



Quotidiens

40%



Hebdomadaires

40%



Mensuels

46%



Télévision

37%



TV payante

48%



Replay TV

33%

Avec un Alpha moyen de 32%, la radio signe un score plus élevé que prévu.

Avec un Alpha moyen de 22%, les formats publicitaires diffusés via les canaux digitaux captent moins l'attention des internautes et mobinautes. Le format vidéo gagne un seul point d'Alpha. L'étude note que lorsque la publicité est diffusée sur les réseaux sociaux ou sur les plateformes dédiées à la vidéo, un très léger gain d'attention s'effectue.

Si l'étude menée révèle les valeurs Alpha moyennes accordées par un individu à une publicité en fonction du média consommé, ces résultats permettent en outre d'en déduire le Bêta de mémorisation, selon l'équation énoncée par Armand Morgensztern, à savoir que $\text{Alpha}^2 = \text{Bêta}$. En dehors de la radio et l'affichage dont les Bêtas de mémorisation progressent de façon très significative, et du cinéma dont le score de mémorisation est réajusté à une valeur plus en phase avec les modes de consommation, les autres médias conservent en moyenne des bêtas relativement similaires aux valeurs usuellement pratiquées.

Toutefois, dans le détail, l'étude Alpha permet maintenant d'évaluer les Bêtas de mémorisation par cible et par segment média.



Méthodologie : Etude déclarative réalisée par Harris Interactive auprès de 4.000 Français âgés de 15 ans et plus - Octobre 2018.

Agence79 remporte le budget media on et offline de Tinder

AGENCE79
PARIS - LYON

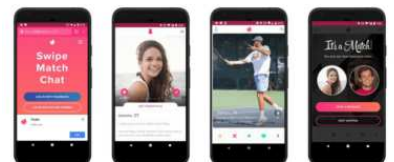


Pour sélectionner sa première agence média, Tinder a effectué un appel d'offres et a choisi Agence79 (Havas) pour piloter et coordonner l'ensemble de sa stratégie plurimédia. L'agence sera notamment en charge de l'achat d'espaces sur l'ensemble des leviers du marketing digital et offline.

Le mois dernier **Jérémy Bugard** et **Stéphane Gorre**, co-fondateur de l'agence, nous évoquaient le développement d'Agence79,

initialement digital, vers le offline et l'international ([voir archive](#))

tinder.



Mediaprogram (Repeat Groupe) orchestre une opération spéciale cross-canal pour But à l'occasion du Black Friday avec Canal Brand Factory



A l'occasion du Black Friday, l'entité Mediaprogram dédiée aux contenus de Repeat Groupe dirigée par **Roland de Tugny**, orchestre pour les magasins BUT, Canal Brand Factory (Canal+ Regie), une opération permettant à l'annonceur de parrainer toutes les émissions (hors météo) sur la chaîne C8 le 23 novembre. Le dispositif comprend des dotations antenne annoncées par les animateurs, un relais social, digital et print sur Twitter, My Canal et CNews.

Dentsu Aegis Network affirme son engagement sur le handicap et nomme Christian Coquart Directeur de la mission Handicap



A l'occasion de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées (SEEPH), Dentsu Aegis Network dévoile sa stratégie sur le handicap et s'engage à agir sur trois leviers : la sensibilisation, l'accompagnement et le recrutement de personnes en situations de handicap.

Thierry Jadot, Président du groupe, a signé une charte inspirée par la charte «Entreprise et Handicap» de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) et qui comprends 10 articles. Parmi ceux-ci, figurent l'engagement à l'égalité de traitement et à l'égalité des chances pour les personnes handicapées, le respect des besoins spécifiques liées aux différentes situations de handicap et un accès

plus simple à toutes les technologies digitales.

Thierry Jadot a également nommé **Christian Coquart**, jusqu'à présent en charge de clients chez MKTG, Directeur de la mission Handicap pour l'ensemble de ses agences. Il aura pour mission de veiller au respect des engagements pris par le groupe à ce sujet et d'initier une politique de sensibilisation auprès des collaborateurs. Il sera amené dans les mois qui viennent à s'impliquer encore plus sur de nouvelles missions concernant la diversité.

Pour Christian Coquart, piloter la mission handicap de Dentsu, c'est «casser les préjugés, valoriser les compétences en espérant qu'un jour cela deviendra un non sujet».

Thierry Jadot complète : «quand on sait que 1 salarié sur 2 sera touché par un handicap temporaire ou définitif au cours de sa carrière, cela pousse à réfléchir et à agir ! Il est de notre responsabilité de faire évoluer les choses pour que chacun se sentent bien dans notre entreprise. Je veux que Dentsu soit exemplaire et devienne un acteur positif du tissu social.»



Plus d'infos : <http://www.dentsuaegisnetwork.fr/Presse/DentsuAegisNetworkNewsDetaila/2018/2018.11.19?Dentsu-Aegis-Network-signe-une-charte-pour-le-Handicap-et-nomme-Christian-Coquart-Directeur-de-la-mission-Handicap>

Atol Les Opticiens reconduit Medialist



A l'issue d'une compétition organisée l'été dernier et réunissant 4 agences, Medialist, agence média sortante, a été retenue par Les Opticiens Atol pour accompagner la coopérative dans sa stratégie et le conseil média, l'achat d'espace média et les opérations spéciales. L'agence Medialist, créée en 2010 par **Jean-Paul Le Fur** gère le compte Atol depuis 2011.

Spin Master confie son budget de média digital à l'agence Les Causantes



A l'issue d'une compétition, le fabricant canadien de jeux et jouets Spin Master a confié la définition et la mise en œuvre de sa nouvelle stratégie media digitale à l'agence Les Causantes, dans l'optique de soutenir sa notoriété et de développer ses ventes en France à l'approche de Noël.

L'agence Les Causantes, qui travaille pour

l'ensemble des gammes de Spin Master, intervient désormais en exclusivité sur les quatre leviers suivants : Digital Media, Influenceurs, Réseaux sociaux et Amazon.

Suite à cette collaboration, Spin Master a déjà signé des partenariats médias entre certaines de ses marques (Meccano, Airhoggs Supernova, Hatchimals, Hatchibabies, Luvabella et Boxer) et les titres Wemoms, Parents, Wootbox et Mômes.net. Le groupe a aussi mis en place des campagnes d'influence sur les réseaux sociaux pour amplifier le bouche à oreille, ainsi que des campagnes Amazon.



La banque Anytime permet d'ouvrir un compte dans les Photomaton

Photomaton
Groupe Photo-Me



Ouvrir un compte en ligne Anytime, la néobanque destinée aux entreprises, indépendants et aux particuliers, devient possible dans les cabines Photomaton (Photo-Me). Pour cela, il suffit de remplir un formulaire sur l'écran tactile, puis scanner une pièce d'identité et un justificatif de domicile grâce au scanner A4 intégré à la cabine. Après une dernière signature sur l'écran tactile, reste à régler le montant de l'ouverture du compte en fonction des options choisies. Un conseiller Anytime traite le dossier

sous 2 jours ouvrés, et les clients reçoivent leur carte Mastercard 2 jours après la validation de leur dossier.

Déployé dans 10 lieux parisiens, dont la Gare du Nord, la Gare Saint-Lazare et Châtelet, ce service pourrait peu à peu s'ouvrir à d'autres banques ou secteurs.



IPG Mediabrands et M6 Unlimited donnent naissance à un partenariat intégré entre les Kids United et Lego



Initiative



La marque Lego devient partenaire du groupe Kids United grâce à une opération menée par l'agence Initiative accompagnée par «Rapport», l'entité OOH, OPS et Brand Content du groupe IPG Mediabrands, et initié avec M6 Unlimited et M6 Interactions.

Ce partenariat donne naissance à une chanson, «Pour changer le monde», qui figurera sur l'édition collector de l'album «Au bout de nos rêves», dont la sortie est prévue le 23 novembre. Un clip est disponible sur la chaîne YouTube du groupe.

La campagne comprend également l'amplification TV du dispositif en exclusivité sur les chaînes du Groupe M6 ainsi que l'insertion d'une planche de stickers dans l'album représentant les avatars LEGO personnalisés de chaque membre du groupe. Des autocollants des avatars Lego des Kids United seront distribués ainsi que d'autres surprises à destination des fans. Ce dispositif publicitaire sera intégré à la campagne de l'album à travers la présence du logo Lego dans le spot télévisé diffusé sur M6.



Plus d'infos : voir la vidéo : <https://youtu.be/CgKQltqaDZo>

Snap ouvre en France ses contenus vidéo sur Snapchat avec 13 partenaires et 18 shows



Après les contenus Discover édités par plusieurs médias sur Snapchat, la plateforme a inauguré hier l'arrivée en France des «shows», des contenus vidéo issus de chaînes TV ou web reformatés en vertical et en plein écran. Chaque émission dure en moyenne cinq minutes. Les émissions se veulent hyper-visuelles, avec des images animées, des écrans divisés, des coupes rapides et un récit clair.

Les 13 nouveaux partenaires éditeurs de Shows en France sont : 17

Juin Media, BFMTV, France Télévisions, Konbini News, Les Eclaireuses, Loopsider, Golden News (groupe M6), MAD, Mediawan Thematics, meltygroup, Olympique de Marseille, Tastemade Inc., Webedia.

Les 18 Shows annoncés aujourd'hui sont : 3 minutes pour une vie (17 Juin Media), La Pépité (BFMTV), Le Look à Copier (BFMTV), La Tête Haute, Sexy soucis (France tv Slash - France Télévisions), Konbini News (Konbini), Stand Up (Les Eclaireuses), Beauty Tips (Les Eclaireuses), FoodTour (Les Eclaireuses), Hello World (Loopsider), Loris à la rue (Golden News / groupe M6), Esport Zone (Mediawan Thematics), melty break (meltygroup), Olympique de Marseille (Olympique de Marseille), Cosmecook (Tastemade Inc.), Salade, Tomates, Rognons (Tastemade Inc.), Fan Zone Webedia, Match ou Next (Webedia), Off Screen (Webedia).

Les acteurs des métiers concernés par le marketing géolocalisé appelés à se fédérer dans la Location Based Marketing Association (LBMA) qui ouvre un bureau en France

LANCEMENT DE LA
LOCATION BASED MARKETING
ASSOCIATION FRANCE

LBMA
Location Based Marketing Association



Fondée en 2010 à Toronto, la Location Based Marketing Association (LBMA) regroupe les différents acteurs du marketing géolocalisé, des marques qui investissent en publicité pour générer du trafic dans leurs points de vente, des

solutions technologiques de ciblage et de mesure ainsi que les acheteurs media en affichage ou radio.

La LBMA ouvre un bureau en France avec une présidence confiée à **Nicolas Saraiva**, SVP Partnerships de S4M. Une réunion de lancement du bureau français, 20ème bureau dans le monde, est prévue lundi 26 novembre dans les locaux de Dentsu Aegis Network, en présence de son fondateur **Asif Khan**. Cet événement est ouvert à l'ensemble des professionnels qui souhaiteraient rejoindre l'association.

A travers des événements et des outils de communication (dont un podcast suivi par 100 000 personnes chaque semaine), cette association vise à promouvoir l'innovation, les bonnes pratiques et la compréhension des enjeux liés au marketing géolocalisé, auprès de ses membres comme du grand public.

Digiteka et Adways unissent leurs technologies pour proposer une offre vidéo Instream à visites garanties



L'association de la vidéo Pré roll opérée par Digiteka (Rossel et Sipa-Ouest-France) et du format InContent d'Adways donne naissance à une offre vidéo à visites garanties. Le dispositif sera composé d'un pré roll enrichi d'un «Call to visit» ainsi que d'un format InContent rappelant le «Call to visit» présent lors du visionnage de la

vidéo de contenu. L'offre est lancée 3 jours avant le Black Friday (aujourd'hui) et s'achèvera le 31 Janvier 2019.

«Grâce à ce double format, nous permettons aux utilisateurs de ne pas avoir à choisir entre regarder la vidéo et visiter le site de l'e-commerçant ! Nous répondons ainsi aux objectifs de trafic + branding des e-commerçants en cette période de forte activité qui commence avec le Black Friday et s'achèvera lors des soldes de Janvier» commente **Charles Ganem**, fondateur et Directeur produit de Digiteka.

M6 Unlimited et M6 Interactions déploient conjointement une offre Entertainment



À l'occasion de l'opération spéciale de la marque LEGO avec Kids United Nouvelle Génération, M6 Unlimited et M6 Interactions lancent une nouvelle offre Entertainment autour du divertissement, du spectacle et de l'événementiel.

Une cellule de 4 personnes est dédiée à la création d'opérations spéciales sur-mesure s'appuyant sur des partenariats avec des artistes, événements ou marques du Groupe M6, une offre d'événements renforcée par les actifs musicaux de RTL, RTL2 et FUN RADIO (tournée, showcase, ...), un portefeuille d'expériences inédites (accès backstage, pass VIP, concerts exclusifs), une amplification média sur les actifs TV/Radio/Digital/Influence du Groupe M6.

Instagram prend des mesures pour éliminer les fausses interactions



Ayant constaté que des comptes utilisaient des apps tierces afin d'augmenter artificiellement leur audience, Instagram a commencé à supprimer les mentions J'aime, les abonnements et les commentaires non authentiques.

Le réseau social a développé des outils d'apprentissage automatique afin de lui permettre d'identifier ces comptes et de supprimer les activités non authentiques.

Les comptes suspects identifiés recevront un message dans l'app les avertissant de la suppression des mentions J'aime, des abonnements et des

commentaires non authentiques fournis par leur compte à d'autres comptes.

All Contents lance la revue trimestrielle «Européens»



Esthétique et engagée, c'est ce que souhaite être la nouvelle publication «Européens» qui sortira le 19 janvier. «Européens» s'annonce comme «un objet d'édition francophone de 192 pages, qui fait le pari du long format sur des sujets liés à l'innovation, la culture, le sport, le business, la recherche, la politique ou le voyage auprès d'un

lectorat de jeunes actifs cosmopolites.»

La revue donnera de la visibilité aux initiatives et en racontant une Europe active, concrète et positive, qui ne soit ni dans l'abstraction, ni dans la doctrine, mais dans la pratique et la construction.

Edité par All Contents il se revendique comme le prolongement naturel du magazine d'influence ParisBerlin, du même éditeur, dont il reprend une partie des équipes éditoriales.

L'équipe est dirigée par **Olivier Breton**, directeur de la publication et **Pascal Béria** ainsi que **Alexandre Kouchner**, rédacteurs en chef.

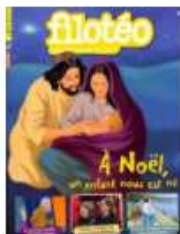
Tirage : 25 000 ex. Prix : 19,90€.





PRESSE ENFANTS

Enfant



FILOTÉO
n°254 du mar. 20 novembre 2018
9,50 €

[Accéder à la revue](#)



HISTOIRES POUR LES PETITS
n°2180 du mar. 20 novembre 2018
6,00 €

[Accéder à la revue](#)



LE JOURNAL DE MICKEY
n°3466 du mar. 20 novembre 2018
2,20 €

[Accéder à la revue](#)



MANIAK !
n°103 du mar. 20 novembre 2018
6,50 €

[Accéder à la revue](#)



MANON
n°167 du mar. 20 novembre 2018
6,00 €

[Accéder à la revue](#)



PICOTI
n°350 du mar. 20 novembre 2018
6,00 €

[Accéder à la revue](#)



POCHETTE DE FOOT 2018-2019 ADRENALYN
n°1 du mar. 20 novembre 2018
1,00 €

[Accéder à la revue](#)



POMME D'API
n°634 du mar. 20 novembre 2018
5,95 €

[Accéder à la revue](#)



POMME D'API SOLEIL
n°136 du mar. 20 novembre 2018
8,50 €

[Accéder à la revue](#)



POPI
n°388 du mar. 20 novembre 2018
5,95 €

[Accéder à la revue](#)



AKIM

n°28 du mar. 20 novembre 2018

5,50 €

[Accéder à la revue](#)



ALBUM CAPTAIN SWING !

n°97 du mar. 20 novembre 2018

6,90 €

[Accéder à la revue](#)



CAPTAIN SWING !

n°296 du mar. 20 novembre 2018

4,90 €

[Accéder à la revue](#)

PRESSE COLLECTIONS

BD



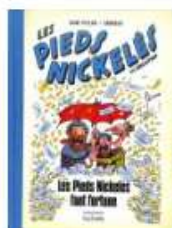
DRAGON BALL- TOME 8
n°8 du mar. 20 novembre 2018
12,99 €

[Accéder à la revue](#)



L'ÎLE DES VAISSEAUX PERDUS
n°21 du mar. 20 novembre 2018
12,99 €

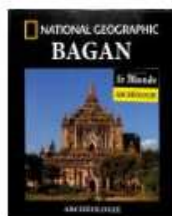
[Accéder à la revue](#)



LES PIEDS NICKELÉS FONT FORTUNE
n°5 du mar. 20 novembre 2018
8,50 €

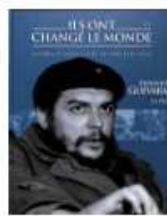
[Accéder à la revue](#)

Culture



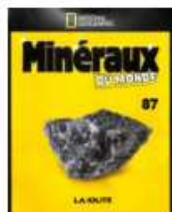
BAGAN
n°44 du mar. 20 novembre 2018
9,99 €

[Accéder à la revue](#)



ERNESTO GUEVARA LE CHE
n°9 du mar. 20 novembre 2018
8,99 €

[Accéder à la revue](#)



LA IOLITE
n°87 du mar. 20 novembre 2018
8,99 €

[Accéder à la revue](#)

Enfants



A LA DÉCOUVERTE DU CORPS HUMAINS
n°14 du mar. 20 novembre 2018
7,99 €

[Accéder à la revue](#)



LA FORÊT EN HIVER + LOUP
n°11 du mar. 20 novembre 2018
8,99 €

[Accéder à la revue](#)

Figurine Presse



CHAROU LE LION DE MER
n°35 du mar. 20 novembre 2018
8,99 €

[Accéder à la revue](#)



LE BATOCÈRE TACHETÉ DE LAOS

n°43 du mar. 20 novembre 2018

8,99 €

[Accéder à la revue](#)

Modélisme/maquettes



CONSTRUISEZ LA DELOREAN

n°95 du mar. 20 novembre 2018

10,99 €

[Accéder à la revue](#)



CONSTRUISEZ LA GRUE
MECCANO

n°1 du mar. 20 novembre 2018

0,99 €

[Accéder à la revue](#)



CONSTRUISEZ LA GRUE
MECCANO

n°9 du mar. 20 novembre 2018

9,99 €

[Accéder à la revue](#)



CONSTRUISEZ LA GRUE
MECCANO

n°2 du mar. 20 novembre 2018

4,99 €

[Accéder à la revue](#)



CONSTRUISEZ LA GRUE
MECCANO

n°3 du mar. 20 novembre 2018

9,99 €

[Accéder à la revue](#)



CONSTRUISEZ LA GRUE
MECCANO

n°4 du mar. 20 novembre 2018

9,99 €

[Accéder à la revue](#)



CONSTRUISEZ LA GRUE
MECCANO

n°5 du mar. 20 novembre 2018

9,99 €

[Accéder à la revue](#)



CONSTRUISEZ LA GRUE
MECCANO

n°6 du mar. 20 novembre 2018

9,99 €

[Accéder à la revue](#)



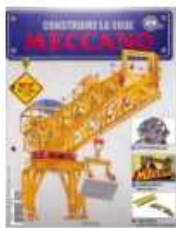
CONSTRUISEZ LA GRUE
MECCANO
n°7 du mar. 20 novembre 2018
9,99 €

[Accéder à la revue](#)



CONSTRUISEZ LA GRUE
MECCANO
n°8 du mar. 20 novembre 2018
9,99 €

[Accéder à la revue](#)



CONSTRUISEZ LA GRUE
MECCANO
n°11 du mar. 20 novembre 2018
9,99 €

[Accéder à la revue](#)



CONSTRUISEZ LA GRUE
MECCANO
n°12 du mar. 20 novembre 2018
9,99 €

[Accéder à la revue](#)



CONSTRUISEZ LA MERCEDES-
BENZ 300 SL
n°80 du mar. 20 novembre 2018
10,99 €

[Accéder à la revue](#)



CONSTRUISEZ VOTRE R2-D2
n°91 du mar. 20 novembre 2018
11,99 €

[Accéder à la revue](#)



DEUX TAPESSERIES
n°95 du mar. 20 novembre 2018
8,99 €

[Accéder à la revue](#)



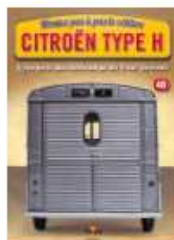
LA BRETAGNE
n°61 du mar. 20 novembre 2018
7,99 €

[Accéder à la revue](#)



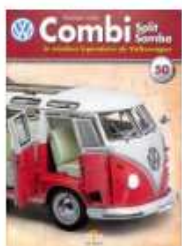
LE PERCHERON
n°16 du mar. 20 novembre 2018
9,99 €

[Accéder à la revue](#)



MONTEZ PAS À PAS LE CÉLÈBRE
CITROËN TYPE H
n°40 du mar. 20 novembre 2018
10,99 €

[Accéder à la revue](#)



MONTEZ VOTRE COMBI SPLIT
SAMBA
n°50 du mar. 20 novembre 2018
10,99 €

[Accéder à la revue](#)



SIMCA 1000
n°40 du mar. 20 novembre 2018
10,99 €

[Accéder à la revue](#)

Musique



THE BEATLES LOVE
n°9 du mar. 20 novembre 2018
29,99 €

[Accéder à la revue](#)



1986- LA RENAULT TILBURY
n°28 du mar. 20 novembre 2018
14,99 €

[Accéder à la revue](#)



458 ITALIA -2013
n°43 du mar. 20 novembre 2018
29,99 €

[Accéder à la revue](#)



LA VOITURE DE SECOUR AUX
ASPHYXIÉS CITROËN HW
n°101 du mar. 20 novembre 2018
19,99 €

[Accéder à la revue](#)



LE BERLIET GBD 4X4 CAMION
TACTIQUE
n°21 du mar. 20 novembre 2018
19,99 €

[Accéder à la revue](#)



LE GBH 280 6X4 DÉPANNEUSE
n°23 du mar. 20 novembre 2018
19,99 €

[Accéder à la revue](#)



LE GLR 10 M 3 PORTE-FERS
n°17 du mar. 20 novembre 2018
19,99 €

[Accéder à la revue](#)



LE LF 16/12 ZIEGLER-MERCEDES
ARMÉ PAR LES POMPIERS
VOLONTAIRES DE LA VILLE DE
KAUFBEUREN EN BAVIÈRE
n°109 du mar. 20 novembre 2018
19,99 €

[Accéder à la revue](#)



PEUGEOT 403
n°54 du mar. 20 novembre 2018
24,99 €

[Accéder à la revue](#)

PRESSE JEUX

Mots croisés



FEMME ACTUELLE JEUX RÉGIONS

n°11 du mar. 20 novembre 2018

3,90 €

[Accéder à la revue](#)

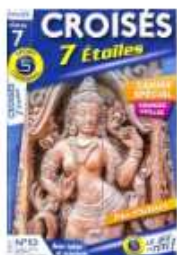


SC CROISÉS 5 ÉTOILE GRAND
FORMAT NIVEAU 5

n°47 du mar. 20 novembre 2018

5,00 €

[Accéder à la revue](#)



SC CROISÉS 7 ÉTOILES NIV 7

n°113 du mar. 20 novembre 2018

5,90 €

[Accéder à la revue](#)



SC MOTS MEL' FUN

n°59 du mar. 20 novembre 2018

4,40 €

[Accéder à la revue](#)



SC SUDOKU MÉDIUM NIV. 2/3

n°79 du mar. 20 novembre 2018

4,10 €

[Accéder à la revue](#)



SC. MOTS MÉL' MINI

n°113 du mar. 20 novembre 2018

3,20 €

[Accéder à la revue](#)



TÉLÉ 7 JEUX INÉDITS + TÉLÉ 7
JOURS JEUX

n°460 du mar. 20 novembre 2018

4,50 €

[Accéder à la revue](#)

ACTUALITES

Actualité



MANIÈRE DE VOIR - LE MONDE DIPLOMATIQUE

n°162 du mar. 20 novembre 2018

8,50 €

[Accéder à la revue](#)



MANAGEMENT +MANAGEMENT HORS-SÉRIE

n°269 du mar. 20 novembre 2018

8,90 €

[Accéder à la revue](#)



MIEUX VIVRE VOTRE ARGENT

n°439 du mar. 20 novembre 2018

4,90 €

[Accéder à la revue](#)



NOUS DEUX

n°3725 du mar. 20 novembre 2018

2,10 €

[Accéder à la revue](#)



NOUS DEUX + VOTRE LIVRE INÉDIT

n°3725 du mar. 20 novembre 2018

4,50 €

[Accéder à la revue](#)



PANAME

n°9 du mar. 20 novembre 2018

1,90 €

[Accéder à la revue](#)



QUESTIONS ECO

n°1 du mar. 20 novembre 2018

4,90 €

[Accéder à la revue](#)



TÉLÉRAMA HORS-SÉRIE

n°216 du mar. 20 novembre 2018

8,50 €

[Accéder à la revue](#)



WE DEMAIN

n°24 du mar. 20 novembre 2018

12,00 €

[Accéder à la revue](#)

FEMININS

Féminin



CERVEAU & PSYCHO
n°105 du mar. 20 novembre 2018
6,50 €

[Accéder à la revue](#)



FRANCE ACTU
n°31 du mar. 20 novembre 2018
1,99 €

[Accéder à la revue](#)



LES VEILLÉES DES CHAUMIÈRES
n°3350 du mar. 20 novembre 2018
2,00 €

[Accéder à la revue](#)

GASTRONOMIE / VINS

Gastronomie / Vins



ELLE À TABLE + ELLE À TABLE
HORS-SÉRIE
n°121 du mar. 20 novembre 2018
6,50 €

[Accéder à la revue](#)



ELLE À TABLE POCHE
n°121 du mar. 20 novembre 2018
3,90 €

[Accéder à la revue](#)



OFFRE REVUE DE CUISINE(2
REVUES)
n°10 du mar. 20 novembre 2018
4,95 €

[Accéder à la revue](#)

MAISON - JARDIN

Maison - Jardin



POTAGER PRATIQUE

n°12 du mar. 20 novembre 2018

6,90 €

[Accéder à la revue](#)

HORS SERIE A NOTER

Presse > Actualité > Emploi / Formation > Management +Management Hors-Série

Management +Management Hors-Série N° 269 du 20 novembre 2018 M8892

PROCHAINES SORTIES



AU SOMMAIRE

Les secrets pour durer dans son job



0 commentaires

Trier par [Les plus récents](#)

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

En version papier 8,90 €
[ACHETER CE NUMÉRO](#)

20 Cet article est sorti ce matin !



AU SOMMAIRE

Michael Jackson



0 commentaires

Trier par Les plus récents

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

En version papier 8,50 €
ACHETER CE NUMÉRO

20 Cet article est sorti ce matin !



AU SOMMAIRE

fourgons et vans aménagés



0 commentaires

Trier par Les plus récents

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

En version papier 6,90 €
ACHETER CE NUMÉRO

En version papier
Achevez dès aujourd'hui les prochains numéros de Camping-Car Magazine Hors-Série
PRÉ-ACHAT

20 Cet article est sorti ce matin !



AU SOMMAIRE

La grande histoire du café-racer



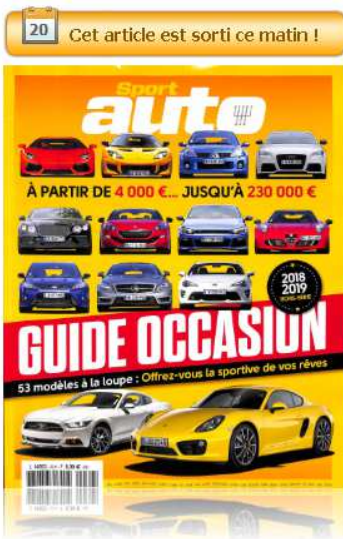
0 commentaires

Trier par Les plus récents

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

En version papier 11,90 €
ACHETER CE NUMÉRO



AU SOMMAIRE

Guide occasion

Partager



0 commentaires

Trier par Les plus récents ▾

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

6,90 €

En version papier

ACHETER CE NUMÉRO

6,90 €

En version numérique
Disponibilité immédiate
Pas de frais de port

ACHAT NUMÉRIQUE

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

