

lun 04/03/2024 - 18:06



Une entrée dans la modernité. Le Groupe Sud Ouest a annoncé une nouvelle configuration de l'ensemble de ses titres.

Les parutions quotidiennes (Sud-Ouest, Charente Libre, Dordogne Libre, La République des Pyrénées, L'Éclair) et hebdomadaires (Le Résistant, La Dépêche du Bassin, Haute Gironde) adoptent conjointement une formule modernisée.

### ***Grande cure de jouvence***

Après de longs mois de réflexion, les titres du groupe Sud Ouest sortent transformés dans un tout nouvel écrin. Ils offrent aux lecteurs "un meilleur confort de lecture en donnant toujours la priorité à l'information", indique l'éditeur. Les journaux locaux optent pour un nouveau format afin de "s'adapter à l'explosion des coûts du papier sans pénaliser l'offre éditoriale", indique Christophe Galichon, directeur pôle médias groupe Sud Ouest. La taille en hauteur est réduite de 12 %, tandis que la largeur reste identique.

Le nouveau format, qui repense tous les procédés de fabrication à commencer par une proposition visuelle moins consommatrice d'encre et de papier, revoit les logos des journaux, à l'exception de la Dépêche du Bassin et de Haute Gironde. Sud Ouest conserve sa couleur rouge et "laisse apparaître deux encoches pour symboliser l'évolution, le mouvement, l'ouverture vers le territoire de Nouvelle-Aquitaine".

### ***Une quête de modernité***

La volonté d'innovation et d'évolution du groupe se traduit par l'arrivée de trois chartes graphiques différentes pour Sud Ouest, les titres de presse départementaux et les hebdomadaires. Dans un souci d'esthétisme, une nouvelle typographie célèbre "la couleur, le traitement des visuels et des photos". "Parmi les objectifs, il s'agissait donc de mieux hiérarchiser, mieux rythmer, varier les temps de lecture", souligne Grégory Leduc, directeur de création spécialisé en design éditorial dans un article du Groupe Sud Ouest.

Le journal Sud Ouest renouvelle également son déroulé. Les pages "Sud Ouest et vous" laissent place à des pages thématiques mieux identifiables. Une attention toute particulière a été accordée à l'éditorial, placé au début. Le "Fait du jour", qui conserve sa place, a quant à lui été assoupli. Le visuel de la rubrique "Le piéton" est repensé. D'une manière générale, de nouveaux rendez-vous éditoriaux sont créés. Soucieux d'informer le plus grand nombre, le titre n'a pas vu sa pagination modifiée.

Fruit d'une collaboration entre les rédactions, les services techniques, la régie publicitaire, le service marketing et des ventes, la nouvelle version des éditions papier "modernise l'ensemble des marques, titres et l'image du groupe", souligne Emeline Saëz, directrice marketing du Groupe Sud Ouest.