



Communiquez sur

**lamuse.fr**

La certitude de toucher 20 000 familles parisiennes  
à la recherche d'idées de sorties  
sensibles aux conseils de lamuse.fr

# Trois leviers pour une visibilité optimale

## 1 - Visibilité sur le site :

- En page accueil : « A la une » pendant 1 semaine, en « Activités recommandées » pendant 3 semaines.
- En page intérieur : « Epinglée » pour un positionnement systématique en haut de page de la rubrique concernée

## 2 - Visibilité sur le site - bannières :

- 1 mois de présence avec un double affichage par page
- 20 000 affichages minimum
- Création possible par lamuse.fr

## 3 - Visibilité sur la Newsletter

- Envoyée, une fois par semaine, à 10 500 fidèles abonnés
- Trois mentions durant la campagne :
  - En 1er paragraphe, en début de campagne.
  - Présence systématique dans deux autres newsletters.

**Page accueil**

A la une

Recommandée

**Page contenu**

Bannière

Epinglée

**Newsletter**

1er paragraphe

Présence

# Visibilité optimale assurée sur toute une saison

## Objectifs :

- Donner de la visibilité sur la saison, de septembre à juin.
- Améliorer la notoriété d'une structure, en matière d'activités Jeune Public.
- Centrer cette visibilité sur les périodes importantes pour l'annonceur (vacances scolaires, par exemple).

## Avantages :

- Une fois le planning défini, les espaces sont réservés, les rédactionnels sont actualisés, les bannières sont mises en place au fil de la saison, les insertions de la newsletter sont garanties.
- Un bilan chiffré est effectué à la fin de chaque campagne.

## Budget :

- Une campagne de lancement d'un mois, qui présente la structure et son programme. Budget 700€ HT.
- Des campagnes publicitaires, de trois semaines, à chaque période d'activités. 400€ HT, l'une.

## Exemples :

- Une structure avec des activités centrées sur les vacances, Toussaint, Noël, hiver et printemps : 700€ HT + 1 600€ HT (4 X 400€ HT) = 2 300€ HT.
- Une structure où la campagne de lancement se fait sur les activités de Toussaint :
- 700€ HT + 1 200€ HT (3 X 400€ HT) = 1 900€ HT.
- Un producteur qui propose six spectacles ou concerts Jeune public ou famille : une campagne de lancement qui incite à l'abonnement, 700€ + 2 400€ = 3 100€ HT.

Ils nous ont fait confiance en 2014/2015 :

Cité de la musique, Théâtre du Châtelet, La Géode, Théâtre Jean Vilar, Orchestre National d'Ile de France, le Louvre, Théâtre Montfort, Carré Bellefeuille, Théâtre des variétés, Théâtre de la Ville, Comédie de Paris, La Villette, Théâtre Firmin Gémier, Forum des images, Musée de l'histoire de l'immigration, Théâtre du Vésinet, Institut du monde arabe, la Philharmonies

Contacts : Isabelle d'Erceville 06 ~~07 10 32 19~~ - [iderceville@lamuse.net](mailto:iderceville@lamuse.net) Muriel Desveaux 06 71 21 05 71 - [m.desveaux@lamuse.net](mailto:m.desveaux@lamuse.net)