union PRESSE

Six questions à Olivier Thévenet, directeur de la publication de Terre Sauvage

jeu 02/07/2026 - 15:40

À la fin du mois de mai, vous avez dû apercevoir le nouvel aspect de Terre Sauvage. En effet, le magazine a rejoint les points de vente avec quelques changements, inaugurés dans une nouvelle formule. Olivier Thévenet, directeur de la publication, revient sur les évolutions de la nouvelle configuration.

Quelles raisons ont motivé le lancement d'une nouvelle formule ?

Il y a différentes raisons. Premièrement, cela fait partie de l'évolution naturelle d'un magazine de lancer une nouvelle formule. Dans le cas de Terre Sauvage, la dernière refonte datait de dix ans. Il était donc temps de nous renouveler. Il nous paraissait important de marquer notre anniversaire par une nouvelle formule éditoriale. Nous avions aussi l'envie de coller davantage aux préoccupations sociétales que sont devenues les thématiques qui occupent Terre Sauvage : la nature, le vivant, la biodiversité, le sauvage.

Comment les nouvelles dynamiques sociétales se traduisent-elles dans le magazine ?

Elle sont visibles à la fois via un fonds éditorial qui change, avec des nouvelles rubriques qui vont aborder ces thématiques de façon différente par rapport à ce que nous proposions précédemment. Par exemple, une rubrique "Grand Entretien" recevra des invités plus ancrés dans la société, et qui ne sont des spécialistes du monde de la nature. Nous proposons aussi de nouvelles rubriques et accueillons de nouveaux contributeurs, comme Élisabeth Quin, journaliste et présentatrice de l'émission "28 minutes" sur *Arte,* ou encore Yann Marguet, humoriste et chroniqueur chez nos confrères de "Quotidien" sur *TMC*. Le monde de l'art sera aussi concerné par cette ouverture avec une chronique mensuelle sur l'art et la nature. L'idée est d'ouvrir à des sujets qui croisent la ligne éditoriale de Terre Sauvage. Je pense qu'avec cette nouvelle formule,

le magazine devient aujourd’hui, peut-être, davantage tourné vers la culture du vivant.

Le graphisme tient-il une place importante dans votre refonte ?

Il y a un changement assez important au niveau de la maquette qui a été complètement repensée. Les lecteurs peuvent découvrir une nouvelle direction artistique, réalisée par une agence spécialisée : Funnybones. Le logo a été aussi repensé, et la pagination du magazine augmentée. La parution passe de 100 à 116 pages, avec un nouveau papier intérieur et une nouvelle couverture.

Le tirage du premier numéro de la nouvelle formule a-t-il augmenté ?

Le tirage augmente, l'implantation aussi, et particulièrement chez les marchands de presse. La mise en place des exemplaires du numéro de juin, en points de vente, a quasiment doublé par rapport à celle d’avant. La nouvelle formule est une occasion pour réimplanter le magazine en augmentant l’assiette de distribution et le nombre d'exemplaires mis en place. Terre Sauvage sera présent chez davantage de marchands de presse. Il y a notamment une implantation plus forte à Paris, en région parisienne et dans les grandes villes.

Qu'est-ce que cela représente pour vous et pour toute l'équipe de contribuer au prolongement d'un média historique ?

Nous nous sentons les héritiers d'une belle histoire. Les titres de presse magazine qui ont 40 ans sont très rares. Nous sommes assez fiers de porter cet héritage-là et de l'avoir porté jusqu'à maintenant. Je suis également fier et heureux de pouvoir relancer Terre Sauvage et tout son écosystème. Nous espérons tous demain, en faire une marque référente dans le domaine du vivant et du sauvage.

Dans le cadre des quarante ans du magazine, réservez-vous d’autres surprises ?

En plus du numéro inaugurant la nouvelle formule, nous prévoyons de sortir un numéro spécial anniversaire probablement pour la fin de l'année.