

# L'IDENTITÉ DU JOURNAL

Du projet à la réalisation :  
définir **une formule efficace**

Prolongement de notre *Kit créer un journal*, ce livret fait partie d'une collection de six guides développant les questions essentielles qui se posent à celles et ceux qui se lancent dans l'aventure journal.

Supports d'autoformation, ils ont été conçus pour convenir à plusieurs publics : les jeunes qui désirent créer un journal, les adultes professionnels ou bénévoles qui souhaitent accompagner leur réalisation mais aussi les rédactions déjà constituées qui veulent approfondir leurs connaissances.

Ouvrages collectifs, ils capitalisent l'expérience et le savoir-faire des bénévoles de l'association Jets d'encre, tous anciens journalistes jeunes, pour mieux les partager.

Ne vous sentez pas obligés de suivre au pied de la lettre tout ce qui suit. Il y a mille et une manières originales de réaliser un journal : à vous de trouver celle qui vous correspond. Alors emparez-vous de ces conseils et créez le journal qui vous ressemble !

### Dans la même collection :

- > N°2 - *Ecrire pour être lu*
- > N°3 - *Travailler en équipe*
- > N°4 - *Droit et déontologie de la presse jeune*
- > N°5 - *Financer son journal*
- > N°6 - *Composer une maquette efficace*



### Publication réalisée avec le soutien de



### © Association Jets d'encre

Directrice de publication : Léa Haurie-Hontas, Présidente

Textes, photos, conception graphique : Association Jets d'encre  
Tous nos remerciements aux bénévoles qui ont contribué au travail d'écriture, d'illustration, de mise en page et de relecture de ce guide.

Dessin de couverture : Florian 'Défé' Delobelle  
Remerciements particuliers : Charb

Impression : IllicoPress ([www.illicopress.com](http://www.illicopress.com))

2ème édition - Juin 2019 - Dépôt légal à parution  
Prix public : 9 € - adhérents : 5 €

Définir la formule d'un journal consiste à **faire des choix essentiels pour le succès et la visibilité du titre**, avant le lancement du premier numéro. Toute la rédaction doit être associée à ce questionnement, qui tracera les grandes lignes de l'identité du journal et lui donnera **sa personnalité, son originalité**, en l'inscrivant dans son contexte. Il s'agit aussi de **monter un projet viable**, qui permette au journal de durer dans le temps. Si vous n'avez pas mené ce travail au préalable, cela ne vous a pas empêché de réaliser votre journal avec talent. Profitez de cette fiche pour **réinterroger et renforcer votre publication**.

## Analyser le contexte du média

---

p. 4 à 11

## Définir le projet éditorial

---

p. 12 à 18

## Les choix techniques

---

p. 18 à 22

# ANALYSER LE CONTEXTE DU MÉDIA

## **Le cadre de publication : qui est à l'initiative du journal**

### **> Qui en a eu l'idée ?**

Le point de départ de n'importe quel journal, c'est **une idée, une envie, et souvent un collectif** : amis, camarades ou voisins qui s'associent pour franchir les étapes, de l'idée au projet, du projet au premier numéro du journal.

Mais si un journal peut naître d'un groupe d'amis, il peut aussi être l'initiative d'un professeur qui voit dans la réalisation d'un journal un outil d'enseignement, d'un proviseur qui souhaite faire de la place à ses élèves dans la « plaquette informative » de l'établissement, d'un maire qui veut encourager l'expression des jeunes de sa ville, d'une association qui tente de mettre en avant une « parole jeune » ... **Des initiatives de nature et d'intention diverses, qui donneront lieu à des journaux différents**, chacun avec ses avantages et inconvénients.

Il est donc primordial de **définir l'origine du journal**. Est-ce une structure qui veut créer un journal et sollicite pour cela des jeunes ? S'agit-il de jeunes qui pour des raisons de commodité (financières et/ou logistiques) souhaitent s'appuyer sur une structure ? Ou enfin s'agit-il d'un groupe de jeunes totalement indépendant ?

### **> Dans quel cadre est-il publié ?**

La réponse à cette question n'est en effet pas sans **conséquence sur le contenu du journal, ou les moyens accessibles** à ses jeunes rédacteurs.

- **Un journal dépendant d'une structure extérieure**, par exemple adossé à un service municipal jeunesse, disposera peut-être plus facilement de moyens financiers ou de matériel mais pourrait voir des limites imposées à sa liberté d'expression - difficile de critiquer la politique jeunesse de la ville quand on utilise ses locaux pour se réunir et imprimer son journal...

- A l'inverse, **le média qui fait le choix de l'autonomie** la plus complète possible pour garantir sa liberté de ton et de parole sera peut-être contraint à réduire son tirage ou à faire des économies de moyens (papier, couleur, matériel...).
- **Le journal réalisé dans le cadre scolaire** quant à lui, s'il ne relève pas de la Maison des Lycéens, du Foyer socio-éducatif ou d'une association d'élèves, trouvera sa place en fonction des relations qu'il établit avec l'administration de l'établissement. L'idéal étant bien entendu que celle-ci accepte d'appuyer la réalisation du journal sans imposer le moindre contrôle, mais la réalité est souvent différente et les rédactions collégiennes et lycéennes doivent souvent jongler entre liberté d'expression et mise à disposition de matériel, de salle, de photocopieuse...

**La création d'une association loi 1901** est une solution applicable à tous, peu importe le contexte. Il suffit d'être deux membres au minimum et d'en rédiger les règles de fonctionnement, qu'on appelle « statuts ». De nombreux modèles sont disponibles sur Internet et la plupart des procédures peuvent être effectuées en ligne.

>> plus d'infos ? [www.associations.gouv.fr](http://www.associations.gouv.fr)

*Le point de départ de n'importe quel journal, c'est une idée, une envie, et souvent un collectif.*





Pour les mineurs, le Réseau national des Juniors Associations (RNJA) propose un dispositif simplifié : la « **Junior Association** », qui garantit à ses membres des avantages similaires aux associations déclarées.

>> plus d'infos ? [www.juniorassociation.org](http://www.juniorassociation.org)

Les associations créées et domiciliées dans les lycées sont soumises à une autorisation de fonctionnement du conseil d'administration de l'établissement (art. R511-9 du Code de l'Éducation).

### > **Qui en assure la direction de publication ?**

L'organisation de la rédaction est totalement libre, du moment qu'il vous permet d'atteindre vos objectifs. La loi sur la liberté de la presse du 29 juillet 1881 rend néanmoins obligatoire la désignation d'un « **directeur de publication** », quels que soient l'origine et le cadre de publication du journal. Personnage essentiel, **il est celui qui assume la responsabilité juridique du contenu du journal**. Il ne s'agit pas bien entendu, pour le directeur de publication, d'être en accord avec tout ce qui est publié, mais d'en assumer le contenu comme conforme au regard de la loi. A ce titre, son

*Le directeur de publication veille au seul respect de la déontologie et des limites à la liberté d'expression imposées par la loi.*

nom devra impérativement apparaître dans l'ours du journal. L'ours est un encadré généralement placé en début ou fin de publication, qui présente les informations légales relatives à la publication du journal (identité du directeur de publication, adresse de correspondance du journal, nom et adresse de l'imprimeur, dépôt légal) et mentionne généralement les noms de ses collaborateurs (rédacteurs, illustrateurs, maquettistes...).

Il doit avoir 16 ans au minimum selon la loi de 1881 sur la liberté de la presse. **Dans le cas des journaux lycéens**, soumis à un régime règlementaire particulier, un lycéen mineur peut exercer cette responsabilité avec l'autorisation de ses parents. Le cadre est le même pour les WebTV et webradios.

>> plus d'infos ? [www.obs-presse-lyceenne.org](http://www.obs-presse-lyceenne.org)

Responsable devant la loi de l'ensemble des contenus du journal, le directeur de publication dispose naturellement d'un **droit de regard** sur tout ce qui est destiné à être publié. Il est donc particulièrement important qu'il soit bien choisi par la rédaction, et de préférence parmi ses membres, à la fois **garantie de l'indépendance du journal et gage de responsabilité** : vous créez votre journal, écrivez, publiez, et assumez vos écrits jusqu'au bout. Cela nécessite naturellement que l'un d'entre vous ait les épaules assez larges pour assumer ce rôle, sachant qu'il est préférable que le responsable de publication ne change pas à chaque numéro...

*Il est important que le directeur de publication soit bien choisi par la rédaction, et de préférence parmi ses membres.*

Il est également possible de **déléguer cette responsabilité à un adulte de confiance** qui soutient le projet :

- **pour les journaux collégiens ou lycéens**, un enseignant, un surveillant ou un professeur-documentaliste et, parfois, le chef d'établissement ;
- **pour les journaux de quartier et de ville**, un conseiller municipal ou un agent de mairie (animateur jeunesse, pas exemple) affecté au projet ou parfois même le maire ou un de ses adjoints ;
- **dans le cadre associatif**, le président est par défaut responsable des publications de l'association du fait de son statut de responsable légal, pour autant il a possibilité de déléguer cette compétence à un autre membre volontaire.

Cette délégation de responsabilités, peu importe le cadre, peut être riche de conseils et **s'avérer un accompagnement très positif vers la maturité nécessaire pour assumer ces responsabilités**. Mais elle peut aussi devenir une tutelle encombrante, voire entraîner la censure des écrits ou des images qui dépasseraient les opinions personnelles ou la vision du journal que se fait le directeur de publication, alors que son rôle est de veiller au seul respect de la déontologie et des limites à la liberté d'expression imposées par la loi. Qu'un membre de la rédaction assume ce rôle sera dès lors le prochain pas à franchir, pour ne pas devoir sans cesse négocier sur l'expression des opinions des contributeurs.

>> pour aller plus loin, voir le guide n°4  
« Droit et déontologie »

### > Qui participe à la rédaction ?

Le cadre général étant posé, **il est important de savoir qui s'exprime, qui écrit dans le journal**. S'agit-il d'un journal dont jeunes et adultes se partagent les colonnes, ou pas ? S'agit-il d'un média participatif qui invitera tous les élèves du lycée, de la fac' ou tous les habitants du quartier à apporter leurs contributions à ses chroniques, ou plutôt la production de quelques personnes impliquées sur le long terme ?





Il est toujours utile d'**indiquer la composition de votre équipe** dans l'ours du journal : vos lecteurs voudront savoir qui se cache derrière la une ! Ils auront aussi besoin de savoir s'ils peuvent contribuer ou non, s'il s'agit de la tribune d'un groupe particulier ou un lieu d'échanges et de débats entre différents publics.

D'autre part, il vous faudra **décider comment signer vos articles** et expliquer votre choix : chacun devra-t-il signer de son nom complet, uniquement de son prénom, ou sera-t-il possible d'avoir recours à un nom de plume ? Accepterez-vous de publier des papiers anonymes ?

Le choix du pseudonyme, qui est tout à fait possible, séduit souvent la presse jeune : par jeu, par souci de cohésion avec l'identité du journal ou simplement pour ne pas avoir à rendre des comptes à ses camarades de classe.

**Attention, écrire sous pseudonyme**

**ne dégage pas l'auteur de ses responsabilités** : à chacun d'assumer ses propos. Et il faut avoir à l'esprit qu'un lecteur pourra toujours chercher à connaître l'auteur d'un billet qui lui a particulièrement plu ou déplu. Il s'agit le plus souvent d'un secret de polichinelle...

*>> pour aller plus loin, voir le guide n°3 « Travailler en équipe »*

## Le lectorat : à qui se destine le journal ?

### > *Quelle est la zone de diffusion du journal ?*

Le public d'un média dépend d'abord de **l'espace dans lequel celui-ci est diffusé**. On caractérise d'ailleurs souvent un journal par sa zone de publication : on distingue presse nationale et presse régionale comme on distingue journal de lycée, de fac, de quartier ou de ville...

- S'agissant d'un **journal diffusé au sein d'un établissement scolaire ou universitaire**, il est compliqué d'envisager de choisir de limiter la diffusion à certaines parties du bâtiment, mais on pourra s'interroger sur l'opportunité de distribuer au-delà des murs.

*Attention : les publications lycéennes, qui bénéficient d'un cadre réglementaire particulier, ne peuvent être diffusées qu'au sein de l'établissement.*

- S'agissant d'un **journal associatif ou émanant d'un collectif de quartier**, le choix est à la fois plus large et plus difficile. Si le journal est résolument orienté vers la vie d'un territoire déterminé, il renonce vraisemblablement à s'exporter au-delà. S'il a vocation à traiter de sujets moins locaux, il pourra toucher un plus large public et donc envisager une distribution à plus grande échelle.

Mais l'espace n'est qu'un premier déterminant et, dans votre zone de diffusion, plusieurs publics peuvent être « les cibles » de votre journal.

### > *Quels sont les publics cibles du journal ?*

Il faudra ensuite vous mettre d'accord sur **la nature du lectorat, du spectateur ou de l'auditeur** : votre journal s'adresse-t-il uniquement aux élèves du lycée, aux étudiants ou également aux personnels et aux enseignants ? Les articles sont-ils destinés aux jeunes du quartier, à certains habitants ou à tous ? aux membres de votre association, à ses partenaires ou au « grand public » ?

Bien sûr, **il est possible de définir un public « prioritaire » sans pour autant exclure tous les autres** - et rien ne vous oblige à choisir une cible précise, surtout au début. Gardez tout de même à l'esprit que **le lectorat conditionne en partie le projet** : on n'écrit de la même manière, ni forcément sur les mêmes sujets, selon le public que l'on souhaite toucher. Sans compter que cela s'en ressentira sur le tirage du journal.

## Réplik, du journal lycéen au journal de ville

Depuis 1997, la ville de Chelles (Seine-et-Marne) soutient la publication d'une revue gratuite réalisée par des jeunes habitants âgés de 16 à 25 ans.

Séduite par la liberté de ton du journal d'un lycée chellois, l'équipe municipale a proposé aux rédacteurs engagés d'exporter leur publication à l'échelle de la ville. *Réplik*, 24 pages au format carré, accueille aujourd'hui une quinzaine de journalistes jeunes de 15 à 25 ans, rédacteurs et illustrateurs. Un poste salarié permet la pérennité de la revue en apportant un soutien et en réalisant la maquette.

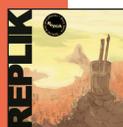
En changeant de cadre de publication, *Réplik* s'est adapté et a opté pour une rédaction en chef tournante : un ou deux rédacteurs pilotent les numéros successifs, qu'ils axent sur la culture, l'art ou les sujets de société non sans humour, selon la volonté des équipes.

Sans publicité dans la ville, le journal recrute ses bénévoles et se fait connaître grâce au bouche à oreille, des affiches auto-éditées et des annonces dans les numéros. Tirés à 3 000 exemplaires tous les 4 mois, les numéros sont distribués dans tous les lieux de vie : bibliothèques, skate-park, gare ou cinéma. L'équipe est consciente de créer un lien social qui contribue à l'éducation populaire chelloise à travers les initiatives jeunes qu'elle valorise, telles que les associations ou manifestations culturelles. C'est une partie du tissu associatif municipal qui se retrouve dans cette revue hétéroclite.

Largement composé d'illustrations, *Réplik* se démarque par sa maquette au graphisme recherché, ses unes esthétiques, son goût argumenté pour le street-art, les graffitis et la culture populaire.

Le credo de *Réplik* ? Garder son indépendance éditoriale et proscrire l'autocensure. Une condition *sine qua non* à la liberté d'expression de ce journal authentiquement jeune !

*Réplik* a été récompensé 5 années consécutives par le jury d'Expresso, le festival national de la presse jeune organisé par l'association Jets d'encre.  
Plus d'infos : [www.festival-expresso.org](http://www.festival-expresso.org)



# DÉFINIR LE PROJET ÉDITORIAL

Confrontée à la réalité de ce qui sera l'environnement du journal, la rédaction doit ensuite procéder à des **choix rédactionnels** en fonction de ses envies, de ses préoccupations et de ses centres d'intérêts.

## **Quels sont les objectifs de votre journal ?**

**Un journal, pour quoi faire ?** Les objectifs du journal varient en fonction des rédactions et contribuent à définir le projet éditorial. Il s'agit, dès la création du journal, de **vous interroger sur vos motivations** : souhaitez-vous faire de votre publication un lieu de débat et de confrontation d'idées, un espace d'informations sur la vie culturelle de votre ville ou encore un concentré de critiques littéraires ?

*Prenez le temps de définir un projet qui vous corresponde tout en étant fédérateur et capable de susciter l'intérêt de vos lecteurs.*

Si la rédaction a à cœur certaines problématiques, ou si le journal est lié à une structure avec un objet défini (association de lutte contre le SIDA, par exemple), il peut être amené à remplir **des missions spécifiques** (dans cet exemple : prévention des pratiques à risques).

Vous pouvez aussi décider de monter un journal à la suite d'un événement particulier qui vous interpelle et vous donne envie de prendre la parole : élections, festival, etc. Dans ce cas, les objectifs seront probablement en lien avec cet élément déclencheur, moment d'effervescence et de forte mobilisation. Veillez alors à ce que votre publication puisse malgré tout s'inscrire dans la durée.

**La définition de vos objectifs conditionnera le recrutement des rédacteurs**, qui devront adhérer au projet mais aura aussi un impact sur la périodicité, le choix des rubriques, le style, etc. Prenez donc le temps de définir un projet qui vous corresponde tout en étant fédérateur et capable de susciter l'intérêt de vos lecteurs.



Les objectifs définis de votre publication peuvent également être modifiés pour une durée déterminée en raison d'un événement qui vous semble le justifier. Vous pouvez par exemple décider de suivre une campagne électorale ou un mouvement social de manière continue pendant plusieurs semaines.

Dès lors, pour ne pas dérouter vos lecteurs, **prenez garde à préserver ce qui fait qu'ils achètent ou se procurent votre journal**, tout en réfléchissant à une forme de mise en valeur de ce choix : numéro spécial, dossier thématique, nouvelle rubrique, etc.

## **Quelle ligne éditoriale voulez-vous adopter ?**

Une fois vos objectifs définis, vous pouvez réfléchir à **la ligne éditoriale et au style** que vous souhaitez adopter.

Toute personne ou structure qui rend un contenu public, que ce soit un magazine, une émission de radio, un site Internet, un blog, etc. suit une ligne éditoriale. Il s'agit d'un **ensemble de choix qui valident le projet rédactionnel** et qui fondent la philosophie générale de la publication – le « fil rouge » de votre journal en quelque sorte.

*La ligne éditoriale constitue le fil rouge de votre journal.*

La ligne éditoriale permet de **donner une cohésion à l'ensemble des articles et de faire le tri entre les sujets**. Enfin, elle vous sera utile, et c'est un point non négligeable, pour **fidéliser vos lecteurs**, qui sauront à quoi s'attendre dans vos prochains numéros - et reviendront à votre journal d'autant plus facilement.

Dans le chapitre précédent, vous avez établi les objectifs de votre journal. Servez-vous en pour interroger ce que sera votre ligne éditoriale ! En effet, ils donnent du sens au projet, et c'est bien de ça dont il est question ici : la ligne éditoriale permet de **situer le journal dans un courant de pensée, dans une démarche particulière**. Pensez aussi aux magazines ou aux journaux que vous aimez, ou au contraire, que vous ne supportez pas de lire, et demandez-vous pourquoi. Qu'est-ce qui vous attire dans ces publications ? Qu'est-ce qui, au contraire, vous ennue ? **Dans quoi vous retrouvez-vous ?**

Ce questionnement vous permettra aussi de **trouver le style de votre journal**. En fonction de votre analyse de la situation du journal et de la définition de vos objectifs, la ligne éditoriale déterminera vos choix en matière de rubriques mais aussi d'angle et de ton des articles : journal d'informations ou satirique, style direct ou très littéraire... La diversité n'est bien sûr pas impossible, mais se chercher un style propre permet tout simplement d'éviter de ne pas en avoir du tout !

*Il est important que l'ensemble de l'équipe prenne part à la définition de la ligne éditoriale, afin que le journal vous ressemble.*

Il est important que l'ensemble de l'équipe prenne part à la définition de la ligne éditoriale, afin que le journal vous ressemble et que tous les membres de la rédaction se retrouvent dans le projet. Bien sûr, **il ne s'agit pas de s'enfermer dans un moule**, mais simplement de gagner en crédibilité et de renforcer l'identité de votre journal.

Si vous êtes maintenant au clair sur ce qui fera l'identité de votre journal, **voire public sera sûrement aussi intéressé de comprendre votre démarche** – alors expliquez-la, par exemple dans un petit texte fondateur, rappelé à

la même position dans chaque numéro, qui expose vos motivations, vos choix de contenus et les valeurs qui animent la rédaction. Votre projet, compris par tous, sera d'autant mieux accepté et l'impact de votre média n'en sera que meilleur.

## **¶ Quel titre choisir pour votre journal ?**

Si le nom du média peut paraître un choix secondaire parmi tous ceux à faire lors du lancement du projet, il est néanmoins essentiel et très symbolique ! Le titre constitue en effet **le premier moyen d'identification de votre journal et le « totem » de la rédaction.**

*Un bon titre allie originalité et capacité à « accrocher » le lecteur.*



Le secret d'un bon titre est d'allier originalité et capacité à « accrocher » le lecteur. Il peut **refléter le contenu de votre journal, mais aussi son origine, sa ligne éditoriale...** Si votre nom est une « private joke », veillez à ce qu'il puisse malgré tout avoir un impact sur un lectorat non initié ! **Faites attention à ne pas choisir quelque chose de trop long**, d'abord pour des questions pratiques (il sera difficile à faire tenir sur la une) mais aussi pour que vos lecteurs puissent s'en souvenir facilement.

En bref, essayez de **trouver un titre qui ait du sens**, pour la rédaction comme pour le lectorat, et **n'hésitez pas à raconter son histoire** dans l'édito du premier numéro ainsi qu'à chaque fois que le besoin s'en fait sentir : un changement d'équipe important, un afflux important de nouveaux lecteurs...

Pour trouver le titre qui fera mouche, vous pouvez **organiser un brainstorming en équipe**, puis procéder à un vote. Laissez tout de même s'écouler un peu de temps entre les deux étapes, afin que les passions se calment, et que vous soyez sûrs de votre choix !

*>> voir le guide n°3  
« Travailler en équipe »*

## **Comment donner de la personnalité à votre journal ?**

La personnalité d'un journal ne tient pas qu'à son contenu, mais aussi à son **identité visuelle**, ensemble des éléments graphiques (logo, couleurs, polices de caractères, etc.) du journal et permettant de le reconnaître immédiatement. Et ce pour une raison évidente : première impression oblige, les gens n'auront pas envie de vous lire si votre maquette n'est pas attrayante.

Au-delà des questions esthétiques, une bonne identité visuelle remplit deux fonctions importantes :

- **hiérarchiser l'information** : en organisant les contenus du journal avec différentes couleurs, polices de caractère, tailles, graisse pour les titres de rubrique, le corps de texte, les encadrés, etc.
- contribuer à **fidéliser le lecteur** : en lui facilitant la lecture du journal, en l'aidant



à repérer ces différents contenus au sein d'un même numéro, et d'un numéro au suivant.

Pour les webradios et WebTV ces fonctions sont également valables : il faut que vos auditeurs et spectateurs puissent accéder à vos émissions rapidement !

Parmi les principaux éléments constitutifs de l'identité visuelle, on retrouve :

- **un logo**, reprenant des éléments de votre titre (des abréviations, une lettre, etc.), représentant la mascotte de votre rédaction ou encore symbolisant les valeurs de votre média.
- **un choix de couleurs et de polices de caractères**, qui serviront pour tous vos numéros, et qui constitueront ainsi votre « signature ».

Le but est de trouver ce qui rend votre journal identifiable parmi d'autres, visuellement parlant. **N'hésitez pas à faire plusieurs tests**, pour mieux vous rendre compte de l'impact de vos choix.

Une fois vos choix effectués, rassemblez-les dans une **charte graphique**, description concrète et normative de votre identité visuelle, de manière à ce qu'elle puisse être déclinée à l'identique et de manière cohérente dans votre maquette, mais aussi dans tous les supports que vous pourriez éditer (affiches, flyers, et pourquoi pas cartes de visite, blog...).

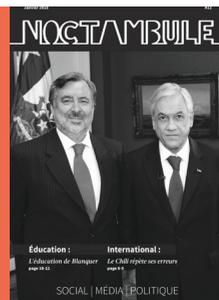
>> *Pour aller plus loin, voir le tome 6 :  
« Composer une maquette efficace »*

## Noctambule, média local et indépendant

*Elouen Le Gallo nous présente la ligne éditoriale de Noctambule, journal de quartier et de ville de Rennes (Ille-et-Vilaine) dont il est directeur de publication.*

**Comment la rédaction a-t-elle défini la ligne éditoriale du journal ?**

Dans notre cas, le contexte a énormément influé sur la ligne éditoriale du journal. Nous souhaitons créer un media indépendant qui se ferait la voix de solutions alternatives, que cela soit sur l'écologie, les questionnements démocratiques.



Le jour de la création de l'association Noctambule Media, une proposition de ligne éditoriale a été adoptée. Depuis nous l'avons amendée à plusieurs reprises lors des Assemblées Générales de l'association, pour positionner le journal en faveur d'un internet libre et transparent par exemple, ou pour laisser en priorité la parole aux concerné.e.s lorsque nous parlons de discriminations entre autres.

### *Comment s'incarne-t-elle dans le sommaire ?*

Les rubriques de notre journal papier sont assez fixes pour nous permettre d'avoir des repères d'un numéro à l'autre mais elles sont souvent assez souples. Le choix des articles relève généralement des personnes qui rédigent. La rédaction en chef veille à ce que le ton soit respecté.

Dans nos articles, nous tâchons de défendre les points de vue des personnes n'ayant pas nécessairement un impact énorme sur les décideurs politiques.

Notre journal est encore jeune, mais nous ne voulons pas reprendre les propos de journaux dominants. Notre ligne éditoriale nous incite à créer une information dont nous sommes maître.sse.s en racontant le plus possible ce qu'il se passe près de chez nous, sans nous empêcher d'écrire sur des problématiques internationales.

### *Comment l'avez-vous traduite sur le plan visuel ?*

Notre maquette est sobre et claire. Elle est en noir et pour des raisons économiques mais nous nous sommes attachés à ce format. Si la maquette est plutôt belle, sa sobriété nous permet de penser que les gens nous lisent pour le contenu du journal.

Le site internet et la maquette du journal ont été pensées de la même manière : simple et efficace d'utilisation. Nous voulons faire clair, tant sur le fond que la forme.

## LES CHOIX TECHNIQUES

Maintenant que vous avez défini ce qui fera l'identité de votre journal, son originalité, sa personnalité dans laquelle se reconnaîtront rédacteurs et lecteurs, il faut **mettre en rapport ces choix avec les ressources humaines, techniques et financières** dont vous disposez. Restez réalistes, quitte à voir plus grand ensuite : un bon journal se construit avec le temps.



## **La périodicité**

La périodicité correspond au **décal de parution entre deux numéros** : une journée (quotidien), une semaine (hebdomadaire), quinze jours (bimensuel), un mois (mensuel), deux (bimestriel) ou trois (trimestriel)...

Faire un journal demande du temps : il faut trouver des idées, écrire des articles et les corriger, les illustrer, mettre en pages le tout, se charger de l'impression. **Mesurez vos capacités** et ne voyez pas trop grand dans votre rythme de publication. Rien de plus frustrant pour une rédaction que de devoir, au mieux, retarder la vente, au pire, bâcler un numéro. Sans compter que vos lecteurs s'en apercevront certainement...

Ce conseil s'applique également aux WebTVs et webradios qui doivent enregistrer leurs émissions et chroniques et les monter avant de les mettre en ligne.

## La pagination

Il s'agit du **nombre de pages du journal**.

Là encore, il n'est pas nécessaire de faire dans la quantité mais plutôt dans la qualité. S'il est indispensable de **se fixer un objectif** pour préparer le chemin de fer, description schématique (sujets des articles, emplacement des principaux encadrés et des illustrations) sur papier de toutes les pages d'un numéro du journal, du prochain numéro et stimuler la rédaction, **sachez aussi être souple** pour ne pas vous retrouver en difficulté : mieux vaut quelques pages en moins autour d'un contenu bien travaillé plutôt qu'une succession de « bouche-trous » ; à l'inverse, si votre équipe est particulièrement inspirée, ce serait dommage de ne pas en profiter ! Prenez tout de même garde à **ne pas faire le grand écart d'un numéro à l'autre** : ne passez pas d'un « super » numéro 1 de 24 pages à un numéro 2 de 12 pages, le lecteur pourrait s'interroger sur le numéro 3...

*Périodicité et pagination : privilégiez la qualité à la quantité !*

Un détail qui a tout de même son importance : **le nombre de pages doit toujours être pair**, ou vous vous retrouverez avec une page blanche ! Si vous optez pour un journal en livret, le nombre de pages doit être un multiple de 4.

## Le tirage

Le tirage désigne le **nombre imprimé d'exemplaires** par numéro.

Pour éviter le gaspillage (nocif pour la planète et pour votre budget !), **évaluez le nombre potentiel de lecteurs** à partir du travail de définition de votre ou de vos public(s) cible(s) – attention, un exemplaire passe souvent entre plusieurs mains. Le tirage s'apprécie aussi en lien avec **le mode de diffusion** que vous



envisagez : points de distribution fixes ou « à la criée » par les rédacteurs ?  
le journal est-il vendu ou gratuit ?

**Ne soyez pas trop ambitieux** au début, sans compter que le tirage peut être « fragmenté » : si on s'arrache votre journal, vous pourrez toujours procéder à un retraitage.

## La reprographie

Le mode de reprographie **conditionne le format** ainsi que le type de papier et la qualité de votre journal : la photocopieuse de la salle des profs ou de la MJC ne permet pas les mêmes résultats qu'une machine professionnelle !

La photocopie est adoptée par beaucoup de rédactions pour **son coût réduit, sa simplicité d'utilisation et la souplesse** qu'elle permet pour le tirage (quasiment à la demande). En revanche, son utilisation restreint le choix de format et peut entraîner, sur les modèles les plus anciens, **une qualité médiocre de reproduction des images**, notamment des photos et des dessins. Et l'impression sur copieurs couleur reste relativement chère.

*Le mode de reprographie, le format de la maquette, la qualité du papier et le type d'impression ne dépendent pas uniquement de votre budget, mais aussi de votre inventivité !*

Si vous tirez à **un nombre important d'exemplaires**, si vous recherchez **une meilleure qualité d'impression**, ou si votre maquette requiert des découpes et **un format particulier**, renseignez-vous auprès d'un imprimeur.

*>> Pour aller plus loin, voir le guide n°5  
« Financer son journal »*

Et une fois de plus, rien ne vous interdit de changer de mode de reprographie en cours de route : le tout est d'être conscient des avantages et inconvénients de chaque possibilité.

## **Le format**

Le format le plus courant est le A4 (297 x 210 mm). Il peut être obtenu directement en utilisant directement le papier adéquat ou en pliant en deux un format A3 (double A4), ce qui rend la manipulation moins pénible pour le lecteur (cette solution permet un agrafage dit « à cheval » sur la tranche du journal, préférable à un agrafage sur le côté des feuilles). Les formats A3 ou A5 (demi A4) sont tout aussi envisageables.

Vous pouvez aussi **jouer sur l'orientation du papier** : format portrait (dans le sens de la hauteur) ou paysage (dans le sens de la largeur) ?

Attention, la reprographie en photocopie et en imprimerie impose des **contraintes techniques**. Pour les plus inventifs (et les courageux), vous pouvez imaginer d'autres formats – mais votre tirage sera directement proportionnel à la faculté de manutention de votre équipe (découpes, pliages et autres travaux manuels !).

*>> Pour aller plus loin, voir le guide n°6  
« Composer une maquette efficace »*

## **Le papier et l'impression**

Là aussi, des choix s'imposent : **papier glacé** pour un journal qui se rapproche du magazine, **papier recyclé** pour mettre en avant votre engagement écolo, **grammage** plus ou moins important, etc. Chaque type de papier correspondant à une fourchette de prix, donc à votre budget !

Il faut aussi choisir entre l'impression **couleur ou noir et blanc** : en fonction de vos ressources et de l'importance que vous attachez à l'image, vous pouvez envisager une impression couleur, qui les mettra bien en valeur... Mais les tarifs souvent élevés poussent les journaux amateurs à se « contenter » d'une impression en noir et blanc.

Pour trouver le juste milieu, vous pouvez par exemple décider de n'utiliser de la couleur que sur la une. Vous pouvez aussi imprimer votre une sur une feuille de couleur, et le reste sur du papier blanc : une bonne manière d'identifier les différents numéros (avec à chaque fois, une couleur différente) et de susciter l'intérêt du lecteur. Enfin, vous pouvez réserver la couleur à un numéro anniversaire ou à un hors-série.

# Des questions ? Un problème ? Contactez-nous !

N'hésitez pas à contacter Jets d'encre pour poser vos questions, approfondir les thèmes abordés dans ce guide, nous faire part de votre expérience, participer aux événements de l'association, à nos formations...

Ce sont vos contributions et vos engagements qui permettent à l'association de continuer d'exister et de mener ses actions en faveur de la liberté d'expression des jeunes !

Venez faire un tour sur notre site Internet pour plus d'informations :

**[www.jetsdencre.asso.fr](http://www.jetsdencre.asso.fr)**

## Demandez nos autres publications

- > *Les jeunes font leur presse : lancer son journal dans sa ville ou son quartier*  
Guide pratique coédité par Jets d'encre et l'Anacej, 2006
- > *Faut-il (encore) avoir peur de la presse lycéenne ? Actes du forum "20 piges !"*  
à l'occasion du 20<sup>ème</sup> anniversaire du droit de publication lycéen, 2011
- > Ressources de l'Observatoire des pratiques de presse lycéenne :  
à consulter en ligne sur [www.obs-presse-lyceenne.org](http://www.obs-presse-lyceenne.org)



# Jets d'encre

Association nationale pour la promotion  
et la défense de la presse d'initiative jeune

*Avec ou sans moyens, avec ou sans aide, mais toujours avec la rage et le plaisir de s'exprimer, les jeunes prennent la parole et créent des journaux dans les lieux de vie qui sont les leurs : au collège, au lycée ou à la fac, dans leur quartier ou leur ville.*

*Spontanée ou plus réfléchie, cette presse originale reste encore confrontée à de nombreuses barrières - de l'indifférence à la censure - qui sont autant d'atteintes à la liberté d'expression des jeunes.*

*C'est pour cela que Jets d'encre consacre son activité à la défense et à la reconnaissance des journaux réalisés par les jeunes de 11 à 25 ans.*

*Réseau indépendant de rédactions jeunes, Jets d'encre existe grâce à elles, pour elles et avec elles : l'association est animée par des jeunes de moins de 25 ans issus de la presse jeune, et la moyenne d'âge de son Conseil d'Administration est de 20 ans.*

## Association Jets d'encre

39 rue des Cascades 75020 Paris | Tél. : 01.46.07.26.76  
[contact@jetsdencre.asso.fr](mailto:contact@jetsdencre.asso.fr) | [www.jetsdencre.asso.fr](http://www.jetsdencre.asso.fr)

Association de loi 1901 à but non lucratif agréée  
« Jeunesse et Education populaire » et « Education nationale »