

## Cinq questions à Jean-Paul Arif, directeur de la publication de L'Eléphant, pour les 10 ans du titre

ven 10/02/2023 - 16:43



*L'Eléphant, la revue de culture générale, fête ses 10 ans de publication cette année. À l'occasion de cette date symbolique, et de la sortie [du 41ème numéro](#), Jean-Paul Arif, co-fondateur de la revue et directeur de la publication, nous a accordé un entretien.*

**Cela fait maintenant dix ans de parution pour l'Éléphant. Qu'est-ce cela fait d'atteindre cette barre symbolique ?**

C'est beaucoup de satisfaction. Ce n'était pas gagné d'avance d'avoir un titre qui sortait de la norme avec un positionnement transversal sur la culture générale, là où la presse avait tendance à être très segmentée verticalement. C'était audacieux mais on a trouvé notre public. On a des lecteurs très fidèles qui nous suivent régulièrement depuis le début. D'autres nous ont rejoints et continuent eux aussi de nous lire régulièrement.

**Pour vous, quelle est la recette de votre succès ? Comment avez-vous conquis votre lectorat ?**

On a eu la chance de rencontrer notre public. Quand le titre est sorti, on a eu immédiatement une rupture de stock. Il a fallu réimprimer, des marchands nous appelaient parce qu'ils n'avaient pas été livrés... On s'est vite rendu compte qu'on correspondait à une attente non exprimée du

public. Il fallait satisfaire cette attente et c'est ce que nous avons fait au fur et à mesure en augmentant la production et les mises en place. Il y avait une croissance régulière parce que le public était là.

**Et justement, vous avez un lectorat très large. Comment avez-vous réussi à satisfaire les plus jeunes et les plus âgés en même temps ?**

Cela a été une surprise. Au début, on se disait que la presse papier s'adressait plutôt à un public âgé ou même parfois très âgé. Je pense que nous étions un nouveau type de magazine. On travaillait beaucoup sur la forme, sur les dossiers longs. On était en rupture avec le monde d'internet qui est très rapide, très court, très flash. Nous, on était dans le temps long, l'envie d'approfondir les sujets et en fait, on trouve avec cette offre-là un public jeune qui, finalement, n'a pas abandonné le papier. Quand on a un objet papier qui est beau et qui se garde, on arrive à conquérir ce public de jeunes lecteurs.

**Dans le dernier numéro, vous avez lancé deux nouvelles rubriques intitulées "C'est d'aujourd'hui" et "C'est d'hier". D'où vous est venue cette idée ?**

Notre première idée c'était l'horloge parlante. On s'est dit que c'était amusant et que c'était une façon d'observer le monde avec quelques indicateurs. D'un côté, le "C'est d'hier" revient sur des choses d'une autre époque. À l'inverse, le "C'est d'aujourd'hui" relève les tendances actuelles qui n'existaient pas il y a quelques années et qui, elles aussi, nous parlent de l'époque dans laquelle on se trouve. On a toujours une analyse sociologique ou parfois même historique. On essaye de dire des choses au travers de ces nouvelles rubriques.

**À l'image de ces nouvelles rubriques, doit-on s'attendre à d'autres nouveautés pour le titre ?**

On fait régulièrement des petites évolutions comme celles-ci. C'est vrai que là on a fait davantage parce que c'est l'anniversaire des dix ans du titre, mais on tente des nouvelles formules et des nouvelles approches assez souvent. Le but, c'est de toujours se renouveler mais en restant nous-même. On essaye de ne pas survoler l'actualité ou l'information. On essaye toujours d'aller en profondeur. Il y a des rubriques un peu plus légères, mais en général, la façon dont elles sont traitées nous permet de plonger dans le sujet et d'aller plus loin que la simple anecdote. Quelles que soient les innovations, on reste dans notre ligne éditoriale.