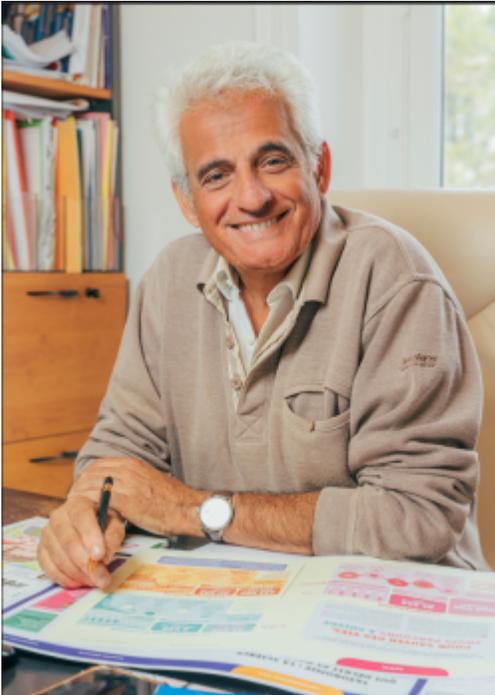


Jean-Paul Arif : "Le réseau des marchands de presse reste notre premier réseau, il est essentiel pour nous"

ven 04/10/2024 - 10:52



Le magazine [Puzzle](#) vient de sortir. A l'occasion de l'arrivée de ce trimestriel, Jean-Paul Arif, président des Editions Scrineo, présente sa feuille de route. L'occasion de parler du présent et du futur du groupe de presse. Un entretien à retrouver en intégralité dans le numéro 502 d'Union Presse, daté octobre 2024.

Vous lancez, après une campagne de financement participatif réussie, Puzzle, une nouvelle revue d'actualité. Comment est né ce nouveau projet ?

Parler d'une revue trimestrielle d'actualité, c'est un oxymore, c'est complètement paradoxal. Je crois que l'infobésité, cette surabondance d'information, crée une certaine forme d'agitation, peut-être même d'angoisse. Tout notre pari, c'est justement de faire l'opposé, d'adopter le rythme trimestriel pour prendre du temps. A la différence de L'Eléphant, Puzzle, abordera uniquement des sujets d'actualité avec de la politique, des dossiers sociétaux, de la géopolitique...

Nous ferons toujours appel à des chercheurs ou enseignants pour traiter les sujets dans leur globalité. Côté maquette, une large place sera consacrée à la donnée, aux infographies, aux cartes. Nous mettrons aussi chaque trimestre une région à l'honneur, en commençant par l'Occitanie.

Quel sera le modèle économique de ce nouveau titre ?

Le premier numéro de Puzzle sera tiré à 40 000 exemplaires pour une assiette de distribution de 6 500 à 7 000 points de vente. Côté prix, nous tentons là aussi un pari, celui de proposer un mook à moins de dix euros. Avec une valeur faciale de 9,90 euros, l'investissement sera plus difficile à amortir. Le modèle sera résolument tourné vers la vente au numéro, et nous comptons donc sur le réseau pour nous soutenir.

Quel est l'importance du réseau des marchands de presse pour Scrineo ?

Le réseau des marchands de presse reste notre premier réseau, il est essentiel pour nous. Nous faisons tout ce que nous pouvons pour le défendre. Dès le lancement de L'Eléphant, nous n'avons par exemple pas proposé de remises sur le prix de l'abonnement, et nous conservons cette logique pour Puzzle. Le réseau nous a toujours soutenus, nous y sommes très attachés et voulons continuer à nous appuyer sur lui. Pour soutenir le lancement de notre nouveau trimestriel, nous allons financer un plan de communication et de promotion sur le lieu de vente important. Nos réglages sont confiés à la société A juste Titres, et nous communiquons autant que possible au réseau via des newsletters professionnelles, à hauteur de nos moyens. Je constate que, dans le secteur de l'édition, la librairie indépendante s'en est mieux sortie ces dernières années que les grandes surfaces. Parce qu'elle connaît sa clientèle qu'elle est active, qu'elle propose des animations. J'ai pu constater que dans le réseau presse, certains points de vente aussi font ce travail essentiel. En tant qu'éditeurs, nous avons également un rôle à jouer, en proposant de nouveaux magazines, et en incitant dans nos communications nos lecteurs à se rendre dans le réseau.

Quel sont vos perspectives pour fin 2024 et 2025 ?

Nous allons en premier lieu nous consacrer au lancement de Puzzle, qui sera assez structurant pour la suite. Nous avons déjà un beau programme prévu pour l'année 2025 avec nos titres, leurs hors-séries. Nous y croyons, et nous mettrons les moyens pour y arriver.