

Une nouvelle formule et des partenariats PQR pour TV Magazine

ven 22/03/2019 - 15:51



TV Magazine (groupe Figaro) dévoile sa nouvelle formule dans vos points de vente ainsi que son nouveau fonctionnement. L'émblématique magazine fondé en 1987 et connu pour ses grilles de programmes télévisés, enrichit aujourd'hui son éditorial d'une dizaine de pages et développe des partenariats avec la collaboration d'une importante sélection de titres de PQR et de PHR.

Un besoin de recommander le public et de renforcer l'éditorial

Si les grilles ne changent pas (toujours 80 chaînes dont les frontalières), celles-ci sont toutefois placées en fin de magazine. Le support diversifie également ses thématiques, passant à 92 pages au total. Place donc à « Actus et sélections », « TV Mag et moi » et « Programmes » pour donner au titre un côté « family centric », explique Philippe Laroque, directeur de la rédaction.

Dans le détail, « Actus et sélections » présentera l'homme ou la femme de la semaine ainsi que des « recommandations » de programmes afin de surfer sur la tendance des nouvelles consommations des contenus audiovisuels à l'heure de Netflix et du replay. La partie « TV Mag et moi », elle, proposera, du moins pour le numéro de lancement, un dossier jardinage, de

l'astro, des conseils pratiques pour toute la famille autour du bien-être, de la santé, des voyages et des loisirs. On trouvera aussi des articles axés sur l'automobile et le « food » avec notamment la présentation d'une recette de chef en région, dans le but de recruter de nouvelles cibles de lecteurs et d'annonceurs. Enfin, il y aura « Documentaires » et une page Sport, en complément des pages d'actualité. D'autres pages parleront aussi des coulisses des émissions.

Des Partenariats pour renforcer le modèle économique

En plus de l'éditorial, TV Magazine renforce son modèle économique en concluant un partenariat avec cinquante trois titres de PQR pour "booster les ventes de l'offre". Parmi les plus importants : La Manche Libre et le Courrier Cauchois. Chaque journal a ainsi « la même valeur qu'un titre tv », précise Philippe Laroque. On trouvera le logo du Figaro et ceux des logos partenaires sur la couverture du support, désormais épurée et dotée d'un code barre. De plus, on pourra lire « TV Mag Ouest » sur la Une du cahier Of Set. Une collaboration qui peut aussi se baser sur une demande d'encarts publicitaires.

Toutefois, si ce géant du papier achète environ 30 000 tonnes de papier par an et se vend chaque semaine à 4 277 829 exemplaires (chiffres ACPM) avec une présence couvrant 100% du territoire, son prix de vente n'augmente pas. Bonnes ventes à tous !

•