

---

*La*

---

**Correspondance de la Presse**

**La Correspondance de la Presse – 6 octobre 2023**

« Nous voulons positionner « La Tribune Dimanche » comme l'hebdomadaire du premier jour, pas un journal qui rumine sur ce qu'il s'est passé mais au contraire qui donne de la respiration et de la vision aux lecteurs » affirme son président Jean-Christophe TORTORA. « La Tribune Dimanche » imprimé chez Riccobono et à « La Provence »

**"Nous voulons positionner 'La Tribune Dimanche' comme l'hebdomadaire du premier jour, pas un journal qui rumine sur ce qu'il s'est passé mais au contraire qui donne de la respiration et de la vision aux lecteurs", affirme son président Jean-Christophe TORTORA**

A 24 heures du bouclage, le président de La Tribune Jean-Christophe TORTORA se félicite du lancement de ce nouvel hebdomadaire national monté en 80 jours, 'un record dans l'histoire de la presse française'. Après un tour du pays à la rencontre des Français, il dit prendre en compte leur demande pour faire de "La Tribune Dimanche" "un journal apaisé qui veut rassembler les Français".

32 pages, 120 000 exemplaires chez 14 000 marchands de journaux, "La Tribune Dimanche" a l'ambition de devenir la nouvelle référence de la presse quotidienne nationale du dimanche. En projet depuis février, le média appartenant désormais à CMA CGM voit les planètes s'aligner après la longue crise au "Journal du Dimanche".

**"Nous, nous traitons de la politique, nous ne cherchons pas des électeurs"**

"Je ne suis pas allé sans projet chercher Rodolphe SAADE (président-directeur général de CMA CGM, NDLR) en début d'année pour accélérer le développement de La Tribune, sinon je serais resté tout seul", confie-t-il, précisant par exemple avoir contacté le nouveau directeur délégué du titre et ancien du "JDD" Bruno JEUDY avant le rachat par l'armateur marseillais.

Souhaitant "apporter une inflexion" au média économique, "mon enjeu est d'être une marque d'information qui accompagne le lecteur le week-end pour être en cohérence avec notre volonté d'être un média de proximité". Décentralisé, il possède autant de journalistes en régions qu'à Paris, soit une rédaction de quarante personnes.

"Quand nous avons repris la discussion avec Rodolphe SAADE, le choix du dimanche s'est imposé. A partir du moment où 'Le JDD' faisait le choix de devenir un média d'opinion avec un positionnement politique marqué, nous n'avons pas hésité." Exit donc le samedi un temps envisagé. "Nous voulons proposer dans l'offre de presse quotidienne nationale le dimanche, un journal plus central puisque nous n'avons pas vocation à faire de la politique. Nous, nous traitons de la politique, nous ne cherchons pas des électeurs."

## "L'accélération de La Tribune" en réflexion à partir de lundi

Pour mener à bien le projet, M. TORTORA s'est entouré de nouvelles signatures et a procédé à une quinzaine de recrutements, de Mme Anna CABANA à M. Ludovic DESAUTEZ, en passant par M. Nicolas PRISSETTE. Des arrivées qui ont fait tousser en interne, de peur d'être écarté de cette nouvelle aventure. Selon nos informations, une lettre, votée lors du dernier comité social et économique, a été envoyée à la direction du titre et à M. Laurent GUIMIER, directeur de Whynot Média qui regroupe l'ensemble des participations médias de CMA CGM, pour éviter que les journalistes actuels "ne deviennent la cinquième roue du carrosse".

M. TORTORA évoque des recrutements qui visaient à compenser "des expertises que nous n'avons pas au sein de la rédaction, comme sur la culture, la littérature ou la gastronomie". "Nous ne pouvons pas reproduire le dimanche un journal 100 % économie. Les journalistes de La

Tribune vont y contribuer à tour de rôle en fonction de l'actualité. C'est elle qui doit nous amener à faire des choix, nous ne pouvons pas faire participer tout le monde dès le premier numéro. Bien entendu ils seront associés et ils le sont déjà."

Concentré sur le lancement de l'hebdomadaire, le président de La Tribune dit "comprendre tout à fait l'impatience" mais appelle ses salariés à "faire preuve d'un peu de patience". "Lundi, nous allons nous mettre au travail sur l'accélération de La Tribune. Nous sommes une PME qui repose sur deux jambes : 'La Tribune Dimanche' et La Tribune, et elle va investir sur les deux", assure-t-il, se disant ouvert à la discussion sur le développement vers les univers de la santé, du retail et du luxe. "Nous avons mis 80 jours pour faire l'hebdomadaire, nous allons mettre 80 jours pour discuter afin qu'en janvier La Tribune soit renforcée au niveau de sa rédaction et de ses projets. L'actionnaire et moi-même sommes alignés sur le fait qu'elle doit être bonne et enrichie, du lundi au dimanche."

## "La Tribune Dimanche" imprimé chez Riccobono et à "La Provence"

M. TORTORA annonce également "une massification des rédactions dans les régions en France" mais aussi une poursuite du "déploiement en méditerranée" avec "des projets à l'international qui seront dévoilés d'ici la fin de l'année". La revue bimestrielle "T", vue comme une collection, s'arrête. Sa conceptrice Valérie ABRIAL devient rédactrice en chef culture et lifestyle, rubriques qui "occuperont la moitié" de l'hebdomadaire.

Rentable en 2022 avec 12 millions d'euros de chiffre d'affaires, l'entrepreneur qui a vendu toutes ses actions s'est donné "deux années pleines" pour atteindre l'équilibre de "La Tribune Dimanche". "Il devra être trouvé avec les ventes au numéro en kiosque, l'abonnement, la publicité et éventuellement dans la diversification avec la création d'évènements." Le prix d'achat est fixé à 2,40 euros, tandis qu'il sera imprimé chez Riccobono en région parisienne et dans l'imprimerie du Groupe La Provence, appartenant également à Whynot Média.

En amorce du lancement, les équipes du titre ont réalisé un tour de France pour aller à la rencontre du public. Les retours ont permis d'influer sur la ligne éditoriale. "Nous faisons un métier qui suscite des interrogations. Ce que nous avons beaucoup entendu c'est l'attente sur l'indépendance des journaux. Les Français sont beaucoup plus matures et murs sur ces sujets."

## "Rodolphe SAADE joue le rôle d'un industriel investisseur et pas celui de rédacteur en chef"

Une question qui peut se poser pour La Tribune, désormais aux mains d'un nouvel investisseur dont les médias ne sont pas l'activité originelle. "Lorsque j'ai repris le titre il y a dix ans, nous étions dans une période où nous avons beaucoup de mal à trouver des investisseurs alors que plusieurs titres étaient en faillite. Je me réjouis de voir que le secteur des médias et de la presse attire, nous n'allons pas pleurer aujourd'hui sur le fait qu'il y ait des industriels français qui investissent. Le sujet, c'est de quelle manière ils le font et quelles règles on se fixe".

M. TORTORA l'assure : "Rodolphe SAADE n'intervient ni sur les recrutements, ni sur les choix de sujets. C'est un actionnaire qui n'est ni trop prêt, ni trop loin. Il joue le rôle d'un industriel investisseur et pas celui de rédacteur en chef." Si les journalistes de la rédaction n'ont pas les mêmes prérogatives que leurs collègues de "La Provence", ils peuvent désormais donner un avis consultatif sur le changement de directeur de la rédaction. "Il est important puisque c'est un vote qui n'existait pas, c'est donc un renforcement des dispositifs d'indépendance de la rédaction."

Par ailleurs, les Français ont exprimé un besoin de proximité mais aussi "la volonté et le désir de se sortir d'une presse trop anxiogène. Il se n'agit pas d'être dans un déni mais de réaliser un journal qui ne soit pas polémique, qui ne cherche pas à jouer sur les peurs, qui soit apaisé et qui a pour ambition de rassembler. Ce qui compte c'est sortir de l'information et ne pas commenter la semaine écoulée. Nous voulons être l'hebdomadaire du premier jour, pas un journal qui rumine sur ce qu'il s'est passé mais au contraire qui donne de la respiration et de la vision aux lecteurs. Etre le journal qui regarde devant et pas celui qui regarde derrière".