Veille

Le lancement du mois

To be or not luxe, un magazine de tourisme de niche

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, place à *To be or not luxe*, magazine de tourisme de luxe en famille.

Le concept

To be or not luxe est un magazine semestriel gratuit, sur le tourisme de luxe, *« mais en famille,* insiste Samuel Perrochon, directeur de la rédaction. *C'est là que nous faisons la différence »*. Comment ? En allant à la rencontre des acteurs du tourisme, en mettant en lumière des régions, des hôtels, des spas, des restaurants qui proposent des offres famille ou laissent pas mal de possibilités pour passer de bons moments ensemble. Si le premier numéro, daté de février, est très européen, avec dix pages sur Barcelone, des sujets sur Etretat, Saint-Malo et des palaces parisiens, Samuel Perrochon promet que le magazine regarde vers le monde entier. *« Dans le numéro deux, qui sera traduit en anglais, nous allons aussi parler de Tahiti ou d'Oman par exemple »*.

La cible

Le magazine est tiré à 1 500 exemplaires et s'adresse notamment aux CSP++, urbains, de plus de 30 ans, à fort pouvoir d'achat et dont le réseau est important. Il bénéficie d'une distribution particulière, puisque nominative. Ainsi 1 390 exemplaires sont envoyés à l'Elysée (40 exemplaires), aux 40 ministres, aux 577 députés, aux 348 sénateurs, aux 10 membres du Conseil institutionnel, aux 101 présidents des conseils départementaux, aux présidents des conseils régionaux, aux 233 membres du Conseil économique, social et environnement, et aux 24 membres du Conseil national monégasque. En version électronique, il est également envoyé aux 751 députés européens. Le but : mettre en relation les professionnels du tourisme et les décideurs.

Les objectifs

Le modèle économique est exclusivement fondé sur la publicité, puisque le magazine est gratuit. Sur 180 pages, la publicité représente environ 20 %, *« correspondant à mes besoins »*, estime Samuel Perrochon. Soit huit doubles pages et sept simples. Il croit en son produit puisqu'il est certain de proposer *« à toutes ces cibles un magazine nouveau, puisqu'elles n'avaient pas de magazine dédié comme celui-là »*. Avec une traduction en anglais dès le deuxième numéro, il entend également augmenter la publication et envisage de l'envoyer aux parlementaires anglais ou espagnols par exemple. *« Et s'il n'y a pas de rentrée publicitaire, le magazine ne se fera pas »*.

Jessica Ibelaïdene

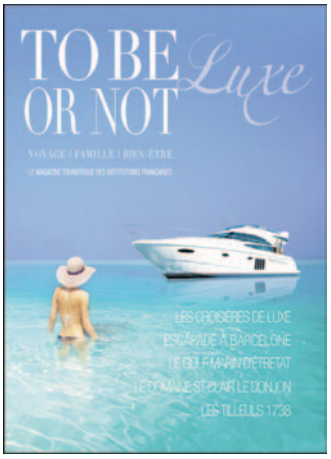
la pige de la presse

Alex la souris
Parution 7 février
Famille Presse pour les enfants
Périodicité Bimestriel
Prix 5,50 €
Editeur Abopresse, 19 rue de l'industrie 67 400 Illkrich
Contact 03 88 66 32 34
Concept Magazine pour les 4-7 ans avec une histoire, et des sujets adaptés aux plus jeunes en 60 pages.
Directeur de la publication Sandro Fiorilli

Maison positive zéro énergie
Parution 4 février
Famille Presse consacrée à la maison
Périodicité Trimestriel
Prix 4,50 €
Editeur Les Editions de Beauregard, 155-157 Cours Berriat, 38000 Grenoble
Contact 04 76 70 93 21
Concept Magazine pour réduire la facture énergétique dans les maisons, guide pratique du confort énergétique.
Directeur de la publication Christophe Faure

IMPRIMERIE LÉONCE DEPREZ

« 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

Les Editions Perrochon ont été créées par Samuel Perrochon et sont spécialisées dans le secteur du tourisme, du voyage et du bien-être. Elles sont nées de la volonté des professionnels de l'hôtellerie-club de procurer une presse de référence dans ce secteur selon l'éditeur.

Fiche d'identité

Famille Presse consacrée au tourisme
Périodicité Semestriel
Tirage du 1er numéro 1 500 exemplaires
Prix Gratuit
Editeur Les Editions Perrochon, 196 boulevard Saint-Denis, 92400 Courbevoie
Contact 06 85 53 16 05
Contact pub contact@taofymedia.fr
Directeur de la publication Samuel Perrochon