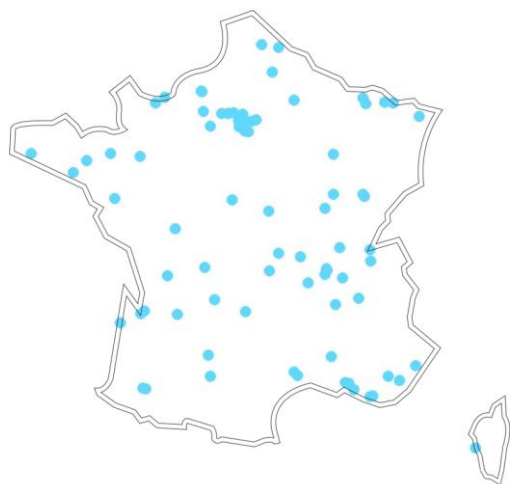


## CINÉ TARGET WORKING GIRLS

AU MOYEN DE L'INNOVANTE ÉTUDE CINEXPERT, NOUS AVONS  
PU DÉTERMINER UNE SÉLECTION DE COMPLEXES EN AFFINITÉ  
AVEC LA CIBLE WORKING GIRLS  
AVEC UN INDICE AFFINITAIRE DE 120  
CE QUI PERMET DE GARANTIR DE FAÇON INÉDITE SUR  
CETTE SÉLECTION DES ENTRÉES CIBLÉES PAR SEMAINE



103

CINÉMAS

72

VILLES

305 000

ENTRÉES WORKING GIRLS  
HEBDO EN MOYENNE

31 658

DIFFUSIONS DU SPOT EN MOYENNE PAR SEM

187 575

EUROS BRUT

615

EUROS CPM BRUT

## CINÉ TARGET WORKING GIRLS



**BIRDS OF PREY**  
5 FÉVRIER

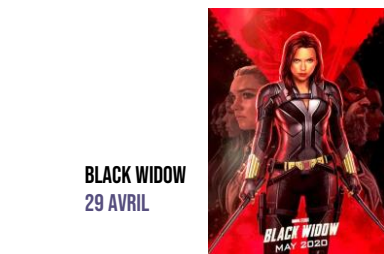


**10 JOURS SANS MAMAN**  
19 FÉVRIER



**WONDER WOMAN 1984**  
3 JUIN

**LES FILLES DU  
DR MARCH**  
1<sup>ER</sup> JANVIER



**BLACK WIDOW**  
29 AVRIL

**ALINE DIEU**  
11 NOVEMBRE



**SCANDALE**  
22 JANVIER



**MULAN**  
25 MARS



**WEST SIDE STORY**  
16 DÉCEMBRE



**FORTE**  
18 MARS



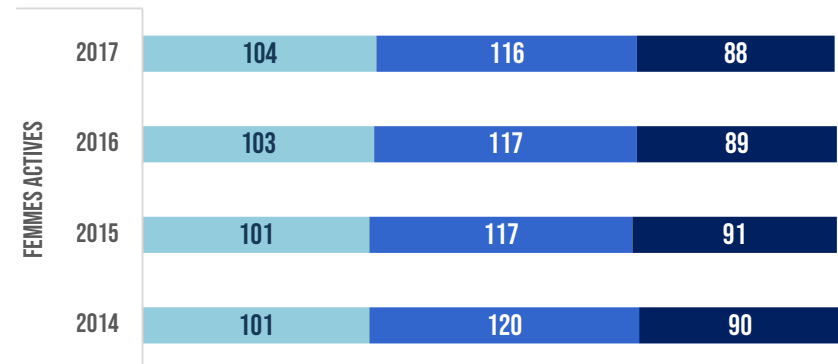
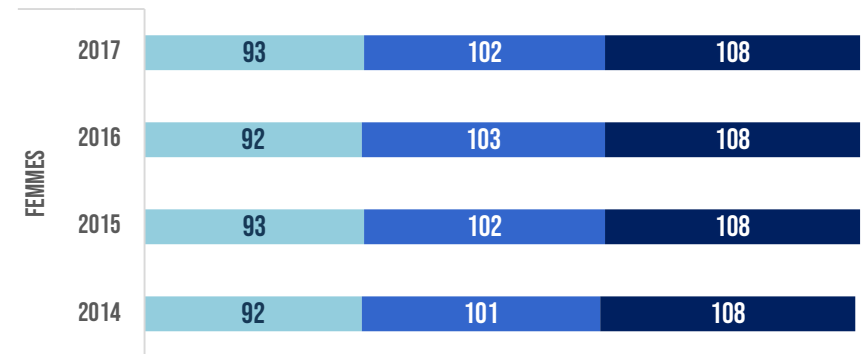
**MISS**  
11 MARS



## CINÉ TARGET WORKING GIRLS

**LES FEMMES ACTIVES SONT DES CONSOMMATRICES PLUS MODÉRÉES DU MÉDIA TÉLÉVISION. CETTE CIBLE EST UN PUBLIC FORT DU CINÉMA, 74 % D'ENTRE ELLES FRÉQUENTENT LES SALLES OBSCURES**  
**CE TAUX CULMINE À 80 % CHEZ LES FEMMES CSP+ ET 90% CHEZ LES FEMMES AFFAIRE-CADRES**

LA CONSOMMATION TV DES FEMMES ET WORKINGS GIRLS :



**PETIT TV** NON TÉLÉSPECTATEUR ET DURÉE MOYENNE D'ÉCOUTE TV - 2H30 / JOUR



**MOYEN TV** DURÉE MOYENNE D'ÉCOUTE TV ENTRE 2H30 ET 3H20 / JOUR



**GROS TV** DURÉE MOYENNE D'ÉCOUTE TV + DE 3H20 / JOUR

## CINÉ TARGET WORKING GIRLS

**POUR MOI LA PUBLICITÉ SUR INTERNET N'EST PAS PLUS PERTINENTE QUE LES AUTRES FORMES DE PUBLICITÉS**

FEMMES **IND 102**

FEMMES ACTIVES **IND 111**

SPECTATRICES FEMMES ACTIVES **IND 115**

**JE NE REMARQUE PAS SOUVENT LES PUBLICITÉS SUR INTERNET**

FEMMES **IND 102**

FEMMES ACTIVES **IND 114**

SPECTATRICES FEMMES ACTIVES **IND 114**

**LES FEMMES ACTIVES  
SONT PLUTÔT  
INDIFFÉRENTES À LA PUBLICITÉ  
SUR INTERNET**

**POUR ACCÉDER À DU CONTENU EN LIGNE, CELA ME DÉRANGE SI PRÉCÉDÉ DE PUB**

FEMMES **IND 103**

FEMMES ACTIVES **IND 111**

SPECTATRICES FEMMES ACTIVES **IND 113**

**JE NE CLIQUE JAMAIS SUR LES BANNIÈRES PUBLICITAIRES SUR INTERNET**

FEMMES **IND 99**

FEMMES ACTIVES **IND 108**

SPECTATRICES FEMMES ACTIVES **IND 112**

## CINÉ TARGET WORKING GIRLS

**J'AIME ARRIVER À L'HEURE DE LA  
SÉANCE POUR VOIR LES PUBLICITÉS**

FEMMES **IND 105**

FEMMES ACTIVES **IND 111**

SPECTATRICES FEMMES ACTIVES **IND 125**

**J'APPRÉCIE DE VOIR LES FILMS PLUTÔT  
AU CINÉMA QU'À LA TV**

FEMMES **IND 102**

FEMMES ACTIVES **IND 106**

SPECTATRICES FEMMES ACTIVES **IND 133**

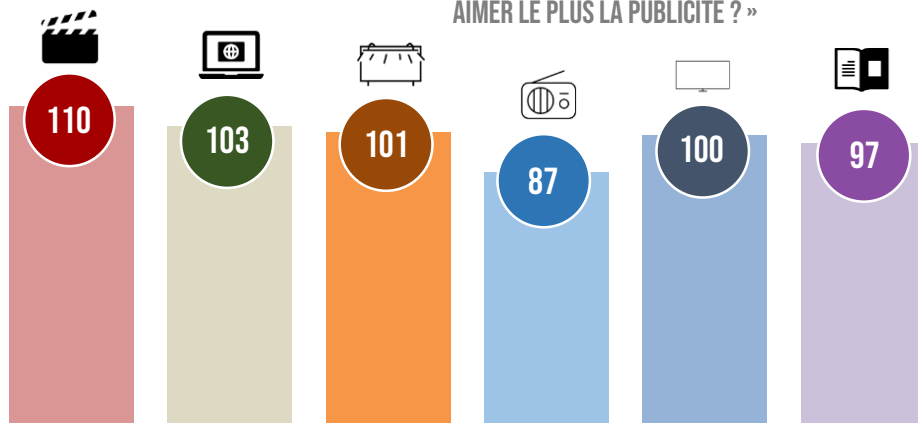
**JE SUIS PASSIONNÉE  
DE CINÉMA**

FEMMES **IND 98**

FEMMES ACTIVES **IND 102**

SPECTATRICES FEMMES ACTIVES **IND 131**

« SUR QUEL MÉDIA LES FEMMES ACTIVES DÉCLARENT  
AIMER LE PLUS LA PUBLICITÉ ? »



**CE PRODUIT PERMET DE GARANTIR DES ENTRÉES HEBDOMADAIRES SUR CIBLE  
SUR DES COMPLEXES SÉLECTIONNÉS**

**TARIF CINÉ TARGET  
WORKING GIRLS**

**325 000 ENTRÉES/CIBLE  
200 000 EUROS BRUT  
615 EUROS CPM/CIBLE**

**TARIF VENTE DÉTAIL  
DU TARGET WORKING GIRLS**

**325 000 ENTRÉES/CIBLE  
242 460 EUROS BRUT  
746 EUROS CPM/CIBLE**