

Nouvelle formule de la Revue des vins de France pour élargir son lectorat

© 18/04/2019 |  Terre-net Média

La Revue des vins de France se modernise fin avril avec une nouvelle formule plus ouverte aux découvertes et à l'art de vivre, visant « les amateurs éclairés », a annoncé jeudi sa direction.

La « RVF », qui appartient au groupe Marie Claire, veut se repositionner dans un secteur très concurrentiel, bousculé par les blogs et les applications spécialisés. « On a essayé de trouver un équilibre entre grands vins et découvertes, sujets d'expertise et hédonisme », a souligné au cours d'une conférence de presse l'éditeur délégué du mensuel, Thomas Herson. « Il y a un phénomène inflationniste voire spéculatif sur les grands crus qui alimente une certaine frustration », souligne le directeur de la rédaction Denis Saverot. « Il y a désormais une demande de découvertes, de talents de demain, de régions moins connues comme le Jura, la Savoie, ou la Corse ». L'expertise reste au cœur de l'offre de la RVF, avec des notes de dégustation préparées par un jury qui rassemble des sommeliers capés et des professionnels du secteur, ses dossiers sur les primeurs et le suivi des ventes aux enchères. La revue tient à rester une référence du secteur avec son « Guide vert » annuel des meilleurs vins de France. Mais son nouveau numéro, en kiosque fin avril, propose aussi une enquête sur les prix « abusifs » du vin au restaurant, un test des applications spécialisées, des portraits de vigneron ou une interprétation neurologique de ce qui se passe quand on goûte. La maquette a été modernisée et le prix augmenté à 7,20 euros. La publication nonagénaire s'ouvre aussi de plus en plus aux vins biologiques et nature qui, s'ils ne font pas l'unanimité, intéressent de nouveaux lecteurs. La Revue se donne pour objectif avec cette nouvelle formule de stabiliser ses ventes papier qui ont légèrement chuté, à 45 000 exemplaires en moyenne dont 20 000 par abonnement, avec un public très masculin et plutôt âgé. Elle compte aussi se développer en ligne, où elle a 3 000 abonnés, grâce à une application lancée cet hiver.