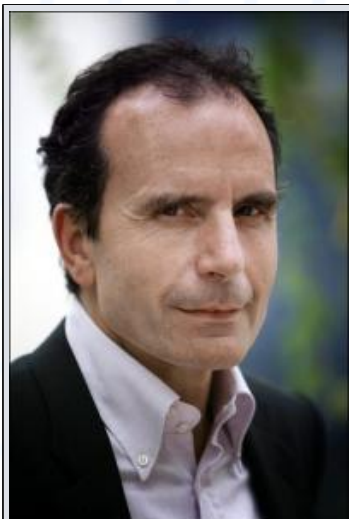


Télérama développe ses activités annexes et réfléchit à une hausse du prix

PARIS (AFP) - L'hebdomadaire culturel Télérama développe ses activités autres que sur le papier pour devenir "un magazine global" et "réfléchit" à une hausse du prix de vente, face à un marché publicitaire en crise, ont indiqué lundi ses dirigeants lors d'un point presse.



Philippe Thureau-Dangin, le 11 juin 2007 à Paris (© AFP/Archives - Olivier Laban-Mattel)

Le magazine "réfléchit" à augmenter de 30 centimes son prix en kiosque, à 2,30 euros, a déclaré Philippe Thureau-Dangin, président de l'hebdomadaire. "Nous pensons que ce que nous faisons s'inscrit dans l'univers des +news magazines+, dont le prix est compris entre 2,40 et 3,50 euros".

Télérama avait en 2008 une diffusion payante de quelque 642.000 exemplaires (source OJD), dont 540.000 abonnés (avec un taux de renouvellement de 85%). Télérama, qui appartient au groupe Le Monde, est bénéficiaire.

M. Thureau-Dangin a indiqué ne pas attendre "des merveilles pour fin 2009" en matière de recettes publicitaires, "ce qui nous pousse à plus d'imagination et d'initiatives".

La baisse des recettes publicitaires est évaluée entre 15 et 20%, "comme chez tous les éditeurs", a-t-il indiqué sans plus de précision. Selon lui, "il ne faut pas tirer des conséquences trop rapides du début d'année car plusieurs secteurs vont devoir communiquer, même si certains ne vont pas revenir" prochainement, tels que l'automobile, a-t-il ajouté.

Face à la baisse de la publicité, Télérama veut continuer de trouver d'"autres relais de croissance", pour que ceux-ci représentent 5 à 10% de son chiffre d'affaires total (d'actuellement 83 millions d'euros) d'ici deux ans.

Le site web a une nouvelle navigation, plus claire et plus pratique, et va s'enrichir de la version web du supplément francilien "Sortir à Paris".

La web radio va diffuser en continue à partir du 25 mars, avec trois heures inédites chaque jour, rediffusées deux fois, et un programme musical renouvelé chaque jour, les grilles de télévision seront données sur l'iPhone à partir du 15 mai, avec les conseils de la rédaction... La rédaction travaille sur le papier, la radio et le site.

La boutique en ligne va également être développée, avec pour objectif un doublement de son chiffre d'affaires (actuellement supérieur à un million d'euros).

Interrogée sur les relations de Télérama avec son propriétaire, le groupe Le Monde, la directrice de la rédaction Fabienne Pascaud a souligné : "Tant qu'on nous donnera les moyens de nous développer, il n'y a rien à dire".

Le groupe Le Monde négocie actuellement une ligne de crédit avec les banques et a donné comme garantie (nantissement) ses actions dans Télérama.