

RETROUVEZ-NOUS TOUS LES JOURS SUR

L'ACTU EN QUESTIONS

Matthieu STEFANI

PressReader, kiosque de presse internationale, offre à plus de 250M de lecteurs la possibilité de lire, partager et discuter de l'actualité en proposant plus de 4.000 journaux et magazines internationaux à travers le monde. Quels développements à venir ? Réponse avec Matthieu STEFANI, Représentant de PressReader en France & DG de CosaVostra.



Représentant de Press-Reader en France & DG de CosaVostra

media+

PressReader, unique kiosque numérique de presse internationale, propose 4.000 journaux et magazines français et internationaux. L'avenir de la presse est-il en ligne ?

Matthieu STEFANI

Depuis plusieurs années déjà, l'émergence de la presse sur internet est devenue une réalité. Cela devient de plus en plus compliqué d'avoir des modèles rentables sur le papier. Mais vous avez tout de même des lancements réussis de magazines comme « Vanity Fair » en France qui montrent que le papier n'est pas totalement mort, même si ces nouveaux titres sont rémunérés essentiellement par la publicité. La vraie concurrence de la presse, c'est Net-

flix, CandyCrush, et toutes les offres qui occupent le temps disponible des consommateurs, notamment en mobilité.

media+

Comment se positionne stratégiquement PressReader dans le monde entier ?

Matthieu STEFANI

Basée à Vancouver au Canada, PressReader a débuté son activité en 1999, sous la marque « Print on demand ». L'idée de départ était de pouvoir imprimer des quotidiens par le biais des nouveaux moyens de télécommunication. Depuis, l'objectif est double : se diversifier et s'internationaliser. L'usage grandissant d'internet nous a poussés à offrir aux lecteurs un accès aux journaux sur ordinateurs, tablettes, smartphones.

media+

Comment s'opère la rentabilité de votre kiosque de presse à l'international ?

Matthieu STEFANI

Nous avons une implantation très BtoB. Nos clients sont des universités, librairies et sociétés privées. Dans tous les AccorHotels par exemple, vous pouvez lire la presse

sur notre kiosque PressReader offert par Accor. Nous sommes évidemment accessibles auprès du grand public. Mais c'est grâce au BtoB que nous gagnons sur tous les tableaux. Nos partenaires payent pour offrir de la presse à leurs clients et ces derniers peuvent ensuite installer l'application PressReader et s'abonner pour 24,99€ par mois. Une partie de l'argent est reversée aux éditeurs. C'est exactement le même principe que sur Spotify ou Deezer.

media+

PressReader va-t-il signer avec de nouveaux éditeurs ?

Matthieu STEFANI

Nous sommes en test avec le Groupe Altice Media qui comprend notamment « L'Express ». Nous détenons également « Nice Matin » et nous venons de signer avec So Press (« Society », « So Foot », « So Film »,...). Nous avons un champ d'application qui nous permettra d'atteindre 500 titres en France avant la fin de l'année et 5.000 titres dans le monde. PressReader est le leader mondial en nombre de titres à l'international. Nous sommes aussi le seul kiosque à signer les plus gros deals avec toutes les compagnies, partenaires économiques locaux et institutions comme la Maison-Blanche. Si nous parvenons à cela, c'est grâce à deux

choses : la technologie et le portefeuille de titres.

media+

Comment se différencie-t-on de la concurrence des kiosques en ligne ?

Matthieu STEFANI

Sur le marché français, les acteurs concurrents ne touchent qu'une cible francofrançaise et restent BtoC. Du coup, ils ne peuvent pas lutter contre PressReader et des titres tels que le « New York Times » ou le « Washing-

ton Post ». Or, l'argent est dans le BtoB. L'entreprise est rentable depuis 2007. Ce qui n'est pas le cas des autres kiosques dans le monde. ■

