

Trois questions à Eric Fottorino, fondateur du 1

jeu 01/04/2021 - 13:57



Sept bougies... et un air de nouveauté. L'hebdomadaire Le 1, créé en 2014 par Eric Fottorino, fête ses ans cette semaine. Pour l'occasion, le journal se modernise, en accordant notamment une plus grande part à l'illustration graphique. Les explications de son fondateur.

Pourquoi avoir choisi de faire évoluer Le 1 cette année ?

Nous avons pensé que nos sept ans marquaient le bon moment pour faire un bilan, voir ce qui fonctionnait et ce qui s'était un peu usé, ce qui paraissait un peu moins neuf. Nous modernisons l'apparence du journal, avec une place plus affirmée pour l'image, le tout sans changer de format. L'idée n'est pas celle d'une nouvelle formule, mais au contraire d'aller au bout de la formule du 1. Cela passe notamment par l'introduction, environ une fois par mois, de ce poster qui par toute sa dimension, toute son utilité, enfonce le clou en quelque sorte. Il s'agit de proposer des infographies très pédagogiques, qualitatives, avec un texte totalement intégré à la réflexion. Cet élément très différenciant dans la presse nous permet de franchir un palier dans

l'utilité du 1, un peu comme les pages d'une encyclopédie dans lesquelles il y aurait un niveau pour voir, et un niveau pour lire.

Comment se porte Le 1, en particulier en termes de vente au numéro ?

La vente au numéro reste très importante pour nous, même si elle est impactée par la crise, en particulier avec la fermeture provisoire de nombreux Relay. Nous écoulons en moyenne entre 12 000 et 15 000 exemplaires par semaine dans le réseau, et souhaitons encore développer ces ventes. Parallèlement, nous avons passé le cap de 25 000 abonnés. Mais ces lectorats sont complémentaires : les abonnés souhaitent ne manquer aucun numéro, dans une approche quasi patrimoniale, tandis que chez les quelque 10 000 marchands servis, nous attirons des lecteurs plus occasionnels. La vente au numéro, c'est notre électricité chaque semaine, c'est l'incarnation de ce « combat de rue » qu'est la presse, elle est au cœur même du débat public. Avec ces changements éditoriaux, nous souhaitons précisément inciter de nouveaux lecteurs à venir chercher le 1 dans les points de vente, en marquant notre différence pour convaincre les clients qu'ils y trouveront autre chose. Notre poster va, selon moi, être un argument de vente chez les marchands. D'ailleurs, nous pourrions envisager, en fin d'année, de réunir une douzaine de ces posters dans un objet à part, vendu dans le réseau.

Avec la liquidation de Presstalis, la crise de la distribution et celle du Covid, l'année 2020 a été difficile pour votre entreprise. Envisagez-vous néanmoins de nouveaux projets cette année ?

La liquidation de Presstalis a effectivement eu un impact majeur, puisque dans un premier temps, ce sont 750 000 euros qui sont partis en fumée pour nous. Mais, après les démarches faites au nom du 1 et d'autres éditeurs, ces sommes nous ont été remboursées par les pouvoirs publics fin décembre, et je suis reconnaissant à la DGMIC d'avoir tenu ses engagements sur ce point. En revanche, notre chiffre d'affaires continue à être prélevé de 2,25 % alors que nous avons quitté Presstalis, et nous avons demandé à ce que ces sommes soient mises sous séquestre. Il est inique de payer pour une structure qui a failli, alors que nous ne faisons pas partie de celle qui a ensuite été mise en place. Dans ce contexte, pour 2021, nous prévoyons surtout de consolider notre activité, ce qui n'empêche pas d'avancer. Nous systématisons les quatre hors-séries par an du 1, qui marchent bien et qui, avec un prix de 6,90 euros, sont particulièrement intéressants pour les marchands. Celui sur Camus s'est par exemple écoulé à plus de 12 000 exemplaires. Nous déclinons également l'hebdomadaire avec cinq 1 des libraires, notamment autour de la rentrée littéraire, du polar, du voyage... Le 1 évolue, Zadig est désormais bien installé, et Légende est sur de bons rails, avec un numéro sur Coluche notamment qui a connu de très belles ventes. Bien faire ces trois titres ambitieux, c'est déjà pas mal !

Crédit photo : Dominique Maitre

•