



se plaignent de la baisse publicitaire mais là, c'est très bien pour l'avenir du magazine. On en mettra un peu plus de 50 000-60 000 en circulation.

### **Pourquoi le choix de ce titre, Dim Dam Dom ?**

Le nom est amusant. Ce n'est ni un prénom, ni un pronom. Il y avait également une émission télévisée dans les années 1970 qui portait ce titre. Je souhaitais une originalité. Et ça sonne comme une chanson. Ça permet aussi de le repérer plus facilement dans les linéaires.

### **En quoi ce magazine vient renforcer votre groupe et les titres déjà existants ?**

Je trouve qu'il est bien d'avoir un titre féminin pour avoir la palette la plus large possible pour le marché publicitaire avec les annonceurs du luxe mais aussi pour le marché de la diffusion. On avait déjà The Good Life, qui s'adresse en partie aux hommes, par exemple.

### **Avez-vous un message à transmettre aux marchands de presse ?**

Il a fallu deux ans pour réaliser cette conception. Des journalistes sont partis à l'autre bout du monde... Il est rassurant de voir que ces produits qualitatifs se vendent encore. C'est aussi rassurant pour l'avenir de la presse. Et ça vaut pour tous les produits du monde. C'est un formidable message d'espoir pour la presse. Elle a encore de belles années à venir !

•