

Historia opère sa mue

mer 21/02/2024 - 16:08



Durant une conférence de presse en novembre dernier, le groupe Les Echos-Le Parisien avait promis une mise à jour de son pôle Arts & Histoire. Après la nouvelle formule de [Connaissance des Arts](#), visible dans son numéro de novembre, c'est désormais au tour d'Historia (Codification : 13475 ; Prix : 6,90 €) de mettre le paquet.

Le magazine, distribué à près de 60 000 exemplaires chaque mois, clôturait le mois de février avec une nouvelle formule, présente dans le numéro de mars en vente aujourd'hui. Depuis ce matin, ce renouvellement, piloté par son directeur éditorial Franck Ferrand, et Eric Pincas, rédacteur en chef depuis 2014, opère des changements sur tous les plans.

Le nouveau chapitre s'ouvre sur des transformations visuelles de la couverture à la maquette, en passant par le logo, la charte graphique et l'iconographie. Exit le rouge historique, le jaune devient la couleur forte en une. La couverture présente « désormais trois sujets majeurs, invitant ainsi les lecteurs à plonger dans un univers riche et varié dès le premier regard » indique un communiqué. Le daté mars signe un dossier sur les métamorphoses de la langue française, deux focus sur le rôle de l'écrivain Ernest Hemingway pendant la guerre et sur la poétesse du désir Sappho.

L'histoire au centre de tout

Sur le plan éditorial, Historia met l'accent sur des récits incarnés. Il offre des dossiers plus condensés tout en abordant une plus grande diversité de sujets couvrant toutes les dimensions historiques. L'intérieur du magazine se réorganise et laisse une place plus conséquente aux femmes. D'ici les prochains numéros, de grandes plumes littéraires, académiciens et auteurs renommés interviendront plus régulièrement.

La revue, qui avait été reprise par le groupe Les Echos-Le Parisien aux éditions Croque Futur (Challenges, Science & Avenir...) de Claude Perdriel, entend « recruter de nouvelles audiences et relever le défi du jeune public ».

En parallèle des changements éditoriaux, Historia offre des améliorations au digital. Il développe son offre autour d'un site web et des réseaux sociaux. Plus de 20 ans d'archives du magazine, soit plus de 20 000 articles, seront consultables, et des articles natifs seront publiés quotidiennement.

Avec plus de 50 000 exemplaires diffusion France payée (DFP) vendus sur l'année 2023 selon l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM), Historia, fondé en 1909, fait partie des piliers de la presse culturelle dédiée à l'Histoire. Il atteint le stade des ventes au numéro individuel de 6 831 exemplaires en moyenne d'après les données de l'ACPM, soit 15,20% de sa diffusion globale.