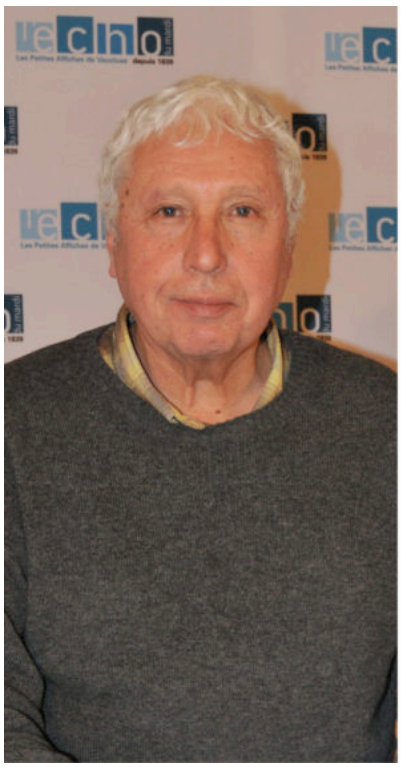
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Mireille Hurlin le 13 janvier 2021

«L'Echo du Mardi devient 100% numérique» Philippe Chevalier





Ceci est un numéro 'collector'. Après presque deux siècles de parution, l'Echo du mardi devient 100% numérique. Articles et vidéos sont désormais librement accessibles sur www.echodumardi.com. Une mutation engendrée par le lancement de notre nouveau site Internet en février dernier, l'accélération du flux d'articles et de lecteurs, conséquences du confinement dues à la crise sanitaire de la Covid-19.

Pour autant, nous n'en n'oublions pas le papier et l'Echo du mardi se réinventera d'ici quelques mois en un format haut de gamme toujours destiné aux décideurs du territoire. En attendant, la parole revient aux partenaires qui nous ont accompagnés ces dernières années pour réaliser le journal.

Rencontre avec Philippe Chevalier, directeur de publication, aux manettes de ce média créé en 1839.

Le relais

Ecrit par Mireille Hurlin le 13 janvier 2021

Le 10 février 2010 Philippe Chevalier achetait 'Les petites affiches de Vaucluse' devenant directeur de publication. Le 13 septembre 2011, l'hebdomadaire économique vauclusien changeait de maquette devenant 'L'Echo du mardi'. Le 17 mars 2020, pris dans la tourmente de la crise sanitaire de la Covid-19, le titre concentrait son travail journalistique sur son site internet. Depuis l'hebdomadaire nourrissait simultanément les deux canaux … jusqu'à ce mardi 12 janvier qui signe la dernière parution de l'Echo du mardi sous la forme de journal papier.

Pérennité du journal

«Tous ces changements découlent de l'intention de pérenniser le journal dont les Archives municipales ont trouvé les premières traces en 1839 !, précise Philippe Chevalier. Depuis plus de deux siècles écoulés et malgré les changements techniques, culturels, sociétaux et économiques, le journal existe toujours, cela fait partie du devoir du chef d'entreprise.»

«La présentation et l'accroche des articles sur Internet sont fondamentales.»

Coup d'accélérateur

«La crise sanitaire de la Covid-19 dès le confinement du 17 mars 2020, le nombre croissant de lecteurs sur le Net, l'instabilité de la situation économique et l'avenir de la presse sont autant d'éléments qui nous ont poussés à passer, en à peine 9 mois, au 100% numérique avec une moyenne d'environ 10 publications quotidiennes du lundi au vendredi, un peu moins en week-end. Les annonces légales sont publiées sur le site depuis ce mardi 5 janvier et notre annuel 'Le Vaucluse en chiffres' est devenu, en cinq ans, un incontournable.»

Trace écrite

«Il était également important de garder une trace écrite du journal, ainsi, pour conserver son ADN, nous élaborerons, en 2021, deux magasines semestriels Echo du mardi en plus du Vaucluse en chiffres dont le 1er magazine paraîtra en juin prochain. A partir de 2022, l'Echo du mardi version magazine deviendra un trimestriel, proposant des rubriques : économie, société, culture, art de vivre…»

Maintenant ?

«Le passage au 100% numérique, comme tous les changements, est à la fois nécessaire mais frustrant parce que les gens aiment se retirer, à certains moments, de la vie agitée pour prendre le temps de se poser, de siroter son café tout en feuilletant le journal, accompagné par la sensation et le bruit des feuilles que l'on tourne. Cet instant de nostalgie, cette madeleine de Proust va disparaître.»

D'un autre côté

«L'accès au numérique rend l'information immédiate, nous rapprochant d'un quotidien en simultané.

Ecrit par Mireille Hurlin le 13 janvier 2021

Pour autant, nous voulons conserver la qualité de nos articles et des iconographies choisies. Enfin, si notre site echocumardi.com connaît un vrai succès, c'est qu'il reprend les mêmes exigences de qualité que le journal.»

> **«Notre feuille de route ? Etre reconnu par nos lecteurs pour le sérieux de nos articles.»**

10 ans d'exercice

«Avant de reprendre Les petites affiches de Vaucluse, je dirigeais des entreprises de plusieurs centaines de salariés, au sein de multinationales, dans l'industrie chimique puis agroalimentaire. En investissant dans le journal, j'ai été confronté à un univers plus petit, plus proche des gens et de la réalité. Diriger le journal m'a permis d'appréhender l'information en modes micro et macro économiques me procurant une autre vision du monde, une ouverture d'esprit sans doute liée à la fréquentation des acteurs politiques et économiques.»

Difficultés et réussites

«Mes plus grandes difficultés et réussites ? Les difficultés auxquelles sont confrontées toutes les entreprises qui sont liées à la trésorerie et à la rentabilité. Le plus important, que ce soit dans les entreprises ou au journal ? Concevoir une vision de ce que l'on doit faire, la partager et la rendre lisible et audible par tous les collaborateurs et, enfin, conserver à l'esprit la rentabilité économique. C'est la raison pour laquelle nous mutons du papier au numérique.»

Le bon moment

«Nous opérons ce changement au bon moment car l'arrêt de l'impression et de la distribution apporteront de nouvelles ressources et moins de charges. Dans le même temps, nous développons à la fois le titre sur les réseaux sociaux, le site et dans une nouvelle formule magazine avec deux semestriels en 2021 qui deviendront des trimestriels en 2022 sans compter la reconduction du Vaucluse en chiffres.»

Stratégie de développement

«Nous conserverons l'ADN de notre journal qui reste, au 1er plan, un support d'annonces légales avec un rédactionnel logiquement centré sur l'économie mais également très ouvert sur la vie des territoires.»

Vers un public élargi ?

«Nos lecteurs sont les élus, les partenaires institutionnels, les notaires, les avocats, les experts-comptables, les chefs d'entreprise, les interprofessionnelles, les associations ainsi que leurs sphères proches… Au fil des années, le titre a continué d'évoluer. Les abonnés se sont transformés, très naturellement, en visiteurs. C'est ainsi que le site echodumardi.com comptabilise entre 10 à 12 000

Ecrit par Mireille Hurlin le 13 janvier 2021

visites par semaine, particulièrement depuis le coup d'accélérateur du confinement de mars 2020.»

> **« Notre réussite ? Le Vaucluse en chiffres devenu, depuis juin 2016, un incontournable.»**

Les conséquences

«De fait, avec l'élargissement de notre lectorat et de nos visiteurs, nous ouvrons notre champ rédactionnel, par exemple, au traitement de faits de société. Le numérique a favorisé l'ouverture de notre lectorat et va contribuer à façonner les prochains contenus de nos magazines –papier semestriels avec l'arrivée de nouvelles rubriques comme l'art de vivre.»

L'essentiel ?

«Ce qui est important pour une société ? Je vais dire une évidence : c'est d'assurer la pérennité de l'entreprise. C'est la condition essentielle pour porter d'importants et d'ambitieux projets car sans rentabilité on n'existe moins ou plus du tout.»

Humainement

«La différence est-elle notable entre la direction d'entreprises importantes et celle d'une TPE (très petite entreprise) ? Finalement non. Vos interlocuteurs dans les grandes entreprises sont les 4 ou 5 directeurs qui vous rendent régulièrement compte de l'application de la politique généraledemandée par le chef d'entreprise ou ses actionnaires. Au journal, nous fonctionnons avec ces mêmes 5 personnes.»

On a toujours un patron

«Que ce soit vos actionnaires, vos clients ou l'outil de production, tout est dans la notion d'équilibre. En tant que dirigeant vous êtes placé entre vos directeurs et salariés d'une part, vos actionnaires d'autre part et la réalité du marché. Dans la TPE, l'équation reste la même. Tout est, pour le dirigeant, dans la connaissance du marché, sa faculté à percevoir l'évolution de sa structure, prendre les décisions au bon moment et, je me répète, tout en conservant à l'esprit l'obligation de la rentabilité à court, moyen et long termes. Quant à la presse de demain ? Elle aura toujours son mot à dire que ce soit sur le numérique ou sur le papier.»

100% LOCAL

> **« Jouer la carte de la proximité »**

« Chaque fois que nous le pouvons, nous jouons la carte de la proximité en faisant travailler d'abord, les

Ecrit par Mireille Hurlin le 13 janvier 2021

entreprises du Vaucluse, puis ensuite, celle de la région », insiste Philippe Chevalier, le directeur de la publication de l'Echo du mardi. « Parler d'économie locale sans être un acteur actif de cet enrichissement collectif me semble être une position difficilement tenable », poursuit ce dernier qui regrette toutefois qu'un certain nombre d'intervenants vauclusiens ne suivent pas tous cette logique. « Plus que jamais aujourd'hui, où l'on met en avant le 100% local, il est important de défendre notre territoire économique. C'est d'ailleurs l'occasion pour nous, de remercier tous les professionnels du Droit ou du Chiffre (notaires, avocats, experts-comptables, huissiers…), les collectivités locales ainsi que les particuliers qui privilégient le dernier journal vauclusien d'annonces légales dans leur démarche de publication. »

Un peu d'Histoire

> **«Aujourd'hui, nos lecteurs sont quatre fois plus nombreux à nous lire sur le net plutôt que sur le papier.»**

L'Echo du mardi a vécu, depuis 1839, différentes époques en s'adaptant chaque fois aux révolutions technologiques, économiques et culturelles. Aujourd'hui, ses lecteurs sont quatre fois plus nombreux à le lire sur le net plutôt que sur le papier et, demain, ils seront encore plus nombreux. La révolution numérique a rattrapé le titre qui, au fil des années, s'est appelé Le Mercure Aptésien (1839-1926), Le petit Aptésien, les Petites affiches avignonnaises (en 1886), le Bulletin du palais (vers 1895 1895), Debout la France (à la Libération en 1945, à ne pas confondre avec l'actuel parti politique puisqu'alors édité par Front national de Vaucluse, mouvement résistant communiste fondé clandestinement en 1942), Les Petites affiches de Vaucluse, l'Echo du mardi (à partir d'avril 2011). Pour nourrir cette formidable épopée, et depuis le 1er confinement du printemps le 17 mars 2020, le journal est désormais sur le net, en accès libre. Egalement, ses deux éditions numériques www. echodumardi.com et papier 'Le Vaucluse en chiffres' seront complétées par un nouveau magazine qui paraîtra à partir de juin prochain à un rythme trimestriel.

Ecrit par Mireille Hurlin le 13 janvier 2021

www.echodumardi.com c'est :

370 000 VISITEURS UNIQUES (1)

1 936 articles *(sans faits divers !)* en 2020

4 180 abonnés(3) +260 %

1 754 abonnés(3) +522 %

(1) Depuis la mise en service de la nouvelle version de notre site internet le jeudi 20 février 2020.
(2) Du mardi 7 janvier 2020 au mercredi 6 janvier 2021.
(3) Du jeudi 20 février 2020 au mercredi 6 janvier 2021.

Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !