

## Après l'entrée en Italie et la Grande-Bretagne, Vanity Fair s'adapte au marché allemand

### Description

Après avoir lancé des éditions du magazine américain *Vanity Fair* en Italie et en Grande-Bretagne, Condé Nast, son éditeur, poursuit sa conquête de l'Europe en lançant, le 8 février 2007, une déclinaison allemande de son magazine. À l'inverse de l'édition américaine, mensuelle, le *Vanity Fair* allemand est un hebdomadaire qui concurrence directement les grands magazines en Allemagne, notamment *Stern* et *Gala*, édités par Gruner + Jahr, ainsi que *Bunte* et *Focus*, édités par Burda.

Face à cette nouvelle concurrence, Gruner + Jahr a lancé en janvier un mensuel baptisé *Park Avenue*, qui reprend la thématique haut de gamme de *Vanity Fair*. En effet, ce dernier vise essentiellement les jeunes actifs urbains et propose plus de 300 pages dont une centaine de pages de publicité haut de gamme. Les premiers chiffres sont d'ailleurs encourageants : avec un investissement de 50 millions de dollars, Condé Nast espère diffuser en moyenne 120 000 exemplaires du *Vanity Fair* allemand pour être rentable. Plus de 500 000 exemplaires du premier numéro ont été vendus pour un prix de lancement d'un euro. Reste à savoir si le magazine culte saura se maintenir à un niveau suffisamment élevé pour pérenniser son activité dans un marché allemand de la presse magazine très encombré.

Source :

- « Vanity Fair : l'assaut de l'Allemagne », Pierre Boce *Le Figaro*, 9 février 2007.

### Categorie

1. Economie
2. Un trimestre en Europe

### date créée

20 mars 2007

### Auteur

alexandrejoux

---