

Pour information :



Les news Médias :

100% MEDIA

LA NEWSLETTER  
DE TOUTES LES DÉCISIONS  
MÉDIAS

OFFREMEDIA

## Croissance de +15,4% au 3ème trimestre pour les ventes en ligne avec une baisse constante de la transaction moyenne

Montant moyen trimestriel d'une transaction du panel PSP



En €

Calculé sur la base des données communiquées par le panel des plateformes sécurisées de paiement ICC PSP / Fevad

Source : ICE / Fevad



www.fevad.com

Au troisième trimestre 2018, le chiffre d'affaires global du e-commerce progresse de 15,4% par rapport au 3ème trimestre de 2017. Cette croissance est renforcée par la bonne tenue des ventes de tourisme. Au total, les ventes sur internet du trimestre ont atteint 22,3 milliards d'euros (vs 19,3 milliards d'euros au 3ème trimestre 2017).

Le volume des transactions dépasse 370 millions soit 24,5% de plus que l'an dernier. Il est porté par des hausses plus importantes du nombre d'acheteurs et du nombre de sites marchands qui compensent la baisse du montant moyen d'une transaction. En à peine 3 ans, le montant moyen d'une transaction a baissé de 10 euros en passant pour la 1ère fois sous les 60 euros. Mais cette baisse est plus que compensée par une augmentation de 20% de la fréquence d'achat : ce trimestre, un acheteur a effectué en moyenne 11,8 transactions sur internet (soit 1 achat tous les 8 jours), pour un total de 707 euros...

Le nombre de sites marchands actifs enregistre une augmentation importante avec +14% soit 24 000 sites supplémentaires en un an. On en dénombre désormais 194 000.

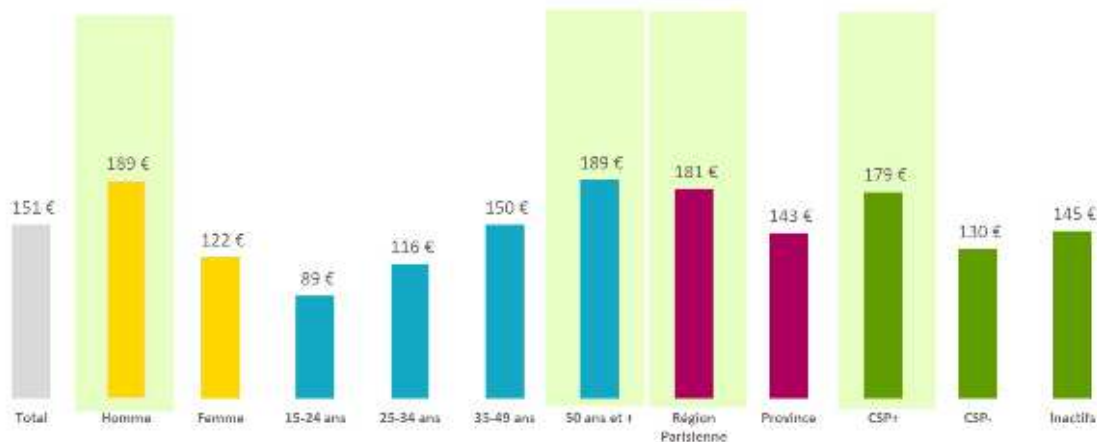
Les ventes de Noël et les opérations promotionnelles du mois de novembre pourraient représenter près de 19 milliards d'euros (20% des ventes annuelles sur internet) selon la Fevad, soit une progression de 13,8% par rapport à l'an dernier. En 2017, 16,5 milliards d'euros avaient été dépensés sur cette période. Cette année, le chiffre d'affaires sur les 4 jours correspondant au Black Friday et au Cyber Monday devrait atteindre 1,3 milliard d'euros (ventes de produits, estimation Fevad).

Le marché du e-commerce devrait ainsi franchir la barre des 90 milliards d'euros sur l'ensemble de l'année 2018.

Plus d'infos : <https://www.fevad.com/>

# Les projets d'achat en ligne des Français pour le Black Friday et le Cyber Monday d'après Médiamétrie

Budget moyen envisagé sur Internet pour les achats lors du Black Friday & Cyber Monday 2018



Mediametrie

Au troisième trimestre 2018, le nombre de cyberacheteurs s'élève à près de 38 millions (37,7 millions) soit 861 000 de plus qu'il y a un an.

Parmi les participants aux opérations promotionnelles (Black Friday et Cyber Monday les 23 et 26 novembre 2018), 89% envisagent d'en profiter pour acheter leurs cadeaux de Noël sur Internet.

Vêtements, chaussures et accessoires de mode

arrivent en tête des produits ciblés pendant Black Friday et Cyber Monday (49%). Les internautes envisagent de dépenser en moyenne 151€ en ligne contre 199€ en magasin durant ces événements promotionnels.

Pour 58% des cyberacheteurs, éviter la foule en magasin reste la première motivation des achats de Noël en ligne. De plus, le fait de ne pas avoir à se déplacer (54%) et un choix plus large (46%) poussent les cyberacheteurs à effectuer leurs achats sur Internet plutôt qu'en magasin. Enfin, 44% des personnes interrogées estiment que les prix en ligne sont moins élevés.

Que ce soit en magasin ou sur Internet, les cyberacheteurs sont prêts à dépenser en moyenne 269€ pour les achats de Noël, en légère baisse par rapport à 2017.

Les dépenses moyennes en ligne, qui restent majoritaires face aux autres canaux d'achat, sont également en baisse mais dans une moindre mesure et s'élèvent à 190€ (-6% vs. 2017). Cependant, 75% des cyberacheteurs consacreront un budget aussi élevé qu'en 2017 et 8% dépenseront plus.

Pour la première fois, les cyberacheteurs achèteront autant de jeux/jouets (40%) que de produits culturels comme les CD ou DVD (40%) en ligne.

# Le RGPD entre frein et opportunité d'après le dernier baromètre programmatique Quantcast et EBG

## CÔTÉ ACHAT



67%

des annonceurs et agences pensent être conformes au RGPD



20%

ont mis en place une CMP dont 56% est compatible au Transparency & Consent Framework

## CÔTÉ VENTE



84%

des éditeurs pensent être conformes au RGPD



73%

ont mis en place une CMP dont 96% est compatible au Transparency & Consent Framework

Quantcast

ebg  
electronic  
business group

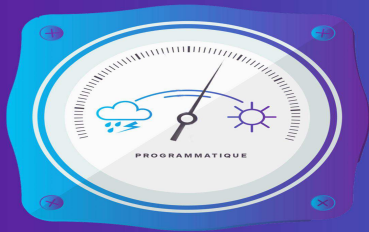
68% des annonceurs mènent des campagnes de branding programmatique (contre 56% en 2017) d'après la 4ème édition du baromètre programmatique Quantcast et EBG qui mesure la montée en maturité de l'achat programmatique. D'ailleurs, 48% des annonceurs et agences et plus de la moitié des éditeurs (59%) pensent que l'ensemble des inventaires publicitaires online passeront en programmatique.

Pour 66% des annonceurs et agences, la RGPD est jugée complexe et le respect de la vie privée difficile à gérer. Cela constitue le principal frein à l'utilisation de la data considérée comme le «moteur» du programmatique. Côté éditeurs, la réglementation est aussi le principal frein à l'usage de la data (60% des répondants).

La mise en place varie en fonction des fonctions. Sur le futur, 59% des annonceurs ne pensent pas internaliser l'opération des campagnes et 54% pensent internaliser le pilotage des campagnes (mesure de performance, attribution).

Côté enjeux des annonceurs, la personnalisation et l'IA remportent les suffrages.

Infographie page suivante



# BAROMETRE PROGRAMMATIQUE 2018 DATA, INSIGHTS & RGD

Resultat du Baromètre 2018 mené auprès d'un panel d'annonceurs, d'agences et d'éditeurs

Quantcast ebg 4e édition

## Les 3 principaux bénéfices du display en programmatique

1



Affiner et optimiser le ciblage des campagnes



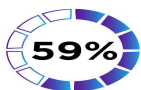
Augmenter les performances



Automatiser les campagnes

## Internalisation du programmatique ?

pensent internaliser le pilotage des campagnes (mesure de performance, attribution)



ne pensent pas internaliser l'opération des campagnes

2

## L'intelligence artificielle, une opportunité pour la publicité ?



3

44%

Des annonceurs la place au second rang des plus importantes opportunités publicitaires

60%

Des éditeurs la place en tête

## Les avantages du RGPD



64%

Etre plus transparent, regagner la confiance des consommateurs



50%

S'assurer de travailler avec des partenaires et prestataires dont le business model est respectueux de l'internaute

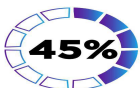


39%

Eviter la fuite de données vers des tiers que je ne maîtrise pas

4

## Reflexion des annonceurs sur leur relation avec les plateformes



Les solutions de ces acteurs sont très efficaces, mais j'attends plus d'implication de leur part sur les sujets de transparence, de brand safety, de mesure, etc.



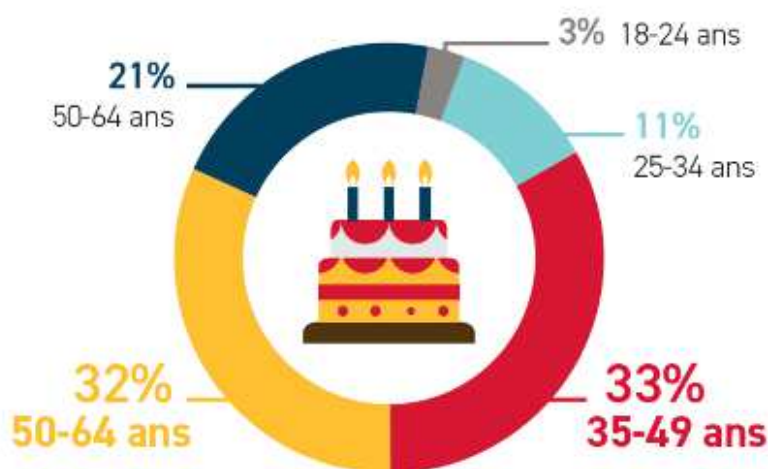
La puissance de ces acteurs peut entraîner des risques pour la diversité des marchés



Je veille à ne pas être trop dépendant de ces grandes plateformes

5

# Mediapost publie un livre blanc qui détaille le profil et les points de contact des Bio addicts



Le portrait-robot résumé de l'acheteur très régulier de produits Bio alimentaires est une femme de génération X et CSP+ d'après le dernier livre blanc publié par Mediapost. En effet, le Bio addict est le plus souvent une femme (57% des répondants). Il est majoritairement âgé de 35 à 64 ans, deux tiers des Bio addicts n'ont pas

d'enfants (73 %) et la moitié vit dans un foyer de deux personnes (43 %).

Les Bio addicts sont quasiment unanimes (97%) pour affirmer que les produits bio sont meilleurs pour la santé ou meilleurs pour l'environnement (96%).

69% d'entre eux considèrent la qualité et le goût comme des critères de choix très importants.

Mediapost dégage une typologie de 4 profils de Bio addicts : La nouvelle convertie, l'ultra-urbain, la délicate et le militant.

Les contenus des médias (documentaires, articles, etc...) sont la première source d'information devant les recommandations de l'entourage et le packaging.

Étude exclusive Mediapost - menée en ligne en mai 2018 auprès de 1 000 personnes, achetant au moins une fois par semaine des produits alimentaires bio.

Plus d'infos : <https://info.mediapost.fr/communiquez-consommateurs-bio>

# Infographie : les salaires des experts Data



Le Turing Club, association fondée en mai 2018 qui regroupe 45 agences et prestataires spécialisés en Data Marketing, vient de réaliser en collaboration avec OpinionWay, la première étude sur les salaires des experts data science

en France.

Pour les Data Scientists en 2018, le salaire d'embauche moyen est autour de 38,7 K€ pour les débutants, de 43,7 K€ pour les moins de 2 ans, 50 K€ pour les 2-5 ans, et 59,5 K€ pour les 5-10 ans d'expérience.

Pour les Data Engineer, les salaires sont légèrement inférieurs de 2 à 3% à ceux des Data Scientists. Le salaire d'embauche moyen est autour de 37,9 K€, puis de 42,9 K€ pour les moins de 2 ans, 49,1 K€ pour les 2-5 ans, et 57,7 K€ pour les 5-10 ans d'expérience.

Des écarts importants sont observés entre Paris / Province, et sont significativement croissants en fonction de l'ancienneté, de l'ordre de 10% pour les débutants jusqu'à 25% pour les plus anciens.

Ces premiers éléments nous montrent l'importance de bien structurer ces compétences DATA autour de filières dédiées, d'accompagner leur progression dans les entreprises et de valoriser ces profils en fonction des expertises acquises.

[Infographie page suivante](#)

ÉTUDE\*

2018



SUR LES SALAIRES  
DATA EN FRANCE



ÉVOLUTION

**+10%** entre 2016  
et 2018

## DATA SCIENTISTS

Débutants

**38,7K€**

2/5 ans

**50,0K€**

- 2 ans

**43,7K€**

5/10 ans

**59,5K€**



## DATA ENGINEER

Débutants

**37,9K€**

2/5 ans

**49,1K€**

- 2 ans

**42,9K€**

5/10 ans

**57,7K€**



## PARIS vs PROVINCE

Débutants

**+10%**



Experts

**+25%**

PLUS D'INFOS SUR  
[www.turingclub.fr](http://www.turingclub.fr)

# Audience radio : l'évolution des parts d'audience en semaine, le week-end et le focus sur les matinales

	SEPT-OCT 2018		AVR-JUN 2018		EVOLUTION PART D'AUDIENCE PAR RAPPORT A LA DERNIERE VAGUE (AVR-JUN 2018)	EVOLUTION PART D'AUDIENCE PAR RAPPORT A LA DERNIERE VAGUE (SEPT-OCT 2017)
	AUDIENCE CUMULEE	PART D'AUDIENCE	AUDIENCE CUMULEE	PART D'AUDIENCE		
RTL	11,8	12,5	11,8	12,7	-0,2	-0,3
FRANCE INTER	11,5	11,4	10,7	10,5	0,9	1,3
RMC	7,3	6,4	7,8	6,8	-0,4	-0,5
NRJ	9,8	6,2	10,2	6,1	0,1	0
FRANCE BLEU	6,6	6	6,4	5,8	0,2	-0,7
EUROPE 1	6,2	4,8	6,5	5,3	-0,5	-0,8
NOSTALGIE	6,3	4,7	6,1	4,7	0	0,6
FRANCE INFO	8,1	3,9	8	3,7	0,2	0,1
SKYROCK	6,5	3,7	6,8	3,6	0,1	0,5
RFM	4,1	3,5	4,1	3,3	0,2	0,2
FUN RADIO	5,4	3,4	5,8	4	-0,6	-0,3
RTL2	4,3	2,8	4,3	3,1	-0,3	-0,2
VIRGIN RADIO	4,1	2,4	4,5	2,6	-0,2	-0,3
CHERIE	3,5	2,1	3,6	2,3	-0,2	-0,3
FRANCE CULTURE	2,8	2,1	2,4	1,9	0,2	0,4
RADIO CLASSIQUE	1,9	1,4	1,8	1,5	-0,1	-0,1
RIRE ET CHANSONS	3,1	1,3	3	1,3	0	0,1
FRANCE MUSIQUE	1,7	1,3	1,6	1,3	0	0
M RADIO	1,3	0,9	1,1	0,8	0,1	0,3
<b>GROUPEMENT LES INDES RADIOS</b>	<b>15,2</b>	<b>11,4</b>	<b>15,4</b>	<b>11</b>	<b>0,4</b>	<b>-0,1</b>

Source : Médiamétrie

Traitement : OFFREMEDIA

## 100% MEDIA

Le leadership de RTL, la rentrée réussie de France Inter, les difficultés d'Europe 1...

Retrouvez toutes les tendances de la dernière

vague des audiences radio rendues publiques hier par Médiamétrie dans notre numéro spécial routé dès hier matin.

Plus d'infos : <https://www.offremedia.com/newsletter/100media/special-audience-radio-6>

# Voici expérimente la réalité augmentée et ouvre une boutique éphémère



Après les podcasts, le magazine people Voici poursuit sa politique d'innovation avec la sortie vendredi en kiosque d'un numéro spécial beauté faisant appel à la réalité augmentée, et l'ouverture prochaine à Paris d'un espace éphémère dédié à la mode et au bien-être. Le magazine, qui publie chaque année plusieurs éditions spéciales en grand format, en vente

pendant 15 jours, a décidé cette année d'innover à l'occasion de la parution de son numéro XL «Spécial beauté», publié vendredi, a raconté à l'AFP **Marion Alombert**, rédactrice en chef de Voici.

«Nous avons très envie de travailler sur la réalité augmentée, un domaine dans lequel Prisma (groupe de presse magazine qui publie Voici) est très actif», explique-t-elle. Dans ce numéro spécial, les lectrices et lecteurs pourront ainsi faire apparaître, à l'aide d'un smartphone ou d'une tablette, des contenus vidéo et audio spécialement développés par le magazine, comme des tutoriels de maquillage, des interviews, et voir des pages s'animer.

«Cela fait vivre une expérience complètement différente et des sujets qui sont parfois un peu froids deviennent féériques», résume la responsable.

Outre les pages beauté, cette expérience de réalité augmentée a été étendue aux autres rubriques du magazine, et notamment aux pages people. «Il y a une trentaine de contenus en tout», souligne Marion Alombert.

L'un des buts est de faire découvrir aux lecteurs de la version papier la palette de contenus numériques que Voici propose sur les réseaux sociaux et son site internet. «On veut montrer que notre savoir-faire n'est pas que sur le +print+ et que nos lectrices ont accès sur Facebook, Instagram et notre site à tous ces contenus-là», dit la rédactrice en chef.

En outre, cela pourrait permettre à l'avenir au titre de proposer de nouveaux services aux annonceurs.

Autre nouveauté, l'hebdomadaire ouvrira le 7 décembre son premier «pop up store», ou boutique éphémère, dans le quartier du Marais à Paris.

Il s'agira d'un espace dédié à la mode, à la beauté et au bien-être, dans lequel des partenaires pourront faire découvrir leurs offres à travers des ateliers et des animations (dégustation de cocktails, séances de yoga, etc).

Ces initiatives pour développer la marque Voici font suite au lancement en octobre d'un flash info quotidien sur l'actualité «people», première incursion de l'hebdomadaire dans l'écosystème florissant des podcasts et des enceintes connectées, et d'une nouvelle offre de vidéos sur Facebook.

(Avec AFP)

# W9 adopte une nouvelle identité visuelle et sonore à partir de lundi à 21h



La nouvelle identité visuelle et sonore de W9 imaginée par Gedeon entend ajouter de la modernité, de l'agilité et du rythme dans la mise à l'antenne des programmes, et introduit une part de dialogue avec les téléspectateurs. Le logo prend une place nouvelle, au centre de l'écran, se déclinant de façon rapide, au fil de

l'antenne.

Plus d'infos : voir la vidéo : <https://www.offremedia.com/w9-adopte-une-nouvelle-identite-visuelle-et-sonore-partir-de-lundi-21h>

## Galaxie Media lance le site NexxDrive dédié à la mobilité de demain



**nexxdrive** La mobilité de demain

ACTUS - DOSSIERS - ESSAIS - EN IMAGES - NOS TOPS

RECHERCHE

Trotinettes - Vélos - Motos et Scooters - Véhicules - Technos embarquées - Gyroroues - Trotinettes

### TEST DE LA HYUNDAI KONA ELECTRIC : QUE VAUT LE PREMIER SUV COMPACT 100 % ÉLECTRIQUE ?

A peine lancé, tout les exemplaires du Kona Electric...

#### LES ARTICLES LES PLUS LUS

- 1 Les meilleurs vélos électriques pour aller travailler
- 2 Les meilleures Trotinettes électriques
- 3 Batteries solides : Une nouvelle ère pour la mobilité électrique
- 4 Les meilleurs vélos de randonnée
- 5 Volkswagen veut redéfinir la mobilité avec WeShare, Car2Go et MyPark

#### DERNIÈRES ACTUS

- 14:32 Toyota, TRI-AD et Tokio Marine & Nichido Fire Insurance s'allient pour rent...
- 12:45 Premières photos de la future Mercedes EQ Classe S électrique
- 11:10 Europe : sous d'avertissement obligatoires pour les voitures électriques dès l'É...

#### DOSSIERS

Shimano Steps E6100, le roi du silence



Le groupe Galaxie Media (ex Purch en France) lance NexxDrive, site dédié aux nouvelles mobilités, soit celles portées par les nouvelles technologies. La voiture constitue une rubrique phare du site mais les vélos, scooters, trottinettes, gyroroues, y trouvent place. NexxDrive s'attache également à tout ce qui concerne la technologie embarquée : des systèmes de guidage aux capteurs anticollision. La rédaction de NexxDrive a pour objectif d'analyser le secteur, tester les produits et guider les consommateurs dans leur choix à travers articles, dossiers, essais et vidéos.

# TV5Monde met en ligne son offre dédiée à la Culture



## TV5MONDE

Se voulant le reflet de l'antenne, cette nouvelle plateforme digitale de TV5Monde propose des sujets vidéo sur l'actualité culturelle, tous domaines confondus : cinéma, littérature, musique, art, danse, histoire et spectacles vivants, traitée quotidiennement par la rédaction

et ses partenaires (France Télévisions, RTBF, RTS, Radio Canada), ainsi qu'un catalogue de programmes vidéo en libre accès : films, documentaires, magazines et fictions.

A l'occasion du lancement de l'offre numérique culturelle, TV5Monde propose une nouvelle web série, réalisée en partenariat avec le musée d'Orsay : «Quèsaco».

Sur un ton décalé, drôle et résolument moderne, «Quèsaco» tente de répondre en 2' à la question que l'on se pose parfois devant une peinture : «Mais qu'est-ce que c'est ?».

Pourquoi y a-t-il une femme nue au milieu d'un pique-nique dans «Le déjeuner sur l'herbe» de Manet ? Pourquoi la famille Bellelli peinte par Degas a l'air si triste ? Pourquoi l'église représentée par Van Gogh semble s'affaisser ? En observant quelques tableaux de grands peintres exposés au musée d'Orsay à Paris (Manet, Degas, Van Gogh, Bouguereau, Courbet ou encore Renoir), «Quèsaco» propose des éléments de réponse, en s'attachant à replacer l'œuvre et son auteur dans son contexte historique, artistique ou politique puis en cherchant des indices disséminés dans la toile.

Web série de 6 x 2' réalisée par Nicolas Blondel.

# J-14 avant l'édition Winter des BigBoss



**lesBigBoss**  
Business as it should be

C'est vendredi 30 novembre à 5h30 que 300 décideurs marketing et digital ont rendez-vous avec 120 sponsors du CRM, Big Data et métiers du digital pour se rendre à Val Thorens à l'occasion de la 6ème édition hivernale des BigBoss qui prendra fin le dimanche 2 décembre.

Au cours de ces 3 jours 5000 rendez-vous one to one sont prévus ainsi que d'autres occasions de créer des rencontres business : déjeuners placés, descentes en ski par affinités business, soirées thématiques, remises de prix...

Toutes les rencontres seront organisées grâce à un algorithme de matchmaking créé et affiné au fur et à mesure des événements BigBoss, de manière à faciliter les échanges selon les besoins de chacun des participants.

30 Directeurs marketing et digitaux, tous secteurs confondus, participent au jury des BigBoss Idol. Ils remettront ainsi le prix de la meilleure vidéo de sponsor.

Le format lesBigBoss a déjà séduit plus de 1 600 décideurs du digital et a généré 50M€ de contrats signés pour les sponsors depuis sa création.

**lesBigBoss** Winter Edition 2018

**Le Jury de l'édition**

 Président du jury David Schwarz Carrefour	 Florence Estra Air France	 François-Xavier Lehré Animalis	 Marilyne Lacaze B&B Hotels	 Guillaume Delafosse Caudalie	 Quentin Briard Club Med	 Laureline Serieys Crédit Agricole	
 Arnaud Valette Danone	 Aurélien Deschodt Decathlon	 Olivier Pribile FDJ	 Bertrand Glé Figaro	 Guillaume Marolleau Fleury Michon	 Remy Poirson Habitat	 Véronique Georget Krys	
 Olivier Boutin Lagardère Active	 Etienne Porteaux Groupe Les Echos - Le Parisien	 Laure Labadens L'Oréal	 David Giblas Malakoff Mederic	 Geoffroy de Becdelièvre Marco Vasco	 Agnès Scamps MetLife	 Florence Chaffiotte Monoprix	 Maurice Schülmann Partouche Groupe
 Gregoire Argand Pepsico	 Grégory Ragot Pierre Fabre	 Olivier Gosset SC Johnson	 Emmanuel Tuil SFR	 Thierry Petit Showroomprivé	 Hervé Witasse Thomas Cook	 Stéphane Séguin Total	 Jean-Charles Verdier Yves Rocher

# Cyberespace, Pinterest et Disney+...



**KANTAR MEDIA** Cette semaine, le Media Week Report relaie l'appel de Paris pour la confiance et la sécurité dans le cyberespace, lancé par le Président Macron lors de l'inauguration de l'Internet Governance Forum à l'Unesco. Au menu également : l'arrivée des épingles sponsorisées sur Pinterest en France et le futur lancement de Disney+.

## Paris lance un appel pour la confiance et la sécurité dans le cyberespace

Dans son discours d'inauguration de l'Internet Governance Forum à l'Unesco, le président français a réaffirmé lundi sa volonté de réguler davantage le fonctionnement des plateformes avec une certaine forme de concertation, et a lancé un appel pour la confiance et la sécurité dans le cyberespace, déjà signé, selon La Tribune, par environ 370 pays, entreprises et organisations de la société civile.

Dans son discours, Emmanuel Macron a plaidé pour une co-régulation. «Il nous faut apprendre à réguler ensemble», a-t-il indiqué, tandis que l'appel souligne «la nécessité de développer une vaste coopération dans le domaine du numérique». L'appel souhaite, en particulier, «favoriser une large acceptation et la mise en œuvre de normes internationales de comportement responsable», et incite à «prévenir les interférences de la part d'acteurs étrangers destinées à déstabiliser des processus électoraux au moyen de cyber activités malveillantes».

Microsoft, l'ONG Internet society, le Forum économique mondial de Davos, le CNNum ou encore la Cnil sont signataires. Figurent également une majorité des États membres de l'UE, ainsi que la Norvège, la Suisse, le Japon, le Mexique, le Chili et le Liban. La Chine, la Russie, les États-Unis, l'Iran, Israël et la Corée du Nord ont en revanche refusé de signer l'appel. Selon Presse Citron, ces pays étant considérablement puissants lorsqu'il s'agit de cybersécurité et étant tous mêlés, de près ou de loin, à des affaires de cyberattaques ou d'ingérence politique ayant eu lieu ces deux dernières années, l'appel de Paris aura un impact limité alors que cet appel vise précisément à relancer les discussions sur un code international – discussions au point mort depuis la séparation, en 2017, d'un groupe d'experts mis en place à l'ONU suite à un constat d'échec du fait de divergences entre les grandes puissances mondiales.

Emmanuel Macron, pour qui le véritable défi sera de mettre en œuvre cet appel, propose que le Forum pour la gouvernance d'internet, qui doit se tenir à Berlin en 2019, soit en charge de la mise en application de l'appel de Paris.

## Pinterest à l'assaut de la publicité digitale

Plus d'infos : voir la suite sur le blog : <https://www.kantarmedia.com/fr/blog-et-ressources/blog/media-week-report-16-novembre>



## Les news de Culture Presse :



### **PRESSE : LE MARCHÉ DES « HEBDOS » EN CHUTE DE 28 %, QUELLES RÉPONSES DES ÉDITEURS ?**

Le décrochage est rude pour les hebdomadaires d'information générale qui observent une baisse de 28 % pour ce qui en est de cette année, par rapport à la même période de 2017.

En cause : une actualité politique plus calme et l'impact des grèves de la SNCF au printemps sur le réseau ... des boutiques Relay.

Malgré ce mauvais chiffre, les éditeurs se montrent très attachés à la **vente au numéro dans le point de vente** et annoncent se battre pour le soutenir.

•• « *Le public change d'une semaine à l'autre en fonction du thème abordé* » observe **Yvan Désert**, en charge des ventes au numéro du Groupe L'Express, dans un article du dernier numéro d'Union Presse (le mensuel de Culture Presse). De fait, les hebdomadaires n'ont plus de cible d'âge ou de statut.

« *Lorsque l'on s'intéresse aux problématiques de l'environnement, on cible une communauté précise qui ne sera pas forcément intéressée par les sujets du numérique ou de la médecine qu'on traitera plus tard* » confirme **Dominique Nora**, directrice de la rédaction de L'Obs. D'où l'importance de **bien exposer** la Une dans les points de vente, ce que tous les éditeurs mettent en avant.

•• Les news ont aussi recours à une certaine **diversification éditoriale**.

• 17 **hors-séries** pour *Le Point* en 2018 qui publie aussi *Le Point Référence* (trimestriel) et un *Guide Santé*. Il y a les hors-séries trimestriels de *Valeurs Actuelles*. Ainsi que *Réussir* et *L'Express Théma* de L'Express. Tous fonctionnent bien.

• Il y a les **déclinaisons régionales**. Dossiers régionaux de l'été pour L'Express, soutenus par une campagne de terrain. Les douze éditions régionales de L'Obs se sont vendues à 19 700 exemplaires en moyenne. *Le Point* a proposé des numéros dans 51 villes cette année, accompagnés de visites aux principaux marchands de journaux, de poses de PLV et d'affichages dans les points de vente.

•• Pour en revenir sur la vente au numéro, les éditeurs se battent pour la soutenir, toujours selon *Union Presse*.

Le Point dispose d'une équipe de neuf personnes sur le terrain pour installer des outils de présentoirs et de PLV chez les marchands de journaux.

Tous investissent dans des campagnes d'affichage en kiosques et en points de vente.

•• Reste que **la vente au numéro reste une vitrine** ; elle permet de jauger la santé du journal et son image auprès du public, toujours selon Yves Désert.

Nouvelle preuve que le papier a encore de l'avenir ? : la dernière interview d'Emmanuel Macron, dans *Le Point*, a constitué la troisième meilleure vente du titre depuis 1972, assure Jean Girault, responsable de la diffusion du titre.

## Librairies cherchent best-sellers désespérément

Faute de locomotives dans les rayons, les ventes de la rentrée littéraire ont été particulièrement décevantes. Selon le magazine Livres Hebdo, elles sont en recul de près de 50% par rapport à l'an passé.

Le monde de l'édition est en pleine ébullition avec la remise, cette semaine, des prix littéraires. Cette atmosphère de fête pourrait faire oublier que la rentrée littéraire 2018 a été particulièrement morose du côté des ventes. Dans son dernier numéro, *Livres Hebdo* dévoile les sous-performances du secteur de l'édition entre la fin août et la fin octobre. Comparé à l'an passé, le top des 20 meilleures ventes de livres a reculé de 60% en valeur et de 53% en volume. Certes, la rentrée 2017 avait été marquée par la parution d'un nouvel album d'*Astérix*. Mais même en retirant cet effet de comparaison défavorable, le décrochage des ventes est des plus violents: -46% en chiffre d'affaires (à 13,9 millions d'euros), -30% en nombre d'exemplaires vendus (1,2 million).

«La meilleure vente de la rentrée 2018 s'écoule à deux fois moins d'exemplaires que le titre situé sur la deuxième marche du Top 20 de la rentrée 2017, derrière *Astérix*», note *Livres Hebdo*. Pire, «seuls trois livres passent la barre des 100.000 ventes, contre huit l'an passé.» À titre de comparaison, la cuvée 2018 d'Amélie Nothomb (*Les prénoms épicènes*) a recueilli 20% de ventes en moins que son roman de 2017, *Frappe-toi le cœur*.

### Manque de romans taillés pour séduire le grand public

Que s'est-il passé? Principalement, un manque de romans taillés pour séduire le grand public. La rentrée 2017 avait été marquée par les sorties d'ouvrages très attendus de Dan Brown, Ken Follett ou Michel Bussi, et d'un nouveau volume de la saga *Millenium*. Rien de tout cela cette année. Les nouveautés de la rentrée littéraire n'ont pas non plus passionné les foules - mais cela changera peut-être dès la semaine prochaine, maintenant que les prix littéraires ont été remis. Traditionnellement, le Goncourt et le Renaudot guident les achats pour les cadeaux de Noël...

Les Français aiment en revanche toujours autant les romans en format poche, ce qui explique en partie la chute du chiffre d'affaires du secteur: la part du poche est passée de 25 à 38% en un an sur la période fin août-fin octobre. Autre phénomène observé par les libraires, la bonne forme du secteur de la BD, avec notamment la sortie du volume 4 de *L'Arabe du Futur*. Il n'est pas impossible que les lecteurs aient reporté leurs achats vers ce rayon.

Faut-il craindre pour autant une mauvaise année 2018 pour l'édition? Pas forcément. Si le secteur a connu des mois difficiles, il est pour le moment positif, à 1% de croissance. Et tout devrait se jouer, une fois de plus, lors du mois de décembre. L'an passé, la période de Noël avait été marquée par une très forte accélération des achats, qui avait permis à l'édition de limiter la casse: le secteur avait pu afficher sur l'ensemble de l'année un recul de 1,6% de son chiffre d'affaires.

## Pour le samedi 17/11 offre couplée: L'EQUIPE + le magazine L'EQUIPE + France Football

- L'offre habituelle L'EQUIPE + le magazine de L'EQUIPE (codification 0103) à 2.50 Euros.
- Et l'offre couplée : L'EQUIPE + le magazine L'EQUIPE + France Football du mardi 13/11 (codification 0231) à 4.70 Euros

Exceptionnellement suite à ces 2 offres, les codes à barres des codifications 0103 et 0231 seront sur le **magazine L'EQUIPE**.

**Le quotidien ne comportera pas de code à barres.**

Pour l'offre couplée, L'EQUIPE + le magazine L'EQUIPE + France Football, **le France Football sous blister, ne comportera pas de Code à barres.**

**Mise en vente pour la codification 0231 jusqu'au jeudi 22/11.**

## Le 1 : un hors-série XL sur le Traité de Versailles



Le 1, en partenariat avec la Mission du centenaire, publie un hors-série format XL intitulé « Le Traité de Versailles - un nouveau monde ». Vendu 5,90€, le titre comprendra notamment, outre l'analyse de l'historien Antoine Proust sur la fin de la première guerre mondiale et une double page montrant le passage de l'Europe des Empires à celle des nations sur la période 1914-1923, une affiche grand format reproduisant la Une du quotidien Le Journal du 29 juin 1919 qui annonçait la signature du Traité de Versailles.

### « Ça doit se savoir », « Alter Santé », « Libre Info » : un seul homme derrière un réseau de désinformation

« Mon site ? Je n'ai pas de site. » Lorsque *Le Monde* l'a interrogé sur ses activités, Johann Fakra a nié en bloc. A l'en croire, il n'est lié ni de près ni de loin à l'administration de blogs ou de sites Internet. Pourtant, c'est bien la main de ce Français que l'on trouve derrière un vaste réseau de sites et de pages Facebook, bâti patiemment depuis des années.

Ces médias qui se disent « alternatifs » diffusent régulièrement des articles sensationnalistes et de fausses informations, parfois aux accents conspirationnistes. Réunis, ils constituent l'un des plus gros réseaux de désinformation français : nous avons identifié plus d'une trentaine de sites qui en font partie, et cette liste n'est probablement pas exhaustive. Mais malgré cet activisme, Johann Fakra avait réussi à rester relativement anonyme. Jusqu'à ce que nous remontions à lui.

- Un réseau d'une trentaine de sites de désinformation



A première vue, tous ces sites ressemblent à des blogs amateurs indépendants les uns des autres. Cadoitsesavoir.fr, par exemple, se veut être une « *revue de presse alternative* » qui diffuse des informations politiques et internationales. Ta-sante.fr, quant à lui, véhicule des conseils en matière de santé, qui ont de quoi faire tiquer l'immense majorité des spécialistes. De son côté, Tranchederire.fr diffuse des articles de divertissements sous des titres sensationnalistes. Et ainsi de suite.

Aucun de ces médias n'explique clairement qui en sont les administrateurs, se contentant de mentionner une adresse e-mail de contact générique. Nous en avons trouvé sept différentes que nous avons toutes sollicitées, sans réponse pour l'heure.

Nous avons cependant constaté qu'au moins deux signes lient formellement ces sites entre eux : d'abord, les publicités qu'ils affichent sont toutes liées au même compte Google AdSense. Cela veut dire qu'un même administrateur se charge de gérer les publicités affichées sur l'ensemble des publications. Ensuite, le même compte Google Analytics est utilisé pour mesurer l'audience de chacun d'entre eux, ce qui témoigne là aussi d'une gestion unique.

On retrouve également des éléments graphiques communs entre certains des sites, voire même des contenus similaires ou identiques de l'un à l'autre.

- **Intox et sensationnalisme à tout-va**

Si tous ces sites sont trompeurs, dans le sens où leurs auteurs avancent masqués, ils nous apparaissent surtout problématiques à cause de leur contenu. Les informations qu'ils véhiculent sont reprises d'autres sources, parfois même recopiées, et pas toujours les plus fiables. On peut par exemple citer des vidéos publiées par le site d'Alain Soral, Egalité et réconciliation, ou des théories contestées d'Henri Joyeux.

Au-delà des sources, les affirmations elles-mêmes sont très souvent bancales, pour ne pas dire fumeuses. Les titres mensongers se comptent par dizaines, sur des sujets aussi variés que le résultat des élections, la politique vaccinale, le compteur électrique Linky ou la guerre en Syrie. Le site Onsaitcequonveutquonsache.com écrit ainsi que « *l'attentat contre Charlie Hebdo a été fomenté par le gouvernement français* ». Altersante.fr affirme que « *l'ail est 15 fois plus puissant que les antibiotiques* ». Cadoitsesavoir.fr fait même état, sans sourciller, d'une « *rumeur* » qui présente Alexandre Benalla comme « *l'amant de Macron* ».

Lorsqu'ils perdent en crédit, ses sites ferment et rouvrent sous un nouveau nom

Multiplier les sites a plusieurs intérêts pour leur créateur. D'abord, gagner en visibilité. A eux tous, ils cumulent une audience considérable sur les réseaux sociaux. Leurs publications sont ainsi partagées, commentées ou « *aimées* » autour d'un million de fois par mois sur Facebook, selon les données que nous avons pu récolter grâce à l'outil d'analyse BuzzSumo. Un point loin d'être anecdotique : ces sites sont truffés de publicités, issues de Google ou de modules, comme Taboola, qui rapportent des revenus en fonction du nombre de clics générés.

Autre intérêt : pouvoir remplacer un site par un autre lorsque l'un d'entre eux est trop exposé pour ses mensonges. Cela a, par exemple, été le cas pour Onsaitcequonveutquonsache.com, qui a sacrément perdu en crédit après avoir été mentionné dans plusieurs de nos articles et tourné en ridicule dans une vidéo de la chaîne YouTube WTFake. Interrogé par la journaliste Aude Favre sous son pseudonyme « Alain Proviste », l'administrateur du site peinait à défendre le sérieux de son travail, se réfugiant derrière le fait qu'il ne peut pas « *tout tout tout vérifier* ».

Onsaitcequonveutquonsache.com a finalement été enterré au court de l'année 2018, mais d'autres, comme Reveillezvous.fr ou Quelmonde.fr, lui ont succédé.

- **Derrière ces sites, un ingénieur informatique qui dénonce les « manipulations » des médias**

Tous ces sites ont-ils été créés à des fins idéologiques, pour diffuser des messages politiques ? Ou purement mercantiles, pour permettre à leur créateur de générer des revenus publicitaires ? Ou bien les deux à la fois.

Contacté par écrit, Johann Fakra n'a pas répondu à ces interrogations, contestant d'emblée jouer un rôle dans l'administration de ces médias. Nous lui avons alors demandé pourquoi la page Facebook Ça doit se savoir, qui est mise en avant sur dix de ces sites, avait été ouverte à son nom en 2014 (un élément que nous avons simplement pu constater grâce à une fonctionnalité publique de la plate-forme) :

« *Je ne saurais l'expliquer* », nous a répondu Johann Fakra, avant de mettre un terme à nos échanges. Quelques instants plus tard, la page Facebook Ça doit se savoir était inaccessible sur Facebook, et elle l'était toujours au moment de la publication de cet article.

« Il nous a dit qu'il allait travailler sur des projets de monétisation de blogs » – Un ancien associé

Sur son CV en ligne, Johann Fakra se présente comme « *président fondateur* » de Tu sais quoi ?, une société qui édite le « *premier média 100 % libre et démocratique* » dont le lancement est « *prévu en 2017* ». Cette société existe bel et bien : elle a été créée en 2016 et le quadragénaire la dirige bien par l'intermédiaire d'une autre société, Timayo, créée quelques mois auparavant. Mais le site annoncé, Tusaisquoi.fr n'a pas, pour l'heure, vu le jour.

Avant de se lancer dans la création de sites Web à son compte, Johann Fakra travaillait au sein de Skilld, une société informatique de développement Web et mobile sise à Paris. « *Cela fait deux ans environ qu'il a quitté l'entreprise, il nous a dit qu'il allait travailler sur des projets de monétisation de blogs* », explique l'un de ses associés de l'époque. S'il concède ne pas connaître les activités exactes de son ancien collègue, il constate que ce dernier a peu à peu versé dans le conspirationnisme :

« *C'était vraiment une chose sur laquelle on n'était pas en phase, les sites de désinformation et complotistes, ce n'est pas trop mon truc. Il était difficile de discuter avec lui de ces sujets.* »

En 2016, Johann Fakra déclarait vouloir « *créer un média participatif totalement libre et indépendant* » dans une interview au site On passe à l'acte, qui recense des initiatives de « *projets de bien commun* ». Il y affirme être parti « *en quête de vérité* » après avoir survécu à un cancer. Deux ans plus tard, la galaxie de sites qu'il a réellement créée, cette fois de manière anonyme, apparaît bien loin de cet idéal.

## "L'info n'est pas à vendre, elle est à acheter"

**Dans un tribune au JDD, Olivier Ravello, président et directeur de la publication d'Explicite.info, défend des médias payants pour une meilleure qualité de l'information.**

Payer pour avoir accès à l'information. Dans une tribune au JDD, Olivier Ravello, président et directeur de la publication d'Explicite.info, défend cette idée. Il reconnaît les difficultés financières des médias et donc des rédactions à l'heure de l'évolution vers toujours plus de numérique. "Vous êtes de plus en plus nombreux à nous critiquer et à demander plus et mieux. Continuez! C'est ainsi qu'une démocratie se fortifie. Mais ne demandez pas que cette information vous arrive gratuitement", affirme Olivier Ravello

Vous lisez ces lignes dans les colonnes d'un journal que vous avez sans doute acheté. Ce geste fondamental devrait être naturel. Pourtant, cette évidence a progressivement disparu et nous n'en mesurons pas suffisamment le danger pour nos démocraties. Au fil des années, deux coups de boutoir ont été portés à la presse. Le premier a été l'irruption de journaux gratuits. L'information donnée comme un prospectus, dévalorisée. L'idée pernicieuse s'est alors installée. On peut donc lire un journal sans l'acheter.

Le second a été une révolution aussi colossale que celle de l'imprimerie et elle n'est pas finie. L'irruption du numérique. L'écran pour remplacer le papier. Les sceptiques pensaient que jamais cela ne fonctionnerait. On en sourit aujourd'hui. Les écrans sont dans nos vies. Des générations s'ouvrent au monde sans même avoir connu la

sensation du papier journal entre leurs mains. Il est absurde de se battre contre ou de regretter. Parce que c'est le sens de l'Histoire, mais surtout parce que, bien utilisé, le numérique rend l'info encore meilleure!

Cela ne vous viendrait pas à l'idée de passer les caisses d'un cinéma sans payer. Alors pourquoi le faire avec l'information?

Aujourd'hui, le marché de l'information numérique claudique. Une jambe sur les abonnements payants (chemin réputé difficile), l'autre sur la publicité qui ne rapporte pas suffisamment pour faire vivre une rédaction. Pour que la publicité sur le Net procure des revenus qui ne soient pas dérisoires, il faut générer des millions de clics. A ce jeu, les "concours de chatons" ou les buzz people gagneront toujours sur une enquête sociétale. Ce n'est pas un jugement. On a aussi le droit de se distraire sur son mobile. Le problème, c'est que tout se mélange.

L'information souffre, les rédactions coupent dans leurs effectifs, et pourtant l'exigence autour du journalisme reste très forte. Vous êtes de plus en plus nombreux à nous critiquer et à demander plus et mieux. Continuez! C'est ainsi qu'une démocratie se fortifie. Mais ne demandez pas que cette information vous arrive gratuitement. Citez-moi un cas où vous avez accès à un film, un livre, un spectacle, où vous entrez dans un restaurant ou une boutique pour voir, lire, prendre ce qui vous intéresse et ressortir tranquillement sans avoir payé. Comment imaginer lire un reportage accompagné de photos ou de vidéos, se dire "c'était vraiment bien" et refermer la fenêtre de son écran comme si de rien n'était? Cela ne vous viendrait pas à l'idée de passer les caisses d'un cinéma sans payer. Alors pourquoi le faire avec l'information?

Une rédaction n'est jamais aussi bonne que lorsqu'elle travaille pour ses abonnés

Lorsque l'on parle des abonnements, entre 8 et 15 euros par mois, j'entends "c'est cher". Mais c'est faux. Pendant des décennies, les Français ont acheté un journal chaque matin et personne n'y trouvait à redire. Aujourd'hui, acheter un journal tous les jours coûte en moyenne 2 euros. La révolution numérique permet désormais de s'informer pour 25 à 50 centimes par jour. J'ai vu mon grand-père, ouvrier à la retraite, lire chaque matin son journal, étalé sur la toile cirée de sa cuisine. Je l'ai entendu râler ou s'enthousiasmer mais jamais dire : "C'est trop cher." Il allumait peut-être une ou deux cigarettes de moins, mais il s'informait.

L'enjeu est là. L'info n'est pas à vendre, elle est à acheter. Une rédaction n'est jamais aussi bonne que lorsqu'elle travaille pour ses abonnés. Vous aurez toujours des journalistes prêts à s'investir dans des médias "un peu plus comme ceci" ou "un peu plus comme cela". Mais si vous n'achetez pas leur travail, vous n'aurez bientôt plus rien. Rien que des "contenus" déversés par des Gafa mondialisés.

Il est urgent de se mobiliser et de partager cette réflexion autour de vous (#jachetelinfo). Regardez l'état des pays où l'information a été malmenée. Ils vont mal. Alors réagissez et arrêtez de ne pas acheter l'information !

## **Mondadori France : un revenu en recul de 8,1% sur les 9 premiers mois, à 226,4 M€**

Alors que son rachat par Reworld Media se négocie toujours avec sa maison mère italienne, Mondadori France enregistre sur les neuf premiers mois de l'année 2018 un recul de 8,1% de son revenu, à 226,4 millions € contre 246,4 millions un an plus tôt. Le revenu publicitaire print + web affiche quant à lui une baisse de 9% sur la période alors que le seul revenu pub print (88% des revenus pubs) accuse une perte de 8,7% dans un marché à -10,7%, estime un communiqué du groupe Mondadori. L'EBITDA ajusté est en recul de 1,2 million € sur la période, à 15,6 M€ en 2018 vs 16,8 M en 2017 tandis que l'EBITDA reporté passe de 18,2 M€ sur les neuf premiers mois de 2017 à 14,3 M€ en 2018.

## Vivendi acquiert 100% d'Editis

**En négociations exclusives depuis fin juillet, Vivendi a repris Editis, 2e groupe éditorial français, à Grupo Planeta pour 900M€.**

Lors de la présentation de ses résultats du 3e trimestre 2018, le groupe Vivendi a annoncé ce 15 novembre avoir conclu l'accord d'acquisition de 100% du capital d'Editis.

Vivendi était entré en négociations exclusives avec Grupo Planeta le 30 juillet dernier. La transaction a été validée à 900 millions d'euros.

"L'avis favorable des instances représentatives du personnel (IRP) de Vivendi a été obtenu le 13 septembre 2018 et celui des IRP d'Editis le 8 novembre 2018", indique le communiqué. "L'opération doit désormais faire l'objet d'une autorisation de l'Autorité de la concurrence française. La finalisation de l'acquisition est attendue fin 2018 ou début 2019", précise le groupe.

### Synergies

Vivendi ajoute ainsi "une nouvelle brique à la construction d'un grand groupe industriel centré sur les médias, les contenus et la communication", et assure que "Le fonctionnement des maisons d'édition se rapproche de celui des labels d'UMG, ce qui devrait faciliter l'intégration d'Editis au sein" du conglomérat.

La stratégie de Vivendi vise à détenir les droits des œuvres très en amont pour pouvoir les décliner à la télévision, au cinéma, en jeu vidéo, sur Internet, etc...

Vivendi a, par ailleurs, comme il l'avait révélé fin juillet, ouvert le capital d'Universal Music Group, afin de dégager la trésorerie nécessaire pour ses différentes acquisitions.

Sur les neuf premiers mois de l'exercice 2018 de Vivendi (Canal +, Dailymotion, Gameloft, Universal Music Group et Havas), le chiffre d'affaires - 9,847 milliards d'euros - augmente de 4,6% par rapport aux neuf premiers mois de l'exercice 2017.

En 2017, Editis a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 759 millions d'euros, en baisse de 7%, et un bénéfice avant impôts d'environ 60 millions d'euros.

L'opération permettra aussi de désendetter Grupo Planeta, 7e groupe mondial.

### Focus sur Editis

Avec un nouveau Directeur général depuis l'an dernier, **Pierre Conte**, Editis est en pleine transformation. Le groupe est implanté en éducation, référence, littérature générale, jeunesse, illustré à travers plusieurs filiales : **Place des éditeurs** (Plon, Perrin, Presses de la Renaissance, Acropole, Belfond, Hemma, Hors collection, Langue au chat, Omnibus, Pré-aux-Clercs, Presses de la Cité, la licence Lonely Planet...), **Robert Laffont** (Julliard, Nil), XO/Oh! éditions, Sonatine, Cherche-Midi, La découverte, **Univers Poche** (Pocket, PKJ, 10/18, Fleuve, Kurokawa, Langues pour tous, 12-21), **Edi 8** (Plon-Perrin, Presses de la Renaissance, First, Gründ, 404, Les Escales, Le Dragon d'or, Solar, Tana, Slalom), **Editis Education** (Nathan, Bordas, Le Robert, Retz, Clé International, Syros, Dæsign), ainsi qu'**Interforum** (l'un des leaders de la distribution). Sous son impulsion, le groupe s'est renforcé récemment dans le numérique (édition, imprimerie...) et l'**éducatif** avec l'ESLSCA Paris Business School et l'EDC Paris Business School.



## PRESSE ENFANTS

### Enfant



**LÉGO NEXO KNIGHTS**  
n°12 du ven. 16 novembre 2018  
6,95 €

[Accéder à la revue](#)



**MANGA PARADE PLUS**  
n°23 du ven. 16 novembre 2018  
6,99 €

[Accéder à la revue](#)



**PLAYMOBIL PINK**  
n°10 du ven. 16 novembre 2018  
5,95 €

[Accéder à la revue](#)

## PRESSE JEUNES

### Jeunes



**L'IMMANQUABLE HORS-SÉRIE**  
n°19 du ven. 16 novembre 2018  
7,90 €

[Accéder à la revue](#)



**LES DOSSIERS ONISEP**  
n°83 du ven. 16 novembre 2018  
9,70 €

[Accéder à la revue](#)

## Mots croisés



GH MÊLÉS EXPRESS  
n°21 du ven. 16 novembre 2018  
3,80 €

[Accéder à la revue](#)



GH MÊLÉS GÉANTES EXTRA LISIBLE!  
n°4 du ven. 16 novembre 2018  
3,90 €

[Accéder à la revue](#)



GH SUDOKU VAINQUEUR NIV 6/7  
n°63 du ven. 16 novembre 2018  
4,70 €

[Accéder à la revue](#)



LES JEUX DE MAXI HORS-SÉRIE  
n°18 du ven. 16 novembre 2018  
3,90 €

[Accéder à la revue](#)



MG ANAGRAMMES ÉVASION  
n°65 du ven. 16 novembre 2018  
4,40 €

[Accéder à la revue](#)



MG CODÉS 10000  
n°9 du ven. 16 novembre 2018  
5,40 €

[Accéder à la revue](#)



MG FLÈCHÉS SOLEIL NIV 1-2  
n°46 du ven. 16 novembre 2018  
4,60 €

[Accéder à la revue](#)



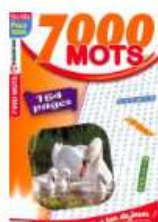
MG PÊLE-MÊLE BONHEUR  
n°10 du ven. 16 novembre 2018  
4,10 €

[Accéder à la revue](#)



MG. 5000 FLÈCHES NIV 3-4  
n°149 du ven. 16 novembre 2018  
4,90 €

[Accéder à la revue](#)



MS 7 000 MOTS  
n°107 du ven. 16 novembre 2018  
4,70 €

[Accéder à la revue](#)



MS CODÉS 8000  
n°53 du ven. 16 novembre 2018  
5,00 €

[Accéder à la revue](#)



MS SU-DOKU ELITIS NIV 5/6  
n°105 du ven. 16 novembre 2018  
4,20 €

[Accéder à la revue](#)



MS SU-DOKU EVOLUTION +  
NIVEAU 6 À 8  
n°49 du ven. 16 novembre 2018  
4,20 €

[Accéder à la revue](#)



MS. CODÉS - DEGRÉ 3-4  
n°109 du ven. 16 novembre 2018  
4,10 €

[Accéder à la revue](#)



MS. PÊLE-MÊLE RELAX  
n°111 du ven. 16 novembre 2018  
3,60 €

[Accéder à la revue](#)

# ACTUALITES

## Actualité



CLOSER  
n°701 du ven. 16 novembre 2018  
1,80 €

[Accéder à la revue](#)



FRANCE DIMANCHE  
n°3768 du ven. 16 novembre 2018  
1,40 €

[Accéder à la revue](#)



FRANCE DIMANCHE HORS SÉRIE  
n°30 du ven. 16 novembre 2018  
5,90 €

[Accéder à la revue](#)



L'HEBDO BOURSEPLUS  
n°965 du ven. 16 novembre 2018  
4,70 €

[Accéder à la revue](#)



LA CLASSE MATERNELLE  
n°274 du ven. 16 novembre 2018  
6,00 €

[Accéder à la revue](#)



LA TRIBUNE  
n°269 du ven. 16 novembre 2018  
3,50 €

[Accéder à la revue](#)



MARIANNE  
n°1131 du ven. 16 novembre 2018  
4,00 €

[Accéder à la revue](#)



MONITEUR DES VENTES  
n°1841 du ven. 16 novembre 2018  
2,50 €

[Accéder à la revue](#)



PUBLIC  
n°801 du ven. 16 novembre 2018  
1,60 €

[Accéder à la revue](#)



VOICI  
n°1619 du ven. 16 novembre 2018  
1,80 €

[Accéder à la revue](#)

# FEMININS

## Féminin



**COLORIAGE MANDALAS XXL**  
n°12 du ven. 16 novembre 2018  
4,30 €

[Accéder à la revue](#)



**ELLE**  
n°3804 du ven. 16 novembre 2018  
2,30 €

[Accéder à la revue](#)



**ELLE HORS-SÉRIE**  
n°11 du ven. 16 novembre 2018  
5,50 €

[Accéder à la revue](#)



**GRAZIA**  
n°469 du ven. 16 novembre 2018  
1,80 €

[Accéder à la revue](#)



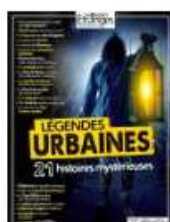
**HOROSCOPE**  
n°825 du ven. 16 novembre 2018  
3,50 €

[Accéder à la revue](#)



**MAXI HORS-SÉRIE SANTÉ**  
n°4 du ven. 16 novembre 2018  
3,95 €

[Accéder à la revue](#)



**MONDES ETRANGES HORS-SÉRIE**  
n°10 du ven. 16 novembre 2018  
9,90 €

[Accéder à la revue](#)



**PSYCHO ET CONNAISSANCE DE SOI**  
n°31 du ven. 16 novembre 2018  
6,95 €

[Accéder à la revue](#)



**SÉNIORS ACTUELS**  
n°6 du ven. 16 novembre 2018  
3,90 €

[Accéder à la revue](#)

## Gastronomie / Vins

---



ARTS & GASTRONOMIE

n°26 du ven. 16 novembre 2018

9,50 €

[Accéder à la revue](#)

# MAISON - JARDIN

## Maison - Jardin



ECOLOGIK

n°60 du ven. 16 novembre 2018

13,50 €

[Accéder à la revue](#)



IDEAT HORS-SÉRIE  
ARCHITECTURE

n°14 du ven. 16 novembre 2018

9,90 €

[Accéder à la revue](#)



MAISON CHIC

n°105 du ven. 16 novembre 2018

4,90 €

[Accéder à la revue](#)



MAISON CHIC HORS-SÉRIE

n°10 du ven. 16 novembre 2018

4,90 €

[Accéder à la revue](#)



MAISON ET DÉCO SHABBY STYLE

n°37 du ven. 16 novembre 2018

4,90 €

[Accéder à la revue](#)



MAISON ROMANTIQUE

n°42 du ven. 16 novembre 2018

4,90 €

[Accéder à la revue](#)



MARIE CLAIRE MAISON

n°506 du ven. 16 novembre 2018

4,90 €

[Accéder à la revue](#)



MON JARDIN & MA MAISON

n°707 du ven. 16 novembre 2018

4,50 €

[Accéder à la revue](#)



MON JARDIN & MA MAISON +  
LIVRE

n°707 du ven. 16 novembre 2018

6,95 €

[Accéder à la revue](#)



RUSTICA

n°2551 du ven. 16 novembre 2018

2,50 €

[Accéder à la revue](#)



### TISSUS ET RIDEAUX

n°16 du ven. 16 novembre 2018

5,50 €

[Accéder à la revue](#)



### VIE À LA CAMPAGNE

n°52 du ven. 16 novembre 2018

4,90 €

[Accéder à la revue](#)



### VIE À LA CAMPAGNE HORS-SÉRIE

n°4 du ven. 16 novembre 2018

4,90 €

[Accéder à la revue](#)

# HORS SERIE A NOTER

Presse > Actualité > People > France Dimanche Hors Série

France Dimanche Hors Série N° 30 du 16 novembre 2018 M3706H

PROCHAINES SORTIES

16 Cet article est sorti ce matin !



## AU SOMMAIRE

Un an déjà numéro collector



0 commentaires

Trier par Les plus récents +

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

5,90 €

En version papier

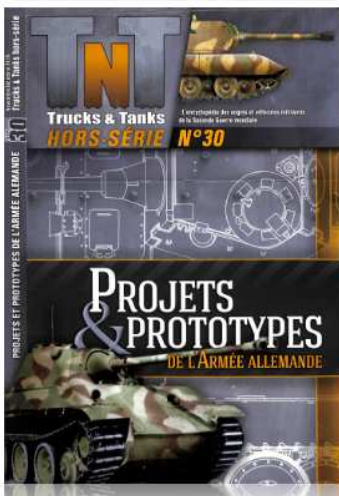
ACHETER CE NUMÉRO

Presse > Art et culture > Histoire > Trucks & Tanks Hors-Série

Trucks & Tanks Hors-Série N° 30 du 16 novembre 2018 M3704H

PROCHAINES SORTIES

16 Cet article est sorti ce matin !



## AU SOMMAIRE

Projets prototypes de l'armée Allemande



0 commentaires

Trier par Les plus récents +

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

14,90 €

En version papier

ACHETER CE NUMÉRO

En version papier

Achetez dès aujourd'hui les prochains numéros de Trucks & Tanks Hors-Série

PRÉ-ACHAT

Presse > Féminin > Santé / Bien-être > Maxi Hors-Série Santé

Maxi Hors-Série Santé N° 4 du 16 novembre 2018 M7331H

PROCHAINES SORTIES

16 Cet article est sorti ce matin !



## AU SOMMAIRE

Dynamique positive sereine!



0 commentaires

Trier par Les plus récents +

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

3,95 €

En version papier

ACHETER CE NUMÉRO

16 Cet article est sorti ce matin !



AU SOMMAIRE

Découvertes sexe & BD



0 commentaires

Trier par Les plus récents +

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

7,90 €

En version papier

ACHETER CE NUMÉRO

16 Cet article est sorti ce matin !



AU SOMMAIRE

Spécial architecture



0 commentaires

Trier par Les plus récents +

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

9,90 €

En version papier

ACHETER CE NUMÉRO

En version papier Achetez dès aujourd'hui les prochains numéros de Ideat Hors-Série Architecture

PRÉ-ACHAT

16 Cet article est sorti ce matin !



AU SOMMAIRE

Élégance sobre



0 commentaires

Trier par Les plus récents +

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

4,90 €

En version papier

ACHETER CE NUMÉRO

16 Cet article est sorti ce matin !



**AU SOMMAIRE**

Un Noël romantique



0 commentaires

Trier par **Les plus récents** ▾

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

En version papier 4,90 €

ACHETER CE NUMÉRO

16 Cet article est sorti ce matin !



**AU SOMMAIRE**

445 JEUX  
100% vacances & détente



0 commentaires

Trier par **Les plus récents** ▾

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

En version papier 3,90 €

ACHETER CE NUMÉRO

16 Cet article est sorti ce matin !



**AU SOMMAIRE**

Les couteaux et outils en situation d'urgence



0 commentaires

Trier par **Les plus récents** ▾

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

En version papier 12,50 €

ACHETER CE NUMÉRO

➤ A noter pour infos les parutions à venir issues de la newsletter de Prestalis TitresInfos :



# TITRES INFOS

L'actualité commerciale des titres

Retrouvez l'intégralité du document :

[https://www.prestalis.fr/IMG/pdf/web ti 1098 du 17 au 23 novembre 2018.pdf](https://www.prestalis.fr/IMG/pdf/web_ti_1098_du_17_au_23_novembre_2018.pdf)

## PLUS BELLE LA VIE

La revue officielle



Le nouveau rendez-vous trimestriel pour tous les fans ! Innovation éditoriale, entre livre et magazine, cette revue mêle la richesse des contenus d'un livre aux articles de fond d'un magazine, le tout dans une maquette moderne et soignée. Chaque trimestre, découvrez des dossiers inédits, des entretiens exclusifs avec les acteurs, des jeux et bien plus encore. Dans chaque numéro, des cadeaux papiers à collectionner viennent compléter le plaisir : cartes postales, affiches, posters ou encore carnets. C'est la revue dédiée aux amoureux de la série !

Au sommaire de ce premier numéro :

- Dossier : comment Plus belle la vie met en lumière les débats qui agitent la société et libère la parole.
- Rencontre : Anne Décis se livre sur sa vie de comédienne, de femme, de maman...

- Coulisses : visite guidée des décors de la série.
- Mode : le look chic et branché de Coralie.
- Souvenirs : la descente aux enfers de Benoît Cassagne.
- Saveurs : le plein de douceur avec les treize desserts du Noël provençal.

Merci de votre soutien pour cette nouveauté et excellente vente à tous !

**01103 RD - Trimestriel - n° 1 H - 9,99 €**

**Positionnement :** À côté de Télé Loisirs

**Promotion :** Affichage national 60 x 80 | Affichage national massif 30 x 40 | Boîtes présentoirs | Très fort soutien print et digital dans les titres de Prisma Media

**Contact :** [contactreseau@prismamedia.com](mailto:contactreseau@prismamedia.com)

# KR HOME-STUDIO

Le média 100 % musiciens

**Le seul et unique magazine sur la création musicale, en linéaire musique !**

Amis diffuseurs, qu'on se le dise, KR home-studio est un magazine musical qui traite de création et de production musicales ! À ce titre, il trouvera tout naturellement sa place dans le **LINÉAIRE MUSIQUE**, avec les autres magazines de guitares, de batteries ou de pianos.

**Nous vous invitons à le repositionner pour le plus grand bien de vos ventes à côté de GUITAR PART !**

KR a soufflé ses 30 bougies en 2017 et vient tout juste d'être repris par l'équipe rédactionnelle. Ici, point d'investisseur parachuté, mais des passionnés engagés et bourrés d'énergie.

Nous comptons sur votre aide et votre soutien.

N'oubliez pas... **pour ceux qui cherchent un magazine sur la création musicale dédiée à toutes les musiques actuelles et 100 % musiciens, c'est KR, et c'est dans le LINÉAIRE MUSIQUE !**

Avec un peu d'avance, nous vous souhaitons de très belles fêtes de fin d'année.

Meilleurs vœux et ventes à vous tous !



Numéro spécial

Mise en vente  
19-11-2018

# MICHAEL JACKSON

Une vie de scène et de costumes

Découvrez tous les secrets des costumes et accessoires les plus emblématiques de Michael Jackson, et posez un nouveau regard sur cette icône au style légendaire.

À l'occasion de l'exposition au grand Palais « On the Wall », et peu avant le 10<sup>e</sup> anniversaire de sa disparition, ce beau livre revient sur le génie de cet artiste en tant que musicien, mais aussi sur le talent et la créativité dont il a fait preuve à chaque album et à chaque concert à travers ses costumes : ses gants en strass, les chaussettes de « Billie Jean », ou encore le blouson de « Thriller » !

Grâce à des photos et anecdotes inédites, son styliste, Michael Bush, nous transporte dans l'univers envoûtant du Roi de la pop.

Un beau livre INÉDIT et en EXCLUSIVITÉ chez les marchands de journaux !

Merci de votre accueil pour cette nouveauté et bonnes ventes à tous !

Éditions Prisma - Retrouvez régulièrement nos publications sur notre site [www.editions-prisma.com](http://www.editions-prisma.com) et sur Facebook.



Numéro spécial

Mise en vente  
16-11-2018

08787 RD - Assimilés librairie - n° 10 H - 19,99 €

Positionnement : À côté de Gala

Promotion : Relais sur les réseaux sociaux et sur le site des Éditions Prisma

Contact : [contactreseau@prismamedia.com](mailto:contactreseau@prismamedia.com)

06730 RD - Mensuel - n° 341 H - 7,50 €

Positionnement : Linéaire Musique à côté de Guitar Part et Batterie Magazine

Contact : Mercuri | Bertrand Rabin | 01 42 36 80 95

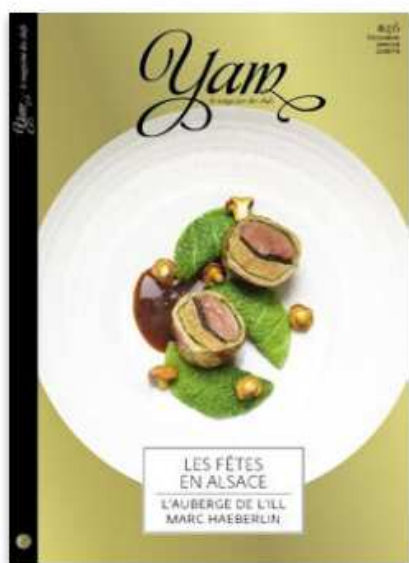
# YAM SPÉCIAL FÊTES EN ALSACE

Vive l'Alsace !

**Marc Haerberlin**, grand chef alsacien, est l'invité spécial de ce numéro de fin d'année. À la tête de **L'Auberge de l'Ill**, auréolée de trois étoiles Michelin depuis 51 ans, le chef nous dévoile sa vision de la cuisine, son parcours et les plats cultes de la maison : le saumon soufflé, le foie gras d'oie ou encore la pêche pochée et son sabayon au champagne... De quoi éveiller nos papilles.

Dans ce magazine, vous découvrirez également le **Centre International d'Art Verrier de Meisenthal**, un lieu unique qui fabrique des boules de Noël en verre soufflé. Un savoir-faire traditionnel qui a failli disparaître suite à la fermeture de cet atelier et qui a revu le jour grâce au travail acharné de quelques passionnés.

Les pâtisseries **Christophe Felder** et **Camille Lesecq** nous font également l'honneur de présenter les spécialités alsaciennes de leur boutique de Mutzig, maison très prisée dans la région, ainsi que les gâteaux servis à Noël comme le célèbre Stollen.



Focus

Mise en vente  
22-11-2018

06430 RD - Bimestriel - n° 46 - 9,90 €

**Positionnement :** Linéaire Maison et Art de Vivre - Cuisine et Vins  
**Contact :** Destination Media | Delphine Cardona | 01 56 82 12 06 | [reseau@destinationmedia.fr](mailto:reseau@destinationmedia.fr)

# DEMAIN LA TERRE

Le monde vu par Yann Arthus-Bertrand

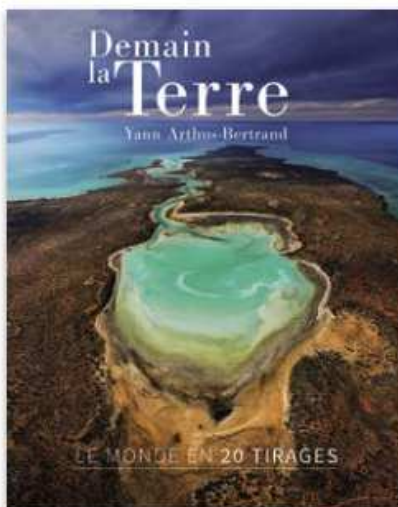
Ce portfolio collector propose de découvrir la vision du monde du célèbre photographe Yann Arthus-Bertrand en 20 tirages photographiques d'une qualité exceptionnelle, agrémentés de légendes documentées et évocatrices.

Ce nouveau format à la fabrication soignée offre à vos clients la possibilité de conserver les tirages ou d'en accrocher certains, selon les envies. Des éléphants dans le delta de l'Okavango au Botswana au légendaire Cœur de Voh en Nouvelle-Calédonie, voyagez dans les splendeurs de notre Terre.

Ce portfolio coup de cœur GEO est INÉDIT et en EXCLUSIVITÉ chez les marchands de journaux !

Merci de votre accueil pour cette nouveauté et bonnes ventes à tous !

Éditions Prisma - Retrouvez régulièrement nos publications sur notre site [www.editions-prisma.com](http://www.editions-prisma.com) et sur Facebook.



Numéro spécial

Mise en vente  
22-11-2018

02424 RD - Assimilés librairie - n° 4 H - 19,99 €

**Positionnement :** À côté de GEO

**Promotion :** Insertions promotionnelles dans GEO Collection, GEO Hors série et Flow | Relais sur les réseaux sociaux et sur le site des Éditions Prisma

**Contact :** [contactreseau@prismamedia.com](mailto:contactreseau@prismamedia.com)

# TOUT SAVOIR BIEN ÊTRE HS

Nos animaux et nous

DIVERTI Éditions vous présente le premier hors-série du magazine Tout Savoir Bien-Être consacré à ces précieux animaux de compagnie : principalement le chien, le chat et le cheval, mais aussi les autres, qu'on appelle NAC (nouveaux animaux de compagnie).

Nous avons cherché à réunir ici tout ce que les animaux de compagnie peuvent nous apporter, à révéler leurs bienfaits psychologiques et physiques.

Notre équipe a contacté des spécialistes qui explorent actuellement l'empathie animale, pour vous montrer le potentiel de nos compagnons quand il s'agit de nous comprendre, nous stimuler, nous consoler, nous détresser, remonter notre moral, nous rendre plus forts, nous guérir...



Hors-Série

Mise en vente  
12-11-2018

07312 RD - Irrégulier - n° 1 H - 12,50 €

Positionnement : Linéaire Féminins - Famille/Vie Pratique  
Contact : Ludivine CORET | [lcoret@diverti.fr](mailto:lcoret@diverti.fr)

# SCIENCE ET CERVEAU

Cartographie du cerveau

DIVERTI ÉDITIONS vous présente son nouveau magazine dédié au cerveau.

Pourquoi un magazine sur le cerveau ? Parce que cet organe si précieux, véritable tour de contrôle de notre activité consciente, inconsciente et autonome, siège de nos pensées intimes, de nos émotions brutes, de notre intelligence et de nos souvenirs, reste profondément mystérieux.



Nouveauté

Mise en vente  
12-11-2018

08314 RD - Trimestriel - n° 1 H - 6,90 €

Positionnement : Linéaire art et culture - Sciences  
Contact : Ludivine CORET | [lcoret@diverti.fr](mailto:lcoret@diverti.fr)

**Maxi Cuisine**  
 N° 129 novembre-décembre 2018  
 maxicuisine.fr

**112 recettes**  
 de rêve à partager

**LA MAGIE DES DESSERTS**  
*Bûches, babas, profiteroles...*

**APÉRITIF, BUFFET**  
 Tradition et raffinement

**GÉNÉREUSES VOLAILLES**  
 Recevez en toute convivialité

**12 IDÉES EXPRESS**  
 avec des crevettes

*Bûche croustillante choco-marrons page 96*

**Savoureuses FÊTES!**

Notre leçon de cuisine: **LE KOULIBIAC DE SAUMON**

**Passez de délicieuses fêtes avec Maxi Cuisine**

Le Monde **la vie**  
 HORS-SÉRIE

**L'ATLAS**  
 6000 ANS D'HISTOIRE **DES** 200 CARTES  
**PEUPLES**

Hors-série  
 MO 8954 - N26 H - 12€

En vente depuis le 31 octobre

Contact : Groupe Le Monde Service des ventes Charlotte Guyot  
 N°Vert 0 805 050 147

Merci de votre accueil et belles ventes

➤ A noter pour infos les parutions à venir issues de la newsletter de MLP « A Paraître » :



Retrouvez l'intégralité du document : <http://catalogueproduits.mlp.fr/uploads/newsletter/MLP%20-%20A%20PARAITRE%20-%20L%E2%80%99ACTUALITE%20TITRES%20-%20semaine%2047.html>

## NOUVEAUTÉS

ACTUALITE ECONOMIE > Actualité > Régionale/internationale

### QUESTION ECO

N°1 20/11/2018 4,90 € L19390



Trimestriel

#### CONCEPT

Aujourd'hui l'économie fait tourner la planète. Elle est partout. Nous avons tous besoin d'explications et de pédagogie pour comprendre le fonctionnement de l'économie française et internationale. Question éco est là pour ça.

POSITIONNEMENT ALTERNATIVES ECONOMIQUES, L'ECO

CONTACT ENTREPRENDRE

FAMILLE > Medecine > Santé Bien-être

### PRATIQUE SANTE SPECIAL MEMOIRE

N°1 21/11/2018 5,90 € L19269



Trimestriel

#### CONCEPT

Quelque soit notre âge, notre mémoire nous fait parfois défaut. Face à ces trous de mémoire, les spécialistes nous recommandent de la musculation cérébrale pour booster notre cerveau. "PRATIQUE SANTE MAGAZINE SPECIAL MEMOIRE" vous propose plus de 120 exercices ludiques, pour stimuler votre mémoire et rivaliser avec celle des éléphants. Ils sont variés et à la portée de tous. Ils font appel aux différents types de mémoire, visuelle, sémantique, épisodique, logique...A vous de jouer !

POSITIONNEMENT TOP SANTE, SANTE ET LOISIRS, PRATIQUE SANTE

CONTACT ENTREPRENDRE

Beaucoup de remise en vente :

» NATURE & VOYAGE > Nature > Animaux domestiques

### AQUARIUM A LA MAISON REV

N°1 23/11/2018 8,90 € L19103



Irrégulier

#### CONCEPT

Remise en vente "Aquarium à la maison" L16603 N°1H Avec ce nouveau hors-série, l'aquarium à la maison présente à ses lecteurs ces étonnants poissons, particulièrement attrayants avec leurs magnifiques nageoires en forme de voiles : habitat naturel, nourriture, différentes espèces. Comment les maintenir et les reproduire en aquarium ?

POSITIONNEMENT AQUARIUM A LA MAISON

CONTACT LR PRESSE

» SCIENCES & TECHNOLOGIES > Jeux vidéo > Multiplateforme

### DREAM UP HS FORTNITE REV

N°1 24/11/2018 3,95 € L18572



Irrégulier

#### CONCEPT

Remise en vente dans le cadres de l'opération Succès Presse du Hors Série Dream Up spécial FORTNITE

POSITIONNEMENT FORTNITE

CONTACT LEROSA

» FEMININE > Univers de la femme > Généraliste femme

### OPEN MIND HS REV

N°1 24/11/2018 6,95 € L14727



Irrégulier

#### CONCEPT

Remise en vente dans le cadre de l'opération Succès Presse du Hors Série Open Mind spécial Play Time

POSITIONNEMENT OPEN MIND HAPPYNEZ

CONTACT RIVA (EDITIONS)

## EVÉNEMENTS

» ACTUALITE ECONOMIE > Actualité > Politique/Satirique

### EVENEMENT MAGAZINE

N°27 21/11/2018 4,90 € L18809



Bimestriel

#### CONCEPT

Un magazine consacré à des personnalités ayant une actualité forte, des personnages mythiques et des grands dossiers de société.

POSITIONNEMENT MARIANNE-LE POINT- COURRIER INTERNATIONAL

CONTACT ENTREPRENDRE

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*

