

Trois questions à Claude Perdriel, directeur de Challenges



L'emblématique dirigeant de presse fait le pari, en 2019, d'augmenter sensiblement la vente au numéro de Challenges. Ses explications, à retrouver en intégralité dans le numéro 433 d'Union Presse.

Vous pensez continuer de miser sur la vente au numéro en 2019 ?

Absolument. A tel point qu'avec les 70 journalistes de la rédaction de *Challenges*, nous faisons le pari d'augmenter les ventes au numéro de l'hebdomadaire de 30 à 40 % cette année ! On peut me penser fou, mais alors nous sommes 70 fous ! Pour relever le défi, dès le 17 janvier, la pagination va augmenter, la rédaction va être renforcée, et nous allons muscler notre stratégie éditoriale autour de sujets qui, selon nous, sont vendeurs. Le prix de vente restera inchangé à 4,20 euros, ce qui est déjà assez élevé. Sous la houlette de notre directeur commercial Valéry Sourieau, nous prévoyons aussi un plan de soutien à la vente au numéro de *Challenges*, à hauteur d'un million d'euros (campagne promotionnelle, PLV, spots radio...). En d'autres termes, dans la crise, on investit, et je crois que ça va marcher. Je vous donne rendez-vous dans quelques mois !

Vous maintenez donc votre confiance dans le réseau ?

Non seulement je la maintiens, mais je la renforce : à *Challenges*, les journalistes sont par exemple sensibilisés au fait qu'ils doivent écouter ce que les marchands de presse nous conseillent pour vendre. Ils sont nos intermédiaires par rapport aux lecteurs, ce sont eux qu'il faut faire parler ! J'irai même plus loin : dans le contexte actuel, je pense que moderniser Presstalis est une nécessité, de même que réformer la loi sur la distribution de la presse. Mais c'est aussi une nécessité de faire en sorte que la marge des marchands de presse augmente. Si la vente au numéro souffre, c'est aussi parce que des points de vente ferment, parce que les conditions sont difficiles. Nous devons tout faire pour renforcer l'attractivité du métier.

Et pour les autres titres de votre groupe ?

Sur 2018, les ventes au numéro de *L'Histoire* ont progressé de 8 %, celles d'*Historia* de 20 %, et de 15 % pour le *Nouveau Magazine Littéraire*. Et cette année, j'espère encore une hausse autour de 15 % pour les titres histoire. Nous allons en tout cas investir pour être plus visibles dans les points de vente. C'est la preuve que tout est possible. Mais on a eu tendance à oublier l'essentiel : le premier propriétaire d'un journal, ce sont ses lecteurs. Si on leur donne ce qu'ils ont envie de lire, ils achèteront.

UNION PRESSE - 16 place de la République - 75010 Paris - Tél. : 01 42 40 27 15 - **Contact** - **Mentions légales**

Source URL: <https://unionpresse.fr/trois-questions-claude-perdriel-directeur-de-challenges>