

+ la lettre

Les clés de

La presse

La boîte à outils des professionnels de la presse

L'événement

L'Obs s'engage à soutenir les kiosques

+ L'Obs maintient sa présence en kiosques en adoptant une politique volontariste de distribution dans de nouveaux points de vente, tout en maintenant le cap du numérique, dont la croissance s'est accélérée ces dernières semaines. Pour autant, le news magazine est durement touché par la fuite des annonceurs, avec des pertes de revenus estimées à 70 %, nous explique Dominique Nora, directrice de la rédaction.

Une politique volontariste de soutien des kiosques

L'engagement de L'Obs dans le print passe par le soutien des kiosques, en maintenant son tirage habituel (246 000 exemplaires en moyenne) et en servant 1000 points de ventes supplémentaires, notamment dans les régions où des Parisiens ont pu élire leur domicile de confinement. « Nous avons observé un fléchissement des ventes sur leur premier numéro du confinement, mais les deux suivants se sont redressés (-5 % par rapport à d'habitude), cela signifie que les lecteurs reviennent malgré tout nous acheter », indique Dominique Nora, directrice de la rédaction. Le bouleversement du quotidien des lecteurs a poussé l'hebdomadaire à repenser son marketing d'abonnements, notamment en proposant une nouvelle offre print-Web de trois mois « adaptée au confinement ».

La publicité s'écroule

Si la distribution continue d'être assurée, cela n'éclipse pas pour autant le recul spectaculaire de l'activité publicitaire. « Comme tout le marché, nous sommes durement impactés par la crise, avec des chutes de revenus de 60 à 70 %, ajoute Dominique Nora. Nous ne publions désormais que deux à quatre pages de publicité, contre 15 à 20 en temps normal, nous avons donc réduit la pagination pour en tenir compte. » Les conséquences du confinement des maquettistes a également joué dans la réduction du nombre de pages, les conditions de travail rendant le processus de mise en page plus long et complexe. Le cahier TéléObs, réservé aux abonnés depuis 2016, a quant à lui été intégré au corps du magazine avec un chemin de fer allégé.

Les éditions numériques en plein boom

L'intense actualité autour de la crise sanitaire a eu pour effet positif d'accélérer la transition numérique de L'Obs, avec une stratégie tournée vers le Web-first qui porte déjà ses fruits. « Nous voyons d'ores et déjà les retours sur les prises d'abonnements numériques (x2 à x3), grâce à une offre à un euro pour un mois, poursuit Dominique Nora. C'est un abonnement facile à prendre, tout l'enjeu sera ensuite de garder le lien avec ces nouveaux abonnés. » Dans le détail, L'Obs comptabilise 19 000 abonnés purs numériques, un chiffre porté à 40 000 si l'on compte les abonnés print ayant activé leur accès au site premium (sur une diffusion France payée 2019 de 215 877 exemplaires, selon l'ACPM). La fréquentation sur le site a d'ailleurs doublé, passant d'un million de pages vues habituellement à 2,5 millions à l'heure actuelle.

Une rédaction hyperactive sur le site

Ces résultats sont l'aboutissement d'une production accrue des journalistes, pas concernés par les mesures de chômage partiel et mobilisés sur de nouveaux rendez-vous : le journal de bord *Ma vie sous le Covid-19*, les concerts confinés de *ConfObs*, les témoignages d'*Une planète sous Covid-19*, les coulisses de la rédaction d'*Au cœur de L'Obs confiné*. « Il y a un gros appétit d'infos de nos lecteurs et, plus que jamais, nous redoublons d'efforts pour être au rendez-vous, en publiant deux à trois fois plus de papiers à valeur ajoutée », insiste Dominique Nora, qui précise que le travail de terrain persiste évidemment sur la base du volontariat.

Mathilde Joris

Le conseil du jour

Le dépôt légal de la presse au ralenti

La Bibliothèque nationale de France ayant fermé ses différents sites, le service de gestion des périodiques du département du dépôt légal n'assure pas la réception et le traitement des magazines. C'est pourquoi il demande aux éditeurs « de bien vouloir différer le dépôt matériel de vos publications imprimées et de conserver le temps nécessaire les numéros parus et à paraître ».

Chroniques d'un confinement

Les Français sont toujours inquiets par cette période de confinement forcée, même si les chiffres illustrent une baisse au fil des jours. Selon le baromètre 366/Kantar sur les Français en confinement, 53 % d'entre eux déclarent que cette période est alarmante, alors qu'ils étaient 63 % mi-mars (-10 points vs S13). Et 65 % d'entre eux affirment que ce confinement met en péril notre économie. Autre enseignement de cette 5^{ème} vague, l'exaspération commence à émerger.

Centre France lance un radio-crochet, pour « offrir un moment d'évasion et construire une fierté collective autour de talents individuels dans nos territoires », explique le groupe. Les inscriptions sont ouvertes dès aujourd'hui aux musiciens et chanteurs, résidant dans l'un des quinze départements de la zone d'édition des huit titres quotidiens du groupe.

Eurosport invite ses téléspectateurs à revivre les grands événements sportifs de ces dernières années. Après les courses cyclistes la semaine dernière, la chaîne décline la démarche au tennis. Les internautes