

6 questions à Thierry Masclot (Prisma Media) pour le lancement de 100 % Programmes TV



Le pôle Entertainment de Prisma Media complète son portefeuille de titres, en lançant le 7 novembre un nouveau magazine télé : le quinzomadaire 100 % Programmes TV. Les explications de Thierry Masclot, rédacteur en chef du pôle TV-Entertainment chez Prisma Media.

Quel est le concept de ce titre ?

Ce quinzomadaire a une promesse claire. Il s'agira du magazine télévisé le moins cher du marché à la semaine (codification 04460, vendu 1,20 euro). Il comprend 100 pages, dont 86 grilles de programmes, six pages de recommandations de programmes (séries, films et émissions), une grande interview en début de magazine, ainsi qu'une page de jeux. On se remet souvent en question au sein de Prisma Media, mais ce qui est certain, c'est que le groupe conserve ses parts de marché sur ce segment (avec ses trois autres titres, Télé 2 semaines, Télé-Loisirs, TV Grandes Chaînes). Nous sommes précurseurs sur ce marché et il y a de la place pour un titre comme celui-ci !

Et côté contenus ?

Pour son lancement, 100 % Programmes TV consacre sa Une à Jean-Luc Reichmann, qui nous accorde une interview. Le magazine propose également une double page sur chaque genre de programmes, propose les grilles complètes de l'ensemble des chaînes gratuites de la TNT, et une page de mots fléchés. Nous visons un public très large, le même que pour nos quinzomadaires déjà distribués sur le réseau presse.

Quelle est la mise en place ?

Ce premier numéro est tiré à 250 000 exemplaires. Nous soutenons ce lancement avec un plan de promotion conséquent : affichage urbain national, dispositifs de mise en avant vitrine et présentoirs caisses (NAP Dyna City Plus).

En quoi la crise sanitaire a-t-elle impacté les titres divertissement du groupe ?

Malgré l'impact de la crise, nos trois titres TV sont en bonne santé économique et font preuve de dynamisme. Il y a 15 jours, Télé-Loisirs a par exemple publié un numéro dont le chanteur Julien Doré était rédacteur en chef. Nous avons inclus des pages de jeux, comme dans TV Grandes Chaînes, et les retours des lecteurs nous montrent que cela a été très apprécié. Côté diffusion, les performances de nos titres se situent dans la moyenne du marché de la presse TV, aux alentours de -5 % (source ACPM 2019/2020).

Un message à adresser aux marchands de presse ?

Prisma Media démontre de façon constante son soutien à la presse papier et sa croyance en l'avenir, notamment pour les titres du pôle divertissement. La meilleure preuve réside dans les lancements que nous continuons à porter. 100 % Programmes TV suscite une réelle attente et nous sommes convaincus qu'il trouvera sa place. Il est totalement dédié au public de presse télévisée, très serviciel et la politique de prix est agressive. La semaine prochaine, nous lancerons un autre magazine TV. Nous avons toute confiance dans le soutien et l'accompagnement des marchands.

Un dernier conseil pour bien positionner 100% Programmes TV en linéaires ?

Nous conseillons aux marchands de le placer dans le linéaire des magazines télévisés et des quinzomadaires, à côté de ses concurrents directs.

UNION PRESSE - 16 place de la République - 75010 Paris - Tél. : 01 42 40 27 15 - [Contact](#) - [Mentions légales](#)

Source URL: <https://unionpresse.fr/6-questions-thierry-masclot-prisma-media-pour-le-lancement-de-100-programmes-tv>