

# La Lettre **+ la presse**

La boîte à outils des professionnels de la presse

## L'événement

### Forecomm s'apprête à proposer aux éditeurs des applications iPad à prix cassés

L'agence Forecomm, spécialiste du marketing mobile, s'apprête à lancer, vers la mi-avril, une nouvelle solution de publication, baptisée *Mymozzo*, permettant de publier facilement sur iPad la version électronique d'un magazine, sous un format PDF, pour des coûts tirés vers le bas, à partir de 960 euros. « *Les grands éditeurs possèdent déjà une solution de publication sur tablette*, explique son Pdg, Jean-Luc Géo. *Nous avons donc choisi de proposer un produit abordable, Mymozzo.net, viable pour tout le monde et à petit prix* ». Pour l'éditeur, il suffit de se connecter à un site Web, de choisir la formule appropriée, de créer l'application en ligne et d'injecter le PDF du magazine pour que celui-ci puisse être publié sur l'Appstore.

#### Des prix faibles grâce à une « industrialisation » des solutions

*Mymozzo* est né de l'expérience de Forecomm. Depuis un an, l'entreprise a développé les applications iPad d'une dizaine de titres dont *Télérama*, *le Parisien*, *Closer*, *Courrier international*... « *Maintenant que le moteur est stable, nous avons voulu faire une solution viable pour tout le monde, avec un gabarit type et des options qui répondent à une grande partie des demandes* », précise Jean-Luc Géo.

Quatre solutions sont proposées au sein de la plateforme. Un « *one shot* » permet de diffuser jusqu'à trois PDF par an pour 960 euros. Viennent ensuite deux offres de publications illimitées, l'une destinée aux magazines et documents gratuits (960 euros d'installation et 99 euros par mois), l'autre aux titres payants (960 euros d'installation et 149 euros par mois). Enfin, une offre plus élaborée (Press) permet d'avoir accès directement à de nombreuses options (960 euros d'installation et 429 euros par mois). « *Des options sont disponibles pour les différents forfaits avec, par exemple, la gestion des statistiques, les archives, l'enrichissement multimédia et des versions iPhone et Android* », détaille Jean-Luc Géo.

#### L'enrichissement en option

Enfin, si un éditeur souhaite pouvoir enrichir son magazine en incorporant des éléments interactifs et multimédias (vidéo, son, etc), il est toujours possible de personnaliser la plateforme en utilisant une solution d'enrichissement proposée par Forecomm, la *Media box*. « *Il est très simple d'incorporer, au sein d'un PDF, une vidéo, un lien ou une galerie*, précise-t-il. *La Media box s'apparente à un Photoshop simplifié* ».

Pour profiter de cet enrichissement, l'éditeur devra alors payer soit 340 euros par mois s'il veut avoir accès à la *Media box*, ou 790 euros si Forecomm doit réaliser les interactivités en interne. « *Mymozzo devrait nous permettre de toucher 70 % de la demande, et nous proposons ainsi une personnalisation pour les 30 % restants* », ajoute-t-il. Forecomm espère réaliser avec cette plateforme 300 applications avant la fin de l'année et atteindre 1,5 million d'euros de chiffre d'affaires en 2011 avec son offre *Mozzo*. Grégory Rozières

## Coup de fil à... Olivier Plagnol

### « Sud ouest le mag va mettre en valeur notre région »

Le groupe Sud ouest n'a jamais caché son intention de proposer un contenu spécifique pour la fin de semaine. C'est désormais chose faite avec *Sud ouest le mag*, disponible à partir du 3 avril. Un nouveau magazine qui entend « *donner une vision résolument positive de la région* », annonce Olivier Plagnol, en charge du projet au sein du groupe Sud ouest.

## Coulisses

### La nouvelle formule de *la Croix* est reportée

Initialement prévue pour le 6 avril, la nouvelle formule du quotidien *la Croix* (groupe Bayard) a dû être reportée en raison de difficultés techniques sur les nouveaux outils de fabrication. La date de report n'est pas encore fixée définitivement, elle devrait se situer à la fin du mois d'avril.

### Des tests concluants pour le projet de lancement de *Prisma presse*

*Prisma presse* pourrait bien lancer un nouveau mensuel, avec une nouvelle marque, et sur un secteur totalement nouveau, avant la fin de l'année. « *Les tests, dont nous avons eu les résultats cette semaine, sont très concluants* », a affirmé Loïc Guilloux, directeur général adjoint du groupe, le 28 mars, lors de la convention d'Expopresse.

### Le *Figaro* planche sur deux nouvelles collections

Les prochaines collections que s'apprête à lancer le *Figaro* porteront sur la cuisine (avant l'été) et la philosophie, sous la houlette de Luc Ferry (au 2<sup>ème</sup> semestre).

### Lagardère et Prisma bientôt sur le kiosque.fr

*Lekiosque.fr* s'apprête à enrichir son offre avec l'arrivée prochaine des publications des groupes Lagardère active et Prisma presse.

## Talents

Emmanuelle Delapierre, secrétaire générale de *Télérama*, a été élue

**Les Clés de la presse. Pouvez-vous nous présenter Sud ouest le mag en quelques mots ?**

**Olivier Plagnol.** *Sud ouest le mag* sera encarté le dimanche dans *Version femina*, distribué avec *Sud ouest*. Il sera composé de portraits, d'idées de sorties, de rubriques culture, loisirs, gastronomie, balades ou encore patrimoine. Nous avons repéré une attente de la part des lecteurs qui sont à la recherche d'un produit magazine regroupant toutes ces thématiques. *Sud ouest le mag* propose une lecture plaisir et informative avec la mise en valeur des richesses de notre zone de diffusion.

**L'offre de fin de semaine du quotidien n'était-elle pas assez riche ?**


**O.P.** Le dimanche, *Sud ouest* propose un cahier culture avec un segment loisirs, mais nous n'avons pas la possibilité de lui donner une dimension résolument magazine. Même si nos éditions traitent de ces thématiques au niveau départemental, il fallait un support hebdomadaire pour remplir cette mission autour du bien-vivre dans le sud ouest, de la découverte du territoire, tout en étant en lien avec l'actualité. D'après les études que nous avons menées, nos lecteurs sont très fiers d'appartenir à cette région et d'y vivre. *Sud ouest le mag* est à leur image : un produit proche des gens, chaleureux et optimiste.

**Sud ouest le mag est-il élaboré en interne ?**

**O.P.** Le magazine rassemble une équipe de trois personnes à temps plein, intégrée au sein de l'agence de développement du groupe Sud ouest. **Propos recueillis par Marie Malaterre-Roques**


## Presse quotidienne régionale

### La République du centre revoit sa copie

 Alors que *La République du centre* n'avait pas bougé depuis 2003, le quotidien d'Orléans se dote cette semaine d'une nouvelle formule enrichie, aussi bien au niveau éditorial que graphique. « *La politique de notre nouveau propriétaire, le groupe Centre France-la Montagne, consiste à donner la même identité graphique à l'ensemble de ses quotidiens* », rappelle Hervé Le Roux, secrétaire général du journal. A partir d'aujourd'hui, 29 mars, les lecteurs du quotidien régional découvriront dans leur journal une maquette modernisée et aérée, avec une mise en avant de l'image et des infographies. « *L'édition d'Orléans a été découpée en trois avec, notamment, l'édition d'Orléans métropole axée sur l'actualité urbaine*, souligne Hervé Le Roux. *Notre ambition est de mieux répondre aux attentes de notre lectorat jeune et actif.* » *La République du centre* publiera aussi deux pages quotidiennes consacrées à Paris. L'ambition de cette nouvelle formule : « *repartir à la hausse au niveau de la diffusion* », lâche Hervé Le Roux. *La République du centre* a enregistré en 2010 une diffusion France payée de 47 757 exemplaires, en baisse depuis plusieurs années.


## Numérique

### La plateforme de dons J'aime l'info officiellement lancée

 Le Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (Spiil) a présenté, hier 28 mars, [jaimelinfo.fr](http://jaimelinfo.fr). Cette plateforme, développée par Rue89 et gérée par une association indépendante, propose aux internautes de réaliser des dons pour subventionner un média d'information en ligne de leur choix. Le financement peut être ponctuel, mensuel, et peut aussi servir un projet particulier (reportage, enquête...) de la part d'un site membre de *J'aime l'info*. Le montant des dons est de 3 euros minimum et la plateforme ponctionne 10 % du don pour les frais de fonctionnement. « *Actuellement, 77 sites ou blogs sont présents sur la plateforme, ainsi que 30 projets portés par ces sites*, précise Laurent Mauriac, président de l'association *J'aime l'info* et directeur général de Rue89. *Le succès de J'aime l'info dépendra de la manière dont les sites membres mettront en valeur la plateforme* ».

## Publicité

### Closec lance un site à destination des professionnels

 Les équipes marketing de Mondadori France publicité ont lancé hier, 28 mars, le site [www.closec.com](http://www.closec.com), un espace entièrement consacré à l'actualité et aux résultats de la marque *Closec*. Destiné aux professionnels du marché, annonceurs, agences médias ou encore journalistes, ce nouvel espace est accessible à l'aide d'un mot de passe. Il propose aux visiteurs de retrouver le calendrier rédactionnel du magazine ou encore les performances du titre et les coulisses de la rédaction.

présidente du directoire de l'hebdomadaire.

**Renaud Dély**, patron de la matinale de France inter, a remis, hier 28 mars, sa démission pour rejoindre Laurent Joffrin au *Nouvel observateur* au poste de directeur délégué de la rédaction.

**Caroline de Branche** est promue responsable de la communication de l'institut BVA.

**Eric Tschannen**, directeur général de la SDVP, en charge de la logistique et des supports, prend également en charge les services financiers de la Simgam (autre filiale des Editions Amaury). De son côté, **Ketty Mélina**, DRH de la SDVP, est également nommée DRH de la Simgam.

**Anne de Warren**, ex-Caisse nationale d'assurance maladie, rejoint Alliance healthcare France au poste de directrice de la communication.

**Jean-Charles Deniau** a reçu le Prix spécial du jury Aigra 2011, le festival international du grand reportage d'actualité, pour son documentaire, « *Scientologie, la vérité sur un mensonge* ».

### En bref


**Grazia** lance, cette semaine, son format pocket et suit ainsi le mouvement de la plupart des magazines féminins. Ce premier numéro en petit format est vendu 1 euro.

**Elle** a lancé, sur son site Internet, une plateforme vidéo dédiée. Baptisée *Ellevidéos*, celle-ci rassemble plus de 1 500 vidéos autour des différentes thématiques de la marque avec, notamment, une vidéo du jour, en rapport avec l'actualité du site *Elle.fr*.


**Cityvox.fr**, guide communautaire de sorties et de loisirs, lance son application iPhone qui permet à l'utilisateur, grâce à la géolocalisation, d'organiser toutes ses sorties et de bénéficier des conseils et avis des autres internautes.

**L'Autorité de régulation des jeux en ligne (Arjel)** vient d'accorder à l'opérateur


## Google lance un magazine multimédia

 Le moteur de recherche Google a lancé, la semaine dernière, *Think quarterly*, un magazine multimédia en langue anglaise de 62 pages qui entend donner « *un bol d'air frais dans un monde qui s'affaire* », annonce le groupe. Le premier numéro de *Think quarterly* propose un dossier sur le Data, c'est-à-dire les données Internet. Les prochains numéros seront disponibles en mai, en juillet et en octobre. Pour accéder au magazine, suivez le lien suivant <http://thinkquarterly.co.uk/>


## Hi média progresse en 2010 et annonce de bonnes perspectives pour 2011

 Hi média a vu son chiffre d'affaires progresser de 8 % en 2010 pour atteindre les 222 millions d'euros. Le spécialiste du marketing en ligne enregistre un résultat opérationnel courant de 16 millions d'euros, en progression de 27 %. Lors de la présentation de ces résultats, Cyril Zimmerman, Pdg d'Hi média, a invoqué trois éléments pour expliquer cette croissance. « *Nous entrons sur le marché de la performance, nous surfons sur le développement des formats vidéos et accélérons sur le mobile* », a-t-il déclaré. Pour rappel, Hi média est composé de trois activités principales : la première consacrée à la publicité en ligne, la deuxième au paiement en ligne et la troisième à l'édition de contenu. Pour l'année 2011, Hi média voit rose avec, notamment, « *une croissance concomitante de nos deux activités : la publicité et les paiements en ligne* », conclut Cyril Zimmerman.


## Presse magazine *Terre sauvage* change de visage et fait la part belle aux visuels

 Le mensuel *Terre sauvage*, édité par le groupe Bayard, dévoile son nouveau visage, cette semaine. Au sommaire, un nouveau format, une mise en avant des visuels, mais aussi de nouvelles rubriques jardin, bien-être ou encore cuisine. Chaque numéro sera désormais consacré à une région et parrainé par un peuple qui en est originaire. Les lecteurs pourront également profiter d'un cahier détachable de vingt pages pour faciliter les randonnées. *Terre sauvage* a vu sa diffusion France payée chuter fortement ces dernières années, passant de 61 403 exemplaires en 2009 à 50 036 exemplaires en 2010.

## Distribution Mediapost acquiert 80 % de Mediaprism

 Mediapost, la filiale de distribution du groupe la Poste, qui avait déjà fait l'acquisition de la société Sogec, spécialiste du marketing promotionnel, vient de prendre 80 % de Mediaprism. Spécialisée dans la connaissance clients, Mediaprism possède également une activité de conseil en communication. Avec cette opération, Mediapost entend renforcer ses positions dans le domaine du marketing relationnel en France et en Europe.

## International Un quotidien japonais ouvre ses pages aux messages de soutien

 Le quotidien japonais *Yomiuri Shimbun* soutient les victimes du séisme et du tsunami en permettant aux entreprises qui le souhaitent de transmettre leurs messages de soutien dans des pages spéciales consacrées aux condoléances et encouragements à destination du peuple japonais. Le journal annonce, par ailleurs, que les revenus générés par ces insertions seront intégralement reversés à l'association humanitaire du *Yomiuri* et *Affinity media*, sa régie française, travaillera à titre gracieux pour cette opération. Les entreprises intéressées pourront communiquer dans l'édition nationale du matin pour 7 000 euros et pour 4 500 dans l'édition de Tokyo.

The Nation Traffic SAS un agrément pour les paris sportifs en ligne. Cet opérateur, déjà doté d'un agrément pour le poker en ligne (Titan.fr), peut désormais proposer des paris sportifs sur son site Titanbet.fr.

**Infobébés.com** a lancé, en partenariat avec parents.fr, un nouveau site Internet avec une nouvelle ergonomie et l'ambition de répondre encore mieux aux besoins des jeunes et futurs parents.

**Air France madame**, élaboré par le groupe Condé nast et commercialisé par Lagardère publicité, adopte une nouvelle formule pour son numéro daté avril-mai avec, notamment, un nouveau logo et une nouvelle typographie.

**Journalism online**, entreprise américaine lancée il y a deux ans pour aider les journaux et les magazines à collecter des recettes de la part de lecteurs sur Internet, vient d'être vendue à RR donnelley.

**Le mensuel Wapiti**, édité par le groupe Bayard et destiné aux 7-13 ans, propose une nouvelle formule à compter de son numéro d'avril avec, notamment, une nouvelle rubrique sur les actions écologiques.


**Le Monde** publiera le 31 mars son supplément annuel, *Bilan géostratégique*. Un magazine composé de trois parties : l'état des puissances, les chantiers de la sécurité alimentaire, et les conflits en cours.

**Une fusion entre l'AFP et France 24**, évoquée par certains médias, « *n'est pas d'actualité* », a estimé le Pdg de l'AFP, Emmanuel Hoog, sur France Culture. « *Dans les conditions actuelles, elle n'aurait pas vraiment de sens* », estime-t-il.

**La 3<sup>ème</sup> édition du forum Libération**, organisé à Rennes du 14 au 16 avril, sera placée sur le thème : « *Respect ! Un nouveau contrat social* ». Au programme, des débats ciblés avec des invités de renom du monde politique et culturel.

## Une application iPad passée au crible

### Presse quotidienne Play bac se lance sur iPad avec le système d'abonnement d'Apple

 Le groupe de presse Play bac, spécialisé dans les publications jeunesse, a mis en ligne le 24 mars une application iPad pour chacun de ses quotidiens destinés à des enfants d'âge différents : *Le Petit quotidien*, *mon Quotidien* et *L'Actu*. Les trois applications sont rigoureusement identiques et proposent les mêmes possibilités : l'accès au journal sous la forme d'une liseuse PDF, à l'achat ou par abonnement (les abonnés papier ont un accès gratuit à l'ensemble de l'application).

#### Les +

- L'application est fluide et agréable, il est facile d'y naviguer, que ce soit au sein du journal ou des différents menus. De plus, le système d'archivage est très fluide, malgré la quantité de journaux disponibles.

- Le système d'achat intègre la nouvelle fonctionnalité d'abonnement de l'Appstore. En plus de l'achat d'un numéro à l'unité, il est donc possible de s'abonner soit une semaine, soit un mois à la version électronique de l'un des trois titres du groupe.

- Une option permet aux enfants de créer leur « une » en choisissant une photo, un texte, sa taille et sa couleur.

#### Les -

- La liseuse n'apporte aucune amélioration de lecture par rapport au format PDF.

- L'option « créer ta une » est seulement visible quand l'iPad est en position horizontale (paysage), on peut donc passer à côté.

#### Ses caractéristiques

- Son prix : 0,79 euro l'unité, 3,99 euros par semaine ou 9,99 par mois (8,99 pour *Le Petit quotidien*).

- Sa périodicité : quotidienne

- Sa date de lancement : 24 mars

Un banc d'essai réalisé par Grégory Rozières



#### Actualités à venir

##### 1<sup>er</sup> semestre 2011

*La Gazette de Montpellier*, déjà diffusée à Montpellier, Nîmes et Sète, prépare la sortie d'une nouvelle édition à Perpignan.

##### Début 2011

Le site [nouvelobs.com](http://nouvelobs.com) s'apprête à se doter d'une nouvelle rubrique communautaire, dans laquelle le contenu sera produit par les internautes, sur le modèle du site participatif du [post.fr](http://post.fr), propriété du Monde interactif, filiale du groupe le Monde.

##### 2011-2012

Prisma presse planche sur la création de nouvelles marques de presse. « Deux projets sont actuellement dans les cartons », affirme Rolf Heinz, Pdg de groupe, qui espère en voir aboutir un fin 2011, courant 2012. L'un serait une adaptation du magazine allemand *Néon*, un généraliste pour jeunes adultes diffusé à plus de 400 000 exemplaires ; l'autre un format plus inédit.



## Deux colonnes à la une

**Réponse à tout !** publie, cette semaine, un dossier sur la police intitulé « *Ils ont du pouvoir, vous avez des droits* » qui rappelle les points élémentaires de la législation concernant le code de la route.

**Science & vie** propose un article sur Tchernobyl, la catastrophe sans fin, avec l'ambition de mieux évaluer les éventuelles conséquences des événements au Japon.

**Le Revenu placement** propose, cette semaine,

un dossier sur les 120 meilleurs contrats d'assurance-vie.

**Pouvoirs locaux**, la revue trimestrielle de l'Institut de décentralisation, propose ce mois-ci un dossier central autour de la question : « *Qui sont les élus territoriaux ?* »

**Le Figaroscope** lance *le Guide de survie estival*, un magazine de 72 pages, vendu 2,90 euros, avec tous les bons plans pour passer un bel été à Paris ou en région parisienne

### Les clés de + la presse


12 rue Gabriel Péri  
BP 5, 92 122 Montrouge Cedex  
Tél. 01 46 55 88 40/Fax. 01 46 55 88 02  
[www.lesclesdelapresse.fr](http://www.lesclesdelapresse.fr)  
**Directeur de la publication**  
Didier Falcand  
**Rédaction**  
Marie Malaterre  
(01 46 55 88 42), Eve Mennesson,  
Catherine Gaudenz, Grégory Rozières  
(01 46 55 88 02), Sophie Herber  
et Marc Prévost.  
**Conception graphique**  
Les Designers Anonymes.  
**Site Internet**  
CVMH solutions

**Publicité** L-Média,  
37 rue d'Amsterdam, 75 008 Paris  
Laurence Walser (01 53 32 50 79)  
**Abonnement** 260 euros TTC (dont TVA à 2,10 %) par an pour 4 magazines papier, 90 lettres électroniques et 11 mensuels électroniques.  
*Les Clés de la presse* est édité par la société Jouillat Presse, Sarl au capital de 38 000 euros, immatriculée au RCS de Nanterre (n°479 276 396).  
**Siège social** 8, rue Amaury-Duval, 92 120 Montrouge  
Code Naf : 5813Z. ISSN : 1777-3059  
Numéro de commission paritaire : 0314 I 87643.  
Dépôt légal : mars 2011.  
Toute reproduction interdite et passible de poursuites.

# Une stratégie marketing et commerciale

## Distribution

### L'OJD accélère sur le numérique

 L'OJD a profité de sa dernière assemblée générale, le 24 mars dernier, pour adopter de nouvelles dispositions réglementaires afin de valoriser les nouvelles formes de diffusion numérique. Effectives à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2011, celles-ci portent sur l'intégration des versions numériques, de type PDF, dans les procès-verbaux, et la prise en compte des éditions numériques dans le cadre d'une certification spécifique.

#### L'intégration des versions numériques

Inspirée directement des standards internationaux, la définition retenue pour qualifier une version numérique est très stricte. Celle-ci doit être le reflet exact, au minimum, tant sur le plan rédactionnel que publicitaire, de la version papier. Elle peut être étoffée de façon cohérente et en relation directe avec l'édition « papier » (plus de photos, des accès à des vidéos, des liens internes, un sommaire permettant l'accès direct à une rubrique...). Pour être intégrées à la diffusion payée d'un titre, les versions numériques, de type PDF, doivent être commercialisées à, au minimum, 25 % de la valeur faciale de ce titre. Cette diffusion numérique peut être soit individuelle, soit par tiers.

#### Les éditions numériques

Il s'agit d'un ensemble de contenus éditoriaux mis à disposition le plus souvent via une interface Internet payante. Ces contenus ne sont pas en lien avec une version « papier ». Les données issues de leur certification ne sont pas intégrables aux données print, elles donnent lieu à une certification et un PV spécifiques.

## Le coin des études

#### Le marché des applications mobiles atteindra les 38 milliards de dollars en 2015. C'est du moins

l'analyse de Forrester research, pour qui l'intérêt des utilisateurs pour les applications, sur mobile mais aussi sur tablettes tactiles, donnera une croissance exponentielle à ce marché, qui représentait déjà 1,7 milliard en 2010.

#### Les dirigeants plébiscitent la presse écrite

Selon une étude publiée par Eurocom Worldwide, réseau international d'agences de relations publiques indépendantes, 70 % des dirigeants du secteur des NTIC lisent la presse spécialisée au moins une fois par mois, 48 % au moins une fois par semaine et 16 % tous les jours. Le média le plus prisé : les lettres d'information sur Internet, citées par 76 % des personnes interrogées dans une trentaine de pays.

#### Les Américains plus informés par le Web que par les journaux

Selon une étude du Pew research center, le Web a pris le pas sur la presse aux Etats-Unis, où 46 % des sondés affirment s'informer trois fois par semaine grâce à Internet, contre 40 % pour le papier. De plus, les revenus publicitaires sur Internet auraient aussi dépassé, pour la première fois, les revenus publicitaires des journaux américains.

#### 40 % des Français sont exposés à au moins quatre médias par semaine

Les Français consacrent 2h16 par jour à s'informer et sont exposés à quatre médias différents par semaine pour 40 % d'entre eux. Un chiffre qui monte à 95 % pour deux médias par semaine, d'après une étude d'Express roulanta services et d'Illico. Ils seraient 76 % à se sentir submergés par l'information.

#### Les jeunes ont plus regardé la télévision en 2010

En 2010, les jeunes Européens ont regardé la télévision quelques minutes de plus qu'en 2009, selon une étude d'Eurodata TV worldwide avec, en France, une faible augmentation d'une minute par rapport à 2009, à 2h12 par jour en moyenne.

#### 80 % des utilisateurs de portables ignorent les publicités

Seuls 16 % des Français possesseurs d'un portable réagissent aux publicités reçues sur ce support, et 80 % les ignorent totalement, selon une étude du cabinet Deloitte. 40 % de ceux qui réagissent aux publicités visitent le site de la marque ou s'informent sur le sujet. Les facteurs qui peuvent le plus faire réagir les Français sont les bonnes affaires, la gratuité et la confiance.

## Le coin des offres publicitaires

**Régie obs** attire l'attention des annonceurs sur la préparation, pour le mois de juin, d'un dossier consacré à la fête des pères qui sera repris intégralement sur le nouvelobs.com.

**Mondadori France publicité** lance « *les exclus libres sur l'été* » qui propose aux agences médias de nombreux emplacements dans les magazines *Grazia*, *Biba*, *Téléstar*, *Close*, *Auto plus* ou encore *Science & vie*, à des tarifs bruts attractifs et un abattement progressif en fonction du nombre de pages achetées.

**Technikart**, à l'occasion du festival de Cannes, propose des offres commerciales spécifiques. Dans le cadre d'un dossier spécial (parution 27 mai, bouclage le 10), le mensuel propose la page quadri à 9000 euros (la demi page à 6 000 euros). Et, à l'occasion du changement de parution pendant le festival de Cannes en quotidien, le titre propose la page quadri à 7 000 euros (du 11 au 22 mai), avec une diffusion sélective et gracieuse de 50 000 exemplaires.

**Le groupe Rustica** lance une nouvelle offre *Aménagement*, qui prévoit une page dans chacun des magazines *Rustica*, *Système D* et *Votre maison votre jardin*, pour 19 500 euros nets.

**Média obs** propose, dans le cadre d'un dossier spécial Paris dans *Beaux arts magazine* à paraître en avril, une offre spécifique avec un ticket d'entrée à 9 000 euros la page quadri.

**Le Monde et le Figaro** lancent une offre spéciale *Smart food*, qui permet aux annonceurs de toucher 9 millions de consommateurs, selon les deux régies. Cette offre est accessible à partir de 62 000 euros net.

**Mondadori publicité** est partenaire du Salon Planète

# la pige des lancements de presse

## Guerres & histoire

**Parution** 25 mars  
**Famille** Presse consacrée à l'histoire  
**Périodicité** Trimestriel  
**Prix** 5,95 €  
**Editeur**  
 Mondadori France  
 8 rue François-Ory,  
 92 543 Montrouge Cedex  
**Contact**  
 01 46 48 48 48  
**Concept**  
 Magazine entièrement consacré à l'histoire, axé sur les grands conflits et les stratégies militaires partout dans le monde.  
**Directeur de la publication**  
 Ernesto Mauri.

## Château de Versailles

**Parution** 29 mars  
**Famille** Presse consacrée à la culture  
**Périodicité** Trimestriel  
**Prix** 9,90 €  
**Editeur**  
 Groupe Michel Hommell  
 48-50 boulevard Sénard  
 92 210 Saint Cloud  
**Contact**  
 01 47 11 20 00  
**Concept**  
 Magazine édité en partenariat avec le comité d'établissement du château de Versailles qui entend mettre en avant le monument.  
**Directeur de la publication**  
 Michel Hommell.

## Inked

**Parution** 25 mars  
**Famille** Presse consacrée aux tatouages  
**Périodicité** Mensuel  
**Prix** 5,00 €  
**Editeur**  
 6 pack publishing,  
 65 boulevard Côte Blatin,  
 63 008 Clermont Ferrand Cedex  
**Contact**  
 04 73 29 32 35  
**Concept**  
 Magazine entièrement consacré aux tatouages avec la mise en avant d'artistes et de personnalités adeptes du tatouage.  
**Directeur de la publication**  
 Fabrice Roux.

durable. Pour cette occasion, la régie du groupe Mondadori s'appuie sur un contexte éditorial renforcé dans ses huit titres féminins et propose 4 offres avec un ticket d'entrée à 43 000 euros net espace. **Figaro médias**, régie du groupe Figaro, propose une offre spéciale à l'occasion de la sortie du cahier **Kidscope**, inséré dans le **Figaroscope**, pour les vacances de Pâques. Les annonceurs pourront bénéficier d'une présence dans le numéro du 6 avril et entre le 13 avril et le 26 juin pour 6 000 euros nets.

## le bloc note

### Agenda

#### 2 avril

Le Centre de formation des journalistes organise une journée portes ouvertes destinée à tous ceux que le journalisme intéresse.  
**En savoir +** 01 44 82 20 72

#### 6 avril

Le Syndicat de la presse magazine (SPM) organise la journée de la presse magazine à Paris avec l'ambition d'apporter aux participants « *tout ce qu'il faut savoir sur la presse magazine en une journée* ». Au programme une série de conférences thématiques et la remise des prix des magazines de l'année.  
**En savoir +**  
<http://www.spmi.info>

#### 6-7 avril

L'Ifra organise une conférence à Mayence en Allemagne autour de la thématique « *Imprimer des journaux aujourd'hui et demain* ».  
**En savoir +**  
<http://www.wan-ifra.org/>

#### 7 avril

Les PixDays auront lieu à Paris. L'occasion pour les

agences et les acheteurs de photos des métiers de la presse, de se rencontrer.

#### En savoir+

<http://www.pixpalace.com/index.php/fr/pixday>

#### 8 avril

Le Groupement des éditeurs de services en ligne (Geste) organise une journée consacrée à l'avenir des télévisions connectées et des tablettes. Seront abordées les questions d'usages, de marketing et les perspectives de développement.

**En savoir +** 06 22 89 23 46

#### 12 avril

Le CFPJ organise une nouvelle édition du CFPJ lab autour de la question : « *L'info mobile, nouvel eldorado de la presse ?* »  
**En savoir+**  
[cfpjlab@cfpj.com](mailto:cfpjlab@cfpj.com)

#### 14 avril

La ville de Lille accueille les *Nord it days*, un forum qui réunit quatre événements en un : les rencontres des décideurs IT, le salon Planète e-commerce, les Rencontres documentation et les Top gun innovation awards.

#### En savoir +

<http://www.nord-itdays.com/>

#### 14-15 mai

*La Revue des vins de France* tiendra la cinquième édition de son salon au Palais Brongniart à Paris avec 250 domaines à découvrir et plus d'un millier de vins renommés à déguster.

**En savoir +** [www.lacvf.com](http://www.lacvf.com)

#### 7-10 juin

Graphitec organise le salon de la chaîne graphique, du multicanal à l'imprimé. L'équipe du salon a créé le comité Graphitec'xperts, rassemblant des professionnels du secteur.

**En savoir +**  
[aurelie.jouve@comexposium.com](mailto:aurelie.jouve@comexposium.com)

#### 12-15 octobre 2011

Le Congrès mondial des journaux, le World editors forum et l'Ifra expo 2011 auront lieu au centre Reed Messe à Vienne.

**En savoir +**  
<http://www.wan-ifra.org/vienna2011/>

#### Bibliographie

Brigitte Besse et Didier Desormeaux publient, chez

Victoires éditions, la quatrième édition de l'ouvrage « *Construire le reportage télévisé multisupport* », un manuel qui présente les principes, règles et méthodes permettant de produire véritablement de l'information en images et en sons.  
**En savoir +**  
<http://www.victoires-editions.fr>

La 6ème édition du *Guide des chaînes numériques* vient de sortir. Publiée par le conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), la Direction générale des médias et des industries culturelles et le Syndicat nationale de la publicité télévisée, cet ouvrage de 215 pages dresse notamment un panorama complet de l'offre de chaînes, de leur distribution, de leurs audiences, de leur programmation, de leur économie ainsi que du cadre juridique dans lequel elles évoluent.

**En savoir +**  
[www.ddm.gouv.fr/article.php?id\\_article=1581](http://www.ddm.gouv.fr/article.php?id_article=1581)