

KIT MEDIA

LE BOOK
DE LA
PRESQU'ÎLE #1

MYPRESQU'ÎLE

PÉPITES

LE BOOK DE LA PRESQU'ÎLE

PÉPITES

Le Book de la Presqu'île

Un book photos qui valorise le territoire et met en avant les acteurs et l'offre de la Presqu'île. Un titre, une promesse : PEPITES, le book de la Presqu'île.

Sa mission 1ère : faire venir/ revenir une clientèle métropolitaine qui change ses habitudes et a des freins à venir en centre-ville.

Le parti pris : des photos pleine page : ambiances, produits, commerçants + un rédactionnel percutant.



DEVENEZ ANNONCEUR

Vous voulez toucher un public CSP+
Vous voulez être associé à l'image qualitative de la Presqu'île.

CIBLE

Résidents de la Métropole (1ère et 2ème couronne, et arrondissements)
Hommes et femmes, cœur de cible : 30-55 ans, CSP+. Un lectorat connecté, équipé ordinateur, smartphone / des liens avec les outils digitaux : site et réseaux sociaux de My Presqu'île.

DIFFUSION

Stratégie : capter une audience à fort pouvoir d'achat.

Parution : fin 2025

Diffusion : **20 000 exemplaires**

Dans 600 points choisis dans la couronne lyonnaise (Lyon Est, Lyon Ouest, Villeurbanne...) Emplacements ciblés : salons de coiffure, hôtels, concessions automobile...

250 points Lyon intra-muros : lieux culturels, hôtels, office du tourisme, boutiques du réseau My Presqu'île.

SOMMAIRE

mode



- 06 DUPE DUPE**
Des looks vip à aimer
à n'importe quel coût.
- 28 L'ACCESS QU'IL NOUS FAUT**
Les mélanges qu'on aime
à qui dérange.
- 50 QUIZZ**
Quel type de fashion
victime êtes-vous ?



quartier

- 8 24 H**
De matin au soir, voir
au petit matin, découvrir les 4 quartiers
iconiques de la Presqu'île.
- 14 24**
44

pratique
54 SERVICES
66 TOURISME
64 ACCESSIBILITÉ

art de vivre



- 38 METRO, BOULOT, REPOS**
5 façons d'éviter
le burn out citadin.
- 40 DANS LA CUISINE DE...**
3 chefs nous apprennent
à le devenir à la maison.
- 46 COULISSES**
Le Musée des Beaux Arts et
les Célestins nous invitent.



conseil

- 34 ZOOM**
La nouvelle star à double
tranchant : le gilet-croisé.
- 36 FOCUS PRODUIT**
4 entreprises mettent à
l'honneur la graine verte.

portraits



- 10 ILS-ELLES FONT LA PRESQU'ÎLE**
Des dons en fait devenus
ami.e.s par le réseau.
- 16 DANS L'APPART DE...**
Cécile, la fondatrice de
la Maison Cœur-Cœur.
- 20 LA BEAUTE DU GESTE**
Les maîtres qui font
la Presqu'île.
- 26 CEUX QUI FONT LA MODE**
Portrait de Johanna
Benedetti des poupées.
- 66 MON CHIEN ET MOI**
Un portrait qui a du chien.



- 52 CONSEILS D'AMIS**
4 commerces, 4 coups de cœur locaux.
- 58 SECRET DE LA PRESQU'ÎLE**
Vieux jeu, quel est le secret ?
- 60 BALLADE STREET ART**
Lever ou baisser la tête
sur son chemin quotidien.

PUB

SUPPORT

- Format 200x260 mm / Parution annuelle.
- 64 pages / + couverture : Couché Brillant 300g.
- Intérieur : Couché Demi Mat 90g.
- Contenu éditorialisé : zoom produits, portraits de commerçants, 24h dans un quartier du centre-ville, art de vivre, gastronomie, coulisses, shopping list, ambiances de quartiers, focus sur métiers d'artisans, accessibilité...

TARIF PUB ADHÉRENT

- 4ème de couverture : 1530€ HT (vendue)
- 2ème et 3ème de couverture : 1350€ HT
- Pleine page intérieur : 900€ HT
- Demi-page hauteur : 450€ HT
- Publi-rédactionnel : 630€ HT

> Remise de 10% appliquée.

MY PRESQU'ÎLE