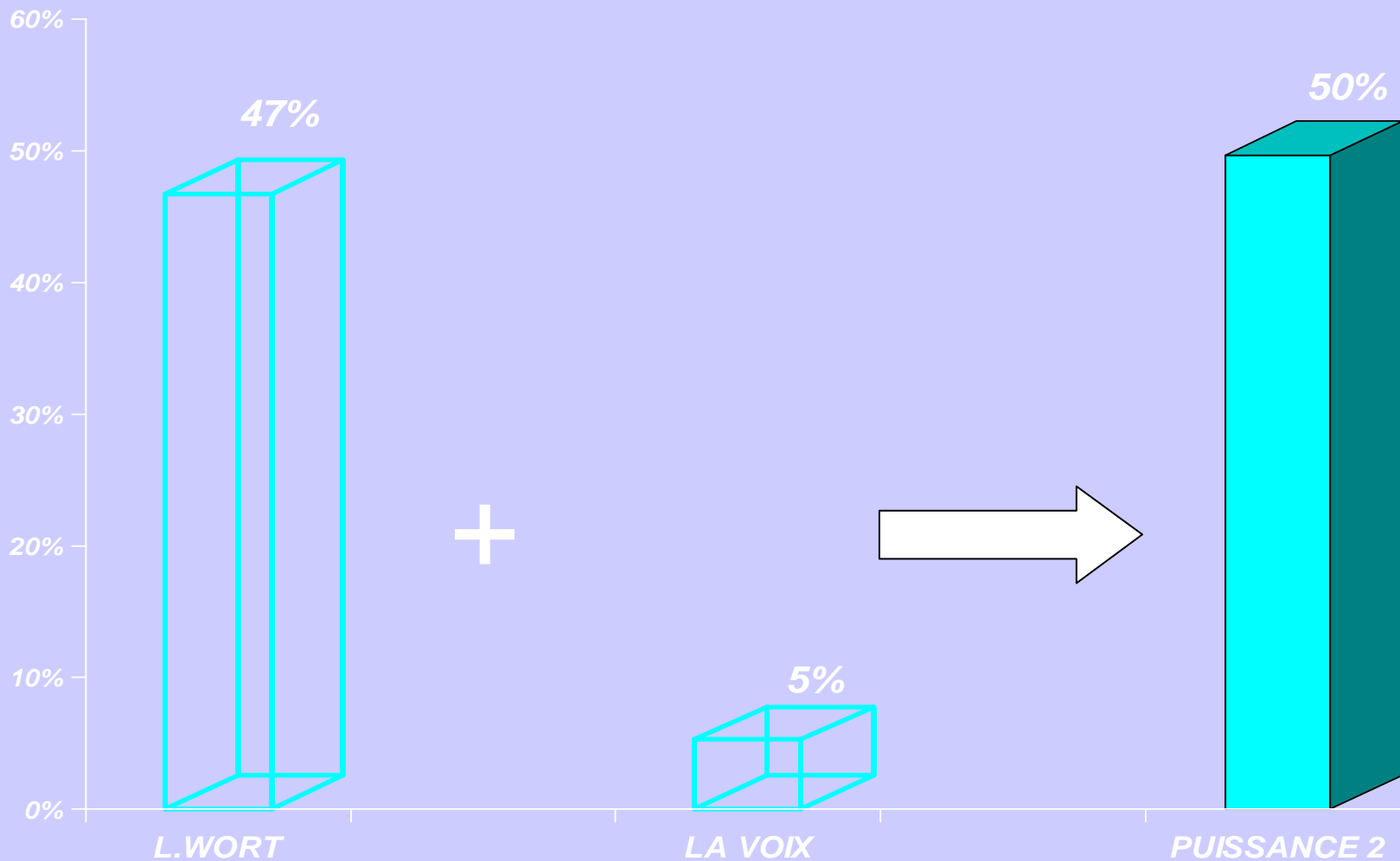


PUISSANCE²

PUISSANCE²

QUOTIDIENNEMENT PUISSANT EFFICACE & ECONOMIQUE

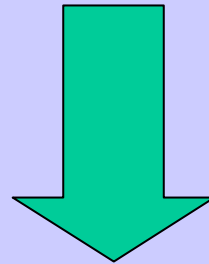
U 100% = 366.800 résidents 15+



PUISSANCE²

ANNEE 2001

**LUXEMBURGER WORT ÉTAIT LE SEUL MÉDIA À AVOIR PROCÉDÉ À
UNE DIVERSIFICATION DE SES CONTENUS RÉDACTIONNELS EN
SORTANT SON ENCART FRANCOPHONE DU JOURNAL**

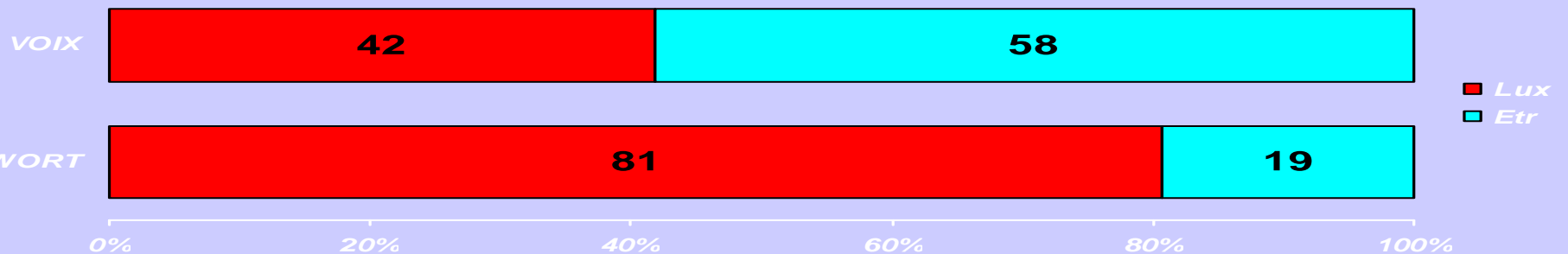
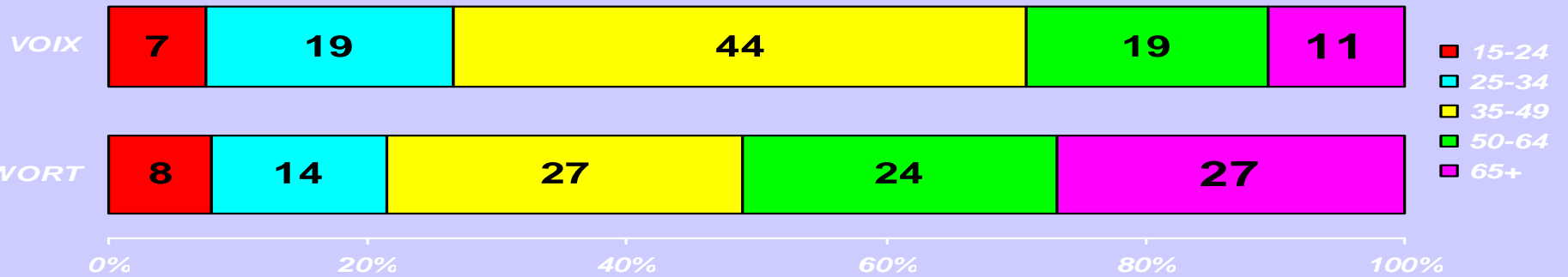
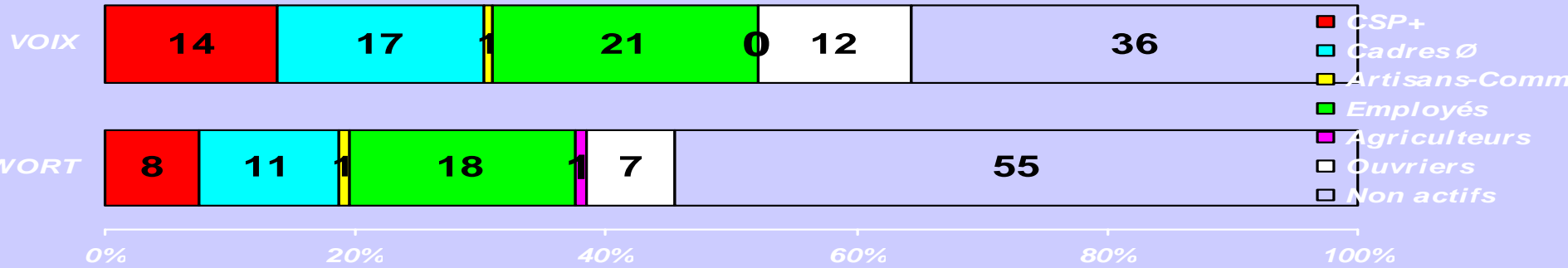


SEGMENTATION DES LECTORATS

- **L. WORT** → *plus luxembourgeois*
- **LA VOIX** → *56% d'étrangers vs 44% de Luxembourgeois*
- **PUISSANCE²** → *plus généraliste*

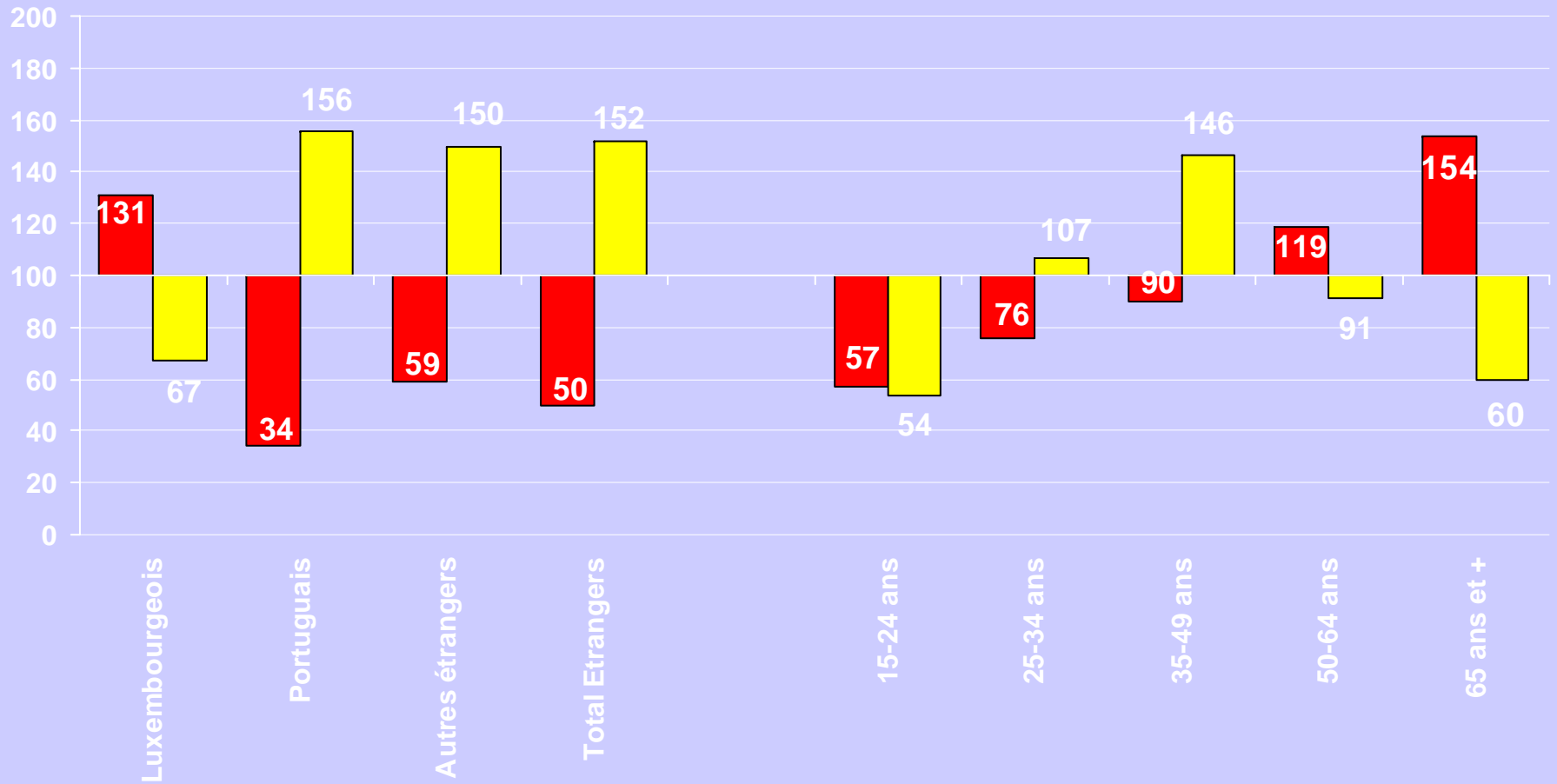
PUISSANCE²

WORT & VOIX = COMPLEMENTARITE



PUISSANCE²

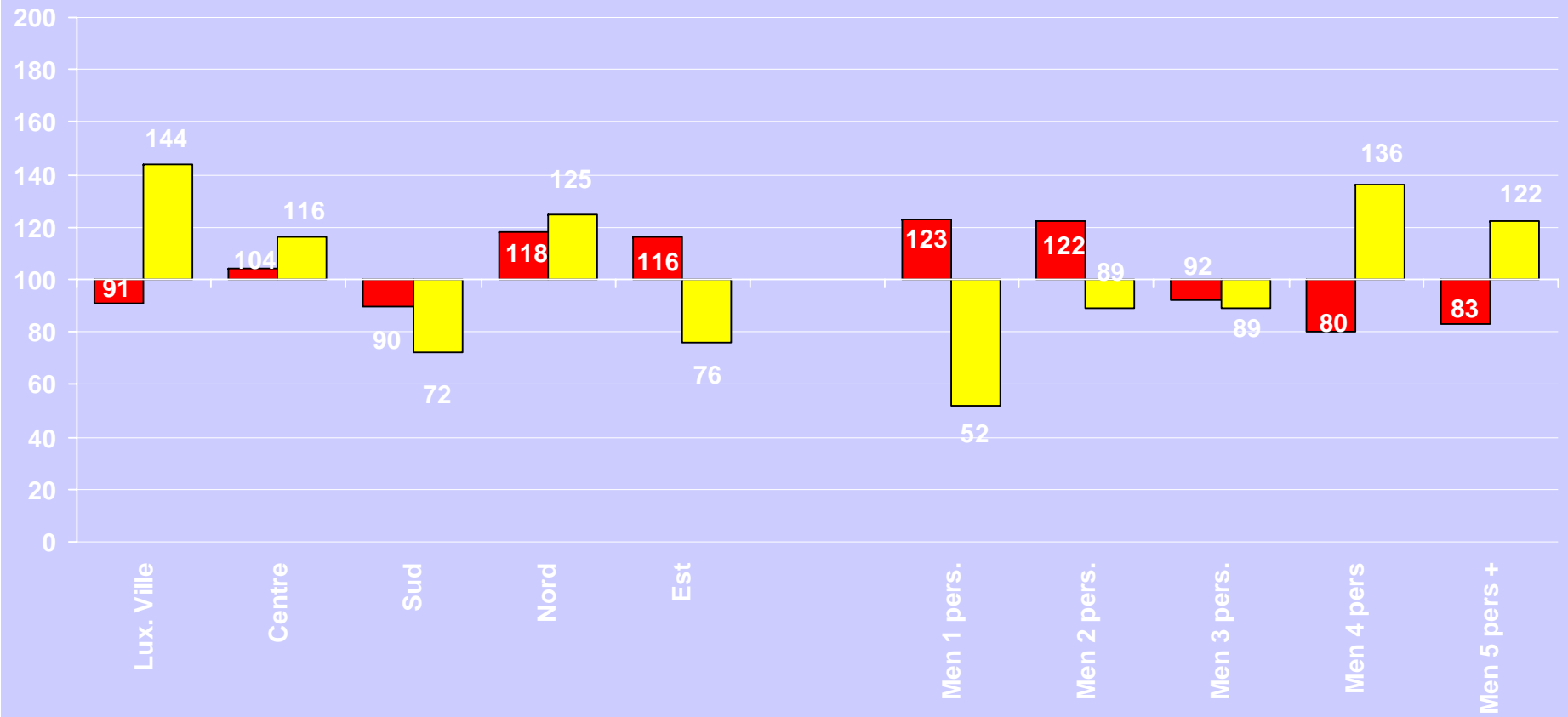
LUXEMBURGER WORT
LA VOIX



Source: TNS PLURIMEDIA 2005

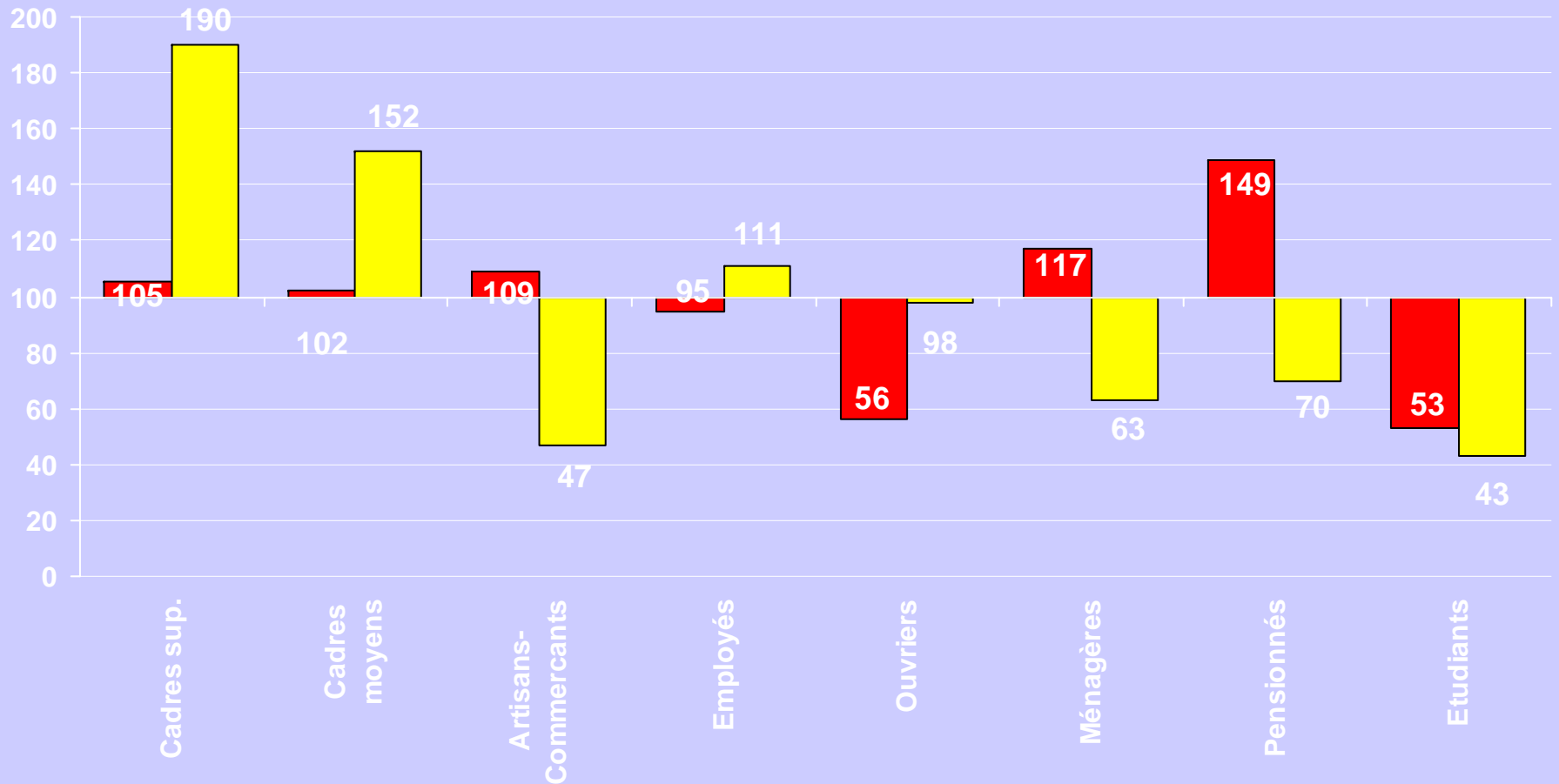
PUISSANCE²

LUXEMBURGER WORT
LA VOIX



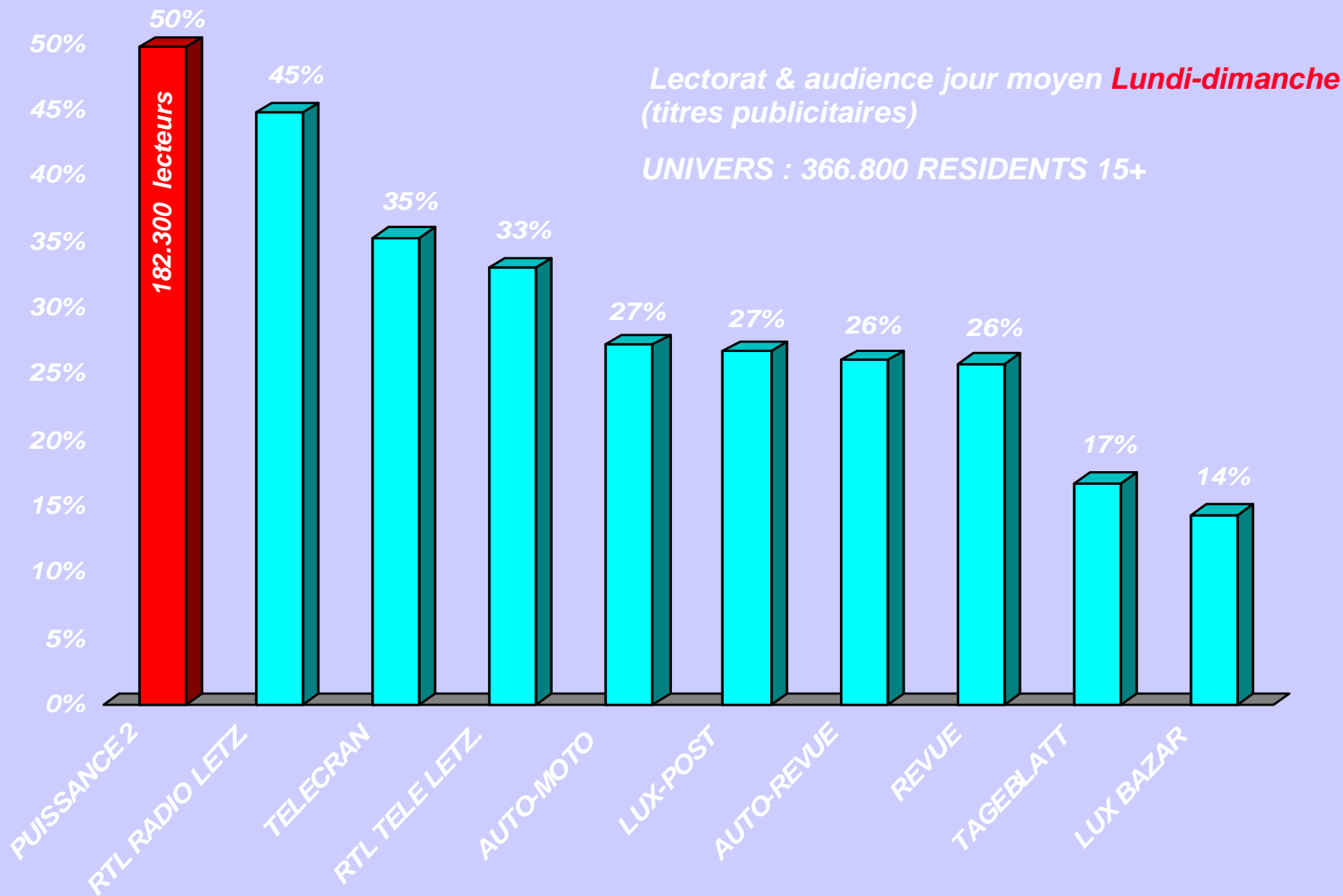
PUISSANCE²

LUXEMBURGER WORT
LA VOIX



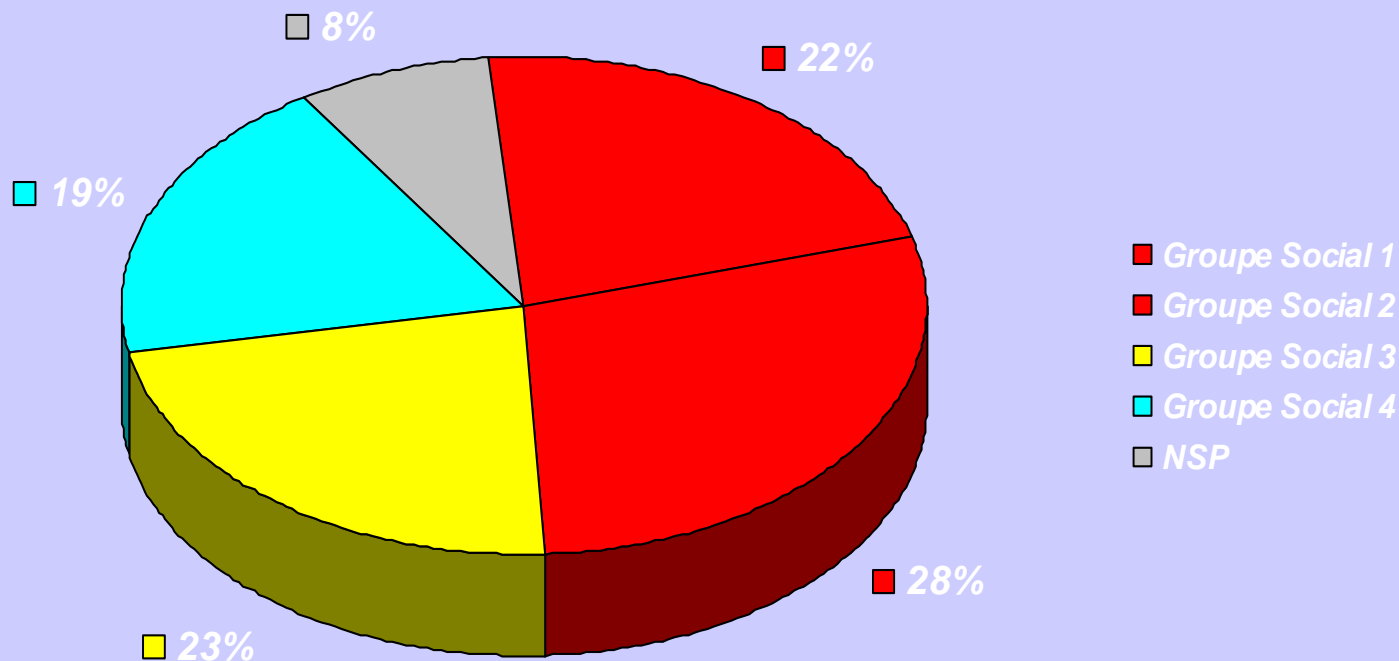
PUISSANCE²

LEADERSHIP DES LECTEURS 100% = 366.800 RESIDENTS 15+



PUISSANCE²

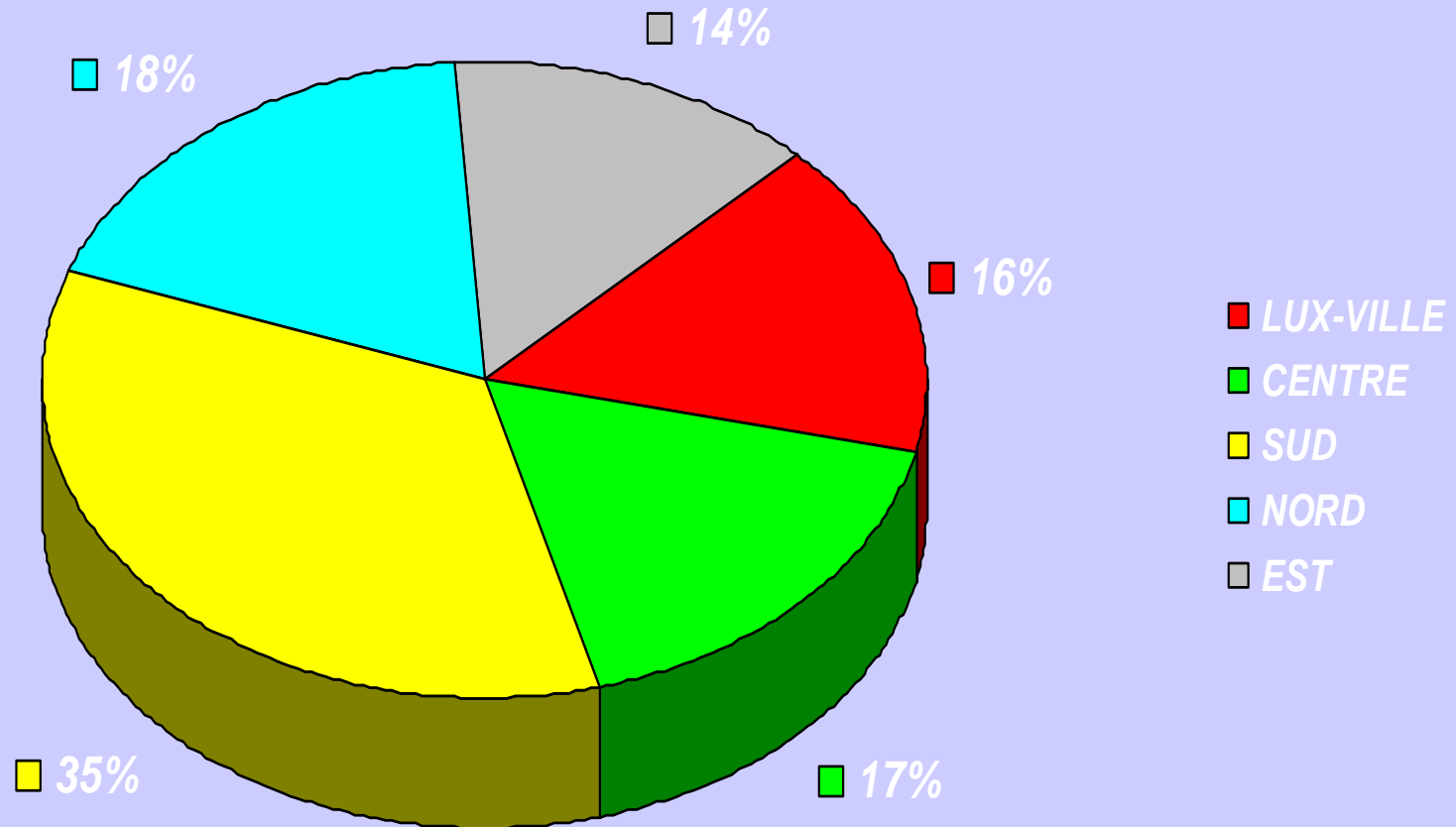
STRUCTURE DU LECTORAT SELON L'APPARTENANCE AUX GROUPES SOCIAUX 100% = 182.300 LECTEURS Ldp



*Un lectorat doté d'un pouvoir d'achat substantiel.
Plus de 50% des ses lecteurs sont issus des groupes sociaux 1 & 2*

PUISSANCE²

STRUCTURE DU LECTORAT SELON LA REGION DE RESIDENCE 100% = 182.300 LECTEURS Ldp

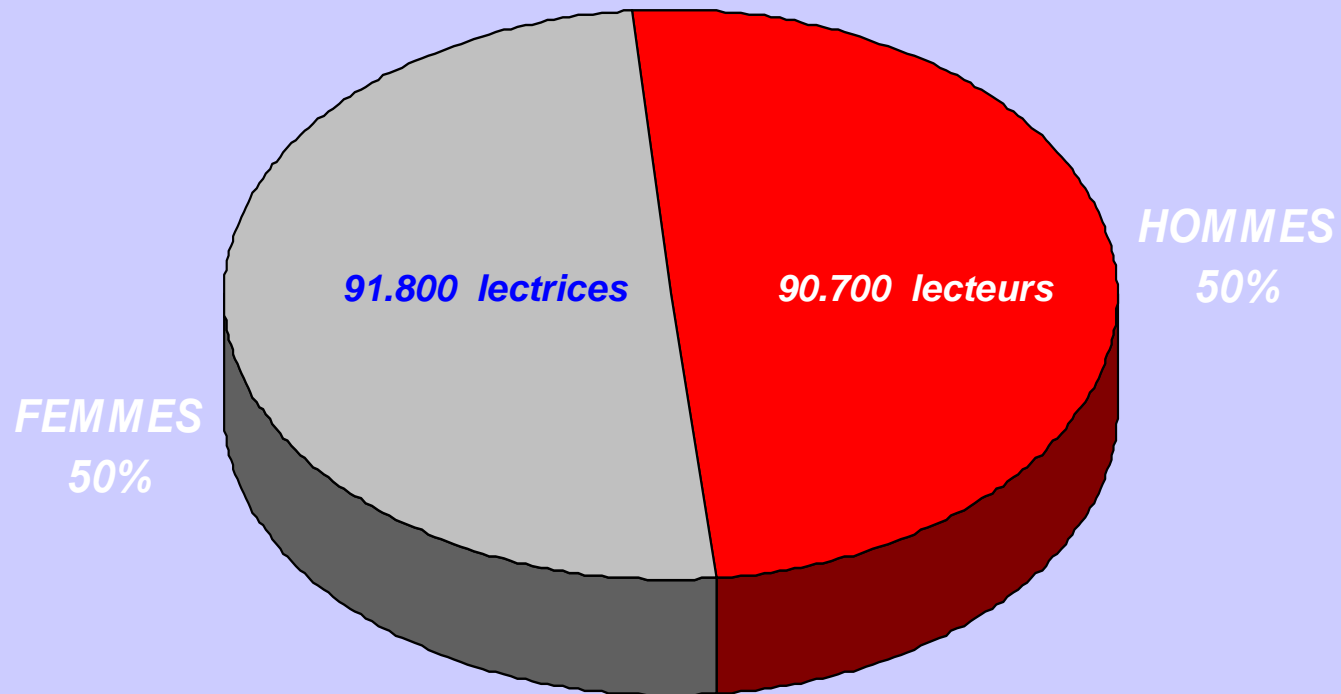


Une répartition géographique représentative de celle de la population

PUISSANCE²

STRUCTURE DU LECTORAT SELON LE SEXE

100% = 182.300 LECTEURS Ldp



Une structure de lectorat équilibrée

MEMOSTICK

MEMOSTICK

- *Nouvel outil de communication promotionnelle*
- *Un autocollant à fort pouvoir de visibilité (à la Une)*
- *Particulièrement efficace quand le consommateur bénéficie d'un avantage*
 - *promotion « échantillon »*
 - *promotion « bonification »,*
 - *promotion « service » (N° tel, adresse url etc...)*
- *déclinable en de nombreuses modalités (jeux de grattage, concours...)*

