

Interview de
.....
Marc Lemius

DGA de Bauer Media France

“

Cet été nous lançons une première extension ludique de l'hebdo *Maxi* avec *Maxi Hors-Série Mots Mêlés*.

Comment s'annonce la saison estivale pour le groupe Bauer, notamment avec les titres phares comme Maxi, ses numéros forts autour de la numérologie, ainsi que ses déclinaisons pocket, produits dérivés et hors-séries ?

L'été représente une période cruciale pour notre hebdo **Maxi**. D'abord parce que c'est une période de forte vente habituelle mais aussi parce c'est un moment privilégié pour séduire de nouvelles acheteuses qui à l'occasion de leurs vacances changent leurs habitudes de consommation et lecture. C'est pourquoi nous déclinons l'hebdo en format poche et avec de nombreux plus produits cet été pour multiplier les chances d'attirer de nouvelles acheteuses qui, nous l'espérons, reviendront plusieurs fois par mois à la rentrée chez leur marchand de journaux nous acheter !

Par ailleurs cet été nous lançons une première extension ludique de l'hebdo **Maxi** avec **Maxi Hors-Série Mots Mêlés**, de nombreuses lectrices nous l'avaient demandé !



Quelles sont les thématiques ou formats que vous privilégiez pour capter l'attention des lectrices en période de départs en vacances ?

Nous essayons de privilégier à la fois des numéros 100% détente avec des cahiers spéciaux jeux, l'actualité sur les sorties en plein air, les romans de l'été, des tests, quizz, numérologie et des dossiers cuisine du soleil dans **Maxi**.

Maxi Cuisine s'enrichit d'un cahier supplémentaire pour traiter les escapades gourmandes des villes préférées de Français pour partir en grand weekend et Jeux de Maxi propose un numéro double étoffé en pagination avec un cahier central jeux avec solutions détachable.

Et comment se porte le segment “bien-être - développement personnel” chez Bauer ? et plus généralement, comment se porte les ventes au numéro chez Bauer ?

Nous n'avons pas spécifiquement de magazines dédiés au bien-être.

En revanche **Maxi** propose chaque semaine une douzaine de pages de autour de la santé bien-être forme et psychologies sur des thématiques variées comme le bien être intestinal, les spéciaux dos, gestes au quotidien, la colère positive etc...

De manière générale l'hebdo TV reste résilient avec un léger recul de 1.5% des ventes en valeur depuis le début de l'année, Maxi lui aussi résiste bien avec -3.4% en valeur mais on note une moindre tenue des ventes en milieu de mois et liée à un trafic réduit en commerces de détail.

Vous venez de lancer une nouvelle formule de Télécâble Sat Hebdo. Quelles en sont les grandes évolutions éditoriales et graphiques, et quels retours espérez-vous de la part des lecteurs... et des marchands ?

Suite aux évolutions de numérotation de chaînes avec certaines nouvelles chaînes remplaçant d'autres qui ont cessé d'émettre, il était essentiel pour le seul hebdo TV à traiter les 130 chaînes, dont plus d'une centaine en profondeur, de proposer à nos lecteurs un nouveau traitement de celles-ci regroupées par genre dès début juin.

Dans un second temps, nous intégrons les remarques de nos lecteurs tous autant exigeants sur le traitement des chaînes cinéma, documentaires comme sport ! C'est à la rentrée que le nouveau **Télécâble Sat** sera finalisé.

Nous espérons que les marchands de presse conseilleront à leurs clients de découvrir le nouveau **Télécâble Sat hebdo**, l'hebdo TV qui leur apporte le plus en valeur par exemplaire !

Le groupe Bauer a mis en place son “Club Diffuseurs” . Quel est son rôle concret aujourd'hui et quels retours avez-vous de ce lien direct avec les marchands de journaux ?

Plus de 1 700 diffuseurs ont fait le choix d'y adhérer. C'est un moyen pour eux, simple et intuitif, d'accéder à leurs statistiques de ventes, de dialoguer avec le service diffusion pour demander du réassort et une mise en service ou de s'inscrire à nos challenges de ventes.

Le dernier en date réalisé avec l'aide du dépôt de Marseille avait permis de gagner 84% de ventes en plus sur les magazines spécial Noël en fin d'année dernière !

Par ailleurs le site met à disposition des marchands des affiches prêtes à être imprimer avec le visuel de la couv du moment et le célèbre « En vente ici » sur des fonds de page promos de toute couleur, mais ce n'est pas tout, des displays digitaux sont aussi fournis aux diffuseurs qui animent leurs écrans digitaux dont la caisse.

Une de nos frustrations néanmoins est de constater que ce sont toujours les mêmes diffuseurs qui participent aux opérations.

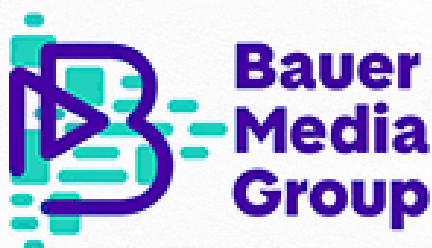
Pour conclure, avez-vous un message particulier à adresser à l'ensemble des marchands de journaux qui valorisent vos titres au quotidien, notamment pendant cette période estivale souvent stratégique ?

Merci de miser sur les best-sellers que sont nos magazines labellisés Top Ventes SEPM pour à la fois assurer vos ventes mais aussi mettre en avant nos mensuels et numéros spéciaux hors-séries pour animer les linéaires au travers de mobiliers dédiés aux produits vacances, offres plus produits etc.

Toutes nos parutions sont disponibles en réassort et celles particulièrement attendues sont soutenues tout l'été en affichage, mises en avant dans les maisons de presse avec des PLV pour les titres ludiques déployées auprès des diffuseurs volontaires par notre partenaire terrain Presstaservices.

Bel été à tous, bonnes ventes !

LES DERNIÈRES PARUTIONS



L14760 - N°2016 - 2,60 €



L14725 - N°1833 - 2,20 €



L15737 - N°181 - 3,30 €