



Prési
den
tielle

_Présidentielle 2012

LES OFFRES M PUBLICITÉ

Anticiper les progressions d'audience

LES OFFRES M PUBLICITÉ

Des offres puissantes et modulables pour faire bénéficier aux marques annonceurs
_d'audiences décuplées pendant la période électorale (cf. p7 à 12)
_d'une visibilité forte via des Emplacements Premium
_de dispositifs éditoriaux spécifiques pour l'élection présidentielle

_1
PUISSANCE/CONVERGENCE
Print + Web

Bénéficier de la puissance et de la réactivité du quotidien et du web pour assurer une montée en couverture rapide et adresser les audiences en transversal

Module hebdo

Période : 12 mars- 21 avril 2012

_2
HUB DIGITAL 3 ECRANS
Le Monde.fr

Bénéficier du leadership de la marque Le Monde sur le Digital

Module hebdo

Période : 1^{er} février -6 mai 2012

_3
COUNTDOWN
Courrier international

Profiter d'un contexte exclusif qui décrypte les enjeux de l'élection présidentielle au travers des expériences des Etats étrangers

Module hebdo

Période : à partir du 2 février 2012

_4
D DAYS
Le Monde

Jouer l'événement aux 1^{er} et 2^e tours de l'élection présidentielle

Module 1 jour

Période : 22 et 23 avril / 6 et 7 mai



Prési
den
tielle

_1 OFFRE PUISSANCE/CONVERGENCE Print + Web

Module Hebdo

12 mars – 21 avril 2012

PERFORMANCES

base

2,7 millions
d'individus
Premium

Le Monde

3 PARUTIONS ¼ PAGE*

du lundi au vendredi

+ 1 NEWS EN DERNIÈRE PAGE
DU CAHIER GÉO&POLITIQUE

du samedi daté dimanche-lundi



Le magazine du Monde

1 PAGE QUADRI RECTO*



1 PAGE QUADRI RECTO*

Le Monde.fr

SPONSORING EXCLUSIF SÉQUENCES
POLITIQUE ET ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE

(Grand Angle 300*600 ou Habillage de rubrique)

4 millions d'impressions garanties



1 HABILLAGE DE HOME PAGE
+ FIL ROUGE HEBDO EN ¼ PAGE 16/9^E

100 000 impressions : 20% de PDV

96 K€ net net / semaine

Valorisation brute : 479 K€



Présiden-
tielle

_2 OFFRE HUB DIGITAL 3 ECRANS Le Monde.fr

Module Hebdo

1^{er} février - 6 mai 2012

PERFORMANCES

11 millions
d'impressions
garanties

BONUS

+11%

1/ FÉV-MARS 2012

Le Monde.fr

J1 : IMPACT
FULL HOME PAGE
J2-7 : RG

tablette

J1 : IMPACT
INTERSTITIEL
J2-7 : RG STD

smartphone

J1 : IMPACT
SPLASH
J2-7 : BANNIÈRE

2/ AVRIL 2012*

+ PRÉSENCE « PREMIUM » MODULE LIVE

+17%

3/ 30 AVRIL - 6 MAI 2012*

+ PRÉSENCE « PREMIUM » MODULE LIVE
+ 7 MAI EN RG

+20%

* Tarif si résa avant le 1er février 2012

77 K€ net net / semaine

Module Hebdo

A partir du 2 février 2012

1,2 millions
de lecteurs

4 à 6 dossiers spéciaux avant l'élection présidentielle : 4 pages par numéro

Courrier international fait le point sur les principaux thèmes de la campagne présidentielle française et analyse les solutions déjà mises en œuvre dans différents pays étrangers.

Education

Energie

Emploi

Banques

Immigration

Justice

Industrie

Parité

Europe
(économie)

Libertés
et Société

1 PQ : **7 K€** net net

½ PQ : **5 K€** net net

6 PQ : **35 K€** net net

6 ½ PQ : **25 K€** net net

Module 1 Jour

1^{er} tour : dimanche 22 avril 2012 J+1 : lundi 23 avril 2012

2^e tour : dimanche 6 mai 2012 J+1 : lundi 7 mai 2012

Le Monde

1 PAGE QUADRI*

dans le numéro du samedi daté dimanche-lundi
ou dans le numéro du lundi daté mardi

48 K€ net net / jour

Le Monde.fr

EXCLU HOME PAGE

+ SPONSORING SÉQUENCE

ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE : 50% de PDV

5 millions d'impressions garanties

50 K€ net net / jour



smartphone

EXCLU SPLASH + EXCLU RUBRIQUE

ÉLECTION 2012 : 100% de PDV

1,5 million d'impressions garanties

15 K€ net net / jour

_Présidentielle 2012

LES PROGRESSIONS D'AUDIENCE

Base : performances observées lors de la Présidentielle 2007

L'élection présidentielle, « booster » d'audiences pour le Print et le Digital

En 2007 :

Le Monde

Diffusion FP : **+12%** en mai (vs janvier)Ventes N° : **+119%** le 23 avril (vs n-1)**+113%** le 7 mai (vs n-1)

Courrier international

Ventes N° : **+85%** le 15 mars (vs n-1)**+70%** le 10 mai (vs n-1)

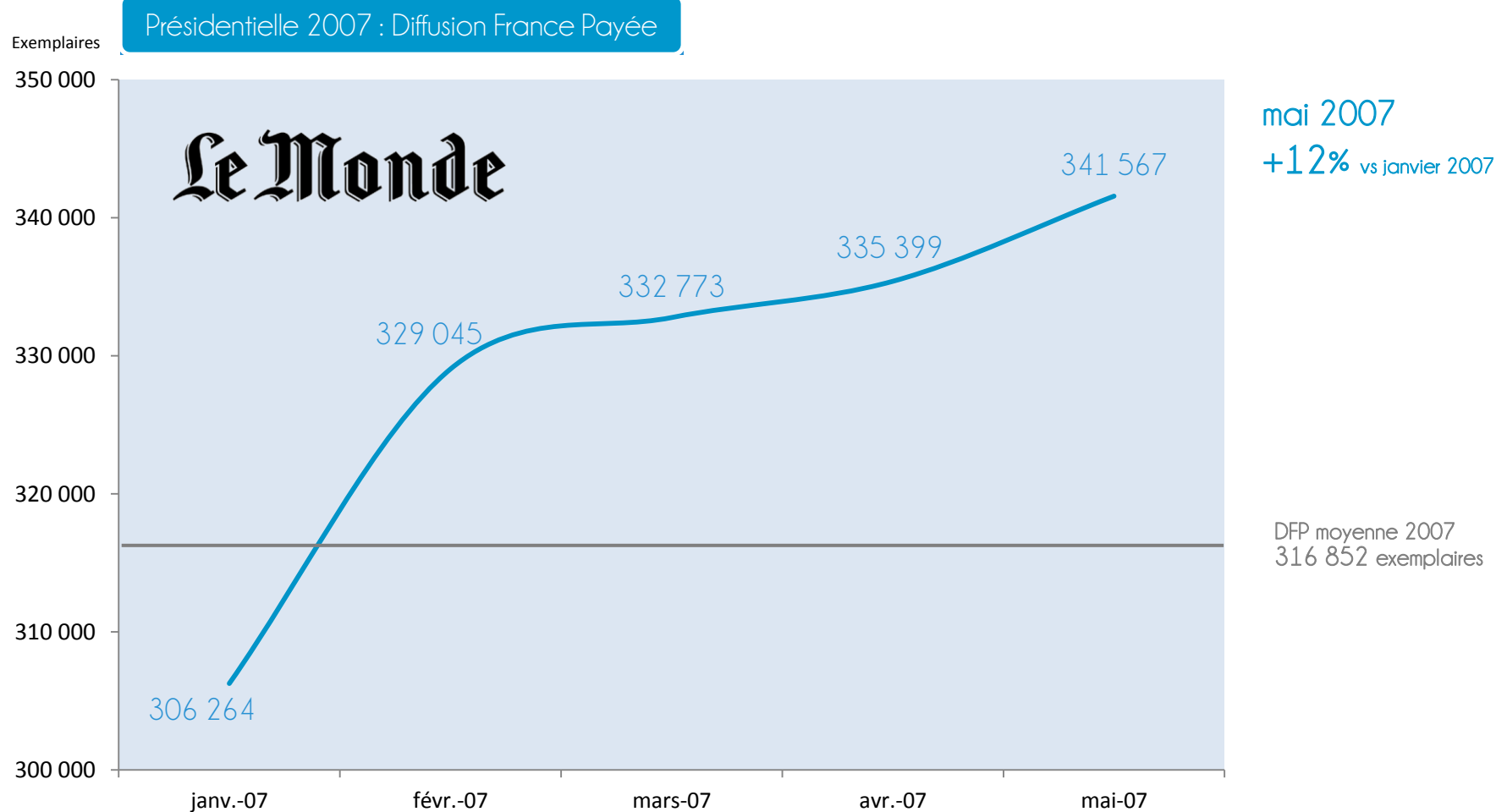
Le Monde.fr

Visites : **+46%** en mai (vs janvier)**+127%** le 23 avril (vs s-1)**+81%** le 7 mai (vs s-1)

Courrierinternational.com

Visites : **+41%** en mai (vs janvier)**+37%** le 23 avril (vs s-1)**+114%** le 7 mai (vs s-1)

Un effet levier sur la Diffusion du Monde dès le mois de février



Le Monde : des ventes numéro **X2** après chaque tour

Présidentielle 2007 : Diffusion France Payée

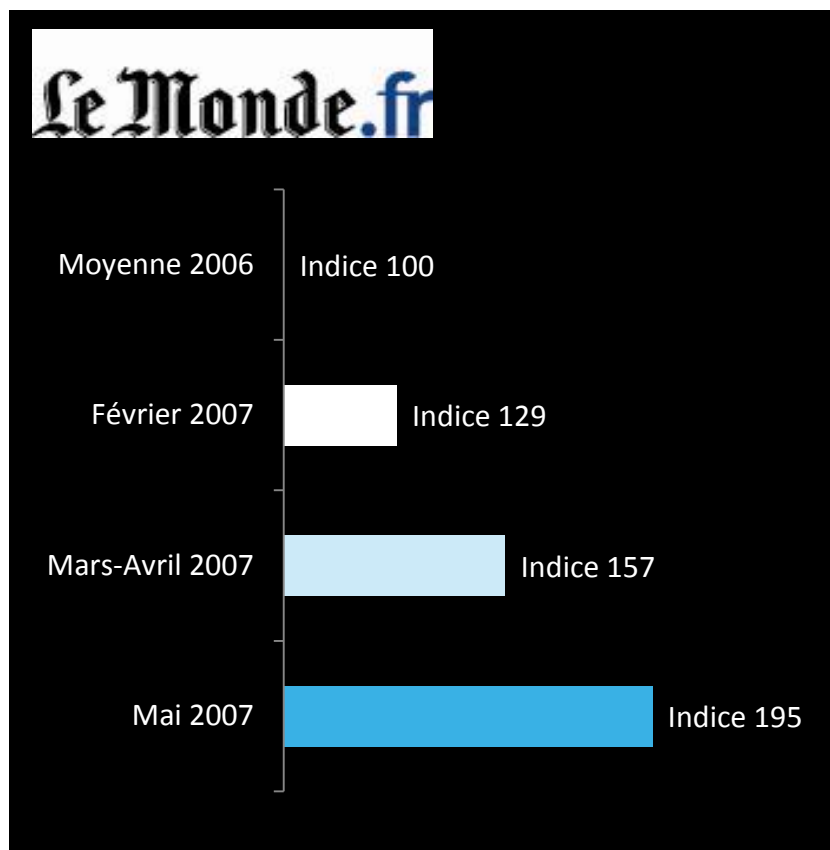
Lendemain du 1^{er} tour (23 avril 2007):
465 000 exemplaires payés France
ventes au numéro : **+119%** vs n-1

Lendemain du 2^e tour (7 mai 2007):
460 000 exemplaires payés France
ventes au numéro : **+113%** vs n-1



Une montée en puissance régulière de l'audience du Monde.fr
De forts pics d'audience pour les jours J et J+1

Présidentielle 2007 : évolution des visites mensuelles*



Présidentielle 2007 : Diffusion France Payée**

Jour du 1^{er} tour (22 avril 2007) :
2,1 millions visites +127% vs s-1

Lendemain du 1^{er} tour (23 avril 2007) :
2,2 millions visites +50% vs s-1

Jour du 2^e tour (6 mai 2007) :
2 millions visites +81% vs s-1

Lendemain du 2^e tour (7 mai 2007) :
2,3 millions visites +49% vs s-1

Focus sur 2011

Primaires socialistes 2011**
(Moyenne dimanches 9 et 16 octobre)
2 millions visites/jour +38% vs s-1

Décembre 2011*
54,3 millions visites/mois

Courrier international : des ventes records pour les numéros spéciaux consacrés à l'élection présidentielle

Présidentielle 2007 : Ventes au numéro

Numéro Sarkozy/Ségolène (15 mars 2007) :
65 850 ventes au numéro

+85% vs n-1

Numéro après le 2^e tour (10 mai 2007) :

50 823 ventes au numéro

+70% vs n-1





_CONTACTS

Michaëlle GOFFAUX

Directrice déléguée / Marque Le Monde
michaëlle.goffaux@mpublicite.fr

Brune LE GALL

*Directrice déléguée / Télérama,
Courrier international et La Vie*
brune.legall@mpublicite.fr

Alexandre SCHER

Directeur de la Publicité / Courrier international
alexandre.scher@mpublicite.fr

Valérie LAFONT

Directrice déléguée / Luxe et Opérations Spéciales
valerie.lafont@mpublicite.fr

David LICOYS

Directeur délégué / Activités digitales
david.licoy@mpublicite.fr

Elisabeth CIALDELLA

Directrice déléguée / Marketing et Communication
elisabeth.cialdella@mpublicite.fr