

BE: UN POUFFE-MAG DE PLUS ?

LE 22 MARS 2010 CAPUCINE COUSIN

Un nouveau féminin a débarqué dans les kiosques le 19 mars[...] Le rythme hebdo a en effet pour avantage, à priori, d'attirer davantage les annonceurs... Dit autrement, comme l'a résumé à sa façon Libération, "le créneau de la pouffe presse est rentable"



Titre original :

LA COUV' DE LA SEMAINE : BE, (ENCORE) UN HEBDO SHOPPING

J'ai beaucoup hésité avec son pendant bien plus féministe et intello, l'excellent bimestrie *Causette*, qui fête sa première année...

Finalement, le lancement du nouvel hebdo féminin *Be* par le groupe Lagardère m'a semblé s'imposer pour cette rubrique, au vu de critiques acerbes de confrères ;)

C'est donc un nouveau féminin qui a débarqué dans les kiosques le 19 mars : le troisième hebdo féminin, lancé juste quelques semaines après *Envy* (du groupe Marie-Claire), et quelques mois après *Grazia* (Mondadori).

Donc, plusieurs groupes de presse lancent des féminins sur le créneau hebdo, malgré l'échec de feu "Jasmin", et du projet avorté d'une adaptation française de Bild. Le rythme hebdo a en effet pour avantage, à priori, d'attirer davantage les annonceurs... Dit autrement, comme l'a résumé à sa façon Libération, "le créneau de la pouffe presse est rentable" ;)

Le projet est ambitieux : pour 1 € en prix d'appel (qui sera ensuite à 1,50 € le numéro), Ce premier numéro du mag, épais, a bien attiré les annonceurs (environ 40 pages de pub sur 164 pages). Pour lui assurer un vernis 2.0 supplémentaire, le magazine s'accompagne d'une appli iPhone, et bien sûr d'un site (ouvert dès janvier), avec six blogueuses, une radio, une

plateforme de e-commerce, et une série TV maison (sur les coulisses de la rédaction, d'après ce qu'annonce le magazine), qui sera aussi diffusée sur la chaîne June.

Le jour de la conf de presse de présentation, Didier Quillot, patron du groupe Lagardère, a présenté son nouveau bébé comme un *"féminin haut de gamme générationnel visant les jeunes femmes de 20 à 35 ans"*. Rien que ça. Ça tombe bien, à priori, je suis pile dans la cible ;) Il m'a donc semblé ~~courageux~~ intéressant de me livrer à nouveau à un petit exercice de feuilletage ;)

"Be" (prononcez "bi", anglicisme oblige – tellement plus branché... – que l'on traduit par l'injonction "Sois". Et non pas "Be", encore moins "bééé", ce qui ferait quelque peu moutonnier ;) affiche une couv' à entrées multiples, avec pour égérie Vanessa Paradis, icône trentenaire. Les multiples titres en rose vif (so girly) me laissent quelque peu perplexe : des "produits stars pour être canon au réveil" (?), "53 souliers hot hot hot" (passons...), "Sexo 2010 – les nouvelles tendances... au lit" (ok, donc il y a des tendances Q tout comme il y a des tendances fashion chaque année), et, le summum, "Chic ! La banlieue révèle son côté glam" (là, je commence à avoir peur...).

So, que donne Be ? Premier constat : plus fourni et bien moins people que son concurrent Envy, moins de pages shopping, plus de papiers. Et donc, effectivement, **un mag plus haut de gamme. A première vue. Sur le fond, les papiers sont parfois écrits de manière aléatoire**, avec des tournures parfois bizarres, voire franchement vulgaire (eh non, cela ne suffit pas pour faire branché...).

Le constat se confirme en le feuilletant. Ouverture sur une double photo "l'instant Be" à propos du tournage d'Angelina Jolie à Venise. Puis présentation sur une double page d'une douzaine de journalistes et chefs de rubriques, "Les Bees font le buzz" (mmm, comme le laissait pressentir la couv', je sens que l'on va s'amuser avec la titrairie de ce mag). Où l'on apprend que Les Bees sont *"des filles curieuses, des abeilles butineuses qui se mêlent de tout et partagent tout. Quoi aimer, que porter, de qui s'inspirer, où aller et avec qui ?"*. Donc voilà quelle semble être la ligne éditoriale de ce mag. Bon.

On attaque avec l'actu (rubrique "Big Bang"), indirectement people, sur Anne Hathaway (2 pages, trois photos, et article d'un feuillet maxi). Et cette incise un peu bizarre, qui revient tout le long du magazine, où la journaliste (ici "Florence") commente dans un carré jaune son propre article ! Curieux... Ensuite, actu shopping (déjà ?), portait intéressant d'une mannequin handicapée, quelques portraits, encore de l'actu shopping, un papier publi-reportage à peine déguisé sur le tournage de la pub pour un jus de Lancôme, un papier sur le Viagra féminin, un passage en revue des tendances vestimentaires des people (et cet étrange commentaire sur le "beige perversversion bondage de Kate Bosworth" – vulgaire et incompréhensible)... Bref, **une vingtaine de pages "actus" qui n'en sont pas** (contrairement à Grazia qui, pour sa part, a le mérite de tenter de traiter la vraie actu) mêlent hypocritement de la mode et du people.

S'ensuivent 6 pages de "Happy culture" (qui comptent tout de même beaucoup de papiers sur la télé.. Puis, après quelques pages d'annonces pour la e-boutique maison (l'occasion de mettre en avant des marques partenaires), puis les sujets de cover : interview de Vanessa Paradis... **Puis cet étrange papier : "La banlieue, c'est glam ! Sex and the cité" (sic). Énorme, affolant** : la journaliste a trouvé huit femmes auteures, réalisatrices ou journalistes *"issues des banlieues"* et qui *"s'en sont sorties"*.

Et là, on enfile les perles : le papier s'ouvre sur... Puteaux (une banlieue craignos, comme tout le monde le sait) avant que les huit héroïnes nous décrivent leur boulot.. Mais j'ai beaucoup de mal à comprendre en quoi elles *"nourrissent leur travail artistique de leurs années passées dans des cités"* (re-sic). Heureusement, la journaliste "Myriam" se justifie courageusement dans le fameux petit carré jaune, en expliquant que ces *"destins exceptionnels"* ne doivent pas *"faire oublier les difficultés auxquelles font face les jeunes des cités, scolarisés dans des Zep, puis confrontés à un taux de chômage de 40%"*. Ouf, nous voilà rassurés.

Puis, un "grand angle" sur Paris Hilton de passage dans la capitale (le titre ? "Bon baisers de Paris", no comment), un sujet intéressant sur des adeptes du family business, et, enfin, pour revenir aux choses sérieuses, 30 (!) pages de shopping avec, toujours, ces jeux de mots moyens qui semblent être la marque de fabrique de Be ("Glam-à-vous !"). Et enfin les pages beauté (dont une rubrique "wellbeing", amusant ces anglicismes censés faire branché...).

Ah, et enfin la rubrique sexo: "Être branchée au lit, mode d'emploi", "devenir une parfaite sexonista", avec cet intertitre définitivement vulgaire (et difficile à comprendre) : *"Définitivement has been le 'hand job'! La it branlette, c'est le 'foot job' "*. Puis un papier au titre inspiré, "Est-ce plus dur de se faire jeter par un moche ?".

En clair, premières impression inquiètes au vu de ce magazine censé être "haut de gamme" (hum...). Les "jeunes femmes de 20 à 35 ans" urbaines et CSP + plus seraient donc juste des ~~petites bourges~~ individualistes accros au shopping, accros aux starlettes et au buzz ? Reste à voir quel groupe va dégainer à son tour un féminin "glam" pour jeunes actives...

> Article initialement publié sur [Miscellanées](#)

> Illustration de [Une by jaimelondonboy](#) sur Flickr

FROGITA

le 22 mars 2010 - 13:16 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Yep Causette c'est bien le seul truc c'est d'arriver à le trouver...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

LILI

le 22 mars 2010 - 14:46 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Marie-Claire, Mondadori, Lagardère... Pourquoi les gros groupes de presse s'évertuent-ils à nous pondre des "Pouf-Mags" ? Il ne savent faire que ça, ou alors effectivement le but inavoué est d'en faire des machines à fric, des catalogues de publicité entrecoupés de publi-reportages afin de préparer la lectrice à sortir son chéquier.

Faut-il que ce soit une maison d'édition indépendante qui nous apporte un peu d'oxygène avec Causette ?

Je dis simplement longue vie à Causette, parce qu'il y a du boulot et qu'il est maintenant prouvé que la presse féminine peut exister autrement qu'en essayant de nous vendre la dernière paire de pompe "hot hot hot" à 600 €, et pour se permettre de nous donner des conseils it-astro-sexe ou les état d'âme de Paris Hilton...

Merci Causette de ne pas nous prendre pour des cruches !! des Quiches pardon ! :)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

KILIAN

le 23 mars 2010 - 13:02 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Critique facile d'intello-bobo-parisieniste-rive-gauche. Moi je l'ai feuilleté Be, je le trouve bien et je pense qu'il trouvera son public. Maintenant je peux me tromper, mais j'ai du mal avec ces critiques permanentes dès qu'un nouveau magazine sort. Et le pire, c'est que la grille de lecture est toujours la même, renouvelez-vous un peu SVP...
L'objectif de Be n'était pas de faire du Télérama.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

MARIA

le 25 mars 2010 - 13:16 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



A mon avis on ne peut comparer Grazia avec Be et Envy. Grazia est beaucoup mieux fait avec des vrais articles, de l'actu que les deux autres qui ne mettent en avant que du Shopping et des sujets pour écervelées. Envy ressemble à Closer et ne parlons pas du site web de Be qui est carrément un site web marchand...ce n'est pas de la presse !!! Moi je reste fidèle à Grazia le mieux fait de tous.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

1 ping

Les rats les plus mignons !! Animaux le 22 mars 2010 - 16:23

[...] Be: un pouffe-mag de plus ? | Owni.fr [...]

[uberVU - social comments](#) le 22 mars 2010 - 16:59

Social comments and analytics for this post...

This post was mentioned on Twitter by mathemagie: [#owni] Be: un pouffe-mag de plus ?
<http://goo.gl/fb/g0Ya...>