

LA PARISIENNE



amaury
mediaS

Rien que pour vos marques

POSITIONNEMENT

Une nouvelle expression pour vos marque.
Un nom de marque qui signe l'essence de la féminité à la française

Ses promesses :

REVE Faire rêver les femmes et rendre leurs rêves accessibles.

TENDANCES Proposer des sélections mode, beauté, tourisme, déco....

PROXIMITE Donner la parole aux femmes.

FEMINITE Mettre en scène des images fortes, glamour, séduisantes.

Sa personnalité : Chaque mois, **La Parisienne est incarnée par une nouvelle égérie** en couverture : rencontre forte avec une personnalité féminine qui fait l'actualité et séance photo avec un photographe de renom.

Son style : Liberté, audace, impertinence... La Parisienne se distingue par **un ton à l'image des femmes libres qu'elle incarne.**

Sa périodicité : Un mensuel diffusé **le 1er samedi de chaque mois.**

La Parisienne est aussi numérique :
Depuis mars 2010, La Parisienne est sur le web et également disponible sur iPad



CONTENU REDACTIONNEL

MODE BEAUTE DECO CUISINE TOURISME PEOPLE

Rencontre. Portrait d'une personnalité féminine qui fait l'actualité.

Dossier. Mode ou beauté ou déco ou cuisine... toutes les **tendances.**

Rendez-vous (rubriques) :

techno, culture, Bloc notes, tourisme, mode, argent, conso, droit...

Chroniques. *L'avocate du diable avec Philippe Vandel. Femmes de tête. Une femme vide son sac.*

INFOS PRATIQUES

- **Périodicité :** mensuelle, diffusion avec Le Parisien - Aujourd'hui en France
- **Format :** 265 x 330 mm

CHIFFRES CLÉS

Diffusion : 550 000 exemplaires

Audience : 2 231 000 lecteurs,
959 000 femmes (EPIQ 2009-2010)

Profil : active, urbaine, 25-49 ans

