

Le 1er mensuel féminin
en diffusion
477 389 exemplaires*



Prima : source d'inspiration féminine

Mensuel féminin et d'art de vivre au quotidien, Prima traque chaque mois petits bonheurs et grands plaisirs qui font la vie plus douce et permettent à chaque femme d'exprimer sa créativité, en un mot de devenir ainsi "l'artiste de sa propre vie". Son territoire est celui de l'harmonie personnelle : le bien-être par ce que l'on fait et par ce que l'on est.

Depuis avril, Prima offre un nouveau cahier de 30 pages «Prima Style» en 1ère partie, exclusivement dédié à la mode et à la beauté pour :

...Donner plus de sens et de séduction autour du « moi ».

...Donner envie, avec plus de glamour, de plaisir, d'élégance, tout en restant accessible et appropriable.

...Garder une forte proximité avec la lectrice, notamment par l'implication de la rédaction (conseils..).

Plus de rythme, de dynamisme, grâce à des mises en scène qui alternent ou allient la mode et la beauté.

Plus de place donnée au visuel.

Une maquette plus qualitative.

Véritable source d'idées pour simplifier et ré-enchanter le quotidien des femmes, Prima consacre également un cahier de 45 pages aux dernières tendances déco et à l'univers de la maison pour vivre encore mieux dans ce lieu d'échange, de transmission et de créativité personnelle...

- Prima est lu par 1.988.000 femmes **, Son cœur de cible est une femme de 35-49 ans, Active et AB.
- Un format pocket pour les quadras urbaines, actives et mobiles.
- Prima décline sa marque avec Prima Maison et Prima Cuisine Gourmande, véritables prolongements «Art de Vivre» du magazine, mais aussi avec ses hors-série créatifs.



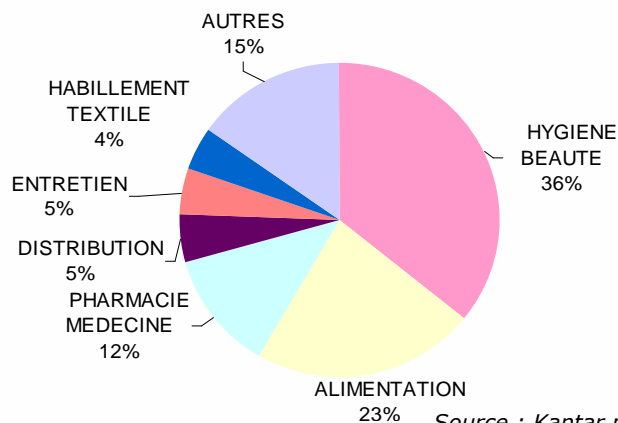
Leader en diffusion,
3^{ème} mensuel féminin en audience.

La version interactive du magazine www.prima.fr annonce le dossier et les événements du mois ainsi que les grands rendez-vous à ne pas manquer. Il permet aux lectrices d'exprimer leurs réactions et de demander des infos au travers des différentes rubriques.

* OJD DSH 2009

** AEPM 2009 : 2 269 000 lecteurs au total

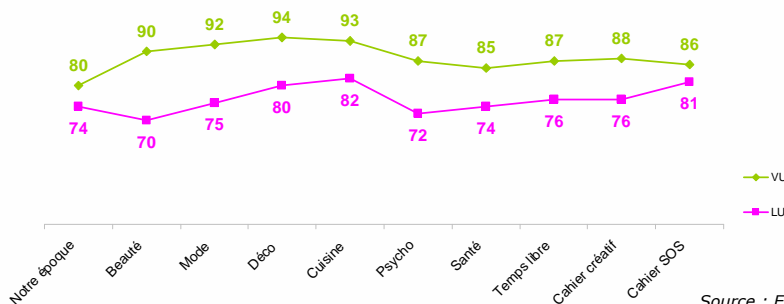
Le portefeuille publicitaire



Source : Kantar media 2009 (pages hors encarts)

Des lectrices passionnées par leur magazine

Une efficacité prouvée tout au long du magazine : un magazine lu du début à la fin



Source : Etude Vu-Lu rédactionnels 07-10

Profil des lectrices

	Ensemble femmes 26 304 000	Structure	Lectrices de Prima 1 988 000
Age			
25-34	14.6%		11.8%
50-64	23.5%		36.6%
65 et plus	22.8%		18.0%
Cœur de cible			
35-49	24.9%		28.6%
Actives	50.4%		59.3%
Foyer AB	30.8%		33.5%
Urbains (Villes >100 000 hbts & Paris)	45.4%		42.2%
Enfants <15 ans	31.6%		31.3%



Prix de vente Grand Format : 2.10 €

Prix de vente Pocket : 1.90 €

Périodicité : Mensuel

Bouclage commercial : 4 semaines avant

Lancement du magazine : 1982

Diffusion (OJD DSH 2009)

France payée : 477 389 ex.

Totale payée : 494 764 ex.

Tarifs 2010

Simple page quadri : 24 900 €

Couverture

Femmes 1 988 000

Pénétration

7.6 % (AEPM 2009)

Coût pour mille audience femmes 12.5 €

Coût pour mille diffusés 52.2 €

Informations techniques Grand format :

Format page : Plein Papier 213 x 280

Format Utile 191 x 255

Informations techniques format Pocket :

Format page : Plein Papier 175 x 230