

Interview

Gérard Cohen

Directeur de la Publication

MAD MOVIES



“

Les produits MadMovies sont devenus beaucoup plus qualitatifs qu'à l'origine, avec une politique de prix plus ambitieuse et plus haut de gamme

MadMovies est un titre emblématique dans l'univers du cinéma de genre. Pouvez-vous revenir rapidement sur l'histoire du magazine et les grandes étapes de son évolution depuis sa création ?

MadMovies a été créé il y a plus de 53 ans pour s'adresser à un petit groupe des amateurs du cinéma de genre, des films d'horreur et de science-fiction des années 70-80. Il fut introduit dans le circuit professionnel des marchands de journaux en 1982 et son succès s'est alors très vite confirmé sous la forme d'un bimestriel et sous la houlette de son créateur Jean-Pierre Putters - qui vient hélas de disparaître en mai dernier.

Celui qu'on appelait familièrement JPP avait réussi à tisser des liens étroits avec une communauté de passionnés, qui se reconnaissaient dans la famille de "Tonton Mad". Lorsque Custom Publishing a repris le titre en 2001, cette fidèle communauté nous a permis d'aller au-delà plus facilement : le magazine a alors adopté un rythme mensuel

et a lancé très vite sa seconde édition avec DVD en 2022, ce qui était alors une innovation à plus forte rentabilité sur le marché de la presse.

Aujourd'hui, plusieurs déclinaisons de MadMovies coexistent dans les linéaires. Pouvez-vous nous expliquer les différences entre le magazine principal, le hors-série, le MadMovies CLASSIC et les offres avec DVD ?

Il y a d'abord eu l'édition **MadMovies** avec DVD, à côté du titre principal mensuel **MadMovies**. Et la même année, nous avons lancé nos premiers hors-séries racontant l'histoire des réalisateurs les plus célèbres du secteur : John Carpenter, Sam Raimi, Dario Argento ou Peter Jackson. Nous avons poursuivi dans cette voie avec les grandes sagas du cinéma de genre telles que le Seigneur des Anneaux, Alien, Mad Max, L'Exorciste... C'est sur ces bases solides que nous avons pu installer la marque **MadMovies CLASSIC**, qui regroupe désormais tous nos hors-séries et travaille sur les valeurs du patrimoine, car le cinéma est plus que centenaire.

Qu'est-ce qui fait, selon vous, la force et l'originalité de **MadMovies** par rapport aux autres titres cinéma présents en kiosque ?

MadMovies existe depuis 53 ans et le titre est devenu plus mature. Sa ligne éditoriale n'a jamais bougé mais ses produits sont devenus beaucoup plus qualitatifs qu'à l'origine, avec une politique de prix plus ambitieuse et plus haut de gamme. De ce point de vue, nous avons accompagné les évolutions du marché de la presse vers des produits à plus forte valeur ajoutée. Notre chiffre d'affaires a été multiplié par quatre en 20 ans.

Comment se porte aujourd'hui **MadMovies** en termes de ventes au numéro ? Et quels sont vos objectifs ou de développement à moyen terme ?

Inutile de se mentir, le marché de la vente au numéro a subi en 20 ans une chute profonde. Notre politique produits se tourne de plus en plus vers les **MadMovies CLASSIC** qui sortent tous les deux mois dans les linéaires cinéma des marchands de presse. Nous avons, comme la plupart de nos confrères, développé beaucoup de tentatives sur le numérique et sur notre site internet mais force est de constater que le papier reste le moyen le plus sûr de monétiser nos produits car nous proposons des ouvrages de collection pour les passionnés du cinéma de genre. Notre ambition est de rester le n°1 dans ce domaine.

Un dernier mot pour les marchands de journaux, qui assurent la visibilité du titre au quotidien ?

Il y a eu beaucoup de dégâts compte tenu de la baisse de la vente au numéro depuis 20 ans et le réseau des diffuseurs en est la première victime. L'Arcep propose aujourd'hui de réévaluer la rémunération des diffuseurs. On ne peut qu'y être favorable à condition que cet effort soit réparti équitablement : la presse quotidienne, qui a besoin d'un réseau à forte capillarité, a certainement plus de moyens pour contribuer à cet effort que tous les éditeurs de magazines de niche, qui subissent déjà de plein fouet la crise du secteur. Les marchands de journaux qui restent fidèles au poste représentent le maillon fort de notre filière, il faut les respecter et les aider par une dynamique de produits mieux adaptée aux conditions économiques d'aujourd'hui. Nous ne connaissons pas la plupart de nos lecteurs, mais eux les rencontrent chaque jour en face à face. Dans une pure logique de marché, ce sont eux qui ont le dernier mot.

Je tiens également à remercier tous les diffuseurs qui ont mis nos titres en avant au fil des années, ainsi que ceux qui continueront à le faire.

LES
DERNIÈRES
PARUTIONS
MADMOVIES



L11641 - N°86H - 15,90 €
paru le 31/07/25



L11635 - N°395 - 8,90 €
paru le 16/07/2025



L11641 - N°85H - 14,90 €
paru le 04/07/2025