

## Quatre questions à Laurent Jeanneau, directeur de la rédaction d'Alternatives Economiques et coordinateur du mook OBLIK

mar 06/11/2018 - 12:18



Cette semaine, le deuxième numéro du mook OBLIK, la revue illustrée éditée par Alternatives Economiques et créée en 2017, revient dans les linéaires avec un numéro axé sur la société sous le titre « Les Français ne sont pas ceux que vous croyez ». L'occasion pour Laurent Jeanneau de nous expliquer les raisons du succès du titre et l'importance du réseau des marchands.

*Crédit photo : Jérémie Wach Chastel*

**OBLIK revient dans les points de vente. A combien d'exemplaires avez-vous vendu le premier numéro l'an dernier ?**

Nous l'avons vendu à plus de 10 000 exemplaires pour un tirage à 20 000. Nous étions très contents de ce résultat. C'était un pari osé car on sortait d'une zone de confort. Ce titre est plus

créatif, plus centré sur les illustrations. Au-delà des ventes, OBLIK rajeunit l'image d'Alternatives Economiques.

### **C'est pour vous la preuve que vous pouvez faire confiance au réseau des marchands de presse ?**

On est contents car le produit a été bien accueilli. Nous n'avons pas les moyens de faire de grandes campagnes pour l'annoncer. Certains marchands mettent aujourd'hui le titre en avant de façon spontanée. On se rend compte que le produit suscite de la curiosité en points de vente et ça fait plaisir. Je l'ai vu un peu partout, à Paris comme en province, et notamment à Poitiers par exemple.

### **Quel est le contenu de ce numéro 2 ?**

Un dossier qui concerne un portrait de la France. On approfondit les idées reçues et on aborde des thèmes de société. Le porte-monnaie des Français, la voiture, les aînés, la famille, la place de la France dans le monde. On parle de sport, de culture... On dresse un portrait exhaustif, disons. L'objectif est d'allier le plaisir de la lecture, tout en ayant des informations ciblées sur les Français. Et ces chiffres qui viennent d'Alternatives Economiques, sont ensuite transmis à des illustrateurs qui en font de la data dessinée. C'est du journalisme graphique. C'est aussi un travail de sélection car on met en avant une vingtaine d'illustrateurs de styles différents dans chaque numéro. Et parce que cela demande du temps et qu'on est dans une information pérenne, on n'augmentera pas le rythme de production du mook. Il complète déjà la gamme avec le mensuel et les hors-séries et reste présent dans les points de vente pendant près de trois mois.

### **Combien d'exemplaires comptez-vous vendre cette année ?**

Nous n'avons pas d'objectif de vente précis. On compte sur l'effet nouveauté. Il faut déjà confirmer le succès du premier numéro. Est-ce qu'on va créer un vrai lectorat ? Sera-t-il ponctuel ? C'est le pari qui permettra de stabiliser la parution. Je suis optimiste notamment parce que depuis une semaine les retours sont positifs et que le titre n'est pas passé inaperçu. Il s'installe. Et puis, le papier a encore un avenir à l'heure du numérique. Nous n'avons pas l'intention de baisser les bras. Il faut inventer de nouvelles choses. OBLIK en tout cas est papier et a été pensé pour le papier !