

## Tarif Online 2012

[www.lesquotidiennes.ch](http://www.lesquotidiennes.ch)

The screenshot shows the website interface for lesquotidiennes.ch. At the top, there is a navigation bar with links for 'Inscription', 'Se connecter', and 'Recherche'. Below this is a main navigation menu with categories: L'actu, Travail, Finance, Politique, Culture, Société, Sexualité, Santé, People, and Agenda. The main content area features a large article titled 'Marine Le pen en Amérique, western monologal' with a photo of her. To the right, there are three vertical content blocks: 'LES CHRONIQUES' featuring a film review by Edmée Cuttat, 'Le père' by Mélanie Richoz, and 'Simon de Pury, star d'une émission de télé-réalité américaine' by Emily Turrettini. Further right is a 'CONCOURS' section for the Comédie de Genève with a voting interface. Below the main article are smaller snippets for 'Risque accru de développer un cancer du sein en buvant du vin' and 'La musique de Mozart affûte l'appétit des bactéries'. At the bottom, there is a 'CITY GUIDE' for Switzerland and a red banner that says 'A GAGNER'.

Validité 01.12.2011, valable dès le 01.01.2012, remplace tous les tarifs Online antérieurs, peut être sujet à modifications, plus d'informations sur [www.mytamedia.ch](http://www.mytamedia.ch) et [poolfeminin.ch](http://poolfeminin.ch)

lesquotidiennes.ch est un site d'actualités fait par des femmes pour des femmes qui jette un regard pointu sur ce qui se passe dans l'économie, dans la société et en politique. Il s'adresse à la femme indépendante, active et engagée en Suisse romande. Les contenus sont fournis par la rédaction de femina et par des journalistes indépendantes. lesquotidiennes.ch offre un environnement publicitaire haut de gamme dans le groupe cible des leaders d'opinion.

## Formes de publicités et coûts

Tous les prix s'entendent en CHF hors TVA.

Formes publicitaires	Maxiboard	Leaderboard	Skyscraper	Rectangle	Halfpage Ad	Wallpaper / Roadblock	Overpage / Floating Ad *	Interstitial
Format en pixel	994 x 118	728 x 90	160 x 600	300 x 250	300 x 600	994 x 118 & 160 x 600 (Sky unten)	300 x 300	1'005 x 750
Poids en KB	40	40	40	40	40	80	40	150
<b>CPM / TKP</b>								
Run of Site	100.00	80.00	80.00	80.00	100.00	140.00	160.00	220.00
Home/rubriques	110.00	90.00	90.00	90.00	110.00	150.00	-	-

Les exemples des formes de publicités sont présentés sur les pages 8 et 9 de cette documentation.

**CPM / TKP** (cost per mille, prix mille contacts) = prix par 1'000 affichages du moyen publicitaire (Ad Impressions). **Run of Site** entend le placement du moyen publicitaire dans toutes les rubriques sans attribution particulière.

[www.lesquotidiennes.ch](http://www.lesquotidiennes.ch) est actuellement répartie en **10 rubriques principales** avec divers sous-rubriques :

- |                         |                            |                        |
|-------------------------|----------------------------|------------------------|
| 01. L'actu (Aktuelles)  | 05. Culture (Kultur)       | 09. People (Prominenz) |
| 02. Travail (Job)       | 06. Société (Gesellschaft) | 10. Agenda             |
| 03. Finance (Finanzen)  | 07. Sexualité (Sexualität) |                        |
| 04. Politique (Politik) | 08. Santé (Gesundheit)     |                        |

\* Un Rectangle, Leaderboard ou Skyscraper à choix comme Reminder font partie d'un **Overpage/Floating Ad**.

Plus-value pour **Expandable Ads**: +CHF 20.00 sur CPM. Streaming pour **Video Ads** sur le serveur Femina sur demande. Pour les **Layer Ads** (Overpage/Floating Ad, Interstitial) un «Close-Button» bien visible est obligatoire. La durée d'affichage est limitée à 10 sec. Le son doit être coupé par défaut. Video Ads ne doivent pas être «autorun». Modifications uniquement sur demande.

Nous nous réservons le droit de refuser des moyens publicitaires pour des raisons techniques ou de contenu.

**Commission de conseiller : 5%**

## Formes de publicité particulières

### Publireportage (Advertorial)

Le Publireportage est réalisé dans le «Look & Feel» de lesquotidiennes.ch. Le client fournit les images et les textes qui sont retravaillés par l'équipe Ad Management de lesquotidiennes.ch. Une fenêtre rédactionnelle sur Home ou sur la page d'ouverture d'une rubrique sert de teaser. Taille : titre 75 signes, texte 85 signes et une image (100 x 63 pixel (générée automatiquement au départ de la première image du publiereportage)). Le teaser contient un lien sur la page de l'article. Taille : ca. 1 page A4 texte, 4 images (600 x 385 pixel) et lien sur la page de publicité du client. Modifications possibles sur demande.

Publireportage avec teaser sur Home et dans une rubrique : CHF 5'000.00 par mois

Publireportage avec teaser sur page d'ouverture de rubrique : CHF 3'500.00 par mois

<b>Options :</b>	lien avec un forum	CHF 2'000.00 par mois
	lien avec une galerie de photos	CHF 1'000.00 par mois

La **production** du Publireportage est estimée à une heure de travail qui est comprise dans le prix. Un éventuel temps additionnel est communiqué au préalable et facturé CHF 150.00/heure.

Possibilité d'intégrer des éléments audiovisuels ou interactifs. La facturation se fait en fonction du travail nécessaire (CHF 150.00/heure). La préparation des originaux fournis en parfait état et digitalisés est comprise dans le tarif.

### «Content Sponsoring»

Le «Content Sponsoring» permet de faire passer un message publicitaire dans un environnement rédactionnel spécifique et publié régulièrement. Détails et tarifs sur demande.

### «Channel Sponsoring»

Par «Channel Sponsoring» on entend l'établissement d'une nouvelle rubrique avec des contenus du client et intégrée dans la navigation principale. La rubrique est signalée comme collaboration. Détails et tarifs sur demande.

### «Branding Week» (Homepage Takeover)

Lors d'une «Branding Week», toutes les espaces publicitaires de la homepage ou d'une rubrique sont réservés exclusivement à un seul client. En plus, le fond de la homepage peut être d'une couleur spécifique ou comporter une image de fond spécifique. Détails et tarifs sur demande.

### Tirages au sort

Les tirages au sort Online sont réalisés dans le cadre d'un publiereportage. Détails et tarifs sur demande.

### Publicité par Newsletter

La newsletter est envoyée 2 fois par semaine (en alternance) à 5'500 abonnées (déc. 2011)

- Leaderboard (728 x 90 pixel)	CHF 750.00 par envoi
- Rectangle (300 x 250 pixel)	CHF 750.00 p.e.
- Skyscraper (160 x 600 pixel)	CHF 750.00 p.e.
- Teaser 1 (image 116 x 75 pixel, 50 signes titre, 140 s. text)	CHF 750.00 p.e. (lien sur la page publierep.)
- Teaser 2 (image 148 x 99 pixel, 38 signes titre)	CHF 750.00 p.e. (lien sur la page du client)

D'autres formes spéciales de publicité et leur visualisation seront présentées dans une documentation séparée.

## Rabais de volume (Online uniquement)

CA en CHF	Rabais en pourcent
10'000.00	5%
20'000.00	9%
35'000.00	13%
60'000.00	18%
100'000.00	22%
160'000.00	25%
250'000.00	28%

Les contrats de lesquotidiennes.ch/femina.ch et annabelle.ch sont cumulables. Tout cumul d'accords Print et Online est exclu.

## Données média (Source : Net-Metrix-Audit et Profils Net-Metrix 2011-2, www.net-metrix.ch)

Mois	Unique Clients	Visits	Page Impressions	Unique User
Oktober 11	35'679	44'469	103'622	

Dans les études de Net-Metrix profils et audit lesquotidiennes.ch est évalué comme **une partie de femina**.

## Données média femina.ch (Source : Net-Metrix-Audit et Profils Net-Metrix 2011-2, www.net-metrix.ch)

Mois	Unique Clients	Visits	Page Impressions	Unique User
octobre 11	88'000	199'448	1'527'345	59'000

**Unique Clients** est le nombre d'ordinateurs indépendants qui accèdent au site web, **Unique Users** signifie le nombre de personnes, **Visits** est le nombre d'accès d' Unique Clients au site web et **Page Impressions** est le nombre de pages visitées.

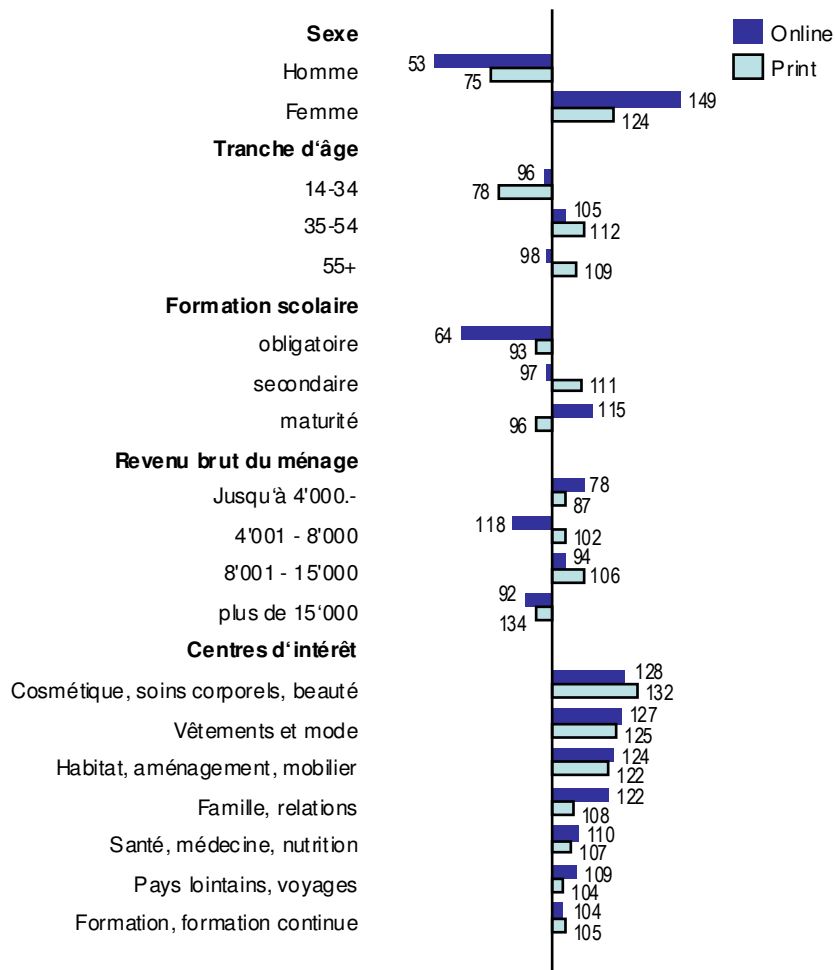
# Structure du lectorat Online (Source enquête lecteurs)

ne une partie de femina. Une  
presse démontre les

ilité budgétaire  
ilité budgétaire  
ntreprise

1ACH Basic 2011-2)

t plus jeune que les lectrices



PoolFéminin est une offre nationale Online comportant quatre plateformes féminines indépendantes sur le plan rédactionnel (deux en Suisse alémanique, deux en Suisse romande) :



Avec env. 2,5 Mio. Page Impressions et un pourcentage de femmes de 72% (affinité 148) et un avantage de coût de 25% en comparaison à une parution individuelle, PoolFéminin est une plateforme attractive pour toucher le public cible des femmes dans un contexte exigeant. Détails sur [www.poolfeminin.ch](http://www.poolfeminin.ch)

## Données techniques

GIF, JPEG, HTML, DHTML, FLASH, TAGinTAG, autres formats uniquement après contact pour vérification.

Pour que notre Adserver puisse compter le nombre de clics sur des moyens publicitaires en Flash, l'adresse cible doit être fournie de manière dynamique. Ce petit mode d'emploi décrit comment attribuer une ClickThrough-URL externe à un Flash :

1. Générer un bouton dans le fichier .fla.
2. Attribuer la fonction «getURL» comme suit :

```
on (release) {  
getURL(dickTag, "_blank");  
}
```

3. Avec l'indication «dickTag», une variable est associée au fichier Flash et «"\_blank"» définit que cette URL est ouverte dans une nouvelle fenêtre.

Dans la Newsletter, des fichiers JPG ou GIF animés avec une position finale définie peuvent être utilisés.

## Fourniture des moyens publicitaires

Par E-Mail à :

[zs.online@tamedia.ch](mailto:zs.online@tamedia.ch)

Formats standards:

3 jours ouvrables avant publication

Layer, Movie Ads, formes publicitaires spécifiques :

5 jours ouvrables

## Vente et conseil Online

Tamedia SA  
Magazines Online  
Werdstrasse 21  
Case postale  
8021 Zurich

### Représentation à Lausanne dès mars !

Tom Uebersax (chef de vente)  
Tél. +41 (0)44 248 45 92  
Mobile +41 (0)79 224 38 08  
E-Mail tom.uebersax@tamedia.ch

Sandrine Scheuthle (conseillère clientèle)  
Tél. +41 (0)44 248 42 21  
Mobile +41 (0)76 320 46 29  
E-Mail sandrine.scheuthle@tamedia.ch

Marita Fruth (Ad Manager & Webprogrammer)  
Tél. +41 (0)44 248 53 30  
E-Mail marita.fruth@tamedia.ch

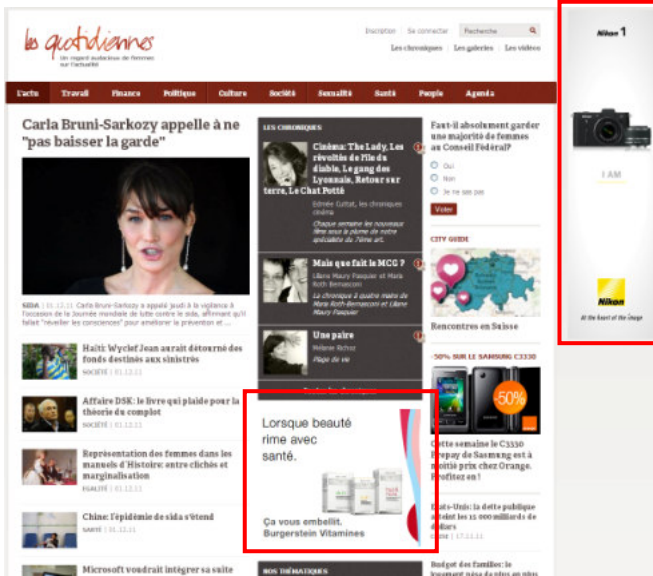
Julia von Burg (Ad Manager)  
Tél. +41 (0)44 248 53 32  
E-Mail julia.vonburg@tamedia.ch

Nous nous ferons un plaisir de vous conseiller en ce qui concerne les diverses possibilités dans le domaine du Online- et Crossmedia des magazines Tamedia et Edipresse. Nos spécialistes en graphisme et technique se tiennent volontiers à votre disposition pour l'élaboration de votre campagne Online.

# Emplacement des moyens publicitaires

(exemples si mulés en Photos hop)

**Skyscraper** (160x600 pixel), **Rectangle** (300x250 p.)



**Halfpage Ad** (300x600 pixel), **Wallpaper**

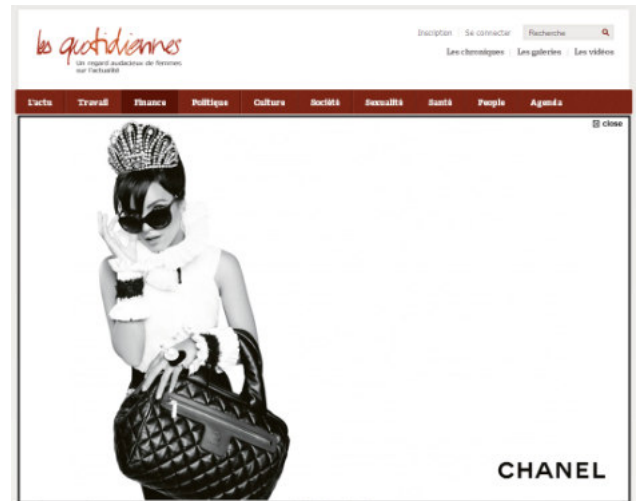


**Maxiboard** (994x118 pixel), **Overpage** (500x500 p.)

**Leaderboard** (728x90 pixel),



**Interstitial** (945 x 710 pixel)



## Publireportage Teaser

lequotidiennes  
Un regard féministe de femmes sur l'actualité

Les Français travaillent beaucoup

LES CHRONIQUES  
Elle se cache en prison pour échapper à la police  
Histoire de femme, histoire d'artistes: carambolage à H3  
Coup de griffe: ces champions que l'argent indiffère...

Fast-til absolument garder une majorité de femmes au Conseil Fédéral?

Galaxy Note 7  
Un nouveau type de smartphone, intelligent et innovant.

La fille de Hillary Clinton se lance dans la télévision

Brad Pitt arrête sa carrière d'acteur dans trois ans?

Martine Brunschwig Graf dirigera la Commission fédérale contre le racisme

Discrimination salariale: les entreprises ne se pressent pas pour corriger les inégalités

DSK et Anne Sinclair veulent faire

## Publireportage page d'article

lequotidiennes  
Un regard féministe de femmes sur l'actualité

Weight Watchers le plus efficace

RÉSUMÉ | 08.11.11 | SF

Une étude anglaise a montré l'efficacité à long terme de la célèbre méthode américaine lancée en 1963

ARTICLES RÉCENTS  
Le massage relaxe...  
Grippe saisonnière...  
Le cerveau des artistes...  
La danger des pilules...  
Risque accru de développer...  
Londres: le plus grand soutien...  
Comment endormir le petit...  
Tous les articles

LES CHRONIQUES  
Elle se cache en prison...  
Histoire de femme

C'est une étude indépendante anglaise menée sous contrôle médical qui affirme: sur 6 régimes testés, Weight Watchers est le plus efficace pour éliminer ses kilos, à la fois sur 12 semaines et après une année. Cette étude de l'université de Birmingham, publiée la semaine passée dans le British Medical Journal, montre également que les méthodes commerciales sont plus efficaces et moins chères qu'un traitement médical. Les six traitements proposés à 740 personnes souffrant d'obésité étaient Weight Watcher, Slimguard, Saverest, Calsip, un programme commercialisé ainsi que les versions de santé anglaise et suédoise par des diététiciens et des entraîneurs individuels avec une infirmière ou un pharmacien. Le groupe essayait de manger uniquement en fonction du goût. Le dossier groupe consistait en un régime glaucophage. Après douze semaines, les "adhésifs" Weight Watchers affirmaient une perte moyenne de 4,6 kg contre 1,7 pour ceux qui ne suivaient aucun régime. Les sportifs de régime Weight Watchers affirmaient continuer à appliquer avec succès les principes de diététique après au cours du programme.

L'étude intitulée "Lighten Up" a reçu un Best Practice Award de l'Association pour l'Etude de l'Obésité (UK).

## Newsletter (Leaderboard, Rectangle, Teaser)

LES 10 JOURS MAGIQUES OPEL

À GAGNER DES SÉJOURS D'EXCEPTION À BENEVENTO, ITALIE

CONCOURS SWISSQUOTE  
1 seule bonne réponse POUR GAGNER 1 iPad

lesquotidiennes  
Newsletter du 10 novembre 2011

Omar Porras réveille le printemps à Genève

Marie Garnier, le rose et le vert

Benetton: une affiche de sa dernière campagne retirée sous la pression du Vatican

Cesla Amarelo, une militante au Conseil National: "Il va falloir imposer l'égalité salariale"

ESPRIT

## Branding

Miss Dior  
Dior

lequotidiennes  
Un regard féministe de femmes sur l'actualité

Carla Bruni-Sarkozy appelle à ne "pas baisser la garde"

LES COSMÉTiques  
Cibama: The Lady, Les dévotions de l'île de double, Le gang de Lyonnaise, Histoire sur l'écrit, La Châtaignière

MAIS QUE FAIT-IL MCG ?  
Mère Marie-Françoise et Marie-Claire Bernheim

UNE PAIRE  
Mère Marie-Françoise et Marie-Claire Bernheim

50% SUR LE SABBATON CLEO

Miss Dior  
Dior