



CONSUMER

Val d'Isère soigne ses propriétaires. L'OT et la STV (remontées mécaniques), lancent un magazine pour impliquer les propriétaires dans la vie locale. Ce semestriel de 16 p. est réalisé par l'agence Autrement dit (Paris).

BOUCHONS

Lyon 1^{ère} veut devenir une référence pour l'info routière. La radio lyonnaise propose en partenariat avec le PC info trafic du Grand Lyon 26 points routes par jour, au lieu de quatre jusqu'ici. Soit un point routes toutes les 30 mn. Selon Gérard Bouchon, le rédacteur en chef de Lyon 1^{ère}, « la préoccupation principale des Lyonnais n'est ni la politique, ni l'économie ou le sport, mais les déplacements urbains. »

INTERNET

Le village de Gluiras à nouveau distingué pour son audace multimédia.

Grenoble et Gluiras sont les deux communes de Rhône-Alpes qui se classent parmi les 14 collectivités locales ayant obtenu 5@ (label « Ville Internet »). Grenoble qui avait obtenu 4@ en 2007, se voit distinguée pour l'utilisation d'internet dans l'élaboration de la charte de la démocratie locale, la mise à disposition de son fonds d'archives municipales... Quant à la commune de Gluiras (Ardèche), 411 habitants, elle décroche les 5@ pour la 3^e année consécutive. Lyon, Échirolles, Saint-Martin-d'Hères se voient accorder 4@.

TROPHÉE

Le Journal des Entreprises récompensé pour son innovation marketing. Le mensuel économique du groupe *Le Télégramme*, présent à Lyon, Saint-Étienne et Grenoble, a reçu le trophée de l'innovation marketing lors du Congrès de la presse de Lyon. *Le Journal des Entreprises* compte 22 éditions sur toute la France.

Bébézine a trouvé la bonne formule

Un an après son lancement à Lyon et Rhône-Alpes, le bimestriel gratuit des futurs et jeunes parents est déjà à l'équilibre d'exploitation. Et veut exporter sa formule dans d'autres régions. Soit au moins une nouvelle édition en 2009 et cinq à moyen terme.

Partenariats. Un beau succès pour son éditrice, Carine Véra. *Bébézine* mêle dossiers, témoignages, conseils pratiques, infos générales et de proximité, en partenariat avec de nombreux professionnels régionaux de santé et de l'enfance. C'est sur ce point qu'il se différencie des autres supports spécialisés dans la petite enfance.

« Nous sommes les seuls, dit Carine Véra, à associer de manière aussi étroite les professionnels à notre démarche. » *Bébézine* leur donne la parole dans ses colonnes. Et les sollicite pour valider son contenu. « Ce partenariat avec les personnels de crèches, les gynécologues et les obstétriciens nous assure une diffusion très ciblée, dans les



Carine Véra veut exporter *Bébézine* dans d'autres régions.

Bébézine 48 pages. Format : 22,7 x 17 cm. Tirage : 40000 ex. Édition : Saya Communication (Carine Véra, Marc Véra et Jean-Paul Coquard). 3 permanents. CA 2008 (prév.) : 130 K€.

crèches, les cabinets médicaux... explique-t-elle. Et nous crédibilise auprès des annonceurs et des lecteurs. » Le magazine compte ainsi 900 points de diffusion en Rhône-Alpes pour ses 33000 exemplaires. Pour cloner sa formule, Carine Véra reprend sa mé-

thode expérimentée en Rhône-Alpes : étude de marché, sondage auprès des annonceurs nationaux, et enquête auprès des professionnels de santé et de l'enfance de chaque région convoitée. Mais compte tenu de la crise, elle ne table guère que sur un lancement en 2009. **► TC**

TÉLÉVISION

TL7 finalise son augmentation de capital. Elle devrait s'élever à 800 K€. Saint-Étienne Métropole lui a accordé 300 K€, le reste sera souscrit par les actionnaires en place (Caisse d'Épargne, Conseil général...), sauf *Le Progrès* et Casino. Ce dernier compte néanmoins accentuer son partenariat annonceurs. L'augmentation de capital sera entérinée fin janvier par l'assemblée générale de la chaîne. Maurice Vincent, le président de Saint-Étienne Métropole, a déjà annoncé qu'il ne prendrait pas la présidence de TL7. La chaîne arrive sur la TNT cette semaine, ce qui lui permettra de toucher 600 000 téléspectateurs.

france 3

et oui, une télévision accessible à tous les annonceurs c'est possible... et c'est sur france 3 régions.

www.ftv-publicite.fr

ftv régions la marque des marques