



## LE PREMIER HEBDO DU WEEK-END

**VSD, c'est plus d'infos, plus de photos, plus de rubriques, plus de coulisses et de décryptages et plus d'émotions.**

Le magazine s'organise en deux grandes parties qui répondent aux centres d'intérêt de nos lecteurs et qui permettent **de mieux appréhender l'essentiel de l'information et de profiter pleinement des plaisirs de la vie moderne.**

- **Les coulisses de l'actualité**, avec en ouverture systématique une partie « picture » comportant 3 grands sujets d'actualité très visuels. Cette première partie offre des rubriques telles que « Actu-tête d'affiche », « Actu-baromètre » et une grande enquête suivie d'un document inédit.

- **Le meilleur des loisirs**, qui s'ouvre sur la semaine culturelle dans tous les domaines. Cette seconde partie propose des rubriques complètes et variées : Sport, Mode, Beauté/Forme, Moteur, Sorties, Planète techno et le cahier TVSD.

### Profil des lecteurs

**1 487 000 lecteurs** (AEPM 2006-07)

**293 000 lecteurs cadres actifs** (Ipsos FCA 2007)

**2 lecteurs de VSD sur 3 ne lisent aucun news**  
(937 000 lecteurs exclusifs vs L'Express, Nel Obs, Le Point, Marianne)

	Pop.fr 49.7 millions	VSD 1.487 millions	Indice : Pop.fr = 100
<b>Hommes</b>	<b>48%</b>	<b>49%</b>	102
<b>Femmes</b>	<b>52%</b>	<b>51%</b>	98
<b>Age</b>			
15-24 ans	15%	11%	73
<b>25-49 ans</b>	<b>42%</b>	<b>50%</b>	120
50-64 ans	23%	27%	116
65 ans et +	20%	12%	62
<b>Actifs</b>	<b>53%</b>	<b>64%</b>	121
<b>Foyer 2 actifs ou +</b>	<b>46%</b>	<b>50%</b>	108
<b>Foyer AB</b>	<b>31%</b>	<b>36%</b>	114
<b>Enfants &lt; 15 ans</b>	<b>32%</b>	<b>33%</b>	103

Source AEPM 2006-2007

### Des lecteurs très consommateurs (sur-représentés sur les courants les plus moteurs)

**Automania : 24% (indice 131)**

La voiture est un objet de plaisir et de passion, mais aussi un symbole de réussite.

**Lovely Body : 16% des lecteurs (indice 167)**

**Fashion Séduction : 14% (indice 182)**

Des lecteurs attachés à leur apparence, experts en matière de beauté, à la recherche de nouveauté et de produits spécifiques.

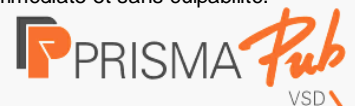
**Esprit Spiritueux : 21% des lecteurs (indice 123)**

Bons vivants, ils apprécient les occasions conviviales de boire de l'alcool. Ils se disent experts sur les alcools de grandes qualité.

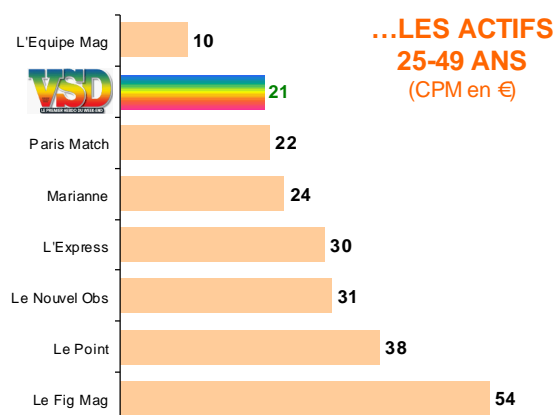
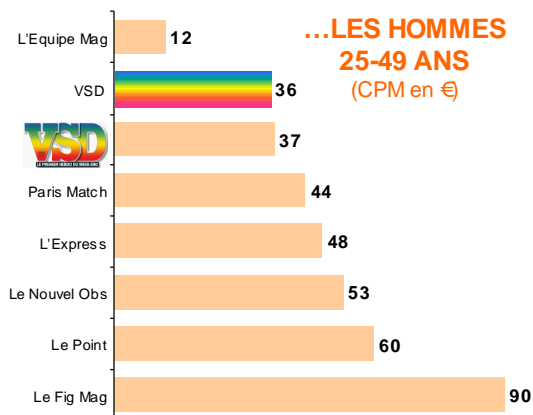
**Ludisme : 16% (indice 146)**

Des lecteurs à la recherche de plaisir : une consommation immédiate et sans culpabilité.

Source : SIMM 2006 / Indices vs ensemble des Français de 15 ans et +

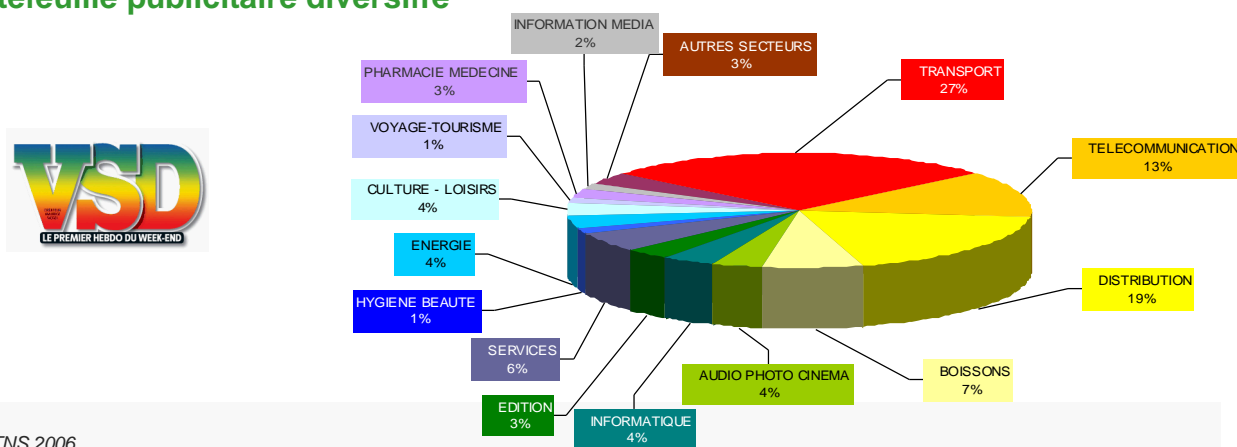


## Un titre économique pour séduire...



Source : AEPM 2006-2007 / Tarifs bruts PQ 2008 en euros

## Un portefeuille publicitaire diversifié



Source TNS 2006

## 5 bonnes raisons d'intégrer VSD dans vos plans médias

**1/ Un contrat de lecture clair** - VSD, c'est un regard différent sur l'information, articulé autour de 2 grands axes : les coulisses de l'actualité et les loisirs pour le week-end. Le magazine propose à ses lecteurs une véritable proximité avec leurs attentes quotidiennes en assurant un rôle de prescripteur et leur donne envie en les stimulant.

**2/ Un magazine à très forte notoriété** - Connu par 83% des Français, et notamment par 94% des hommes.  
(source : étude Sofres 2004 / Master Sciences Po)

**3/ Une occasion unique de toucher un lectorat sur-consommateur** - Jeune, mixte à dominante masculine, actif, CSP+, urbain... Attaché à leur apparence (mode et beauté), fan d'automobile, adeptes des soirées conviviales autour d'un verre et early-adopter en matière de high tech...

**4/ Une visibilité et une efficacité publicitaire favorisées par un contexte rédactionnel riche et de qualité** - A travers ses rubriques hebdomadaires enrichies (Planète techno, Moteur, Sorties, Cahier TVSD) et des rubriques qui ont fait leur apparition (Beauté/Forme, Mode, Cuisine...).

**5/ Un magazine économique** - Pour séduire les cibles masculines et jeunes (25-49 ans, < 35 ans et < 50 ans)...

<b>Prix de vente</b>	2,30 €
<b>Périodicité</b>	Hebdomadaire (mercredi)
<b>Bouclage commercial</b>	4 semaines avant
<b>Lancement du magazine</b>	1977
<b>Racheté par Prisma Presse en 1996</b>	
<b>Diffusion</b>	
France Payée 2006-07 (DSH)	206 297 ex
Ventes au n° (%)	84%
<b>Tarifs brut 2008</b>	
Simple page quadri	14 200 €
<b>Remise professionnelle</b>	15%

<b>Audience</b>		<b>%</b>	
Ensemble	1 487 000	3.0%	(AEPM 2006-07)
Cadres	293 000	4.1%	(FCA 2007)

<b>Coût pour mille audience</b>	
Ensemble - 1 PQ	9.5 €
Cadres - 1 PQ	48.5 €

**Informations techniques**  
 Format page : Plein papier 230X297  
 Format utile 210X276  
 Type de format : Tiff - It/P1  
 Résolutions : CT 12L/mm LW:100L/mm  
 Pour le plein papier, prévoir 10 mm de rogne autour.

**CONTACT : 01 44 15 32 09**