


# Veille

## Le lancement du mois Thinkovery passe du Web au print

 Une fois par mois, *les Clés de la presse* décortique le lancement d'un titre, en s'intéressant à l'éditeur, à l'origine du projet, à son positionnement, à son contenu, à ses objectifs, etc. Nous nous sommes penchés sur la sortie de *Thinkovery*, pure-player qui se lance en kiosque.

### Le concept

L'idée de réaliser un magazine est venue de l'expérience même du site Internet. « En voyant l'ensemble des sujets que nous traitons, nous nous sommes dits que nous avions de quoi faire un magazine que l'on n'a pas encore vu », raconte Loïc Le Gac, directeur de la publication. Le mot d'ordre de *Thinkovery* reste le même que sur le site : « la recherche pour se faire une idée », pour éclairer des sujets dans l'actualité, des thèmes dont je peux parler et débattre autour de moi. « Nous voulons donner des clés de réflexion à nos lecteurs, aider à décoder le monde qui nous entoure », précise-t-il.

*Thinkovery* se veut original sur trois aspects : « par rapport à la presse scientifique, nous ne faisons pas de veille sur l'actualité de la recherche, mais partons des questions que se posent nos lecteurs et regardons ce que dit la recherche, argumente Loïc le Gac. Ensuite, nous ne sommes pas que sur des sciences dures, ce qui nous rapproche de la presse généraliste. Enfin, nous venons du Web, c'est dans notre ADN : nos articles sont sur des formats plutôt courts, trois feuillets maximum, même si nous avons des dossiers de dix à quinze pages ».

### La cible

Loïc le Gac, par la diversité des sujets traités, entend séduire une cible assez large : « Le contenu est susceptible d'intéresser les étudiants, les chercheurs dans des domaines qui ne sont pas les leurs, mais aussi une clientèle CSP+, des 30-50 ans et des jeunes seniors ».

### D'un support à l'autre

« Aller sur le print nous paraissait très complémentaire, insiste le directeur de la publication. Les sujets que nous traitons sur le Web sont exigeants et, quand on veut aller plus loin, le papier et le rythme trimestriel nous permettent de creuser, d'avoir plus de temps d'investigation pour aller chercher les points de vue et la recherche la plus actuelle ». Une application tablette devrait faire la jointure entre le trimestriel et le site Web à partir de janvier, pour faciliter les passerelles d'un support à l'autre. Il en existera aussi entre le papier et les moocs que coproduit *Thinkovery*. Dans le premier numéro, le dossier « Réparer la vie » fait ainsi écho au mooc sur les cellules souches, avec l'Inserm et l'université de Nantes.

### Les objectifs

« Nous partons sur quatre numéros pour le moment. On continuera l'exercice si on atteint 2 500-3 000 ventes ». Un objectif qui reste prudent. « Et les annonceurs arrivent », selon le directeur de la publication.

Jessica Ibelaïdene

## la pige de la presse



### Vivre Bordeaux

Parution 10 octobre  
Famille Presse  
consacrée aux voyages  
et loisirs  
Périodicité  
Trimestriel  
Prix 4,95 €  
Editeur Capitale  
publishing SARL,  
8 rue d'Issy, 92100 Boulogne-Billancourt  
Contact 01 58 88 37 00  
Concept Magazine redécouvrir Bordeaux,  
présentant lieux et personnages étonnants.  
Directeur de la publication  
Yann Crabé



### L'actu techno

Parution 15 octobre  
Famille Presse  
consacrée  
à l'informatique  
Périodicité  
Bimestriel  
Prix 6,90 €  
Editeur Editions  
Balisier,  
15 rue de Groix, 35310 Chavagnes  
Contact 02 99 64 28 85  
Concept Magazine axé sur les nouvelles  
technologies et l'Internet grand public.  
Directeur de la publication  
Stéphane Arfi



« 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

*Thinkovery* est un pure-player payant lancé en septembre 2013. Il s'appuie sur les travaux de recherche et sur un traitement vidéo pour expliquer le monde d'aujourd'hui. *Thinkovery* a aussi développé une activité d'agence conseil en pédagogie numérique, proposant aux entreprises et institutions de réaliser des moocs, des vidéos pédagogiques...

### Fiche technique

Famille Entre la presse scientifique et la presse généraliste  
Périodicité Trimestrielle  
Pagination 150 pages  
Tirage du 1<sup>er</sup> numéro 11 000 exemplaires  
Prix 15 euros  
Editeur Thinkovery,  
4 rue du Marais, 44 000 Nantes  
Contact 09 72 37 40 80  
Directeur de la publication  
Loïc le Gac