

CRÉER UN JOURNAL ÉTUDIANT



Passionné par l'écriture, l'idée de vous lancer dans l'aventure éditoriale vous titille depuis quelques mois... C'est décidé, vous créez votre journal ! Avant de vous lancer, voici quelques conseils pour vous aider à envisager les éléments essentiels à prendre en compte pour garantir la réussite de votre journal. Mais loin de nous l'idée d'être exhaustifs ; à travers dix points précis, on vous propose seulement les ingrédients ... À vous d'inventer la recette et les épices qui vont avec.

1. QUEL TYPE DE JOURNAL ?

Cela semble logique, mais pour créer un journal, il faut d'abord savoir quel sera son contenu. Décider de monter un journal, c'est donc avant tout réfléchir à une ligne éditoriale ; en d'autres termes, définir la personnalité du journal. Créer un journal, c'est en effet avoir quelque chose à dire et quelqu'un à qui le dire.

Si vous voulez créer un journal, c'est que vous avez des infos à diffuser, des idées à faire passer et des causes à défendre, mais que vous ne trouvez pas votre bonheur dans l'offre existante. Les éléments qui vous permettront de vous démarquer et qui feront l'originalité de votre journal vous permettront de constituer une partie de son identité. Celle-ci sera intimement liée aux individus qui sont derrière le projet, mais devra également être en accord avec celle de vos lecteurs potentiels.

Collectivement, identifiez le style que vous souhaitez lui donner. Pouvant aller de l'information à la satire, de nombreuses nuances sont possibles. A vous de voir si vous impliquerez peu ou beaucoup l'opinion des rédacteurs. C'est une véritable prise de position qu'il

est important de définir à l'avance pour éviter les malentendus au sein de la rédaction. Car le ton d'un journal conditionne la publication du contenu (articles, dessins, photos), voire la pagination.


Le choix du titre a ici toute son importance. En général, il annonce assez rapidement l'esprit du journal. Ne le choisissez pas à la va-vite : au-delà du symbole qu'il représente pour toute la rédaction, c'est lui qui rendra votre journal attractif s'il est bien trouvé. Attention toutefois à vous assurer que ce nom n'est pas déjà juridiquement protégé. Pour cela, rendez-vous sur le site de l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle), où vous pourrez retrouver toutes les démarches à suivre (vérification, dépôt du nom, règles à respecter...) : www.inpi.fr/fr/marques/deposer-une-marque.html

2. QUELLE STRUCTURE JURIDIQUE ?

En parallèle de cette question identitaire, il vous faudra penser à la structuration de votre projet. A moins que vous ne meniez déjà une activité associative et que cette publication vienne s'y greffer, il est important de donner une structure juridique à votre projet.

CRÉER UNE ASSOCIATION

Ouvrir un compte, recevoir des subventions ou encore encaisser des recettes de ventes nécessitent d'agir dans le cadre d'une structure ayant une personnalité morale. Du fait de sa souplesse et de sa simplicité de gestion, la forme associative « loi 1901 » semble le mode d'organisation le plus approprié.

 Pour plus d'infos sur la création d'une association, consultez la fiche pratique n°1 « Créer son association, mode d'emploi » du classeur de fiches transversales. Et pour plus d'informations sur vos droits et responsabilités, vous pouvez consulter le site de l'association Jets d'encre, www.jetsdencre.asso.fr, réseau de journaux jeunes qui travaille spécifiquement sur ces questions.

En France, le cadre général des publications est la loi sur la liberté de la presse du 29 juillet 1881.

Une rédaction doit obligatoirement choisir un directeur de publication. Cette personne sera légalement responsable du contenu du journal. Il bénéficie en principe d'un droit de regard intégral. A vous de bien le choisir en votre sein, tout en assurant dialogue et échange avec cette personne.

Vous devez prendre également en compte un certain nombre de mentions obligatoires, ces informations qui doivent figurer dans votre journal : nom du responsable de publication, nom de l'imprimeur, date de parution et prix de vente s'il y a lieu. Vous pouvez présenter cela dans « l'ours », encadré placé généralement en début ou fin de publication.

Il vous faudra également penser au dépôt légal de votre publication auprès de la Bibliothèque Nationale de France. En effet, entrer dans la grande famille des médias vous contraint à certaines démarches dont celle-ci qui date de l'époque de François 1er !

 Retrouvez toutes les informations pour effectuer cette démarche sur le site de la BNF : www.bnf.fr/fr/professionnels/depot_legal.html

Mais heureusement, créer un journal n'implique pas seulement des obligations. Connaissez-vous la charte des journalistes jeunes ? Créée en 1991, elle a été adoptée puis modifiée à l'occasion de rassemblements de nombreuses rédactions.



CHARTRE DES JOURNALISTES JEUNES

Les journalistes jeunes :


1. Ont le droit à la liberté d'expression garantie par la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et la Convention Internationale sur les Droits de l'Enfant.
2. Revendiquent le droit d'opinion et contribuent à garantir le droit de tous à l'information.
3. Prennent la responsabilité de tous leurs écrits ou autres formes d'expression, signés ou non.
4. Sont ouverts à toute discussion sur leurs publications et s'engagent par souci de vérité à rectifier toute information erronée.
5. Tiennent la calomnie et le mensonge pour une faute, sans pour autant renoncer à des modes d'expression satiriques ou humoristiques.
6. Tiennent la censure et toute forme de pression morale ou matérielle pour des atteintes inacceptables à la liberté d'expression, notamment dans les établissements scolaires, socioculturels et toutes autres structures d'accueil des jeunes.

Charte publiée sur le site de l'association Jets d'encre

3. PAR QUI ?

C'est l'une des données importantes permettant de garantir la réussite de votre projet. Il faut pouvoir compter sur des forces rédactionnelles solides qui vous permettront de quantifier le travail et de donner un rôle à chacun dans la publication du journal. En effet, la création d'un journal est un projet collectif : c'est même ce qui le définit en partie. La multiplication des talents et des compétences enrichissent le contenu et garantissent la réussite du projet. Aspirations communes et motivation pour le projet seront le ciment de votre rédaction ! Outre le directeur de publication, vous pouvez choisir :

- Un « rédacteur en chef », qui animera la rédaction et veillera au respect de la ligne éditoriale ;
- Un secrétaire de rédaction, homme orchestre de la rédaction qui supervisera, s'assurera du respect du timing, effectuera les relectures et transmettra la maquette à l'imprimeur ;
- Des journalistes qui produiront le contenu rédactionnel du journal ;
- Des photographes et/ou des dessinateurs pour illustrer vos contenus. A défaut, pensez à vous constituer une banque d'illustrations en vous assurant qu'elles sont libres de droit.

 Pour plus d'informations sur les droits des auteurs illustrateurs, reportez-vous au site de l'ADAGP, la société de gestion collective des droits d'auteurs, www.adagp.fr

- Des maquettistes / graphistes qui mettront en forme l'ensemble des contenus.

Suivant l'envergure de votre projet, sa diffusion et son succès, d'autres fonctions pourront aussi être envisagées : responsable des abonnements, chef de publicité... N'hésitez pas non plus à organiser une équipe moins hiérarchique : chacun fait comme il veut du moment que les obligations légales sont respectées.

La disponibilité et l'implication de chacun dans le projet vous permettront enfin de déterminer la périodicité de votre publication : quotidienne, hebdomadaire, mensuelle, bimensuelle, trimestrielle, annuelle...

4. POUR QUI ?

Un journal ne peut vivre et se développer que grâce à son public : il est donc important de savoir l'identifier puis de bien cerner ses attentes : qui est-il ? Quel type de journal veut-il ? Quelles informations cherche-t-il ? Combien est-il prêt à payer pour ces informations ?

Tout cela peut-être déterminé par un autre petit sondage que vous mettez vous-même en place si vous ne cherchez pas - encore... - à rendre cette activité lucrative, mais qui peut aller jusqu'à commander une « étude de marché » (appelons un chat un chat!) si vous avez des velléités de professionnalisation ! Cette dernière est en général coûteuse et nécessite bien souvent l'intervention d'un consultant extérieur qui validera votre business plan.

 Pour en savoir plus sur le business plan : www.apce.com/pid5874/le-business-plan.html

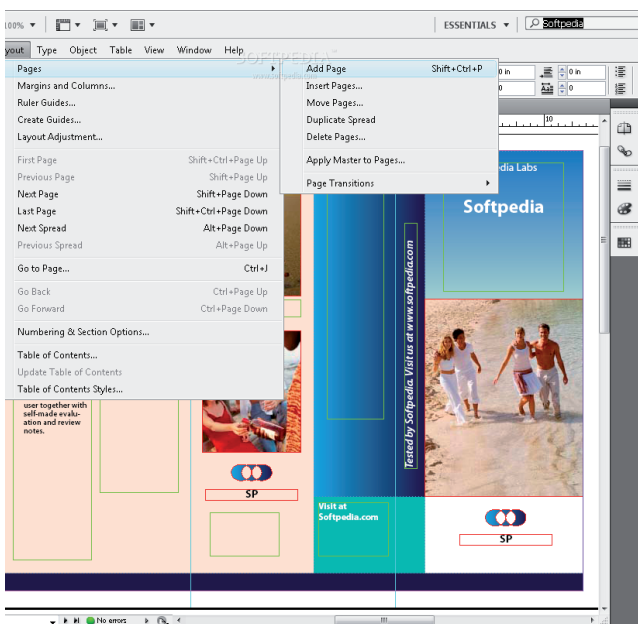
Une fois que vous êtes au clair sur le type de sujets à traiter, dispersion des troupes ! Chacun devra savoir collecter l'info (diversifiez vos sources : bibliothèques, brochures, Internet, interviews,...) et la traiter pour alimenter votre média.

5. SE LANÇER DANS LA RÉDACTION

Attention, vous avez des lecteurs ! Ecrire un article est un exercice d'expression qui s'adresse aux autres. La difficulté est donc d'être compréhensible et communicatif. Sans vous donner la recette miracle, nous vous indiquons là quelques étapes de rédaction.

Avant de vous attaquer au contenu, réfléchissez à l'angle de l'article (la manière dont vous traitez le sujet : reportage, opinion, information, humour, ...) et la forme qu'il prendra (édito, dossier, brèves, etc.). Ainsi, vous déterminez à la fois le style et la longueur de votre article.

Puis, faites un plan pour dégager les idées principales et leurs objectifs. Mais oubliez la méthode apprise en cours : il ne s'agit pas d'un concours d'argumentation mais d'un texte dynamique et accrocheur. Faites des phrases courtes, évitez les tournures alambiquées et faites vous relire.



Enfin, pensez à l'habillage de votre article. Il permettra de le structurer et d'attirer le regard sur les points essentiels du texte.

-Le titre : souvenez-vous qu'il constitue le premier contact avec l'article. Il se doit d'inciter à la lecture.

-Le chapô (quelques lignes en italique en début d'article) introduit le texte par deux ou trois phrases accrocheuses. Il permet de savoir immédiatement de quoi vous allez parler et indique d'emblée le ton de l'article.

-L'intertitre permet de souffler un peu entre deux paragraphes et de faire ressortir l'articulation de vos idées.

-Les illustrations (photos et dessins) attirent l'œil et aèrent le texte. A vous de bien les choisir mais n'oubliez pas d'indiquer la source et l'auteur, en respectant les bases de la propriété intellectuelle !

-La signature est de rigueur, qu'elle soit un pseudonyme, des initiales ou un nom complet. Il est important d'assumer ce que l'on écrit et de s'identifier dans un projet collectif.

6. QUELLE PRÉSENTATION ?

Les choix que vous ferez pour la mise en page de votre journal permettront en partie de garantir son succès. En effet, si le fond constitue votre identité, la forme a également son importance pour une bonne reconnaissance par le public. Une bonne présentation des textes incite beaucoup plus à la lecture (et éventuellement à l'achat !).

Il vous faudra donc effectuer un certain nombre d'arbitrages, par le biais de votre comité de rédaction, sur la forme que prendra votre journal.

Avant tout, un conseil : ne soyez pas intimidé par les mises en page spectaculaires, l'impression couleur et le papier glacé. Votre journal peut très bien être une feuille de chou imprimée en noir et blanc : cela ne l'empêchera pas d'être bourré de charme, du moment qu'il est aéré et bien organisé dans sa présentation.

- La pagination (nombre de pages) et la mise en page (colonnes...). Elles peuvent se faire à l'aide de logiciels spécialisés (Quark Xpress, Page Maker...). Mais attention, la plupart sont payants et valent assez cher ! Heureusement, il existe aussi un certain nombre de logiciels libres, tels que Scribus et PagePlus SE.

 Pour plus d'infos : <http://docs.scribus.net> et www.clubic.com/telecharger-fiche14674-pageplus-se.html

- **La charte graphique.** Elle englobe les polices de caractère et les éventuels logos ou illustrations iconographiques qui allègeront la lecture. A vous de la déterminer en fonction de vos envies et de vos moyens.

- **La Une.** Soignez-la ! C'est la vitrine de votre journal, la première chose que l'on verra. Mais la réalisation d'une maquette demande de la réflexion et du temps. La simplicité peut être de mise si vous n'avez pas beaucoup de moyens. Sachez qu'une photo bien choisie compense largement une maquette sophistiquée. L'essentiel est de retranscrire l'esprit de votre journal et attirer le regard.

- **Le format.** A4, A5, soyez original ! Tout en vous assurant des possibilités de réalisation auprès de l'imprimeur...

- **Le type d'impression et la reliure :** qualité du papier, grammage, etc. A vous de choisir ce que vous souhaitez, mais faites attention aux coûts...

7. COMMENT FINANCER ?

CALCULER VOTRE BUDGET

Comme dans tout projet, le nerf de la guerre reste le financement. Concernant une publication, les charges se décomposent en trois grandes catégories.

✓ Les dépenses de fonctionnement

Elles sont composées des différentes dépenses nécessaires au fonctionnement de votre structure, notamment les frais administratifs : loyer, assurance, téléphone, courrier...

✓ Les dépenses d'investissement

Elles sont composées des investissements nécessaires au lancement de votre production : achats informatiques, imprimante, logiciels, appareil photo... Une fois faites, rassurez-vous, elles seront amorties sur plusieurs années de vie du journal !

✓ Les dépenses de production liées à chaque numéro

Celles-ci seront à prendre en compte à chaque parution. Elles concernent la production de contenu (rémunération éventuelle des auteurs, illustrations et mise en page), les frais de reportage (transport, doc, développement photo), le coût de fabrication (le coût de l'impression représentera certainement une part importante de votre budget), la diffusion, la communication et la promotion (affichettes, flyers...)

Le calcul du budget annuel de la publication s'opère de façon assez simple :

BUDGET ANNUEL = dépenses de fonctionnement et d'investissement + (dépenses de production x nombre de numéros publiés sur l'année)


Sachez tout de même que dans le cadre d'une publication associative, reposant avant tout sur le bénévolat de ses membres, les coûts importants se limitent bien souvent à l'impression et au routage (soit tous les services d'envoi, de la mise sous pli à l'adressage en passant par l'affranchissement).

Dès que votre formule de journal est prête, vous pouvez **demandez des devis à plusieurs imprimeurs** afin d'avoir un aperçu du budget que vous devrez mobiliser. Dans ce cadre, n'hésitez pas à faire jouer la concurrence ! N'oubliez pas les professionnels situés hors des grandes agglomérations et qui pratiquent souvent des prix plus attractifs !

RECHERCHER DES PARTENAIRES FINANCIERS

✓ L'option « subventions »

Si vous parvenez à démontrer que votre média a un retentissement sur l'ensemble du territoire, il peut susciter l'intérêt de différentes structures publiques, et notamment celui des collectivités territoriales (mairies, départements, régions). Renseignez-vous sur les dates d'attribution des subventions et faites votre demande auprès du service que vous aurez identifié comme étant le plus approprié.

 Pour plus d'informations, consultez la fiche pratique n°14 du classeur de fiches transversales « Financer un projet étudiant ».

✓ L'option « publicité »

Vous pouvez également tenter de vous faire financer par la publicité : faites des propositions aux commerçants de votre quartier ou ciblez des annonceurs qui pourraient être intéressés par le public que vous touchez. Il sera ensuite nécessaire d'établir une grille tarifaire en fonction de plusieurs facteurs :

- **La « valeur » de votre lectorat :** les annonceurs cherchent à pénétrer des marchés bien ciblés.

- **La diffusion du journal :** plus le tirage est important, plus les espaces pub sont chers.

- **La qualité de l'impression :** la couleur sera plus chère que le noir et blanc.

- **La taille et l'emplacement de l'espace publicitaire :** les espaces les plus chers se situent au dos du journal, en 2e page et en pages centrales.

✓ L'option « journal payant »

Viendra également le moment de décider si vous distribuez un journal gratuit ou payant. Le distribuer gratuitement peut être une stratégie pour toucher plus de monde mais réfléchissez bien... Outre les ressources non négligeables que peut apporter la vente du journal, celle-ci comporte de nombreux avantages :

- Elle confère une certaine valeur à votre production, ce qui la distingue d'un prospectus ou d'un tract.

- Cette part d'autofinancement vous permet **plus d'indépendance vis-à-vis de vos partenaires.**



Si vous choisissez de faire un journal payant, **évit**ez toutefois un **tarif excessif**. Commencez de toute façon par un petit tirage et faites-le évoluer au besoin, suivant le succès rencontré !

A l'avenir, selon le succès de votre revue, vous pourrez envisager des formules d'abonnement. Les deux sources de revenus (ventes et abonnements) sont complémentaires mais à différencier dans votre budget. Mais **les abonnements assureront incontestablement une avance de trésorerie très utile**.

✓ D'autres pistes

Des sources de financement dédiées existent et peuvent également être sollicitées :

- Le Centre national du Livre a une ligne budgétaire dédiée aux revues, www.centrenationaldulivre.fr/?-Aides-aux-revues-

- Plusieurs prix et concours sont destinés à appuyer des publications étudiantes, comme par exemple les Prix de la fondation Varenne : www.fondationvarenne.com/concours/accueil.html.

📖 Pour vous aider à identifier les dispositifs existants, n'hésitez pas à consulter l'annuaire des appels à projets disponible sur notre site, www.animafac.net, rubrique « Boîte à outils ».

- Pensez également au FSDIE, Fonds de solidarité et de développement pour les initiatives étudiantes, spécifiquement dédié aux projets étudiants.

📖 Pour plus d'infos, consultez la fiche pratique n°16 du classeur de fiches transversales, « Obtenir des financements du FSDIE ».

8. COMMENT LE LANCER ?

Votre numéro 0 est fin prêt pour l'impression ? Il vous faut maintenant le faire connaître !

Pour cela, **parlez-en et faites-en parler autour de vous**. Profs, amis, famille peuvent vous aider dans cette tâche. Laissez quelques exemplaires à la BU, voire même dans les bibliothèques de quartier et surtout affichez-vous ! Annoncez la sortie de chacun de vos numéros dans tous les réseaux et relais d'informations susceptibles de toucher votre public.

La presse peut également constituer un créneau intéressant. Contactez les journalistes locaux des quotidiens de votre ville,



ils pourraient s'intéresser à votre projet ! Et pour vos dossiers de financements à venir, **rien de mieux qu'un press book sur les échos que votre publication a reçu dans la presse**. Nul doute qu'il constituera un atout de charme pour séduire vos futurs partenaires !

Internet est une vitrine efficace : vous pouvez créer un blog qui publie une sélection d'articles après chaque parution (ou, pourquoi pas, en exclusivité). Un profil sur un réseau social (Facebook, Twitter) peut être aussi un bon tremplin pour annoncer les prochains numéros. Et pensez bien à indiquer un ou plusieurs contacts pour obtenir de nouvelles contributions ou simplement recueillir des réactions de lecteurs.

9. COMMENT LE DISTRIBUER ?

Avant toute chose, **préparez un argumentaire pour convaincre vos futurs lecteurs**. Ensuite, **organisez votre vente** : vous pouvez monter un petit stand qui sera installé dans le hall de l'université, à la maison des étudiants ou encore dans le RU. L'essentiel est de privilégier des endroits de passage, où vous réussirez à toucher un maximum de monde.

Concernant la forme, tout peut être envisagé pour aller au devant de votre public : **vente à la criée à des moments stratégiques de la journée ou dépôt dans des lieux bien choisis**, point fixe de vente dans un local central de l'université...

Mais, en cas de vente, gardez à l'esprit que vos lecteurs ne pourront pas toujours acheter immédiatement votre journal. Ils doivent donc savoir où se le procurer à un autre moment. En fonction de vos ambitions, **vous pouvez par exemple démarcher les librairies**. Il vous faudra cependant les contacter une à une. Ce travail commercial est essentiel pour faire connaître votre journal et fidéliser des lecteurs. Il faut également savoir que les libraires demandent une commission variant entre 30% et 35% du prix public de vente : il ne faudra donc pas sous-estimer la contrainte que suppose la diffusion en librairie en termes de comptabilité. Pensez également au fait qu'il vous faudra établir des réapprovisionnements réguliers pour chacune des librairies dans lesquelles est vendue votre journal ou revue. A noter : vos publications sont laissées en dépôt, ce qui signifie que les libraires peuvent à tout moment vous retourner les numéros invendus, parfois en mauvais état.

N'oubliez pas également que ces moments de vente seront autant d'occasion de prendre possession de votre territoire et d'aller à la rencontre de votre lectorat qui pourra profiter du moment pour vous faire un « feedback » sur le contenu de votre journal.

10. COMMENT ÉVALUER VOTRE TRAVAIL ?

Pour faire évoluer votre lectorat et gagner en qualité, il est toujours intéressant d'évaluer l'impact de votre journal. Comme à la création, **un petit sondage de satisfaction peut être envisagé auprès de votre public**. A vous de l'imaginer attrayant et ouvert pour vous assurer un maximum de retours et donc de la matière à travailler pour améliorer vos papiers !

📖 Besoin d'informations et de conseils supplémentaires ? Téléchargez le kit « Créer son journal » sur le site de l'association Jets d'encre, www.jetsdencre.asso.fr