

# Jazz Vision

*Proposition d'un supplément semestriel premium  
prolongeant la stratégie d'ouverture de Jazz Magazine.  
Étude de marché, concept, modèle économique et plan  
financier.*

Document de travail – titre du supplément à définir

Fiabilité signalée partout : **FAIT** (sourcé) / **ESTIM.** (hypothèse) / **INCONNU**

# Sommaire & méthodologie

---

Résumé exécutif	1
I. Jazz Magazine aujourd'hui & l'intention	I
II. Le marché de la presse — déclin et scission	II
III. Le marché du jazz et la demande	III
IV. La proposition — le supplément augmenté	IV
V. Le modèle économique	V
VI. Business plan (scénario semestriel)	VI
VII. Go-to-market et calendrier	VII
VIII. Risques et limites	VIII
Annexes — sources, glossaire	IX

## Méthodologie & convention de fiabilité

Ce document est destiné à une présentation au comité de direction et à l'éditeur de Jazz Magazine. **Tout chiffre y est soit certifié et sourcé ( FAIT ), soit présenté comme hypothèse de travail ( ESTIM. ), soit signalé manquant ( INCONNU ).** Les données de marché s'appuient sur des sources publiques récentes et vérifiées (ACPM, CNM, RIAA, bilans officiels de festivals — voir annexe). Les **projections financières sont des hypothèses**, à fiabiliser avec les **coûts réels et mutualisés de Jazz Magazine** et trois devis imprimeurs. Par prudence, **aucune donnée de diffusion de Jazz Magazine n'est citée** : le titre n'est plus audité par l'ACPM depuis ~2020<sup>[12]</sup>.

# Résumé exécutif

---

Jazz Magazine a engagé, depuis sa relance de 2014, une ouverture numérique. Le mensuel conserve un lectorat fidèle, mais le marché magazine recule (-3 % en 2025). Or il existe une demande de jazz jeune et transversale, massive et prouvée, que le format mensuel ne capte pas. La proposition : un **supplément semestriel premium** — « Jazz Vision » (le Jazz Magazine augmenté) — qui prolonge la marque et les archives vers ce public, à faible risque.

---

**222 000**

festivaliers à Jazz à Vienne en 2025<sup>[6]</sup>

FAIT

---

**12 %**

le jazz-blues, 2<sup>e</sup> genre du spectacle vivant musical en France (CNM 2024)<sup>[2]</sup>

FAIT

---

**+58 k€**

résultat d'exploitation visé en An 3 (scénario prudent, ESTIM.)<sup>[\*]</sup>

L'analyse en cinq points : **(1)** le marché magazine recule (-3 %/an, ACPM<sup>[1]</sup>) mais le premium de niche progresse (Epsilon +13,9 % en 2024<sup>[10]</sup>) ; **(2)** le jazz est culturellement en plein renouveau (Ezra Collective au Mercury 2023, Samara Joy aux Grammys 2023<sup>[7] [8]</sup>) ; **(3)** sa demande live est considérable (Jazz à Vienne, et 2<sup>e</sup> genre live de France<sup>[2] [5]</sup>) ; **(4)** l'objet premium revient (vinyle, RIAA 2024<sup>[4]</sup>) ; **(5)** Jazz Magazine détient les actifs (marque, 70 ans d'archives, lectorat, distribution) pour servir ce public — il ne manque qu'un objet pensé pour lui. Cadence proposée : **2 numéros/an**, amorçage modéré (~100 k€ ESTIM.), équilibre approché dès l'An 2-3.

# I. Jazz Magazine aujourd'hui & l'intention

---

## 1.1 La maison

Jazz Magazine, fondé en 1954, est édité par **Jazz et Compagnie (« Jazz & Cie », SAS)**, contrôlée depuis 2014 par un groupe d'investisseurs présidé par **Édouard Rencker** (groupe Makheia), également directeur de la publication ; la rédaction est dirigée par **Frédéric Goaty** FAIT <sup>[12]</sup>. La maison possède un actif rare : **70 ans d'archives** et une marque de référence.

## 1.2 L'ouverture déjà engagée

Depuis la relance de 2014, Jazz Magazine a installé un **positionnement numérique** : version digitale de l'abonnement, archives en ligne, présence active sur les réseaux sociaux ESTIM. <sup>[12]</sup>. La proposition de ce rapport s'inscrit dans la continuité directe de ce mouvement.

### L'INTENTION

Ce projet n'est pas un nouveau titre concurrent : c'est une **extension** de Jazz Magazine vers un public que le mensuel, par son format et son rythme, ne peut pas atteindre. Un « Jazz Vision » (le Jazz Magazine augmenté) : le même corps (marque, archives, lectorat, distribution), doté de capacités nouvelles.

## II. Le marché de la presse — déclin et scission

### 2.1 Un recul confirmé

La diffusion de la presse magazine française a reculé de **3 % en 2025** (≈ -3 à -4 %/an sur la période récente) **FAIT** <sup>[1]</sup>. Le kiosque s'efface ; l'abonnement et le numérique compensent partiellement. Le milieu de gamme indifférencié, dépendant du volume et de la publicité, est le plus exposé.

### 2.2 ...mais une scission au profit du premium de niche

#### CE QUI RECOULE

Généralistes de masse, mensuels indifférenciés, modèles tout-kiosque / tout-publicité.

#### CE QUI PROGRESSE

Le premium de niche : **Epsilon (sciences)** **+13,9 %**, Saveurs **+10,7 %**, So Foot **+7,39 %** en 2024 **FAIT** <sup>[10]</sup>. Et l'objet désirable : mooks et vinyle.

**Nuance honnête** : ces hausses datent de l'exercice 2024 et ne se prolongent pas mécaniquement (So Foot et Saveurs refluent en 2025) <sup>[10]</sup>. La presse de **sciences** (Epsilon) est le signal le plus probant d'un appétit durable pour le premium informé.

### 2.3 L'économie du mook — réelle mais fragile

Le mook premium (XXI, Zadig, Légende) se vend **~19 €** (XXI porté à 22 € en 2024), pour un tirage de croisière de l'ordre de **12 000 à 18 000 exemplaires**, en double réseau librairie + kiosque **FAIT** <sup>[9]</sup>. **C'est un modèle structurellement fragile** : XXI a connu deux faillites (repris fin 2023), Zadig s'est arrêté fin 2024 <sup>[9]</sup>. Le point mort, selon les titres, se situe dans une fourchette **~20 000–35 000 ventes/numéro** **ESTIM.** (sources divergentes). **Conséquence pour nous** : un supplément **adossé à une marque et une structure existantes** (Jazz Magazine) est bien moins risqué qu'un mook autonome.

# III. Le marché du jazz et la demande

## 3.1 Une demande live massive et mesurée

**222 000**

Jazz à Vienne 2025 (215 000 en 2024) <sup>[5]</sup>

FAIT

**12 %**

part du jazz-blues dans les représentations live de musique en France (2024), 2<sup>e</sup> genre <sup>[2]</sup>

FAIT

**≈250-270k**

visiteurs du village de Marciac (gratuit inclus), dont ~55 000 payants <sup>[6]</sup>

ESTIM.

Le chiffre le plus solide est institutionnel : selon le CNM, le **jazz-blues représente 12 % de l'ensemble des représentations payantes de musique et variétés en France en 2024**, ce qui en fait le **2<sup>e</sup> genre** derrière l'humour (29 %) et devant le rock-métal (10 %) <sup>[2]</sup>. La fréquentation des grands festivals confirme l'ampleur du public : Jazz à Vienne a réuni **222 000 festivaliers en 2025** <sup>[5]</sup>.

### PRÉCISION MÉTHODOLOGIQUE (À TENIR DEVANT LE COMITÉ)

Le « >250 000 » de Marciac est la fréquentation **totale du village** (mesure mobile, concerts gratuits inclus), pas un public concert : les entrées payantes au chapiteau sont ~5x plus faibles (~55 000) <sup>[6]</sup>. Nous le présentons donc en ESTIM. et sans surinterprétation.

## 3.2 Un renouveau culturel, documenté

- **Ezra Collective** — premier acte de jazz à remporter le Mercury Prize, en 2023 (prix créé en 1992) <sup>[7]</sup>
- **Samara Joy** — deux Grammys à la 65<sup>e</sup> cérémonie (2023) : Révélation de l'année et Best Jazz Vocal Album <sup>[8]</sup>
- Une génération qui relie le jazz au hip-hop et à l'électro (scène britannique, vinyle, festivals).

## 3.3 Le retour de l'objet

Aux États-Unis, le vinyle a **dépassé le CD en unités pour la 3<sup>e</sup> année consécutive** (44 vs 33 millions) et pèse **1,4 Md\$ de revenus (+7 %)**, son plus haut niveau depuis 1984, au terme de 18 années de croissance <sup>[4]</sup>. Le public premium **repaie pour l'objet** — socle de notre stratégie (section V).

## 3.4 Le white space & sa limite

La presse jazz occupe la tradition (patrimoine) et l'avant-garde pointue ; **personne ne tient le jazz transversal, premium et jeune**. C'est le créneau du supplément. La limite à garder en tête : le jazz reste une **niche** (faible part du streaming) — le projet vise la valeur unitaire et l'objet, pas le volume.

# IV. La proposition — le supplément augmenté

Un supplément semestriel premium (~120-150 p., 19 €), édité sous l'égide de Jazz Magazine, qui traite le jazz comme une culture vivante et transversale, en journalisme d'auteur.

## 4.1 « Le même corps, des capacités nouvelles »

### LE CORPS (EXISTANT)

La marque Jazz Magazine, 70 ans d'archives, le lectorat, la distribution, le statut presse (CPPAP).

### LES CAPACITÉS NOUVELLES

Une voix jeune et transversale, un objet premium à collectionner, une extension audio des archives, des événements.

## 4.2 Les six piliers éditoriaux

La scène vivante · les passerelles (jazz ↔ hip-hop ↔ électro) · le patrimoine relu · tendances & mode · objet & visuel · la tribu (rubriques de service : la vie en jazz, le jeu, les conseils).

## 4.3 Ce que le supplément apporte à Jazz Magazine

- **Un nouveau lectorat** jeune, urbain, transversal — sans toucher au mensuel historique.
- **Une valorisation des archives** (papier et audio) — 70 ans réactivés.
- **De la diversification** (objet, numérique, événements) et une **image rajeunie**.
- **Un test grandeur nature** à risque maîtrisé, avant d'aller plus loin si le marché répond.

### PREUVE DE CONCEPT

Un **numéro 0 entièrement maqueté et rédigé** (33 pages, sur faits réels et sourcés) existe déjà : couvertures, charte, chemin de fer, rubriques. **NB** la maquette a été réalisée sous une identité provisoire ; en pratique, le supplément porterait l'identité Jazz Magazine.

# V. Le modèle économique

## 5.1 La diversification, condition de survie

Selon le CNM, 64 % des titres de presse musicale « artistique » reposent encore sur un modèle mono-revenu — l'édition du magazine seul, sans diversification FAIT <sup>[3]</sup>. C'est précisément la fragilité que ce supplément évite : il est **diversifié par construction**.

## 5.2 Les sources de revenus

SOURCE	DESCRIPTION	RÔLE
Ventes	Kiosque + librairie, 19 €, via le réseau Jazz Magazine	Visibilité, acquisition
Abonnés « augmentés »	Offre dédiée aux abonnés Jazz Magazine + objet collector	Fidélité, marge
Numérique	Extension audio des archives (~5 €/mois) <span style="border: 1px solid orange; padding: 2px;">ESTIM.</span>	Récurrent, marge élevée
Événements	Soirées, partenariats clubs & festivals	Marque + revenu
Brand content	Musique × marques (mode, audio, luxe)	Marge, sans dépendance pub

Cinq sources, adossées aux actifs de Jazz Magazine.

## 5.3 La fidélisation par l'objet

Le levier de réachat le plus puissant est l'**objet sériel**, qui n'a de valeur que complet : l'« album qui se construit » (un disque souple par numéro → la compilation de l'année) ou la « fresque en 4 actes ». L'extension audio des archives (à ~5 €/mois) sert d'étage d'entrée numérique. Le vinyle pleine taille reste réservé à un « drop » premium occasionnel.

# VI. Business plan (scénario semestriel)

## 6.1 Hypothèses clés

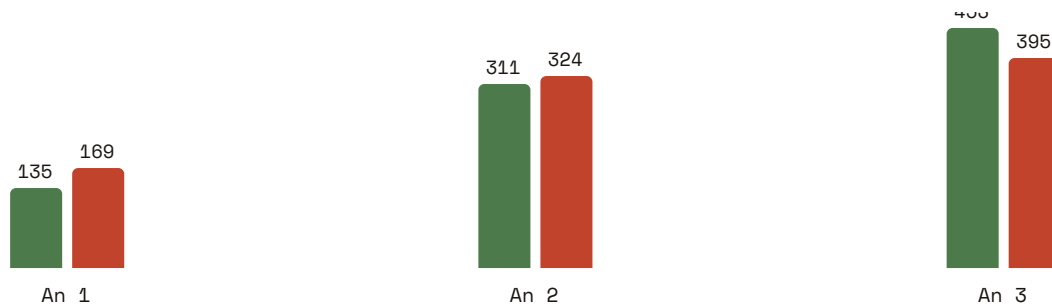
HYPOTHÈSE	VALEUR	FIABILITÉ
Cadence	An 1 : 1 n° pilote ; An 2-3 : 2 n°/an	ESTIM.
Prix de vente public	19 €	ESTIM.
Net éditeur / ex. (kiosque-librairie)	~9 €	ESTIM.
Ventes nettes / numéro (An 1 → An 3)	~8 000 → ~11 000	ESTIM.
Impression + papier / ex.	~3 €	À FIABILISER (devis)
Structure	mutualisée avec Jazz Magazine (pas de structure neuve)	À CONFIRMER

Le levier décisif est l'adossement à Jazz Magazine : la structure, la distribution et la marque sont mutualisées, donc largement hors coût marginal.

## 6.2 Compte d'exploitation prévisionnel (k€)

k€	AN 1 (1 N° PILOTE)	AN 2 (2 N°)	AN 3 (2 N°)
Ventes kiosque + librairie	72	162	198
Abonnés « augmentés » + objet	30	60	95
Numérique (audio archives)	10	25	45
Événements	8	24	45
Brand content	15	40	70
<b>Produits</b>	<b>135</b>	<b>311</b>	<b>453</b>
Impression + papier	36	78	90
Objet collector + logistique	8	22	32
Rédaction / pige / photo	45	90	110
DA / maquette	15	25	28
Distribution (via Jazz Mag)	12	24	30
Marketing / acquisition	18	30	35
Coordination (0,5-1 ETP, reste mutualisé)	35	55	70
<b>Charges</b>	<b>169</b>	<b>324</b>	<b>395</b>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>-34</b>	<b>-13</b>	<b>+58</b>

Montants ESTIM., illustratifs. À fiabiliser avec les coûts réels mutualisés de Jazz Magazine et 3 devis imprimeurs.



**Équilibre approché dès l'An 2, franchi en An 3 (+58 k€),** grâce à la montée de l'abonnement-objet et du numérique (récurrents, à forte marge) et à la mutualisation des coûts. Déficit cumulé à financer : **~47 k€**.

## 6.3 Sensibilité

Le résultat dépend surtout de **(a)** la part réellement mutualisée avec Jazz Magazine (poste « coordination/structure ») et **(b)** du coût d'impression. Une structure 30 % plus lourde que prévu repousse l'équilibre d'environ un an ; d'où la nécessité de chiffrer avec la direction financière de Jazz Magazine.

## 6.4 Financement de l'amorçage

SOURCE	K€ (ESTIM.)
Apport / portage Jazz Magazine	50
Préventes & financement participatif	40
Aides presse (CPPAP — fiscalité)	n.c.
<b>Total amorçage</b>	<b>~90-100</b>

Couvrir le déficit cumulé (~47 k€) + le besoin en fonds de roulement (stocks papier + objets). Bien inférieur aux ~320 k€ qu'exigerait un titre autonome.

## VII. Go-to-market et calendrier

---

1. **Piloter** — un n°0 pilote sous l'égide de Jazz Magazine dans 6 à 9 mois.
2. **Distribuer** — le réseau kiosque + librairie de Jazz Magazine ; une offre dédiée aux abonnés.
3. **S'allier** — partenariats clubs (Caveau de la Huchette, New Morning...) et festivals (Jazz à Vienne, Marciac, Jazz à la Villette) : contenu, soirées, objet.
4. **Incarner** — une soirée de lancement et l'extension audio des archives.

**Validation par la demande** : des **préventes** peuvent précéder l'impression du n°1 pour confirmer le marché et dérisquer le tirage. ESTIM.

# VIII. Risques et limites

RISQUE	PARADE
Marché du mook premium fragile (XXI, Zadig) <sup>[9]</sup>	Adossement total à Jazz Magazine (coûts mutualisés), cadence lente
Niche à plafond de volume (jazz = part faible du streaming)	Valeur unitaire + objet + écosystème, pas le volume
Conversion des jeunes incertaine	Le live, le numérique et l'objet comme portes d'entrée
Chiffres financiers = hypothèses	Business plan définitif avec la direction financière de Jazz Magazine + 3 devis
Croissance du premium 2024 non acquise (reflux 2025) <sup>[10]</sup>	Ne pas surestimer la dynamique ; viser un point mort bas

Honnêteté : les projections sont des hypothèses de travail ; plusieurs s'appuient sur des coûts encore à confirmer en interne.

## DONNÉES À FIABILISER AVANT ENGAGEMENT

Coûts réels mutualisés (structure, distribution) de Jazz Magazine ; trois devis imprimeurs fermes ; coût réel des objets collector ; appétit des abonnés actuels pour une offre « augmentée ». Tant que ces points ne sont pas levés, le business plan reste un **cadre de travail**.

# Annexes

---

## Sources

- [1] Diffusion de la presse magazine FR -3 % en 2025. ACPM, repris par CB News — cbnews.fr
- [2] Jazz-blues = 12 % des représentations live de musique/variétés (2<sup>e</sup> genre), France 2024. CNM, « La Diffusion live en 2024 » — cnm.fr
- [3] « 64 % des titres de presse musicale artistique reposent sur un modèle mono-revenu ». CNM, Panorama de la presse musicale en France (2023) — cnm.fr (PDF)
- [4] Vinyle > CD (44 vs 33 M unités, 3<sup>e</sup> année) ; revenus vinyle 1,4 Md\$ (+7 %), plus haut depuis 1984, 18<sup>e</sup> année de hausse. RIAA Year-End 2024 — riaa.com
- [5] Jazz à Vienne 2025 : 222 000 festivaliers (2024 : 215 000). Bilan officiel via ESSOR Isère / mesinfos — mesinfos.fr
- [6] Jazz in Marciac : fréquentation village ≈250-270 000 (gratuit inclus), ~55 000 entrées payantes. Chambre régionale des comptes Occitanie / Cour des comptes (2024) — ccomptes.fr (PDF)
- [7] Ezra Collective, 1<sup>er</sup> acte de jazz lauréat du Mercury Prize (2023). Jazzwise — jazzwise.com
- [8] Samara Joy, 2 Grammys 2023 (Best New Artist + Best Jazz Vocal Album). Recording Academy — grammy.com
- [9] Économie & fragilité du mook premium (XXI, Zadig). INA — La revue des médias — ina.fr
- [10] Magazines en croissance 2024 (Epsilon +13,9 %, Saveurs +10,7 %, So Foot +7,39 %), ACPM DFP. Influencia — influencia.net
- [11] So Press : 120 salariés (~50 CDI). Le Monde (2025) ; CA ~24-25 M€ (2022, presse, non publié — ESTIM.). pappers.fr
- [12] Jazz Magazine : éditeur Jazz et Compagnie (Édouard Rencker, dir. publication) ; Frédéric Goaty, dir. rédaction ; titre non audité ACPM depuis ~2020. jazzmagazine.com
- [\*] Projections financières : hypothèses de travail (ESTIM.) des auteurs du projet, à fiabiliser avec Jazz Magazine.

## Glossaire

**Mook** : magazine-livre premium, à parution espacée, kiosque + librairie. **Point mort** : ventes à partir desquelles un numéro couvre ses coûts. **CPPAP** : régime fiscal de la presse. **DFP** : Diffusion France Payée (ACPM). **Brand content** : contenu financé par une marque. **Drop** : sortie limitée d'un objet premium.

Document de travail – proposition de supplément « Jazz Vision » (le Jazz Magazine augmenté) (titre à définir).  
Chiffres de marché vérifiés & sourcés (FAIT) ; projections financières = hypothèses (ESTIM.) à fiabiliser avec Jazz Magazine. Diffusion de Jazz Magazine non citée (non auditée depuis ~2020). · jazzmagazine.pages.dev