

PHÉNOMÈNE

Lisez-vous le mook ?

Contraction de magazine et de *book*, ce néologisme qualifie un journal qui s'apparente à un livre par le soin apporté à son façonnage, la longueur de ses articles et sa distribution en librairie. Exemples : *XXI* ou *Feuilleton*, une « néo-revue » trimestrielle parue il y a quelques semaines et dont les 20 000 exemplaires tirés se sont déjà envolés. Son créateur, Adrien Bosc, 25 ans, ne se voit pas comme un concurrent de la presse traditionnelle : « Nous n'avons pas du tout les mêmes contraintes ; notre but est de proposer, avec une forte exigence graphique, des reportages, des nouvelles inédites – Jonathan Franzen en signe une – des articles au long cours, en parfaite indépendance. » Car il n'y a pas de pub et il n'y en aura jamais, grâce à un prix de vente relativement élevé (15 €) et à un actionnariat rassurant (Pierre Bergé, notamment). Etonnant, non, le goût d'une jeune génération pour le bon vieux papier, à l'heure de l'iPad ? Pas tant que cela, car, selon Adrien Bosc « le nouveau média ne supprime jamais l'ancien, il le pousse simplement à se poser les bonnes questions ». www.revuefeuilleton.com



Feuilleton, nouveau trimestriel vendu en librairie.



Néo-Art déco
Sac Fafa, coton et agneau, de la nouvelle collection Yvonne Yvonne, 175 €. www.yvonneyvonne.fr

LE CHIFFRE

(37 millions)

C'est le nombre de visiteurs uniques au mois d'août sur le site du *Huffington Post* (www.huffingtonpost.com). Créé en 2005, il est aujourd'hui le premier site d'info américain.

LA FEMME QUI COMPTE

Ingrid Brochard,
fondatrice de l'association
l'Art à l'enfance

C'est une jeune femme énergique qui, à 35 ans, a déjà eu le temps de créer une marque de cosmétiques en Asie, de se passionner pour l'art contemporain, de devenir collectionneuse, avant d'enchaîner les projets dans ce domaine. Elle a commencé par lancer une revue d'art (*Be Contemporary*) et produire des émissions culturelles

sur Direct 8. Puis elle crée le fonds de dotation l'Art à l'enfance. En l'espace d'un an, elle réunit des mécènes (le groupe Bolloré, la Fondation Peugeot), voyage dans le monde entier pour convaincre des artistes de participer, s'associe à l'Unesco afin d'établir un réseau de 60 écoles partenaires. « L'art participe



d'un éveil au monde, c'est un outil d'ouverture et de partage formidable, souligne-t-elle. Mais 1 enfant sur 2 ne va pas au musée, quand 96 % des parents pensent que c'est important. » Sa dernière aventure en date s'appelle MuMo (musée mobile). C'est un camion-conteneur chargé d'œuvres et de vidéos spécialement réalisées par des créateurs de renom. Sa mission : amener l'art contemporain dans les écoles primaires des campagnes françaises, puis africaines. Le camion-musée a démarré sa tournée dans le Nord - Pas-de-Calais et fait escale à Paris, en pleine semaine de la Fiac, du 20 au 23 octobre.

www.art-enfance.org