



Le magazine le plus lu en France* !

- Créé en 1984, Femme Actuelle est le **premier hebdomadaire féminin français***, chaque semaine, **927 420 exemplaires** (OJD 2009) sont vendus, et **plus de 4 millions de femmes** le lisent (AEPM 2009), soit une femme sur 6 en France !
- **Une nouvelle formule depuis mars 2009** permet à Femme Actuelle de réaffirmer son statut de féminin généraliste pratique à travers une nouvelle maquette, un contenu éditorial plus dense et encore plus de complicité avec ses lectrices...
- **Femme Actuelle est une vraie marque** (66 % de notoriété spontanée), **qui se décline** à travers :
 - des Hors-série (7 thématiques en 2009 : Bébé, Coiffure-Maquillage, Jardin, Minceur, Cuisine, Astro, Santé-Forme),
 - le mensuel Femme Actuelle Jeux (+ 5 Hors Série),
 - des produits de marque, des licences, des événements ...
 - femmeactuelle.fr : un site Internet à fort contenu éditorial et serviciel et déjà 2 millions de Visiteurs Uniques (Nielsen NetRatings déc 09).

*hors suppléments

Profil des lectrices

5 689 000 lecteurs dont 4 356 000 femmes (Source : AEPM 2009)

	Ensemble femmes 26 304 000	Lectrices de Femme Actuelle 4 356 000	Indices d'affinité
			Structure
Age			
15-24	14,2 %	11.9 %	84
25-34	14.6 %	12.7 %	87
35-49	24.9 %	28.6 %	115
50-64	23.5 %	27.9 %	119
65 et plus	22.8 %	19 %	83
Actives	50.4 %	56.1 %	111
Foyer AB	30.8 %	28.5 %	93
Urbaines*	45.4 %	41.2 %	91
Enfants < 15 ans	31.6 %	33.6 %	106

*(Villes > 100 000 hbts & Paris)

Femme Actuelle

Femme Actuelle est un vrai booster de consommation !

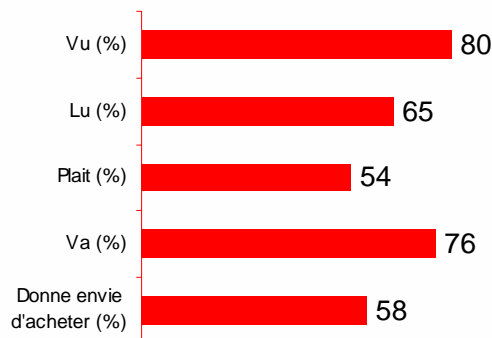
Les lectrices de Femme Actuelle : de « grosses » consommatrices de ...

- ... **Beauté** : 4.9 millions de lectrices utilisent des produits de beauté : 4.4 millions du maquillage ; 4.6 millions du parfum.
- ... **Mode** : 4.9 millions de lectrices achètent des vêtements ; 4.9 millions de la lingerie
- ... **Voyage** : 3.6 millions de lectrices sont parties en vacances et/ou en week-end ces 2 dernières années
- ... **Alimentation** : 4.9 millions de lectrices achètent des produits frais ; 4.9 des surgelés ; 4.1 des produits allégés *

Source : SIMM 2008 / indices vs ensemble des femmes (* Indices vs ménagères)

Des lectrices séduites par la publicité

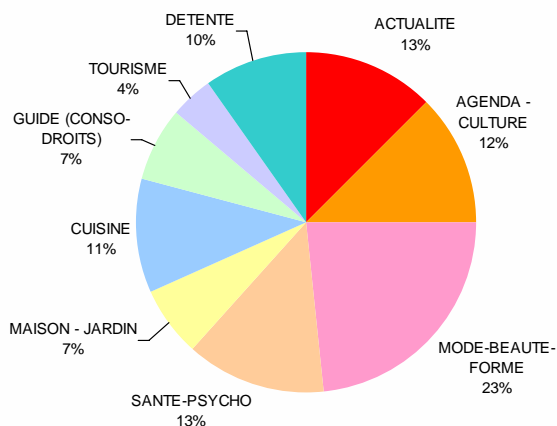
8 lectrices sur 10 déclarent voir la publicité et plus 1 sur 2 affirme qu'elle lui donne envie d'acheter le produit



Source : Vu-Lu publicitaires / 288 publicités panel online femmes Prisma Presse 2005-2010

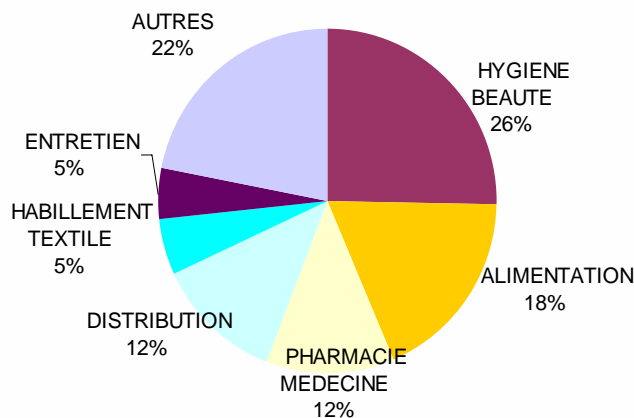
Le généraliste par excellence

L'offre rédactionnelle



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

Le portefeuille publicitaire



Source : Kantar Media 2009 (pages hors encarts)

Prix de vente :	1.30 €	Couverture	Femmes : 4 356 000	Pénétration	16.6 % (AEPM 2009)
Périodicité :	Hebdomadaire				
Bouclage commercial :	4 semaines	avant			
parution					
Date de création :	1984				
Diffusion (OJD 2009)					
France payée :	927 420 ex.				
Totale payée :	970 607 ex.				
Tarifs 2010					
Simple page quadri :	39 400 €				
Dégressifs					
Dégressif volume :	à partir de 4 %				
Remise professionnelle :	15 %				

Coût pour mille audience femmes :	9 €
Coût pour mille diffusés :	42.5 €

Informations techniques

Format page : Plein Papier 225 x 284
 Format Utile 206 x 256
 PDF selon norme Magazine Ads_1v3 du
 Ghent PDF Workgroup (www.gwg.org)
 Pour le plein papier, prévoir 4 mm de
 rogne autour.

CONTACT : 01.44.15.34.28

Avril 2010

PRISMA MEDIA