

## Quatre questions à Dominique Roger, rédacteur en chef de Détours en France

ven 09/07/2021 - 10:31



*Détours en France lance aujourd'hui une nouvelle formule pour mieux prendre en compte les nouvelles attentes de ses lecteurs. Les explications de son rédacteur en chef Dominique Roger.*

### **Pourquoi avoir choisi de lancer cette nouvelle formule ?**

Nous avons déjà retouché le magazine il y a un peu plus de quatre ans, mais cette fois, nous sommes allés beaucoup plus loin. La crise sanitaire nous a forcés à regarder les choses différemment, à prendre en compte de nouvelles habitudes de consommation et d'attentes comme la protection de l'environnement, le tourisme responsable. Selon moi, cela va au-delà de simples tendances, ce sont plutôt de nouvelles valeurs qui émergent et vont s'ancrez chez les Français. Notre nouvelle formule doit coller à ces attentes.

### **Concrètement, quels changements ?**

Nous avons déjà intégré ces nouvelles préoccupations à Détours en France, mais elles seront désormais présentes de façon beaucoup plus lisible et explicite. Les balades et randonnées inviteront par exemple au plus grand respect de l'environnement. Nous proposerons des expériences de voyages et de loisirs actifs, où il faudra sortir des sentiers battus. Nous mettrons aussi l'accent sur les produits du terroir, les artisans et les producteurs. Les fondamentaux de Détours en France ne changent pas : nous emmenons nos lecteurs à la découverte de nos régions, du patrimoine sous toutes ses formes. Mais nous modernisons le tout pour proposer un regard un peu insolite et décalé. Côté forme, un gros travail a été fait sur la couverture et, pour la première fois en plus de 30 ans, nous avons osé toucher au logo ! Globalement, le magazine est beaucoup plus séquencé, rythmé, et lisible. Et bien sûr, nous avons conservé la carte Michelin, très plébiscitée par nos lecteurs, car elle leur permet de rêver et se projeter.

### **Côté réseau, comment allez-vous soutenir ce lancement ?**

L'été est logiquement la meilleure période de l'année pour mettre en avant et vendre la presse tourisme. Nous prévoyons un vaste dispositif de mise en avant de Détours en France dans le réseau. Côté mise en place, pour le lancement de cette nouvelle formule, le tirage a été augmenté à 60 000 exemplaires, et l'assiette de distribution élargie à 12 500 marchands. Nous prévoyons aussi l'installation de 50z0 présentoirs trois facings permettant de présenter l'ensemble de notre gamme : le numéro régulier, notre hors-série sur les plus beaux villages de France, et notre hors-série Echappées Belles, avec une présence densifiée dans le Sud-Ouest. Je pense que les marchands auront tout intérêt à bien exposer ces titres, et bénéficier de l'intérêt des Français pour la redécouverte de notre pays.

### **Après les confinements, le segment de la presse évason s'est étoffé de nouveaux titres récemment. Comment affrontez-vous cette nouvelle concurrence ?**

Jusqu'à-là, Détours en France était l'un des seuls magazines à se consacrer entièrement à la découverte de nos régions. Il se distingue toujours par son côté monothématique, avec une région traitée à fond sur une centaine de pages. A une époque, nous avons d'ailleurs tenté de diversifier notre sommaire et cela n'avait pas fonctionné : nos lecteurs en veulent toujours plus sur une seule région. Sur le segment, il est vrai que la concurrence s'est étoffée. Editorialement, tout cela est logique et répond aux nouvelles attentes des lecteurs. La concurrence est saine et stimulante. A nous d'être les meilleurs !

•