



REWORLD MEDIA

LEADING MEDIA GROUP

37 magazines

6 univers de passion

1,9 millions d'adresses



Une mosaïque de cibles

CritèreDirect
Conseil en marketing direct



PÔLE SCIENCES

324 000 adresses

Les Cahiers de Science et Vie

Les Cahiers de Science et Vie (bimestriel) explorent «les racines du monde» pour faire voyager dans le temps à la découverte des civilisations.

Profil : 54% hommes, 48% de 25-50 ans, CSP++.



Science et Vie

Le 1er magazine d'actualité scientifique.

Profil : Population cultivée et active, 64% > 35 ans. hommes 59%, CSP AB, 60% études supérieures, revenu annuel foyer 44% > 36 000 €. Très bon comportement vis à vis des produits novateurs, high tech, internet...



Science et Vie Junior

Le magazine scientifique destiné aux jeunes de 13 à 18 ans.

Profil : Parents ouverts à toutes les nouveautés et attentifs à la formation de leur enfant. CSP+. Très bon comportement vis à vis des produits novateurs, high-tech, internet.



Science et Vie Découvertes

Le mensuel scientifique consacré à la découverte du monde

Profil : Parents d'enfants de 8 à 12 ans. CSP+. Très bon comportement vis à vis des produits novateurs, high-tech, internet...



Science et Vie Photo

Le magazine qui rend compte de l'innovation, des nouvelles techniques créatives et de l'évolution des pratiques photographiques.

Profil : passionnés de photo et de technologie, cible principalement masculine, CSP+



Des fichiers recommandés

Produits culturels

High tech

Jeux/Jouets

Presse/Édition jeunesse

Éducation, soutien

Caritatif

Banque/Finance/Assurance

Vins/Gastronomie



PÔLE CHASSE

183 000 adresses

Le Chasseur Français

Le magazine mensuel de ceux qui vivent et pratiquent la nature.

Profil : Hommes à 59%, âge moyen 50 ans. CSP BC. Revenu annuel foyer : 70,4% > 24 000 euros. 62,5% des abonnés habitent en maisons individuelle avec jardin et plutôt en communes rurales (50,2%) et péri-urbain (20,8% an agglomération de -20 000 habitants). 73,6% propriétaire de son logement.



La Revue Nationale de la Chasse

Le premier magazine cynégétique de France pour des passionnés de chasse.

Profil : Hommes 75%, âge moyen 45 ans et plus. Revenu annuel foyer : 46% > 24 000 euros. Passionnés de chasse et loisir «outdoor». Communes rurales 48%. 65% habitant en maison individuelle avec jardin.



Grand Gibier

Le rendez-vous luxueux des chasseurs passionnés de grand gibier (trimestriel).

Profil : Hommes, urbains à fort pouvoir d'achat. Des passionnés d'une chasse élitiste qui ne comptent pas pour leurs loisirs. 63% de lecteurs réguliers. Un magazine luxueux pour les puristes de l'art cynégétique.



Des fichiers recommandés

Chasse/pêche

Jardin, brico/déco

Caritatif

Finance/assurance

Épargne/retraite

Nature

Voyage

Art/culture

Vins/gastronomie

Équipement de la

Maison/chauffage

Outdoor



PÔLE TÉLÉ

528 000 adresses

Télémagazine

Un lectorat jeune, familial et hyper-consommateur, un véritable magazine qui va au-delà des programmes Télé.

Profil : Age moyen : 49 ans, 54% femmes, 51% de lecteurs moins de 50 ans dont 14% entre 15 et 24 ans, 28% CSP+



Télépoche

L'hebdo télé de toute la famille!

Profil : Age moyen : 55 ans, 62% de lectrices, 62% ont plus de 50 ans et 35% ont plus de 65 ans, 29,7% vivent dans une commune de plus de 100 000 habitants, 11,4% en agglomération parisienne, 34,1% sont des retraités, CSP moyen.



Téléstar

Le magazine TV le plus affinitaire sur les femmes.

Profil : 60% femmes, 28% de 50 à 64 ans, 56% de 50 et +, 29% vivent en zone rurale, 29% en agglomération de + de 100 000 habitants, 12,2% paris et son agglomération, 29% enseignement supérieur, CSP Moyen.



Télé Star Jeux

Le magazine de jeux 100% détente!

Profil : Lectorat féminin à 63%, jeune (74% ont moins de 50 ans) et actif. Les abonnés de Télé Star Jeux sont de vrais passionnés de jeux et extrêmement réactifs aux concours, aux offres par vpc.



Des fichiers recommandés

Géléphonie
Grande conso
Finance/assurance
Vins/gastronomie
Vie pratique
Caritatif

Loisirs créatifs
Voyage
Santé/beauté
Décoration
Gadget
Astro/chance/jeux



PÔLE SENIOR

436 000 adresses

Modes et Travaux

1er mensuel féminin pratique

Profil : Age moyen 58 ans. 72% femmes 50+. 11% Paris/RP, 28% communes rurales, 28% agglomérations +100 000 hpts. CSP moyen, 48% >27 KE/an. 54% habitant en maison individuelle avec jardin, 66% propriétaire de leur logement, 40% études supérieure.



L'Ami des Jardins

Magazine mensuel qui met en scène le végétal sous toutes ses formes.

Profil : Age moyen 60 ans, 67% femmes. 70% des abonnés vivent en maison individuelle avec jardin. 41,8% études supérieures. 32% rural, 27% urbain.



Pleine vie

Mensuel féminin généraliste des 50 ans et plus, les + actifs et connectés, prescripteur d'envies et d'idées pour un quotidien énergisant.

Profil : Age moyen : 67 ans. 78% femmes, 90% > 50 ans. 60% retraités, CSP moyen, 26% études supérieures, 44% > 27 K€/an. 25% communes rurales, 27% > 100 000 habitants, 13% Paris/RP. Fort comportement vécipéciste et donateur.



Veillées des Chaumières

Hebdomadaire de détente et de lecture pour les seniors (de sensibilité chrétienne).

Profil : Lectorat féminin à 95% et âgé de plus de 60 ans à 80%. Centre d'intérêt : broderie, lecture, tricot.



Nous Deux

Hebdo féminin à spécificité fiction romanesque, N°1 des féminins populaires auprès des femmes.

Profil : Age moyen 59 ans (soit 84% des lectrices), 84,9% de femmes, 79% > 50 ans, CSP moyen, 28,8% >100 000 habitants, 4,4% Paris/RP, 26,7% commune rurale, 33% urbains, 32,2% > 27 600 €/an, 58% en maison individuelle et 44,1% maison et jardin.



Mon Jardin, Ma Maison

1er titre print sur le jardin. Magazine de l'aménagement et de la décoration du jardin et de la maison.

Profil : 70% femmes, abonnés à 77% > 50 ans. 30% vivent en commune rurale. 56% vivent dans une maison avec jardin.



Des fichiers recommandés

Caritatif
Finance/Assurance
Épargne/retraite
Voyage
Brico/Déco/Jardin

Beauté/santé/mode
Produits naturels
Vins/gastronomie
Produits culturels
Gadget

PÔLE FEMMES

338 000 adresses



Biba

La marque des trentenaires qui ont du style ! surconsommatrices à l'affût de tendances et de style.

Profil : Age moyen 48 ans, 86,1% de femmes, cœur de cible 25-49 ans (51,9 %), femmes actives CSP+ (30,4%), citadines avec 57,9% d'urbaines, 18,8% Paris/RP, et 39 % agglomération de + de 100 000 habitants.



Closer

Le leader des féminins people,

Profil : âge moyen 43 ans, 76,2 % de femmes avec son cœur de cible sur les femmes 25-49 ans (49%), 33,9% pour les 35-49 ans, 28,6% CSP+, 29 % agglomération > 100 000 habitants, 48 % urbaines et 19 % Paris/RP.



Gourmand

Le spécialiste de l'easy cooking pour une audience à la recherche de recettes simples et savoureuses avec des menus rapides et accessibles. Une marque qui bénéficie de la caution et des tours de main de nombreux chefs : Thierry Marx, Jean-François Piège, Yves Camdeborde...

Profil : Âge moyen 43 ans, 35% de foyers CSP+. cœur de cible sur les 25-49 ans, femmes CSP+



Grazia

Le news fashion magazine !

Profil : Femmes accros à la mode, 25-44 ans, CSP+, urbaines, hyperactives, cultivées, avant-gardistes et décomplexées.



Marie France

Marie France offre un vrai rendez-vous bien-être sous toutes ses formes : beauté, mode, santé, forme, nutrition, psycho, culture, lifestyle... Positive et toujours bienveillante, la marque accompagne des quadras assumées et épanouies en quête de sens et d'équilibre dans tous les instants de leur vie de femme

Profil : Age moyen 57 ans, 86 % femmes, 70 % > 50 ans, 39 % > 65 ans, Foyer CSP+ à 26,7%, 45% d'urbains dont 18,5% vivant à Paris/RP et 26,6% en agglo de plus de 100 000 habitants, 48,5 % gagnent plus de 27 600 KE /an et 45,4 % ont fait des études supérieures.



Campagne Décoration

Le premier magazine art de vivre exclusivement consacré à la décoration des maisons à la campagne. Des maisons pour rêver, pour s'inspirer, pour que chacun puisse créer à son tour la maison qui lui ressemble.

Profil : Age moyen 58 ans, 78% femmes, 72% plus de 50 ans. Communes rurales (32,7%) et agglomération de -20 000 habitants, 65% d'entre eux vivent dans une maison individuelle, hauts revenus annuels 21% gagnent entre 32 400 € et 45 600 €.



Top Santé

Magazine leader du courant «mieux vivre», l'expert et le référent santé.

Profil : Age Moyen 54 ans, 37,7% ont un enfant de -15 ans, Revenu annuel foyer 49 % > 27 600 €, 78 % femmes et actives à 50%, CSP+ à 21%.



Journal de la Maison

Revue de décoration de l'habitat. Lectorat féminin recherchant des conseils, des idées, des adresses et des prix, nécessaires à l'équipement et à la décoration de son habitat.

Profil : 80% femmes, 70% > 50 ans, 70% > 50 ans, CSP+ (22,6%) habitant dans une maison individuelle (65%), très hauts revenus, 22,3% vivent dans des communes de moins de 20 000 habitants et 25,8% dans des agglomérations de + de 100 000 habitants.



Vital

Le magazine féminin des dernières tendances pour faire le plein de conseils forme, bien-être, nutrition, beauté, mode, bons plans...

Profil : Femmes 25-40 ans, actives, urbaines.



Maison et Travaux

1^{er} magazine sur l'univers de la rénovation et de l'aménagement. Personne aimant bricoler ou en pleine rénovation. Propriétaires de maisons individuelles, leader sur les cibles affaires et cadres.

Profil : 66,4% sont des femmes. Age moyen 54 ans, 40% pour les 15-49 ans et 60% pour les plus de 50 ans, 60 % ont une maison individuelle avec un jardin. Habitant en petites communes et à la campagne (31%).



Psychologies Magazine

Agir sur sa vie, le mensuel du bien-être et du développement personnel.

Profil : Femmes à 80%. Âge moyen entre 45 et 65 ans. Femmes actives et cultivées, bon comportement vécipéciste. CSP AB+. Recommandé pour le haut de gamme, santé, éducation.



Des fichiers recommandés

art/culture
banque/finance
assurance
téléphonie

voyage
vins/gastronomie
beauté/santé
produits tendance



PÔLE HOMMES

150 000 adresses

Auto journal

Le meilleur point de vue sur l'automobile !

Profil : 83,6% hommes, âge moyen: 53 ans, 62,4% pour les hommes 50 et + et 37,5% hommes de 50 à 64 ans, CSP+, 50,1% études supérieures. Revenu annuel foyer : > 36 000 euros (45,2%). 56% habitant en maison individuelle avec jardin.



Diapason

Le mensuel n°1 de la presse musicale classique.

Profil : 60% hommes, 35% de 26/45 ans, 56% > 45 ans, CSP++.



Auto Plus

L'hebdomadaire généraliste sur l'automobile.

Profil : 80% hommes, âge moyen 50 ans. 1^{er} MAGAZINE AUTO en puissance sur les hommes 35-49 ans avec 42,9 % CSP +, 42% études supérieures, 30,9% ayant au moins 1 enfant < 15 ans. Revenu annuel foyer : 43,3% > 36 000 euros > 36 000 euros, 61% habitant en maison individuelle avec jardin.



Réponses Photo

Le mensuel des passionnés de photos.

Profil : 65% hommes, 35 ans et plus, CSP+, 27% Paris/ RP, 39% de méga consommateurs tous produits. Un lectorat hyper réactif : 2 000 photos arrivent chaque mois à la rédaction.



Sport Auto

Le mensuel N°1 de l'automobile d'exception.

Profil : 83,2% hommes, âge moyen 43 ans, 39% sur les 15-34 ans et 41% pour les +50 ans, CSP moyen +. Revenu annuel foyer : 39,6% > 36 000 euros. 57% habitant en maison individuelle.



Tir Mag

Chaque trimestre, l'actualité du monde des armes, les essais, la culture des armes, les nouveautés sur la pratique et les techniques du tir. Tir Mag s'adresse à tous les passionnés de tir, qu'ils soient de loisir, sportifs ou professionnels.



L'Auto Journal Evasion 4x4

Le bimestriel leader de la presse 4x4.

Profil : CSP+ hédonistes, épris de liberté. Profil : 80% hommes, 68% hommes 35/64 ans, 39% CSP+. 1 lecteur sur 2 a l'intention d'acheter une voiture de plus de 20K€.



Guerres et Histoire

Mensuel des passionnés d'histoire militaire qui met l'accent sur les principaux conflits qui ont marqué notre histoire et donne une explication claire sur les protagonistes, leur stratégie et leur armement.

Profil : passionnés d'histoire, cible principalement masculine, CSP+



Auto Plus Classiques

Magazine de la voiture ancienne à la portée de tous. Un œil neuf sur les voitures de collection : véhicules mythiques, essais, utilisation au quotidien... homme > 35 ans, CSP+.



Des fichiers recommandés

Automobile
Produits haut de gamme
Brico/Déco
Finance/Assurance

Multimedia
Vins/Gastronomie
Art/Culture

1,9 millions d'adresses à prospector

Nom	Potentiel total	Potentiel Abonnés (postal)	Potentiel désabonnés 0-36 mois (postal)	Potentiel Tél Fixe	Potentiel Tél Portable	Tarif /°° actifs (postal)	Tarif /°° inactifs (postal)
Télé Magazine	30 818	13 950	16 868	4 754	8 627	200	180
Télé Poche	175 297	103 010	72 287	44 562	40 290	200	180
Télé Star	297 951	178 680	119 271	102 719	94 079	200	180
Télé Star Jeux	24 104	12 889	11 215	9 871	11 084	205	185
TOTAL POLE TELE	528 170	308 529	219 641	161 906	154 080	200	180
L'Ami des Jardins	59 451	24 690	34 761	22 296	16 964	220	200
Modes et Travaux	71 964	19 330	52 634	29 454	17 965	200	180
Mon Jardin, Ma Maison	62 072	14 173	47 899	13 977	12 819	220	200
Nous Deux	69 266	33 685	35 581	29 254	20 316	205	185
Pleine Vie	148 365	78 885	69 480	63 487	35 405	210	190
Veillées des Chaumières	25 100	13 765	11 335	10 023	7 429	210	190
TOTAL POLE SENIOR	436 218	184 528	251 690	168 491	110 898	210	190
Biba	27 871	7 572	20 299	4 260	8 498	220	195
Campagne Décoration	29 671	8 061	21 610	4 542	8 891	220	200
Closer	48 796	8 772	40 024	8 152	8 507	200	180
Gourmand	27 807	3 901	23 906	2 649	4 411	220	195
Grazia	2 420	2 420	-	635	649	220	195
Journal de la Maison	34 198	6 876	27 322	3 925	8 668	220	200
Maison et travaux	30 182	7 362	22 820	3 848	7 220	220	200
Marie France	7 087	2 653	4 434	1 185	2 878	220	195
Psychologies	35 819	20 388	15 431	7 576	11 986	240	210
Top Santé	87 000	21 067	65 933	33 646	15 622	220	195
Vital Food	7 339	2 228	5 111	963	3 966	220	195
TOTAL POLE FEMME	338 190	91 300	246 890	71 381	81 296	215	190
Grand Gibier	11 242	7 231	4 011	5 251	7 185	260	240
La Revue Nationale de la Chasse	25 374	15 260	10 114	11 132	12 084	210	190
Le Chasseur Français	146 798	87 657	59 141	57 783	61 545	210	190
TOTAL POLE CHASSE	183 414	110 148	73 266	74 166	80 814	210	190

1,9 millions d'adresses à prospecter

Nom	Potentiel total	Potentiel Abonnés (postal)	Potentiel désabonnés 0-36 mois (postal)	Potentiel Tél Fixe	Potentiel Tél Portable	Tarif /°° actifs (postal)	Tarif /°° inactifs (postal)
Les Cahiers de Science et Vie	15 150	4 755	10 395	4 472	4 699	240	215
Science et Vie	130 967	48 298	82 669	35 416	57 490	205	185
Science et Vie Découvertes	51 522	10 438	41 084	5 909	11 851	230	210
Science et Vie Junior	126 426	38 095	88 331	26 456	45 172	230	210
TOTAL POLE SCIENCE	324 065	101 586	222 479	72 253	119 212	230	205
Auto Journal	24 792	10 811	13 981	8 655	9 213	220	195
Auto Journal 4x4	10 838	3 490	7 348	3 588	4 181	220	195
Auto Plus	60 562	28 404	32 158	24 181	28 767	220	195
Auto Plus Classiques	8 603	5 268	3 335	2 629	5 768	240	215
Auto Sports	10 639	6 332	4 307	2 372	6 294	220	195
Diapason	10 351	6 672	3 679	3 513	5 170	240	215
Guerres et Histoire	15 804	9 116	6 688	4 285	10 339	240	215
Réponses Photo	7 528	3 807	3 721	1 863	3 553	240	215
Tir Mag	1 764	979	785	301	1 312	220	195
TOTAL POLE HOMME	150 881	74 879	76 002	51 387	74 597	230	205

SEGMENTATIONS SPECIFIQUES

Comportement Caritatif		26 869 adresses postales	15 324 Tél fixe/portable	230			
Hauts Revenus > 70k		32 057 adresses postales	8 253 Tél fixe/portable	290 (235 caritatif)			
VAD		154 086 adresses postales	64 322 Tél fixe/portable	240			
Multiabonnés		239 638 adresses postales	95 241 Tél fixe/portable	260			
"Prélevés" (PA)		453 284 adresses postales	110 242 Tél fixe/portable	290			
TOTAL GENERAL	1 960 938	870 970	1 089 968	599 584	620 897	210	190

CONDITIONS TARIFAIRES

- Tarif caritatif : 175 €HT° actifs et inactifs (sauf segmentations spécifiques « Comportement Caritatif » et « Hauts Revenus »)
- Tarif phoning : tarif postal + 30 %
- Tarif repasse : -30 %
- Tarif couplage (postal + phoning) : -25 %

Base de facturation :

- 90 % pour toute commande > 20 000 adresses
- Frais de sélection :
 - ▶ Critères standard (récence, géographique, civilité, fidélité) : 0 €HT
 - ▶ Critères socio-démo/âge scorié : 10 €HT°
- Frais d'extraction : 290 €HT
- Minimum de commande : 10 000 adresses
- Commission agence : 15 %

Critères de sélection :

- Critères standard : récence, civilité, fidélité, N° téléphone, titre, pôle, multiabonnés, âge scorié.
- Critères socio-démo : csp, revenu, taille commune, niveau d'études, habitat (individuel ou collectif), propriétaire/locataire.

CONTACTEZ-NOUS : 01 55 25 60 30

Frédéric SUDRES / Damien BEGUE / Majida EL BOUHALI /
Sarah ALIOUA / Alexandre ERHAT



6 allée Jorge Semprun 33600 PESSAC
www.criteredirect.com - info@criteredirect.com