

MERCURY PUBLICITY

INTERNATIONAL MEDIA REPRESENTATIVE

Seifgrundstr. 2, D-61348 Bad Homburg
Tel +49 (0) 6172/9664-0 Fax +49 (0) 6172/9664-49
sales@mercury-publicity.de www.mercury-publicity.de



TITELPORTRÄT

ALMAVIVA

Erscheinungsweise:

6 x jährlich
Jeweils am Dienstag

Verkaufte Auflage:

305.701 Exemplare
(OJD PV 2016, Frankreich)

Leserschaft:

1,6 Mio. Leser
(ONE 2016)
823.000 Premium-Leser
(ONE Premium 2015-2016)

lefigaro.fr/almaviva

Almaviva – das Premiummagazin zu Kultur & Lifestyle

Almaviva ist das **exklusive Kultur- und Lifestyle-Magazin** des französischen Verlags Groupe Figaro und wird sechsmal jährlich als Beilage der französischen **Qualitätstageszeitung Le Figaro** publiziert. **Almaviva** steht für die **französische Lebensart** und deckt mit Beiträgen zu Mode, Design, Reisen, Kunst und Kulinarik alle Themenbereiche aus **Lifestyle und Kultur** ab – dies mit spannenden Reportagen, Produktvorstellungen zu exklusiven Objekten und Rezensionen zu eleganten Reisezielen oder mit Vorstellungen der neuesten Trends aus den genannten Themenfeldern.

Neben Beiträgen zu aktuellen und saisonalen Themen widmet sich jede Ausgabe auch einem besonderen Schwerpunkt, wie z.B. Mode, Uhren oder Luxusartikel. **Almaviva** präsentiert sich dabei in jedem Heft übersichtlich in den **drei Hefteilen „Accords“, „Grand Angle“ und „Affinités“**. Die künstlerischen Fotografien und ein **exklusives Erscheinungsbild** mit hochwertigem Papier und Großformat unterstreichen den **hohen inhaltlichen Anspruch** des Magazins.

Almaviva wird mit der nationalen bezahlten Auflage der **Qualitätstageszeitung Le Figaro** von **305.701 Exemplaren** vertrieben (OJD PV 2016). Damit erreicht diese Edition **über 1,6 Mio. Leserinnen und Leser** (ONE 2016), davon sind **823.000 Premium-Leser** (ONE Premium 2015-2016).

MERCURY PUBLICITY

INTERNATIONAL MEDIA REPRESENTATIVE

Seifgrundstr. 2, D-61348 Bad Homburg
Tel +49 (0) 6172/9664-0 Fax +49 (0) 6172/9664-49
sales@mercury-publicity.de www.mercury-publicity.de



TITELPORTRÄT

ALMAVIVA

Die folgenden Leserschaftsdaten beziehen sich auf **Le Figaro**, dem **Trägertitel von Almaziva**:

Leserschaft

► Geschlecht	Männer	58,1%	► Alter	< 35	29,5%
	Frauen	41,9%		35-49	19%
				50-59	14,8%
				> 60	36,7%

ONE 2015-2016, Le Figaro

Le Figaro belegt Spitzenplätze bei hohen Einkommen und Führungskräften

Le Figaro ... ist die Nummer 1 bei den Top 1

Im Vergleich zu seinen Konkurrenten erreicht **Le Figaro die meisten Haushalte** mit einem **Netto-Einkommen von >160.000 €**. Dies sind 528.000 Personen in Frankreich.

Le Figaro ... ist die Nummer 1 bei den Top 2

Le Figaro erreicht unter den Mitbewerbern national **die meisten Haushalte** mit einem **Netto-Einkommen von >120.000 €**. Dies ist sind über 1 Mio. Personen.

Le Figaro ... ist die Nummer 1 bei Führungskräften

Le Figaro erreicht im Konkurrenzumfeld **die meisten** Führungskräfte im Land. Dies sind über 3,1 Mio. Personen.

ONE Premium 2015-2016, Le Figaro vs. Le Monde, Libération, Les Echos

MERCURY PUBLICITY

INTERNATIONAL MEDIA REPRESENTATIVE

Seifgrundstr. 2, D-61348 Bad Homburg
Tel +49 (0) 6172/9664-0 Fax +49 (0) 6172/9664-49
sales@mercury-publicity.de www.mercury-publicity.de



TERMINE 2017

ALMAVIVA

Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Themenschwerpunkte
21. März	13. Februar	27. Februar	Auf Anfrage
25. April	20. März	3. April	Auf Anfrage
23. Mai	13. April	28. April	Auf Anfrage
26. September	21. August	4. September	Mode
24. Oktober	18. September	2. Oktober	Uhren / Interior
28. November	23. Oktober	6. November	Luxus & Geschenke

Der Verlag behält sich das Recht vor, Termine und Themen zu ändern.

MERCURY PUBLICITY

INTERNATIONAL **MEDIA** REPRESENTATIVE

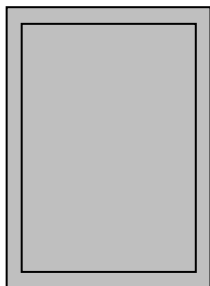
Seifgrundstr. 2, D-61348 Bad Homburg
Tel +49 (0) 6172/9664-0 Fax +49 (0) 6172/9664-49
sales@mercury-publicity.de www.mercury-publicity.de



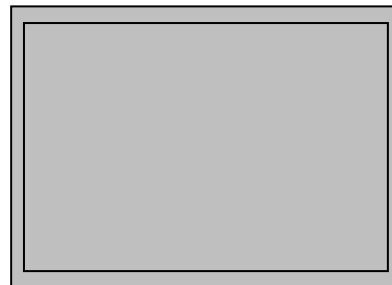
FORMATE 2017

ALMAVIVA

- gültig ab 01.01.17 (in mm) -

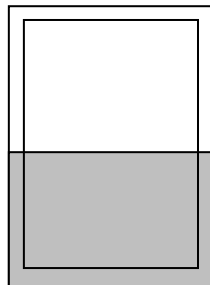


1/1 Seite
H 352 x B 275
+ 5 mm Beschnitt

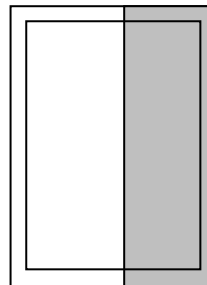


Doppelseite
H 352 x B 550
+ 5 mm Beschnitt

Bitte Doppelseite in
2 PDF-Dateien anliefern



1/2 Seite quer
H 174 x B 275
+ 5 mm Beschnitt



1/2 Seite hoch
H 352 x B 130
+ 5 mm Beschnitt

Text und Logo müssen 10 mm Abstand bis zum Heftrand aufweisen.

MERCURY PUBLICITY

INTERNATIONAL MEDIA REPRESENTATIVE

Seifgrundstr. 2, D-61348 Bad Homburg
Tel +49 (0) 6172/9664-0 Fax +49 (0) 6172/9664-49
sales@mercury-publicity.de www.mercury-publicity.de



TECHNISCHE DATEN 2017

ALMAVIVA

Druckverfahren

- Offset

Spezifikationen

- Ausschließlich PDF-Dateien mit hoher Auflösung (Version 1.3 oder geringer)
- Max. Farbabdeckung: 300%
- Erster reproduzierbarer Ton: 5% (Benday 10%)
- Daten für Doppelseiten müssen in zwei PDF-Dateien angeliefert werden.
- Anschnittformat mit Trimbox und ohne Beschnittmarken
- Texte unter 7 Punkte dürfen nur schwarz sein

Vertragliches Proof

- Ein digitaler Farb-Proof ist für die Qualitätssicherung des Druckergebnisses erforderlich. Er muss auf der Grundlage der für den Anzeigendruck bestimmten Datei erstellt sein und muss mit dem Profil Typ **ISO COATED V2** angeliefert werden. Das Profil senden wir gerne auf Anfrage zu.
- Er muss folgende Angaben enthalten:
 - Kontrollskala MediaWedge, mit Patch von min. 5 x 5 mm
 - Profilmerekmale des Proofs, Datum der Kalibrierung, Erstellungsdatum, Namen der Druckdatei, Informationen zum Druckertyp und zum System, mit dem der Proof erstellt wurde. Das Profil senden wir Ihnen auf Anfrage gerne zu.

Druckunterlagen

- Bitte immer angeben: Erscheinungsdatum, Anzeigenkunden, Agentur, Motiv, Dateiname

Druckunterlagenschluss

- 3 Wochen vor Erscheinungstermin in Paris

Datenanlieferung

- Per Kurier (CD-Rom):
MEDIA figaro / Production Trafic
Att. Hélène d'Erceville
3 bis, rue Pillet-Will
F-75009 Paris
- Per Post (CD-Rom):
MEDIA figaro / Production Trafic
Att. Hélène d'Erceville
9, rue Pillet-Will
F-75430 Paris Cedex 09
- Kontakt: production-traffic@media.figaro.fr
Tel: +33 (0)1 56 52 22 65
- Digital: Informationen auf Anfrage.

Der Proof ist obligatorisch und muss dem Verlag rechtzeitig per Post vorliegen, wenn das Druckmaterial digital oder per Email versendet wurde.

Aufgrund von gesetzlichen Bestimmungen muss die komplette Anzeige in französischer Sprache erscheinen (Loi Toubon/1994).