



## **Metro fait entendre la parole de ses lecteurs dans la présidentielle 2012**

La rédaction de Metro crée un dispositif original autour de l'élection présidentielle 2012 avec deux grands objectifs : donner la parole aux lecteurs et délivrer un décryptage pragmatique des grands enjeux de cette élection.

Premier dispositif, les « Face aux lecteurs » Présidentielles 2012, de janvier à avril 2012. Metro invite ses panélistes de moins de 35 ans à rencontrer les principaux candidats dans leur siège de campagne. Ces rendez-vous, en partenariat avec LCI, donnent lieu à un article de Une dans Metro et font l'objet d'un programme dédié de 13 minutes « en Direct des QG » diffusé à l'antenne.

Deuxième dispositif, la série de dossiers « France Inventaire avant Présidentielle ». Metro propose un état des lieux de la France qui votera en avril 2012, en partenariat avec l'institut Médiascopie. Cet inventaire (élaboré sur la base d'une enquête auprès de 800 personnes) sera publié en 4 volets :

- "Quelles sont les véritables préoccupations des Français ?"
- "De quelles valeurs et de quels principes l'action publique doit-elle s'inspirer ?"
- "Quelles actions faut-il mettre en œuvre ?"
- "Avec qui, avec quels acteurs, les Français veulent-ils écrire 2012 et après?"

En complément, du 23 au 27 janvier 2012, Metro détaille 'les clés vertes de 2012' en partenariat avec France Nature Environnement et publie chaque jour un focus sur une région avec les grands enjeux écologiques de la campagne présidentielle.

Metro renforce aussi son Baromètre Politique mensuel (avec OpinionWay) en ajoutant des questions spécifiques relatives à l'emploi/ l'éducation, l'environnement, le pouvoir d'achat et un quatrième thème lié à l'actualité (des thèmes particulièrement émergents sur la cible des jeunes urbains actifs).

*« Présent dans plus de 130 villes de 22 pays en Europe, Amérique du Nord, Amérique du Sud et en Asie, Metro est le quotidien le plus lu dans le monde avec 17 millions de lecteurs quotidiens. Présent dans 15 grandes villes (Paris, Lille, Strasbourg, Lyon, Saint-Etienne, Nice, Cannes, Marseille, Toulouse, Bordeaux, Nantes, Rennes, Metz, Nancy et Toulon), il est un leader de la presse quotidienne avec chaque jour 2 401 000 lecteurs jeunes actifs et urbains (source EPIQ 2010). En France, Metro est détenu à 100% par TF1. »*