

Cinq questions à Sophie Charnavel, directrice des éditions Robert Laffont autour du lancement du mook D2ux mille vingt-d2ux



À l'occasion de l'élection présidentielle, Prisma Média accompagne Editis pour la mise en place du mook D2ux mille vingt-d2ux aux éditions Robert Laffont, sur le réseau presse (codification 14630,19 euros). Sophie Charnavel, directrice des éditions Robert Laffont, nous en dévoile le concept.

Les lecteurs s'apprêtent à découvrir D2ux mille vingt-d2ux à l'occasion de la présidentielle. Quel est le concept de cette nouvelle revue ?

Ayant travaillé dans différentes maisons d'édition, comme Plon, Flammarion, ou à la direction éditoriale de Fayard, j'ai surtout l'expérience du monde du livre, et non du magazine. Celle des livres politiques ou d'investigation, écrits par des experts ou des journalistes, par exemple. L'idée autour de D2ux mille vingt-d2ux était de créer un lieu avec du récit autour de la vie politique française. De proposer un concentré de rebondissements, de trahisons et de lieux de pouvoirs. Aujourd'hui, il n'y a pas forcément la place, dans la presse française, pour la revue narrative. D2ux mille vingt-d2ux n'est pas une revue d'opinion avec des points de vue ou des débats. C'est un objet de narration construit avec des plumes de tous horizons, avec des journalistes politiques et d'investigation et des pigistes. Nous souhaitons mettre en avant des endroits composites et investiguer des lieux de pouvoirs. Mettre en avant des personnalités et des influenceurs venant raconter cette présidentielle, aux côtés d'historiens, de psychologues ou encore de sémiologues pour décrypter des séquences. Et puis, valoriser des dessinateurs à chaque nouveau numéro, comme Kokopello par exemple, ou encore la rubrique "L'Oeil du Photographe" animée par Eliot Blondet. Et puis, nous proposerons des interventions d'experts ou d'auteurs écrivant sur ce sujet, comme le fait Serge Joncour, par exemple. Quant au second numéro de 2022, il sera consacré aux meetings.

Vous prévoyez la parution de quatre numéros...

Il s'agit en effet d'explorer les personnages, les lieux et les organisations qui feront cette présidentielle. Nous évoquerons le rôle de Jean-Louis Borloo dans la campagne, par exemple. Le second numéro sortira mi-février et le troisième mi-mars au moment du premier tour. Quant au quatrième, il est prévu pour fin mai ou début juin. Nous n'avons pas les mêmes délais dans l'édition. Par conséquent, nos problématiques sont plus complexes en matière de délais.

Quels sont vos ambitions avec ce titre ?

D2ux mille vingt d2ux est mis en place à 30 000 exemplaires dans le réseau presse, pour un tirage global aux alentours de 45 000 exemplaires.

De quelle façon les éditions Robert Laffont ont-elles été amenées à travailler avec Prisma Media ?

À l'origine, il s'agissait d'une réflexion orientée vers le réseau librairie. En discutant avec la direction du groupe, nous en avons finalement conclu que le mook trouverait tout aussi bien sa place chez les marchands de presse. Et de manière assez naturelle, les discussions avec Prisma Media se sont mises en place.

Avez-vous un message à adresser aux marchands de presse ?

Nous faisons le pari de la diversité. Sans partis-pris clivants. Les marchands peuvent expliquer à leur clientèle qu'elle peut faire preuve de curiosité citoyenne en achetant ce nouveau magazine. Ils pourront la placer au linéaire news/ actualités. Et mentionner le fait que découvrir les coulisses de la fabrique de la présidentielle n'est pas commun : le public ne lira pas ce type de contenus dans la presse grand public.

Crédit photo : Jacob Krist.

Mentions légales

Source URL: <https://unionpresse.fr/cinq-questions-sophie-charnavel-directrice-des-editions-robert-laffont-autour-du-lancement-du-mook>