

# REWORLD MEDIA

LEADING MEDIA GROUP

**36 magazines**

**6 univers de passion**

**1,9 millions d'adresses**



**Une mosaïque de cibles**

**CritèreDirect**  
Conseil en marketing direct



# PÔLE SCIENCES

310 000 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...



### Des fichiers recommandés

Produits culturels

High tech

Jeux/Jouets

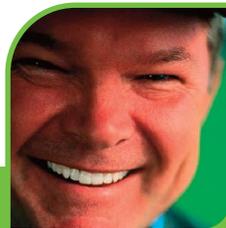
Presse/Édition jeunesse

Éducation, soutien

Caritatif

Banque/Finance/Assurance

Vins/Gastronomie



# PÔLE CHASSE

180 000 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

510 000 adresses

### Télmagazine

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'hebdotélé 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

417 000 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 hbts. 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 vépéciste 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

335 000 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+



## 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.



## 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%.



## Des fichiers recommandés

art/culture  
banque/finance  
assurance  
téléphonie

voyage  
vins/gastronomie  
beauté/santé  
produits tendance

## 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 €.



## 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<sup>er</sup> 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. Habitent 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 vécériste. CSP AB+. Recommandé pour le haut de gamme, santé, éducation.





# PÔLE HOMMES

146 000 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<sup>er</sup> 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	29 534	13 526	16 008	4 897	8 732	200	180
Télé Poche	167 997	97 718	70 279	42 838	41 836	200	180
Télé Star	287 371	169 348	118 023	100 096	95 598	200	180
Télé Star Jeux	25 644	14 303	11 341	10 582	12 470	205	185
<b>TOTAL POLE TELE</b>	<b>510 546</b>	<b>294 895</b>	<b>215 651</b>	<b>158 413</b>	<b>158 636</b>	<b>200</b>	<b>180</b>
L'Ami des Jardins	58 517	23 479	35 038	21 558	17 386	220	200
Modes et Travaux	66 781	18 140	48 641	26 926	17 497	200	180
Mon Jardin, Ma Maison	61 057	12 337	48 720	13 696	12 747	220	200
Nous Deux	66 776	30 613	36 163	28 276	20 373	205	185
Pleine Vie	140 189	74 383	65 806	60 031	35 107	210	190
Veillées des Chaumières	23 732	12 741	10 991	9 498	7 515	210	190
<b>TOTAL POLE SENIOR</b>	<b>417 052</b>	<b>171 693</b>	<b>245 359</b>	<b>159 985</b>	<b>110 625</b>	<b>210</b>	<b>190</b>
Biba	21 221	6 917	14 304	3 644	7 280	220	195
Campagne Décoration	28 136	7 699	20 437	4 624	8 735	220	200
Closer	45 842	7 805	38 037	7 481	8 473	200	180
Gourmand	28 293	3 552	24 741	3 177	4 451	220	195
Journal de la Maison	31 335	6 535	24 800	3 612	8 281	220	200
Maison et travaux	28 817	6 666	22 151	3 710	7 073	220	200
Marie France	6 662	2 424	4 238	1 107	2 981	220	195
Psychologies	57 905	19 998	37 907	11 516	16 988	240	210
Top Santé	80 326	20 307	60 019	30 426	15 438	220	195
Vital Food	6 919	1 874	5 045	902	3 811	220	195
<b>TOTAL POLE FEMME</b>	<b>335 456</b>	<b>83 777</b>	<b>251 679</b>	<b>70 199</b>	<b>83 511</b>	<b>215</b>	<b>190</b>
Grand Gibier	11 673	7 463	4 210	5 264	7 388	260	240
La Revue Nationale de la Chasse	24 928	14 790	10 138	10 787	12 196	210	190
Le Chasseur Français	142 989	83 589	59 400	54 982	61 734	210	190
<b>TOTAL POLE CHASSE</b>	<b>179 590</b>	<b>105 842</b>	<b>73 748</b>	<b>71 033</b>	<b>81 318</b>	<b>210</b>	<b>190</b>

# 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	13 893	4 585	9 308	3 817	4 447	240	215
Science et Vie	123 762	45 587	78 175	31 883	56 318	205	185
Science et Vie Découvertes	51 756	10 277	41 479	5 472	11 852	230	210
Science et Vie Junior	121 331	34 228	87 103	24 146	43 152	230	210
<b>TOTAL POLE SCIENCE</b>	<b>310 742</b>	<b>94 677</b>	<b>216 065</b>	<b>65 318</b>	<b>115 769</b>	<b>230</b>	<b>205</b>
Auto Journal	23 867	10 466	13 401	8 040	8 980	220	195
Auto Journal 4x4	10 559	3 302	7 257	3 431	4 116	220	195
Auto Plus	58 071	27 182	30 889	22 196	28 352	220	195
Auto Plus Classiques	8 695	5 283	3 412	2 653	5 923	240	215
Sport Auto	10 471	6 193	4 278	2 252	6 236	220	195
Diapason	10 111	6 420	3 691	3 409	5 182	240	215
Guerres et Histoire	15 849	8 835	7 014	4 074	10 236	240	215
Réponses Photo	6 823	3 704	3 119	1 700	3 444	240	215
Tir Mag	1 759	1 079	680	281	1 317	220	195
<b>TOTAL POLE HOMME</b>	<b>146 205</b>	<b>72 464</b>	<b>73 741</b>	<b>48 036</b>	<b>73 786</b>	<b>230</b>	<b>205</b>

## SEGMENTATIONS SPECIFIQUES

Comportement Caritatif		26 714 adresses postales	14 912 Tél fixe/portable	230			
Hauts Revenus > 70k		33 395 adresses postales	7 896 Tél fixe/portable	290 (235 caritatif)			
VAD		139 231 adresses postales	55 584 Tél fixe/portable	240			
Multiabonnés		256 985 adresses postales	93 414 Tél fixe/portable	260			
"Prélevés" (PA)		461 293 adresses postales	108 357 Tél fixe/portable	290			
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1 899 591</b>	<b>823 348</b>	<b>1 076 243</b>	<b>572 984</b>	<b>623 645</b>	<b>210</b>	<b>190</b>

# 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 scoré : 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 scoré.
- 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



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