

Télérama se donne un nouvel élan

mar 24/09/2024 - 11:13



On prend les mêmes et on recommence. Télérama, fondé en 1947, connaît quelques changements cette année, toujours sous la houlette du groupe Le Monde. A partir de son numéro du mercredi 25 septembre, l'hebdomadaire se voit "entièrement renouvelé".

Dans son nouveau style, qui veut tordre le cou aux clichés d'un titre présenté comme "élitiste" et "austère", le magazine culturel prolonge son rôle de passeur de culture en gardant la même codification (02773) et le même prix (4,20 euros).

Du neuf avec du vieux

Inchangé depuis plus de dix ans, le magazine, qui affiche une diffusion France payée de près de 425 000 exemplaires en moyenne chaque semaine, installe une mise en page avec des choix graphiques importants. A l'initiative de Laurent Abadjian, directeur photo de la revue, l'image occupe une plus grande place. De nouvelles rubriques comme "Voyages" voient le jour. Cette dernière observe une destination à travers le prisme de la culture. "Beaux Gestes" introduit une personnalité qui va pouvoir partager son savoir-faire dans les domaines du beau et du bon.

"Il était temps d'ouvrir les fenêtres vers toutes les formes d'expressions créatives et de bousculer nos habitudes", a souligné Valérie Hurier, directrice de la rédaction depuis janvier

2023, lors d'une conférence de presse organisée au théâtre du Rond-Point à Paris.

Les évolutions éditoriales impulsées par Valérie Hurier apportent une balade musicale au sein d'une ville avec un artiste. Le premier invité n'est autre que Londres en compagnie du musicien et DJ Jamie XX. Il se dote de portfolios pour donner toute "la place au travail des photographes" et de "masterclass". Le format s'ouvre avec le réalisateur François Ozon. Une page de courrier des lecteurs fait également son apparition à la fin du magazine.

Les éternelles grilles de programmes de la TNT sont resserrées en une double page sans sacrifier aucune chaîne, tandis qu'une grande visibilité est désormais accordée chaque semaine aux recommandations des plateformes gratuites et payantes (Netflix, Max, Prime Video, TF1+, France.Tv...).

Avec cette nouvelle esthétique "plus épurée", Télérama part à la "conquête de nouvelles générations de lecteurs curieux de culture sous toutes les formes", pointe Fleur Lavedan, présidente du directoire du magazine.

Une adaptation à l'ère des plateformes

Pour accompagner ces évolutions dans le papier, les déclinaisons numériques affirment aussi leur ambition. Un ensemble d'évolutions est ainsi mené. En 18 mois, Télérama a procédé à la refonte du site et au renouvellement total de l'application. La revue fait évoluer son offre de service sur le site et l'application pour répondre à l'évolution des usages audiovisuels.

Depuis cette semaine, un outil permet aux lecteurs de "regarder plus et chercher moins". Le service offre un moyen de créer une liste personnalisée de recommandations et d'accéder aux recommandations de la rédaction.

En l'espace de deux ans, la nouvelle direction de Télérama a introduit plusieurs changements, dont l'arrivée d'une nouvelle génération de journalistes et la création d'une cellule enquête.