

Trois questions à Marie Charvet, co-fondatrice de Femmes ici et ailleurs

jeu 28/07/2022 - 16:38



Cette semaine, un nouveau magazine est arrivé dans vos linéaires. Pourtant, Femmes ici et ailleurs (10,90 euros sous la codification 17361) existe depuis déjà 10 ans mais vient seulement de sauter le pas et d'être distribué dans les points de vente de presse. Les explications de Marie Charvet, co-fondatrice et responsable de Femmes ici et ailleurs.

Quel est le concept de Femmes ici et ailleurs ?

Il s'agit d'un magazine d'information généraliste centré sur les femmes. On a remarqué que les femmes agissantes sont en retrait dans l'information, et nous les mettons en avant depuis 2012 avec un magazine indépendant, sans publicité, qui publie des reportages, portraits et interviews de femmes à travers le monde. Notre magazine se veut une autre fenêtre sur le monde. Avec le numéro 50, nous inaugurons une nouvelle formule avec plus de pages, et un grand dossier sur les sportives de l'extrême, souvent oubliées par rapport à leurs équivalents masculins. On a aussi passé une journée avec la militante américaine Angela Davis. On entame aussi dans ce numéro un partenariat avec le magazine Les Sportives.

Pourquoi opter désormais pour une distribution dans le réseau presse ?

Depuis le confinement, nous nous sommes beaucoup rapprochés du réseau presse. Nous étions notamment présents au salon La Presse Au Futur, où on a rencontré beaucoup de monde qui nous a rassurés et instruits sur le fonctionnement du réseau. Depuis ce déclic, ce travail de réflexion a abouti en un an, et ce numéro 50 est l'occasion parfaite pour faire évoluer notre distribution. Distribué par MLP, Femmes ici et ailleurs arrive dans les points de vente avec une mise en place de 15 000 exemplaires chez quelque 3 500 marchands.

Un conseil aux marchands pour soutenir les ventes ?

Notre magazine ne comporte pas de publicité, et le contenu rédactionnel est donc important sur 100 pages. Son prix, à 10,90 euros, permet d'assurer une bonne commission et c'est un magazine unique en termes de contenus. Notre but est de l'installer dans les linéaires avec un objectif de tirage de 20 000 exemplaires l'année prochaine. Les marchands de presse sont notre force de vente, et on doit se serrer les coudes entre indépendants pour apporter la meilleure qualité d'information à leurs clients.

-