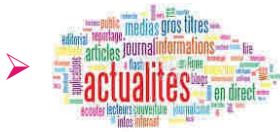


Bonjour,

Pour information :

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



Les news Presse Edition : newsletter du 14 juin 2017

Bienvenue dans la nouvelle echonomie, une nouvelle Ere pour Les Echos

**Les Echos**  
LE GOUPE DES ECHOS

Presse Edition 14/06/2017

Il y a 5 ans, pour survivre et s'adapter aux nouveaux usages de ses lecteurs et clients, Le Groupe Les Echos a orchestré une stratégie de transformation profonde de son modèle et une stratégie de diversification dans les services.

Le Groupe a réorienté sa marque Les Echos comme un grand généraliste premium et un média de première intention pour les décideurs.

Le scope éditorial a ainsi été élargi : la politique et l'international ont été renforcés, à l'instar des pages Idées et Débats dont les pages éponymes réalisent 1 million de visites chaque mois sur lesechos.fr. En parallèle, faisant le choix de l'innovation permanente, les équipes ont concrétisé 5 à 6ancements par an parmi lesquels *Les Echos Week-End*, *Les Echos Start*, *Les Echos Business*, les applis mobiles ou la plateforme vidéo des Echos.

La fragilité du marché de la vente au numéro et de la publicité a conduit Le Groupe à mener simultanément sa diversification en lançant dès 2012 Les Echos Solutions, une offre de services aux entreprises, notamment dans le brand content, l'événementiel et le e-business.

En 2017, l'ensemble de ces efforts a été salué par une audience au plus haut avec 9,8 M de lecteurs dont 80% sur le digital, et une diffusion record - en hausse pour la 7ème année consécutive - avec 129 000 exemplaires payés, dont 35% de digital only, ce qui fait de la diffusion des *Echos*, la plus digitalisée de la presse française\*.

Par cette politique engagée Le Groupe est bénéficiaire pour la 3ème année consécutive, avec un chiffre d'affaires en hausse de 21% vs 2013, dont 30% sur le digital et 35% sur les services aux entreprises dont il est devenu un acteur référent.

Pour accompagner les entreprises confrontées aux mêmes enjeux mondiaux, le Groupe a imaginé et fortement développé des contenus et des services dédiés à la Tech & l'Innovation :

- des pages quotidiennes ou hebdomadaires consacrées aux innovations, aux startups, à la science et aux stories des entrepreneurs de la nouvelle économie qui réussissent, dans les *Echos* ou *Les Echos Week-End* ;
- des études et des conférences couvrant ces thématiques ;
- un grand événement international, Viva Technology, créé avec le Groupe Publicis et ayant réuni en juin 2016, à Paris, 45.000 visiteurs du monde entier, 5.000 startups, 600 speakers, plus d'une centaine d'innovations, autour de l'impact de la technologie sur la société et le business. Dans cette même logique, pour se nourrir et être aux avant-postes de ces évolutions le Groupe a investi avec Roland Berger dans Augesco, un fond de services for equity dédié aux startups.

### 2017, accélération de la transformation

Fort de ces succès, Le Groupe Les Echos passe un nouveau cap et fait rayonner son offre Tech & Innovation en France et à l'international par le lancement de nouvelles activités :

#### Croissance externe : acquisition de Netexplo

Netexplo est un observatoire mondial de la société numérique reposant sur un réseau d'enseignants et d'experts internationaux (MIT, Stanford, HEC...). Faciliter la transformation digitale des entreprises est la vocation première de Netexplo. Depuis 10 ans, Netexplo identifie et décrypte les tendances de l'innovation et de la transformation digitale, tout en mesurant l'impact sur la société, et les bouleversements dans les usages. Ainsi l'observatoire Netexplo a identifié et primé depuis 10 ans des usages naissants qui se sont avérés prometteurs tels que Twitter, Siri, Shazam, Spotify, Airbnb, Waze, BlablaCar et Slack.

Véritable veille mondiale sur l'innovation, Netexplo analyse et étudie les tendances mondiales de l'innovation, organise des rencontres et événements thématiques sur la culture digitale et les nouveaux modes de management. Netexplo a également développé une offre

unique d'études, de livres blancs, de MOOCs, de séminaires et organise chaque année plusieurs événements, dont son célèbre Forum en collaboration avec l'UNESCO. Netexplo complètera ainsi l'offre des Echos dans l'accompagnement digital des entreprises de toutes tailles notamment grâce à leur expérience auprès des grands groupes du Cac 40.

«*Je suis ravi de ce rapprochement avec Les Echos avec qui nous collaborons depuis plusieurs années. C'est une formidable opportunité et notre ambition est de développer le positionnement de l'Observatoire Netexplo en tant que partenaire privilégié de la transformation digitale au service de toutes les entreprises.*», Thierry Happe, Cofondateur et Président de Netexplo.

Christophe Victor, Directeur Général des Echos : «*Nous connaissons bien Netexplo. Nous avons toujours été impressionnés par la qualité de ses travaux et de son réseau d'experts. Nous partageons les mêmes valeurs de souhaiter mettre à disposition de nos clients un contenu de grande qualité et à forte valeur ajoutée. Ensemble nous disposerons d'une offre unique pour aider les entreprises dans leur transformation*».

### **Lancement de *The Innovator* 1er media du groupe Les Echos en anglais**

*The Innovator* est un magazine dédié à la compréhension de la transformation digitale par les acteurs business de cette transformation.

Pour Jennifer Schenker, rédactrice en chef : «*chaque édition sera anglée selon un thème unique autour duquel s'organiseront stories, interviews, débats, classements, The Innovator sera présent sur le digital via un site hébergé sur Medium et par une newsletter hebdomadaire*». La première édition, consacrée à l'intelligence artificielle, sortira à l'occasion de Viva Technology le 15 juin prochain. Les 5 parutions suivantes seront produites et diffusées à l'occasion de grands événements internationaux dédiés à la tech et distribuées gratuitement aux abonnés des *Echos*..

### **Partenariat avancé avec LinkedIn**

Un partenariat éditorial avancé avec LinkedIn va permettre aux lecteurs et clients des Echos de partager et échanger autour de contenus inspirants.

Sandrine Chauvin, Senior News Editor : «*Nous sommes ravis d'annoncer la mise en place d'un partenariat éditorial avancé avec le Groupe Les Echos, qui, comme LinkedIn, a vocation à informer et échanger avec les professionnels sur l'actualité économique et business. L'objectif est donc de permettre aux lecteurs des Echos de poursuivre et développer des conversations avec les 14 millions de membres présents sur LinkedIn en France et 500 millions dans le monde, et ce, dans tous les secteurs de l'économie française*».

Francis Morel, Président du Groupe Les Echos : «*Ce partenariat s'inscrit sur le long terme, et a pour objectif de créer une communauté d'influence Les Echos sur LinkedIn, et de faire de cette communauté Les Echos une caisse de résonance pour toute l'actualité business et économique*».

La première étape de cette collaboration se concrétisera avec la mise en place d'une LinkedIn Social NewsRoom à l'occasion de La Relève, le 8 octobre prochain. Ce dispositif permettra de développer une conversation pour faire rayonner l'opération et ouvrir un dialogue avec les 14 millions de membres de LinkedIn.

Elle sera suivie en janvier par une collaboration autour de l'opération éditoriale des Echos, Back From Davos, pour laquelle LinkedIn mobilisera son réseau d'influenceurs et de dirigeants afin de réagir en direct et de publier des tribunes.

### **Une nouvelle offre Platinum pour l'abonnement numérique**

Ces différents contenus et services viendront alimenter, à compter de septembre 2017, de nouvelles offres d'abonnements thématiques pour Les Echos, composées en plus du Quotidien et du Week-End, de produits exclusifs et d'accès réservés à certaines manifestations. L'objectif est de poursuivre une croissance des abonnements de l'ordre de 5% par an avec pour cible que la moitié de la diffusion des Echos soit purement numérique d'ici à fin 2018.

### **Transformation des Echos vers une offre globale pour les entreprises**

Le Groupe Les Echos se positionne plus que jamais comme le partenaire indispensable aux entreprises avec une offre globale mixant contenus et services autour de trois grands piliers complémentaires :

- News : des contenus pour inspiration et pour action afin de s'adapter au monde numérique.
- Talks : des opportunités d'échange avec ses pairs.
- Coaching : des conseils et des services pour piloter son activité.

L'ensemble de cette stratégie est portée par une nouvelle campagne de communication corporate, signée par l'agence BETC Corporate et répond à une nouvelle signature «*Bienvenue dans la nouvelle echonomie*». Cette campagne aux couleurs pop-chic, met en scène les nouvelles technologies dans un futur proche avec pour promesse que *Les Echos* accompagne au quotidien tous les décideurs dans la transformation digitale de la société et des entreprises.

La campagne se déploiera depuis le 6 juin dernier en presse, affichage et digital.

---

## **L'événement : Cision s'engage à acquérir l'Argus de la presse**

Presse Edition 14/06/2017

Cision et Capitol Acquisition Corp. III (NASDAQ : CLAC, Capitol) viennent d'annoncer que Cision avait conclu un accord pour acquérir Argus de la Presse (Argus), entreprise de veille médias basée à Paris.

Ceci constitue une nouvelle étape dans le développement de Cision, avec toujours ce même objectif de fournir à ses clients la plateforme la plus complète du marché pour les RP, l'Influence et la Communication et d'être l'acteur mondial incontournable du "Earned media".

Argus fournit des solutions de veille médias qui aident les communicants à comprendre l'impact et la performance de leurs stratégies de «Earned Media». "Aligner cette offre avec la complémentarité des solutions Cision pour l'identification d'influenceurs et la diffusion de contenus, est une opportunité de développement parfaitement logique." indique Frédéric Dumas, Directeur France de Cision.

Cision va acquérir 100% des actions de l'Argus de la Presse avec 9 millions d'euros payés à la signature et jusqu'à 2 millions d'euros payés au cours des quatre prochaines années. Le montant de l'acquisition sera financé en cash ou par un emprunt grâce à la solution de crédit revolving offerte à Cision et qui est assujettie à des ajustements habituels de fonds de roulement. La transaction devrait se faire au plus tard au 3ème trimestre 2017 et est soumise aux conditions habituelles de clôture.

"Les professionnels de la communication et des relations publics en France veulent s'appuyer sur des outils innovants et sur leur visibilité dans les médias pour assurer leur développement" a déclaré Kevin Akeroyd, PDG de Cision. "En ajoutant le savoir-faire de l'Argus aux solutions cloud de Cision, les professionnels de la communication en France et ailleurs dans le monde pourront mieux évaluer l'impact et la pertinence de leur présence dans les médias".

"En nous associant à Cision qui offre une gamme complète de solutions intégrant des bases de données d'influenceurs et de médias, l'envoi de communiqués de presse, la surveillance de l'ensemble des médias et l'analyse des résultats, nous offrons à nos clients et à l'ensemble du marché une solution à forte valeur ajoutée" a déclaré Alexis Donot, Directeur Général de l'Argus de la Presse. "Avec Cision nous bénéficions de moyens complémentaires afin d'offrir encore plus de solutions innovantes à nos clients".

### **A propos de Cision**

Cision est leader mondial des logiciels de relations médias, d'influence et d'intelligence médias, répondant aux besoins des professionnels de la communication, à chaque étape de leur stratégie. Offrant la solution la plus complète du marché, le logiciel Cision gère vos relations presse, vos relations investisseurs, votre engagement sur les médias sociaux, la diffusion de vos contenus, l'identification de vos influenceurs ainsi que l'analyse et la mesure de votre impact médiatique. Cision permet à ses clients d'engager leurs audiences, d'améliorer la performance de leurs campagnes de communication et de conforter leurs prises de décision en se basant sur des analyses médias chiffrées solides.

Les solutions Cision incluent les marques PR Newswire, Hors Antenne, Datapresse, Gorkana, PRWeb, Help a Reporter Out (HARO) et iContact. Basé à Chicago, Cision sert plus de 100 000 clients à travers 170 pays et 40 langues dans le Monde et possède des bureaux en Amérique du Nord, Europe, Asie, Amérique du Sud et Australie.

En savoir plus sur l'Argus de la Presse  
[Interview de Alexis Donot](#)

---

## Vite dit Medias Audiovisuels

Presse Edition 14/06/2017

- Reworld Media annonce le lancement d'atelier b, sa nouvelle entité indépendante dédiée à la production vidéo. Atelier.b propose à ses clients, marques et médias, un accompagnement global et personnalisé dans leur stratégie vidéo, en fonction des KPIs recherchés : reach, engagement, visibilité, performance etc...
  - Le Bilan CNC 2016 confirme la place de N°1 de la plateforme MYTF1VOD, auprès des utilisateurs déclarés de VOD, devant l'ensemble des marques VOD et SVOD disponibles en France. MYTF1VOD progresse de 3 places en 4 ans.
  - NBC News acquiert 25% de la société Euronews, le financement étant destiné à accroître la couverture de l'info à travers l'Europe ainsi que la programmation. Media Globe Networks reste l'actionnaire principal d'Euronews et les actionnaires publics actuels continuent à garantir la vision et la perspective européennes. A terme, la marque commune EuronewsNBC apparaîtra à l'antenne et sur les plateformes numériques. Euronews est une marque reconnue en Europe qui compte près de 500 journalistes. Elle est disponible en TV dans 434 millions de foyers dans 158 pays, en 12 langues, ainsi que sur les plateformes numériques. L'association des deux grandes marques permettra à Euronews d'accéder à la production d'information, au contenu numérique et à l'expertise en matière de programmation de NBC. De même, Euronews fournira du contenu et des ressources venant d'Europe qui seront utilisés dans les programmes et sur les plateformes de NBC News et MSNBC.
  - Dans son rapport d'activités 2016, Laurent Vallet, le Président-directeur général de l'INA annonce notamment : Un chiffre d'affaires de l'institut en hausse de plus d'un million d'euros. Un taux de réalisation du plan de sauvegarde et de numérisation des collections à près de 70 % au 31 décembre 2016. Plus de 220 millions de vidéos vues toutes plateformes confondues (+40%)
-

# Télé Star le premier magazine à utiliser le softproofing en héliogravure

Presse Edition 14/06/2017

Mondadori France, Lenglet Imprimeur et Dalim Software font de *Télé Star* le premier magazine à utiliser, en France, le softproofing en héliogravure.

Sous l'impulsion de William Lenglet, Président du Groupe LengleT imprimeurs, et de Dominique Aymard, Directeur des opérations industrielles chez Mondadori France, les deux entreprises mettent en place le premier softproofing pour la réalisation d'un titre de presse magazine en France, l'hebdomadaire *Télé Star*. Fruit d'un partenariat à trois, avec la société Dalim Software, ce projet, décidé fin 2016, est opérationnel en juin 2017.

Sylvain Boularand, Responsable Prépresse à Mondadori France, déclare : *«Mondadori France fait imprimer le cahier hélio de Télé Star par Lenglet Imprimeurs depuis début janvier 2017, ce qui implique un échange d'épreuves hebdomadaire par coursier de Montrouge (Hauts-de-Seine) à Cambrai (Nord). Nous avons souhaité arrêter les épreuves papier et utiliser des validations écran de type softproofing, autour de solutions et de matériels communs entre l'imprimeur Lenglet et nous. Le choix du softproofing répond à plusieurs enjeux pour Mondadori. Ils sont à la fois techniques, organisationnels, économiques et environnementaux.»*

Jean-Philippe Mas, chef de projet Informatique Éditoriale à Mondadori France, explique : *«Concernant l'aspect technique, la solution logicielle ES de Dalim software est une référence sur le marché de la validation écran. Maintenant que ES est déployé sur 46 titres pour la gestion du chemin de fer à Mondadori, nous attaquons une deuxième phase avec le softproofing. Avec Dalim Software, c'est donc un projet à trois qui permet de déclencher ce changement de process.»*

*L'outil Dialogue Engine, intégré dans ES, apporte, grâce à un matériel précis, une simulation non plus sur papier mais à l'écran de ce que sera notre produit imprimé. Et depuis la version ES 5, l'arrivée de l'utilitaire Dalim Latitude amène également davantage de fonctionnalités et améliore l'expérience utilisateur du softproofing.*

*Avec Lenglet imprimeurs, nous nous sommes mis d'accord non seulement sur la partie logicielle, mais aussi sur du matériel commun. Nous avons acquis des écrans Eizo ColorEdge CG 277 ainsi que des cabines proofStation 20 SP de Just Normlicht, qui peuvent intégrer un écran calibré. Cela permet de comparer les premières sorties imprimées, placées sous lumière neutre normalisée, à côté de leur référence en épreuve écran. En pratique, nous définissons un profil de caractérisation commun : luminosité, niveaux du point noir, du point blanc, du RVB. Un spectrophotomètre intégré à l'écran permet de vérifier régulièrement la bonne restitution des paramètres caractérisés et, si besoin, de revenir aux valeurs initiales. Mêmes écrans, même environnement lumineux, mêmes valeurs, même système de contrôle, cela garantit que le rendu est identique chez Mondadori et chez Lenglet imprimeurs.»*

François-Xavier Luchart, Directeur du site Héliogravure, confirme, pour Lenglet imprimeurs : *«La collaboration entre Lenglet imprimeurs et Mondadori France se voulait pour chacun novatrice et moderne. Nous avons abordé les choses avec une méthode de travail innovante, en termes de partage des informations de production. L'épreuve a tout de suite été envisagée de manière dématérialisée. Chez Lenglet imprimeurs, nous avons abordé le softproofing dès 2006, mais c'était trop tôt, nos clients n'étaient pas prêts. Lorsque nous avons eu cette demande de Mondadori, nous y avons donc souscrit avec enthousiasme! Pour nous placer dans une situation optimale, nous avons choisi d'appliquer une symétrie des choix matériels (écran, cabine lumineuse) et une symétrie des procédures dans leur calibrage. C'est à cette condition que nous avons aujourd'hui une garantie de restitution totale.»*

Sylvain Boularand reprend : *«Concernant l'aspect organisationnel, il fallait jusqu'alors imprimer les épreuves, préparer un pli pour le coursier, attendre qu'il les transmette à l'imprimeur, lequel les triait et les acheminait vers la presse hélio qui imprimait Télé Star. Venaient ensuite des questions de stockage, d'archivage et de destruction après délai. Cette organisation assez lourde est désormais remplacée par une validation des pages à l'écran dans un environnement dédié chez Lenglet imprimeurs, contrôlée depuis ES. ES y ajoute l'avantage d'une meilleure confidentialité des pages, dans le cas d'informations sensibles, grâce au paramétrage poussé des droits d'accès.»*

*«Sur l'aspect économique, poursuit Jean-Philippe Mas, nous économisons la prestation de coursier entre Mondadori France et Lenglet imprimeurs (près de 200 km), ainsi que les consommables liés à l'épreuve papier (support, encres, maintenance, logiciel). Le matériel d'épreuve papier devenu inutile sera retiré de la rédaction. L'aspect environnemental est indéniable : en supprimant le coursier hebdomadaire, nous consommons forcément moins de CO2. Par ailleurs, la part de l'épreuve écran dans l'écosystème ES coûte bien moins d'énergie à produire que le système nécessaire à l'obtention d'une épreuve papier.»*

François-Xavier Luchart précise, pour Lenglet imprimeurs : *«Dalim Software, expert dans l'interfaçage entre imprimeur et éditeur, a été déterminant dans notre collaboration et dans le maintien de notre synchronisation. Nous avons une très bonne expérience avec eux et un très bon contact, tant sur le plan technique qu'humain. Pour conclure sur l'installation du softproofing avec nos partenaires Mondadori et Dalim Software, nous avons l'intention, par la mise en place de nouvelles procédures communes, d'aller encore plus loin dans l'utilisation du système.»*

Pour Mondadori, Sylvain Boularand conclut : *«Mondadori est le premier éditeur en France à développer une procédure normée et partagée pour le softproofing sur un magazine. Il y a un travail de recherche, de mise en place de procédures à généraliser, y compris*

pour que d'autres éditeurs s'en emparent. Cela permettrait de faire évoluer la norme ISO 12646 actuelle, assez pauvre, relative aux "affichages pour la réalisation d'épreuves en couleurs". Nous espérons que l'expérience Mondadori-Lenglet imprimeurs-Dalim Software s'inscrive dans cette démarche.»

«Nous sommes ravis d'épauler Mondadori et Lenglet imprimeurs dans cette démarche innovante pour la presse magazine française», déclare Isabelle Billerey-Rayel, Business Development Director de Dalim Software GmbH, qui ajoute : «La solution ES bénéficie de la certification Fogra depuis 2009, ce qui garantit les normes élevées de qualité que nous fixons pour nos applications. Le softproofing de ES est déployé notamment dans le monde du catalogue et du livre d'art, dont il sécurise la production ; avec Mondadori, un nouveau cap est franchi pour le monde de l'édition en France.»

---

## Catherine Roig nommée Directrice de la rédaction de Version Femina

Presse Edition 14/06/2017

En accord avec Denis Olivennes, Président de Lagardère Active, Claire Léost, Directrice Générale des Univers Actualité et Grand Public de Lagardère Active, nomme Catherine Roig Directrice de la rédaction de Version Femina. Par ses qualités professionnelles reconnues en tant que Rédactrice en chef Vie Privée / Vie Pratique du *ELLE* poste qu'elle occupait jusqu'alors Catherine Roig poursuivra la redynamisation de *Version Femina*, premier magazine féminin en Europe.

Directement rattachée à Claire Léost, elle prendra ses fonctions au mois de juin.

Catherine Roig succède à Constance Poniowski qui a fait valoir ses droits au départ après 20 ans passés à la rédaction de *Version Femina* dont elle était Directrice depuis 15 ans.

Catherine Roig est diplômée de l'Institut Français de Presse. Elle a travaillé dans les sondages, à l'institut CSA, avant d'entrer à *ELLE*, où elle a réalisé des reportages Société, People, Psycho. Rédactrice en chef Magazine pendant six ans, elle a également dirigé ces secteurs.

Passionnée de cuisine sans doute parce qu'elle est fille de chef, de voyages, de déco, elle est devenue rédactrice en chef Lifestyle & Vie Privée / Vie Pratique, un secteur du journal qui couvre la santé, le bien-être, le pratique, les grands témoignages de la rubrique culte «C'est mon histoire», et les personnalités de «Une journée avec».

Eclectique et tous terrains, elle est aussi l'auteure de plusieurs ouvrages.

---

## 90 ans de STIGE ARTI GRAFICHE SpA. InfoPubli PresseEdition

InfoPubli Presse Edition 14/06/2017

Il est indéniable que l'évolution technologique a modifié grandement nos habitudes de lecture, néanmoins nous sommes persuadés que l'imprimé et plus particulièrement le livre a encore des très belles années devant lui. «STIGE ARTI GRAFICHE SpA» est au service de l'imprimé depuis 90 ans et nous sommes heureux de célébrer cette année un anniversaire spécial, notre quatre-vingt-dixième anniversaire.

En avril 1927, Giuseppe Martano fonde la "Typographie G. Martano" à Chieri, près de Turin. Il travaille tout d'abord pour les institutions religieuses avant d'étendre ses compétences vers d'autres domaines, 90 ans plus tard, la société familiale porte le nom 'STIGE' et compte plus de 200 employés, 4 bâtiments de production.

STIGE se classe aujourd'hui parmi les plus grands imprimeurs européens présent essentiellement sur les marchés français, anglais et italien

Son fils Bartolomeo Martano, développe l'entreprise pour transformer la petite imprimerie de Giuseppe en un Groupe industriel nommé STIG par notamment l'acquisition à partir du 1956 des premières machines feuilles grands formats à grande vitesse.

Depuis 1978, STIGE – Società Torinese Industrie Grafiche Editoriali – s'est spécialisée dans l'édition et la production de beaux livres pour le compte de plus prestigieux clients dans ce domaine.

Aujourd'hui, Giorgio Martano, fils de Bartolomeo Martano, dirige l'ensemble du Groupe composé de plusieurs bâtiments – impression et reliure.

Un premier bâtiment de 12.000 mètres carrés accueille une flotte de 5 machines KBA, 1 ROLAND.

Un deuxième bâtiment est dédié au stockage des produits finis ainsi qu'au stockage des papiers blancs.

Un troisième bâtiment de 7.500 mètres carrés consacré à l'impression rotative accueille 3 rotatives offset Lithoman 72, 64 et 48 pages, et une rotative Rotoman 16 pages équipée de sortie à plat.

Pour compléter nos productions, un quatrième bâtiment de 17.000 mètres carrés héberge tous nos matériels de reliure permettant de finir nos produits imprimés quel que soit le brochage demandé (cartonné, reliure, couture, wire-o, dos carré collé, etc.).



L'impression fait partie de l'ADN de la famille Martano depuis 3 générations. Le dévouement du personnel de l'entreprise, les compétences acquises, la recherche de l'innovation continue au cours de ces décennies font de STIGE une entreprise tournée sur l'excellence.

STIGE a été honorée des sept certifications internationales prestigieuses obtenues ( ISO 50001, ISO 9001, ISO 14001, OHSAS, FSC, PEFC et Imprim'vert) qui sont le reflet des engagements que nous prenons auprès de nos clients quant au respect de l'environnement et au respect des procédures de travail pour assurer la qualité et la productivité de nos activités pour plus d'un million de pages imprimés par jour.

Ce magnifique succès entrepreneurial n'aurait pas pu exister sans la confiance que nous témoignent nos clients, avec lesquels nous sommes heureux et fiers de célébrer ce magnifique anniversaire : les 90 ans de STIGE. Nous profitons de l'occasion pour remercier l'ensemble des acteurs qui ont contribué à un tel succès qui n'est pas prêt de s'arrêter pour les 90 prochaines années. La famille MARTANO et l'ensemble du personnel STIGE

► Pour tous contacts :

Giorgio Martano,  
[39] 011 22 30 108  
martano@stige.it

Florence Roussange,  
[33] 06 86 24 21 28  
roussange@stige.it  
[www.stige.it](http://www.stige.it)



## Coblence & Associés, conseil le Groupe Paris-Turf dans le cadre de l'acquisition de Cheval magazine

Presse Edition 14/06/2017

Le Groupe Paris-Turf a fait l'acquisition de *Cheval Magazine*, leader européen des magazines d'équitation. Coblence & Associés (Ludovic Dorès, associé, et Julien Pastureau) a conseillé Groupe Paris-Turf sur cette opération. Propriété depuis 1978 de la société Prest Edit, détenue par la famille Chehu, *Cheval Magazine* affiche une diffusion totale payée de plus de 33.000 exemplaires en progression de près de 15% (source ACPM 2015) dont près de 60% au travers d'abonnements. Avec cette nouvelle acquisition, l'ambition du Groupe Paris-Turf est, à l'instar de ce qu'il a réalisé dans le domaine des courses hippiques, de créer un pôle de taille significative dans un marché encore très atomisé. Il vise à constituer un ensemble puissant, à même de mener des projets de développement dans les domaines encore peu exploités du numérique, des services aux cavaliers, de l'international.

Jérôme Chehu, Président de Prest Edit confie : « *Nous partageons avec le groupe Paris Turf la passion des chevaux, l'envie de la communiquer à nos lecteurs et l'ambition de développer de nouvelles activités. Dès lors, la décision de rejoindre Paris-Turf s'est avérée la meilleure pour l'avenir de Cheval Magazine* ».

Hugues Quilain, Président du directoire de Groupe Paris Turf déclare :

« *Nous avons décidé de faire de Cheval Magazine la première étape dans notre ambition de développement des sports équestres. Notre plan vise bien sûr à créer des synergies avec nos autres activités presse mais surtout à mettre en œuvre un plan de croissance ambitieux pour ce nouveau pôle, tirant parti des opportunités offertes par le numérique, l'international, les objets connectés et les services aux professionnels* ».

# AG de l'ACPM : Modification des statuts et désignation de 4 nouveaux administrateurs

Presse Edition 14/06/2017

L'assemblée générale de l'ACPM présidée par Gautier Picquet, Publicis Média France, réunie jeudi 27 avril a adopté, à l'unanimité, une modification de ses statuts. Cette modification porte sur le mandat du vice-président ne le limitant plus dans le temps. La vice-présidence de l'association est actuellement occupée par Stéphane Bodier qui voit ainsi son mandat prolongé.

Par ailleurs, l'assemblée générale a confirmé la désignation de 4 nouveaux administrateurs :

Pour le SEPM (Syndicat des Editeurs de la Presse Magazine) :

- François Dieulesaint / Altice Group en remplacement de Marc Laufer
- Olivier Megean / Le Point

Pour l'APGI (Association de la Presse Gratuite d'Information) :

- Fabienne Marquet / Groupe Bolloré en remplacement de Serge Nedjar

Pour le CRTM (Le Club de Recherche Tous Médias) :

- Patrice Bégay / Bpi France

## A propos de l'ACPM

L'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, est née, en décembre 2015, de la fusion entre l'OJD et la SAS AudiPresse. L'ACPM a pour mission la mesure de l'audience des marques de presse et le contrôle et la certification du dénombrement des médias. Toutes les données produites par l'ACPM sont accessibles sur son site internet.

---

## Foreign Office Médias

Presse Edition 14/06/2017

- **Belgique** : *Dag Allemaal*, *Story* et *TV Familie*, groupe De Persgroep, sont désormais placés sous la direction de An Meskens, Rédactrice en chef. An Meskens a travaillé pendant des années en tant que rédactrice en chef adjointe de *Dag Allemaal* et ces dix-huit derniers mois elle était rédactrice en chef de *Story*.
  - **Etats-Unis** : *Time Out* lance *Time Out Austin*, placé sous la direction de Erin Kuschner, ce trimestriel gratuit diffusé à 75.000 exemplaires sera disponible dans les cafés, restaurants, hôtels et lieux culturels de la ville. *Time Out* est déjà présent dans 4 villes américaines : New York, Chicago, Los Angeles et Miami.
  - **Brazil/Chili** : Le groupe scandinave Schibsted, accroît sa participation, de 25% à 50% dans le groupe OLX Brazil, leader du marché brésilien d'annonces en ligne. Dans un même temps, Schibsted prend le contrôle du chilien Yapo.cl dont il détenait 50% du capital.
  - **Etats-Unis** : Lancement aux Etats-Unis le 23 mai dernier, par le groupe Hearst Magazines et Airbnb, du magazine *Airbnbmag*, dirigé par Joanna Coles. Un magazine, qui, selon son éditeur, encourage ses lecteurs américains à être partout chez eux. Grâce à Airbnb évidemment!
  - **Turquie** : RSF lance un appel au boycott aux rédactions : pas de voyage sponsorisé en Turquie tant que Mathias Depardon est en détention ! Alors que le journaliste Mathias Depardon est arbitrairement détenu depuis près d'un mois en Turquie, Ankara organise un voyage de presse tous frais payés pour les journalistes français. Soulignant la cruelle ironie de cette situation, Reporters sans frontières (RSF) appelle les médias à boycotter ce type de déplacements tant que le photographe n'est pas libéré. Mathias Depardon a été libéré le 9 juin dernier, **expulsé** (sic) selon les autorités turques. Ndlr : *Espérons que RSF maintiendra tout de même son appel à boycott.*
  - **Allemagne/Israël** : Media Impact, filiale d'Axel Springer SE, signe un partenariat avec la plateforme de technologie vidéo basée à Tel Aviv Vidazoo. Objectif de cet accord : gérer et optimiser ses vidéos publicitaires à travers ses marques de publication numérique. Ce partenariat vise à stimuler les efforts de l'ensemble de la société centrés sur la monétisation
  - **Afrique du Sud** : Michael Goldent, vice-président du New York Times a été élu Président de Wan-Ifr lors du 69e Congrès de l'association.
-

## Marianne Mairesse nommée Directrice de la Rédaction de Marie Claire



Presse Edition 14/06/2014

Jusqu'alors Rédactrice en chef de *Marie Claire*, Marianne Mairesse est nommée Directrice de la rédaction du magazine. Forte du succès de la nouvelle formule qu'elle a mise en place, Marianne Mairesse poursuivra le travail ambitieux qu'elle a engagé pour répondre aux nouvelles exigences des femmes et amplifier le rôle du magazine qui les a toujours éclairées et accompagnées dans une société en perpétuel mouvement.

Marianne Mairesse a débuté sa carrière au sein du magazine Marie Claire en 1997 au cours de sa maîtrise de Lettres Modernes Spécialisées à Paris IV-Sorbonne. Après vingt années passées au sein de la rédaction où elle a notamment lancé la rubrique «Le Petit Monde de...», Marianne a occupé le poste de Chef de rubrique Culture avant d'être nommée Rédactrice en chef adjointe du titre en 2013, puis Rédactrice en chef en mai 2014.

En mars 2016, avec le soutien de son équipe et l'arrivée de nouveaux talents qu'elle a recrutés à la tête des rédactions mode et magazine, Marianne Mairesse a engagé un travail exigeant de modernisation et de premiumisation qui s'est concrétisé par le lancement d'une nouvelle formule et par là-même d'une nouvelle dynamique.

Très rapidement, ce nouveau *Marie Claire* a remporté un réel succès auprès des lectrices : il se positionne aujourd'hui comme le premier féminin haut de gamme en ventes kiosques.

Depuis sa création, *Marie Claire* milite auprès des femmes en défendant des valeurs extrêmement modernes d'authenticité, de vaillance et de liberté, qui, à l'heure où le féminisme prend un nouveau souffle, sont très fortement plébiscitées, notamment par les plus jeunes.

A la direction de la rédaction, Marianne Mairesse sera le maître d'œuvre de cet engagement. Grâce à sa vision et à son expertise, elle amplifiera la voix de Marie Claire auprès des femmes.

---

## Vite dit Médias

Presse Edition 14/06/2017

- En accord avec Denis Olivennes, Président de Lagardère Active, Fabien Sfez, Directeur Général du Développement Numérique et Technologique de Lagardère Active, annonce la nomination d'Anne Billaz Le Leap en tant que Directrice Générale de Lagardère Active Enterprises. Elle aura pour mission principale de diriger l'ensemble des zones géographiques, de diversifier les revenus et de gérer l'ensemble des fonctions transverses (RH, finance, marketing,...).
  - Initié et organisé par les revues *XXI* et *6Mois* en 2016, le Festival du journalisme vivant et des histoires vraies, Les rendez-vous de juillet, se déroulera cette année en Bourgogne, à Autun et sur le Mont Beuvray, les 14, 15 et 16 juillet 2017.
  - *A Nous Paris* et le Badaboum lancent le Safari Boat, un concept inédit de croisières musicales et animales. Tous les mercredis de juillet à septembre, le Safari Boat ouvre sa guingette sur le pont et invite les Parisiens pour un concert estival.
  - Dans son numéro de juin, la *Revue du vin de France* publie un important dossier, Millésime 2016 : 1630 vins sélectionnés à l'aveugle par les dégustateurs du magazine.
  - A l'occasion de la célébration de ses 70 ans, la revue *nous Deux*, groupe Mondadori France a édité un numéro Collector, la réédition de son premier numéro paru en mai 1947 et un numéro collector avec 4 couvertures dessinées. La revue propose également l'exposition 70 ans de baisers qui se déroulera jusqu'au 17 juin, à la Galerie Le Coeur-Paris, 83, rue de Turenne- 75003 Paris.
-



## Nomination à Radio France



Presse Edition 14/06/2017

Mathieu Gallet, Président-directeur général de Radio France, a nommé Laurent Guimier, directeur délégué aux antennes et aux contenus et membre du Comité exécutif de Radio France

Aux côtés de Mathieu Gallet, Laurent Guimier aura pour mission de coordonner, en lien étroit avec les directrices et directeurs de chaînes, la complémentarité et l'évolution de chacune des antennes de Radio France à travers la diversité de leurs programmes. Il sera chargé de renforcer la production, la circulation et la diffusion de l'information produite par les rédactions de Radio France sur tous les supports.

Il contribuera à la mise en œuvre des projets d'évolution des chaînes de Radio France vers le média global afin d'adapter leurs offres aux usages rendus possibles par le numérique.

Agé de 46 ans, diplômé de l'Institut d'études politiques de Paris (1992) et du Centre de formation des journalistes de Paris (CFJ - 1994), Laurent Guimier entre à Europe 1 en 1994 en qualité de rédacteur reporter, à Paris puis à Bordeaux avant de retrouver Paris en 2005, en qualité de rédacteur en chef de la matinale.

Il est nommé directeur de la rédaction du site lefigaro.fr en 2006. En 2008, Laurent Guimier est nommé directeur de la rédaction d'Europe 1.

En 2010, il est nommé directeur général adjoint de Newsweb (Lagardère Active) en charge de l'éditorial et assure notamment la direction opérationnelle des sites d'Europe 1, du JDD et de Paris Match. Il assure également le lancement puis la direction éditoriale du site Le Lab d'Europe 1 sur l'antenne de laquelle il produit et présente « Le Vrai - Faux de l'info » ainsi qu'une chronique dans l'émission "Les pieds dans le plat".

Dès son arrivée en mai 2014, Mathieu Gallet a nommé Laurent Guimier, directeur de France Info. Après s'être consacré à la relance éditoriale de l'antenne radio autour de l'information chaude, Laurent Guimier va ensuite profondément transformer la station avec la création de l'Agence France Info, du secrétariat de rédaction et le lancement du Live vidéo en mars 2015, conformément au projet de « média global » affiché dès novembre 2014 par Mathieu Gallet.

Sous sa direction, l'audience de France Info se redresse pour atteindre début 2017 son meilleur score depuis 8 ans.

Avec l'ensemble des équipes de Radio France, il a piloté le partenariat stratégique avec France Télévisions, l'INA et France Médias Monde aboutissant à la création, le 1er septembre 2016, de franceinfo, média global d'information en continu du service public.

---

## Vite dit et Stratégies Médias

Presse Editionn 14/06/2017

- 1er éditeur vidéo en France avec 500.000 vidéonautes par jour et 6,1M par mois\*, Prisma Media confirme son leadership et déploie simultanément 5 studios vidéo au sein des pôles éditoriaux (Studio Femme et Gala Studio, #HTAGstudio, Studio Cerise et Premium). Sous l'entité Prisma Media Vidéo Stories, la régie présente son expertise vidéo et éditoriale auprès du marché publicitaire et offre la possibilité aux annonceurs de s'appuyer sur la caution des marques media de chacun de ces studios, avec l'assurance d'une contextualisation éditoriale, d'une médiatisation optimisée et d'un suivi précis des performances.
- Unique Heritage poursuit son développement via l'acquisition de Wondercity, la newsletter des « digital mums » et le site associé de recommandations de sorties et d'activités à faire en famille, créé en 2012 par Anne-Laure Corrot et Maia Tabo-Birn. En 5 ans, Wondercity est devenue la newsletter de référence des parents en quête des meilleures activités d'éveil et de loisirs pour les enfants. Chaque semaine en France, c'est près d'une maman sur 10 avec enfant de moins de 12 ans qui reçoit des recommandations d'activités et de sorties pour le week-end et les vacances scolaires.
- Fidzup, spécialiste du marketing mobile, accompagne désormais Mondadori afin d'optimiser l'impact des campagnes des annonceurs. L'occasion de créer de nouvelles expériences pour faire se déplacer les mobinautes en points de vente. Fidzup aura désormais accès aux données issues des différentes applications du groupe média. Cet accord permettra à la start-up de couvrir davantage de smartphones sur le territoire français et d'améliorer d'autant le reach des campagnes de drive-to-store et de retargeting qu'elle propose.
- GMC MEDIA, la régie publicitaire du groupe Marie Claire optimise la vente de ses espaces publicitaires en choisissant la solution Full-Stack de Smart AdServer. En combinant les ventes directes et programmatiques au sein d'une même plateforme, l'équipe programmatique dédiée - composée de 5 personnes - propose une nouvelle offre de commercialisation à ses annonceurs. Baptisée SSP SMART RTB+, elle leur permet de bénéficier de : La programmation unifiée : volumes garantis et exclusivité page ; la centralisation du direct et automatisé ; l'optimisation en temps réel ; les prix fixes et/ou floor ; ]la valorisation/l'optimisation de chacun de ses emplacements publicitaires grâce à une diffusion basée sur le Yield holistique ; la mise en concurrence, en temps réel, de tout l'inventaire publicitaire ; l'enrichissement des campagnes sur la data exclusive GMC MEDIA récoltée via un parcours lecteur cross-

media ; l'accès aux inventaires desktop, tablette et mobile du Groupe Marie Claire.

- L'Audience Internet Mobile de Mediametrie s'enrichit et intègre le temps passé sur les sites et les applications. En avril 2017, 37 millions d'individus âgés de 11 ans et plus se sont connectés à Internet depuis leur mobile au moins une fois au cours du mois, soit 2 Français sur 3 (66,9%). Les mobinautes ont consacré chacun en moyenne 24 heures et 36 minutes à naviguer sur des sites et applications dans le mois. Ainsi, le temps moyen passé par Français sur Internet depuis un smartphone est de 33 minutes par jour. Les individus âgés entre 15 et 24 ans sont ceux qui y consacrent le plus de temps avec en moyenne 31 heures et 44 minutes par personne en avril 2017, soit 58 minutes par jour. La sous-catégorie «Blogs et sites communautaires» est celle sur laquelle les mobinautes passent le plus de temps sur leur mobile. Elle représente à elle seule près d'un quart (23,5%) du temps passé sur Internet depuis un smartphone pour l'ensemble des mobinautes. Pour les 15-24 ans, la part de temps de cette sous-catégorie s'élève à 40,8%. En avril 2017, chaque mobinaute a consulté en moyenne 15 applications et a visité 49 sites.

## 26% de la consommation média se fera sur mobile en 2019 selon Zenith



Source : 100%MEDIA by Offremedia

La télévision reste le premier média pour le temps moyen de consommation, avec en moyenne 170 minutes par jour en 2017 contre 140 minutes pour Internet d'après le rapport Media Consumption Forecasts publié par Zenith (Publicis Media). Toutefois, à horizon 2019, l'écart entre la télévision et Internet se réduira de 30 minutes en 2017 à 7 minutes en 2019.

[Lire la suite](#)

## Les Groupes Revue Fiduciaire et Courrier Cadres lancent une offre complète sur l'emploi et la formation

Presse Edition 14/06/2017

En octobre 2015, le Groupe de presse Revue Fiduciaire, spécialisé dans les domaines juridique, fiscal, comptable, social et patrimoine, a racheté le Groupe Courrier Cadres, éditeur des magazines *Courrier Cadres*, *Rebondir*, *L'Officiel de la franchise*, *Vente directe magazine* et *le Nouvel Entrepreneur*. Aujourd'hui, les deux Groupes concrétisent leurs synergies en lançant quatre JobBoards et en créant la régie publicitaire «Au 100 Média». Indépendante, celle-ci commercialise toute l'offre du Groupe, y compris les JobBoards avec une offre spécifique Emploi. Cette dernière peut d'ailleurs être déclinée auprès des médias extérieurs au Groupe, en devenant leur régie Emploi.

Les Groupes Revue Fiduciaire et Courrier Cadres élargissent leur gamme de services et lancent quatre plateformes dédiées à l'emploi dans des univers distincts, en cohérence avec les médias du Groupe. Ces JobBoards ont pour vocation d'accompagner les personnes en recherche d'emploi en proposant non seulement des offres d'emploi mais également des formations, des informations et des conseils pratiques.

**Cible : les décideurs et cadres dirigeants**

<http://emploi.courriercadres.com/>

**Cible : les cadres en reconversion, candidats à la franchise et porteurs de projets**

<http://emploi.officieldelafranchise.fr/>

**Cible : les salariés et demandeurs d'emploi**

<http://emploi.rebondir.fr/>

**Cible : les experts et professionnels dans les domaines juridique, comptable, social et fiscal**

<http://emploi.grouperf.com/>

De l'union des deux Groupes est née «**Au 100 Média**», une régie publicitaire qui propose aux annonceurs des solutions plurimédia visant les acteurs clés du monde de l'entreprise : salariés, cadres décideurs (DRH, DAF, CODIR) et dirigeants mais également leurs premiers conseillers : experts-comptables, avocats, notaires et conseillers en gestion de patrimoine.

«Au 100 Média» met à la portée des annonceurs plus d'1,2 million de lecteurs mensuels, autant de visiteurs uniques mensuels et 450.000 abonnés. Qualifiée, cette cible est atteinte à travers 10 magazines, 11 sites internet d'actualités et, désormais, 4 sites Internet d'emploi.

**L'offre proposée aux annonceurs est plurimédia**, avec :

- Une visibilité publicitaire en print et digital, déclinée sur demande en images (vidéo, photo), sur l'ensemble des supports des Groupes : Courrier Cadres, L'Officiel de la Franchise, Rebondir et les supports du Groupe Revue Fiduciaire (la Revue Fiduciaire, RF Comptable, RF Paye, RF Social, RF Conseil et Intérêts Privés).
- Une offre spécifique Emploi qui permet d'accéder à des JobBoards affinitaires, optimisant ainsi la communication de recrutement des entreprises.
- La qualification et l'orientation des candidats sur des projets ou des postes de salariés correspondant à leurs recherches (matching de candidats).
- Un bilan des talents et compétences en ligne.
- Des solutions de marketing direct, avec un accès à des bases de données très qualifiées et qualitatives.
- La mise à disposition d'un espace de co-working, le 100 La Fayette.

Les médias extérieurs aux Groupes peuvent eux aussi bénéficier du panel des solutions proposées.

«Pourquoi avoir choisi le nom Au 100 Média? D'abord, pour faire un clin d'œil à notre adresse, l'ensemble des équipes du Groupe se situant au 100, rue La Fayette, à Paris. Le nombre 100, c'est également la vitesse à laquelle nous aimons travailler : à 100 à l'heure!». Laurent Minaud, Président Directeur Général du Groupe Courrier Cadres.

---

## Infographie : les résultats de l'enquête #DemainLaPresse de l'ACPM qui a totalisé 50 000 répondants



Source : 1 00%MEDIA by Offremedia

La campagne #DemainLaPresse de l'ACPM, réalisée avec Australie, a bénéficié de plus de 1.500 parutions en presse et de plusieurs millions d'impressions en digital depuis mi-mars. La campagne s'accompagnait d'un questionnaire en ligne ludique permettant de mesurer la perception des Français sur le média presse en général.

→ lire la suite

---

## Crise migratoire, 10 agences de presse collaborent

Presse Edition 14/06/2017

Dix agences de presse se sont réunies pour enquêter sur les trafics criminels exploitant la situation des migrants en lien avec la crise des réfugiés qui balaie l'Europe, le Moyen-Orient, l'Afrique, l'Asie-pacifique et l'Amérique.

C'est le premier projet Global Spotlight lancé sous l'égide du réseau d'agences de presse MINDS International. Il met en lumière les réseaux criminels qui exploitent la vulnérabilité des familles chassées de leurs maisons par la guerre, la persécution et la pauvreté.

Ce travail, d'une durée de six mois, comprend une analyse approfondie des causes du trafic de migrants, des voies migratoires empruntées et de l'impact social dans les régions du monde les plus sensibles. Ce projet éditorial collaboratif nous conduit sur les dangereux chemins empruntés par les migrants dans les zones de guerre du Moyen-Orient, au Sud-Sahara, en Europe et en Méditerranée, en Amérique du Sud, au Mexique, aux États-Unis et sur les mers d'Asie du Sud-Est. Chaque agence de presse fournira le contenu de ce projet à ses clients.

L'AFP diffusera sa production en anglais, français et espagnol sur ses fils d'actualité à partir du mardi 13 juin. Le reste du projet sera disponible en anglais sur la plateforme AFP Forum. Cette initiative a été lancée pour le 10ème anniversaire de MINDS. «Il ne s'agit pas de concurrence, de revenus ou d'image de marque, il s'agit d'associer des professionnels de l'information dans une initiative mondiale positive.», a déclaré Wolfgang Nedomansky, Directeur exécutif de MINDS.

Les agences de presse participantes :

AAP – Australie, AFP – International, ANSA – Italie, APA – Autriche, CTK - République Tchèque, DPA – Allemagne, EFE – Espagne, LUSA – Portugal, SDA – Suisse, STT – Finlande.

---

## SNPAR : André Dremaux réélu Président pour un mandat de 2 ans

Presse Edition 14/06/2017

André Dremaux, Directeur délégué de Terres et Territoires, a été réélu pour 2 années à la présidence du SNPAR lors de l'Assemblée générale ordinaire du Syndicat qui s'est tenue au siège régional de Groupama Rhône-Alpes Auvergne le vendredi 9 juin dernier. Il est Président du SNPAR depuis juin 2015.

### Composition du nouveau bureau et du Conseil d'administration :

Président : André Dremaux, *Terres et Territoires*

Vice-Président : Jean Ricateau, *Réussir - le Périgord* (Président de la section de la presse agricole départementale et régionale)

Vice-Président : Frédérique Carton, *Le Betteravier français* (Président de la section de la presse agricole nationale)

Vice-Président : Jean-Michel D'Aprvil, *Chasseur en Poitou-Charentes* (Président de la section de la presse cynégétique)

Secrétaire général : Sophie Schwendenmann, *L'Est agricole et viticole, Paysan du Haut-Rhin*

Secrétaire général adjoint : Michel Collonge, *Réussir*

Trésorier : Jean Dubé, *Terra*

Trésorier adjoint : Michel Guillet, *L'Avenir Agricole*

Conseiller du Président : Joannès Cote

### Autres Membres du Conseil d'administration :

Jérôme Androdias, *Terre Dauphinoise*

Philippe Bardy, *Le Paysan tarnais*

Sylvain Cousin, *Potato Planet*

Richard Cremonini, *La Marne Agricole*  
Thibaut de Jaegher, *Agra*  
Annie Fayeaux, *Paysans de la Loire*  
Gérard Julien, Groupe France Agricole  
Christophe Ledoux, *Agriculture Drômoise*  
Didier Lefevre, *Le Journal des Piégeurs*  
Christophe Leschiera, *Travaux & Innovations*  
Magali Sagnes, *Vaucluse Agricole*  
Gérard Seguin, *Terres de Cognac, La Vie charentaise, La Vienne rurale*

### A propos du SNPAR

Le Syndicat National de la Presse Agricole et Rurale regroupe 108 entreprises qui éditent 147 publications, dont : 85 journaux agricoles à diffusion départementale et régionale , 50 publications agricoles à diffusion nationale, 12 publications cynégétiques et 47 publications en ligne.

---

## Partenariat autour du livre audio entre Hachette et Wattpad



### Source : Lettres Numériques

Depuis quelques temps, le livre audio est au cœur des discussions entre professionnels du livre. Dans cette optique, un nouveau partenariat prometteur a été annoncé entre Hachette Book Group et Wattpad, la plateforme canadienne d'auto-publication. Une série de 50 livres audio sera ainsi lancée cet été, basée sur les histoires de Wattpad et produite par Hachette.

→ [lire la suite](#)

---

## Via Fabula réinvente la lecture avec des livres qui s'adaptent aux lecteurs



### Source : Lettre Numérique

Jeune start-up toulousaine, Via Fabula entend révolutionner l'expérience de lecture grâce à ses livres numériques qui s'adaptent à l'environnement et à la personnalité des lecteurs. Lettres Numériques a rencontré Bruno Marchesson, le fondateur du projet et président de Via Fabula, qui nous expose son concept novateur de livres adaptatifs et immersifs.

→ [lire la suite](#)

---

## Saint-Maur en poche : création du prix de la ville

### Presse Edition 14/06/2017

Pour sa 9<sup>ème</sup> édition qui se tiendra samedi 24 et dimanche 25 juin 2017, Saint- Maur en Poche, principale manifestation consacrée au livre de poche en France, aura pour thème les monstres sacrés de la littérature et des arts.

Pour la première fois, la Ville de Saint-Maur a souhaité que le salon investisse le champ des sciences humaines et sociales avec la création du prix de l'essai.

Un jury de lecteurs saint-mauriens, élus de la ville ou abonnés de la médiathèque : Sylvain Berrios, André Kaspi, Pierre Guillard, Adrien Caillerez, Delphine Debernardi, Évelyne Ségalen, Claire Apruzzese, récompensera un titre parmi les 10 ouvrages suivants :

*La famille aujourd'hui, Entre tradition et modernité* de Sébastien Dupont – Sciences Humaines

*Le bon gouvernement* de Pierre Rosanvallon – Points

*François Mitterrand* de Michel Winock – Folio

*Pourquoi détestons-nous autant nos politiques ?* d'Emiliano Grossman et Nicolas Sauger – Les presses de Sciences Po, Poche

*La Russie face à l'Europe, D'Ivan le Terrible à Vladimir Poutine* de Marie-Pierre Rey – Flammarion

*Vivre ensemble dans un monde incertain* de Serge Paugam – Éd. de l'Aube

*Passion arabe* de Gilles Kepel – Folio

*Les avant-gardes artistiques, 1848-1918* de Béatrice Joyeux-Prunel – Folio

*Hippocrate aux enfers, Les médecins des camps de la mort* de Michel Cymes – Livre de poche

*Quartiers d'hiver, Ethnologie d'une saison* de Martin de la Soudière – Creaphis

---

Presse Edition 14/06/2017

- Unique Heritage Media se positionne en force sur le marché média Jeunesse / Famille, digitalise son offre et poursuit son développement via l'acquisition de Wondercity, la newsletter des digital mums et le site associé de recommandations de sorties et d'activités à faire en famille, créé en 2012 par Anne-Laure Corrot et Maia Tabo-Birn. En 5 ans, Wondercity est devenue la newsletter de référence des parents en quête des meilleures activités d'éveil et de loisirs pour les enfants. Chaque semaine en France, c'est près d'une maman sur 10 avec enfant de moins de 12 ans qui reçoit des recommandations d'activités et de sorties pour le week-end et les vacances scolaires.
- Les éditions Albert René et SND annoncent la sortie du nouveau dessin animé 3D d'Alexandre Astier sur les écrans le 5 décembre 2018, *Astérix - Le secret de la potion magique*
- Les éditions Publibook proposent pour la première fois un concours de nouvelles dont le thème est l'antihéros. Tous les amateurs d'écriture et d'aventure à se glisser dans la peau de leurs antihéros préféré, et à devenir le temps d'une nouvelle Don Quichotte, Deadpool, ou encore Gatsby. Le jury de ce premier concours sera composé d'auteurs déjà édités. Ils auront la lourde tâche d'élire le prochain auteur de la maison. Publibook offrira au grand gagnant la publication de sa nouvelle dans la mesure où l'auteur souhaite publier celle-ci dans un recueil. Les participants auront entre le 1er et le 15 juin prochain pour envoyer leur texte.  
Email : [concourspublibook@gmail.com](mailto:concourspublibook@gmail.com).  
Site internet : <http://www.publibook.com/>  
Facebook : <https://www.facebook.com/Editions.Publibook/>
- Page Turners : depuis le 7 juin dernier, la communauté des romans Milan se développe et intégrera les romans young adult publiés par Bayard Editions. Un an après son lancement, Page Turners représente sur le web et les réseaux sociaux une communauté de plus de 11.600 fans actifs.

---

## Nouvelle formule : Je passe à l'acte

Presse Édition 15/06/2017

Éditeur : Actes Sud / Kaizen

Concept : Conçue comme un prolongement concret et pratique au film *Demain*, la collection "Je passe à l'acte" apporte un ensemble de réponses à tous ceux qui sont sortis de la salle de cinéma avec le désir d'agir ici et maintenant, ensemble. Ressources indispensables au démarrage de chaque projet, ces ouvrages ont une approche identique articulée en six chapitres : Pourquoi ? ; S'entourer ; S'équiper ; Se lancer ; Tenir bon ; Et après...

- lancement : mai 2017
- ouvrages parus :
  - › *Rénover une vieille bâtisse*
  - › *Faire la fête sans détruire la planète*
- à paraître
  - › *Débuter son potager en permaculture*
  - › *Méditer puis agir*
  - › *Montessori à la maison 0-3 ans*
  - › *S'engager dans une AMAP*



- directeur de collection : Marie-Noëlle Himbert
  - conception graphique : Anne-Laure Exbrayat, studio graphique d'Actes Sud
  - fabrication : NC
  - prix : 8 €
  - format : 140 x 190
  - pagination : 64 pages
  - imprimeur : Printer Portuguesa (Portugal)
-

## Foreign Affairs Edition

Presse Edition 14/06/2017

- **Allemagne** : Du 11 au 15 octobre 2017, la France est le pays invité d'honneur de la 69e édition de la Foire du Livre de Francfort. C'est l'Institut français qui assurera la mise en place et le commissariat général du pavillon français.
- **Royaume-Uni** : L'édition 2017 du London Digital Book Printing Forum, organisé par Interquest, se déroulera à Londres, le 27 juin prochain, au Royal Institute of British Architects (RIBA)  
<https://www.inter-quest.com/focused-forums/2017London/index.php>
- **Etats-Unis** : Ouverture le 25 mai dernier, au Time Warner Center, à Manhattan, New-York, de la première librairie Brick and mortar, du géant de la librairie en ligne, Amazon. Plus de 3.000 ouvrages sont proposés aux clients, prospects et badauds.
- **Allemagne** : La prochaine édition de la Frankfurt Book Fair- Foire du Livre de Francfort -se déroulera du 11 au 15 octobre 2017. Pour son édition 2016, la Foire avait accueilli 278023 visiteurs, dont 172296 professionnels en provenance de 125 pays.
- **Royaume-Uni** : En 2016, le chiffre d'affaires de l'édition britannique s'élevait à 4,8 milliards de livres sterling, dont 35% issus du numérique.  
*Source : The Publisher Association*
- **Etats-Unis** : En 2016, les ventes de livres audio aux Etats-Unis ont atteint 2,1 milliards de dollars. Une progression de 33,9% en terme d'ouvrages vendus et de 18,2% en terme de chiffre d'affaires.  
*Source : Audio Publishers Association's*
- **Etats-Unis** : Barnes & Nobles lance sur ses points de vents américains sa campagne de promotion estivale. Dans chaque librairie Barnes&Nobles, des PLV proposent aux acheteurs une sélection d'ouvrages à des tarifs très attractifs. De plus les enfants, jusqu'à 6 ans, se verront offrir un livre par le plus important libraire des Etats-Unis.
- **Etats-Unis** : PHR absorbe Out of Print, spécialiste américain de production et de commercialisation de produits dérivés sous license, liés au monde de l'édition et des auteurs, tels que tee-shirts, cendriers, etc.

---

## Orséry nomme Anne-Sophie Dallies Labourdette au poste de Directrice Marketing

Presse Edition 14/06/2017

Pour accompagner son développement en France et à l'international, Orséry, solution d'impression immédiate de livres en librairie, renforce son équipe avec l'arrivée d'Anne-Sophie Dallies Labourdette au poste de Directrice Marketing.

Titulaire d'un diplôme de l'institut d'Etudes Politiques et d'une Maîtrise en Science Politique, Anne-Sophie Dallies Labourdette débute sa carrière en tant que Directrice de clientèle puis de publicité dans différents groupes média. En 2007, elle participe à la création et au lancement de Bluefox, société spécialisée dans le secteur de l'affichage dynamique et de l'édition vidéo. Nommée Directrice Marketing et Commerciale de Radio Orient puis de l'agence de communication Ethnopath, elle intègre ensuite pendant 2 ans le GIEA, courtier indépendant en assurance de personnes.

Récemment nommée Directrice Marketing d'Orséry, Anne-Sophie a pour mission d'accompagner et développer la croissance de la marque en France et à l'international. Elle est notamment en charge du pilotage des fonctions marketing, de la communication digitale et de la communication externe.

---

## Nouvelle collection Graphidoc Sciences



Presse Édition 12/04/2017  
Éditeur : Glénat

**Concept :** Une nouvelle manière excitante et originale d'apprendre : Une série de documentaires basés sur l'infographie pour aider les enfants à visualiser les faits et les statistiques, à comprendre et retenir les principales informations essentielles, grâce aux schémas, aux chiffres clés, etc.

Un design coloré, attrayant et impactant pour une compréhension immédiate de sujets parfois complexes. Idéal aussi pour le temps des révisions sur l'histoire, la science et la géographie. Le texte informatif et clair vient appuyer l'infographie dynamique. Cette approche est parfaite pour les travaux en groupe (exposés par exemple) et l'apprentissage quotidien. Un auteur spécialiste de la transmission des savoirs par le biais des infographies.

- lancement : mai 2017

- ouvrages parus :

- › *Graphidoc Histoire : L'âge de pierre*

- › *Graphidoc Sciences : La Vie sur Terre*

- a paraître en septembre 2017

- › *Graphidoc Histoire : Les Vikings*

- › *Graphidoc Sciences : Notre Univers*

- directeur de collection : Jon Richards

- directeurs artistiques : Jonathon Vipond (pour Histoires) et Ed Simkins (pour Sciences)

- prix : 9,90 €

- format : 197 x 257

- pagination : 34 pages

- impression : Chine

### Auteur

Jon Richards est un auteur primé de documentaires pour les enfants. Il est spécialisé dans l'alphabétisation visuelle, l'infographie et la visualisation de données. Au cours d'une carrière de 25 ans dans l'édition, Jon a travaillé pour de nombreux éditeurs sur des livres de non-fiction illustrés aussi bien à destination des adultes que des enfants. Il a écrit près de 75 livres pour enfants, sur des sujets aussi éclectiques que l'anatomie, l'astronomie, la zoologie, la lutte et le bowling. Parmi ses titres, on peut citer la série World of Infographics de 12 volumes pour Wayland Publishing, dont *Animal*, qui a remporté le prix ALCS Educational Writers Award, qui récompense le meilleur documentaire pour stimuler et améliorer l'apprentissage, et qui a été retenu pour le Blue Peter Book of the Year, un prix important décerné par plus de 200 élèves à travers tout le Royaume-Uni.

---

## Vite dit Édition

Presse Édition 14/06/2017

- La 9e édition de Saint-Maur en poche se déroulera les 24 et 25 juin 2017. Plus de 250 auteurs se donneront rendez-vous à Saint-Maur pour célébrer le livre de poche à travers une multitude d'interviews, séances de dédicaces et autres animations dédiées notamment à la jeunesse.

- Quelques années après l'avènement des nouvelles technologies, les Français sont toujours aussi attachés à la lecture et aux livres papier. De fait, loin d'avoir tué le livre, Internet donne un nouveau souffle au marché du livre papier ! Dans ce contexte, l'entrepreneur Benjamin Duquenne, souhaitant offrir une seconde vie aux livres, crée le 26 janvier 2002 sa petite entreprise de vente en ligne de livres d'occasions : Livrenpoche.com. Quinze ans plus tard, Livrenpoche est devenu le spécialiste du livre format poche d'occasion. A l'occasion de son 15e anniversaire, l'entreprise bretonne prévoit d'agrandir ses locaux avec 500m<sup>2</sup> supplémentaires et de doubler son

catalogue avec 400.000 livres en stock.

- *L'ouvrage Libérer la compétitivité* de Jérôme Barthélemy, Editions Pearson, a remporté le Prix du meilleur ouvrage en management dans la catégorie Essai. C'est un prix très prestigieux décerné par la FNEGE (Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises).
- Le 48e Prix Maison de la Presse a été décerné à Philippe Besson pour son roman, *Arrête avec tes mensonges* (éditions Julliard), mercredi 17 mai au siège de la Société des Gens de Lettres (Paris).
- Présidé par Olivier Weber et composé de Tahar Ben Jelloun, Annick Cojean, Colette Fellous, Pierre Haski, Michèle Kahn, Gilles Lapouge, Michel Le Bris, Pascal Ory, Patrick Rambaud, Guy Seligmann et Catherine Poulain (lauréate 2016), le jury a attribué le Prix Joseph Kessel 2017 à Jean-Pierre Perrin, pour son livre, *Le Djihad contre le rêve d'Alexandre*, paru aux Éditions du Seuil
- Le jury des Prix Littérature-monde composé des écrivains Paule Constant, Ananda Devi, Nancy Huston, Dany Laferrière, Michel Le Bris, Atiq Rahimi, Jean Rouaud et Boualem Sansal a souhaité distinguer cette année Anna Moï pour *Le Venin du papillon* (Gallimard) et Abdelaziz Baraka Sakin pour *Le Messie du Darfour* (Zulma).
- Le 13e Marathon des mots, festival international de littérature de Toulouse Métropole se tiendra du 22 au 25 juin 2017. Les écrivains d'Amérique Centrale (Golfe du Mexique, Caraïbes) sont à l'honneur cette année avec la présence notamment de Leonardo Padura, Patrick Chamoiseau, Karla Suarez, Rodrigo Rey Rosa, Mayra Santos Febres et de la nouvelle génération d'écrivains mexicains (Aura Xilonen, Antonio Ortuño et Eduardo Rabasa...).
- Les Espaces Culturels E.Leclerc reconduisent le Prix Landerneau des Lecteurs. Présidé cette année par Christophe Ono-dit-Biot, aux côtés de Michel-Edouard Leclerc, ce prix littéraire fait le pari d'associer les choix des libraires des Espaces Culturels E.Leclerc à ceux d'un large public: 200 lecteurs sélectionnés dans toute la France.
- La lauréate du 63e Prix des Libraires est Cécile Coulon pour son roman *Trois saisons d'orage*, paru aux éditions Viviane Ham.
- En mai dernier, l'intersyndicale de l'édition (CGT, CFDT, FO, CFE-CGC) et le collectif Correcteurs précaires envoyaient une lettre ouverte à la ministre de la Culture, pour l'alerter sur la précarité des correcteurs de l'édition et le refus du Syndicat national de l'édition (employeurs) de faire évoluer la situation en commission paritaire. Par ce courrier, ils demandaient également à la ministre de recevoir une délégation. Selon nos informations, cette demande, à ce jour, n'a reçu aucune réponse.

## PARUTIONS

- › Éditions du cercle de la librairie, **Les métiers des bibliothèques**, sous la direction de Nathalie Marcerou-Ramel. Dans un paysage où l'information est en constante mutation, ces contributions abordent les métiers des bibliothèques, des archives et des centres de documentation selon quelques axes majeurs : les relations des personnels avec les usagers, les savoirs, les collections, les services, le numérique, l'oeuvre, etc. 210 pages, 38€.
  - › Plon, **Secrets de cinéma**, Bruno Cras. Dans Secrets de cinéma, les réalisateurs de trente films "cultes" livrent des anecdotes inédites sur la production de leur film, l'écriture, les comédiens, les aléas des tournages... De *La vie est un long fleuve tranquille* à *Intouchables*, en passant par *Le Père Noël est une ordure* ou *Le Dîner de cons*, suivez Bruno Cras dans les coulisses du 7e art. 240 pages, 16,90€.
  - › Larousse, **L'animal est-il l'avenir de l'homme?** L'intelligence animale par les plus grands experts, sous la direction de Yolaine de La Bigne, les experts : Claudine André, Gilles Boeuf, Norin Chaï, Tarik Chekchak, Pierre Lavagne, Frédérique Pichard, Pascal Picq. Sept esprits brillants, aux parcours exceptionnels, nous emmènent dans cet univers fascinant de l'intelligence animale. Grâce à eux, vous découvrirez les pouvoirs incroyables du chant des baleines qui boostent la teneur en protéines du plancton, vous verrez, avec les bonobos, que le rire n'est pas le propre de l'homme. Vous comprendrez qu'on peut manager une équipe en s'inspirant des bancs de poissons. Vous constaterez que les fourmis ont inventé l'agriculture bien avant les hommes...
  - › Presses de la Renaissance, **Guide des chemins de pèlerinage : Les 35 plus beaux itinéraires**, Gaële de La Brosse. Si les chemins de Saint-Jacques vous tentent — ou si, les ayant découverts, vous cherchez à arpenter d'autres itinéraires empreints de spiritualité : ce livre est pour vous! Il présente 35 chemins de pèlerinage à travers la France à effectuer en plusieurs mois, une semaine ou une journée de marche. On y trouve l'histoire du lieu et de son pèlerinage, la vie du saint et la description du sanctuaire. Mais ce guide répond aussi à des questions plus pratiques : quelle est la longueur du parcours? Est-il balisé? Y a-t-il des hébergements spécifiques? Chaque chapitre, agrémenté d'une carte, indique également les structures où se renseigner et les livres à lire pour préparer son voyage. Enfin, on découvrira dans ces pages ce qui donne à chacun de ces chemins un "supplément d'âme" : la valeur qui lui est propre (l'hospitalité sur les chemins de Saint-Jacques, le partage sur les chemins de saint Martin, la fraternité sur les chemins du Mont-Saint-Michel, etc.) et qui orientera le choix du marcheur en quête de sens. 320 pages, 19,50€.
-



Presse Édition 14/06/2017

## LE GRAND MANUEL DE SOPHROLOGIE

Une synthèse des différentes techniques - 100 exercices pratiques - 20 domaines d'application

*Sous la direction de Bernard Etchelecou, collection "Les nouveaux chemins de la santé", Dunod, 2017, 720 pages, 42,90€*

Souvent considérée comme une méthode de relaxation très efficace, la sophrologie propose plus largement une synthèse articulée des pratiques psychocorporelles de la psychologie et des techniques traditionnelles de méditation de l'orient (yoga, zen, etc.). elle s'appuie essentiellement sur le phénomène du vécu de conscience, particulièrement mis en valeur par la philosophie existentialiste. utilisée en entreprise, en formation, en développement personnel ou en psychothérapie, elle est également de plus en plus présente en tant que thérapie complémentaire personnalisée dans les soins de support nécessaires au patient tout au long de la maladie. Ce manuel, écrit par une équipe d'auteurs principalement composée de professionnels de santé (psychologues, médecins, infirmiers et paramédicaux), mais aussi de spécialistes de la formation, en propose un parcours intégral – théorique et pratique.



## LES MALADIES CHRONIQUES

Vers la troisième médecine

*Pr André Grimaldi, Yvanie Caillé, Frédéric Pierru, Didier Tabuteau, Odile Jacob, 2017, 774 pages, 24,90€*

Vingt millions de Français souffrent de maladies chroniques, soit un tiers de la population – une véritable épidémie. Hier encore, on mourait de ces maladies, aujourd'hui, elles nous accompagnent toute notre vie.

Diabète, cancers, hypertension artérielle, sida, insuffisance respiratoire, mucoviscidose, myopathies, maladies inflammatoires de l'intestin, polyarthrite rhumatoïde, asthme, lupus, insuffisance rénale, cirrhoses hépatiques, séquelles d'accidents vasculaires cérébraux, insuffisance cardiaque, sclérose en plaques, maladie de Parkinson, maladies psychiatriques, maladie d'Alzheimer, obésité... La France doit à présent se doter de tous les moyens pour améliorer la vie de tous les patients atteints de ces maladies. Nous sommes entrés dans l'ère de la 3e médecine, véritable médecine de la personne, aux côtés de la médecine des maladies aiguës bénignes et de la médecine des maladies graves. Pour le patient, une nouvelle façon de vivre ; pour le médecin, une nouvelle façon d'exercer son métier, à l'heure des grandes avancées médicales et technologiques. Soixante-quatorze médecins, patients et experts se sont associés ici pour relever le défi des maladies chroniques.

PR ANDRÉ GRIMALDI, YVANIE CAILLÉ  
FRÉDÉRIC PIERRU, DIDIER TABUTEAU

**LES MALADIES  
CHRONIQUES**  
VERS LA 3<sup>e</sup> MÉDECINE

**20 MILLIONS  
DE FRANÇAIS  
CONCERNÉS**

## PRÉVENIR PLUTÔT QUE GUÉRIR, LA RÉVOLUTION DE LA E-SANTÉ

*Alexis Normand, Eyrolles, 2017, 200 pages, 21€*

Le rapport patient-médecin a changé, le rapport du patient à sa santé aussi. Grâce aux objets connectés et aux applications de santé, le particulier dispose d'outils d'automesure et de diagnostic auparavant réservés au cabinet médical ou à l'hôpital. Les applis de suivi de l'activité physique, du sommeil ou de la nutrition sont elles aussi prises très au sérieux par les acteurs du système de santé qui y voient de puissants outils de prévention. Les géants du numérique (Google, Apple, Amazon, Microsoft, Samsung...) ne s'y sont pas trompés et investissent massivement dans la e-santé ; le nombre de start-up du secteur explose également. Mais s'agira-t-il encore de médecine? Notre assurance-maladie et nos mutuelles vont-elles introduire des systèmes de bonus-malus pour récompenser les bons comportements? Le big data va-t-il bouleverser notre système de santé? Alexis Normand répond à ces questions de manière précise et dépassionnée ; il donne de nombreux exemples d'initiatives en cours en Europe et aux États-Unis, en pointant les risques de dérives et en se faisant l'écho des débats sur les questions éthiques.

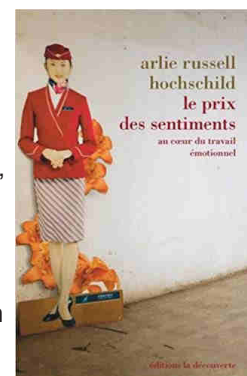


## LE PRIX DES SENTIMENTS

Au cœur du travail émotionnel

*Arlie Russell Hochschild, Éditions La Découverte, 2017, 310 pages, 23€*

Célèbre pour avoir ouvert la voie à la sociologie des émotions, Arlie R. Hochschild développe dans ce livre la notion de «travail émotionnel». Selon l'auteure, en effet, les émotions ne surgissent pas en nous en s'emparant de notre «moi», mais sont le fruit d'un travail que nous effectuons, la plupart du temps sans en avoir conscience, dans le but d'accorder ce que nous ressentons avec les «règles de sentiments» en vigueur dans notre environnement social. Ce que montre par ailleurs l'auteure, c'est comment, au cours des dernières décennies, dans le cadre d'une économie postfordiste où prédominent les emplois de service, et donc les relations avec un «public», ce travail émotionnel a été «capturé» par les entreprises et orienté vers des fins marchandes. Dans ce processus, ce sont en particulier les femmes, éduquées pour devenir des êtres sociaux émotionnels, qui sont en première ligne et en subissent de plein fouet les implications : lorsque les émotions sont dictées par l'entreprise, elles deviennent progressivement étrangères à l'individu et perturbent sa capacité à vivre en société. Plus que jamais d'actualité, cet ouvrage exceptionnel s'inscrit ainsi dans une double perspective critique : critique féministe du rôle émotionnel imposé aux femmes, aussi bien dans le cadre privé qu'au travail, d'une part, et critique des structures du capitalisme contemporain et de leurs effets délétères sur les individus, d'autre part.



## GUÉRIR DE SON PASSÉ

Avec l'EMDR et des outils d'autosoins

Emmanuel Contamin, Odile Jacob, 2017, 288 pages, 23,90€

«J'étais déjà psychiatre depuis près de vingt ans quand j'ai découvert l'EMDR. Cela a été un changement profond dans ma pratique de psychiatre et de psychothérapeute.» Dans ce livre, le docteur Contamin raconte, à partir de nombreux exemples, comment cette technique étonnante permet, par son action sur le cerveau et la mémoire, de guérir les traumatismes, les blessures du passé et les émotions qui leur sont liées. Il montre la profonde cohérence entre ce qui est bon pour notre cerveau, notre corps, nos relations, nos liens sociaux et notre environnement, et l'importance de réguler nos émotions. C'est tout le pari de ce livre qui propose des outils concrets d'autosoins à mettre en pratique pour développer et renforcer nos ressources internes. Une nouvelle approche qui a pour but de réunifier le corps, les émotions et les pensées. Pour prendre soin de soi, de ses proches, de ses relations aux autres et de «notre maison commune».



## INFUSIONS ET PLANTES DE SANTÉ DE NOS RÉGIONS

Loïc Glrre, photographies Alain Parinet, Éditions Ouest-France, 2017, 208 pages, 15,9€

Des recettes de tisanes thérapeutiques faciles à réaliser grâce aux plantes de notre environnement sont présentées dans cet ouvrage-référence de la médecine populaire. - Ce livre présente les plantes médicinales connues dans toutes les régions françaises (principaux caractères botaniques, noms scientifique et régionaux) et explique l'intérêt thérapeutique et la partie de la plante qu'il faut utiliser. Les plantes sont classées de façon efficace pour leur utilisation en fonction de leurs propriétés : lutte contre l'insomnie, le stress, l'insuffisance veineuse, la constipation... L'ouvrage délivre des formules de tisanes efficaces, simples ou composées, reposant sur des bases scientifiques.



## Nouvelle collection : Mes p'tites questions encyclo



Presse Édition 15/06/2017

Éditeur : Milan

**Concept :** Fort du succès de la collection «Mes p'tites questions», Milan lance «Mes p'tites questions encyclo», une déclinaison en 80 pages pour approfondir une thématique. Dès 6 ans.

Premier ouvrage de la collection : *Comment ça marche?*, 100 questions/réponses pour tout comprendre des appareils, machines ou objets utilisés ou côtoyés au quotidien. Chaque jour, à la maison, à l'école ou ailleurs, les enfants observent des phénomènes étonnants, utilisent des instruments ou des machines savamment fabriqués... Mais comment tout cela fonctionne-t-il?

- lancement : mars 2017
- ouvrage paru :

› Avec *Comment ça marche ?*

100 questions/réponses pour tout comprendre

- auteur : Stéphane Frattini
- illustratrice : Coline Citron
- fabrication : NC
- prix : 14,90 €
- format : 255 x 255
- pagination : 80 pages, reliure cartonnée
- imprimé en Chine



Presse Édition 14/06/2017

### DICTIONNAIRE AMOUREUX DE LA VIE

Nicole Le Douarin, Plon, 2027, 800 pages, 25€

Pour la toute première fois de l'humanité, les sciences de la biologie, autrement dit de la vie, nous offrent chaque jour le pouvoir d'agir librement sur les ressorts intimes du vivant. Notre vision de la vie en sera définitivement bouleversée, nos propres valeurs seront à repenser fondamentalement. Que de découvertes dont les conséquences vont modifier spectaculairement notre rapport à l'existence, jusqu'à l'économie mondiale, l'équilibre même de nos sociétés : essor des biotechnologies, espoir d'une médecine non plus seulement réparatrice mais désormais régénératrice. Tour à tour pédagogue attentive, chercheuse passionnée, narratrice émue par la personnalité singulière voire par le génie de certains de ses pairs, Nicole Le Douarin affronte avec rigueur les problèmes bioéthiques liés aux expériences sur les cellules-souches et nous aide à comprendre la véritable portée des grandes découvertes : génétique, clonage, cellules-souches, évolution des espèces, fonctionnement du système immunitaire... En biologiste émérite, elle nous entraîne, en nous racontant les histoires de notre histoire. Un itinéraire passionnant et passionné sur le chemin de la vie et de ses mystères.



### ENTRETIEN AVEC JACQUES CHANCEL

Jean-Pierre Melville, François Truffaut, Claude Chabrol, Louis Malle, Claude Lelouch

Collectif, préface Christine Masson, La Table Ronde, France Inter, INA, 2017, 184 pages, 20€

Les entretiens radiophoniques qui composent cet ouvrage ont été édités en 2015 dans la collection sonore "Les Grandes Heures Ina / Radio France" et sont extraits de l'émission de Jacques Chancel, *Radioscopies*, sur France Inter.

### CREATIVE ALTITUDE

Pour inspirer, motiver, collaborer et innover en entreprise

Barbara Albasio, Guillaume Cravero, Dunod, 2017, 240 pages, 22€

«Creative Attitude comble une lacune majeure de la réflexion et de la littérature managériale. Il le fait d'une manière originale, créative et concrète. Je suis convaincu qu'il n'y a pas de responsable d'entreprise, grande ou moyenne, qui n'y trouve matière à réflexion, à action et à progrès.» Louis Schweitzer, Président d'honneur de Renault.

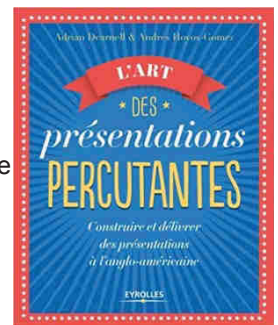
Adoptez la Creative Attitude! Pour exprimer votre singularité, favoriser le travail collaboratif, manager et diriger en toute confiance, laissez-vous guider par cet ouvrage pratique et inspirant. Très accessible et concret, ce livre vous propose : plus de 50 témoignages de leaders, managers, artistes et experts ; 7 cas d'entreprises et 8 exercices pour vous entraîner à la Creative Attitude ; 25 créations graphiques réalisées par des artistes.

### L'ART DES PRÉSENTATION PERCUTANTES

Construire et délivrer des présentations à l'anglo-américaine

Adrian Dearnell Andrés, Hoyos-Gomez, Eyrolles, 2017, 136 pages, 20€

Vous souhaitez que votre projet stratégique soit approuvé par le Comité de Direction ? que vos investisseurs valident une extension de budget ? que votre équipe adhère au plan d'actions proposé ? C'est dans la qualité de vos présentations que se joue le succès de votre démarche. Mais ce n'est pas facile. Et ce d'autant plus que la communication à l'anglo-américaine donne le ton et met la barre haut, très haut. De fortes différences culturelles rendent le mode anglo-américain "contre nature" pour les Français et les Européens : une communication simple, directe, franche, voire sympathique, aux antipodes de la dissertation cartésienne en trois parties. Cet ouvrage vous donne les clés pour devenir un speaker efficace, pour pratiquer et vous améliorer au quotidien : les 8 points essentiels pour une présentation réussie ; l'importance de la forme, qui compte autant que le fond ; exceller dans le storytelling pour captiver son auditoire ; l'art d'agencer et d'illustrer ses propos sur des slides ; l'abécédaire des bonnes pratiques à télécharger.



### RÉVOLUTION DIGITALE

Transformer la menace en opportunités

10 tendances clés - Plus de 50 exemples emblématiques pour éviter de se faire "ubériser"

Christophe Victor, Lydia Babaci-Victor, préface Maurice Lévy, Eyrolles, 2017, 312 pages, 25€

Réseaux sociaux, mobilité, internet des objets, big data, intelligence artificielle, industrie 4.0, blockchain, économie du partage, agilité, open innovation... De nouveaux usages apportés par la révolution digitale envahissent notre quotidien et bouleversent les équilibres économiques. Alors que beaucoup de dirigeants d'entreprises craignent l'ubérisation et que de nombreux salariés redoutent «le déclassement», cet ouvrage a pour objectif de persuader chacun, cadre de grande entreprise, dirigeant de PME ou futur entrepreneur, que cette mutation porte en elle les germes de formidables opportunités pour peu qu'on maîtrise bien certaines règles fondamentales de ces nouvelles technologies. À travers 10 tendances à appliquer à une stratégie de digitalisation, les auteurs qui, eux-mêmes, ont dû s'adapter à cette nouvelle donne, expliquent les ressorts fondamentaux de cette mutation. En s'appuyant sur de nombreux exemples de stratégies digitales réussies, à la fois dans de grandes entreprises, dans des entreprises de taille moyenne et dans des start-ups, ils fournissent des pistes pour aborder cette révolution numérique le plus efficacement possible.



---

## Vite dit Communication

Presse Edition 14/06/2017

- Six mois après son lancement, Fllow, l'agence créée par Sébastien Lauding, co-fondateur de Fullsix et Zee Agency, et Marie Lemaistre, ex-DA de Zee Agency, séduit par son approche innovante. 7 nouveaux clients ont ainsi fait appel à la méthodologie agile et co-créative de Fllow pour repositionner leur marque ou accompagner leur stratégie d'innovation : Pernod Ricard, spie Batignoles, Roctool, Cabinet Ginestié Magellan Paley-Vincent, Pomkin, Karos, Gnot the bot.
- Acquisition par SQLI de Star Republic, agence digitale implantée à Stockholm et Göteborg, grâce à cette opération de croissance externe, l'agence confirme son renforcement en Europe du Nord.
- MullenLowe annonce l'arrivée de Cédric Guéret à la direction de la création du groupe. Cédric Guéret, qui a développé tout au long de sa carrière une expertise dans la gestion des problématiques de communication intégrée, pilotera l'ensemble des forces créatives de MullenLowe et participera ainsi à son développement et à son rayonnement créatif en France et à l'international. Après 8 ans à la direction de création chez Proximity BBDO et 3 ans chez Ogilvy One, il était depuis 2014, co-directeur de la création de Publicis Conseil.
- Eminence, la marque spécialiste de sous-vêtements pour homme depuis 1944, fait appel à Mademoiselle Scarlett (Makheia Group), pour redéfinir sa plateforme de marque et concevoir la campagne de lancement de son t-shirt daily, l'optimum.
- Afnor, l'organisme de normalisation, a choisi, après compétition, Makheia pour concevoir et réaliser un livre sur les 30 normes qui ont changé le monde et notre quotidien. Didactique et largement illustré, cet ouvrage, de 144 pages, a été conçu pour vulgariser des notions complexes pour le grand public et montrer, par l'exemple, toutes ces normes invisibles qui accompagnent notre quotidien. Qu'est ce qu'une norme volontaire? Pourquoi et par qui est elle créée : elle est le fruit de la volonté des acteurs d'un marché afin de créer une référence.
- La 6e édition du Printemps des études a été synonyme de record : 2.847 visiteurs sont venus échanger avec les professionnels de la filière marketing, communication et opinion les 20 et 21 avril derniers au Palais Brongniart, soit une hausse de 11% par rapport à 2016.
- Truffaut lance Truffaut Kids, un mini magazine où les enfants peuvent découvrir la nature et apprendre à la respecter en développant leur imagination à travers des jeux, des décors de fête ou en cuisinant les produits récoltés au jardin. Disponible dans tous les magasins de l'enseigne.  
Directrice de la publication : Catherine Jousse  
Directrice de la rédaction : Amélie Jeudy  
Chef de rubrique : Aurore Grosso

---

## Publicis Conseil : Luc Wise Chief Strategic Transformation Officer

Presse Edition 14/06/2017

Valérie Henaff, Présidente de Publicis Conseil et de Publicis Worldwide, nomme Luc Wise au poste nouvellement créé de Chief Strategic Transformation Officer.

Fort de son expertise stratégique, Luc Wise jouera un rôle transversal d'accélérateur de la transformation des clients de Publicis, à la fois en France et à l'International.

L'arrivée de Luc Wise s'inscrit dans la dynamique actuelle du Groupe Publicis et notamment celle du nouveau Publicis Conseil, agence de la Full Brand Experience, issue du rapprochement avec Nurun Paris en début d'année. Cette nomination répond à l'ambition d'attirer de nouveaux talents capables de conseiller une marque sur la totalité de l'expérience qu'elle propose et de créer des passerelles entre les différentes expertises et entités du groupe, aussi bien en France qu'au sein de Publicis Worldwide.

Diplômé de l'Université de Cambridge et de l'Université Panthéon-Sorbonne, Luc Wise, qui est britannique, a débuté sa carrière en 2000 chez Publicis Conseil comme Strategic planner. Il a ensuite travaillé au sein de l'agence V en tant que Managing Director & Head of Strategy avant de co-fonder Herezie en 2010.

---

## Nomination d'Amaury de Condé à la direction générale France d'Ipsos

Presse Edition 17/06/2017

Ipsos annonce la nomination d'Amaury de Condé au poste de Directeur Général France d'Ipsos. Précédemment Directeur de l'Ipsos Knowledge Center, Amaury prend la relève de Dominique-Lévy Saragossi et poursuivra sa mission dans un contexte de transformation forte du métier.

Amaury de Condé est un professionnel du secteur des études depuis plus de 30 ans. Il a rejoint Ipsos en 2008 en tant que Senior vice President du Global Product Center basé à New York. Puis il a intégré Synovate en 2011 comme CEO Europe du Sud, avec le management direct de la France. Il a ensuite participé à la fusion d'Ipsos et Synovate, et est devenu Directeur des Ressources Humaines France d'Ipsos en 2012.

En 2015, il participe à la création de l'Ipsos Knowledge Center, une plateforme regroupant les connaissances et expertises du groupe à destination des collaborateurs et des clients. Avant de rejoindre Ipsos, Amaury était le Directeur Général de la division TNS Worldwide chargée de développer et d'implémenter le portefeuille de solutions des spécialisations, y compris les partenariats et acquisitions. Amaury était auparavant Directeur Général Adjoint à la Sofres, qu'il avait rejoint en 1996.

Il prend le relais de Dominique Lévy-Saragossi, entrée chez Ipsos comme Directrice de la ligne de métier Marketing France en 2010 ; elle fut ensuite nommée Directrice Générale en 2012.

Amaury de Condé rapportera dans ses fonctions directement à Didier Truchot, président du groupe Ipsos.

## Barbara Bates prend la direction du groupe Hotwire



Presse Edition 14/06/2017

Barbara Bates est nommée au poste de CEO groupe de l'agence de communication Hotwire. Barbara Bates a rejoint Hotwire lors de l'acquisition en 2016 de l'agence Eastwick, qu'elle a fondé il y a 25 ans au cœur de la Silicon Valley et porté au sein des agences de communication intégrées les plus plébiscitées outre atlantique. L'expérience de Barbara Bates et sa fine connaissance de l'écosystème technologique et au-delà, démultipliera les opportunités de succès pour Hotwire et la confortera dans sa position de meilleure agence alternative pour les organisations nationales et internationales.

Barbara Bates reportera à Matthew Melhuish, Pdg de Enero, la maison mère d'Hotwire. Elle supervisera la direction de l'équipe de direction internationale de Hotwire, composée de Andy West, Adrian Talbot, Alex MacLaverly et Heather Kernahan. Heather poursuivra la gestion des opérations américaines de Hotwire, au titre de présidente Hotwire, Amérique du nord.

## Avis d'Expert : 9 étapes pour personnaliser et contextualiser son site web par Laurent Bouteiller, Regional Sales Manager de Sitecore



Presse Edition 14/06/2017

***Il ne suffit pas de personnaliser son site web pour dynamiser les conversions, il faut le contextualiser !***

Connaître ses clients individuellement et façonner leurs expériences en temps réel et à grande échelle c'est bien, mais il est indispensable pour y parvenir de contextualiser les campagnes marketing. Alors, voici

### **9 étapes pour y parvenir :**

Les consommateurs se sont de plus en plus habitués à des expériences parfaitement fluides ; et naturellement, lorsqu'une marque peine à leur proposer cette fluidité, ils se découragent et s'adressent ailleurs. Oui, les consommateurs deviennent plus puissants, ils peuvent désormais comparer les prix, commander, lire des avis, partager des informations d'un simple clic.

Certaines sociétés, numériquement matures leur proposent des expériences personnalisées et captivantes. Du coup, les autres acteurs de l'industrie sont confrontés à la nécessité de combler un immense fossé.

## **Il est aujourd'hui indispensable de contextualiser la personnalisation**

Créer des expériences personnalisées et captivantes exige de reconnaître, dans les moindres détails, qui sont ses clients, quelles sont leurs intentions à un instant T, identifier où et quand ils ont précédemment interagi avec la marque. Il devient même indispensable de suffisamment les connaître pour prédire ce qu'ils veulent.

Il est obligatoire alors de personnaliser les expériences proposées – sur le site Web, dans les emailings ou sur les médias sociaux ; et proposer des contenus qui tiennent compte du contexte des interactions actuelles et passées des consommateurs avec la marque.

On parle alors de « marketing contextuel » : une approche consistant à proposer des expériences mesurables et pertinentes, à même d'améliorer les performances, de fidéliser et générer des résultats quelque soit le canal d'engagement client.

### **Les 9 étapes pour une personnalisation optimum**

Avant tout, il faut définir un plan d'action comportant des étapes distinctes, pour maximiser son investissement. Par exemple un plan en neuf étapes comme celui-ci :

**1 Définir ses objectifs – Identifier les raisons pour lesquelles on souhaite personnaliser les expériences client et les aligner avec ses objectifs professionnels et commerciaux. La personnalisation doit servir un but.**

**2 Identifier les segments – A clients différents, différents besoins. Identifier ce que recherchent les différents clients pour pouvoir les segmenter.**

**3 Associer des segments à des objectifs – En fonction des besoins et de l'étape du cycle de vie, chaque segment est alors associé aux indicateurs-clés qu'une marque aspire à atteindre.**

**4 Examiner les données – Des données claires et fiables sont indispensables ; elles constituent la pierre angulaire de la personnalisation de l'expérience. Plus on en sait sur ses clients, mieux on pourra construire des interactions profondes et pertinentes.**

**5 Déterminer les connaissances essentielles – Pour chaque segment, étudier précisément les informations sur la manière dont les clients arrivent sur le site Web ; certains parcours peuvent aider à définir un segment. Quels sont les pages et contenus essentiels déclenchant l'engagement client, et où se trouvent-ils ?**

**6 Cartographier le parcours des clients – Il est essentiel de comprendre de quelle manière les clients parcourent le site Web. Connaître les chemins habituellement empruntés constitue une étape cruciale pour identifier les pages à cibler dans le cadre de la personnalisation.**

**7 Cibler certaines pages – Il ne s'agit pas simplement de personnaliser les contenus ; il s'agit de personnaliser les contenus de manière efficace et performante. Par exemple, identifier des blocs de contenus spécifiques – comme le carrousel principal d'une page d'accueil.**

**8 Appliquer des règles de personnalisation – Les règles aident à rendre la personnalisation plus efficace et performante, à l'échelle macro comme à l'échelle micro. Elles sont faciles à configurer et assurent aux clients d'accéder aux contenus qu'ils recherchent en fonction des actions qu'ils effectuent.**

**9 Proposer du contenu – À l'instar des données, la personnalisation ne peut simplement pas exister sans contenu. Elle est la pierre angulaire de l'ensemble des campagnes, des sites Web, des médias sociaux – et de tout ce qu'on peut imaginer comme action marketing. Toutefois, la pertinence est essentielle, ici ; il s'agit de contextualiser le marketing et la personnalisation.**

En appliquant l'ensemble des étapes de cette check-list, les contenus seront personnalisés et la conversion augmentée. Il suffira alors de bien suivre les effets de la personnalisation pour adapter les tactiques en conséquence. A vous de jouer !

› Pour découvrir comment dynamiser les conversions, téléchargez le livre blanc « *Comment personnaliser votre site Web pour dynamiser les conversions* », qui propose des mesures concrètes pour maîtriser l'art de la personnalisation, ainsi que le marketing contextuel : <http://www.sitecore.net/en/resources/personalization>

---

## **Les Coups de coeur des Graphitec'Xperts**

Presse Edition 14/06/2017

Le 30 mai 2017 à 10h, le comité Graphitec'Experts a décerné, lors de la 16ème Edition de Graphitec à Paris Expo Porte de Versailles, ses Coups de coeur aux nouveautés les plus marquantes, utiles ou innovantes, annoncées par les exposants.

Le comité Graphitec'Experts a attribué 14 Coups de coeur avec notamment les félicitations spéciales du jury pour la Société 5 SEPT

DIRECT.COM, jeune société innovante.

### Rappel des critères

- S'agit-il d'une 1ère présentation publique, mondiale, européenne ou nationale?
- Intérêt technique
- Spécificités technologiques particulièrement Innovantes
- Avantages et bénéfiques pour les clients finaux ou les prestataires

### Le comité Graphitec'Experts

Animé par Daniel Dussausaye, Directeur de la rédaction de PresseEdition.fr  
Michel BESSOU, Responsable du pôle IRNF Ministère des finances  
Jean-Pierre BLANGER, VICE-PRESIDENT COMMUNICATION DE X'PLOR  
Jean-Philippe CHAMPAGNE, Responsable Print & Communication interne ESSEC  
Léonce-Antoine DESPREZ, Directeur général LEONCE DEPREZ IMPRIMERIE  
Corinne Estève Diemunsch, Présidente de TiKibuzz - Créatrice de Docaufutur  
Frédéric FABI, Président de DUPLIPRINT  
Thierry GHESQUIERES, Président de SOBOOK  
Yves GICQUEL, Président de CYDERGIES/Groupe COLOUR LINK  
François GOUVERNEUR, Président de VALEURS STRATÉGIQUES  
Jean-Marc HEISSAT, Président de POINT 44  
Jean-Christophe IAFRATE, Président de FUTURAMA  
Jean-Marc LEBRETON, CONSULTANT DU LIVRE  
Pascal LENOIR, Directeur de la production EDITIONS GALLIMARD/Président de la CCFI  
Grégory PONE, Directeur général de VIT REPRO, Membre du conseil d'administration du SIN  
Hervé ROUHER, Directeur de la production de MOVE PUBLISHING/Président de l'ATEP  
Jacques TAQUOI, Président du groupe KORYO/Président de la nuit du livre  
Philippe TEYSSIER, Directeur général de KEYGRAPHIC, GROUPE MAURY IMPRIMEUR  
Philippe VANHESTE, Directeur du marketing groupe PRENANT

### Les Coups de coeur

#### Dans la catégorie «Impression Numérique» aux sociétés :

- **AGFA GRAPHICS** : pour la JETI TAURO H2500 LED

**Avis des experts** : Polyvalente et simplicité du grand format. Environnement LED

- **BRISE** : pour l'IMPRIMANTE A3 NUMERIQUE 5 COULEURS Pro9542

**Avis des experts** : Un première car il n'existe pas sur le marché de toutes petites imprimantes avec le blanc en accompagnement ou le vernis

- **NORMAPRINT** : Pour le PSO STARTER KIT (Alwan Color Suite)

**Avis des experts** : Simplification et valorisation du calibrage et du contrôle de la couleur

- **RICOH** – pour la Pro C7100X

**Avis des experts** : Sublimer les documents numériques avec une large gamme de supports

- **RISO France** : Pour la RISO T2

**Avis des experts** : Compact – Productivité et performance pour un modèle économique très intéressant

#### Dans la catégorie «Finition, Façonnage, ennoblissement» aux sociétés :

- **GIC** : Pour la DXXEE CUT 350L

**Avis des experts** : Un tout en un modulaire. Une vraie nouveauté pour une machine de petite taille avec une notion de ROI intéressante.

- **MGI DIGITAL TECHNOLOGY** : Pour l'AI SMARTSCANNER

**Avis des experts** : Précision et fiabilité à la portée de tous

- **PITNEY BOWES** : Pour la SLIMBOX

**Avis des experts** : Démocratisation de l'emballage unitaire

- **RBS France** : Pour la SUMMA D60R

**Avis des experts** : Simplicité, souplesse, accessibilité. Couplage – mise en ligne

- **SIPROUDHIS** : Pour le Module de dorure (FOIL)

**Avis des experts** : Modèle économique intéressant, simple, polyvalent et rapide

#### Dans la catégorie «Solutions pour le cross media, application web et mobile, création

## graphique» aux sociétés :

- **AQUAFADAS** : Pour l'APPLICATIONS NEXT GEN

**Avis des experts** : Diffuse en HTML 5 de façon simple et maîtrisée.

- **DARIUS** : Pour la WP2PRING

**Avis des experts** : Ouverture du Web to Print à un plus large public. Démocratisation et intégration intelligentes

- **SNAPPRESS** : Pour le SNAPPRESS PUBLISHER

**Avis des experts** : Une innovation dans l'ère du temps. Lien facile et accessible.

## Dans la catégorie «Routage, diffusion, logistique et autres» aux sociétés :

- **PITNEY BOWES** : Pour le SYSTEME DE MISE SOUS PLI PULSE

**Avis des experts** : Enfin une chaîne unifiée. Un système tout en un intelligent avec de nombreuses fonctionnalités.

---

## Vite dit Stratégies Numériques Communication

Presse Edition 14/06/2017

- Nouveau site entièrement revisité pour Les Castels [www.les-castels.com](http://www.les-castels.com), pour la promotion et réservations des 36 domaines de la chaîne Les Castels, leader du camping de luxe en France. Ce site déploie une technologie avancée pour répondre plus finement et rapidement aux souhaits particuliers de ses visiteurs à la recherche de leur séjour idéal. Il donne une place majeure à l'image et aux textes inspirationnels.

- Iconoclast a été récompensée de 6 Pencils aux D&AD 2017, l'un des événements les plus importants de l'univers créatif qui s'est tenu à Londres fin avril. Iconoclast a remporté 1 Yellow Pencil, 3 Graphite Pencil et 2 Wood Pencil pour les clips Gosh de Jamie XX (réalisé par Romain Gavras), Up & Up de Coldplay (réalisé par Vania Heymann) et la publicité Axe : not just a pretty hairstyle" (réalisé par Megaforce).

- Sampleo SAS, fait l'acquisition de TesterTout.com et devient leader français du marketing collaboratif Grâce à cette acquisition, Sampleo SAS devient la plus grande communauté de marketing de bouche à oreille en France avec plus de 550.000 membres. L'entreprise TesterTout.com co-fondée en 2010 à Paris et dirigée par Aurélien Deschodt, avait su gagner la confiance d'acteurs importants comme le Groupe Unilever, la marque Patak's du groupe AB World Foods ou encore Spotify et Opel. Avec ce rapprochement, Sampleo se donne les moyens de proposer à ses clients la plus grande communauté de consommateurs - ambassadeurs en France.

- Suite à un appel d'offre, Candia Baby® a choisi l'agence Netside pour l'accompagner dans la mise en place de sa stratégie digitale, avec l'ambition d'affirmer son expertise sur le marché du lait de croissance.

- Un nouveau site internet pour la FFSNW, Fédération Française de Ski Nautique & de Wakeboard. Cette nouvelle version réalisée en collaboration avec Playout Production et Stéphane Engleer sport Communications a été développée avec un triple objectif : simplicité de navigation, réactivité sur l'information et services aux membres.

- Médiamétrie a reçu le grand prix de la catégorie Consumer

Devices et un prix spécial du jury dans la catégorie Research and Data Innovation pour son innovation sur la mesure d'audience TV/Vidéo 4 écrans, lors des IAB Europe Research Awards 2017

- Mercialys, une des principales sociétés foncières en France et en Europe, vient de reconduire son accord de partenariat avec In-Store Media, spécialiste de la publicité digitale in-store pour la commercialisation de 215 écrans digitaux dans 44 centres commerciaux.

---



## côté Design

Presse Edition 14/06/2017

- Provence Plats devient Terres de cuisine avec l'agence Generous Branding qui est intervenue sur toute la refonte de marque leader dans l'alimentation et la cuisine fait sur place en France.
- La marque Vichy, Groupe L'Oréal, lance son nouveau soin fortifiant Mineral 89. C'est l'agence Bronson qui a été choisie pour créer l'écran de ce soin extraordinaire : en l'associant à l'acide hyaluronique d'origine naturelle, Vichy a réussi la prouesse de concentrer son Eau Minéralisante à 89 %.
- Brandimage crée un nouveau design packaging pour la marque allemande Goldwell, spécialisée dans les produits capillaires professionnels de coloration, soin et styling, pour communiquer la synergie entre la gamme de soins Dualsenses et les produits de styling StyleSign.
- À l'approche de son dixième anniversaire, la plateforme de réservation de jet privé PrivateFly se réinvente avec un logo plus moderne et un nouveau site Internet. Avec cette nouvelle identité, PrivateFly souhaite soutenir un service unique dans l'industrie : une technologie de pointe associée à une équipe d'experts passionnés. Le projet a duré plusieurs mois et a été dirigé par l'agence de branding Future Kings et les spécialistes de l'expérience numérique Love Experience. Ce projet a permis à l'entreprise de développer sa nouvelle identité et de mettre en place un nouveau site Internet et d'autres outils de communication, dont une nouvelle vidéo.
- Après avoir redéfini l'identité et la gamme packaging de la marque du chocolatier Corné Port-Royal, Brandimage crée le nouveau concept de son magasin: accueillant, joyeux, moderne, au mobilier design et novateur.
- Veuve Clicquot Ponsardin, groupe LVMH, a créé la première Ice Jacket du marché en 2004, destinée à conserver le champagne au frais. Pour rénover cette enveloppe iconique, Veuve Clicquot Ponsardin a sélectionné La Tête Au Cube (Bronson Group) pour son approche disruptive.
- Dragon Rouge crée un nouveau concept retail pour Europcar. Le nouveau concept propose un espace beaucoup plus intuitif pour offrir aux clients une expérience mémorable et renforcer leur relation avec la marque Europcar®. Il se déploiera progressivement dans l'ensemble du réseau Europcar, créant ainsi un environnement en lien avec le territoire "moving your way"\* de la marque Europcar® autour "du plaisir" et de ses valeurs de marque : l'empathie, la simplicité, l'innovation et la confiance.

---

## Vite dit Arts&Industries Graphiques

Presse Edition 14/06/2017

- C'est à l'imprimerie Labelys-Etiqroll, de Rochecorbon, que le jury du Cadrat d'Or\*, présidé par Véronique Pivat, a attribué son 61e Cadrat d'Or, lors d'une cérémonie qui s'est déroulée le 1er juin dernier dans le cadre du Salon Graphitec, en présence de Pascal Lenoir, Président de la CCFI.

**\* Le jury du 61e Cadrat d'Or :**

Pierre Barki  
Pierre-Jean Comelli  
Sylvaine Cortada  
Francis Dufour  
Pascal Fauquemberg  
Pierre Gradenigo  
Jean-Christophe lafrate  
Philippe Jourdan  
Pascal Lenoir  
Véronique Pivat

- C'est en 1867 qu'est créée, à Rummelburg, près de Berlin, la première usine de fabrication d'aniline et de colorants, d'où l'acronyme AGFA, pour Actien Gesellschaft für Anilin Fabrikation, lancé en 1897. En 1964, Agfa s'associe au Belge Gevaert, pour devenir Agfa-Gevaert dont le siège social est situé à Mortsel, près d'Anvers. En 1999, la mise en bourse du groupe Agfa-Gevaerts NV donnera naissance, en 2006, à trois Business Group opérationnellement indépendants : Agfa Graphics, Agfa HealthCare et Agfa Materials. Agfa Graphics offre des solutions de prépresse intégrées pour le secteur de l'impression commerciale, de l'impression de journaux, de l'édition, de l'impression de sécurité, de l'impression d'enseignes et panneaux et de l'impression industrielle. Agfa Graphics France est dirigée par Thierry Sedbon, Président directeur général.

- Amigraf, expert formation des techniques de communication Print & Digitale, organise un événement en ses locaux, le 21 Juin prochain, s'adressant à tous les acteurs du secteur. Toute l'équipe se mobilise pour proposer du contenu et donner du sens à l'utilisation des dernières technologies/ innovations (que ce soit print ou numérique) qui se mettent au service de nos communications, qui se veulent de plus en plus hybrides et cross canal de par la diversification des canaux de distribution et la montée en puissance du mobile. Selon les organisateurs «*Cette manifestation se veut conviviale et ludique ; elle passe essentiellement par l'expérience utilisateur au travers d'ateliers découverte. Les visiteurs pourront ainsi s'essayer à des techniques innovantes comme la réalité virtuelle avec l'occulus, la réalité augmentée avec le print connecté, l'interactivité avec la kinect... en passant par du contenu visuel 360° avec des procédés comme le drone. Un cocktail de technologies dernière génération à disposition!*»  
En savoir plus : 0320570982 [www.amigraf.com](http://www.amigraf.com)

- Kodak : résultats financiers pour le premier trimestre 2017, un bénéfice net de 7 millions de dollars et une croissance continue dans les activités plaques sans chimie Kodak Sonora, le packaging flexo avec Flexcel et l'activité jet d'encre Prosper.

- Avery Dennison® annonce Films au FESPA 2017, une expansion majeure de sa gamme Supreme Wrapping Film, avec 18 nouvelles couleurs. Ces ajouts comprennent huit couleurs dans une finition métallique satinée, de nouvelles couleurs uniques en finition métallique brillante, diamant et mate, et une nouvelle option de finition brillante pour la série ColorFlow existante.

- La presse KODAK NEXPRESS ZX3900 distinguée comme meilleur produit dans sa catégorie par l'EDP (European Digital Press Association).

- Spécialiste des systèmes d'impression numérique UV à jet d'encre haut de gamme destiné au marché de la signalétique, de l'affichage et de l'impression industrielle, swissQprint France, a présenté sur son stand de Graphitec 2017, la dernière génération de ses imprimantes jet d'encre UV à plat grand format, et notamment la Nyala 2, l'imprimante la plus vendue dans sa catégorie sur le marché français. Rappelons que la gamme swissQprint est constituée d'imprimantes jet d'encre de qualité Premium pour le grand format et se décline en 3 modèles, adaptés pour tous volumes de production : Oryx, Impala et Nyala.

- L'imprimerie Léonce Deprez concentre son activité sur son site de Wancourt (Arras 62), et se dote d'une nouvelle rotative 16 pages (Vitesse 50 000ex/h) au calage ultra rapide. L'objectif est double : rassembler son activité sur le même site afin d'optimiser sa production et augmenter sa réactivité développer l'impression des parutions à partir de 4.000 exemplaires. L'usine de Wancourt occupe un bâtiment de 6.500 m2 sur un terrain de 30.000 m2 et comporte donc 3 rotatives : 16 pages, 32 pages et 48 pages, une machine feuille avec vernis acrylique, une versant (numérique) et une vernisseuse UV.

- *Marx et la poupée* de Maryam Madjidi, publié aux Éditions Attila, a reçu prix le Prix Goncourt du premier roman 2017. L'imprimerie Sorégraph a réalisé l'intégralité de la fabrication de cet ouvrage et celle des réimpressions. L'imprimeur a envoyé directement à l'auteur et à l'éditeur les premières bandes portant les mots "Prix Goncourt" deux heures après la remise du prix. Ravie, Maryam Madjidi, a fait une dédicace "*Pour toute l'équipe de l'imprimerie, merci pour votre travail et l'intérêt porté à ce premier roman*".

---

## Graphitec 2017, un grand cru

Presse Edition 14/06/2017

L'édition 2017, du Salon Graphitec a enregistré : 120, sociétés exposante, 9.426 visiteurs professionnels et 4.150 auditeurs à ses conférences.

Durant 3 jours, 9.426 visiteurs professionnels, acteurs de toute la chaîne graphique ont pu découvrir matériels et services, dont certains en première exclusivité mondial ou européenne.

Plus de 30 conférences sont venues rythmer cette manifestation : 4.150 auditeurs y ont assisté.

Parmi les événements majeurs de la manifestation : Les Coups de Coeur délivrés par les Graphitec'Xpert, Le 61e Cadrat organisé par la CCFI et la remise du Challenge StudyPrint au Lycée professionnel Coëtlogon de Rennes.

---

## Congrès UNIIC 2017, Inscrivez-vous !

Congrès UNIIC 2017, Inscrivez-vous !

Pour vous inscrire et découvrir le programme complet : rendez-vous sur le site de l'UNIIC  
Congrès ouvert à tous (entrée gratuite pour les adhérents de l'UNIIC) de 8h30 à 17h30, avec déjeuner dans les jardins de la Maison

de l'Amérique Latine, 217 Boulevard Saint-Germain à Paris.  
Inscriptions par ordre d'arrivée dans la limite des places disponibles.

[S'inscrire](#)

---

## Salons & manifestations : juin 2017

Presse Édition 10/05/2017

### **FESTIVAL DU LIVRE DE JEUNESSE ET DE LA BANDE DESSINÉE**

1-4 juin 2017

Cherbourg-Octeville (Manche)

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

### **FESTIVAL DE L'HISTOIRE DE L'ART**

2-4 juin 2017

Fontainebleau

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

### **MARCHÉ DE LA POÉSIE**

7-11 juin 2017

Paris - Place Saint-Sulpice

[www.marche-poesie.com](http://www.marche-poesie.com)

### **WORLD NEWS MEDIA CONGRESS**

7-9 juin 2017

Durban - South Africa

<https://events.wan-ifra.org/events/world-news-media-congress-2017>

### **ART SHOPPING**

Salon International d'Art Contemporain

09 juin-11 juin 2017

Paris - Carrousel du Louvre

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

### **FESTIVAL INTERNATIONAL DU ROMAN NOIR**

Littérature, BD, cinéma

12 juin-2 juillet 2017

Frontignan (Hérault)

<http://www.polar-frontignan.org/>

### **PORTRAIT(S)**

16 juin-10 septembre 2017

Vichy (allier)

<https://www.ville-vichy.fr/agenda/festival-portraits-2017>

### **PACK & GIFT**

Créez vos produits et séries promotionnels

21&22 juin 2017

Paris - Porte de Versailles

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

### **CANNES LIONS**

Festival international de la création publicitaire

17-24 juin 2017

Cannes - Palais des Festivals

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

### **MARATHON DES MOTS**

22-25 juin 2017

Toulouse (Haute-Garonne)

<http://www.lemarathondesmots.com/>

## SAINT-MAUR EN POCHE

24&25 juin 2017

Saint-Maur-Des-Fossés (94)

<http://saintmaurenpoche.com>

---

## Salons & manifestations : juillet/août 2017

Presse Édition 13/06/2016

### JUILLET

#### LES RENCONTRES D'ARLES

Photographie

3 juillet-24 septembre 2017

Arles (Bouches du Rhône)

[www.rencontres-arles.com](http://www.rencontres-arles.com)

#### FESTIVAL DE LA CORRESPONDANCE (22e)

4-8 juillet 2017

Grignan (Drôme)

[www.grignan-festivalcorrespondance.com](http://www.grignan-festivalcorrespondance.com)

#### ÉCRIVAINS EN BORD DE MER (21e)

Rencontres littéraires

12-16 juillet 2017

La Baule (Loire-Atlantique)

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

### AOÛT

#### LES RENCONTRES DE LURE (65e)

Semaine de culture graphique

**20-26 août 2017**

Lurs-en-Provence (Alpes-de-Haute-Provence)

<http://delure.org/les-rencontres/rencontres-2016>

#### FOIRE INTERNATIONALE DU LIVRE

**DE PEKIN (24e)**

23-27 août 2017

Pékin - Chine

<http://www.bibf.net/EN/Default.aspx>

---

## Prime et condition de présence du salarié par Xavier Berjot, Avocat Associé, OCEAN Avocats



Presse Edition 14/06/2017

Le versement d'une prime peut-il être subordonné à la présence du salarié au moment de son versement ? Cette question présente un intérêt important, notamment lorsque la rémunération variable du salarié est significative.

### 1/ Licéité de la condition de présence

Pour la Cour de cassation, le contrat de travail peut valablement prévoir que le paiement d'une prime est subordonné à la présence dans l'entreprise du salarié à la date de son versement.

Ainsi, en présence d'une clause prévoyant qu'une prime de fin d'année est due aux salariés présents dans l'entreprise au 31

décembre, le salarié l'ayant quittée en cours d'année ne peut prétendre à aucune prime (Cass soc. 24 avril 1980, n 78-41601).

Dans cette situation, le salarié ne peut réclamer un prorata, tenant compte de son temps de présence sur l'année.

Cela étant, lorsque le contrat de travail prévoit le versement de la gratification sans condition de présence à une date déterminée, l'usage contraire existant dans l'entreprise ne peut faire échec aux droits du salarié (Cass. soc. 14 mars 1983, n 81-41580).

## **2/ Situations particulières**

### **L'incidence de la dispense de préavis**

En cas de licenciement, la question se pose de savoir si le salarié dispensé d'effectuer son préavis est toujours considéré comme présent dans l'entreprise.

Selon l'article L 1234–5 du code du travail, lorsque le salarié ne exultent pas le préavis, il a droit, sauf s'il a commis une faute grave, à une indemnité compensatrice.

L'inexécution du préavis, notamment en cas de dispense par l'employeur, n'entraîne aucune diminution des salaires et avantages que le salarié aurait perçu s'il avait accompli son travail jusqu'à l'expiration du préavis, indemnité de congés payés comprise.

Ainsi, l'employeur ne peut pas soutenir que le salarié n'est pas présent dans l'entreprise, à fin de le priver de la rémunération variable lié à une condition de présence.

### **Le cas du licenciement sans cause réelle et sérieuse**

En cas de licenciement, le salarié est parfois contraint de quitter l'entreprise avant d'avoir pu percevoir une prime liée à une condition de présence.

*Ex. Une prime de bilan est payable aux salariés à condition qu'ils soient présents à l'effectif au 30 juin. Le salarié est licencié pour faute grave le 2 juin et se trouve privé de la prime.*

Toutefois, si le licenciement du salarié est reconnu comme sans cause réelle et sérieuse, la jurisprudence lui permet de percevoir la prime.

En effet, la Cour de cassation considère qu'une prime conditionnée à une condition de présence doit être payé au salarié absent dans l'entreprise à cette date en raison de son licenciement, lorsque ce licenciement est dépourvu de cause réelle et sérieuse.

Cette solution s'applique tant aux primes d'objectifs (Cass. soc. 13 novembre 2002, n 00-46448) qu'aux primes de fin d'année (Cass. soc. 12 juillet 2006, n 14-46290).

Elle est logique si l'on considère qu'en l'absence de licenciement, le salarié aurait été présent à l'effectif.

## **3/ Prime au prorata temporis**

La question se pose de savoir si le salarié absent de l'entreprise à la date de paiement de la prime peut néanmoins solliciter le paiement d'une partie de cette prime au prorata temporis.

En effet, dans certains cas, le salarié a été présent durant la majeure partie de l'année, de sorte que sa demande de paiement partiel peut sembler légitime.

Pour la cour de cassation, le droit au paiement au prorata du temps de présence d'une prime, pour un salarié ayant quitté l'entreprise, quel qu'en soit le motif, avant la date de son versement ne peut résulter que d'une convention expresse ou d'un usage dont il appartient aux salariés de rapporter la preuve (Cass. soc. AP. 5 mars 1993, n 89-43464).

Cette solution, dégagée par l'assemblée plénière de la Cour de cassation, a été postérieurement confirmée à de multiples reprises.

A titre d'illustrations, elle s'applique à une prime de treizième mois (Cass. soc. 27 février 2002 n° 00-40.923), à une prime sur objectifs (Cass. soc. 26 janvier 2005 n° 02-47.271), à une prime

En pratique, le salarié qui sollicite le paiement d'une prime au prorata Temporis, doit faire la preuve que son droit au paiement partiel de la prime est prévu soit par le contrat de travail, soit par un accord d'entreprise ou par la Convention collective, soit par un usage d'entreprise.

À défaut, il ne peut prétendre à aucun droit à paiement.

[www.ocean-avocats.com](http://www.ocean-avocats.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*

