

# Veille

## Le lancement du mois

### Céol presse s'émancipe sur le créneau du bio

Une fois par mois, *Les Clés de la presse* décortique le lancement d'un titre, en s'intéressant à l'éditeur, à l'origine du projet, à son positionnement, à son contenu, à ses objectifs, etc. Ce mois-ci, nous nous sommes penchés sur *Green attitude*, nouveau trimestriel du groupe Céol presse.

#### La genèse

Céol presse éditait déjà *Pure green magazine*, un trimestriel sous licence canadienne qui « a bien marché, et rapidement », selon Olivier Picon, le directeur des publications du groupe. Mais en neuf numéros, plusieurs difficultés se sont présentées au groupe français : « Nous avions des problèmes pour obtenir les contenus de l'édition canadienne et des soucis de délais, malgré le rythme trimestriel, pour avoir l'accord des Canadiens sur les contenus que nous produisons, admet-il. Nous avons voulu nous libérer de cette licence, en accord avec le Canada, conscient de ces difficultés ». De là naît *Green attitude*, qui n'est pas qu'un simple prolongement de *Pure green magazine*. « Nous en avons profité pour opérer une refonte complète, poursuit-il. Nous voulions mettre le magazine à la sauce française, mieux l'adapter tant sur le fond que sur la forme à un lectorat français ». *Green attitude* se veut aussi plus moderne, avec une pagination plus importante (132 pages, contre 100 pour *Pure green magazine*), et plus de « Made in France » et de local.

#### Le positionnement

*Green attitude* en profite aussi pour passer du rayon « Féminin » au rayon « Art de vivre ». « Il est destiné à toute la famille, au public prêt à réfléchir à une mutation de ses habitudes de consommation, à aller vers une consommation responsable, vers le développement durable, le bio, estime Olivier Picon. Il s'adresse à tous ceux qui sont ouverts à des alternatives, mais qui ne sont pas des militants purs et durs pour autant ». Avec un côté mixte, masculin et féminin, équitable, solidaire, citoyen et plus concret, promet-il. Sur le digital, le site proposera « un peu » de contenus supplémentaires, pour amener vers le magazine.

#### Les objectifs

« On se laisse un an pour installer le magazine. S'il marche aussi bien que nous l'espérons, nous le passerons peut-être en bimestriel ». Le groupe mise sur une diffusion de 60 000 exemplaires, dont 53 000 en France, 6 000 en Belgique et au Luxembourg, et 1 000 pour le Suisse. Les exemplaires invendus seront distribués chez « les notaires, les avocats, les architectes, les coiffeurs... » et autres lieux où le public peut prendre le temps, en attendant, de feuilleter un magazine. Après sa sortie des kiosques, il sera aussi disponible sur tablette.

Côté publicité, Olivier Picon ne veut pas aller au-delà de 10% par numéro. Mais il est déjà sollicité par des acteurs du bio et de la consommation responsable pour développer des partenariats.

Jessica Ibelaidene

## la pige de la presse



#### Ma chérie

Parution 29 novembre  
 Famille Presse  
 consacrée à la beauté  
 et à la mode  
 Périodicité  
 Bimestriel  
 Prix 2,80 €  
 Editeur Groupe WPC,  
 84 rue de Montreuil,

75 011 Paris

Contact pub 01 84 88 34 14

Concept Magazine féminin délivrant des conseils beauté, mode, bien être, etc.

Directeur de la publication

Camus de la Perche



#### Mythologie(s)

Parution 27 novembre  
 Famille Presse  
 sur l'histoire  
 Périodicité Bimestriel  
 Prix 5,90 €  
 Editeur Oracom,  
 168b-170 rue Raymond-  
 Losserand,

75 014 Paris

Contact pub 01 44 78 98 32

Concept Magazine pour comprendre le monde d'hier, d'aujourd'hui et de demain, à travers l'histoire et les mythes.

Directeur de la publication

Jean-Philippe Pécol



« Le papier est la vitrine de l'information. Léonce Deprez est le partenaire de vos lancements. Nous vous conseillons sur toutes les phases de réalisation de votre magazine. De la maquette à la distribution. Nous sommes le spécialiste de la presse magazine, à l'aise dans ses kiosques ».



## L'éditeur

Céol presse est un groupe installé près Annecy, né il y a cinq ans. Il publie, pour le moment, quatre magazines : les petits derniers *Green attitude* et *Beef*, *Horizons monde* et *Prestigieux univers*. Olivier Picon estime que tous ses magazines ont une dimension affinitaire forte, car sur des niches et en accord avec les attentes des lecteurs, telles qu'ils les expriment dans les études de lectorat.

## Fiche technique

Famille Presse sur l'art de vivre

Périodicité Trimestriel

Pagination 132 pages

Tirage du 1<sup>er</sup> numéro Un peu plus de 60 000 exemplaires

Prix 4,90 euros

Editeur Céol presse, 68 route du Mont, 74650 Chavanod

Contact 04 50 05 60 74

Contact pub Logic'médias

01 45 20 59 44

Directeur de la publication

Olivier Picon