

# LOBBY

DANS L'ANTICHAMBRE DES CERCLES DU POUVOIR

**PRÉSENTATION  
COMMERCIALE  
2012**



**UN AUTRE  
REGARD...**

**[WWW.LOBBYMAG.COM](http://WWW.LOBBYMAG.COM)**

# LOBBY

DANS L'ANTICHAMBRE DES CERCLES DU POUVOIR

## LE CONCEPT

### À LA DÉCOUVERTE DES CERCLES DU POUVOIR !

A l'aube de ce 21<sup>ème</sup> siècle, il n'est plus possible de parler du pouvoir mais... des pouvoirs. La réalité est certes **politique** mais elle est aussi **financière, économique, médiatique, culturelle...** L'actualité est désormais multiple, polymorphe, variée. Elle se décline à une vitesse incroyable. Bref, il est indispensable de prendre du recul pour saisir tout ce qui se trame.

Parce qu'il voulait offrir un autre regard sur l'actualité, le groupe Edition Ventures a créé, fin 2007, le magazine **LOBBY**. Cette revue francophone trimestrielle invite le lecteur à découvrir **les coulisses des multiples pouvoirs**, qu'ils soient à Bruxelles, en Belgique, en Europe ou dans le Monde. Elle aborde les grandes questions sur le fond. Sa démarche est également de décrire les lieux privilégiés par nos leaders. Sans oublier les aspects humains qui caractérisent la notion de pouvoir.

Pour ce faire, les meilleures plumes de la presse belge sont mises à contribution. **LOBBY** donne par ailleurs carte blanche aux acteurs du théâtre de l'actualité. Enfin, last but not least, l'iconographie est spectaculaire. Avec, en sus, ce zeste d'impertinence dû, notamment, à son cartooniste Samuel.

Avec **LOBBY**, le lecteur se retrouve membre des **cercles du pouvoir**. Il pénètre les lieux les plus inaccessibles. Il assiste aux **grands débats** qui interpellent les décideurs. Il fréquente ceux qui nous gouvernent. Il déguste une revue dont chaque numéro est conçu pour être un collector.

Question distribution, **LOBBY** est un support qui couvre le Grand Bruxelles des décideurs : centre du pays et capitale de l'Europe.

## ÉDITORIAL

### LA CRISE SIGNE LA FIN DES CASSANDRE

Dans la mythologie grecque, Cassandre était la fille de Priam, roi de Troie et d'Hécube. Selon la légende, elle reçut d'Apollon le don de prophétie. Malheureusement, comme elle repoussa les dieux, elle fut condamnée à ne jamais être crue. Elle prédit en vain la chute de Troie.

#### SURABONDANCE DE STATISTIQUES ?

De nos jours, les Ca-cassandre sont innombrables. Journalistes, sociologues, banquiers, économistes, analystes, politiciens... tous le monde possède une boule de cristal. D'un côté, il y a ceux qui sont tiraillés à l'obligation de pessimisme. De l'autre, il y a ceux qui protègent l'optimisme béat. Au milieu, il y a les chroniqueurs qui se savent plus à l'aise avec le vague. L'économie s'empêche elle-même d'être un surabondance de statistiques ?

**Souvent, les prévisions négatives sont relayées et amplifiées par les journalistes. Certains semblent même gênés quand ils doivent présenter de bonnes nouvelles. Inversement, les politiques et les banquiers se focalisent sur l'actualité heureuse. A ce propos, impossible de ne pas citer quelques phrases prononcées en septembre 2008 au plus fort du tourment financier. John McCain, candidat à la présidence américaine, le 15 septembre 2008 : "J'ai fondamentalisme de notre économie sans retour à l'arrière".**

**Critique sur le globe, Herman Vanhulle, le 26 septembre 2008, alors qu'il était le CEO de Fortis : "Il n'est pas du tout d'actualité que Fortis puisse être saluée".**

**Bien sûr, tout journaliste averti doit se méfier de la manipulation de la communication d'entreprise. Et comme le dit justement Étienne de Cabooter : "Un chroniqueur ne doit pas dire qu'il a été saisi". Il est démissionné par moi-même que la crédibilité du journaliste et du chroniqueur s'affaiblit. Notre époque manque de crédibilité des prévisions. Ne croyez plus ceux qui s'attellent encore à faire des prévisions, sauf ceux qui annoncent la fin des... prévisions !"**

#### PLACE À DE NOUVEAUX RÉPÈRES

En ce 21<sup>ème</sup> siècle actuel, tous nos schémas prédictifs doivent être revus. Pour une raison très simple : nous ne vivons pas une crise économique mais une mutation sociale. Certains parlent de "nouvelle normalité" ou de "nouveau monde". Mais non, ceux qui comprennent l'urgence par rapport à la situation actuelle ne se trompent. **La réalité d'aujourd'hui est plus la base de calcul. Non seulement parce qu'il n'est plus possible d'évaluer les mêmes performances mais surtout parce que nos valeurs ont changé. Nous cherons plus de bases d'une conscience à une conscience pour être solidaires. Une conscience raisonnable pour nous suffire.**

**"Ne croyez plus ceux qui s'attellent encore à faire des prévisions, sauf ceux qui annoncent la fin des... prévisions !"**

Bref, il nous appartient de construire les nouveaux critères qui nous aideront à gérer le réel autour de positif ou négatif. Cette tâche est en question prendra du temps. Mais elle sera passionnante. En tout cas, elle abordera de nouveaux comportements. Espérons que ceux-ci seront empreints de courage et de transparence, de réalisme, de responsabilité, de vérité. Pourrait-il pas imaginer ce monde utopique où les banquiers annoncent de nouvelles nouvelles et les journalistes de bonnes nouvelles ? On peut rêver... <>

### DANS LES YEUX DE...

## NEIL ARMSTRONG

### UN DERNIER SOURIRE POUR LA POSTÉRITÉ

Le 21<sup>ème</sup> juillet 1969, Neil Armstrong, le premier homme à marcher sur la Lune, est décédé à l'âge de 82 ans. Une nouvelle étape de l'histoire humaine.

**CALENDRIER**  
Le 21<sup>ème</sup> juillet 1969, Neil Armstrong, le premier homme à marcher sur la Lune, est décédé à l'âge de 82 ans. Une nouvelle étape de l'histoire humaine.

**CALENDRIER**  
Le 21<sup>ème</sup> juillet 1969, Neil Armstrong, le premier homme à marcher sur la Lune, est décédé à l'âge de 82 ans. Une nouvelle étape de l'histoire humaine.

**CALENDRIER**  
Le 21<sup>ème</sup> juillet 1969, Neil Armstrong, le premier homme à marcher sur la Lune, est décédé à l'âge de 82 ans. Une nouvelle étape de l'histoire humaine.

**CALENDRIER**  
Le 21<sup>ème</sup> juillet 1969, Neil Armstrong, le premier homme à marcher sur la Lune, est décédé à l'âge de 82 ans. Une nouvelle étape de l'histoire humaine.

**CALENDRIER**  
Le 21<sup>ème</sup> juillet 1969, Neil Armstrong, le premier homme à marcher sur la Lune, est décédé à l'âge de 82 ans. Une nouvelle étape de l'histoire humaine.

**CALENDRIER**  
Le 21<sup>ème</sup> juillet 1969, Neil Armstrong, le premier homme à marcher sur la Lune, est décédé à l'âge de 82 ans. Une nouvelle étape de l'histoire humaine.

**CALENDRIER**  
Le 21<sup>ème</sup> juillet 1969, Neil Armstrong, le premier homme à marcher sur la Lune, est décédé à l'âge de 82 ans. Une nouvelle étape de l'histoire humaine.

**CALENDRIER**  
Le 21<sup>ème</sup> juillet 1969, Neil Armstrong, le premier homme à marcher sur la Lune, est décédé à l'âge de 82 ans. Une nouvelle étape de l'histoire humaine.

**CALENDRIER**  
Le 21<sup>ème</sup> juillet 1969, Neil Armstrong, le premier homme à marcher sur la Lune, est décédé à l'âge de 82 ans. Une nouvelle étape de l'histoire humaine.

**CALENDRIER**  
Le 21<sup>ème</sup> juillet 1969, Neil Armstrong, le premier homme à marcher sur la Lune, est décédé à l'âge de 82 ans. Une nouvelle étape de l'histoire humaine.

### PEOPLE by PEOPLE



## LA MISS ET L'ECOLO

### ZEYNEP SEVER VS CHRISTOS DOUKTERIDIS

**Christos Doukteridis** est un jeune homme de 25 ans, originaire de Turquie, qui a remporté le concours de Miss Belgique 2008. Il est actuellement en compétition pour le titre de Miss Belgique 2009.

**Christos Doukteridis** est un jeune homme de 25 ans, originaire de Turquie, qui a remporté le concours de Miss Belgique 2008. Il est actuellement en compétition pour le titre de Miss Belgique 2009.

### BRUXELLES SUR MER ÉGÉE



**Christos Doukteridis** est un jeune homme de 25 ans, originaire de Turquie, qui a remporté le concours de Miss Belgique 2008. Il est actuellement en compétition pour le titre de Miss Belgique 2009.

**Christos Doukteridis** est un jeune homme de 25 ans, originaire de Turquie, qui a remporté le concours de Miss Belgique 2008. Il est actuellement en compétition pour le titre de Miss Belgique 2009.

**Christos Doukteridis** est un jeune homme de 25 ans, originaire de Turquie, qui a remporté le concours de Miss Belgique 2008. Il est actuellement en compétition pour le titre de Miss Belgique 2009.

**Christos Doukteridis** est un jeune homme de 25 ans, originaire de Turquie, qui a remporté le concours de Miss Belgique 2008. Il est actuellement en compétition pour le titre de Miss Belgique 2009.

### EXECUTIVE FLOOR



## Roch Doliveux

### UN AIR DE CAMPAGNE EN VILLE

**Roch Doliveux** est un groupe pharmaceutique belge qui propose des médicaments innovants. Le groupe a récemment lancé une campagne de communication.

**Roch Doliveux** est un groupe pharmaceutique belge qui propose des médicaments innovants. Le groupe a récemment lancé une campagne de communication.

**Roch Doliveux** est un groupe pharmaceutique belge qui propose des médicaments innovants. Le groupe a récemment lancé une campagne de communication.



## L'APPROCHE COMMERCIALE

Deux tarifs sont prévus :

- L'un, qui concerne les annonceurs au plan local :  
**100% et exclusivement bruxellois.**
- L'autre, qui concerne les annonceurs **au plan national.**

## INFORMATIONS TECHNIQUES

Le matériel est à nous fournir en PDF haute définition et peut être envoyé, soit:

- par mail: lobby@df1graphics.com
- par courrier : Edition Ventures – **LOBBY**  
431D chaussée de Louvain - 1380 Lasne

## TARIFS DE PUBLICITE 2012 (hors TVA)

Espace	Format	Tarif local	Tarif national
1/1pq	230mm (L) x 324mm (H)*	2.450 €	3.500 €
2/1pq	460mm (L) x 324mm (H)*	4.400 €	6.300 €
1/2pq H	115mm (L) x 324mm (H)*	1.700 €	2.300 €
1/2pq L	230mm (L) x 162mm (H)*	1.700 €	2.300 €
Cover II	230mm (L) x 324mm (H)*	3.500€	4.200 €
Cover III	230mm (L) x 324mm (H)*	3.000 €	3.500 €
Cover IV	230mm (L) x 324mm (H)*	4.000 €	4.500 €

\* + rajouter 5mm de fausse coupe de chaque côté

## ATTENTION

1. En raison de la qualité du support, l'éditeur se réserve un droit de regard, et donc de refus, sur le visuel du matériel publicitaire livré par l'annonceur.
2. Il se peut que des ½ pages soient concentrées sur des 1/1 pages.
3. En cas d'échange publicitaire, il se peut que deux pages 1/1 se retrouvent en face l'une de l'autre.
4. Pour les annonceurs locaux ne disposant pas d'un matériel publicitaire : nous pouvons réaliser l'annonce pour un prix forfaitaire de +/- 350 EUR hors tva.

## CONTACT US

### Responsables de la publicité :

- Elodie Andriveau  
0475/29.57.96  
elodie.andriveau@ventures.be
- Guy Petriolle  
0477/90.45.70  
guy.petriolle@gmail.com
- Salomé Philippart  
0472/62.83.17  
salome.philippart@ventures.be
- Michel Grossmann  
0477/33.73.02  
grossmann.michel@gmail.com

### Responsables d'édition :

- François Didisheim  
02/648.69.02  
francois.didisheim@cre-action.com
- Bernard de Wasseige  
02/379.29.90  
bernard.dewasseige@ventures.be

### Responsable de la rédaction :

- Paul Grosjean  
0477/33.63.22  
paul.grosjean@rectoverso.net

### Coordination & production :

- Sabrina Roersch  
02/379.29.95  
sabrina.roersch@ventures.be

### LOBBY - [www.lobbymag.com](http://www.lobbymag.com)

Edition Ventures  
Tel. 02/379.29.90 - Fax 02/379.29.99  
431D, chaussée de Louvain - 1380 Lasne

*Edition*  
v e n t u r e s