

NOUVEAU

LINEAIRES
Le magazine de la distribution alimentaire

**éditions
DAUVERS**

Rayon Boissons
LE MAGAZINE DES BOISSONS EN GRANDE DISTRIBUTION

présentent

Apér'Wh!

Le magazine de vos moments apéritifs

**500 000
EXEMPLAIRES**

**CIBLE
"APÉROPHILE"**

GRATUIT

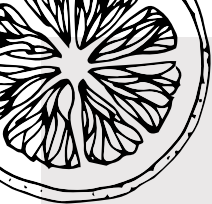


GRAND PARIS

**FOYERS
"PREMIUM"**

**DIFFUSION
BOÎTES AUX
LETTRES**

Date de sortie : 6 juin 2017



QUI SOMMES-NOUS ?

Rédaction

Olivier Dauvers
Expert grande distribution
Rédacteur-en-chef de Linéaires
1994-2001/ Rédacteur-en-chef
de Rayon Boissons 1993-1996

Jean-Philippe Gallet
Associé Editions Dauvers
Rédacteur-en-chef de Rayon
Boissons 1996- 2005

Florence Taillefer
Associée Editions Dauvers
Chef de rubrique Linéaires
1999 - 2004

LINEAIRES
Le magazine de la distribution alimentaire

Linéaires :
le magazine leader
de la distribution alimentaire

Rayon Boissons
Le magazine de la distribution
alimentaire

Rayon Boissons :
le magazine leader
de la distribution
des liquides en GMS

**éditions
DAUVERS**

Editions Dauvers :
l'éditeur-expert
grande conso

Comité de Rédaction

Florent Vacheret
Rédacteur-en-chef de Linéaires
depuis 2001

Benoit Moreau
Rédacteur-en-chef de
Rayon Boissons depuis 2005

Direction commerciale

Dominique Fondin
Directeur commercial
de Rayon Boissons
depuis 1993

Pourquoi l'apéritif ?

C'est un "moment" de consommation en plein développement. Il revêt différentes formes, du simple "pot" à l'apéritif dînatoire. Il se veut de plus en plus créatif comme l'attestent les émissions télé, les blogs et réseaux sociaux, ou encore la presse et la littérature culinaire.

Il bénéficie du transfert de consommation du CHR vers le domicile

L'apéro, une réalité sociologique

47 % des Français prennent l'apéritif **au moins une fois par semaine**
(dont 19 % plus de deux fois et même 30 % chez les 25-34 ans)

L'apéro, une réalité commerciale

+ 15 %

Traiteur de la mer
(tartinales...)

+ 13 %

Apéritifs Traiteur

+ 12 %

Bières de spécialité
(dont + 19 % pour les
aromatisées et + 17 % pour
les abbaye)

+ 9,5 %

Fromages apéritifs

+ 6 %

Rhums

L'apéro, une réalité "distribution"

Les enseignes se mettent à l'heure de l'apéritif.



LA CIBLE

UNE POPULATION URBAINE ET "APÉROPHILE" SUR LE GRAND PARIS

sélectionnée selon **deux critères** sur la base d'une étude menée par Adrexo à partir de données Insee :

Une "apérophilie" marquée,

définie par un indice de consommation supérieur à **118** sur un panier de 9 produits apéritifs (enquête Insee) :

- Boissons apéritives / Champagnes / Mousseux /
- Biscuits apéritifs / Chips /
- Fromages apéritifs / Pizzas traiteur /
- Pizzas surgelées / Produits traiteur apéritifs

un niveau de revenu* premium :

50 000 €

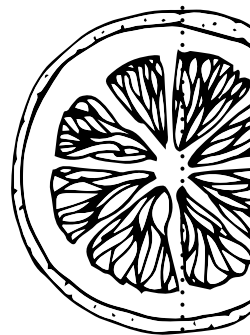
sur les quartiers à diffuser

vs

29 000 €

pour la moyenne française

* Revenu médian par foyer fiscal



Le CONTENU

Le contenu d'Apér'Oh ! se veut en totale affinité avec le moment de consommation apéritif. La table des matières est dressée afin que le lecteur puisse picorer infos, conseils, idées, astuces et autres anecdotes de la première à la dernière page. L'objectif étant de nourrir son "apérophilie" et d'étancher sa soif d'apprendre, de comprendre pour mieux partager ensuite autour d'un verre en toute convivialité.

Au menu : actualité des marques, recettes, cocktails, accords mets/vins, astuces déco, idées cadeaux...

Pour découvrir Apér'Oh!, demandez à recevoir le numéro zéro

TARIFS HT

— annonces standards —

Prix de la page **9 990 €**

Prix de la demi-page **5 900 €**

Prix de la page face sommaire **14 900 €**

Prix de la 4^{ème} de couverture **19 900 €**

Placement produit **4 900 €**

(rubrique basée autour d'une marque)

Prix de la page

COÛT AU MILLE 20€

**SOIT 3 FOIS MOINS CHER
QUE LA PRESSE MAGAZINE FÉMININE ET CUISINE**



Réservez dès à présent votre emplacement

DOMINIQUE FONDIN

Tél. 02 99 12 56 70 - Port. 06 14 18 23 44

dfondin@editionsduboisbaudry.fr

Contraintes techniques

Format du magazine : 15 l x 24 h cm

36 pages

Éléments techniques à remettre le : 2 mai

La remise mandataire est de 15 %

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Ordre de publicité : les ordres de publicité sont nécessairement transmis à l'éditeur par écrit, mais l'ordre ne devient définitif que par la confirmation de l'éditeur. Tout ordre de publicité est soumis aux présentes conditions générales de vente, sauf stipulations particulières précisées dans la confirmation. L'éditeur n'est engagé que par les termes de sa confirmation. L'éditeur se réserve le droit de refuser toute publicité sans avoir à motiver sa décision ; dans ce cas le refus devra être notifié à l'annonceur à réception des documents. L'ordre de publicité est passé, soit directement par l'annonceur, soit par l'intermédiaire d'un mandataire, sous réserve que celui-ci soit titulaire d'un mandat de la part de l'annonceur ; une attestation de mandat devra être communiquée à l'éditeur. L'éditeur ne pourra en aucun cas être tenu responsable des annonces publicitaires qu'il aurait fait paraître sur l'ordre de l'annonceur ; celui-ci sera tenu d'indemniser l'éditeur de toutes les conséquences civiles pouvant résulter de ces publications, notamment par suite de l'action de tiers. L'éditeur devra adresser tant à l'annonceur, que le cas échéant au mandataire, un exemplaire du journal contenant la publication dans le mois suivant la diffusion du message publicitaire. Cas particuliers : une commission de 15 % sera octroyée à l'agence étrangère passant un ordre pour un annonceur étranger. — Annulation : délai d'annulation d'un ordre de publicité : un mois avant parution. — Documents : l'annonceur devra fournir à l'éditeur un fichier numérique accompagné d'une épreuve couleur ou encarts publicitaires répondant aux normes techniques définies par l'éditeur. Ceux-ci devront être retirés par l'annonceur dans l'année suivant la dernière utilisation ; passé ce délai, l'éditeur n'assumera plus aucune responsabilité. Les concours, loteries, cadeaux, vente par correspondance, devront obligatoirement être soumis à l'approbation de la direction. — Facturation : la facturation des ordres de publicité sera effectuée après la parution, directement à l'annonceur. Un double de la facture sera toutefois adressé au mandataire. La facturation sera établie aux tarifs en vigueur, lesquels peuvent évoluer à tout moment, moyennant préavis d'un mois. Cas particuliers : pour les annonceurs étrangers, la facture pourra être établie au nom de l'agence étrangère. — Règlement : le paiement sera effectué directement par l'annonceur, même si l'ordre a été passé par un mandataire, à moins que l'annonceur n'ait expressément mentionné une autre disposition sur l'ordre écrit à l'éditeur. Dans tous les cas, l'annonceur reste toujours redevable du paiement : il en sera notamment ainsi en cas de non-respect de délai de paiement par le mandataire chargé du règlement. Le règlement des factures s'effectue à 30 jours fin de mois, sauf stipulation particulière dans la confirmation. En cas de règlement par traite, celle-ci devra être retournée à l'éditeur, acceptée et domiciliée dans les 10 jours. En cas de retard de paiement, l'éditeur pourra suspendre l'exécution de tous les ordres passés par l'annonceur et exiger le règlement de toutes les autres sommes restant dues, nonobstant tout délai de paiement. Tout retard de paiement entraînera une pénalité de 1,5 % du montant de la facture par mois de retard. — Litiges : toute difficulté pouvant survenir à l'occasion des ordres de publicité sera soumise de plein droit aux tribunaux de Rennes.



DIFFUSION

500 000 EXEMPLAIRES

Le meilleur des quartiers "apérophiles" sur Paris et 110 communes de la région parisienne.

Distribution en **boîtes aux lettres** selon des zones définies comme "apérophiles" sur la base d'un niveau de revenu des ménages premium et d'un indice de consommation en produits apéritifs supérieur à 118.

**600 SECTEURS DE DISTRIBUTION
SUR LE GRAND PARIS**

