unionPRESSE

Maxi Basket : "C'est un gros défi de miser sur la presse papier"

mer 14/01/2026 - 13:15

Après plusieurs années d'absence, le magazine Maxi Basket a fait son retour en septembre 2025. Fabrice Auclert, propriétaire du site Basket USA, dévoile les coulisses de ce nouveau départ.

Quelle est l'origine du magazine ?

Maxi Basket est un magazine historique. Il a bercé des générations de lecteurs depuis sa création en 1982. Finalement, il a fini par s'arrêter en 2012 pour devenir Basket Le Mag. Malgré sa disparition, j'étais encore très attaché à la marque Maxi Basket. Lorsque Basket Le Mag s'est arrêté en avril 2025, je me suis dit que ce n'était pas possible qu'il n'y ait qu'une référence de magazine basket en France. Après avoir fait tout le tour du basket en France, et avoir été dans la presse papier, je me disais que si un jour j'avais l'opportunité de lancer un magazine papier, je le ferais. On a recréé Maxi Basket en l'espace de quelques semaines avec l'aide de Yann Casseville, qui est l'ancien rédacteur en chef de Basket Le Mag, et Pascal Legendre.

Avec la disparition de Basket Le Mag, les linéaires ne possédaient plus beaucoup de titres sur le basket français. Comment s'est lancé le projet ?

Après la disparition Basket Le Mag, j'ai constaté un vrai manque dans le réseau presse. On a préféré relancer Maxi Basket, plutôt que de relancer Basket Le Mag. La passerelle entre les

deux titres s’est faite très simplement. Il n'y a pas eu de rachat de marque ou de fichier clients. Les anciens abonnés peuvent s'estimer lésés parce que ça s'est arrêté du jour au lendemain. On n'a pas repris les fichiers, on ne les a pas relancés. On est reparti vraiment de zéro.

À qui s’adresse Maxi Basket ?

Notre lectorat est âgé. Le lecteur moyen a 40 ans et plus. Nous voulons aller chercher les jeunes qui lisent 5 Majeur par le prisme des belles photos et des posters.

Comment avez-vous pris le pli de la jeunesse ?

Nous étions obligés de parler de Victor Wembanyama dans notre premier numéro et de suivre la tendance avec Nadir Hifi dans le deuxième. Je me souviens, gamin, j'étais content de voir des systèmes de jeu, de voir dans des magazines comment améliorer son tir. L’objectif est d’aller chercher les jeunes générations au-delà de la NBA par du technique. Nous voulons les attirer vers ce basket français qui n'est pas énormément médiatisé.

Aujourd’hui, peu de médias parlent du basket français. Votre arrivée est donc un moyen pour jeter la lumière sur un monde méconnu ?

C'est un peu le but. Si on arrive à faire la moitié de la réussite de Basket USA sur le basket français avec Maxi Basket, ça sera parfait. C'est un gros défi de miser sur la presse papier. Nous sommes dans une période où il y a 750 000 licenciés, ce n'est pas possible qu'il n'y ait pas au moins un magazine ou deux qui parle de basket. Quand Basket Le Mag s'est arrêté, je me suis dit que ce n'était pas possible. Si on n'y va pas maintenant, on n’ira jamais.

Est-ce que c'est un choix courageux de sortir un magazine papier en 2026 ?

Oui. C'est courageux, mais en même temps c'est un choix passionné. C'est courageux parce que la presse papier, on sait ce que c'est. C'est compliqué aujourd'hui. Mais en même temps, il y avait une demande et ça s'est confirmé dès les premières semaines. Le bouche-à-oreille a été efficace. Les clubs jouent le jeu. La presse joue le jeu. Les confrères jouent le jeu.

Comment souhaitez-vous répondre aux attentes des lecteurs ?

En France, nous avons la chance d'avoir des personnalités marquantes qui permettent de faire des numéros spéciaux. Si on peut aller au Pirée et faire six pages avec Evan Fournier, ce sera génial. Le basket français aujourd'hui a des jeunes têtes, des anciennes têtes, qui peuvent nous permettre d'avoir des figures de premier plan sur les prochains numéros. S'ils veulent dire quelque chose, ils le disent. C'est ce qu'on peut ressentir dans le magazine. Il n'y a pas cet aspect "langue de bois".

Vers quelle direction va le magazine ?

Il s’agit de faire exactement ce que faisait Basket Le Mag. Le but, c'est que Maxi Basket se différencie bien d'un Basket USA, d'un Trash Talk, mais aussi d'un 5 Majeur. Notre volonté est d’aller voir des clubs de supporters et de faire des numéros spéciaux sur des clubs, avec des couvertures régionales. On n’exclut absolument rien. Les lecteurs sont au rendez-vous. Le

numéro consacré à Limoges s’est plus vendu que celui sur Wembanyama.

Quelles raisons vous ont conduit à prendre le tournant de la technique ?

Nous avons décidé d’inaugurer ce format par le grand sujet du moment, la méthode d’entraînement "Constraints-Led Approach" (CLA). Étant donné que nous avions dans notre équipe Dimitri Kucharczyk, qui suit la tendance depuis plusieurs semaines, nous avons pris la décision d’en parler. Dans nos autres numéros, nous parlons de la gravité dans le basket, un sujet qui n'avait pas encore été évoqué, même dans les journaux, sur internet ou dans les éditions précédentes. Dès que nous aurons le temps de nous poser, on reviendra aux bases.

On assiste à un retour aux sources via Maxi Basket avec des décryptages en profondeur. Est-ce que le papier est un bon moyen pour explorer de nouvelles choses ?

Le format papier permet d'être plus long et d'avoir du recul. Avec Maxi Basket, on prend notre temps pour faire des articles qui, sur le web, seraient à l'étroit ou qui auraient une durée de vie limitée. Le retour au papier permet plein de choses que ce soit de manière journalistique et aussi de la forme.

Pourquoi avez-vous décidé d'unir les anciens cadres à une nouvelle équipe ?

Nous sommes repartis sur la base de Basket Le Mag. J'apporte des équipes qui travaillent à Basket USA habituellement. Ils se chargent des interviews et reportages sur les terrains américains. Pascal Legendre est de retour. Yann Casseville occupe le poste de rédacteur en chef. Il prend en main les commandes de papiers et se charge de l’écriture.