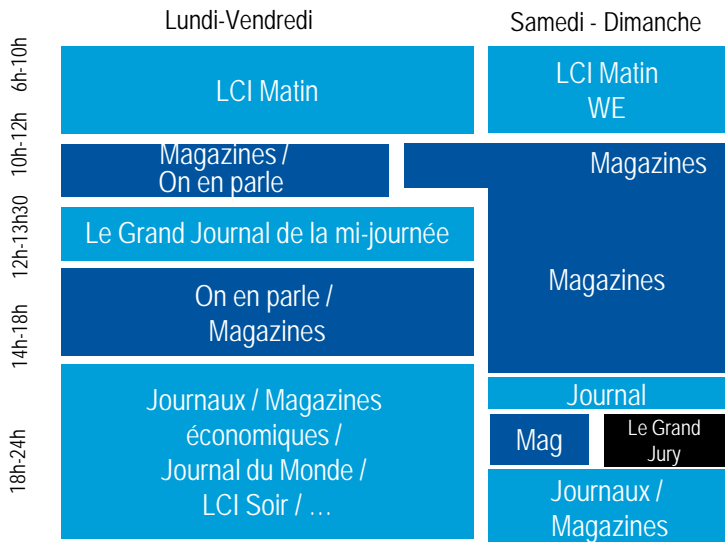
Principaux centres d'intérêt : les voyages, le tourisme et la gastronomie

Il s'intéresse également à l'informatique et aux nouvelles technologies, et s'y connaît en téléphonie mobile.





UNE PROGRAMMATION ÉQUILBRÉE ET RÉACTIVE, QUI REPOND AUX BESOINS DES CSP+ ET DES CSP++



Une grille structurée, alternant **information** et magazines de **décryptage** de l'actualité

LCI c'est **un journal toutes les 30 minutes** et plus de 20 magazines par semaine

Conférence de presse majeure ou événement impromptu... La grille peut être interrompue à tout moment : **priorité absolue au direct !**

Près de **7 000 invités** commentent l'actualité chaque année au sein des magazines

Une chaîne qui...

- a un bon équilibre entre information et analyses
- permet de s'informer rapidement, de manière efficace

I.CSP+

I.CSP++

72%

75%

84%

81%



UNE LIGNE EDITORIALE DONT LA QUALITE, LA PERTINENCE ET LA FIABILITE SONT MAJORITAIREMENT RECONNUES PAR LES I.CSP+ ET LES I.CSP++

Nouvelles émissions, nouvelles signatures... LCI met tout en œuvre pour délivrer une information de qualité. Son ambition reste inchangée : être la première chaîne sur tous les grands événements et proposer les meilleures analyses

LES CARREFOURS D'INFORMATION RENFORCÉS



Des grandes signatures de la presse écrite dans LCI Matin, un nouveau duo matinale pour le week-end... et toujours le 12-14, le 17-20, LCI Soir

NOUVEAUX RENDEZ-VOUS POLITIQUES :

Dernière ligne droite avant la Présidentielle, LCI muscle sa grille en accueillant quatre nouveaux rendez-vous politiques

« DEMANDEZ LE PROGRAMME », présenté par Michel Field

« LES MOTS POLITIQUES », présenté par François Bachy

« PAROLE DIRECTE : L'AFTER », présenté par Katherine Cooley et Damien Givelet

« ELYSÉE 2012 : VU D'AILLEURS », présenté par Christophe Moulin

Et les rendez-vous politiques de référence déjà installés sur la grille chaque semaine: Think Tank, Politiquement Show et le Grand Jury LCI-RTL-Le Figaro

Une qualité éditoriale reconnue par les I.CSP+/I.CSP++

diffuse des programmes de qualité 72%/66%

donne la parole à de vrais experts 64%/56%

diffuse des informations fiables, en lesquelles j'ai confiance 74%/71%

Source: Etude Open V3, cible CSP+