



GMC MEDIA, LA RÉGIE PUBLICITAIRE DU GROUPE MARIE CLAIRE, LEADER SUR LES FEMMES 25-49 ANS CSP+¹

Paris, le 21 septembre 2016 - Suite à la publication des derniers résultats ACPM, GMC MEDIA, la régie du Groupe Marie Claire, avec plus de 9 millions de femmes influentes, affirme sa position de leader auprès des femmes 25-49 ans CSP+¹ (indice d'affinité de 188).

Les derniers résultats ACPM confirment le leadership de GMC MEDIA grâce à la performance de ses grandes marques :

- BRAND MARIE CLAIRE – LEADER DES MARQUES FEMMINES MENSUELLES :

5,5 millions de lecteurs, internautes, mobinautes et tablonautes²

Progression de 7% sur les Femmes CSP+ indice d'affinité de 204 (vs One Global 2016 V2)

- BRAND COSMOPOLITAN – LEADER DES MARQUES FEMMINES TRENTENAIRES :

3.3 Millions de lecteurs, internautes, mobinautes et tablonautes³

- BRAND FAMILI MAGICMAMAN – LEADER DES MARQUES PARENTALES :

3.5 Millions de lecteurs, internautes, mobinautes et tablonautes⁴

- CUISINE ET VINS DE FRANCE, N°1 DES TITRES GASTRONOMIQUES :

1,2 Million de lecteurs soit +3.7% sur 1 an

- STYLIST, LA PLUS FORTE PROGRESSION DE LA PRESSE FEMMININE SUR LA CIBLE FEMMES :

Soit +23% (vs One 2014-2015) 408 000 lectrices

GMC MEDIA propose, plus que jamais, au marché publicitaire un accompagnement unique sur le territoire féminin en développant des dispositifs multicanaux (Print + Numérique) et sur-mesure sur les grandes thématiques féminines : Beauté, Mode, Parental, Lifestyle et Food.

À PROPOS DE GMC MEDIA

A l'ère des mutations et du digital, la régie du Groupe Marie Claire a eu pour volonté de s'adapter aux exigences nouvelles du marché en fusionnant GMC Factory & GMC Connect pour devenir GMC MEDIA. Cette nouvelle régie a été repensée de manière globale pour offrir son expertise sur les femmes au travers de ses écosystèmes et de son archipel de points de contact. Le groupe Marie Claire c'est aujourd'hui 9 millions de femmes influentes exposées au travers de 12 magazines, 18 sites, un réseau de bloggeuses, des études thématiques et des événements dédiés. Le groupe est également puissant à l'international et rassemble une audience de 70 millions de femmes dans 31 pays, à travers ses éditions, ses extensions de marque, ses sites internet et ses applications numériques.

1 ONE 2015-2016 - Indice d'affinité sur la cible Femme 25-49 ans CSP+ - Univers Régie Presse Féminine
2 vs Brand Psychologies, Glamour, Biba, Marie France
3 vs Brand Grazia, Glamour, Biba
4 vs Brand Parents