union PRESSE

La Tribune du réseau Presse lance sa nouvelle signature

jeu 17/09/2026 - 12:33

La Tribune du réseau Presse se tourne vers l'avenir. Le magazine dévoile une nouvelle identité, pensée pour raconter au mieux la profession. Trois ans après, il installe une nouvelle signature sous la codification historique de 19855.

73 années plus tard

L'identité de la revue se perpétue. Le nouveau logo casse les codes, destinés à marquer l'évolution de l'activité de presse. Il reprend les éléments historiques dont le "T" majuscule. Le duo de couleurs rouge et noir fait leur apparition en remplacement du jaune et bleu. Le cadre rond vire à la forme rectangulaire. Habillé du vert emblématique, les titres de rubriques gardent le cap. La couleur verte est plus marquée. "Echos de la capitale" délaisse le jaune pour se tourner vers le vert de ses pairs.

À l'occasion de ce numéro, vendu à 7,60 euros, La Tribune du réseau Presse remonte le fil de son histoire commencée en 1953. Depuis sa création sous le nom de Dépositaire de France, le mensuel raconte ses différentes vies. Le voyage dans le passé fait découvrir sa vie sous sa deuxième renaissance intitulée La Tribune de la Vente.

La politique et la presse font bon ménage

Le magazine crée l’événement. Il offre les réflexions et les convictions de Catherine Pégard, ministre de la Culture, qui s’adresse pour la première fois à la profession. Elle livre sa vision de la presse, tant en sa qualité de ministre qu’en tant qu’ancienne journaliste, de ses défis et des difficultés auxquelles elle est confrontée jusque dans son modèle économique.