



Le magazine le plus lu en France* !

- Créé en 1984, Femme Actuelle est le premier féminin hebdomadaire français*, chaque semaine, **1 058 469 exemplaires** (OJD 2006-2007) sont vendus, et près de **4 971 000 femmes** le lisent (AEPM 2006-2007), soit plus d'une française sur 5.
 - Femme Actuelle est plus que jamais une vraie Marque (66% de notoriété spontanée) et le prouve en éditant chaque semaine :
 - son féminin généraliste,
 - une fois par mois un hors-série thématique (8 numéros en 2008),
 - deux fois par mois un magazine de jeux (12 Femme Actuelle Jeux et 5 Hors-série)
 - Et aujourd'hui, en lançant son site : femmeactuelle.fr, véritable portail, conçu sur le concept des 3 C : Contenu, Communauté et Customisation.
- *hors suppléments

Profil des lectrices

6 811 000 lecteurs dont 4 971 000 femmes (Source : AEPM 2006-2007)

	Ensemble femmes 25 822 000 Structure	Lectrices de Femme Actuelle 4 971 000 Indices d'affinité	
Age			
15-24	14,4%	11,8%	81
25-34	15,1%	14,4%	95
35-49	25,4%	29,5%	116
50-64	22,7%	23,9%	105
65 et plus	22,5%	20,4%	91
Actives	47,3%	50,7%	107
Foyer AB	29,9%	27,5%	92
Urbains (Villes >100 000 hbts & Paris)	45,3%	45,3%	100
Enfants <15 ans	31,7%	32,3%	102

Femme Actuelle est un vrai booster de la consommation

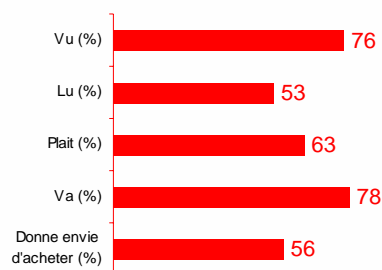
Les lectrices de Femme Actuelle : de « grosses » consommatrices de ...

- ... **Beauté** : 5,4 millions de lectrices utilisent des produits de beauté ; 4,8 millions achètent du maquillage ; 4,3 millions du parfum en circuit sélectif.
- ... **Mode** : 5,3 millions de lectrices achètent des vêtements, 5,3 millions de la lingerie
- ... **Voyage** : 4,3 millions de lectrices partent en vacances et/ou en week end
- ... **Alimentation** : 4,7 millions de lectrices achètent des produits frais ; 4,6 millions des surgelés ; 4,6 millions des desserts et chocolats.

Source : SIMM 2006

Des lectrices séduites par la publicité

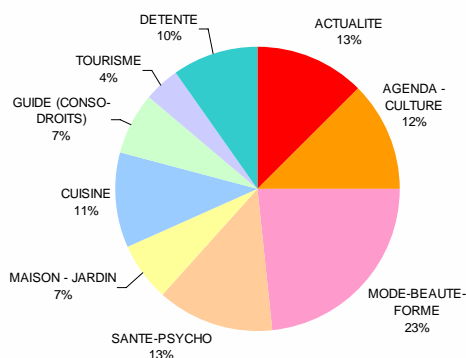
8 lectrices sur 10 déclarent voir la publicité et 1 sur 2 affirme qu'elle lui donne envie d'acheter le produit



Source : Vu Lu publicitaires / 169 publicités panel femmes Prisma Presse 2005-2007

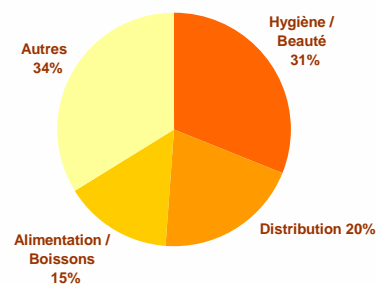
Le généraliste par excellence

L'offre rédactionnelle



Source : analyse de contenu réalisée sur 10 n° avril-juillet 2007

Le portefeuille publicitaire



Source : Secodip 2006
(pages hors encarts)

Prix de vente : 1,20 €
Périodicité : Hebdomadaire
Bouclage commercial : 4 semaines avant
Lancement du magazine : 1984

Diffusion (2006-07)
France payée : 1 058 469 ex
Totale payée : 1 112 864 ex

Tarifs 2008
Simple page quadri : 37 650 €

Dégressifs
Dégressif volume : à partir de 4%

Remise professionnelle : 15%

Couverture
Femmes 4 971 000
Pénétration 19.3% (AEPM 2006-07)
Coût pour mille audience femmes 7,6 €
Coût pour mille diffusés 34.4 €

Informations techniques

Format page : Plein Papier 225 X 284
Format Utile 206 X 256
Type de format : Tiff - It / P1
Résolutions : CT 12l/mm LW:100l/mm
Pour le plein papier, prévoir 4 mm de rogne autour.