

ALERTE PRESSE

Dans la poche

« **Entrevue** » Le mensuel passe en « pocket » à 2,50 € (3 € pour le format classique). Ce format reprend l'intégralité du magazine, mais il n'offre pas ses célèbres plus produits. À savoir : un DVD contenant trois films « ultra-hot ». Cette déclinaison a pour vocation de s'adapter à la crise et de séduire un lectorat plus jeune et plus féminin. Le grand format a, lui, revu sa formule en intégrant un cahier central de 11 pages dédiées aux coulisses de l'info people. Tiré pour ses deux formats à 670 000 ex., « Entrevue » enregistre chaque mois une Diffusion France payée de 295 086 ex. et est commercialisé par Lagardère Publicité.



La BD chaque semaine

« **Comic Strip** » sera distribué à 100 000 exemplaires chaque semaine dans de nombreuses enseignes culturelles (Fnac, Virgin, etc.). Le but est de faire connaître de jeunes auteurs de BD et de séduire les 18-24 ans. La régie publicitaire est assurée en interne. Une initiative originale!



La télé se met aux gratuits

« **Télé en Boîte** » et « **Reflex TV** » Hebdo gratuit national, « Télé en Boîte » est dédié à la télévision et aux « people ». Diffusé à un million d'ex., sur 76 pages, il propose des infos people et les programmes télé des grandes chaînes, de la TNT, du câble, du satellite et de l'ADSL. Il cible un public mixte de 15 à 49 ans et est distribué le jeudi dans les boîtes aux lettres de Lille, Reims, Strasbourg, Lyon, Nice, Marseille, Toulouse, Bordeaux, Nantes et Rennes. « Reflex TV », lancé par le groupe S3G, filiale du groupe Sud Ouest s'adresse aux Franciliens puisqu'il remplace « Paris Paname ». Avec un tirage de 225 000 ex. et 64 pages, il s'adresse à plus de 500 000 lecteurs potentiels.



Tires d'occase

« **AutoPlus Occasion** » Mensuel consacré à la voiture, « AutoPlus » a lancé « AutoPlus Occasions », entièrement consacré à la voiture... d'occasion. L'idée est de répondre au besoin des Français, qui achètent deux fois et demie plus de voitures d'occasion que de voitures neuves. Une façon de mieux guider ses lecteurs et de mettre un pied dans ce marché de l'occasion qui attire de plus en plus de monde en temps de crise. Au sommaire du premier numéro : les tests des 100 000 km, des essais et des conseils sur les pièges à déjouer. Ce mensuel sera vendu en supplément d'« AutoPlus » (1,90 €) pour un prix additionnel de 0,50 € pour le lancement, puis 1 € à terme. Le tirage est de 100 000 ex. et la régie est assurée par Mondadori Publicité.

