

LA PRESSE.CA
Le 15 juin 2015



Publié le 15 juin 2015 à 16h05 | Mis à jour le 15 juin 2015 à 16h05

***Le Pan*, nouveau magazine haut de gamme du vin et de l'art de vivre**



La présidente-fondatrice de *Le Pan*, Jeannie Cho Lee

PHOTO : JFAN.PIERRE MILLER AFP

Agence France-Presse
BORDEAUX

***Le Pan*, nouveau mensuel américano-asiatique de luxe bilingue, en anglais et en chinois, qui ambitionne de s'imposer comme le magazine international de référence «du vin et de l'art de vivre», a été lancé lundi soir à Bordeaux, au deuxième jour de Vinexpo, salon mondial du vin et des spiritueux (jusqu'au 18 juin).**



LA PRESSE.CA

Le 15 juin 2015

Ce mensuel, qui tire son nom du dieu grec de la nature et du prénom de son propriétaire, appartient à LPM Communications, filiale du conglomérat hongkongais Goldin Group, présidé par Pan Sutong, travaillant dans l'électronique grand public, l'immobilier, l'élevage de pur-sang, le polo, les vins et les services financiers.

Mais la présidente-fondatrice de *Le Pan*, Jeannie Cho Lee, présente à Bordeaux, n'a pas souhaité dévoiler le montant de l'investissement.

Le magazine lui-même est édité par le groupe de presse américain Condé Nast qui compte parmi ses titres *Vogue*, *Vanity Fair*, *New Yorker*, etc.

Basé à Hong Kong, *Le Pan* vise une «clientèle avertie et sophistiquée» notamment chez les négociants, collectionneurs ou producteurs de vins, a expliqué devant la presse Jeannie Cho Lee, première Asiatique désignée en 2008 «Master of Wine», une distinction britannique de référence dans le monde du vin.

Six autres «Masters of Wine» collaborent à ce magazine grand format, de 200 pages, qui compte 42 contributeurs permanents. Outre Jeannie Cho Lee, *Le Pan* s'est assuré le concours des Américains Charles Curtis, Doug Frost et Jean K. Reilly, de la Britannique Susan Hulme, de la Néo-Zélandaise Emma Jenkins et de l'Australienne Sophie Otton.

Le Pan couvrira les principales régions viticoles du monde tout en évaluant des vins rares et millésimés. Il y sera également question de gastronomie, de mode, de design, de voitures ou de voyages... Avec bien sûr comme premier critère le luxe.

L'édition internationale en anglais sera disponible dans 35 villes (New York, San Francisco, Los Angeles, Napa, en Californie, Londres, Paris, Milan...) et une édition en chinois simplifiée et spécialement adaptée à une clientèle sinophone sera disponible dans 22 villes en Asie (Hong Kong, Singapour). Toutes deux seront enrichies d'un guide d'achat adapté à leur lectorat.

Le Pan sera disponible par abonnement ou dans les grandes librairies, les salons Première Classe et Business des aéroports, les hôtels de luxe, les grands cavistes ainsi qu'une sélection de kiosques.

Le Pan est également décliné sur l'internet dans sa version interactive (www.lepanmedia.com), avec une base de données bilingue comprenant des notes et des critiques sur plus de 10 000 vins.

