

110 ans de publications pour Historia : le point sur les objectifs et les nouveautés de la rédaction

jeu 28/03/2019 - 17:26



Historia (groupe Challenges), la revue d'Histoire fondée en 1909, fête cette année ses 110 ans de publications dans vos points de vente. Le point sur les objectifs du plus ancien titre de presse axé sur cette thématique et sur les nouveautés à venir, avec Guillaume Malaurie, à la direction éditoriale, Eric Pincas, rédacteur en chef et Victor Battagion, rédacteur en chef adjoint du titre.

Un titre en progression dans les rayons

À sa création, Historia incarnait une « Histoire vivante » et se décrivait comme un support de vulgarisation pour tous. Un concept qui n'a pas changé depuis. Il a même été accentué depuis que la revue, éditée par Sophia Publications, a rejoint le groupe Challenges (de Claude Perdriel) en 2016. Depuis, Historia progresse sur tous les tableaux avec, en 2018, une hausse de plus de 17 % des ventes au numéro. Le titre enregistre une diffusion globale de 60 000 exemplaires mensuels.

Une réussite sur laquelle le magazine compte rebondir pour faire face à une cinquantaine de titres en concurrence dans les linéaires et depuis environ sept ans, y compris venant de la presse classique avec ses éditions spéciales Histoire, s'accordent à dire Guillaume Malaurie, Eric Pincas, et Victor Battagion. Pourtant, cette « infobésité » du traitement médiatique de l'Histoire, la rédaction ne la craint pas.

Progresser avec un éditorial plus moderne et régionalisé

Alors que celle-ci veut répondre à un « besoin de mémoire », elle modernise ses approches et s'adapte aux nouveaux centres d'intérêts de ses cibles de lecteurs. Les séries, les youtubeurs, les jeux vidéo, les escape games, la bande dessinée, ou encore le chat à travers le temps, étant des sujets de plus en plus décryptés dans des numéros spéciaux ou des hors-séries afin de rendre l'Histoire plus « immersive ». Sans oublier le traitement de l'actualité historique, « que les autres revues ne font pas », ou encore les focus sur les reconstitutions d'évènements

historiques en région, expliquent les responsables de la rédaction. Un objectif de séduction et de rajeunissement de cibles (+ de 55 ans en moyenne actuellement) passant aussi par des articles intergénérationnels axés sur Game of Thrones ou encore Assassin's Creed.

Autre objectif : accentuer les partenariats régionaux et les co-éditions avec des titres stratégiques (Ouest-France et Paris Normandie) afin de creuser d'une part l'histoire de France et de l'autre, d'assurer la visibilité du titre partout sur le territoire (avec des couvertures régionales sur Rouen, le Havre, ou encore le Pays de Caux). Cela pour « faire de l'histoire quelque chose de ludique et pas forcément pour les érudits ou les académiques » et tout en restant patrimonial, déclare Eric Pincas.

De grandes nouveautés à venir

Sur cette lancée, Historia, diffusé à 58 708 exemplaires en 2018 (diffusion France Payée, ACPM), esquisse de nouveaux projets éditoriaux. La rédaction se penche actuellement sur un numéro « Arméniens qui ont fait la France » et sur un trimestriel sur le débarquement. Une collection de trimestriels faisant le lien entre l'Histoire et la bande dessinée et faisant suite au succès précédents de Tintin et Lucky Luke, devrait également voir le jour d'ici octobre en points de vente. Des titres que la rédaction souhaite mettre en avant grâce à l'implication des marchands de presse. Pour le numéro « [Rome les dernières heures de la République](#) », reconnaissable à l'image officielle de la série Rome sur OCS, le discours que la rédaction leur adresse est simple: « dites à vos clients que c'est un magazine de référence, qu'il est tourné vers le traitement de l'avenir de l'Histoire et qu'il casse son image poussiéreuse ». Quant au numéro d'Historia, sur ses 110 ans justement, le groupe prévoit une mise en avant sur le réseau : un dos de kiosque Paris +Insert 60x80 ainsi que Themapresse Relay, pour un budget de 50 000 €.