

A portrait of Elisabeth Descombes, a woman with light-colored hair, wearing a black jacket and a necklace with a large, round, reflective pendant. She is seated at a table with several wine glasses in front of her. The background is softly blurred, showing an indoor setting with warm lighting. A semi-transparent dark overlay with rounded corners is positioned over the lower half of the image, containing the text.

# Millésimées

Portrait d'Elisabeth Descombes



**Elisabeth Descombes**  
**Directrice déléguée de**  
**l'hebdomadaire économique « Challenges » (Groupe Perdriel)**

Professeure de lettres à 20 ans en plein mai 68, le publicitaire Jacques Séguela l'intronise à 25 ans dans le monde publicitaire des médias. Sous sa houlette, « Première », le mensuel du cinéma du Groupe Hachette Filipppachi, passe de 100.000 à 500.000 exemplaires en 5 ans, le « Nouvel Observateur » retrouve en trois ans une diffusion à 500.000 exemplaires et un chiffre d'affaires multiplié par 300 %.

Viennent ensuite l'incroyable aventure télévisuelle de la 5, du groupe RMC-Nostalgie et du groupe NRJ. Directrice générale de La Tribune (groupe LVMH), puis Présidente de Radio Classique (groupe LVMH), Claude Perdriel la rappelle pour le passage du mensuel « Challenges » en hebdomadaire dont elle est aujourd'hui la Directrice déléguée.

Elisabeth est une femme de réseaux, celui des « femmes de médias » et des « femmes d'influence » animée par la volonté de réduire les inégalités hommes-femmes dans notre société. Agnès Panier-Runacher, ministre de l'Industrie, lui a remis l'année dernière, au nom du Président de la République, les insignes de chevalier de la Légion d'Honneur.



# Des conseils pour celles et ceux qui souhaiteraient se lancer dans un projet comme le vôtre ?

“

« Etre très à l'écoute, comprendre les attentes du dirigeant-entrepreneur, être au plus près de sa stratégie pour l'entreprise, collaborer de façon très étroite avec la direction de la rédaction. Tout cela crée un authentique capital confiance qui permet de développer une relation pérenne et constructive.

Dans le métier qu'il m'est donné d'exercer, la puissance de travail, le courage et l'esprit d'équipe est primordial mais aussi la réactivité, la créativité et être toujours positif.

Porter haut et fort les couleurs de la marque car cette marque est un capital, une référence. »

”



# Quel a été votre plus grand succès ?

“

« Indéniablement au « *Nouvel Observateur* ». Le titre est alors en grande difficulté, concurrencé par le *Figaro Magazine* qui chamboule le paysage de la presse hebdomadaire, en couleur, des photos, sur papier glacé. Claude Perdriel fait appel à moi et au franco américain Frantz-Olivier Giesbert et son équipe de journalistes d'investigation.

Et en trois ans, grâce à la nouvelle formule de « *l'Obs* », nous sommes *leader* du marché. Nous passons de 300 à 500.000 exemplaires, frisant le *burn out*, tant l'équipe avait donné et changé l'image : la gauche pouvait faire du profit ! Encore aujourd'hui, Claude Perdriel dit que nous lui avons sauvé son journal.

Et d'une façon plus générale, former les équipes et les emmener avec fierté au succès. »

”



# Quelle est votre devise ?

“

*« Tout est possible à qui rêve, ose, travaille et n'abandonne jamais », Xavier Dolan.*

Partant de ce principe, je n'ai peur de rien, ni de personne. Mon jardin secret, c'est la transmission : coacher les jeunes de 28 à 35 ans déjà dans le monde du travail afin qu'ils aient une bonne appréhension de l'entreprise, qu'ils saisissent les opportunités qui leur correspondent et trouvent ainsi leur juste place. »

”

