

# Veille

## Le lancement du mois

### Burda élargit son offre avec *Cuisine d'ici*

Une fois par mois, les *Clés de la presse* décortique le lancement d'un nouveau titre, en s'intéressant à l'éditeur, à l'origine du projet, à son positionnement, le contenu, la stratégie marketing, les objectifs, l'équipe, les prestataires... Après avoir fait découvrir *Nouvelle vie magazine*, voici *Cuisine d'ici*.

#### L'origine du projet

«L'histoire a débuté avec le lancement, il y a deux ans, d'*Esprit d'ici*, en observant ce que faisait notre maison-mère en Allemagne avec des titres de presse multithématiques», explique Sylvie Gendron. Avec des ventes de l'ordre de 50 000 exemplaires, ce magazine (qui doit rejoindre l'OJD dans quelques mois) a trouvé sa place sur le marché français, en jouant la carte de la région, «en donnant une vision nationale à des gens qui ont un rayonnement local», précise-t-elle. *Cuisine d'ici* veut donc renouveler l'expérience dans l'univers de la gastronomie et de la cuisine.

#### Le positionnement

Lancé le 21 mars, *Cuisine d'ici* veut «donner la parole à tous ceux qui font la table dans nos régions», explique Sylvie Gendron, qui promet «un magazine de cuisine différent», en proposant une alternance de recettes et de portraits. Au sommaire du premier numéro, les lectrices découvriront, par exemple, une sorte de roman-photo retraçant 24 heures dans la vie d'une fermière, ou une enquête sur la pomme de terre avec des chiffres, les méthodes de production et des recettes, ou encore le portrait d'un boucher parisien. L'objectif: «Mettre en avant la richesse de nos terroirs dans une sorte de tour de France gourmand», précise-t-elle.

#### La cible

Selon la régie Média obs, en charge de la commercialisation publicitaire du magazine, *Cuisine d'ici* vise une cible féminine, rurale, plutôt âgée de plus de 40 ans et «gourmande de la vie». Un lectorat assez proche de celui d'*Esprit d'ici*. Un signe: il a suffi d'un encart dans ce dernier pour séduire en une semaine un peu plus de 80 abonnés.

#### Les objectifs

Si Sylvie Gendron ne veut pas communiquer d'objectif chiffré, une diffusion de 25 000 à 30 000 exemplaires serait satisfaisante, à un tarif de 4,90 euros. Comme pour les deux autres titres de Burda, *Cuisine d'ici* joue avant tout la carte de la vente au numéro. Sans budget de communication conséquent, le groupe mise sur le bouche-à-oreille et une périodicité trimestrielle pour suivre le rythme des saisons, «ce qui est très important pour un magazine de recettes», précise-t-elle.

Didier Falcard



« 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

Déjà éditeur de *Saveurs* et d'*Esprit d'ici*, les Editions Hubert Burda média se positionnent résolument sur le créneau de l'art de vivre, en s'appuyant sur des valeurs de proximité et de local. Un choix réalisé depuis 2007 avec l'arrivée à sa tête de Sylvie Gendron, qui venait alors d'Art et décoration.

#### La fiche technique

**Famille** Presse cuisine  
**Périodicité** Trimestriel  
**Format** 230 x 297 mm, dos carré  
**Prix** 4,90 euros  
**Tirage du 1<sup>er</sup> numéro**  
 100 000 exemplaires  
**Régie** Média obs  
**Prix de la page standard**  
 7 300 euros  
**Editeur** Editions Hubert Burda média, 67, rue de Dunkerque, 75009 Paris.  
**Contact** 01 53 63 10 53

## la pige de la presse



#### Animaux bonheur

**Parution**  
6 mars  
**Famille** Presse  
consacrée aux animaux  
**Périodicité**  
Trimestriel  
**Prix** 6,50 €  
**Editeur**  
Editions Balisier,  
15, rue de Groix, 35 310 Chavagne  
 Contact 02 99 64 28 85  
**Concept** Magazine consacré au respect des animaux.  
**Directeur de la publication**  
Stéphane Arfi



#### Bien vivre à la campagne

**Parution** 12 mars  
**Famille** Presse  
consacrée à la décoration.  
**Périodicité** Trimestriel  
**Prix** 5,90 €  
**Editeur** Lafont presse,  
53 rue du Chemin vert,  
92 100 Boulogne-Billancourt  
 Contact 01 46 10 21 21  
**Concept** Magazine sur l'art de vivre à la campagne.  
**Directeur de la publication**  
Robert Lafont