

Veille

Le lancement du mois

Société et nouvelles technologies au sommaire d'Humanoïde

Depuis le début de l'année, une fois par mois, *les Clés de la presse* décortique le lancement d'un nouveau titre, en s'intéressant à l'éditeur, à l'origine du projet, à son positionnement, à son contenu, à ses objectifs... Ce mois-ci, c'est au tour d'*Humanoïde*, le petit dernier de Presse non-stop, sorti le 3 juillet.

Le concept

« C'est un news magazine qui a pour fil rouge la technologie », analyse Ivan Gaudé, directeur de la rédaction et corédacteur en chef d'*Humanoïde*. L'idée a émergé dans son esprit et celui d'Olivier Péron, le second rédacteur en chef, il y a environ six mois : « Nous voulions faire un magazine de société sur les nouvelles technologies. Le sujet n'est pas la technologie, mais la société et son rapport à la technologie », nuance-t-il. La comparaison avec l'américain *Wired* est presque incontournable. « C'est la référence, donc on est obligé de nous positionner en fonction de ce magazine. Après, il est très américain et n'est ni passionnant ni faisable pour le public français. C'est pourquoi nous sommes plutôt parti sur une idée de news magazine, plus généraliste, plus dans la presse de divertissement ». Il cite deux autres références, assez surprenantes : *Capital*, pour « sa faculté à raconter des histoires et à rendre intéressants des sujets rébarbatifs au premier abord », et *Science et vie*, pour « sa capacité de vulgarisation ». Le tout surmonté de second degré, « notre fonds de commerce », pour faire un « *Wired rigolo* ».

La cible

Humanoïde, avec un positionnement news magazine, se veut grand public. Il doit pouvoir intéresser « n'importe qui capable de mettre 300 ou 400 euros dans un smartphone ». L'équipe entend séduire les générations X et Y, de 25 à 40 ans. Mais Ivan Gaudé reconnaît que « les professionnels nous disent qu'il va se comporter comme un masculin ».

Le contenu du premier numéro

Le premier numéro consacre un gros dossier à Netflix, à son catalogue, etc. Un autre se penche sur l'affaire Snowden et ce que l'on sait des pratiques de la NSA. Les lecteurs peuvent aussi découvrir une enquête sur la conquête de Mars et son coût réel, un sujet sur la cigarette électronique, sur l'impression 3D, ou encore des chroniques, dont l'une de Daniel Schneidermann.

Les objectifs

Humanoïde est tiré à 60 000 exemplaires, disponibles dans 10 000 points de vente. Presse non-stop espère en vendre 20 000 exemplaires. Si la règle sur *Canard PC* et *Canard PC hardware* est de ne pas dépasser les 10% de la pagination en publicité, rien n'est fixé pour *Humanoïde* : « Nous avons déjà prévu quatre numéros, sans prendre en compte les recettes publicitaires. Comme *Humanoïde* a vocation à être généraliste, on espère des sujets et des annonceurs variés ». J. I.

la pige de la presse



Hard & crack

Parution 28 juin
Famille Presse
consacrée
à l'informatique
Périodicité
Trimestriel
Prix 4,50 €
Editeur

Editions de Montreuil,

9 bis rue Diderot, 93 100 Montreuil
Concept Magazine 100% combines et astuces pour apprendre à se servir d'Internet sans risque
Directeur de la publication
Michel Buh



IHH

Parution 28 juin
Famille Presse
consacrée
à la musique.
Périodicité
Bimestriel
Prix 5,90 €
Editeur IHHC,

116 avenue

du Général-Leclerc, 75 014 Paris
Contact pub 06 59 74 84 58.
Concept Magazine sur l'actualité de la musique hip-hop, notamment.
Directeur de la publication
Yann Cheeruault



« Le papier est la vitrine de l'information. Léonce Deprez est le partenaire de vos lancements. Nous vous conseillons sur toutes les phases de réalisation de votre magazine. De la maquette à la distribution. Nous sommes le spécialiste de la presse magazine, à l'aise dans ses kiosques ».



L'éditeur

Presse non-stop existe depuis dix ans et s'est spécialisée dans les jeux vidéo et l'informatique, avec « une rédaction très technophile ». Le groupe édite *Canard PC*, bimensuel diffusé à 27 000 exemplaires en moyenne et qui vient de sortir son numéro 300, et *Canard PC hardware*, bimestriel diffusé à 37 000 exemplaires. Adeptes d'une presse de « caractère », le second degré est devenu la marque de fabrique du groupe. Et il compte s'en servir pour faire la différence avec *Humanoïde*.

La fiche technique

Famille Presse d'information générale / presse masculine
Périodicité Trimestriel
Pagination 100 pages
Tirage du 1^{er} numéro 60 000 ex.
Prix de vente 5 euros
Editeur Presse non-stop,
14 rue Soleillet, BAL 62,
75 020 Paris
Contact 01 43 49 42 27
Directeur de la publication
Jérôme Darnaudet