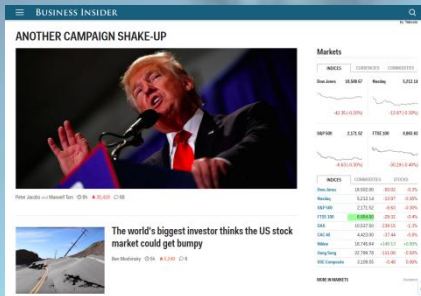
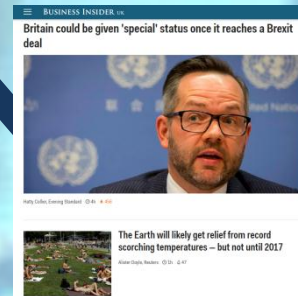


LA MARQUE NEWS-BUSINESS LA PLUS DYNAMIQUE AU MONDE

+100 millions
de VU



24% d'internautes
à l'international



UK, Inde,
Australie, Singapour,
Malaisie, Indonésie,
Allemagne, Pologne,
Scandinavie,...

BUSINESS INSIDER

Pour une nouvelle
génération de
décideurs

+6,5 millions Facebook



+1,5 millions LinkedIn

+3,8 millions Twitter



+230 000 Google+

+500 000 Instagram



YouTube

+200 000 YouTube

CONCEPT

What you need to know

Business Insider propose un traitement large et des analyses approfondies en matière de **technologie, finance et économie**, en temps réel, sur le mode de la conversation et du partage.

Business Insider est une marque "conçue pour l'ère digitale", c'est à dire que sa stratégie de contenu et de distribution a toujours été pensée à partir des **outils digital-native** (infographies, "charticles", photos, videos, live-blogs, flux...)

BUSINESS INSIDER

Conçu pour l'ère digitale

ACTUALITÉS

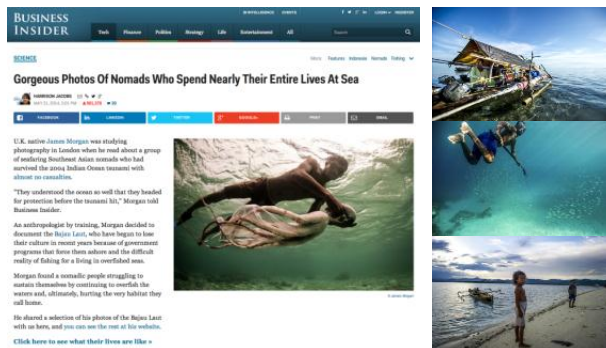
Prisma Media lance la version française de Businessinsider.com.

"Nous nous réjouissons de ce partenariat" déclare Rolf Heinz, pdt de Prisma Media.



"Avec un public jeune, BI est en parfaite adéquation avec le développement de notre portefeuille et va contribuer à renforcer notre position de leader dans le secteur économique et le marché du numérique en France".

VALEURS



- Fast
- Informative
- Smart
- Social

CIBLES

Une audience jeune, éduquée à fort pouvoir d'achat

Homme : **58%** 25-34 ans : **22%**
 Femme : **42%** 35-44 ans : **19%**

Diplôme du supérieur : **45%**

Revenus Foyer \$100K+ : **42%**