

# Mag'in France, un magazine pour vous aider à faire les bons choix

Lancé à Bordeaux en mars dernier, Mag in France est le magazine du Made in France. C'est aussi une petite entreprise de presse qui ambitionne de prendre une place prépondérante dans le choix de lecture des consommateurs.

Renaud Jourdon, le créateur du magazine, n'est pas un novice en la matière : il a été le rédacteur en chef du magazine Yachts car en parallèle il était le commissaire général du Festival de la plaisance de Cannes. Il connaît donc bien le nautisme et plus particulièrement La Rochelle. Son épouse étant originaire de Bordeaux et ses enfants ayant choisi d'y faire leurs études, c'est toute la famille qui a déménagé de Cannes vers la capitale régionale.

## Le financement difficile d'un titre de presse

« Nous avons eu l'idée de ce magazine en octobre 2015. Bien que seuls sur ce créneau, il n'a pas été facile de financer le démarrage de l'activité ! » souligne un brin amer Renaud Jourdon. « Nous avons eu une promesse de France Initiative, mais au moment de conclure, plus personne. Nous avons alors lancé une opération de crowdfunding et trouvé finalement un partenaire financier... Italien vivant aux États-Unis. Il est bien difficile en France de trouver le financement pour un tel projet et je souhaitais garder mon indépendance. »

Le magazine Mag'in France est un bimestriel, imprimé en France, tiré à 20000 exemplaires. Au fil de ses 116 pages, on peut découvrir des savoir-faire français, des produits du quotidien, des initiatives. Le magazine est diffusé sur abonnement et dans les principaux points presse de l'Hexagone.

« Les sujets nous parviennent grâce au bouche à oreilles, à nous ensuite de faire le tri (même si ceux qui trichent un peu sur le 100% local s'auto-censurent naturellement) et d'aller à la rencontre des gens qui font le Made in France aujourd'hui. Nous travaillons avec une équipe de pigistes indépendants. De retour du MIF (Salon du Made in France) à Paris, où nous avons un stand, nous avons pu mesurer l'attente des consommateurs qui souhaitent de plus en plus donner un sens à leurs achats. »

Le rédacteur en chef semble satisfait de la progression du titre en quelques 9 mois d'activité. Plus de 800 personnes se sont déjà abonnées. Il est toutefois conscient qu'il faudra attendre encore quelques mois avant de pouvoir vivre de cette entreprise.

Cécilia Rochefort

<https://maginfrance.fr>

