

Dimension nationale pour le réseau de gratuits Ville Plus avec le lancement de *Matin Plus* à Paris

Description

*Face aux réseaux de gratuits développés par Metro et 20 Minutes, le réseau Ville Plus, créé par les éditeurs de presse payante en réponse à l'arrivée en France de la presse quotidienne d'information gratuite, a finalement parachevé sa couverture nationale avec le lancement, le 6 février 2007, du gratuit parisien *Matin Plus*.*

Détenu conjointement par les groupes Le Monde et Bolloré, respectivement à 30 % et 70 %, *Matin Plus* compte se différencier de *20 Minutes* et de *Metro*, bien installés en région parisienne, par le recours important aux photos – à l'instar de *Direct Soir*, le gratuit du soir lancé par Bolloré en juin 2006 -, mais également par sa qualité éditoriale. En effet, *Matin Plus* utilise la marque *Le Monde* et quatre pages sur vingt-huit sont fournies chaque jour par le groupe éponyme, qu'il s'agisse d'articles rédigés par les journalistes du quotidien ou par ceux de l'hebdomadaire *Courrier international*.

Initialement tiré à 300 000 exemplaires et distribué par Bolloré, *Matin Plus* n'a pas vocation à être rentable avant cinq ans. Il mise dans un premier temps sur trois pages de publicité chaque jour. Pour Bolloré, l'enjeu est ailleurs.

En effet, en pilotant avec *Le Monde* le lancement du gratuit parisien associé au réseau Ville Plus, le groupe de médias récupère la régie du réseau Ville Plus, désormais de dimension nationale.

Depuis le 21 mars 2007, l'ensemble des titres du réseau a d'ailleurs adopté la maquette de *Matin Plus* et intègre les pages d'information générale, l'information locale étant produite par la PQR. Le même jour, Bolloré lançait *Bretagne Plus*, un septième titre du réseau Ville Plus, afin de compléter sa couverture du territoire national. Diffusé à 20 000 exemplaires dans cinq villes côtières (Brest, Quimper, Morlaix, Lorient et Vannes), *Bretagne Plus* comporte deux pages produites localement, le reste provenant de *Matin Plus*.

Pour obtenir la gestion du réseau, Intermédia, la régie publicitaire du groupe Bolloré, a dû offrir un minimum garanti aux autres membres du réseau Ville Plus, une offre largement supérieure à celle de son concurrent Publiprint, la régie publicitaire du Figaro. Intermédia estime ses recettes pour le réseau Ville Plus à 4 millions d'euros en 2007 et à 20 millions d'euros dans six ans.

Actuellement, la diffusion des sept gratuits du réseau Ville Plus avoisine les 700 000 exemplaires. Elle repose sur les tirages parisiens de *Matin Plus* (330 000 exemplaires depuis le mois de mars 2007, à terme 400 000 exemplaires), de *Marseille Plus* (65 000 exemplaires, lancé en février 2002 par *La Provence*), de *Lille Plus*

(60 000 exemplaires, lancé en mars 2004 par *La Voix du Nord*), de *Lyon Plus* (80 000 exemplaires, lancé en mars 2004 par *Le Progrès*), de *Bordeaux 7* (30 000 exemplaires, lancé en mai 2004 par le groupe Sud Ouest), de *Montpellier Plus* (30 000 exemplaires, lancé en novembre 2005 par le Groupe Midi Libre), enfin par les 20 000 exemplaires de *Bretagne Plus*. En comparaison, *Metro* revendique également une diffusion nationale de 700 000 exemplaires en 2006, mais a annoncé vouloir augmenter sa diffusion à 800 000 exemplaires. *20 Minutes* est quant à lui distribué à plus de 400 000 exemplaires en région parisienne et le groupe a annoncé, en septembre 2006, vouloir faire passer sa diffusion nationale de 805 000 exemplaires à 870 000 exemplaires.

Sources :

- « Arrivée aujourd’hui d’un nouveau quotidien gratuit, “*Matin Plus*” », Nathalie Silbert, *Les Echos*, 6 février 2007.
- « Bolloré rallie sept gratuits à ses couleurs », I.R., *La Tribune*, 22 mars 2007.
- « Avec “*Bretagne Plus*“, Bolloré étoffe son offre de gratuit », M-C. B., *Le Figaro*, 22 mars 2007.

Categorie

1. Economie
2. Un trimestre en Europe

date créée

20 mars 2007

Auteur

alexandrejoux