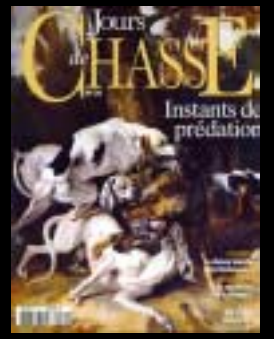
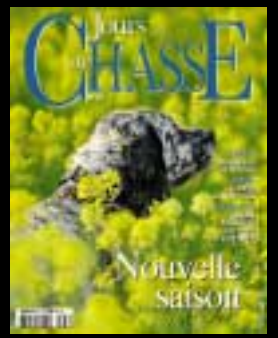
Jours de CHASSE

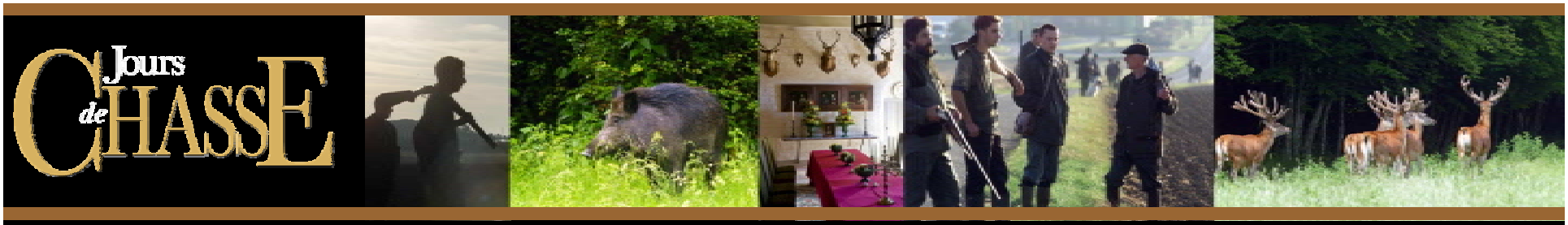












LE GROUPE VALMONDE

Les Titres



38 000 ex.



26 876 ex.



87 223 ex.



Olivier DASSAULT
Président du comité éditorial

Créé en 2000 par Olivier Dassault

Nouvelle formule Décembre 2008 pour une meilleure visibilité en kiosque

Diffusion trimestrielle (Mars – Juin - Septembre – Décembre)

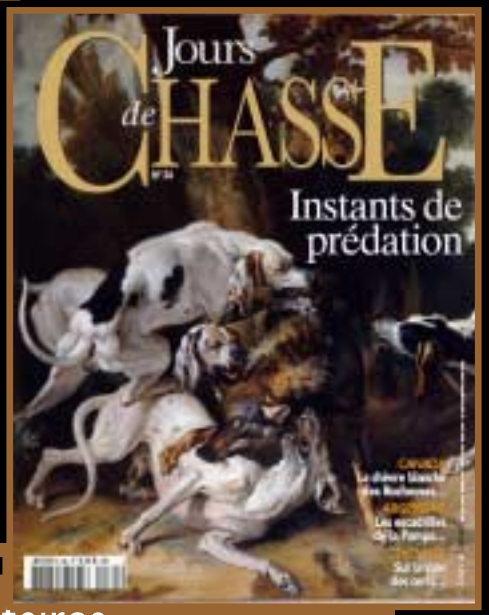


UN MAGAZINE DE GARDE

Vendu à **20 000 exemplaires** en kiosque

Et diffusé à **18 000** abonnés

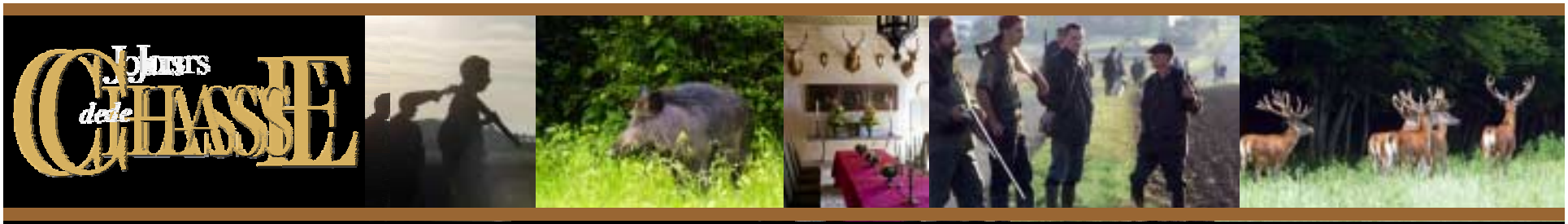
Au prix de **9,50€** / numéro





10 000 exemplaires supplémentaires
distribués gratuitement à une audience **influente**

Dans les salons d'attente **1ère classe** et classe affaires **Roissy**
Voyageurs Thalys **Paris** / Bruxelles 1ère classe,
locations **Jet Privé**, Cocktail privés, membres de **cercles** privés

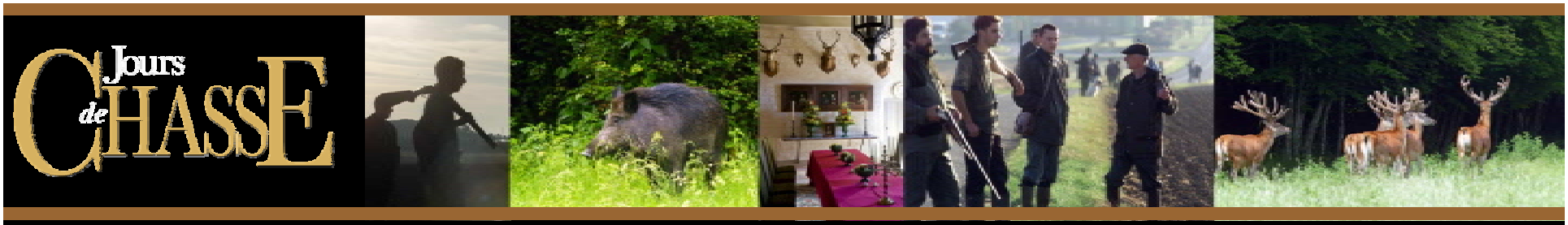


UNE REVUE DE PRESTIGE



Une diffusion restreinte et de **qualité** pour un **cercle** de lecteurs exceptionnels.

Passion, éthique et **valeurs** : la chasse présentée comme un **Art de Vivre**.



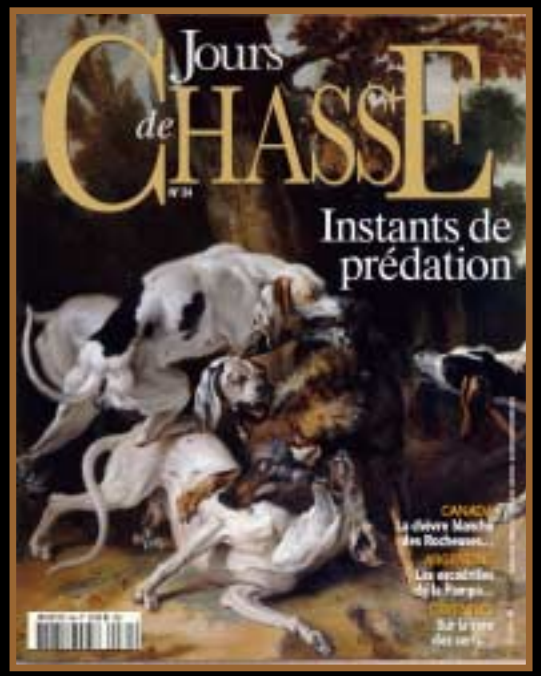
UN POSITIONNEMENT UNIQUE







Presse cynégétique

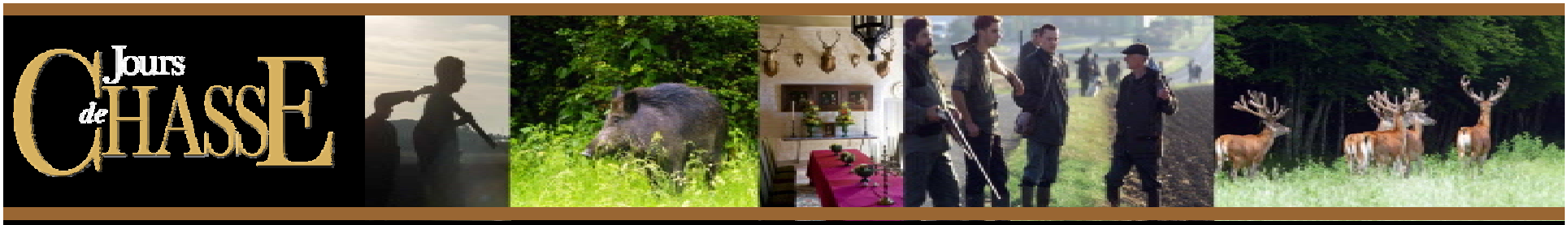


Presse culturelle







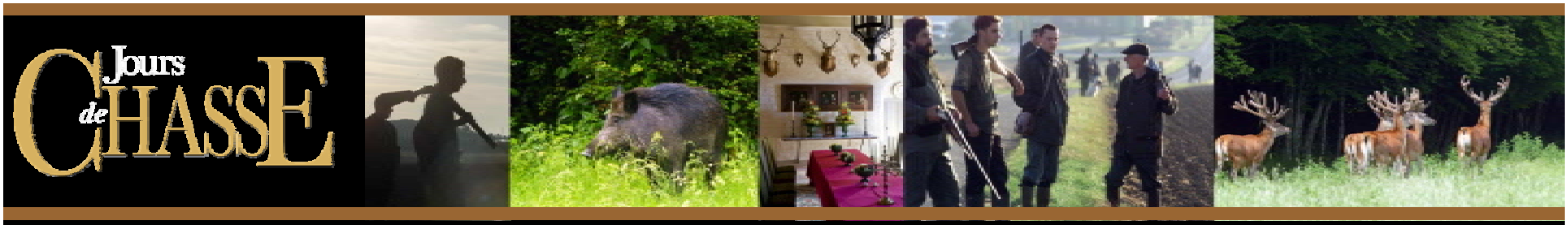


UN POSITIONNEMENT UNIQUE

La chasse comme un Art de vivre

Prestige et Esthétisme





LA CHASSE COMME UN ART DE VIVRE

La Chasse est un **état d'esprit**,

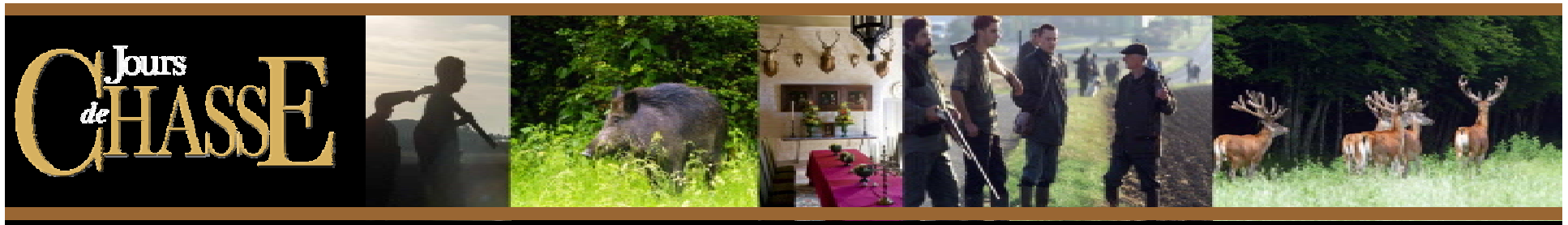
Une **culture** à part entière. C'est vivre une **expérience** à la rencontre de la nature, de l'**art** et de l'histoire.



Élargissement à une audience plus généraliste et haut de gamme

Des rubriques variées :

- ACTUALITE DE LA CHASSE / EVENEMENTS SORTIES PEOPLE /PRESENTATION DES PRODUITS
- REPORTAGES TOURISTIQUES
- ART ET HISTOIRE DE LA CHASSE



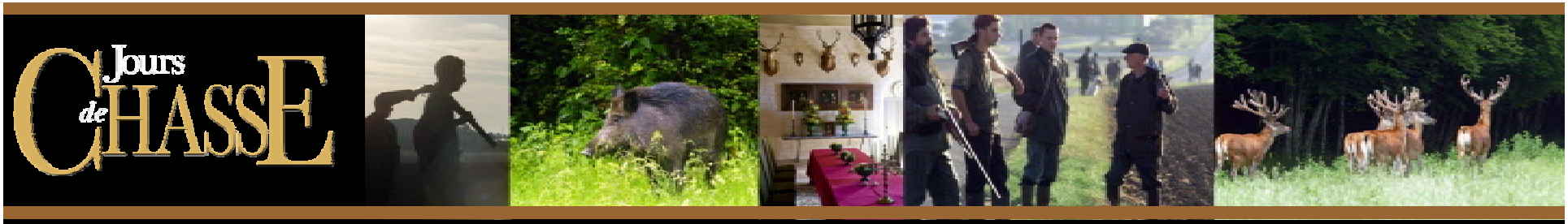
1 - Un contrat de lecture fort



38 000

exemplaires vendus

(tirage 60 000 ex.) – Source Editeur 2009



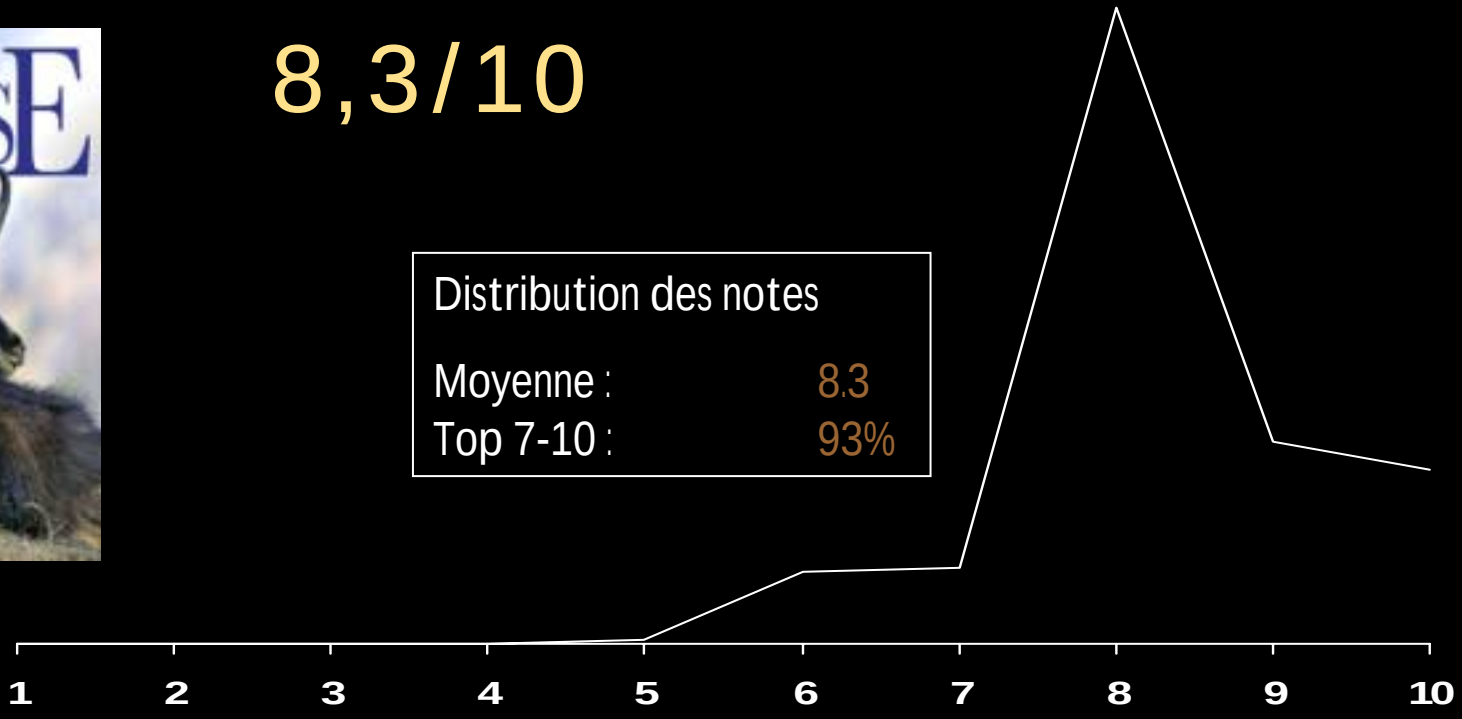
Une haute estime du titre



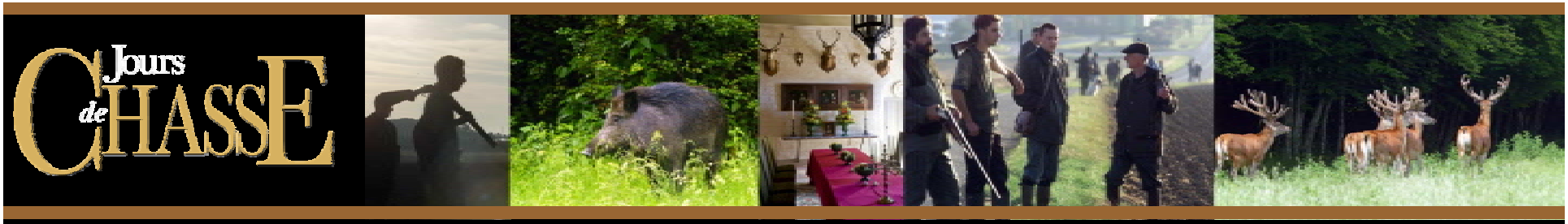
8,3/10

Distribution des notes

Moyenne :	8.3
Top 7-10 :	93%

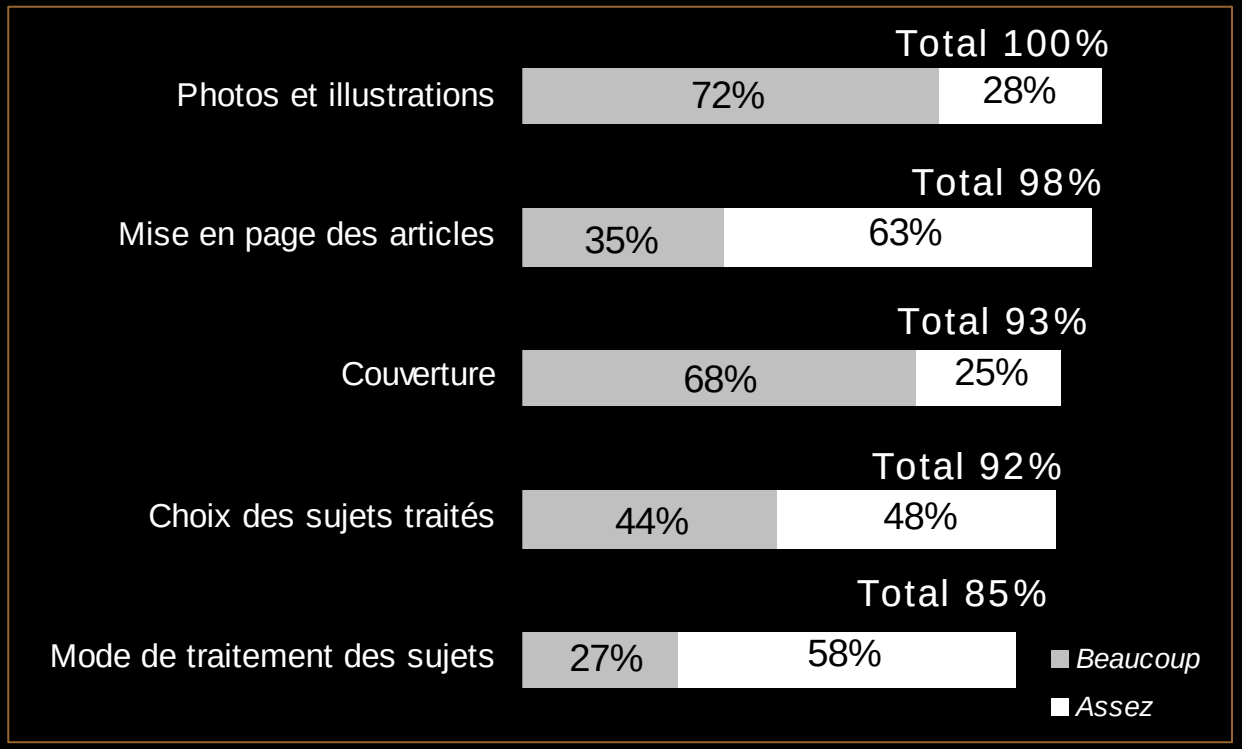


Q: Si vous deviez lui donner une note d'appréciation de 1 à 10, laquelle choisiriez-vous ?

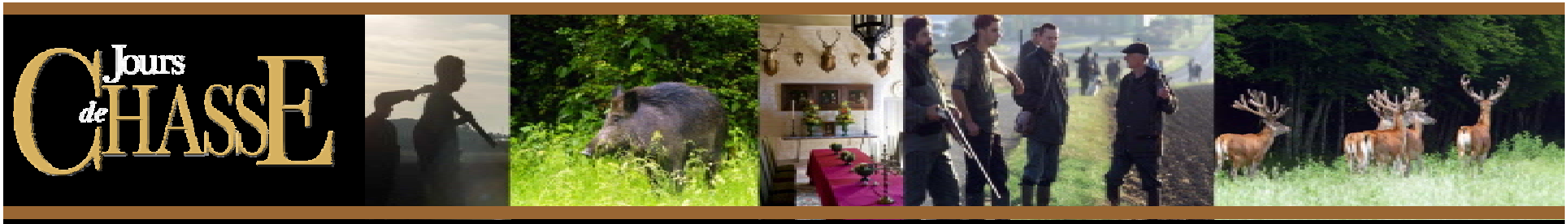


Une qualité plébiscitée



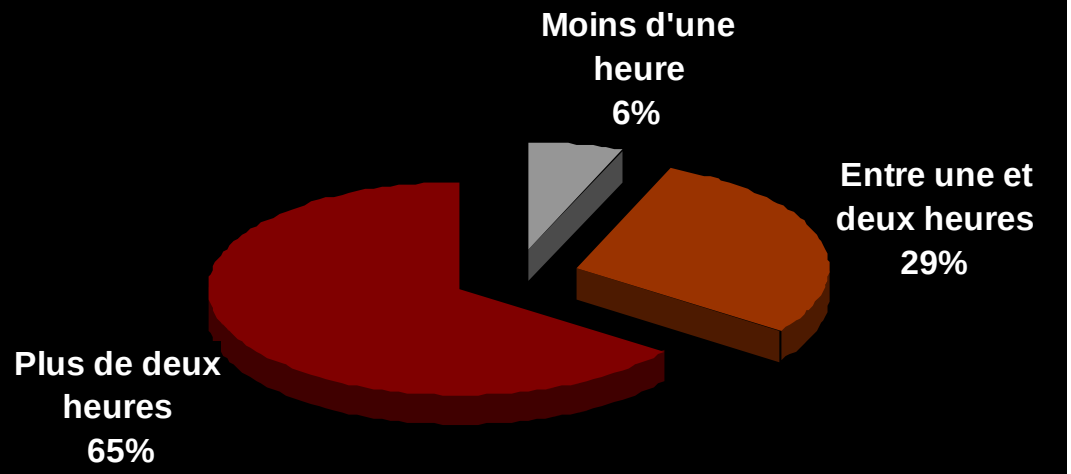


Q: Pouvez vous nous dire si vous avez apprécié ...

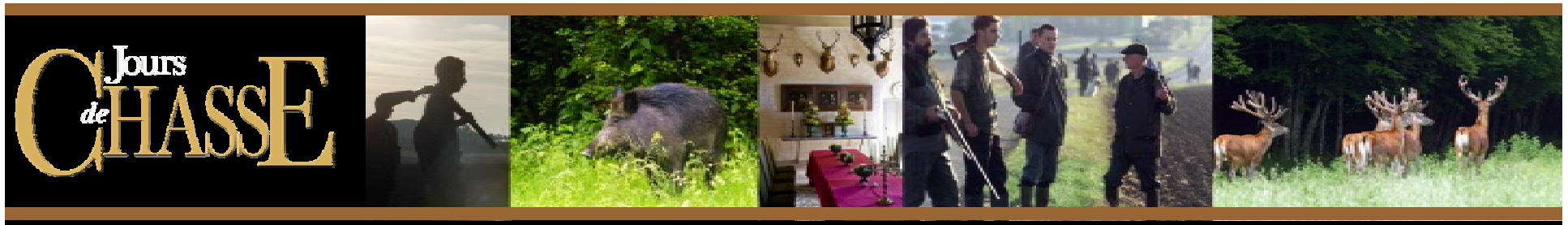


2 lecteurs sur 3 y consacrent plus de 2 heures





Q: Avez-vous lu Jours de Chasse en ...



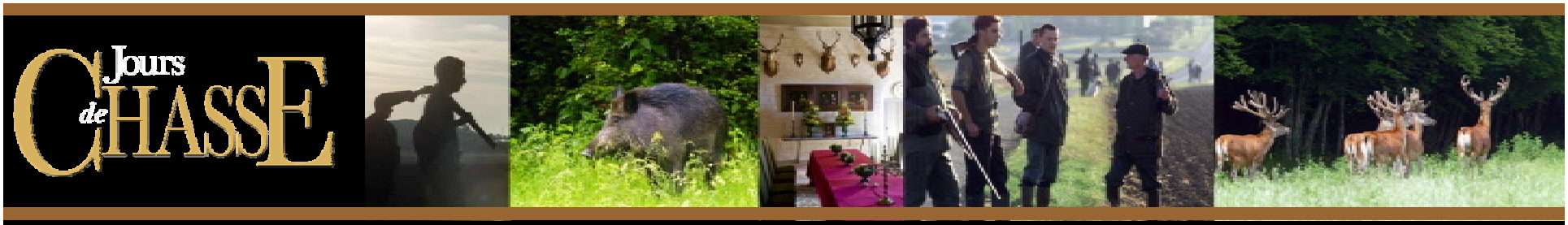
2- Un lectorat Premium



47 000

lecteurs PREMIUM

LDP – Etude PREMIUM 2009 AUDIPRESSE



Méthodologie de l'étude

POPULATION PREMIUM

⇨ Cadres et/ou hauts revenus

Soit 6 787 000 individus

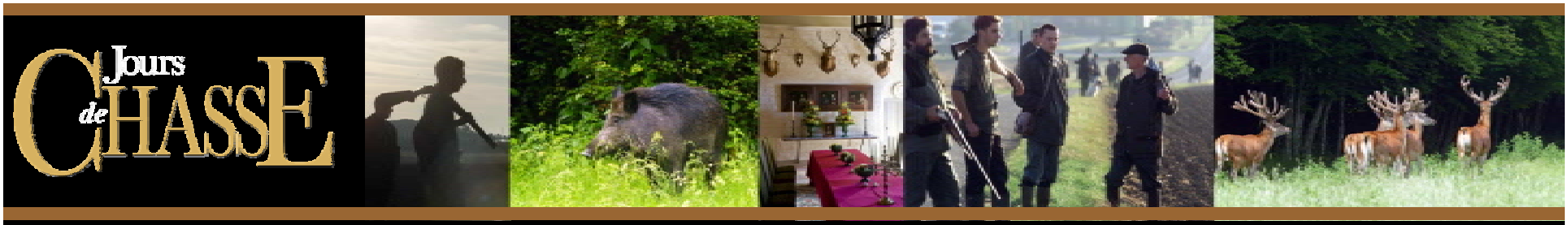
3 657 000 cadres, appelé cible ACTIV

4 601 000 haut revenus, appelé cible EASY

1 472 000 cadres hauts revenus, appelé EASY ACTIV

Taille de l'échantillon 10 255 personnes

LDP – Etude PREMIUM 2009 AUDIPRESSE



Profil du lectorat Premium



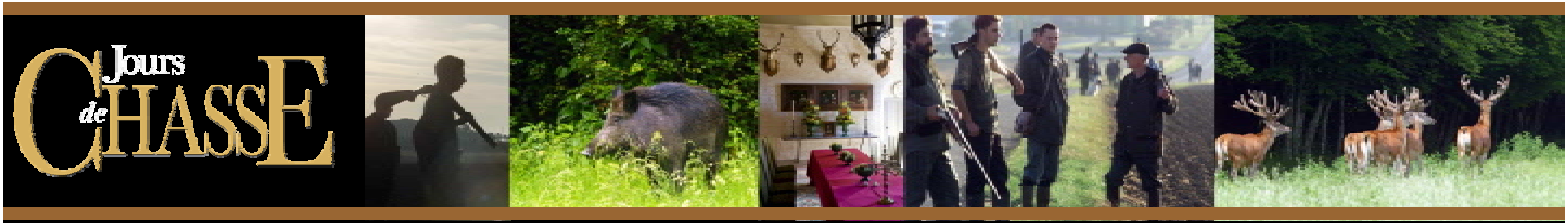
47 000 lecteurs Premium

30 000 lecteurs Premium EASY'
(Revenus net an foyer > 60k€)

17 000 lecteurs
EASY' ACTIV'

34 000 lecteurs Premium ACTIV'
(Dirigeants et Cadres)

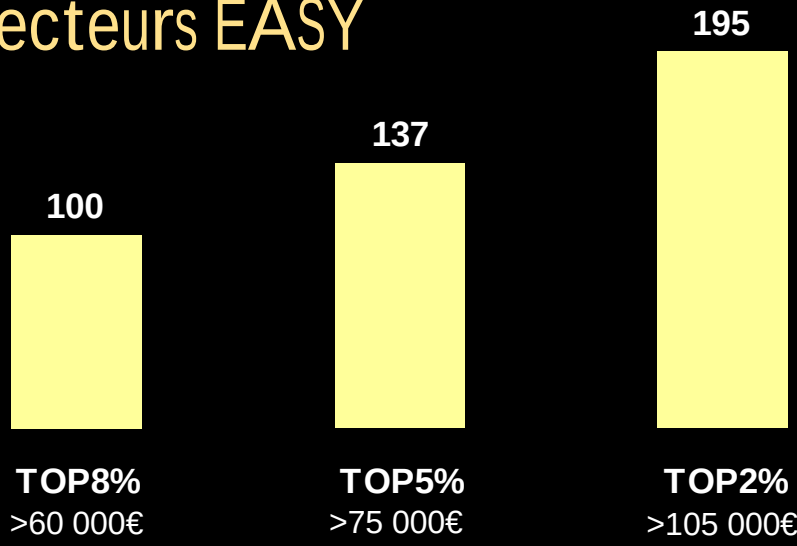
LDP – Etude PREMIUM 2009 AUDIPRESSE



Des lecteurs à hauts revenus

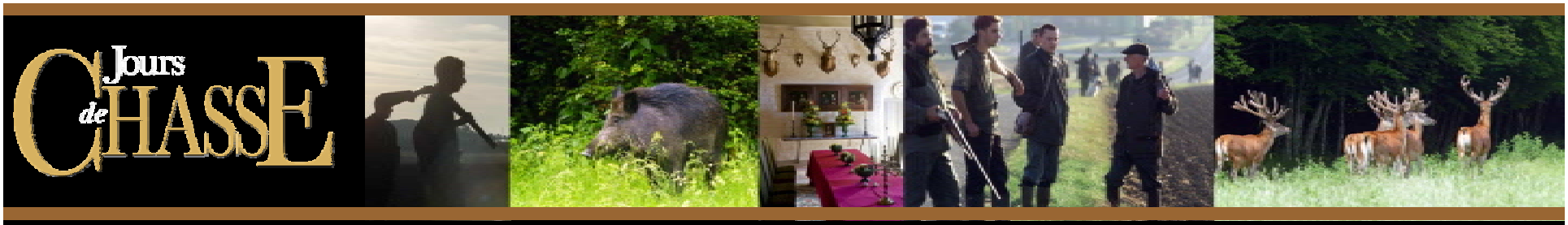


30 000 lecteurs EASY



Plus les revenus augmentent, meilleure est l'affinité de Jour de Chasse

LDP – Etude PREMIUM 2009 AUDIPRESSE – Base EASY



Un lectorat de Dirigeants et Cadres

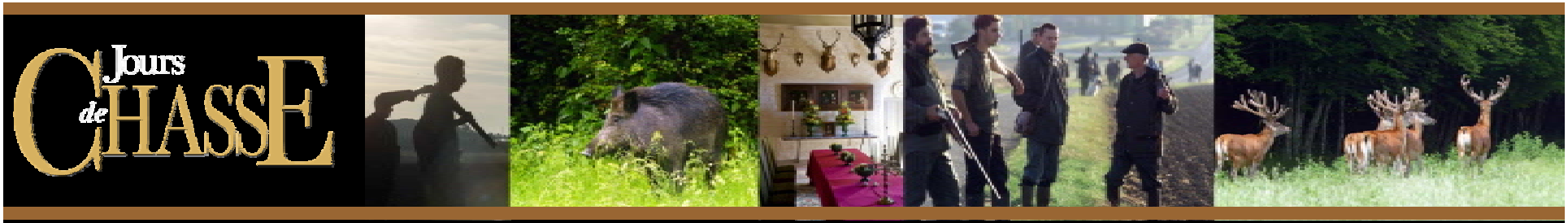


34 000 lecteurs Premium ACTIV'

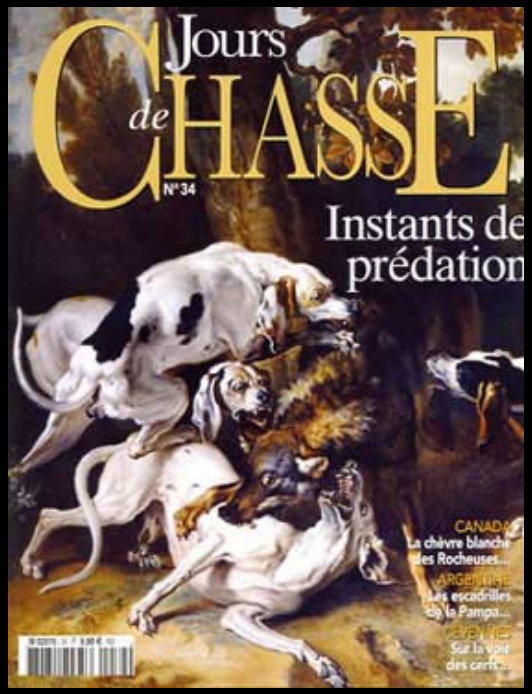
77% sont Dirigeants ou Cadres d'Entreprise

Dirigeants et Cadres des Grandes Entreprises (>500 salariés)	12,2	Indice 55
Dirigeants et Cadres des PME (10 à 500 salariés)	45,2	Indice 137
Artisans, Commerçants, Dirigeants et Cadres des TPE (<10 salariés)	20	Indice 156
Cadres de la Fonction Publique	13,1	Indice 73
Professions libérales, Conseils	9,6	Indice 67

LDP – Etude PREMIUM 2009 AUDIPRESSE

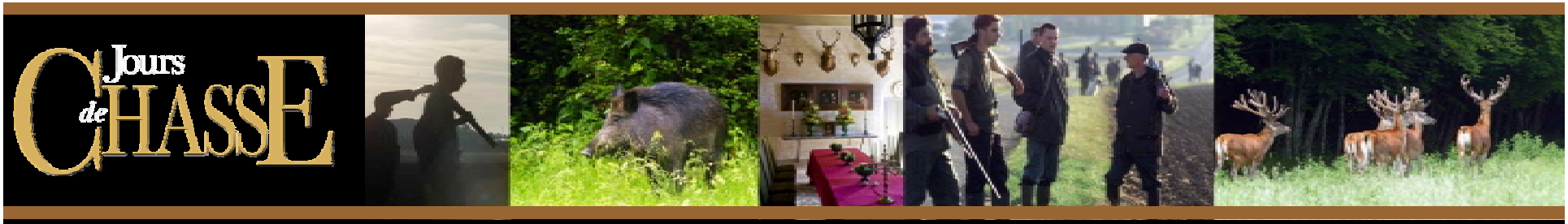


3- Quels Chasseurs sont-ils ?

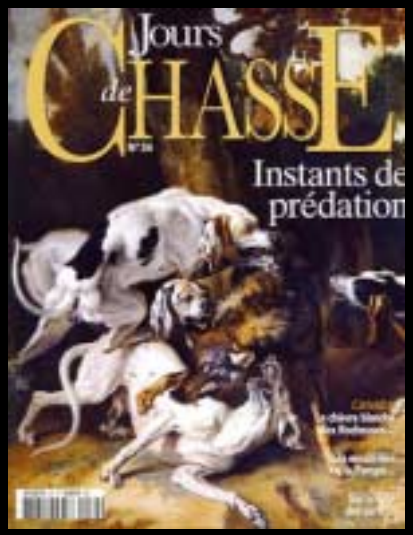


Méthodologie de l'étude auto-administré :

- 269 lecteurs de Jours de Chasse interrogés
- L'échantillon est redressé sur le lectorat de l'étude Premium 2009 en terme de sexe, d'âge et de lieu de résidence.
- Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré entre les mois de juin et juillet 2009



Des chasseurs confirmés



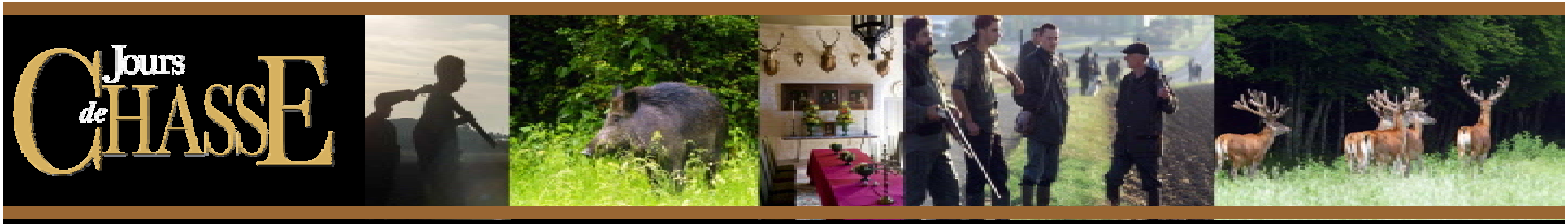
98% chassent au moins 5 fois par an,

dont 78% chassent toutes les semaines

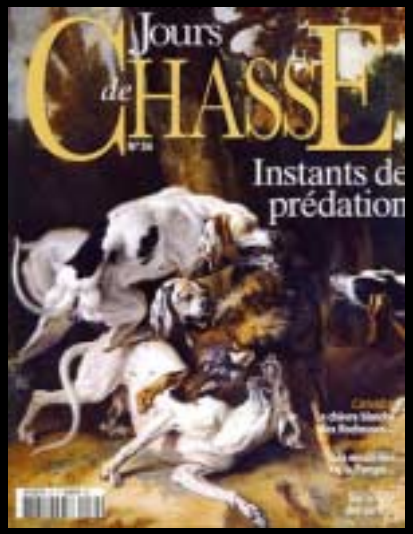
87% d'entre eux pratiquent la chasse depuis plus de 10 ans



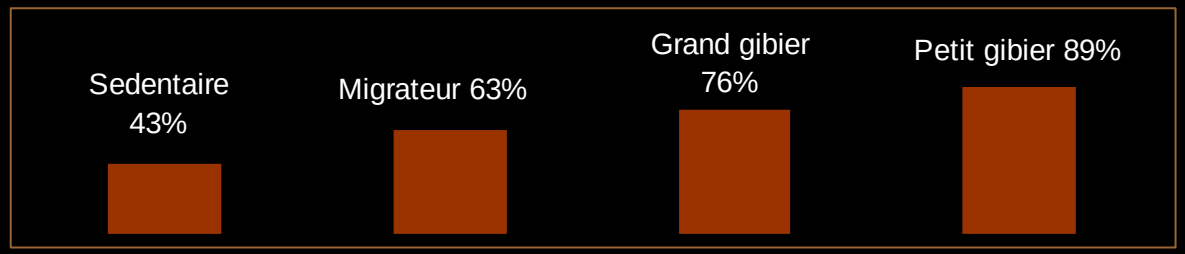
Q: Combien de fois chassez-vous par an ?/Depuis combien de temps chassez-vous ?



Des chasseurs passionnés

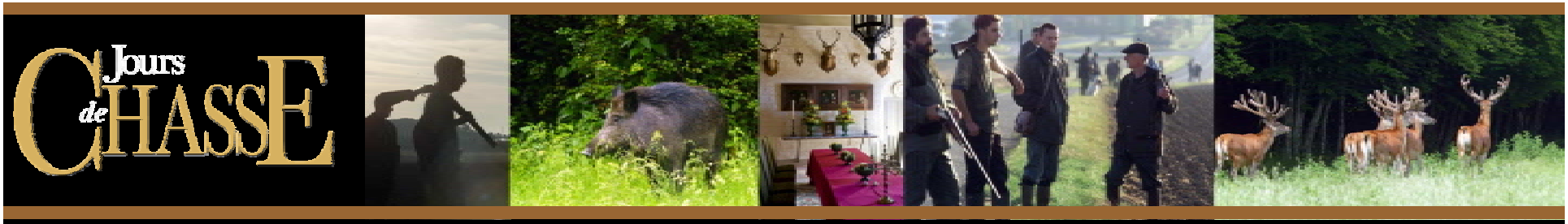


88% des lecteurs pratiquent au moins 2 types de chasse, et 1/3 d'entre eux pratiquent les 4 types de chasse

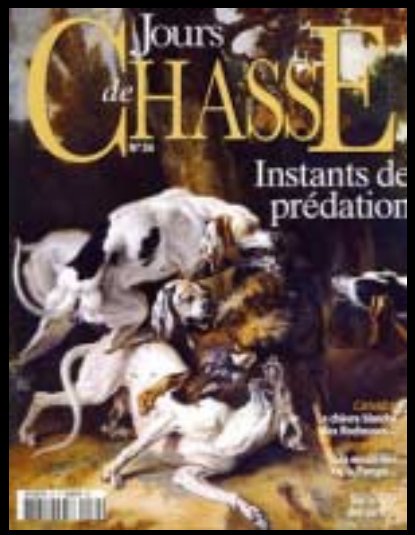


25% sont adeptes de la chasse photographique

Q: Quel type de chasse pratiquez-vous ?



Quel équipement ?



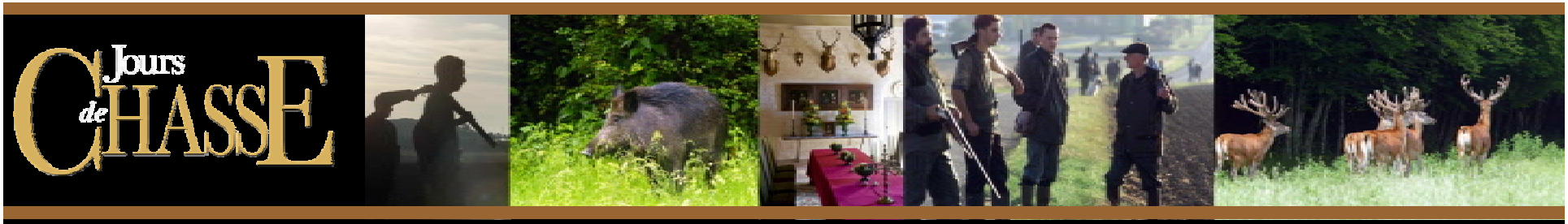
97% possèdent un fusil

70% possèdent une carabine

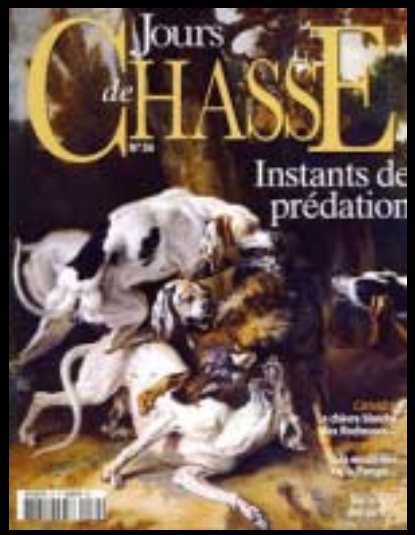
57% ont un chien de chasse

23% sont membre d'un équipage

Q: Possédez-vous un fusil de chasse ?/une carabine ?/Avez-vous un chien ?/ Faites vous partie d'un équipage ?



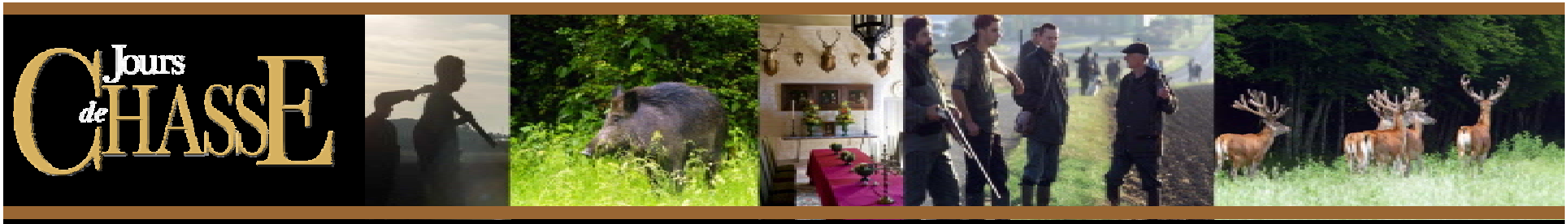
Quelles chasses ?



68% chassent sur une chasse par action, ils sont autant à chasser sur invitation

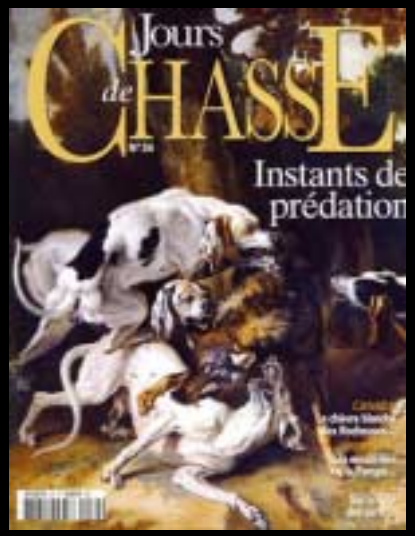
53% chassent sur leur propre territoire

Q: Chassez-vous… ?/ Chassez-vous à l'étranger ?/ Si oui, à quelle fréquence ? Sur quel continent ?



Où chassent-ils ?

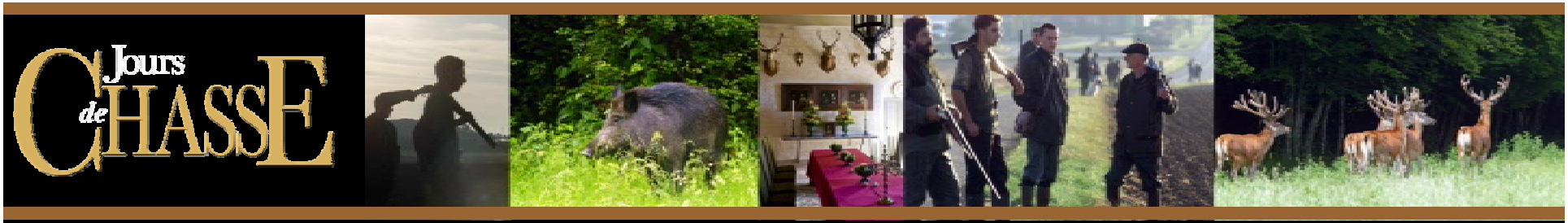
La moitié se déplace à l'étranger,



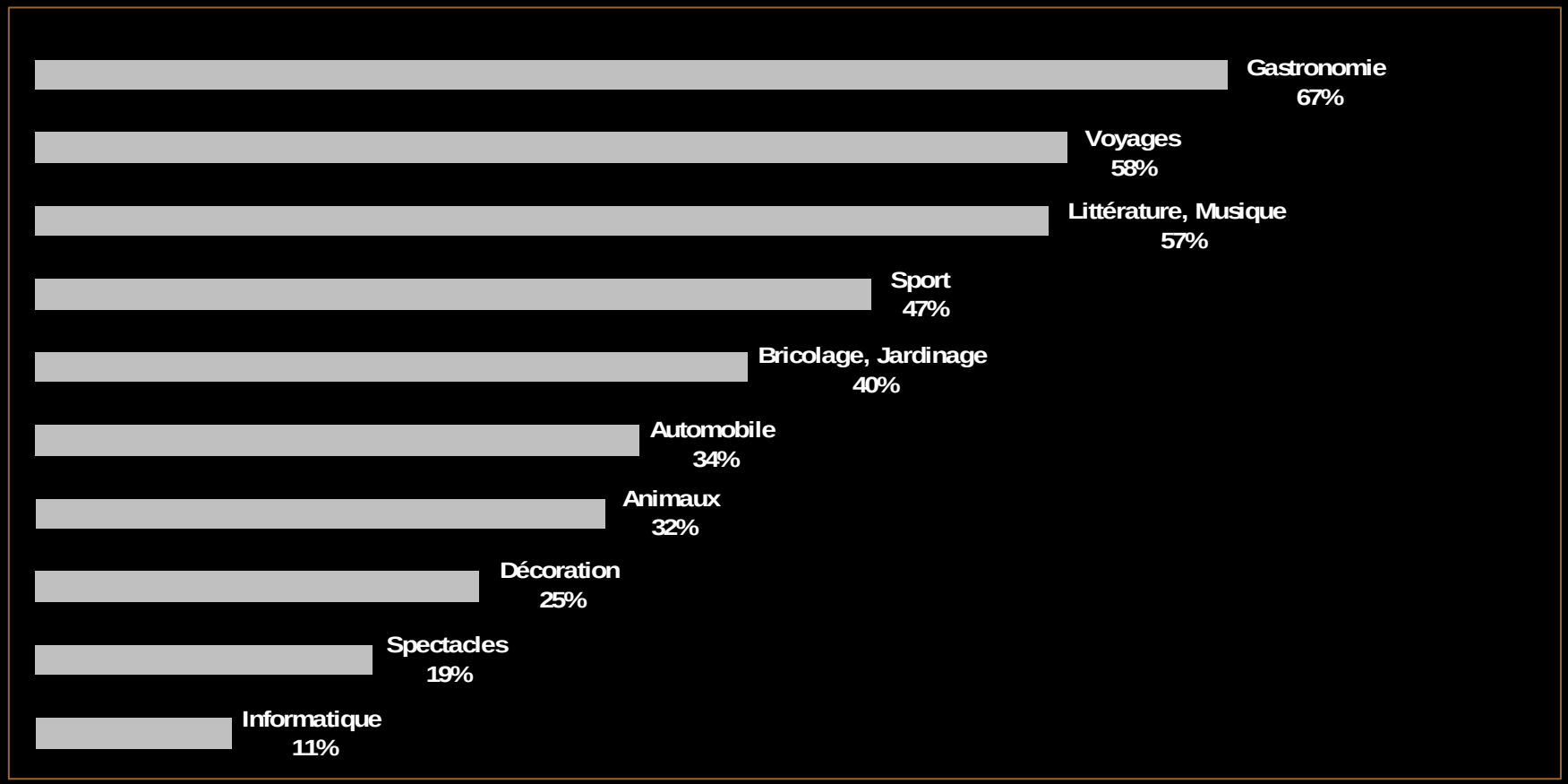
dont 52% au moins tous les ans

A l'étranger, leur terrain de prédilection sont : Europe (85%) et Afrique (58%)

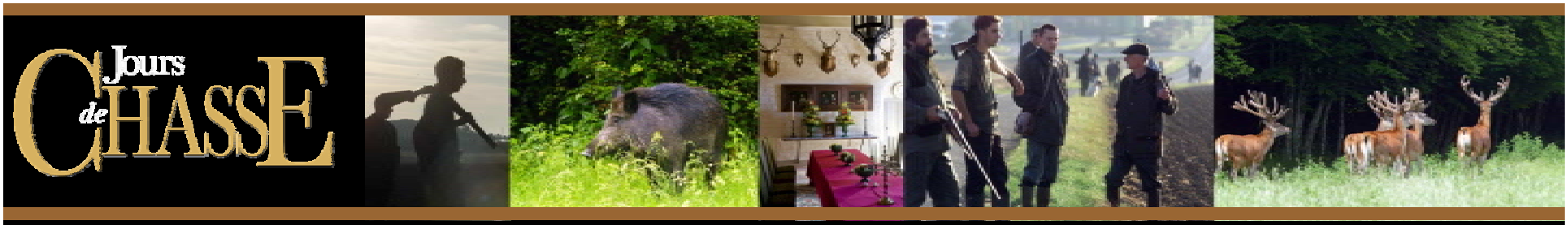
Q: Chassez-vous… ?/ Chassez-vous à l'étranger ?/ Si oui, à quelle fréquence ? Sur quel continent ?



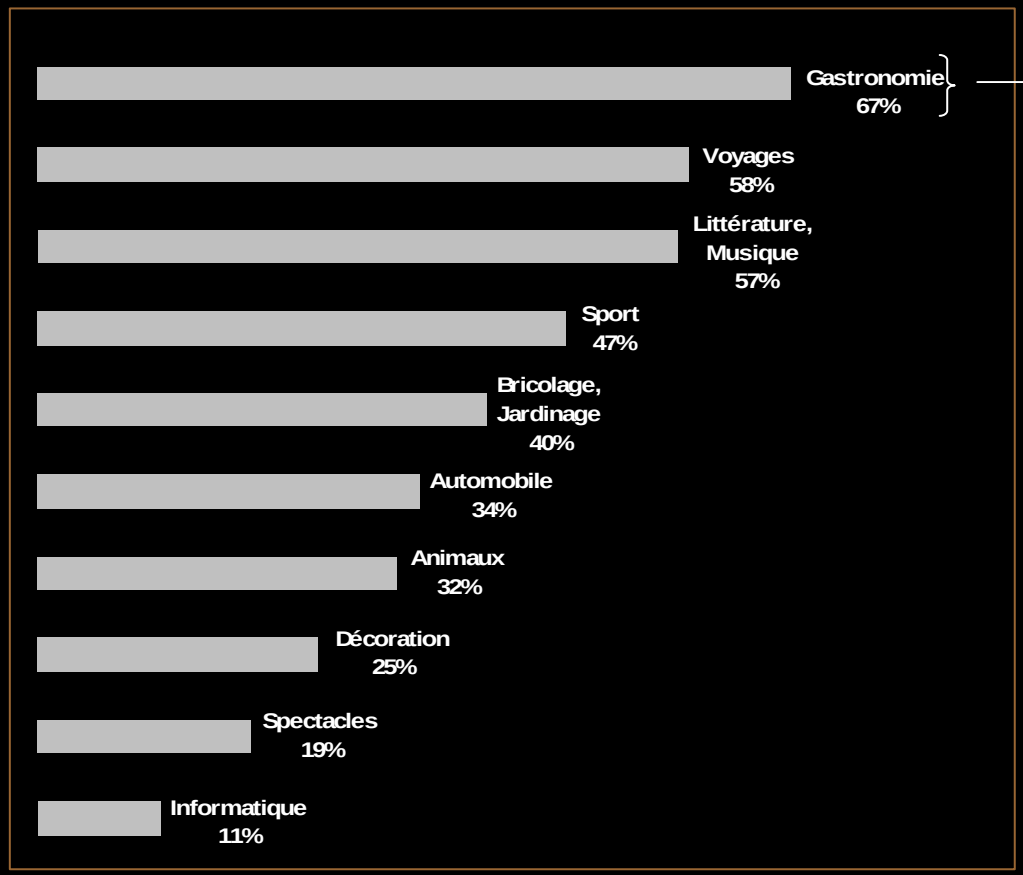
Leurs centres d'intérêt



Q: En dehors de la chasse, quels sont vos autres centres d'intérêt ?



Focus Gastronomie



85% consomment de l'alcool au moins une fois/semaine, dont :

90% vins fins

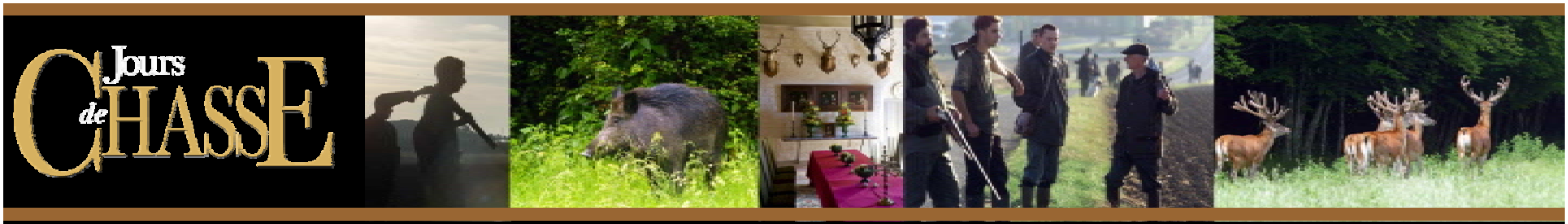
43% champagne

22% whisky bourbon

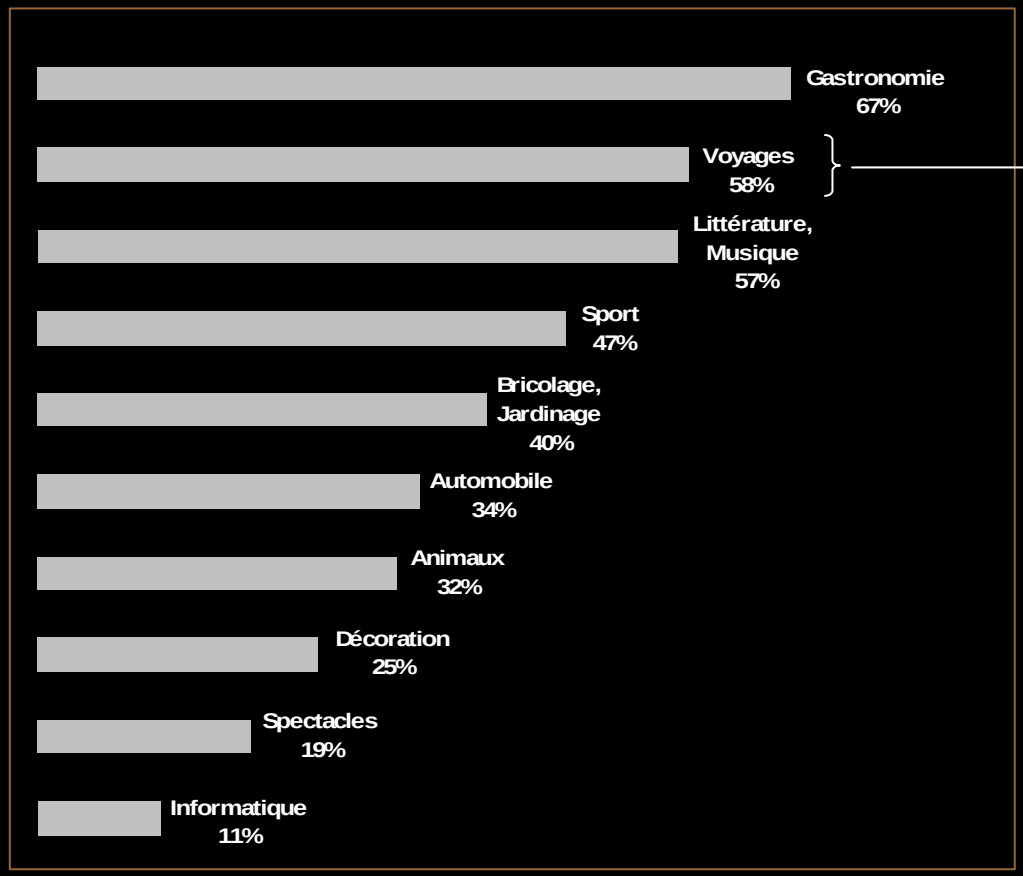
10 % cognac armagnac

6% gin tequila vodka

Q: En dehors de la chasse, quels sont vos autres centres d'intérêt ?



Focus Voyages

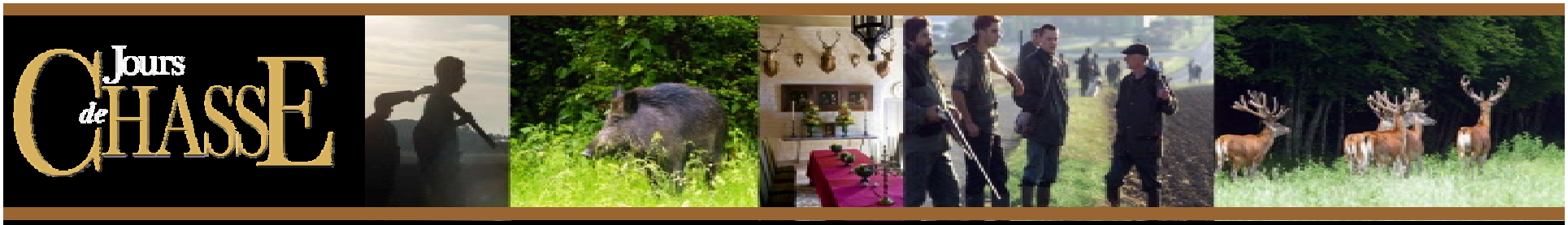


88% des lecteurs
ont fait au moins un voyage
au cours de l'année.

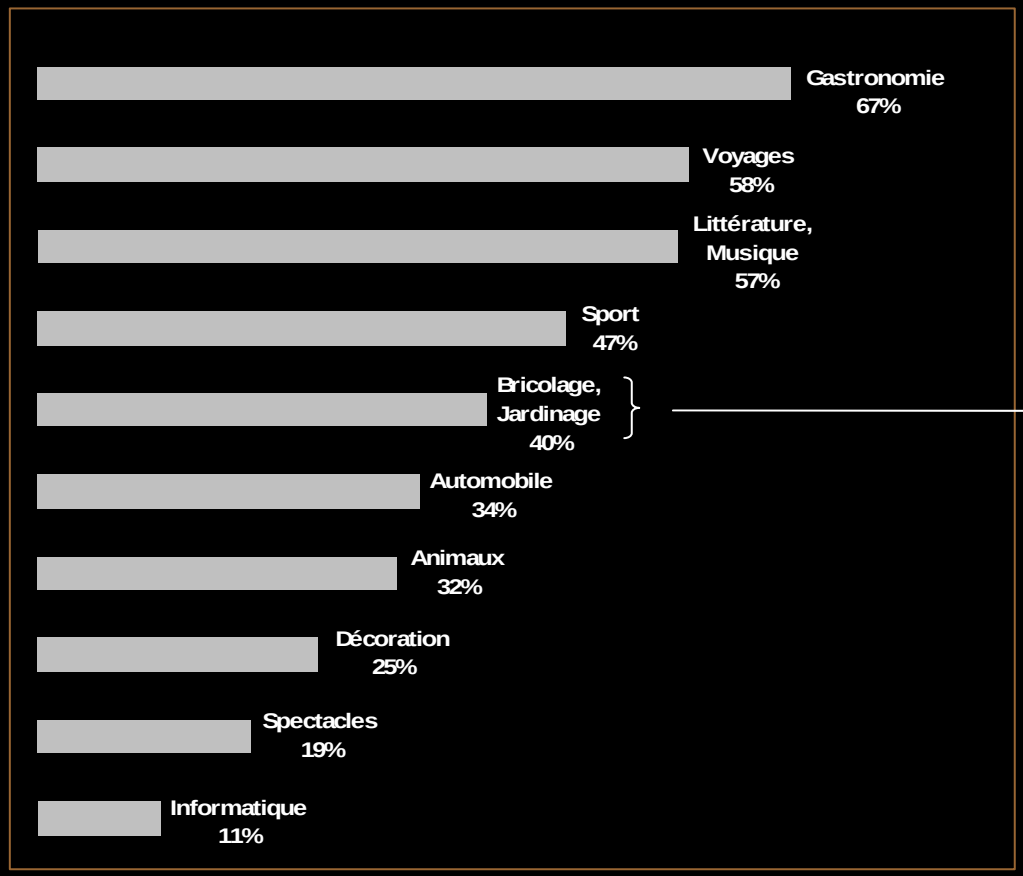
82% sont partis
à l'étranger,

dont 40%
3 fois ou plus

Q: En dehors de la chasse, quels sont vos autres centres d'intérêt ?/Au cours des 12 derniers mois combien avez-vous effectué de voyages à titre personnel ?

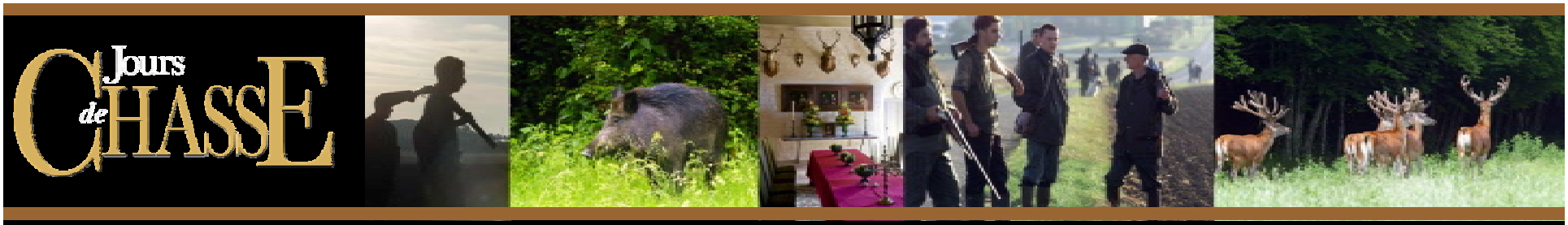


Focus Jardinage, Bricolage

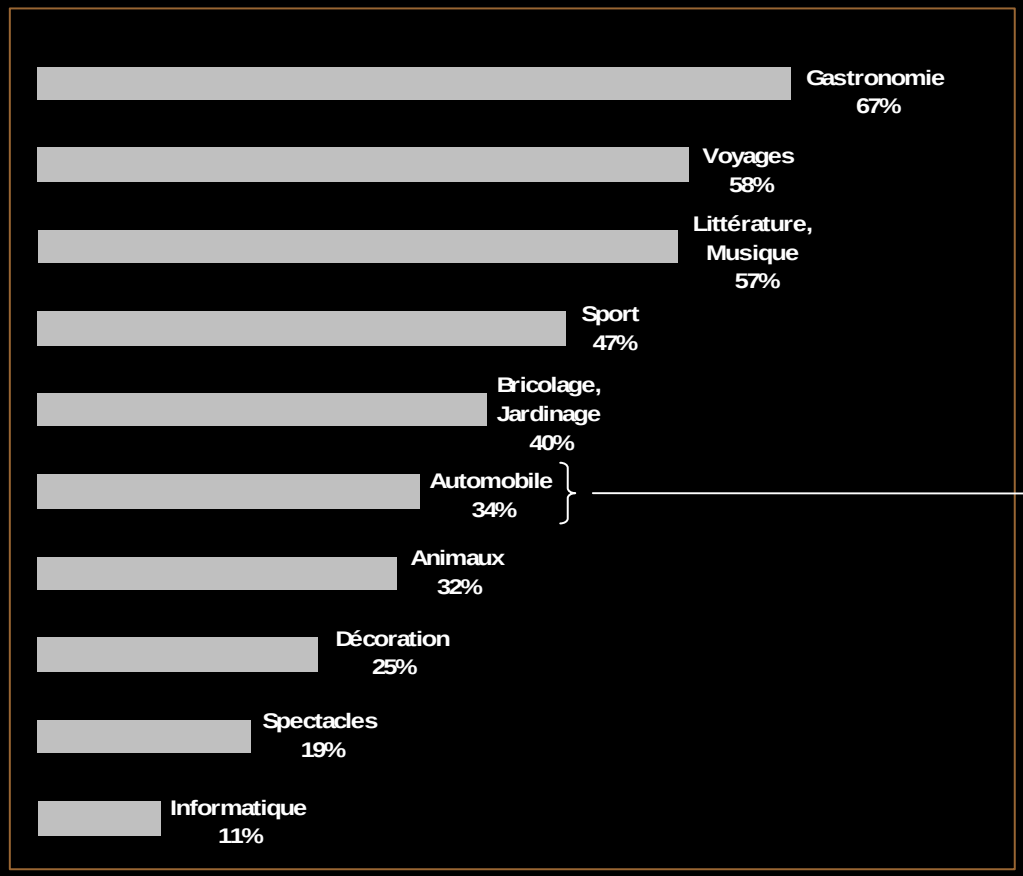


83%
des lecteurs participent à l'entretien de leur jardin

Q: En dehors de la chasse, quels sont vos autres centres d'intérêt ?/Occupez-vous vous-même de votre jardin ?



Focus Automobile



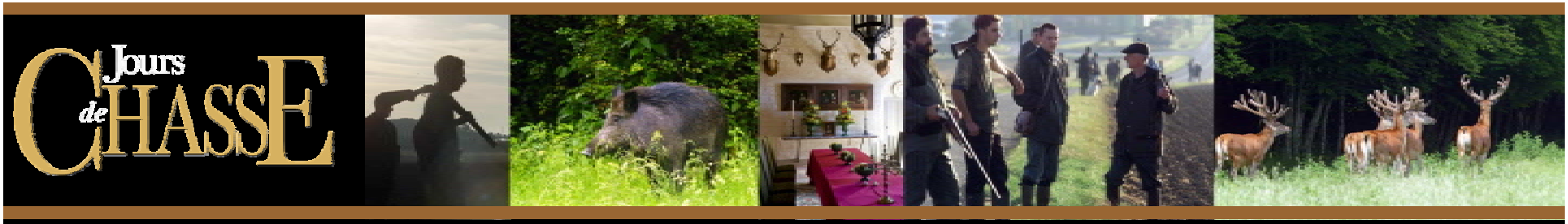
89%

possèdent au moins deux voitures,

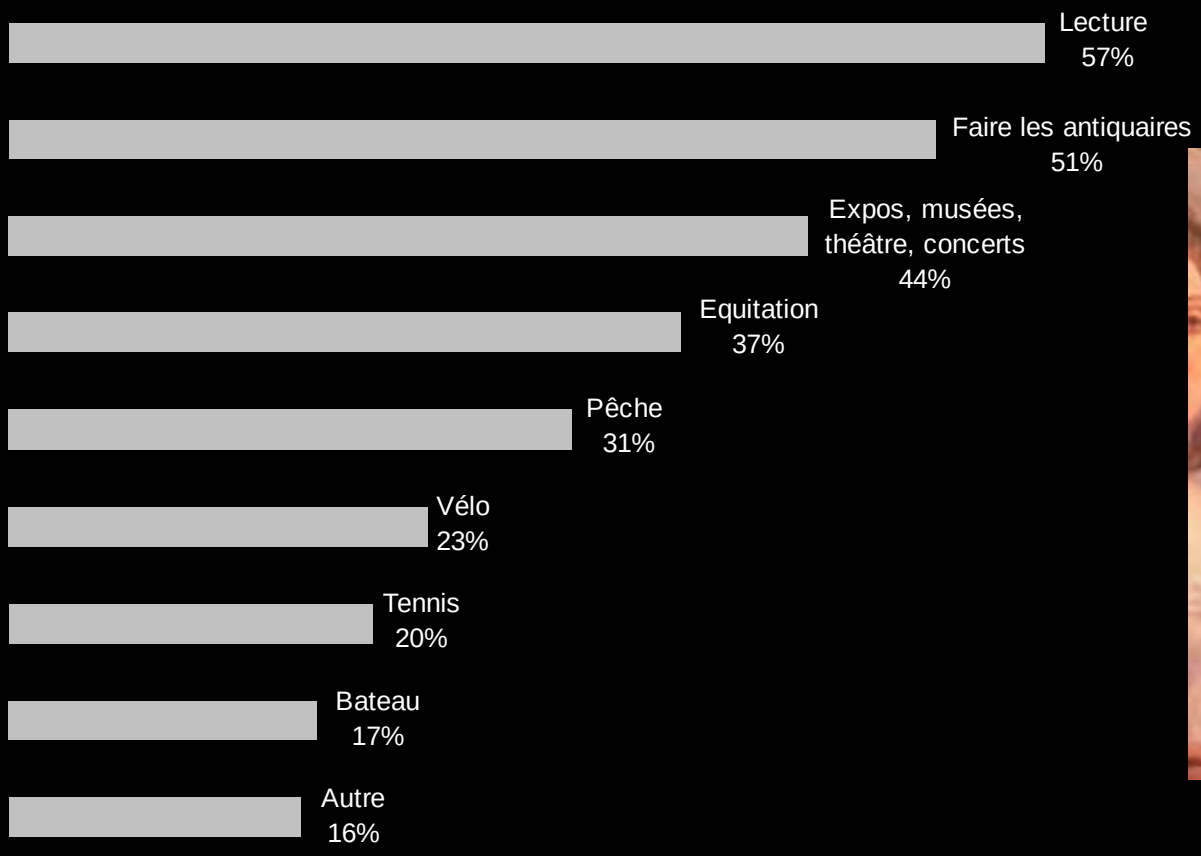
dont 55%

en ont 3 ou plus

Q: En dehors de la chasse, quels sont vos autres centres d'intérêt ?/Combien d'auto possédez vous dans le foyer ?

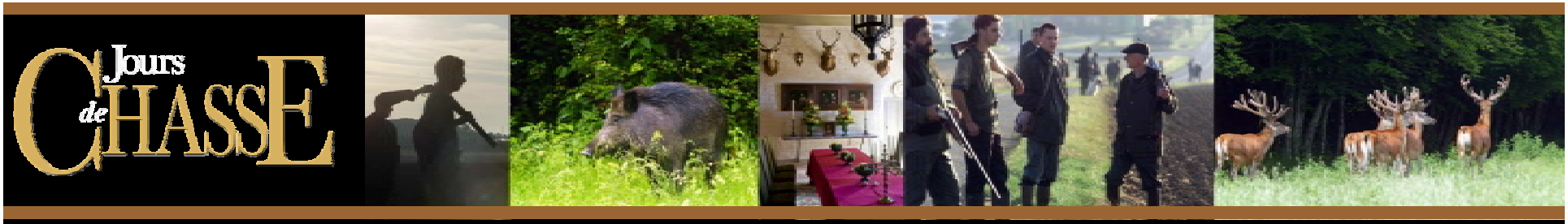


Activités : entre culture et nature





Q: Quelles activités pratiquez-vous ?



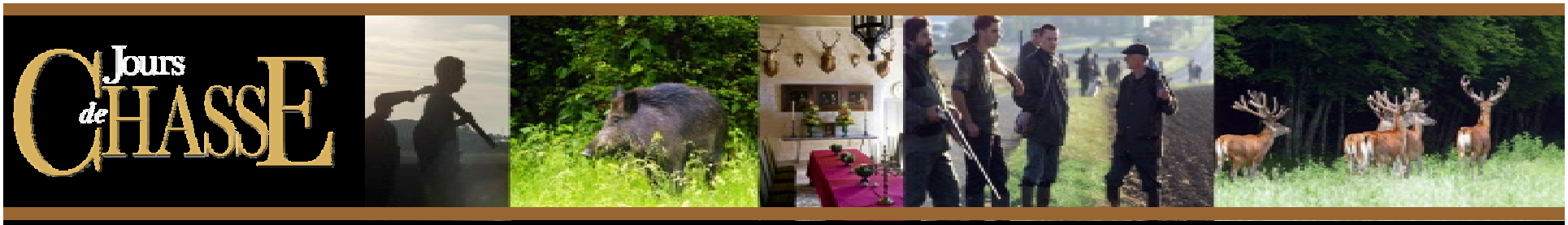
Un lectorat multipropriétaire

69% vivent en maison

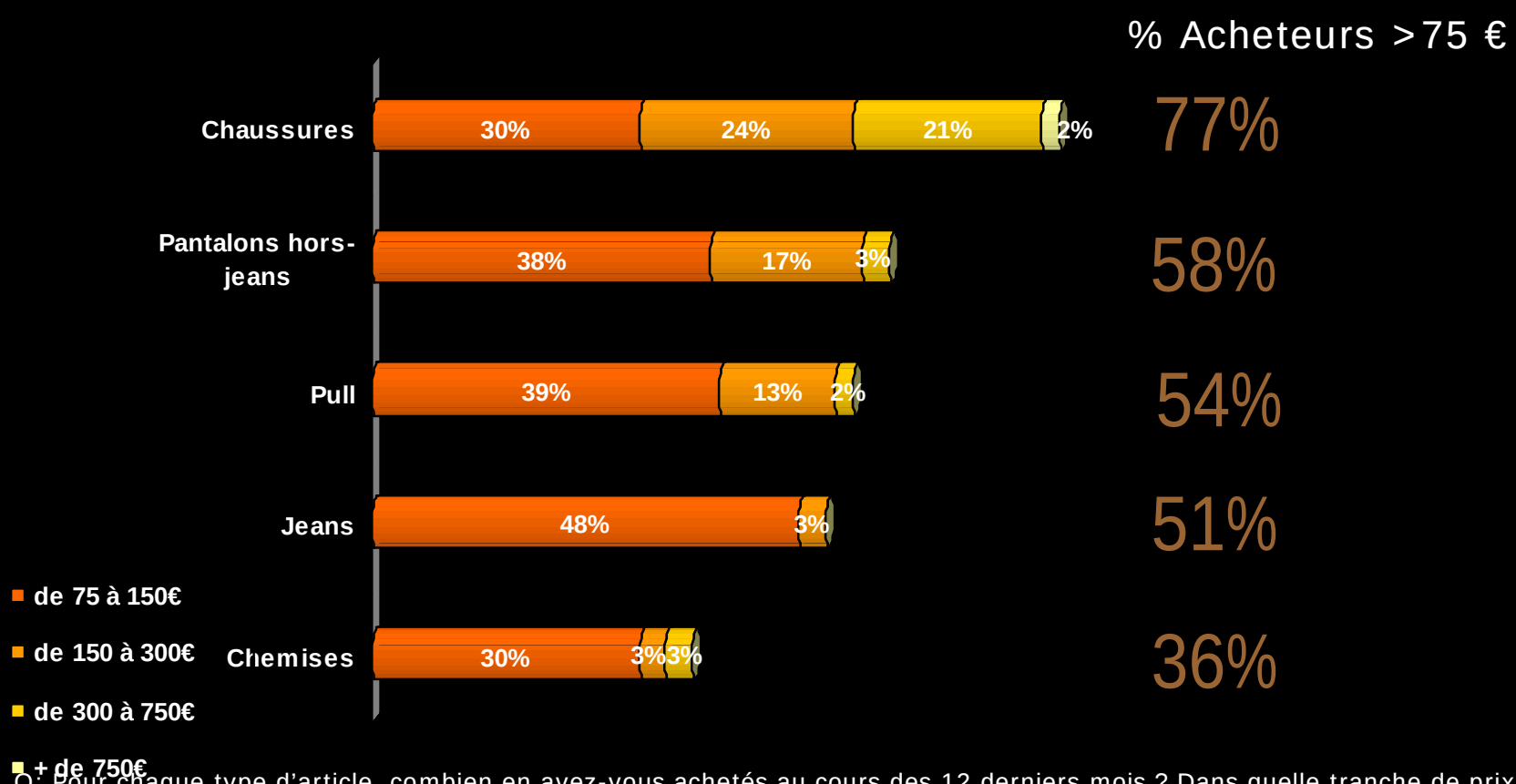


85% d'entre eux
sont propriétaires,

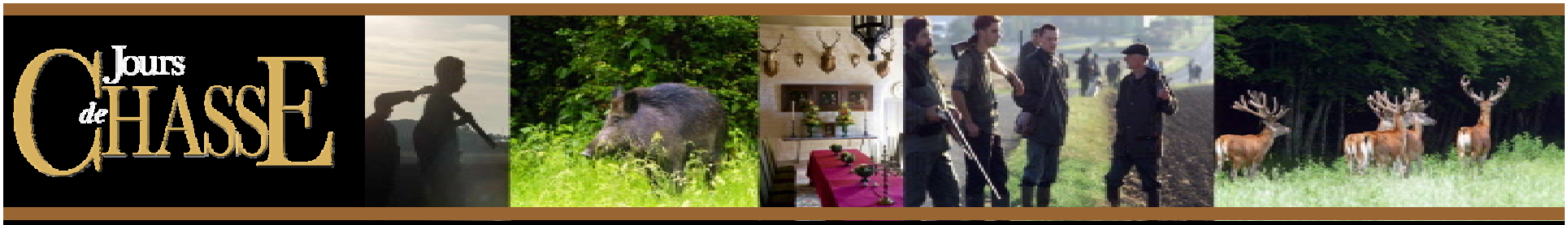
et **39%** possèdent au moins une résidence secondaire



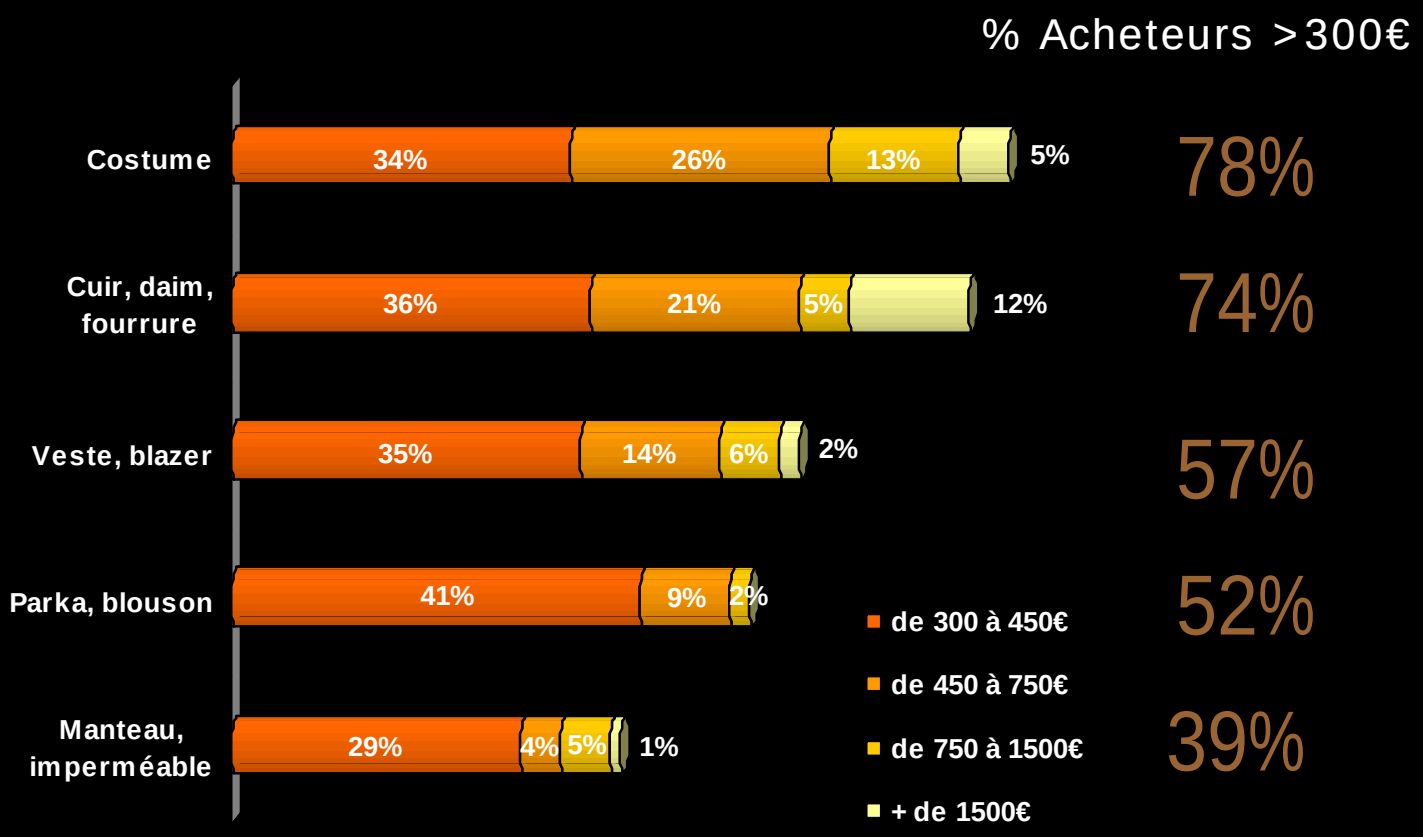
Montants dépensés en vêtements



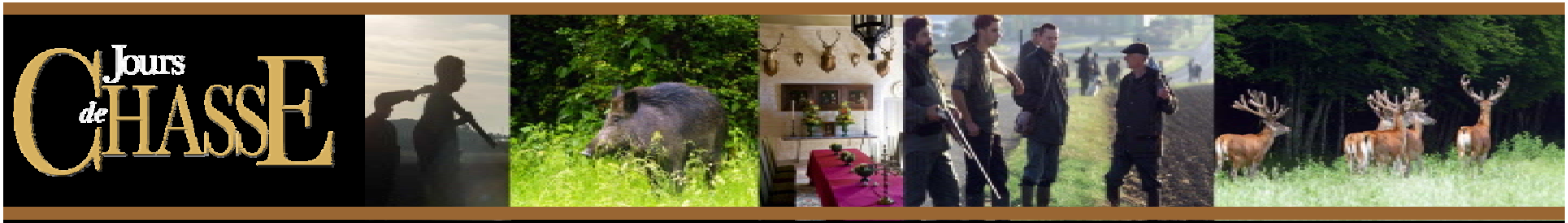
Q: Pour chaque type d'article, combien en avez-vous achetés au cours des 12 derniers mois ? Dans quelle tranche de prix se situent habituellement vos achats? Base acheteurs



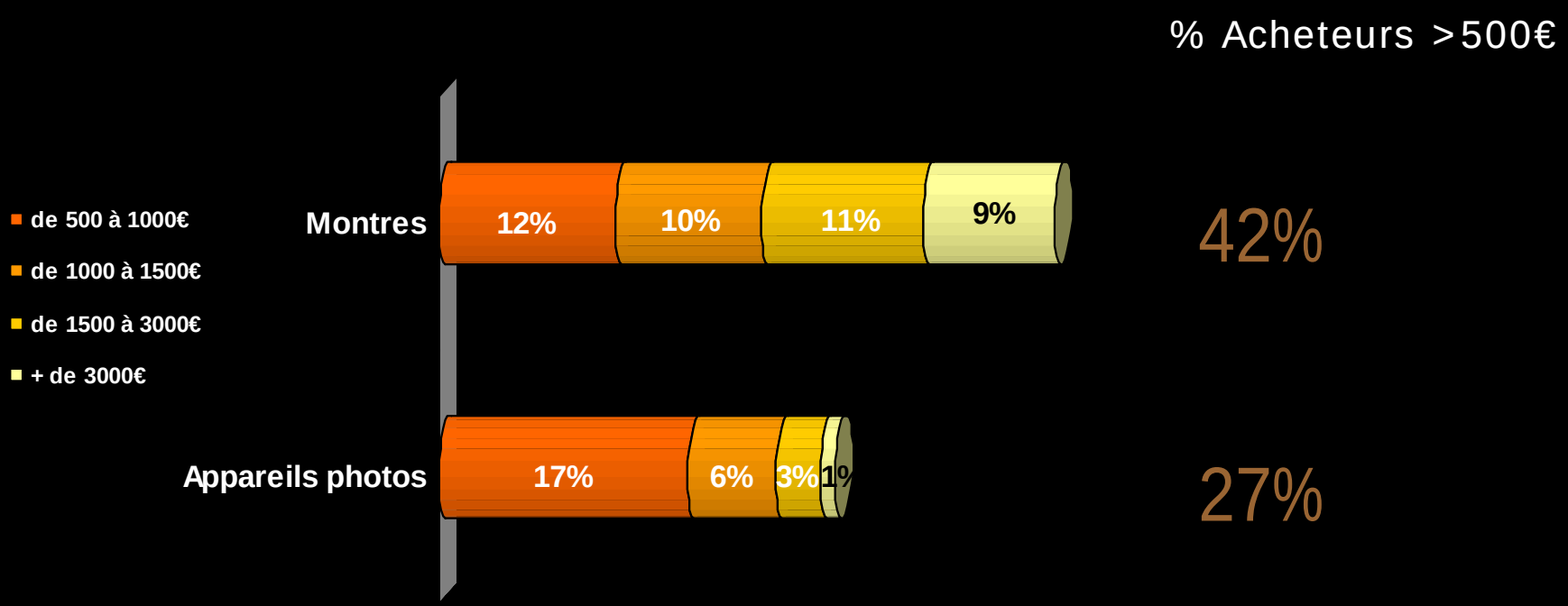
Montants dépensés en vêtements



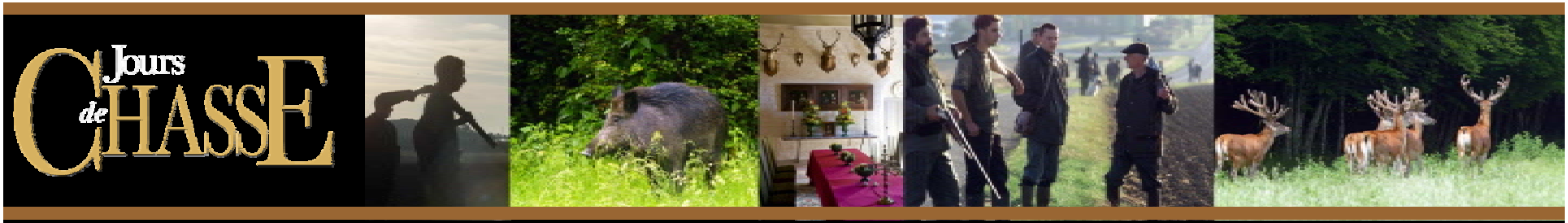
Q: Pour chaque type d'article, combien en avez-vous achetés au cours des 12 derniers mois ? Dans quelle tranche de prix se situent habituellement vos achats? Base acheteurs



Montres et Photos



Q: Pour chaque type d'article, combien d'articles possédez-vous ? Dans quelle tranche de prix se situent habituellement vos achats?
Base acheteurs



Leur Patrimoine Financier

80% disposent d'épargne sous forme de placements financiers, il s'agit principalement :

- Pour 72% de comptes sur livrets
- Pour 70% d'assurance vie
- Pour 66% d' actions
- pour 30% de sicav et 24% d'obligations

1 lecteur sur 2 possède un portefeuille de **valeurs mobilières de plus de 40k€**

SIMPLE PAGE

Page Standard	6 600

DOUBLE PAGE

Double Page Standard	11 700

EMPLACEMENTS PREMIUM

4ème couverture	11 000	Double d'ouverture	15 000
2ème couverture	9 500	Centrale	-
3ème couverture	8 000	Double de Fermeture	-
Face Edito / Sommaire	9 000	1ère double	14 000
1er recto	8 500	2ème double	13 500
2ème recto	8 300	3ème double	13 000
3ème recto	8 000		

FIRST

7 800	12 500
4ème et 5ème Recto	4ème et 5ème double

STARS

7 500	12 000
Recto 1ère Partie, Face Rubrique	1ère Partie

ESSENTIELS

7 000	
1èrePartie, Recto	

OPPORTUNITÉS SECTEUR ARMURERIE

Les armuriers

bénéficient dans Jours de Chasse
d'une remise préférentielle de

-50%

*Cette remise s'applique en modulation du Brut Valorisé.

ENCARTS

National

2 pages	160
4 pages	210
6 pages	280
8 pages	350
12 pages	515
16 pages	590
20 pages	670
24 pages	740

Droits d'asile pour 1000 exemplaires

Modulation de +20% pour encartage d'échantillons ou emplacement de rigueur. Les frais techniques pour encarts jetés, brochés ou collés sur page de publicité, ainsi que les taxes diverses et frais postaux, ne sont pas inclus dans ces tarifs. Ils donneront lieu à une facturation indépendante ne bénéficiant d'aucun dégressif, abattement et remise d'aucune sorte. Le montant de ces frais sera fourni sur devis. Tirage : merci de nous consulter

AUTRES FORMATS QUADRI

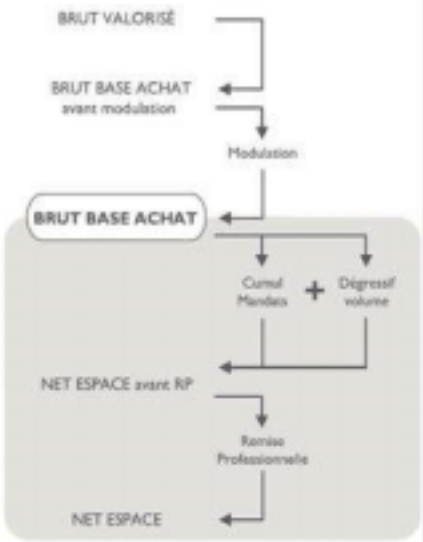
1/2 page	4 700
1/3 page	2 700
1/4 page	2 000

DIVERS

Majoration de successivité : +10% de modulation à partir de la deuxième successivité.
Dans certains numéros spéciaux, plusieurs doubles d'ouverture successives sont possibles.
Toute demande de premier annonceur sectoriel sur un numéro se verra appliquer une modulation de +10% sur l'insertion concernée.

TERMINOLOGIE

BRUT VALORISE : CA Brut valorisé des emplacements éventuels.
BRA AVANT MODULATION : CA Brut payé par l'Annonceur.
BRUT BASE ACHAT : CA Brut payé par l'Annonceur, déduction faite des modulations liées à des insertions gratuites (+100%) ou à des offres y faisant référence. Le BBA correspond à l'assiette à partir de laquelle sont calculées les différentes remises (dégressif volume, cumul de mandats).
NET ESPACE FACTURE AVANT RP : CA Net payé par l'Annonceur déduction faite de l'ensemble des remises (modulations, dégressif volume, cumul de mandats) à l'exception de la remise professionnelle.
NET ESPACE FACTURE : CA Net payé par l'Annonceur déduction faite de l'ensemble des remises y compris de la remise professionnelle



MODALITÉS D'APPLICATION

Les différentes remises (dégressif volume, Cumul de Mandats) s'additionnent et s'appliquent sur le **BBA** à l'exception de la **Remise Professionnelle** qui s'applique en cascade sur le net espace facturé avant RP.
Elles sont calculées dès le 1er euro à partir du **BBA** investi du 1-er Janvier au 31-Décembre 2009 dans l'univers des publications concernées et généré par de l'espace classique (les OPS, Partenariat, échanges marchandises, publicité financière et institutionnelle et certaines offres commerciales ne sont pas pris en compte dans le calcul de l'assiette et ne bénéficient pas des remises mentionnées)
La remise de **CUMUL DE MANDATS** s'applique à tout mandataire regroupant au moins 2 mandats pour lesquels il assure notamment le regroupement de l'achat d'espace, la gestion des ordres et le paiement des factures à bonne date.
La **REMISE PROFESSIONNELLE** n'est consentie qu'aux annonceurs achetant leurs espaces par l'intermédiaire d'un mandataire.

DÉGRESSIF VOLUME

Applicable au 1er euro investi

A partir de	10 000	-2%
A partir de	15 000	-4%
A partir de	20 000	-6%
A partir de	25 000	-8%
A partir de	30 000	-10%
A partir de	40 000	-12%

PUBLICATION(S) CONCERNEE(S) :
Jours de Chasse

CUMUL DE MANDATS

Applicable au 1er euro investi

A partir de	25 000	-1%
A partir de	80 000	-2%
A partir de	150 000	-3%

PUBLICATIONS CONCERNEES :
l'ensemble des publications commercialisées par Valmonde en Publicité Commerciale, hors Publicité Financière et Institutionnelle ainsi que tous les Guides et Suppléments rattachés. (cf. liste détaillée des publications sur le site de www.publiprint.fr)

REMISE PROFESSIONNELLE : -15%

La REMISE PROFESSIONNELLE n'est consentie qu'aux annonceurs achetant leurs espaces par l'intermédiaire d'un mandataire.

SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

PDF HAUTE DÉFINITION EXCLUSIVEMENT VERSION 1.3 OU INFÉRIEURE
Attention pour les doubles pages, fournir un seul fichier PDF.
- CD-Rom accompagné d'un rapport mentionnant : date de parution, nom de l'annonceur, nom de l'agence, nom du visuel, nom du fichier.
- Une épreuve contractuelle du document, type Iris, Matchprint.

PARAMÈTRES DE SÉPARATION
- Superposition CMJN : 280% maxi
- Premier ton reproductible : 3%
- Les pantones doivent tous être impérativement séparés.
- Pas de profil colorimétrique incorporé.

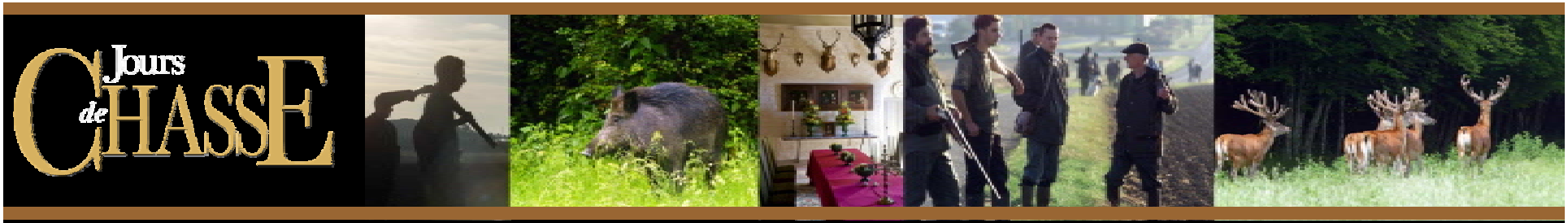
LIVRAISON ET TRANSMISSION
Merci de nous faire parvenir vos éléments au plus tard 2 semaines avant leur date de parution.
Figaro Médias / Traffic - par coursier : 38/a, rue Pillet-Will / par voie postale : 9, rue Pillet-Will 75009 Paris Cedex 09
Vous pouvez également nous transmettre vos fichiers par voie numérique.

FORMATS

Formats	H	L
Simple Page PP	285	225
Simple Page FU	241	181
Double Page PP	285	450
1/2 Page L	118	181
1/2 Page H	241	88
1/3 Page H	241	57
1/4 Page H	118	88

PP: pleine page + 3 mm de rogne
FU: format utile

Jours de Chasse
VALMONDE



Jours de Chasse, un cercle de lecteurs qui se retrouve sur le Web...

www.joursdechasse.com





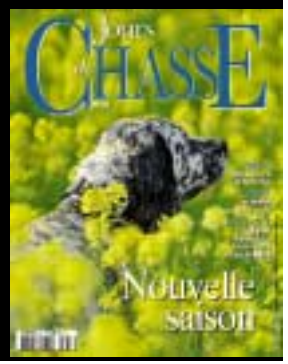
Jours de Chasse

LA CHASSE, UN ART DE VIVRE









Contact commercial :
Jérôme PINEL – 06 08 77 99 89 / 01 40 54 11 07 – jerome.pinel@valmonde.fr
3/5, rue Saint-Georges 75009 PARIS