

Bonjour,

Pour information :

**presseedition.fr** L'actualité des Médias, de l'Édition & de la Communication



**Les news Presse Edition : newsletter du 14 novembre 2018**

## **Philippe Jannet est nommé Directeur de la rédaction de l'Express et Directeur Général Délégué de la société Groupe L'Express.**

Presse Edition 14/11/2018

Philippe Jannet est nommé Directeur de la rédaction de l'Express et Directeur Général Délégué de la société Groupe L'Express.

Expert reconnu de la presse numérique, Philippe Jannet fut Directeur délégué du Groupe Les Echos SA, puis PDG du Monde Interactif SA. Il a ainsi lancé le premier site internet des Echos, dirigé le Monde.fr et piloté les rédactions digitales de ces deux quotidiens pendant plus de 15 ans. Il a par ailleurs assuré la direction numérique des contenus des magazines d'Uni Éditions (entre autres Régál, Parents, Santé Magazine...), présidé le Groupement des éditeurs de services en ligne (Geste) et joué un rôle majeur dans le lancement de la distribution numérique de la presse en France comme directeur général du Groupement d'intérêt économique (GIE) E- Presse Premium, avec la création du kiosque ePresse.fr et au sein de l'OJD.

Philippe Jannet s'appuiera à son arrivée, le 26 novembre, sur Anne Rosencher et Emma Defaud, qui ont piloté la rédaction depuis septembre, pour accélérer la dynamique éditoriale qu'elles ont mise en place. Les efforts d'Anne Rosencher sur le magazine ont permis une croissance des ventes en kiosques de plus de 10% (vs. la période janvier-juin) et la rentrée a été marquée par la mise en avant de thématiques sociétales fortes et d'exclusivités marquantes (annonce du départ de Gérard Collomb, affaire L'héritier...). Emma Defaud a dynamisé l'organisation digitale de *L'Express* et permis depuis septembre une accélération de la digitalisation de la diffusion individuelle payée qui atteint désormais 11%, en avance sur nos principaux concurrents (\*).

Sous le pilotage de Clément Delpirou, Directeur général des activités presse d'Altice en France, et aux côtés d'Arthur Fouvez, Directeur Général Adjoint de *L'Express*, Philippe Jannet, Anne Rosencher et Emma Defaud mettront en commun leurs expériences et expertises au service du développement éditorial et de la croissance des abonnements numériques de *L'Express*, axe stratégique de la marque. Dès la première semaine de décembre, cette équipe ainsi renforcée présentera les grands axes du développement éditorial et numérique de l'Express à l'ensemble des collaborateurs pour conduire sa profonde transformation.

(\*): 11 % vs 8 % pour *Le Point* et 3 % pour *l'Obs* (période étudiée : Sept. 2018 source DDT T3 2018 de l'ACPM).

# Le groupe TF1 annonce l'acquisition de Gamed!

Prospectives Médias 14/11/2018

Le groupe TF1 annonce la prise de participation majoritaire au capital de Gamed!, pionnier et expert programmatique media fondé en 2009 par Olivier Goulon et Anthony Spinasse. Grâce à cette acquisition, le groupe TF1 entend associer les audiences qualifiées de son nouveau pôle digital à l'efficacité du programmatique pour développer une offre publicitaire multicanale intégrée, innovante et performante.

La prise de participation majoritaire du groupe TF1 dans Gamed! s'inscrit dans le cadre d'une stratégie de développement visant à proposer des dispositifs performants, adaptés à l'ensemble des besoins des annonceurs.

Cette nouvelle structure a vocation à travailler avec toutes les nouvelles activités digitales du Groupe. Le groupe TF1 souhaite plus particulièrement valoriser les données de ses principales entités (Aufeminin, Doctissimo, Les numériques, Marmiton,...), réexposer ses audiences au-delà de son inventaire dans un cadre de diffusion maîtrisé et ainsi accélérer le développement du programmatique tant en France qu'en Europe.

« Nous saluons le chemin parcouru par Gamed!, ses talents et son expertise technologique vont nous aider à mieux valoriser nos actifs digitaux et la data qualifiée collectée auprès des annonceurs. Nous pourrons ainsi mettre à leur disposition des capacités de ciblage plus fines et enrichir le dialogue de nos partenaires avec les internautes au-delà de nos supports », déclare Gilles Pélisson, PDG du Groupe TF1.

De nouvelles offres développant l'engagement des consommateurs avec les marques du groupe TF1 tout en assurant une expérience enrichie pourront être proposées.

« Gamed! n'a eu de cesse de bouleverser l'ordre établi pour donner naissance à des solutions innovantes et exclusives ayant un réel impact sur les résultats de nos clients. Nous sommes impatients de travailler avec les équipes du groupe TF1 afin d'inventer le programmatique de demain, tout en continuant à fournir à nos clients et partenaires existants des solutions et services d'excellence », commente Anthony Spinasse, co-fondateur et COO de Gamed!

« Nous sommes très fiers que le groupe TF1, au travers de cette prise de participation significative, reconnaisse le succès de Gamed!, fruit d'un engagement collectif de tous les instants, et souhaite nous accompagner pour accélérer notre croissance en France et à l'international, sur un marché qui ne cesse de se développer », ajoute Olivier Goulon, co-fondateur et CEO de Gamed!

## A propos du groupe TF1

Le groupe TF1 est le groupe audiovisuel privé leader de la télévision en France avec cinq chaînes en clair (TF1, TMC, TFX, TF1 SERIES FILMS et LCI) et des chaînes thématiques sur la télévision payante (TV Breizh, Histoire, Ushuaïa TV et Serieclub - détenue à 50 %). Le groupe TF1 développe une déclinaison digitale performante de ses programmes sur MYTF1 et des offres de vidéo à la demande avec MYTF1VOD et TFOU MAX.

Le groupe TF1 est présent dans la production et la distribution de contenus notamment via Newen dont le principal objectif est d'accélérer le déploiement de la production et de la distribution au niveau international.

Le groupe TF1 s'est renforcé dans le digital avec l'acquisition du groupe Aufeminin en avril 2018, de Neweb en juillet, puis de Doctissimo en octobre.

Le groupe TF1 propose une large palette d'activités dans des domaines clés du divertissement et des loisirs avec TF1 Entertainment (jeux de sociétés, production musicale et spectacles, licences et édition), le

cinéma avec TF1 Films Production et TF1 Studio et le télé-achat avec Téléshopping.  
Le groupe TF1 est aujourd'hui présent dans 10 pays et compte 3 500 collaborateurs.  
Le groupe TF1 est coté à la bourse de Paris (Euronext Paris : ISIN FR0000054900).

## **A propos de Gammed !**

Fondée en 2009 par Olivier Goulon (CEO) et Anthony Spinasse (COO), Gammed!, plateforme d'achat média programmatique indépendante pionnière des campagnes digitales en temps réel (RTB), répond à l'ensemble des problématiques média sur Web et Mobile, du branding à la fidélisation clients en passant par l'acquisition.

Gammed! allie expertise humaine et technologies de pointe afin de proposer aux annonceurs et aux agences des campagnes programmatiques multicanales (desktop, mobile, social, native, vidéo, radio, DOOH), permettant de cibler leurs audiences via un achat multi-DSP et une personnalisation des messages en temps réel (DCO). Ses solutions, récompensées par plusieurs prix, apportent de vrais insights pour optimiser la stratégie marketing digitale globale des annonceurs. Gammed! a déjà optimisé avec succès plus de 2500 campagnes programmatiques dans près de 80 pays et délivre chaque mois plus de 3 milliards de publicités personnalisées pour ses clients. L'entreprise, qui compte plus de 90 collaborateurs et 8 bureaux en France et à l'international (Belgique, Suisse, Emirats Arabes Unis, Brésil, Malaisie) gère plus de 400 clients, parmi lesquels SeLoger, L'Occitane, Allianz, Monoprix, EDF, BMW, SNCF, LeLynx, Intersport, Fortuneo, PMU, Orange...

## **Une nouvelle formule pour Le Mag de Sud Ouest**

Presse Edition 14/11/2018

En kiosque le samedi 27 octobre dernier, la nouvelle formule du *Mag* de Sud Ouest, le magazine hebdomadaire art de vivre.

Lancé en 2012, *le Mag* est distribué chaque samedi avec le quotidien et le dimanche en Béarn et Soule. Six ans après son lancement, très apprécié de ses lecteurs, il évolue ce week-end dans son fond et dans sa forme.

Frédéric Beigbeder signera chaque semaine une rubrique dans une double page intitulée *Le Petit Salon*, en alternance avec l'essayiste et romancière biarrotte Diane Ducret, connue notamment pour son ouvrage *Femmes de dictateur*, l'écrivain landais Hugo Verlomme, spécialiste du surf et des océans et la cinéaste bordelaise Delphine Gleize.

Autres nouveautés au menu du nouveau *Mag* : notamment une bande dessinée du périgourdin Troubs, des rubriques pratiques repensées (jardinage, recettes...). Zocato sous le titre *Réglement de contes*, raconte désormais ses anecdotes et histoires vraies. L'opération *Les gens qui sèment* reprend pour une deuxième saison d'initiatives positives et inspirantes dans la région.

Ce qui change dans le nouveau *Mag*, c'est aussi et surtout sa forme. Les graphistes de *Sud Ouest* ont conçu une plus dynamique et maquette minimaliste et élégante qui joue avec les blancs pour mettre en valeur les textes et les photos. La police de caractère est douce et celle des titres plus impactante pour un meilleur confort de lecture.

Enfin, l'illustratrice marmandaise Corvus a créé pour le *Mag* de petits dessins qui émaillent les pages du *Mag*.

# Tarifs de publicité stables pour l'année 2019

Presse Edition 1/11/2018

Comme chaque année toutes les familles de presse publient leurs tarifs de publicité sur le nouveau site [tarifspresse.com](http://tarifspresse.com)

En 2019 les tarifs de publicité du format de référence\* sont stables pour l'ensemble de la presse et cela après une très faible augmentation en 2018 (+0,25%) et en 2017 (+0,6%).

Par principales catégories de presse, sur la base du format de référence\*, les tarifs 2019 vs 2018 sont de :

+0,2 % pour l'ensemble des quotidiens dont :

+0,4 % pour les quotidiens nationaux vs entre 2018 et 2017

Stabilité pour la presse quotidienne régionale (PQR 66) et pour les quotidiens gratuits d'information qui n'avaient pas augmenté leurs tarifs en 2018.

Stables (-0,1%) pour la presse magazine vs +0,4% entre 2018 et 2017.

Et restent inchangés pour la presse hebdomadaire régionale (Espace PHR).

Le média presse est un media incontournable 97% de la population française soit 51,1 millions d'individus\*\* déclarent lire les marques presse chaque mois quel que soient les supports de lecture. 94% de la population soit 49,3 millions d'individus\*\*\* lisent chaque mois au moins un titre de la presse (papier ou PDF).

Tous les tarifs par titres sont sur le nouveau site [tarifspresse.com](http://tarifspresse.com)

Le nouveau site [tarifspresse.com](http://tarifspresse.com) permet d'accéder en consultation gratuite aux principales informations de la marque média : concept, périmètre, chiffres clés (diffusion, audience presse et digitale), tarifs, calendrier des parutions, dates de bouclage, contacts commerciaux.

L'intégralité des tarifs et des calendriers de parutions est exportable au format.csv. Les plaquettes pdf et les fiches techniques sont également téléchargeables pour l'ensemble des titres présents sur le site.

**NOUVEAU** en 2019 : Les chiffres clés sont mis à jour automatiquement pour les publications ACPM OJD et ACPM ONE/ONE GLOBAL. Un lien vers les informations sur le site ACPM par titre est inclus.

Le site est actualisé par les régies tout au long de l'année et les utilisateurs des données sont informés automatiquement à J+1 de toutes les modifications.

## A propos de [tarifspresse.com](http://tarifspresse.com) – 11.000 utilisateurs par mois

Depuis 2007, le site [tarifspresse.com](http://tarifspresse.com) référence les tarifs de 400 titres environ et de près de 70 régies permettant ainsi un accès rapide et simple à l'ensemble des informations selon une terminologie commune à tous. Les données du site sont liées à la base codipresse qui fournit l'ensemble des codes permettant aux agences médias et aux régies publicitaires de partager la même nomenclature et de mettre en place l'automatisation, la sécurisation et l'optimisation des échanges et flux commerciaux.

*\*Format de référence : évolution périmètre constant SPQ « Standard » - suppléments et hors-séries exclus – Publicité commerciale \*\* ACPM ONE GLOBAL 2018 V3 – \*\*\* ACPM ONE 2017*

## Les annonceurs flashent sur Cosmopolitan

Prospectives Médias 14/11/2018

Après deux ans d'existence au sein de la rubrique Discover de Snapchat, *Cosmopolitan* innove et assoit son positionnement sur la cible des trentenaires en proposant l'une des offres les plus disruptives du marché en matière d'expérience print to digital.

Pour ce numéro unique, GMC Media, régie publicitaire du groupe Marie Claire, a accompagné les annonceurs dans la production de contenus éditoriaux et publicitaires, enrichis de snapcodes, spécialement créés pour déclencher une expérience 360° auprès des millenials et favoriser l'engagement et les intentions d'achat de cette cible hyper-connectée.

Une quinzaine d'annonceurs ont été convaincus par la vision publicitaire proposée par *Cosmopolitan* qui correspond à leurs attentes stratégiques en termes de nouveaux formats et contenus permettant d'engager la conversation avec les lectrices, parmi eux : Dior, Yves Saint Laurent, Sephora, Guerlain, Lancôme, Marionnaud, Clinique ou encore Reebok.

## Un nouveau site internet pour 4D Concept

Prospectives Médias 14/11/2018

4D Concept fait évoluer ses outils de communication digitale et met en ligne un nouveau site internet <https://www.4dconcept.fr/>

Ce nouveau site porte l'identité visuelle renouvelée de 4D Concept et repose sur une architecture entièrement repensée, destinée à offrir aux internautes une meilleure lisibilité du contenu et un confort de navigation amélioré.

Ce site propose :

- une segmentation par secteur pour cibler précisément les besoins dans le domaine de l'ingénierie documentaire
- une demande de découverte des produits, accessible directement depuis les formulaires de "démonstration"
- un accès rapide au support produits
- les partenaires et clients mis en avant

Outre les sites sectoriels destinés à valoriser les activités de 4D Concept dans l'industrie Aéronautique et Automobile, il était également important pour 4D Concept d'offrir à ses clients d'aujourd'hui et de demain une vitrine spécialisée sur les expertises et les technologies pour adresser la Presse et les Médias :

<https://xms.4dconcept.fr/>

4D Concept ne cesse d'investir dans la recherche et le développement autour des technologies de l'information, car ils savent que la compétition autour de leurs clients est rude et que la durabilité d'une relation de partenariat dépend de cette capacité à produire des solutions toujours adaptées aux contextes du moment.

Ce nouveau site s'inscrit dans la refonte de l'ensemble des outils de communication de 4D Concept, imprimés et électroniques.

Conception, réalisation & création graphique : 4D Concept

### **A propos de 4D Concept :**

*4D Concept offre, depuis plus de 25 ans, une expertise et une palette de solutions, de produits et de services dédiés à la gestion de contenus éditoriaux, pour créer, exploiter, publier et diffuser tous vos contenus cross-média.*

## Vite dit Médias



Presse Edition 14/11/2018

- Après le Chili, la Suède, la Chine et le Brésil, c'est au tour de la France de lancer en février prochain, la version numérique du fameux magazine lifestyle américain *Outside* dans le courant de l'année 2019 sa version papier. Créée en 2018, la société Outside France est dirigée par Thibault Ginies, ex directeur marketing de l'enseigne The North Face et par Sylvie Sabriana, directrice générale. *Outside* a été créé aux Etats-Unis en 1977 par Jann Wenner.
- A paraître chez Actes Sud, en janvier 2019, le trimestriel *Dong!*, une revue Reportages pour les 10-15 ans. Publié par Actes Sud, *Dong!* a pour ambition de transmettre le goût du reportage et du récit de la réalité aux jeunes adolescents. L'équipe : Raphaëlle Botte, rédactrice en chef, Isabelle Péhourticq, éditrice et Camille Pakdel, directeur artistique.
- Parution du numéro 2 du magazine *Jésus!* avec dans le rôle de la rédactrice en chef, Arielle Dombasle qui prend la succession de Pascal Obipo, le rédacteur en chef du premier numéro de *Jésus!*. Ont notamment contribué à ce numéro : soeur Cristina, religieuse italienne gagnante de The Voice of Italy, Docteur White Mukwege, prix Nobel de la paix en 2018, Camille White, la pasteure de l'église Hillsong de Paris, Pierre Chupin, fondateur de l'association The Real Me, Philippe Delorme, historien, Natasha St Pier, chanteuse. Le point commun de ces noms célèbres selon l'éditeur, Première Partie : "*ils ont tous quelque chose de Jésus... et le partagent avec les lecteurs*". A partir de novembre 2018, le magazine devient trimestriel.
- Sortie chez K-Now, du hors-série de *Solutions numériques*, du *Guide 2018-2019 Cybersécurité*. deuxième édition. 176 pages d'informations pratiques et utiles à l'usage des DSI et directeurs de la sécurité informatique.

- *Alternatives Economiques* organise la 3e édition de ses Journées de l'économie autrement à Dijon les 23 et 24 novembre prochains. L'objectif de ces rencontres – qui ont rencontré un grand succès lors de leurs précédentes éditions – est de rendre compte des défis auxquels notre société est confrontée aujourd'hui et de réunir des personnalités qui s'interrogent sur la meilleure manière d'y répondre. Avec l'ambition de mettre en valeur les initiatives concrètes développées par les acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS) tout en questionnant leur capacité à transformer notre modèle économique et social. En savoir plus :

[www.journeeseconomieautrement.fr](http://www.journeeseconomieautrement.fr)

- Pour la deuxième année, la fondation Varenne, en partenariat avec le SEPM, a récompensé les meilleurs journalistes de l'année en presse magazine. Cette édition 2018 distingue Juliette Benabent pour son reportage dans *Télérama* sur le mur de béton érigé le long de la côté japonaise pour la protéger après le tsunami de 2011, et Vincent Jolly pour son article sur le mur qui sépare les quartiers riches de la capitale péruvienne d'un des plus grands bidonvilles du pays, dans le *Figaro Magazine*.

### EN KIOSQUE

- *Les légendes du jazz*, un hors série de *Jazz magazine*, 60 ans d'archives. Des documents rares et inédits.
- *Résidences Décoration* : Classique chic des appartements inspirants.
- La Revue du Vin de France : Les 200 personnalités les plus influentes du vin

## Diffusion PQN des 9 premiers mois de 2018 : L'Equipe en progression.

### Stabilité pour Le Figaro, Le Monde et Les Echo



Source : 100%MEDIA by Offremedia

La bonne santé de la diffusion de L'Equipe se confirme tant sur les 9 premiers mois de 2018 (+8,09% vs 9 mois 2017) que sur le seul mois de septembre (+7,93%). Première marque de PQN, Le Figaro termine ces 9 mois en légère hausse (+0,74%) et 308 900 ex devant Le Monde également stable à la hausse (+0,46%) et 285 314 ex. → [lire la suite](#)

## Affaire Jean-Luc Mélançon : l'Alliance de la presse d'information générale affiche son soutien plein et entier

Presse Edition 14/11/2018

### Communiqué

Affaire Jean-Luc Mélançon : l'Alliance de la presse d'information générale affiche son soutien plein et entier. A la suite des attaques de Jean-Luc Mélançon, le 20 octobre 2018, à l'encontre des journalistes de Radio France, l'Alliance de la presse d'information générale affiche son soutien plein et entier à celles et ceux qui oeuvrent au quotidien pour informer nos concitoyens.

Ils condamnent fermement toutes les accusations et incitations à la violence formulées à l'égard des professionnels qui, chaque jour, exercent leur mission d'information avec une exigence toujours accrue et dans le respect d'un cadre légal et déontologique rigoureux.

Ils rappellent que, particulièrement dans le contexte préoccupant de prolifération des fausses nouvelles et de manipulation de l'information, les rédactions remplissent une mission vitale pour la démocratie française.

La réaffirmation de la liberté de la presse – principe à valeur constitutionnelle - et un soutien sans faille au travail d'investigation mené quotidiennement par les rédactions sont plus que jamais nécessaires pour faire vivre le débat public et pour garantir aux citoyens l'accès à une information de qualité, condition indispensable à l'exercice de la vie démocratique.

Jean-Michel Baylet Président de l'Alliance de la presse d'information générale

## Foreign Office Médias

Presse Edition 14/11/2018

• **Etats-Unis** : The American Magazine Media Conference 2019 se déroulera le 5 février 2019, au 225 Liberty Street- New York, NY.

• **Belgique** : Jan Bamelis est nommé Directeur de Roularta HealthCare, la division de publications médicales, à partir du 1er décembre 2018. Jan Bamelis traducteur français/italien de formation - peut se prévaloir d'une vaste carrière dans la vente et le marketing, tant au sein du secteur pharmaceutique qu'en dehors. Il a occupé plusieurs postes opérationnels, allant de représentant médical et pharmacie à Product Manager Dafalgan chez Bristol-Myers Squibb. Au niveau management, Jan Bamelis a travaillé pendant environ 6 ans dans le monde de l'emballage en tant que Business Development Director Benelux & Germany chez Chesapeake Pharmaceutical Packaging, tandis que ces dernières années, il a travaillé

chez Eurogenerics comme Business Unit Director EG avant de décrocher le poste de Sales & Marketing Director. À l'heure actuelle, Jan termine une mission comme entrepreneur indépendant chez Testo Benelux avant de reprendre le flambeau chez Roularta HealthCare. Roularta publie notamment *Journal du Médecin/De Artsenkrant, Le Pharmacien/De Apotheker et Belgian Oncology News*.

- **Etats-Unis** : Hearst vient de procéder à l'acquisition de 7 titres de la presse hebdomadaire, print et numérique, auprès de Hersam Acorn Newspapers : *The Ridgefield Press, The Wilton Bulletin, New Canaan Advertiser, The Darien Times, The Shelton Herald, The Trumbull Times et The Milford Mirror*.
- **Etats-Unis** : Meredith Corporation cède le magazine économique *Fortune* pour 150 millions de dollars US à Fortune Media Group Holding Ltd propriété du milliardaire thaïlandais Chatchaval Jiaravanon.

## Médias&Numérique

Prospectives Médias 14/11/2018

- *Biba* publie les audacieuses, une e-newsletter qui pose un regard drôle, pointu, piquant sur la vie quotidienne des femmes d'aujourd'hui. Gratuite, tous les lundis.
- Reworld Media développe son offre avec la création de Leads lab, nouvelle entité dédiée à la génération de visites et de leads qualifiés. Lancé dans la foulée d'atelier b, entité de production vidéo, et de Content Squad, entité de production de contenu. Leads lab se démarque par sa capacité à proposer des solutions de collecte clés en main telles que des livres blancs, collecte par le contenu, jeux concours, co-registation, tests, ... et, des services propriétaires ou en marque blanche tels que des calculettes d'aides, demandes de devis, simulateurs de prêt mais également de la collecte via Chatbot qui apporte des résultats deux fois supérieurs à la moyenne sur les premières campagnes déployées. Ses équipes interviennent sur l'ensemble des étapes de la campagne, du conseil amont, au ciblage/géolocalisation, à la création, mise en ligne et à la collecte via son propre studio de production. L'entité est dirigée par Marion Boudet, récemment nommée au sein du groupe, précédemment Team Manager chez Awin Global (2016) et Account Manager Dédinée chez Zanox (2012).

## 2 publications de l'IAB France sur le RGPD et sur l'adoption des CMP



Source :

L'Interactive Advertising Bureau France (IAB France) publie son guide sur le règlement général sur la protection des données, ainsi que les résultats du premier baromètre sur l'adoption des consent management platforms. Ce guide a pour vocation d'aider les entreprises membres de l'IAB France à évaluer leur conformité au RGPD et à leur indiquer les actions à mettre en place

→ lire la suite



# Le groupe Webedia annonce le développement de son activité en Espagne et en Amérique Latine avec l'intégration de Weblogs

Prospectives Médias 14/11/2018

Le groupe Webedia, parmi les premiers groupes média dédiés au loisir et au divertissement online dans le monde, avec 229 millions de visiteurs uniques\*\*, annonce le développement de son activité en Espagne et en Amérique Latine avec l'intégration de Weblogs, l'un des premiers éditeurs digitaux hispanophones.

Créée en 2004, la société basée à Madrid est spécialisée dans les sites thématiques leaders ou référents dans leurs verticales, comme Xataka (leader de l'actualité high-tech avec 7,3 millions de visiteurs uniques\*), Directo al Paladar (leader de la cuisine avec 3,0 millions de visiteurs uniques\*) ou Tendencias (l'un des premiers sites sur les tendances de la mode et de la beauté, avec 2,6 millions de visiteurs uniques\*). Avec ce rapprochement, Webedia, déjà propriétaire des sites leaders de l'actualité cinéma et gaming (SensaCine et 3DJuegos), ainsi que de l'agence Vizz qui représente les plus puissants talents digitaux du pays (ElRubius, WillyRex ou Vegetta 777...) se positionne désormais comme le premier acteur du divertissement en ligne en Espagne, et l'un des premiers dans le monde hispanophone.

Avec 16 millions de visiteurs uniques sur le territoire espagnol\*, il regroupe les sites leaders sur les verticales qu'il préempte :

- CINÉMA : Sensacine - Espinof
- LIFESTYLE : Tendencias - Vitónica
- CUISINE ET GASTRONOMIE : Directo al Paladar
- JEU VIDÉO : 3DJuegos - IGN - Vidaextra
- TECHNOLOGIES : Xataka

L'acquisition renforce aussi de manière significative les audiences du groupe Webedia en Amérique Latine. Ce rapprochement permet par ailleurs au Groupe de proposer aux marques l'une des premières offres de «content marketing», avec un portefeuille complet de services allant de la création de plateformes de contenus à la gestion de leur social media, en passant par la production de contenus vidéo ou d'événements, qui s'inscrivent dans une stratégie digitale et physique à 360°.

Antony Dumas, CEO de Webedia Espagne déclare : "*Les premières discussions avec Weblogs ont été nouées dès le lancement de Webedia en Espagne il y a 3 ans. Nous avons la même vision de l'évolution de nos métiers et le même ADN du divertissement en ligne.*

*En nous unissant, nous devenons leaders dans les jeux vidéo, le cinéma, le lifestyle et la technologie. Grâce au savoir-faire du Groupe, nous allons adresser nos audiences pour leur proposer le contenu le plus pertinent. Cette connaissance des goûts et attentes en matière de loisirs numériques est clé pour proposer aux marques des projets ambitieux".*

*"De cette fusion naissent des opportunités pertinentes avec la combinaison de l'activité de management de talents, des services pour les marques et des médias spécialisés. Ces synergies nous permettent d'avoir une offre complète pour nos clients" commente Antony Dumas.*

Julio Alonso, fondateur et CEO de Weblogs, déclare : "*Depuis 14 ans, nous sommes passés d'un simple blog technologique au premier groupe de médias numériques de langue espagnole. Notre ambition d'être leader sur le marché des médias spécialisés, de manière indépendante, avec des valeurs et de manière rentable, nous a menés là où nous sommes aujourd'hui. Nous avons trouvé en Webedia un groupe très proche du nôtre, qui partage nos valeurs, notre façon de comprendre Internet, notre ambition d'être leader et de créer des produits de qualité. Ensemble, nous voulons renforcer et accroître ce leadership."*

Jusqu'à la fin de l'année, chaque entreprise continuera à développer sa stratégie de manière autonome. Dans l'intervalle, des aménagements sont en cours pour organiser la structuration du Groupe en Espagne, qui sera en mesure d'y proposer une nouvelle offre globale au début de l'année prochaine.

\*comScore, MMX multi-platform, juin 2018, Espagne

\*\*comScore, mesure internationale multi-écrans, décembre 2017

## Lancement des Éditions L'Alchimiste

Presse Edition 14/11/2018

L'Alchimiste fait son entrée dans l'édition et choisit une ligne éditoriale originale, audacieuse, centrée sur l'imaginaire.

Les éditions L'Alchimiste proposent aux lecteurs un catalogue de livres numériques et imprimés aux thématiques variées : fantastique, Fantasy, science-fiction, développement personnel et spiritualité laïque. L'éditeur a à cœur de publier ce qui touche à la quête intérieure au travers d'œuvres de fiction et d'essais. Son leitmotiv est : «L'imaginaire comme questionnement du réel.»

L'Alchimiste une démarche éditoriale originale

Les éditions L'Alchimiste ont été créées en Touraine par trois professionnels : Lionel Cruzille, directeur et responsable éditorial, Étienne Ramond, responsable de fabrication et Marie Noël, artiste graphiste.

Ensemble, ils ont imaginé une maison d'édition sortant des sentiers battus pour proposer un catalogue mettant en avant l'écologie intérieure par la quête de soi et le questionnement du monde.

Lionel Cruzille explique : «*Depuis longtemps, la science-fiction a ce rôle de questionneur du monde qui l'entoure. Que ce soit par la dystopie, l'uchronie ou l'anticipation, elle éclaire et interroge le lecteur au travers de ses romans. Certains livres du genre fantastique ont aussi eu cette vocation. Les éditions L'Alchimiste cherche à offrir aux lecteurs ce même élan au travers de tous les genres de livres qui composeront sa ligne éditoriale. Tous ces livres contiennent cette fibre, oscillant entre ombre et lumière, afin de faire croître la vie intérieure de chacun des lecteurs.*»

### Du papier et du numérique

Pour rester dans la démarche écologique, les éditions L'Alchimiste publient des livres au format papier et numérique. Elles ont choisi l'impression à la demande, afin d'éviter les stocks inutiles et répondre rapidement aux demandes des lecteurs. Les livres numériques sont sans DRM. Les prix ont été étudiés pour rester accessibles à tous. Par des tarifs attractifs, et la qualité des livres édités, les éditions L'Alchimiste entendent s'ouvrir à tous les publics. La distribution numérique est effectuée par Immatériel, Hachette Distributions gérera le papier en début d'année 2019.

### Huit livres déjà disponibles

Les éditions L'Alchimiste proposent déjà huit ouvrages, une vingtaine d'autres seront publiés d'ici fin 2019, soit environ 2 à 3 nouveautés par mois. Ce catalogue riche se concentre sur des thèmes variés : fantastique, fantasy, science-fiction [avec une préférence pour l'uchronie, la dystopie, cyberpunk, science-fiction], quête de soi au travers de récits initiatiques [fictifs ou autobiographiques] ou de contes, des livres de développement personnel ou de spiritualité laïque.

## Vite dit Edition

Presse Edition 14/11/2018

- Quelle Histoire et Playbac coéditent un calendrier présentant les grandes dates ou événements marquants de l'histoire : en 365 jours, le calendrier fait découvrir l'histoire de France aux enfants. Pas un jour sans la naissance d'un roi, une invention scientifique, une victoire militaire, un mariage princier ou un traité de paix que les enfants peuvent découvrir à travers un court texte illustré et des jeux. Chaque page correspond à une date, illustrée et racontée par des anecdotes aux enfants. Un cadeau qui transmet et accompagne tout au long de l'année... parfait pour les fêtes de fin d'année!

- A l'issue d'une compétition, le groupe Madrigall choisit Lonsdale pour faire vivre de nouvelles aventures à la Librairie Le Divan Perché. Deux ans après la rénovation et le succès de la librairie Le Divan rue de la convention (Paris 15ème) Lonsdale, l'agence poursuit de nouvelles aventures avec le groupe Madrigall, et rénove sa librairie dédiée à la jeunesse, nouvellement nommée Le Divan Perché.

## DISTRIBUTION DES PRIX

- Depuis 2012, le Prix Landerneau BD distingue un album francophone paru en début d'année et dont le sujet, le style et le dessin sont à même de rassembler un large public autour d'un sujet singulier. Le jury composé de libraires des Espaces Culturels E.Leclerc et présidé par André Juillard (*Blake et Mortimer, Les 7 vies de l'épervier*) aux côtés de Michel-Édouard Leclerc déterminera le lauréat, qui sera annoncé le 27 novembre prochain à Paris.
- Suite aux délibérations du jury composé d'académiciens français, académiciens Goncourt, journalistes et écrivains, Pierre Guyotat a été désigné lauréat du Prix de la langue française 2018. Son dernier roman *Idiotie* est paru chez Grasset, fin août 2018. Pierre Guyotat succède au palmarès à Jean-Luc Coatalem. Le prix, créé par la ville de Brive et doté de 10.000 €, a été remis lors de l'inauguration de la Foire du livre, le vendredi 9 novembre dernier.
- Le Grand prix du roman de l'Académie française a couronné *L'Été des quatre rois* de Camille Pascal. Publié aux Editions Plon.
- Pierre Guyotat est lauréat du Prix Médicis 2018 pour son livre *Idiotie* et Prix spécial du jury Femina pour l'ensemble de son œuvre.
- Les lauréats des prix littéraires, Les Pépites (Un prix Salon du livre et de la presse jeunesse - France Télévisions), seront révélés le mercredi 28 novembre à 17h30, en ouverture de l'inauguration du Salon. La Pépite d'Or, grand prix de la littérature jeunesse récompensant la meilleure création de l'année choisie, tous genres confondus, sera remise par un jury composé de critiques littéraires et des organisateurs du prix. Pour la deuxième année consécutive, trois jurys de jeunes lecteurs (27 lecteurs au total, âgés de 8 à 17 ans) viendront désigner les lauréats dans les catégories « livre illustré », « roman » et « bande dessinée ». Les délibérations de ces jurys juniors se tiendront dans la journée du 28 novembre.
- Suite aux délibérations du jury composé de critiques littéraires, éditeurs et libraires, Richard Russo a été désigné lauréat du Grand Prix de Littérature Américaine 2018, pour *L'Arbre Monde*, publié au Cherche Midi en septembre dernier.

## PARUTIONS

- Chez Talent Sport : *2018 L'année des légendes*, par Antoine Couvercelle : Un très beau livre, avec de superbes et surprenantes photos d'actions, de réactions et d'émotion. Avec tous les résultats de l'année pour ne rien oublier de cette saison de tennis 2018 au scénario inimaginable.
- Editions Amphora : *50 rivalités sportives qui ont marqué l'histoire*, par Eric Coutard. Le sport s'écrit à travers des personnalités et des collectifs forts et uniques. L'instant d'un match, d'une rencontre, le temps se suspend et la rivalité prend vie...
- Editions Designfax : *Concevoir et produire une innovation : NextStage Design Management : de l'idée au prototype*, par Tiphaine Igigabel et Emmanuel Thouan. Dans la course à la compétitivité internationale, sans innovation, point de salut pour les organisations : c'est la mantra répété à l'envi par l'ensemble des parties prenantes de l'économie française. Mais l'innovation technologique est insuffisante si elle n'est pas accompagnée d'une innovation sur les usages et d'un travail collaboratif. Les auteurs vous proposent de regarder les organisations d'un autre oeil pour concevoir et produire des innovations grâce au design, et plus particulièrement au moyen d'une méthodologie complète permettant de concrétiser les idées d'innovati

# Un colloque sur les défis de la lecture chez les jeunes : save the date!

Source : Lettres Numériques

Source

Source : Lettres Numériques

En dialogue avec le Service général des Lettres et du Livre de la Fédération Wallonie-Bruxelles, le PILEn (Partenariat interprofessionnel du Livre et de l'Édition numérique) organise chaque année une journée de réflexion sur un thème interprofessionnel : le prêt numérique en bibliothèque en 2014, la place centrale du lecteur en 2015, le format ePub en décembre 2016 et enfin les innovations dans le secteur du livre en 2017. Cette année, la journée s'articulera autour des défis en matière de lecture chez les jeunes.

[Lire la suite](#)

## Foreign Affairs Edition

Presse Edition 14/11/2018

• **Inde** : La New Delhi World Book Fair 2019 se déroulera du 5 au 13 janvier 2019 sur le thème The readers with special needs.

• **Chine** : L'auteur de *J'ai une idée*, Editions Bayard, sa nouveauté parue en librairie le 3 octobre dernier, vient d'être récompensé par le prestigieux Prix Chen Bochui, la veille de la 6ème Foire du livre Jeunesse de Shanghai. La cérémonie des prix au Baoshan International Folk Art Museum de Shanghai s'est tenue le jeudi 8 novembre. Le prix lui a été remis par Sophie Van der Linden, spécialiste de l'album et membre du jury.

• **Grande-Bretagne** : Scottish Book Trust, l'éditeur écossais vient de nommer son nouveau patron, Val McDermid, un auteur de romans policiers traduits dans 40 pays avec un total de ventes de plus de 15 millions d'exemplaires.

## Rubrique Livres



Presse Édition 14/11/2018

Aux Éditions PUG une nouvelle collection "**Journalisme en +**" pour mieux comprendre les médias et le journalisme! Comment décrypter une adresse url, retrouver une page Web disparue, reconnaître une rumeur, détecter un plagiat? Que signifie «bâtonner une dépêche»? Qu'est-ce que le «off»? Comment se déroule une «panique morale»? Vient de paraître :

### **CHERCHER ET ENQUÊTER AVEC INTERNET**

*Olivier Bot, préface de Johan Hufnagel, collection "Journalisme en +", PUG, 2018, 140 pages, 16€*

Un outil pratique dédié au Web, pour décrypter tous les pièges! Plus de 100 outils présentés, pour chercher mieux et plus vite. Enfin, il fournit des pistes pour appliquer sur Internet l'éthique du journaliste, éviter la diffamation et le plagiat et assurer la protection des sources et des données.



### **PETIT LEXIQUE DU JOURNALISTE**

*Gilles Bastin,, collection "Journalisme en +", PUG, 2018, 140 pages, 16€*

que signifie «bâtonner une dépêche»? comment on mesure la «crédibilité» des qu'est le «off»? comment se déroule une «panique morale»? ou encore ce entendre quand un journaliste emploie la notion d'«objectivité»? Un guide pour tous ceux qui cherchent à comprendre le fonctionnement du journalisme et des l'heure des fake news.



Savez-vous ce que signifie «bâtonner une dépêche»? comment on mesure la «crédibilité» des médias? ce qu'il faut toutes celles et médias à

## POUVOIR D'ACHAT

Le grand mensonge : Une enquête exclusive

*Philippe Herlin, Eyrolles, 2018, 160 pages, 16€*

Vous avez le sentiment que votre pouvoir d'achat régresse, que la hausse des prix est sous-estimée, mais année après année l'INSEE affirme que vous vous trompez. Ce livre va vous montrer que vous avez raison, chiffres à l'appui. Philippe Herlin a mené un travail d'enquête approfondi pour recueillir des séries de prix sur un demi-siècle, entre 1965 et 2015, dans les catalogues de vente par correspondance, les brochures publicitaires de supermarchés, les publications spécialisées. Le résultat est sans appel : depuis la fin des Trente Glorieuses, au milieu des années 70, le pouvoir d'achat des Français a diminué.

Au-delà des chiffres, des extraits d'articles de presse font revivre plusieurs moments-clés de ces cinquante dernières années, du premier choc pétrolier à la crise des subprimes en passant par la mondialisation et le passage à l'euro. Ils montrent, concrètement, comment nos habitudes de consommation et notre niveau de vie ont été impactés par le contexte économique. Pourtant, des solutions existent pour faire de nouveau progresser le pouvoir d'achat de l'ensemble des salariés, et elles sont à notre portée.

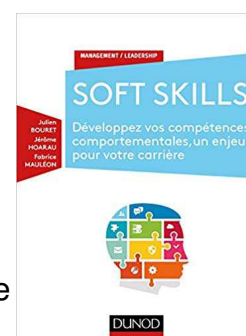


## SOFT SKILLS

Développez vos compétences comportementales, un enjeu pour votre carrière

*Julien Bouret, Jérôme Hoarau, Fabrice Mauléon, Dunod, 2018, 256 pages, 23€*

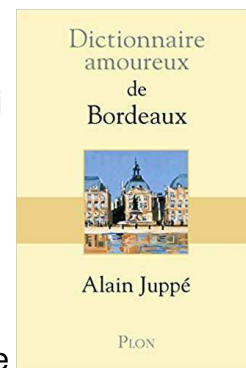
Pourquoi est-il urgent de s'adapter au monde digital? Comment développer les compétences comportementales indispensables à votre avenir? Comment cultiver votre singularité et votre flexibilité? Quelles techniques peuvent vous aider à atteindre vos objectifs? Les Soft Skills sont les compétences essentielles pour surfer sereinement sur le futur et répondre aux enjeux des transformations du monde professionnel. Cet ouvrage propose des approches innovantes pour déployer vos Soft Skills au quotidien. Des témoignages, des fiches pratiques et des évaluations enrichissent les techniques clés nécessaires pour faire face à l'intelligence artificielle de plus en plus présente en entreprise.



## DICTIONNAIRE AMOUREUX DE BORDEAUX

*Alain Juppé, Plon, 2018, 600 pages, 25€*

Bordeaux m'a procuré le plein épanouissement. C'est dans cette ville, «ma» ville, que j'ai le sentiment d'avoir agi le plus concrètement, d'avoir fait vraiment changer les choses, d'avoir servi. Ce que je voudrais dans ce livre, c'est d'abord lancer au lecteur une invitation au plaisir : le plaisir d'une déambulation au coucher du soleil le long des quais de la Garonne ; le plaisir d'aller «bruncher» un dimanche dans l'espace Darwin ; celui d'accompagner ses enfants au jardin public pour applaudir le Guignol Guérin ; le plaisir de s'asseoir à l'une des innombrables terrasses de café à l'écart de la circulation automobile, place de la Comédie, place Pey-Berland, place Camille-Jullian... Le plaisir de goûter un petit blanc sec avec quelques huîtres du banc d'Arguin après avoir fait ses courses aux Capus. Et tant d'autres moments rares. Je voudrais surtout créer une contagion : celle de «l'esprit bordelais».

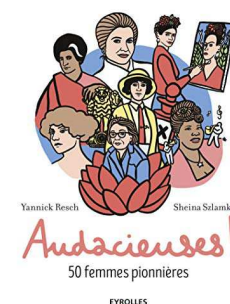


## AUDACIEUSES !

50 femmes pionnières

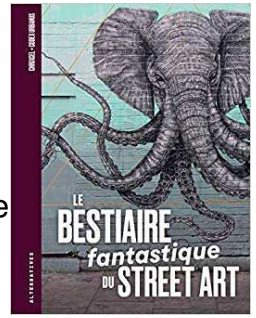
*Sheina Szlanka, Yannick Resch, Eyrolles, 2018, 128 pages, 21,90€*

Initiatrices souvent invisibles, les femmes n'ont pas fini de nous surprendre... Ce livre est le fruit d'une rencontre éditoriale entre deux auteures engagées et talentueuses qui ont décidé de produire un doux manifeste pour sortir de l'ombre une cinquantaine de personnalités remarquables. A chacune, elles prêtent une histoire et un visage, qu'elles conçoivent comme un diptyque. Le choix a porté sur les XIXe et XXe siècles, sur tous les continents, dans les domaines de la littérature, de la politique, des sciences, des arts et de l'action.



## LE BESTIAIRE FANTASTIQUE DU STREET ART

Chrixcel, Codex Urbanus, préface Stéphane Audeguy, Alternatives, 2018, 240 pages, 29,90€



Les monstres attaquent la ville! Depuis la nuit des temps, l'animal fantastique accompagne l'homme dans la compréhension du monde et de sa propre identité. De la préhistoire à l'aube du XXe siècle, les artistes se sont emparés avec passion de ce thème universel, peuplant oeuvres picturales, bâtiments, sculptures ou longs-métrages des chimères les plus improbables. Puis, boudé par l'art contemporain, l'animal fabuleux trouve refuge dans la culture populaire avant de renaître de ses cendres grâce à l'art urbain, qui lâche monstres et créatures au coeur de nos villes pour une remise en question sauvage et directe de notre soi-disant humanité. À travers une relecture passionnée du bestiaire fantastique tout au long de l'histoire de l'art, Codex Urbanus et Chrixcel proposent une découverte inédite du street art qui, inspiré par ces animaux légendaires, déchaîne la puissance du merveilleux dans un quotidien urbain, parfois désenchanté. Avec la contribution de Thierry Grillet, Yves Peyré, Justine Breton, Benoît Mouchart et Flore Daugey et la participation de 21 artistes internationaux.

## Les prochains défis de l'édition numérique selon les distributeurs



Source : Lettres Numériques

Suite de notre galerie de portraits des acteurs du numérique. Dans le cadre de la conférence Readmagine qui s'est tenue en juin dernier, des e-distributeurs venus du monde entier ont été interrogés sur la question suivante : quel est le plus grand défi auquel est confrontée l'industrie du contenu numérique aujourd'hui ? Lettres Numériques vous livre une synthèse de leurs réponses.

[Lire la suite](#)

## Livres Côté Psy&santé

Presse Édition 17/10/2018

### LE TRAVAIL QUI GUÉRIT

L'individu, l'entreprise, la société

Jean-Michel Oughourlian, Plon, 2018, 140 pages, 12,90€

Elles sont six, réparties entre Nantes, le Mans, Tours et Cholet. Six usines où sont fabriqués les systèmes de câblages électriques équipant les voitures haut de gamme de PSA et Renault, entre autres. Leur particularité? Tous leurs opérateurs (700 sur un effectif total de 830 personnes) sont des handicapés mentaux : porteurs de trisomie 21, souffrant d'autisme, de schizophrénie, de retards cognitifs importants, etc. Pourtant, ils travaillent tous. Ils ont un salaire, des contraintes, en somme une vie professionnelle (et personnelle) normale. Et un objectif : la réinsertion en milieu "classique" (usine, entrepôt, commerce...). Le psychiatre Jean-Michel Oughourlian s'est immergé dans ces extraordinaires "usines apprenantes" de la Fondation Amipi – Bernard Vendre. Son constat? "L'usine réussit là où la psychiatrie a échoué. A l'hôpital, beaucoup parmi ces opérateurs seraient des légumes. Là, ils progressent." C'est le travail qui guérit. L'entreprise est un lieu de production, c'est aussi un lieu où se fabrique l'être humain. Sa dimension n'est pas seulement financière : elle est aussi sociologique. Qu'est-ce que l'intelligence? Comment le travail des mains peut-il agir sur les neurones et les synapses du cerveau? Quel rôle tient le mimétisme dans la "normalisation" de ceux que l'on appelle handicapés? S'appuyant sur des études neurologiques, ce livre est d'abord un récit. L'histoire d'Angèle, d'Antoine ou de Jérémie qui, comme Bernard Vendre, eurent un jour droit à ce verdict terrible : "Débile il est, débile il restera." Mais débiles, ils ne le sont plus...

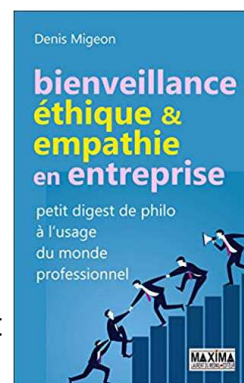


## BIENVEILLANCE ÉTHIQUE ET EMPATHIE EN ENTREPRISE

Petit digest de philo à l'usage du monde professionnel

*Denis Migeon, Maxima Laurent du Mesnil-Editeur, 2018, 144 pages, 18,50€*

Dans un contexte professionnel parfois dégradé, trop souvent fondé sur de fausses certitudes et un certain confort, ce livre propose de réfléchir à un management bienveillant, de questionner les rapports humains dans l'entreprise à travers le prisme de la philosophie. Bousculant bien des idées reçues, il ouvre une boîte à outils pragmatique pour les managers. A la manière du Petit traité des grandes vertus de Comte-Sponville, l'auteur associe philosophie et management de manière simple et efficace, l'objectif étant que ce livre puisse se lire de façon fractionnée, au bureau, à la pause, et pourquoi pas à la page..., mais surtout qu'il suscite le questionnement. L'Ecoute, La Justice, L'Exemplarité, Le Courage, L'Humilité, L'Empathie, La Simplicité, L'Humour, La Résilience et La Confiance : chacun de ces signes de bienveillance fait l'objet d'un chapitre étayé par plusieurs réflexions et citations de philosophe, permettant le transfert sur les pratiques managériales.



## LA STRATÉGIE DE LA LIBELLULE

*Thierry Marx, préface Gilles Boeuf, cherche midi, 2018, 224 pages, 18€*

*Lorsque la libellule est confrontée à un obstacle, son premier mouvement consiste à changer d'axe. Sans jamais reculer, elle teste un passage par le haut, puis par le bas, de droite à gauche et de gauche à droite, jusqu'à trouver la solution. Autrement dit, la libellule se montre capable de prendre de la distance. Quand nous avançons sur un chemin, nous rencontrons un certain nombre d'obstacles. En réalité, ce ne sont pas des obstacles mais des faits. Or ceux-ci ne sont pas négociables. Le meilleur moyen de les considérer est toujours de rechercher en eux le potentiel qu'ils dissimulent. Dans La Stratégie de la libellule, Thierry Marx développe tous les mots-clés qui lui ont permis de construire et d'affiner sa philosophie. Des arts martiaux à l'entreprise, en passant par l'échec, la méditation ou la rigueur, il revient sur ce qui l'a inspiré et sur ce qui, chaque jour, l'aide à s'en tenir uniquement à son projet. Si ce livre pouvait modestement vous servir à créer des opportunités, il aurait atteint son but. Nous pourrions alors remercier les libellules.*



## VRAIMENT CALME

*Psychologies Magazine avec la collaboration de Dominique Steiler & Ilios Kotsou, De Boeck Sup, 2018, 222 pages, 14,95€*

Le stress gouverne-t-il votre vie? Dans un monde où les technologies évoluent sans cesse, où règne l'incertitude économique et où nos responsabilités sont toujours plus lourdes, nous souffrons presque tous du stress. Est-il possible de trouver son calme dans tout ce tumulte? Je reprends le contrôle! Pour trouver le calme, il faut agir plutôt que réfléchir aux façons de s'en sortir. *Psychologies Magazine* a réuni les plus grands experts et les dernières découvertes en la matière pour vous aider à reprendre le contrôle et gérer vos défis quotidiens et aussi à profiter de la vie. *Vraiment calme* vous aidera à : définir à quoi la vie ressemble quand on est calme identifier les facteurs de stress qui vous affectent ici et maintenant mettre au point une stratégie pour vous en sortir vous autoriser à vous affranchir du stress modifier votre façon de réagir aux événements extérieurs. Ce livre enseigne les compétences, techniques et habitudes qui permettent de s'ajuster efficacement face au stress pour plus de sérénité.



## HANDICAP : QUAND L'ARCHÉOLOGIE NOUS ÉCLAIRE

*Valérie Delattre, Éditions Le Pommier, 2018, 192 pages, 10€*

Quel était le quotidien d'un individu handicapé? Était-il pris en charge par les siens? Rejeté? Soigné? Accompagné? Appareillé? Aujourd'hui, les progrès de l'archéologie permettent une lecture de plus en plus précise de cette prise en charge des infirmes, des "corps différents", des estropiés, des faibles ou des malades. Et une réflexion collective sur l'accueil de la différence dans les sociétés qui nous ont précédés... qui peut nourrir les débats actuels sur la place du handicap dans nos sociétés contemporaines.

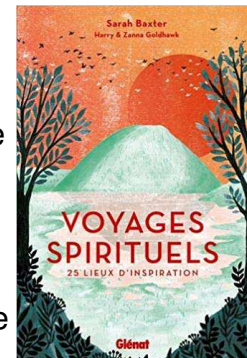


## VOYAGES SPIRITUELS

25 lieux d'inspiration

*Sarah Baxter, Glénat, 2018, 145 pages, 19,95€*

Certains lieux ont la capacité de toucher l'âme. Ils ont ce pouvoir de s'insinuer davantage ; de s'infiltrer à travers la peau pour plonger intimement au plus profond de soi ; de nous contraindre à nous poser de nouvelles questions sur l'existence. Ces endroits pourraient ne pas être plus beaux, plus frappants, plus insolites ou plus grandioses que d'autres – mais la plupart du temps, ils le sont. D'une certaine manière, ils ont beaucoup plus de densité. C'est parce qu'ils sont sacrés qu'ils sont empreints d'une telle intensité spirituelle accumulée au cours des siècles – peut-être même des millénaires – par le recueillement de nos prédécesseurs. Ce sont des lieux chargés de prières et d'espérance. L'objectif de ce livre est de vous faire voyager dans quelques-uns de ces lieux magiques, mystérieux et mystiques. Illustré par de splendides dessins, il évoque la quintessence de vingt-cinq sites sacrés disséminés sur toute la planète, et ravive quelques-unes des légendes qui leur sont associées.



## Edition&Numérique

Prospectives Médias 14/11/2018

- Le projet de publication d'un manuel ouvert en Histoire porté par l'Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, avec le soutien de l'Université Paris-Saclay et du consortium Couperin, est lauréat de l'Appel à Manifestation d'Intérêt du Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation, sur la thématique Transformation Pédagogique et Numérique.
- Les 10 ans des Assises du livre numérique se dérouleront le 3 décembre 2018 à partir de 9h45 au Novotel Tour Eiffel (61 quai de Grenelle, 75015 Paris). Dix ans après leur création par le SNE, les Assises du livre numérique sont aujourd'hui un rendez-vous incontournable dédié aux développements stratégiques du secteur de l'édition. Cette édition anniversaire des Assises fera le point sur les profondes évolutions à l'œuvre dans un secteur marqué par dix années de transformations numériques. Anniversaire oblige, les Assises du livre numérique inaugurent en 2018 un nouveau format. La journée sera désormais rythmée par de grandes conférences le matin, suivies de conférences thématiques l'après-midi permettant au public d'approfondir trois sujets au choix. Comme à chaque édition, de grands acteurs du secteur, français et internationaux, partageront également leur vision sur les mutations en cours de l'industrie du livre numérique. Cet événement national, gratuit, est destiné aux professionnels, aux étudiants et à toutes les personnes intéressées par ce secteur. Une inscription individuelle est requise. Pour vous inscrire, veuillez compléter le [formulaire d'inscription](#).
- Repeat Groupe remporte le marché public 2019 du Centre national du livre (CNL) dont la mission est de promouvoir et soutenir tous les acteurs de la chaîne du livre. L'agence va piloter la stratégie digitale de l'opération «Partir en Livre», la grande fête du livre pour la jeunesse, dont la 5e édition aura lieu en juillet 2019 dans toute la France. La stratégie digitale orchestrée par Repeat Groupe s'adresse aux professionnels pour qu'ils s'inscrivent auprès du CNL et obtiennent leur kit d'animation, mais aussi au public pour l'inciter à se déplacer aux différentes manifestations festives et ludiques - plus de 6.700 événements en 2018 - organisés pendant la manifestation.



## 4 questions à Nicolas Duperron, co-fondateur de l'agence Chut ! on vous écoute



Prospectives Médias 14/11/2018

***Que pèse aujourd'hui le marché de la communication et du design sonores et comment vous positionnez-vous sur ce ou ces marchés?***

**Nicolas Duperron** : C'est une question à laquelle je ne peux pas répondre de manière très documentée. Je ne peux que partager mes observations quant à l'évolution du marché, car je ne dispose pas d'études chiffrées récentes. Si on se focalise sur l'identité sonore j'ai l'impression que l'on se trouve un peu à un palier. L'idée qu'une entreprise doit ou peut s'équiper d'une identité sonore a bien fait son chemin. Les grandes entreprises disposent de ces outils, certaines en sont déjà à plusieurs générations de créations. Les autres y pensent souvent, même dans des domaines BtoB. En ce sens c'est une vraie évolution. Toutefois peu franchissent encore le pas d'investir sérieusement sur le sujet. La dimension financière reste encore un frein important, surtout face à un gain encore trop peu mesurable. On se retrouve donc face à des clients qui ont des attentes légitimes et sérieuses mais des budgets pas toujours en conséquences.

Sur la partie prod son/pub le marché est très concurrentiel, de plus en plus international également. On observe un glissement des budgets de la TV vers le digital, ce qui est positif car une partie de l'investissement média d'antan se reporte sur la prod de films web plus ambitieux et donc plus créatifs. Ce qui est moins positif c'est l'évolution de la rétribution des droits d'auteur. Bien collectés en TV/radio ils représentaient un revenu important pour les compositeurs. Pas collectés ou à peine sur le web (les choses bougent très très doucement) cela met en danger une partie du secteur.

Sur ces deux marchés nous jouons la carte du haut de gamme et du sur mesure. Nous recherchons les beaux projets et ne voulons pas nous engager dans un modèle où la quantité primerait sur la qualité.

***Vous avez entièrement repensé votre site internet. Une occasion de repositionner l'agence ou pure opération de communication?***

**Nicolas Duperron** : Sortir un site est toujours une pure opération de communication. Etre dans l'air du temps, disposer d'une belle vitrine. Mais cette fois la conception de ce nouveau site a été l'occasion de réfléchir concrètement à la manière de présenter notre activité et de s'adresser à nos cibles de clients et prospects. D'une certaine manière ce positionnement a toujours été là au sein de l'agence, ce n'est pas une nouveauté. Ce qui est nouveau c'est d'avoir trouvé la manière de l'exprimer et de communiquer cela autour de nous.

***Quelles sont les principales actualités de l'agence?***

**Nicolas Duperron** : 2018 est une belle année pour nous. Nous avons concrétisé un très beau projet pour Oakley, qui a été primé récemment au Lisbon Ad Festival. On vient également de finaliser une très belle prod avec Wanda pour le teaser d'un nouveau jeu Ubisoft, Starlink. Une plongée incroyable dans l'univers de la 3D et des VFX avec un studio de référence, Frameworks et un réalisateur hyper talentueux, Dan Di Felice.

Côté identité sonore nous sommes en train de finaliser la signature sonore de Tissot .

***Vos projets à venir?***

**Nicolas Duperron** : Nous démarrons le travail de refonte de l'identité sonore de France Pare-Brise et

nous venons d'apprendre que l'aventure Oakley devrait se poursuivre très prochainement. Dans la foulée du film Nike sur la victoire de l'équipe de France de Foot nous avons la chance de continuer à travailler avec cette belle marque et son agence Wieden + Kennedy. Et nous devrions bientôt présenter une belle bande son d'un film Audemars Piguet réalisée avec Fred & Farid.

### ***Une petite bio sur votre parcours, Nicolas?***

**Nicolas Duperron** : Passionné de musique depuis l'enfance, je fais des études de commerce à la Grenoble Ecole de Management. Je rencontre un de mes associés Arnaud en 2003, en travaillant chez Salomon à Annecy. Après des premières expériences professionnelles dans le domaine de la communication et du marketing (côté agence et annonceur) nous décidons en 2009 de nous associer avec Arnaud Astruc et Benjamin Fournier-Bidoz pour fonder Chut on vous écoute. L'idée est de pouvoir mettre mes compétences commerciales et relationnelles, couplées à mon amour de la musique, au service du talent d'Arnaud et Benjamin, 100% dédiés à la composition et à la création.

## **Vite dit Communication**

Presse Edition 14/11/2018

- Un avion de 19 m. de long, 12 m. de large et 3,5 m. de hauteur aux couleurs de Lancôme a décollé pour Beijing. Nul besoin de tarmac pour qu'il puisse s'élancer. La place Joffre qui borde l'Ecole militaire dans le 7e arrondissement de Paris avec la Tour Eiffel à quelques mètres est une piste idéale. Car cet avion est... en papier. Il crèvera les écrans chinois quelques jours avant le 10e anniversaire du Singles' Day, le 11 novembre 2018. Pour célébrer cette journée d'offres et de promotions exceptionnelles sur l'incontournable site de e-commerce Tmall, Lancôme a choisi de transporter dans son poétique jet, un petit bout de la ville Lumière dans l'Empire du Milieu.

[Pour retrouver le film de la campagne](#)

- Pour son 50e anniversaire, l'enseigne Française et intergénérationnelle Hippopotamus s'est offert un logo dédié, une carte éphémère en restaurant, un jeu national drive to store 100% gagnant, une campagne media d'affichage print et digitale et un relai social media durant une activation complète de 5 semaines, du 2 novembre au 9 décembre 2018.
- A l'occasion l'IREP Forum du 18 octobre 2018, l'IREP a distribué deux prix venant récompenser les meilleures études et présentations. Ont ainsi été remis : Le Prix du comité de programme pour la meilleure Eétude ou recherche à Alexis Langrené, Responsable des solutions d'efficacité média de Nielsen et Nikki Westoby, Directrice du département neuroscience Europe, sur le thème «Leveraging Consumer Neuroscience in the Age of Distraction». Le Prix du Public pour la meilleure présentation à Alexandre George, Consultant, sur le thème : «Les marques dans la transformation digitale : vers un nouveau modèle de brand identity».
- 4 nouveaux budgets pour Monet+Associés : Danfoss Chauffage, LeeKum Kee, Maître Coq et La Tête dans les Nuages. Après compétition, le Groupe Makheia a remporté la consultation sur le repositionnement global de la chaîne des 2.200 hôtels-restaurants Logis en Europe. Une nouvelle plateforme de marque et un nouveau territoire d'expression verront le jour début 2019 valorisant l'implantation locale de la marque et son partenariat avec le Tour de

France.

- iBIUE ouvre son premier bureau à Paris et devient ainsi la 1ère agence de communication chinoise à s'implanter en France. Créé en 2013 par Victor Yang passionné de communication, iBIUE s'est donné un

double objectif : aider les marques françaises à s'installer en Chine, mais surtout à accompagner les marques à optimiser l'expérience client tout au long de leur séjour. De leur projet de voyage à leur retour, iBIUE facilite les achats sur le territoire français grâce à des outils de communication spécifiques. Fort de son expertise, il décrypte les comportements des shoppers chinois pour permettre aux marques de mieux répondre à leurs attentes.

## **NOMINATIONS**

- Initiative, agence média du groupe IPG Mediabrands, annonce la nomination de Bertrand Beaudichon au poste de Chief Executive Officer d'Initiative France. Bertrand Beaudichon arrive chez Initiative avec grande expérience du leadership et de l'innovation ; il quitte Mediaplus France (Groupe ServicePlan), qu'il a fondé et dirigé. Précédemment, de 2009 à 2015, il était Vice Président du Groupe Omnicom Media France et CEO de PHD. Bertrand Beaudichon a par ailleurs présidé l'UDECAM (Union Des Entreprises de Conseil et Achat Média) de 2013 à 2014, et le CESP (Centre d'Etude des Supports de Publicité) de 2011 à 2014. Bertrand Beaudichon possède un DESS Audit et un Mastère Sciences de gestion de l'Université de Paris-Dauphine.
- 8 nouveaux collaborateurs chez Monet+Associés : Margaux Fouré, consultante en Relations Médias, Claire Chapat, consultante en Relations Médias, Laura Ducros, consultante en Relations Médias, Marie Ravet, graphiste, Antoine Allègre, concepteur / rédacteur, Madeline Maeder, community manager, Clémence Vuillermet, consultante Brand Content et Amiria Esquina, data analyst.
- LOLA MullenLowe Paris renforce ses équipes créatives à Paris et annonce l'arrivée d'Antoine Colin et de Jordan Lemarchand aux postes de Directeurs de création. Ils travailleront sous la direction de Cédric Guéret, Executive Creative Director du groupe MullenLowe France, et de Chacho Puebla, CCO Western Europe & Regional Creative Director for LATAM at LOLA MullenLowe. Antoine Colin et Jordan Lemarchand ont pu s'illustrer sur de nombreuses marques nationales et internationales (Canal+, Mc Donald's, Orange, France TV...) dans de grandes agences telles que Havas, BETC, TBWA Paris, et dernièrement chez Publicis Conseil. Jordan Lemarchand a été élu meilleur Directeur Artistique français par CB News en 2015, et Antoine Colin, 3e meilleur concepteur-rédacteur français par le Club des Directeurs Artistiques en 2017.
- Cécile Kossoff rejoint le Groupe Mazars. Forte de 25 années d'expérience en marketing, communication et stratégie de marque, Cécile Kossoff apporte au groupe Mazars une expertise reconnue en transformation de marque et management de la réputation. Elle a notamment piloté au cours des douze dernières années chez McKinsey & Company la stratégie globale de marque, la diffusion de l'expertise du cabinet au niveau mondial, et la mise en place de l'excellence en matière de communication et de réputation. Avant de rejoindre McKinsey, elle était Directrice de la Stratégie, du Marketing et de la Communication chez Lexis Nexis France (groupe Reed Elsevier). Au sein de Mazars, Cécile travaille en étroite collaboration avec le Group Executive Board et est rattachée directement à son CEO Hervé Hélias, avec pour mission d'accroître la réputation du groupe et faire rayonner la marque mondialement, de renforcer la proposition de valeur de Mazars auprès de l'ensemble de ses clients et partenaires, et de contribuer activement à la croissance internationale du groupe.

## Les Maisons de Georges lancent le Penthouse Luxembourg



Presse Edition 14/11/2018

Les Maisons de Georges inaugurent le Penthouse Luxembourg dans le 14e arrondissement de Paris. Ce nouveau lieu atypique et original dédié aux événements professionnels ou privés de taille confidentielle reste parfaitement fidèle aux valeurs du groupe hôtelier.

Déjà à l'origine de trois hôtels parisiens – L'Observatoire (\*\*\*\*), le Six (\*\*\*\*) et l'Hôtel Gaston (\*\*\*) ainsi que de la brasserie Le Luco, le groupe Les Maisons de Georges inaugure aujourd'hui le Penthouse Luxembourg, un nouvel espace événementiel dédié aux rencontres professionnelles ou privées de taille confidentielle.

Situé sur le boulevard Raspail dans le 14e arrondissement de Paris, le Penthouse Luxembourg est un ancien atelier d'architecte, transformé en vaste appartement de 114 mètres carrés, dont 84 mètres carrés de surface de réception. Il se compose d'une grande salle modulable assortie de différents espaces annexes : une mezzanine aménagée, une petite cuisine fonctionnelle, des vestiaires, des toilettes indépendantes. D'une très belle hauteur sous plafond de 6 mètres, le Penthouse Luxembourg est entièrement exposé à la lumière du jour. Tous les espaces donnent sur un jardin intérieur au travers de larges et hautes baies vitrées donnant à l'ensemble un esprit «campagne à la ville».

D'une capacité d'accueil de 12 à 50 personnes, le Penthouse Luxembourg se prête à tous les formats de réunions professionnelles ou privées : petit-déjeuner, cocktail, conférences, déjeuners, séminaires mais aussi tournages, présentation de produits, expositions, rencontres privées, team-buildings ou vernissages.... Les prestations haut de gamme du Penthouse Luxembourg sont assurées par les Maisons de Georges et garantit une sélection de prestataires privilégiés.

La tonalité «comme à la maison» du Penthouse Luxembourg est parfaitement en accord avec les valeurs de savoir vivre défendues par le groupe Les maisons de Georges. Un groupe qui conçoit des hôtels comme autant de « maisons parisiennes » où se cultivent un certain savoir-vivre et un art de recevoir à la française : élégant, empathique et bienveillant.

Penthouse Luxembourg, 230 boulevard Raspail, 75014 PARIS.

Accès : Métro : Ligne 4 ou Ligne 6 station Raspail- Ligne 12 station Notre-Dame des Champs- RER B : Station Denfert-Rochereau

Tarifs, à partir de 450€ sur devis.

### A propos des Maisons de Georges

Le groupe hôtelier dirigé par Georges Bonneau depuis 2001 – regroupant aujourd'hui trois hôtels : l'Observatoire, Le Six & Spa, Gaston ainsi que la brasserie Le Luco - a été rebaptisé Les Maisons de Georges en 2018.

› En savoir + : [www.lesmaisonsdegeorges.com](http://www.lesmaisonsdegeorges.com)

## Côté Design

Presse Edition 14/11/2018

- Le groupe Le Five, leader des complexes de football indoors, a choisi quatre pour l'identité de son activité padel, et lance 4Padel, une marque dédiée à ce sport émergent qui se joue à 4.
- Présent uniquement sur le marché des céréales adultes, Jordans souhaite développer une offre de céréales pour enfants. C'est dans ce contexte et grâce à sa méthodologie participative que SUB a participé à l'offre et a créé le discours de la marque, l'univers, le branding et les packagings de cette nouvelle gamme.
- Créé pour l'Exposition Universelle 1900, et nouvellement géré par Créateur d'Instants, l'entreprise du Groupe SOS, n°1 de l'économie sociale et solidaire, le Pavillon Élysée se métamorphose avec l'agence de branding et de design Lonsdale. Le groupe a choisi après consultation de faire appel à Lonsdale pour repenser ce lieu événementiel emblématique et écrire une nouvelle page de son histoire tournée vers l'excellence.
- A l'occasion de ses 20 ans et pour singulariser son style, Boutique Nature revoit son identité et sa ligne packaging «au coeur de la nature» avec Brandimage. Réponses de l'agence : un nouveau logo épuré qui réconcilie authenticité et efficacité ; un nouveau style de packaging qui allie plaisir et confiance ; une segmentation plus lisible.
- Atelier Pascalie dessine la gamme de maquillage Havana, une collaboration entre la chanteuse Camila Cabello et L'Oréal Paris. L'identité graphique de cette collection de maquillage d'une quinzaine de produits, adressée aux millennials, devait exprimer l'univers de Camila Cabello, et ses origines Cubaines. Évoquer un maquillage naturel, jeune, aux accents exotiques et solaires.

## Avis d'Expert : Data Marketing: les Avis d'Expert : 5 tendances à venir par Amaury Martin, DG de Emarsys France



Presse Edition 14/11/2018

Aujourd'hui, les données constituent le plus grand atout pour les marques et les consommateurs. Google, Apple, Microsoft, Amazon et Facebook sont sans doute les cinq plus grandes marques aujourd'hui. La seule chose que ces puissantes marques ont en commun ? La donnée.

Et ces données vont devenir l'une des choses les plus précieuses. A mesure que nous chercherons des moyens d'améliorer la sécurité, les données, en particulier les First Party Data, ne feront que prendre de la valeur. La future démocratisation des données ne permettra plus aux entreprises de tout contrôler. Ainsi, de nouvelles opportunités pour les marketeurs et entreprises verront le jour. Ces derniers pourront détecter les tendances émergentes et construire une stratégie d'avance sur la concurrence.

Voici donc nos prédictions qui placent la Data au cœur de la stratégie Marketing. Ces évolutions changeront fondamentalement le rôle du marketeur.

### **1- Les First Party Data seront l'atout le plus précieux des entreprises**

Les données sont aujourd'hui l'atout le plus précieux de chacun. Chacune de nos interactions génère des

données à notre sujet. Dans les 5 années à venir, les consommateurs contrôleront leurs propres données et les First Party Data deviendront le type de données le plus précieux.

## **2- Les clients exigeront le contrôle total de leurs données personnelles.**

Les consommateurs s'inquiètent de la quantité de données qu'ils partagent avec les marques. Au cours des 5 prochaines années, ils exigeront le contrôle de leurs données, et les blockchains représenteront à la fois la sécurité des données grâce au cryptage et un moyen pour les clients individuels de contrôler leurs données personnelles.

## **3- Les données de localisation deviendront l'indicateur le plus précis d'où et qui nous sommes**

Les services de localisation suivent où nous sommes. Et de plus en plus, l'endroit où nous nous situons représente qui nous sommes. Pour le marketer, cela signifie un autre canal singulièrement identifiable qui produira encore plus de données pour chaque client.

## **4- De nouvelles entreprises naîtront pour fournir des données qui apprendront des algorithmes des machines**

Si, à l'heure actuelle, la plupart des données sont contrôlées par les plus grandes marques, au cours des 5 prochaines années, nous assisterons à l'émergence d'entreprises qui fourniront des données aux marques. Ces dernières pourront alors enseigner à leurs machines IA comment analyser les données et agir sur les informations.

## **5- La réalité augmentée deviendra le moyen courant d'interagir lors du processus d'achat.**

Dans le futur, la réalité augmentée et la réalité virtuelle auront un énorme impact sur l'e-commerce et amélioreront l'expérience d'achat en permettant aux marques de proposer d'avantage de services aux clients.

## **Partenaires Numériques**

Prospectives Médias 14/11/2018

- Uberall GmbH, l'un des leaders du marketing digital local, qui aide les entreprises à optimiser et gérer leur présence en ligne, annonce aujourd'hui son installation dans de nouveaux locaux à Paris situés dans le quartier très dynamique et cosmopolite de Saint-Lazare. Ces nouveaux bureaux vont permettre d'accueillir une équipe élargi afin de fournir des services toujours plus personnalisés pour les clients locaux et vont favoriser son expansion sur ce marché. Présent depuis 2017 en France, Uberall gère déjà plus de 40 clients dans l'hexagone. Ce nouveau bureau accueille une équipe de professionnels, dirigée par Dominique Despres, VP Sales France chez Uberall.
- Sonia Requillart, spécialiste en stratégie data marketing et digital, a été nommée Major Account Director de Synomia à compter du 17 septembre 2018. Rattachée à la direction générale de Synomia, elle aura pour responsabilité le développement des grands comptes dans le déploiement des solutions Synomia.
- Le cabinet de conseil en stratégie numérique, 5e Rue, poursuit sa croissance et nomme Louis-Marie Durand en tant que Directeur Général. Avec 2 millions d'euros de chiffre d'affaires cette année, l'entreprise annonce également l'arrivée de 5 nouveaux consultants pour renforcer ces offres Employee experience et Change & Organization notamment.

## Communication & Numérique

Prospectives Médias 14/11/2018

- Caravane, enseigne de décoration, a choisi après compétition Big Youth pour la refonte de son site internet. Mission de l'agence : proposer une vitrine e-commerce à la hauteur de l'expérience en magasin.
- Les Born Digital Wine Awards récompensent depuis 2011 les meilleurs contenus internationaux publiés en ligne sur le vin. Vinventions, leader mondial des solutions de bouchage de bouteilles de vin, s'associe cette année à cette remise de prix qui comportent désormais 7 catégories : meilleur article éditorial, meilleur contenu touristique dédié au vin, accords mets et vins, meilleure interview, meilleur récit visuel, prix spécial développement durable, prix de l'Innovation. Les candidatures sont ouvertes à partir du 1er décembre 2018 : [ici](#)
- L'Office des Postes et Télécommunications de Nouvelle-Calédonie (OPT-NC) a confié à Conversationnel, l'agence conseil en communication digitale, spécialisée dans les contenus et les médias sociaux la conception de Cagou, son nouveau chatbot chargé de faciliter les démarches et de répondre aux questions les plus fréquentes de ses clients calédoniens.
- Le Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France (CRT) vient de conclure un partenariat avec Civiliz pour installer des livres d'or numériques dans les Offices de Tourisme d'Île-de-France et optimiser l'expérience des visiteurs. Le livre d'or numérique Civiliz, déjà présent dans de nombreuses institutions en France et en Europe, permet aux lieux culturels et touristiques de recueillir et mesurer en temps réel la satisfaction des publics. Une offre préférentielle a été établie entre le CRT et Civiliz, afin de permettre à tous les Offices de Tourisme d'Île-de-France de se doter d'un livre d'or numérique connecté à un tableau de bord en ligne pour consulter leurs statistiques et gérer les commentaires recueillis. Cette action coordonnée permettra de comparer les scores de satisfaction entre eux et de les consolider avec les résultats des visites mystères organisées par le CRT, afin d'optimiser l'accueil de la clientèle touristique sur le territoire francilien.  
L'interface tactile du livre d'or digital permettra aux Offices de Tourisme de recueillir non seulement la satisfaction et les commentaires de leurs visiteurs, mais aussi des informations de profil, afin de mieux connaître leur public et d'orienter leurs décisions organisationnelles, stratégiques ou de communication. Les visiteurs auront la possibilité de s'inscrire pour recevoir des informations touristiques.
- Alvityl, marque de compléments alimentaires multivitaminés pour les enfants, adolescents et adultes, sort sa nouvelle plateforme Web dédiée à toute la famille. Conçue avec l'agence Plan.Net France, ce site présente non seulement la gamme de produit Alvityl, mais également de nombreux conseils pour les parents ainsi qu'un guide complet des vitamines et des minéraux, indispensables à la santé.

## Vite dit Arts&Industries Graphiques

Presse Edition 14/11/2018

- INAPA lance l'Eural Fresh, un nouveau papier 100% recyclé qui se distingue par sa blancheur vive et son fini satiné apportant éclat et luminosité aux impressions. Son toucher lisse et soyeux, sa brillance et son excellent rendu d'impression en font le papier idéal pour mettre en valeur les communications. Produit en France par Arjowiggins dans l'usine du Bourray dans la Sarthe, il bénéficie d'une démarche complète de respect de l'environnement, sans blanchiment, certifiée par les plus grands labels environnementaux (Ange Bleu, Ecolabel européen, FSC Recycled sur demande) . La gamme sur stock se compose de 5 grammages du 70g au 130g et de 3 formats conditionnés en rames et palettes cubes.

- Pour la deuxième édition Print in progress, les organisateurs ont dénombré 3.612 visiteurs qui ont fait le déplacement au Paris Event Center de la Villette pour découvrir les dernières tendances du print et digital, et rencontrer les 92 exposants présents lors de cette édition 2018.
- Le Mois Magique Inapa : jusqu'au 30 novembre 2018, les clients pourront bénéficier de Prix magiques. Des promotions exceptionnelles et exclusivités web sur les gammes de Papiers, d'Emballage, de Communication visuelle, Fournitures de Bureau, Consommables Graphiques et Bureautiques.
- Philippe Auclère, Manager pédagogique de la filière communication imprimée et plurimédia de Gobelins, l'école de l'image, rejoint le Comité Graphitec'Xperts.
- Le groupe papetier suédois Lessebo Paper accroît ses capacités de production de son site de Lessebo - dirigé par Johan Pleijel, son nouveau directeur de la production, qui passe d'une capacité de 100 tonnes/jour à 150 tonnes/jour, pour une capacité de production annuelle de 16.000 tonnes pour ses trois machines à papier. Le groupe dirigé par Eric Sigurdsson, CEO, annonce également la nomination de Carina Jensen au poste de directrice des ventes et du marketing.

## GMI

### DEMAIN J'IMPRIME

### Congrès des Arts Graphiques 2018



Presse Edition 17/10/2018

#### DEMAIN J'IMPRIME

Destiné au professionnels de la communication et de l'impression, le congrès DEMAIN J'IMPRIME est un événement unique pour prendre connaissance des nouvelles tendances, stratégies gagnantes et tactiques du marché, stimuler votre énergie et votre créativité entrepreneuriale et maximiser vos relations professionnelles.

Centre de Conférences CAPITAL 8  
(32 rue Monceau – 75008 Paris, de 8h45 à 17h30)

[JE M'INSCRIS ICI](#)



# Salons & manifestations : novembre 2018

Presse Édition 18/10/2017

## **SATIS**

Le Rassemblement du Broadcast Francophone

6-7 novembre 2018

Docks de Paris - Saint Denis

[www.satis-expo.com/fr](http://www.satis-expo.com/fr)

## **PARIS PHOTO**

8-11 novembre 2018

Paris - Grand Palais

[www.parisphoto.com](http://www.parisphoto.com)

## **SALON DE LA PHOTO**

8-12 novembre 2017

Paris Expo - Porte de Versailles

[www.lesalondelaphoto.com](http://www.lesalondelaphoto.com)

## **SALON DE LA REVUE**

9-11 novembre 2018

Paris- Halle des Blancs Manteaux

[www.entrevues.org](http://www.entrevues.org)

## **FOIRE DU LIVRE**

### **DE BRIVE-LA-GAILLARDE**

9-11 novembre 2018

Brive-la-Gaillarde (Corrèze)

[www.foiredulivredebrive.net](http://www.foiredulivredebrive.net)

## **ATLAS**

Assises de la traduction littéraire

9-11 novembre 2018

Arles (Bouches-du-Rhône)

<http://www.atlf.org/atlas-34es-assises-de-la-traduction-litteraire-a-arles/>

## **EMPACK 2018**

Salon de l'emballage

12&13 novembre 2018

Madrid (Espagne)

<http://www.easyfairs.com>

## **SALON DU LIVRE DE MONTRÉAL**

14-19 novembre 2018

Montréal - Canada

[www.salondulivredemontreal.com](http://www.salondulivredemontreal.com)

## **SYMPOSIUM DE L'IMPRESSION NUMÉRIQUE**

15 novembre 2018

Paris - Salon Hoche

[www.sin.fr](http://www.sin.fr)

## **SALON DE L'AUTRE LIVRE**

16-18 novembre

Paris-Halle des Blancs Manteaux

[www.lautrelivre.fr](http://www.lautrelivre.fr)

## **RENDEZ-VOUS DU CARNET DE VOYAGE**

16-18 novembre 2018

Clermont-Ferrand - Puy-de-Dôme

[www.rendezvous-carnetdevoyage.com](http://www.rendezvous-carnetdevoyage.com)

## **LETTRES D'AUTOMNE**

19 novembre-2 décembre 2018

Rencontres littéraires Région Midi-Pyrénées

Montauban - Tarn-et-Garonne

<http://www.confluences.org>

## **PAGES**

Bibliophilie contemporaine & livres d'artiste

23-25 novembre 2018

Paris 11e -Palais de la Femme

[www.pages-bibliophilie.eu](http://www.pages-bibliophilie.eu)

## **FESTIVAL DU LIVRE DE GUÉRANDE**

24&25 novembre 2018

Guérande (Loire Atlantique)

<http://festivaldulivreenbretagnedeguerrande.overblog.com/>

## **HEAVENT EXPO**

27-29 novembre 2018

Paris - Porte de Versailles

[www.heavent-expo.com](http://www.heavent-expo.com)

## **DEMAIN J'IMPRIME**

28 novembre 2018

Paris- Centre de Conférences Capital 8

[www.gmi.fr/filiere-graphique/congres](http://www.gmi.fr/filiere-graphique/congres)

## **COLLOQUE LE PAPIER DANS LA CITÉ**

28 novembre 2018

Paris-Maison de l'artisanat APCEMA

[www.culturepapier.org](http://www.culturepapier.org)

## **LA PRESSE AU FUTUR**

28&29 novembre 2018

Paris 15e - New Cap Event Center

[www.lapresseaufutur.com](http://www.lapresseaufutur.com)

## **SALON DU LIVRE ET DE LA PRESSE JEUNESSE**

28 novembre- 3 décembre 2018

Montreuil (Seine-Saint-Denis)

<http://slpjplus.fr>

## Salons & manifestations : décembre 2018

Presse Édition 14/11/2018

### **FORUM CAP'COM**

4-6 décembre 2018

Lyon

[www.cap-com.org](http://www.cap-com.org)

### **LIVRES EN CITADELLE**

8-9 décembre 2018

Blaye (Gironde)

[www.preface-blaye.fr](http://www.preface-blaye.fr)

### **CRISTAL FESTIVAL**

12-15 décembre 2018

Courchevel

[www.cristalfestival.com](http://www.cristalfestival.com)

Excellente journée,

Cordialement,

Franck ALIZARD

**Lagardère**  
ACTIVE

Direction Commerciale Presse Magazine

Pôle Actualités, People et Jeunesse

Service des ventes :



Immeuble Europa – Bureau 758

149-151 rue Anatole France – 92534 Levallois Perret Cédex

Tél : 01 41 34 79 83

Fax : 01 41 34 78 60

<http://www.lagardere.com>



Please consider your environmental responsibility before printing this e-mail

