

La nouvelle formule de Terre de Vins vue par Sylvie Tonnaire

ven 14/02/2025 - 10:00



Fondatrice du magazine Terre de Vins, Sylvie Tonnaire a su porter son magazine pour en faire l'un des incontournables du secteur viticole. En ce début d'année, la directrice de la rédaction évoque la nouvelle formule qui vient de paraître, juste après avoir franchi la barre des 100 numéros.

Qu'est-ce que Terre de Vins représente pour vous ?

Terre de Vins c'est un média en 360, qui a en pierre angulaire le magazine papier. C'est aussi une aventure, je l'ai créé en juin 1999. En 2010, Sud-Ouest rachète le magazine. À partir de cet instant, nous avons élargi notre terrain au niveau national. On a développé beaucoup d'activités autour du magazine, notamment notre branche événementielle. Depuis janvier 2023 nous sommes également passés à une diffusion mensuelle, contre bimestrielle auparavant.

Pourquoi avoir décidé de changer la formule de Terre de Vins ?

À mes yeux, le papier, c'est quelque chose de vivant. J'ai toujours fait évoluer le magazine, que ce soit dans le rubriquage ou la maquette. Il y avait la volonté de toujours avancer. Il y a quelques années, il y a eu le changement de la typographie du magazine par exemple, mais ça n'est pas aussi visible. Avec cette nouvelle formule, il y a la volonté d'aller vers l'avant, de donner un vrai rafraîchissement à la maquette. C'est quelque chose d'important pour les lecteurs d'aujourd'hui et de demain. Il faut s'adapter aux tendances ; par exemple nous avons abandonné la couverture vernie, qui faisait trop vieille et nous avons mis davantage en valeur les blancs.

Comment avez-vous procédé pour mettre au point cette nouvelle formule ?

C'est un travail sur le fond, rubrique par rubrique, pour chacune, on se demande si elle reste ou si on l'enlève... Finalement, quelques unes ont disparu, d'autres ont changé de formes, d'autres

ont été créées. On parle d'un travail qui s'étend sur une année entière. Chaque collaborateur doit porter ce magazine et être un acteur de ce changement, atelier après atelier, on a mobilisé tout le monde. Après ce travail de rubriquage, on a collaboré avec l'équipe des graphistes de Sud-Ouest pour définir notre nouvelle direction artistique. C'est une étape comme à l'ancienne, on a tapissé les murs de la salle de réunion avec des punaises et des papiers, puis on a sélectionné des éléments qui paraissaient actuels, frais et lisibles pour les lecteurs. On a aussi réfléchi à comment mettre plus en avant les photos, c'est un élément qui a de l'importance pour nous.

Qu'est que le lecteur va retrouver de nouveau dans les pages de ce numéro ?

Il va retrouver du blanc ! Je suis une fervente partisane des blancs ! La maquette est très aérée avec plus d'iconographies, plus d'illustrations et bien sûr, des photos de meilleure qualité. Le lecteur va retrouver les grandes rubriques du métier. Tous les vins présents dans le magazine sont notés sur cinq. Les rubriques dégustations ont été thématisées et sont accolées à un sujet qui l'introduit. Dans ce numéro, il y a un sujet Beaucastel-Châteauneuf-du-Pape blanc, et après, une dégustation d'un Pape blanc. Il y a un dossier thématique sur comment devenir vigneron. On retrouve le traditionnel grand dossier formation, avec une mise en page nouvelle. Le plus important, c'est que ce sont les acteurs du secteur qui parlent, c'est important d'avoir beaucoup de témoignages.

Comment cette nouvelle formule renforce-t-elle le lien entre les acteurs du vin et le public ?

On met l'humain au cœur de notre travail. Il y a beaucoup de portraits et de témoignages. On commence par une rencontre, on la met en lumière pour la partager aux lecteurs ; c'est le cœur de la mécanique Terre de Vins. Jamais il n'y aura un dossier sans témoignages. On tente d'offrir au lecteur une expertise humaine du secteur.

Avez-vous un message à faire passer aux marchands de presse ?

Je leur dis simplement : lisez-nous et montrez-nous. Qu'ils prennent dix minutes pour ouvrir le magazine et partager avec nous ces rencontres. Je fais régulièrement des voyages, parfois, je le cherche longtemps et des fois, il est en vitrine, et là, ça me fait plaisir. On travaille énormément sur les couvertures, pour les rendre belles et qu'elles donnent envie d'être mises en avant.