

## COMMUNIQUÉ DU GROUPE SUD OUEST

Bordeaux, le 20/02/2024

---

### **Sud Ouest et l'ensemble des titres de presse du Groupe Sud Ouest se réinventent en lançant leur nouvelle formule**

**Mardi 20 février 2024, Sud Ouest et les quotidiens du Groupe Sud Ouest proposent une formule modernisée de leurs journaux ainsi que de nouveaux rendez-vous éditoriaux.**

**Nouveau format, nouvelles maquettes, logos modernisés, ces éditions papier ont pour objectif de mieux répondre aux attentes de leurs lecteurs en présentant un meilleur confort de lecture et en donnant toujours la priorité à l'information.**

Le projet de refonte des titres de presse du Groupe Sud Ouest aura duré quelques semaines et mobilisé l'ensemble des équipes de Sud Ouest ainsi que celles des autres quotidiens (Charente Libre, Dordogne Libre, La République des Pyrénées, L'Éclair) et des hebdomadaires du Groupe (Le Résistant, La Dépêche du Bassin, Haute Gironde).

Entre le 8 janvier et le 20 février 2024, un chantier industriel d'envergure a impliqué les différentes équipes techniques du centre d'impression du Groupe, pour permettre aux lecteurs de découvrir ce jour, les formules réinventées de leurs journaux locaux.

#### **Un nouveau format pour l'ensemble des titres du Groupe Sud Ouest**

Les titres de presse GSO ont opté pour une taille légèrement réduite de leur format. Si la largeur des journaux est inchangée, la réduction en hauteur est de 12%, une réduction optimale pour conserver un bon confort de lecture qui s'inspire des formats habituels Outre-Manche.

*“Le projet part d'une figure imposée : s'adapter à l'explosion des coûts du papier sans pénaliser l'offre éditoriale. Dans ce contexte, le format choisi - très légèrement réduit - permet de préserver la parfaite intégrité de nos journaux et une vraie densité de pagination. Il nous a surtout offert l'opportunité de travailler avec toutes nos équipes à de nouvelles formules éditoriales et graphiques propres à chacun de nos titres, plébiscitées par nos lecteurs dans le cadre des études préparatoires.”*

Christophe Galichon - Directeur Pôle Médias Groupe Sud Ouest

Ce format plus pratique à prendre en main, qui respecte l'identité et la singularité de chaque titre, a permis de revoir la proposition visuelle et éditoriale de l'ensemble des pages du journal. Forcément moins consommateur d'encre et de papier, il est également en cohérence avec les engagements écologiques du Groupe et le [manifeste Décllic](#).

## Des logos modernisés

Une majorité des logos des titres des journaux du Groupe (à l'exception de la Dépêche du Bassin et de Haute Gironde) ont été revus dans un souci de modernisation, de meilleure visibilité et de cohérence.



Le logo Sud Ouest évolue lui aussi, dans une dynamique de renouveau : l'aplat rouge s'allège et laisse apparaître deux encoches pour symboliser l'évolution, le mouvement, l'ouverture vers le territoire de Nouvelle-Aquitaine. Il conserve sa **couleur** rouge, couleur primaire tonique, généreuse incitant à l'action.

La **typographie** du logo Sud Ouest est adoucie et arrondie. Chaleureuse et accessible, elle établit une connexion plus personnelle avec le lecteur et reflète l'engagement de Sud Ouest à établir une communication plus conviviale et authentique avec ses audiences, au travers de ses différents supports.

Les **encoches** qui délimitent le logo soulignent aussi la clarté et la précision dans le traitement de l'information. Cette symbolique renforce la qualité et l'engagement de Sud Ouest envers ses lecteurs.

## Des chartes graphiques repensées dans un souci de clarté et d'esthétisme

Trois chartes graphiques différentes ont fait l'objet d'un étroit travail de collaboration entre les rédactions, un groupe de travail dédié et le designer éditorial **Grégory Leduc** :

- une charte pour Sud Ouest
- une charte pour les titres de presse départementaux
- une charte pour les hebdomadaires

Chaque maquette et l'ensemble des Unes ont été repensées dans un souci de modernité sans rompre avec l'esprit de chaque titre.

Pour Sud Ouest, le choix d'une nouvelle typographie est justifié par la recherche d'une meilleure lisibilité et par un souci d'esthétisme. Les têtes, très visibles, permettent de mieux se repérer dans le déroulé du journal. La part belle est faite à la couleur, au traitement des visuels et des photos. La mise en page est beaucoup plus aérée pour un meilleur confort de lecture. *“L'utilisation du blanc tournant n'a pas vocation à créer du vide mais plutôt à révéler un titre, une photo ou un élément important de la page”* explique le designer éditorial Grégory Leduc.

### **De nouveaux contenus**

Le déroulé du journal a été repensé afin de répondre aux attentes des lecteurs et à leurs habitudes de lecture.

L'édito a par exemple été remonté en début de journal. Le traitement du “Fait du jour” a été assoupli. La très appréciée rubrique “Le piéton” a été modernisée avec une illustratrice aux racines locales. Les pages culture ont fait peau neuve, la vidéo du jour prend place sur le papier grâce à un QR code qui permet d'accéder au web. Davantage de décryptages, de portraits... D'une manière générale, tous les marqueurs forts de l'identité de Sud Ouest ont évolué.

*“Nous avons mené un projet ambitieux pour définir une offre éditoriale claire, lisible et visuelle”* témoigne **Flore Galaud**, rédactrice en chef de Sud Ouest.

### **Un projet de Groupe au service des lecteurs**

Les nouvelles formules des journaux du Groupe Sud Ouest sont le fruit d'un **travail collectif** entre La Rédaction, les services techniques mais également la Régie publicitaire (Sud Ouest Publicité), le Marketing, les Ventes. Ce projet d'entreprise a pour vocation de donner un nouveau souffle aux journaux du Groupe en adéquation avec les valeurs de Sud Ouest, expertise, proximité, engagement, ouverture, sa marque phare qui fêtera ses 80 ans en août..

*“Nous souhaitons moderniser nos marques, nos titres et l'image du Groupe mais en premier lieu, nous voulons satisfaire nos lecteurs au quotidien en se reconnectant à leurs attentes”* explique **Emeline Saëz**, directrice marketing du Groupe Sud Ouest.

**Retrouvez dès aujourd'hui en kiosque les nouvelles éditions de Sud Ouest, La République des Pyrénées, L'Éclair, Charente Libre, Dordogne Libre et sur tous nos supports, ces nouveaux logos prendre vie au travers de nos différents supports.**

**Découvrez en annexes :**

- [La vidéo de présentation de la nouvelle formule de Sud Ouest avec Flore Galaud, Emeline Saëz, Christophe Galichon et Jean-Pierre Dorian](#)
- [Le dossier spécial sur SudOuest.fr](#)

## À propos du Groupe Sud Ouest

Le Groupe Sud Ouest (GSO SA) s'est développé grâce au rayonnement du journal Sud Ouest, créé en 1944, qui en est l'entité principale. Il s'agit d'un groupe de presse indépendant d'information, de communication et de services. Chaque jour, **1,5 million** de personnes s'informent et sont reliées entre elles grâce aux marques médias du Groupe Sud Ouest. Celui-ci compte cinq quotidiens payants (**Sud Ouest, Charente Libre, La République des Pyrénées, Dordogne Libre et L'Éclair**) qui représentent une diffusion totale de plus de 250 000 exemplaires par jour, pour une audience mensuelle de 20 millions de visiteurs uniques et 160 millions de pages vues sur ses sites et applications mobiles.

Le Groupe compte 42 000 abonnés numériques et 140 000 abonnés print. Il possède 3 hebdomadaires en Gironde (**La Dépêche du Bassin, Le Résistant et Haute Gironde**), le média économique **Placéco**, ainsi qu'une maison d'édition, les **Éditions Sud Ouest**.

Il développe une stratégie audiovisuelle autour de ses télévisions **TV7** et **TVPi**, ainsi que de **Digivision** (société de production et agence de presse TV) et **Écrans du Monde** (groupe référent en production audiovisuelle, captation de spectacles vivants et correspondance de presse TV).

Le Groupe a également développé une activité d'agence de communication et de contenus : l'agence **Eliette** et une activité événementielle autour de l'agence **Côte Ouest**. Avec **Terre de Vins**, il est un acteur majeur de la verticale Vin, il anime aussi les communautés rugby avec **Rugby 360**.

Le Groupe est aussi présent dans le domaine de la logistique et de la distribution avec **S2D**, dispose d'une filiale dédiée aux développements numériques de ses éditeurs, **GSOi** (Groupe Sud Ouest Interactive) et a créé en 2016 la cellule d'innovation **Théophraste**, pour développer des projets avec des startups et entreprises innovantes du territoire.

---

## Contact presse :

Margaux Mazière - Responsable communication Groupe

[m.maziere@sudouest.fr](mailto:m.maziere@sudouest.fr)

06 85 55 45 22