



Nouveau

Le 1er mensuel féminin en diffusion

Modes & Travaux, Le bonheur à faire soi-même



La marque

Imaginer, créer, consommer : c'est la « règle de 3 » de Modes & Travaux pour donner aux lectrices le plaisir de s'inventer et de partager !

Contact commercial :

01.46.48.43.39.

Carte d'identité

Création 1919
 Périodicité Mensuel
 Parution 1^{ère} semaine du mois précédent
 Prix au N° Grand Format 2 €
 Pocket 1.80 €
 Rédactrice en chef Patricia Wagner
 Editeur Alexandre Dutreil

BLOG www.modesettravaux.fr

Les chiffres clés

444 183 exemplaires
 (DFP – OJD DSH 2011)
+5,9% vs n-1 ; + 19,3% vs n-2

2 604 000 lecteurs
2 189 000 lectrices

Profil du lectorat (femmes)

Age moyen : 53,7 ans
 38,5 % de femmes < 50 ans
 50,0 % de femmes actives
 28,9 % de femmes foyers CSP+
 (ONE 2011)



Concept

Modes & Travaux, Le bonheur à faire soi-même

Contrat de lecture

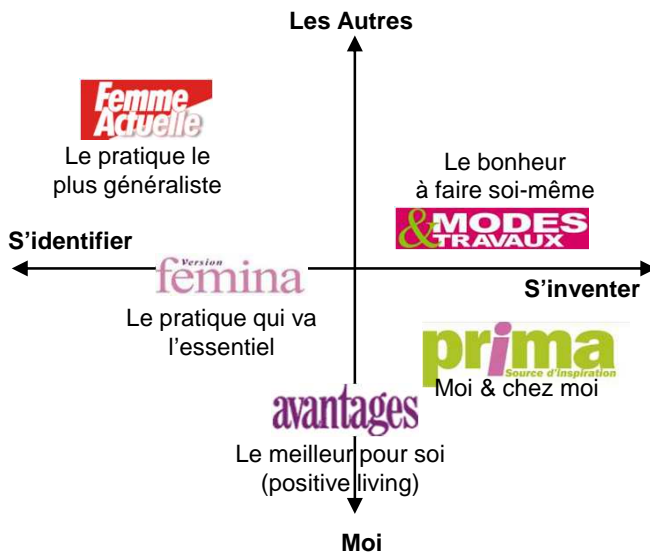
« Partage, authenticité, proximité, plaisir : les valeurs fondatrices de Modes & Travaux s'inscrivent totalement, et probablement plus que jamais, dans la modernité féminine, dans l'air du temps ! » Patricia Wagner

Jun 2010 : nouvelle formule, nouveau mix produit : double format, nouveau logo, couverture en plan américain, nouvelle maquette, nouvelle typo, nouveau chemin de fer en 4 grandes rubriques des pictos pour repérer les "ID à réaliser" au fil des pages, et une large place à la photo pour mettre pleins feux sur les tendances.

Mars 2012 : évolution éditoriale pour Modes & Travaux qui s'enrichit de 10 nouvelles rubriques avec encore + de partage, + de création et + d'idées !.

Positionnement

Féminin généraliste, Modes & Travaux est le rendez-vous plaisir et créatif synonyme d'optimisme au quotidien.



Fonction média

Le meilleur rapport puissance – économie – affinité sur cibles femmes -50 ans, ménagères -50 ans, ménagères -50 ans avec enfants

(ONE 2011, base : femmes)

Des lectrices au cœur de la consommation :
- mégaconsommatrices **Beauté** – ind. 119,
Alimentation – ind. 139, **Enfant** – ind. 120,
Déco – ind. 122

(Simm TGI 2011 / base : femmes)

Performances média

1^{er} mensuel féminin en diffusion

1^{er} mensuel féminin généraliste en audience
2 189 000 lectrices (8,2% de pénétration)

1^{er} féminin de son UC en économie
(CPM audience femmes 11.2 €)

→ **Leader en puissance et en économie sur l'ensemble des cibles de son UC ***

(OJD DSH DFP 2011 ; ONE 2011 / base : femmes
*(hors Paris et CSP+)