


## Presse magazine

### Investir lance une campagne de recrutement d'abonnés pour son site


 [Investir.fr](http://Investir.fr) lance, aujourd'hui 4 septembre, une campagne on-line et off-line de recrutement d'abonnés, fondée sur sa nouvelle offre commerciale. Doté d'une rédaction dédiée de six journalistes, le site propose le suivi des marchés de 6h30 à 22h, commente l'actualité des sociétés, offre les cours de bourse et des outils pratiques pour la gestion de son portefeuille. Avec cette nouvelle offre, dont le lancement est soutenu par une campagne on-line (e-mailing, bannières et liens sponsorisés) et off-line (mailing) d'un montant global de 500 000 euros, « nous souhaitons séduire une nouvelle clientèle d'abonnés et accompagner nos clients tout au long de la semaine dans la gestion de leur argent », explique Valérie de Marnhac, directrice générale éditrice.

### Thierry Taittinger lance un nouveau titre

 Editeur de *Senso* et *Beaux arts magazine*, TTM éditions poursuit sa collection de titres consacrés à l'art avec le lancement d'un trimestriel consacré au musée du Louvre. Destiné au grand public amateur d'art et spécialement à ceux qui veulent préparer une visite, *Grande galerie* proposera chaque trimestre la visite d'une des collections permanentes, la présentation commentée des expositions en cours, et toute l'actualité du Louvre. Vendu 6,90 euros, *Grande galerie* sera disponible en kiosque à partir du 6 septembre.


## Presse gratuite

### Matin plus débarque dans les Monoprix parisiens

 Les groupes Bolloré et Le Monde se sont associés à Monoprix pour distribuer *Matin plus*, depuis le vendredi 31 août, dans 21 magasins Monoprix en Ile de France. Le gratuit d'information, diffusé à 400 000 exemplaires, sera proposé à quatre cents exemplaires dans les magasins concernés. Ce nouveau mode de diffusion urbain et sélectif vient compléter le dispositif de distribution de *Matin plus* assuré à 95% par colportage sur les flux de déplacements des usagers des transports en commun franciliens. « L'objectif de ce partenariat est d'augmenter la diffusion de notre titre car ces 400 000 exemplaires diffusés quotidiennement sont pris en main à 100%, explique Gaël Blanchard, président de Bolloré intermédia, la régie publicitaire du groupe Bolloré. D'un point de vue publicitaire, il est essentiel pour nous de travailler sur une cible urbaine (...), afin de qualifier et améliorer la qualité de notre cible. »


## Internet

### Les Français conquis par le haut débit

 La France comptait, à fin juin, 14,3 millions d'abonnés à l'Internet haut débit, selon les chiffres publiés le 31 août par l'Arcep, l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes. Pour la première fois, les demandes des opérateurs alternatifs sur le marché de gros de France Télécom concernaient majoritairement des accès sans abonnement téléphonique. Une tendance qui n'a fait en fait que se confirmer au fil des mois. Ainsi à fin juin, 3,5 millions de foyers avaient coupé le cordon avec l'opérateur historique pour traiter directement avec un opérateur alternatif, comme Free, Neuf Cegetel ou encore Alice.

## Photojournalisme

### C'est parti pour Visa pour l'image

 La 19<sup>ème</sup> édition de Visa pour l'image, rendez-vous mondial du photojournalisme, a été lancée, le 1<sup>er</sup> septembre à Perpignan, pour deux semaines de réflexions sur le métier de photojournaliste. Au programme, une trentaine d'expositions présentant le travail des plus grands noms de la photographie de presse, et des débats sur l'évolution du métier, les censures ou encore les frontières entre public et privé dans le traitement de l'information politique.

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

## Talents

**Bruno Lesouef**, directeur général adjoint des publications de la presse magazine France de Lagardère active, est promu directeur général. **Henri le Menestrel**, président de Nextedia, entité que vient de racheter le groupe, devient membre du comité de direction.

**Valérie Rudler** est promue directrice commerciale du pôle Femme de Mondadori France. À ce titre, elle aura la responsabilité commerciale de *Pleine vie*, *Top santé*, *Nous deux*, *Modes & travaux*, *Esprit femme*, *Closec*, *Biba* et *Mixte*.

**Lionel Bennegent**, directeur de la publicité de *Rustica*, prend les mêmes fonctions sur *Courrier international*, où il succède à Alexis Pezerat, qui vient de rejoindre *Metro*.

**Xavier Tracou**, directeur de la communication de la ville de Toulouse, est nommé au même poste au conseil général des Hauts-de-Seine. Il succède à **Sabine Deroche**, directrice de la communication de l'UMP.

**Gilles Dubois**, ex-Publiprint, est nommé directeur de PHR Publicité, régie publicitaire qui commercialise l'espace publicitaire de cinquante hebdomadaires locaux en Rhône-Alpes, Auvergne, Bourgogne et Franche-Comté.

## En bref

**TNS media intelligence** a annoncé, hier 3 septembre, l'acquisition de Presswatch, leader de la veille et de l'étude des médias en Allemagne.

**Roulacta** étend ses activités dans le domaine de l'Internet et acquiert 50% d'Actuapedia, un éditeur de moteurs de recherche sur l'Internet.

**Lefigaro.fr** lance *Mon Figaro*, un service de page d'accueil personnalisée à la pointe des nouvelles technologies web 2.0. **ParisBerlin**, magazine d'actualité franco-allemand, change de formule à l'occasion de son numéro de rentrée.