

+ la lettre

\_les clés de\_

# La Presse

La boîte à outils des professionnels de la presse

## Veille

### Les « bonnes pratiques » de Presse pro

➤ En cette période difficile, les éditeurs de presse professionnelle font preuve d'imagination pour séduire annonceurs et lecteurs. C'est en tous cas ce qu'a voulu montrer le 7 juillet Presse pro, l'Association pour la promotion de la presse professionnelle, en présentant des opérations commerciales différentes, menées par quatre éditeurs.

- Livres hebdo organise ainsi chaque année, durant l'été, pour garder le contact avec ses lecteurs, un jeu concours sur [livreshebdo.fr](http://livreshebdo.fr), autour des romans d'éditeurs partenaires. A partir d'extraits d'ouvrages, accessibles sur le site et envoyés à 26 400 professionnels, les participants doivent deviner l'éditeur du livre, le titre et l'auteur. « Le principe du jeu est de valoriser les lecteurs et les annonceurs, explique Gérard Fiani, directeur commercial de Livres hebdo. Ils peuvent bénéficier d'une présence promotionnelle dans l'hebdo en début et en fin d'opération et des bandeaux cliquables sur [livreshebdo.fr](http://livreshebdo.fr). » Chaque année, dix à douze éditeurs participent, ainsi que 800 librairies et bibliothécaires.

- De son côté, [Batiproducts.com](http://Batiproducts.com) (groupe Moniteur) lance, cet été, un guide imprimé sur les solutions environnementales, qui propose 270 pages de contenus informatifs et de présentations commerciales de produits et de services. Une édition qui a attiré 90 annonceurs.

- Le mensuel *Pharmacien manager* (groupe Wolters kluwer), qui rassemble un magazine papier et le portail [wk-pharma.fr](http://wk-pharma.fr) a, lancé, lui, un hors-série papier dédié aux enseignes de groupements pharmaceutiques avec un contenu éditorial, des fiches de présentation des enseignes et, surtout, un CD-Rom permettant aux enseignes de se présenter aux pharmaciens via des vidéos.

- Enfin, *l'Usine nouvelle* (groupe Gisi), qui compte un hebdomadaire et le site [usinenuvelle.com](http://usinenuvelle.com), propose une série de guides virtuels gratuits qui décrivent les pratiques RH des différents secteurs. Ces guides sont présentés en version courte, diffusés par clés USB et par mails, et en version longue, à télécharger sur [usinenuvelle.com](http://usinenuvelle.com).

Marie Valaterra

+ la lettre

\_les clés de\_

# La presse

La boîte à outils des professionnels de la presse

## Veille

### Les « bonnes pratiques » de Presse pro

➤ En cette période difficile, les éditeurs de presse professionnelle font preuve d'imagination pour séduire annonceurs et lecteurs. C'est en tous cas ce qu'a voulu montrer le 7 juillet Presse pro, l'Association pour la promotion de la presse professionnelle, en présentant des opérations commerciales différentes, menées par quatre éditeurs.

- Livres hebdo organise ainsi chaque année, durant l'été, pour garder le contact avec ses lecteurs, un jeu concours sur [livreshebdo.fr](http://livreshebdo.fr), autour des romans d'éditeurs partenaires. A partir d'extraits d'ouvrages, accessibles sur le site et envoyés à 26 400 professionnels, les participants doivent deviner l'éditeur du livre, le titre et l'auteur. « Le principe du jeu est de valoriser les lecteurs et les annonceurs, explique Gérard Fiani, directeur commercial de Livres hebdo. Ils peuvent bénéficier d'une présence promotionnelle dans l'hebdo en début et en fin d'opération et des bandeaux cliquables sur [livreshebdo.fr](http://livreshebdo.fr). » Chaque année, dix à douze éditeurs participent, ainsi que 800 librairies et bibliothécaires.

- De son côté, [Batiproduits.com](http://Batiproduits.com) (groupe Moniteur) lance, cet été, un guide imprimé sur les solutions environnementales, qui propose 270 pages de contenus informatifs et de présentations commerciales de produits et de services. Une édition qui a attiré 90 annonceurs.

- Le mensuel *Pharmacien manager* (groupe Wolters kluwer), qui rassemble un magazine papier et le portail [wk-pharma.fr](http://wk-pharma.fr) a, lancé, lui, un hors-série papier dédié aux enseignes de groupements pharmaceutiques avec un contenu éditorial, des fiches de présentation des enseignes et, surtout, un CD-Rom permettant aux enseignes de se présenter aux pharmaciens via des vidéos.

- Enfin, *l'Usine nouvelle* (groupe Gisi), qui compte un hebdomadaire et le site [usinenuvelle.com](http://usinenuvelle.com), propose une série de guides virtuels gratuits qui décrivent les pratiques RH des différents secteurs. Ces guides sont présentés en version courte, diffusés par clés USB et par mails, et en version longue, à télécharger sur [usinenuvelle.com](http://usinenuvelle.com).

Marie Valadier