

# L'AIR DU TEMPS | MAGAZINE

*Qu'est-ce que l'air du temps ? Qui le commande ? Comment organise-t-on sa réalisation depuis la commande jusqu'au bon à tirer ? Doit-il être une compilation de la presse de quartier ou la continuité d'un travail d'enquête ? A qui destinons-nous ce magazine ? Que doit-il apporter au lecteur ? Quelle est la stratégie de communication de l'AIR ?*

[ extrait de compte-rendu de la Com-Com du 9 janvier 2003 ]

**PROPOSITION DE BRUNO LESTIENNE  
PRÉSIDENT DE LA COMMISSION COMMUNICATION  
VALIDÉE LE 20 JANVIER 2003  
PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'A.I.R**

**définitions du magazine  
rubricage  
constitution et rôle d'un comité de rédaction  
méthode  
exemple de grille éditoriale et de chemin de fer**



## Nota

Ce projet de “*magazine associatif des quartiers*” vous est présenté dans une version corrigée (ne reprenant pas l'historique tel présenté en C.A. car il ne faisait pas l'unanimité par les Administrateurs).

Ce dossier étant diffusé sur le net, il vous est proposé, si vous êtes un organisme associatif de quartier, de vous inspirer du concept et des méthodes de travail, librement (*merci de nous le faire cependant savoir s'il suscite votre intérêt, cela nous fera plaisir!*  
— voir adresse en fin de dossier)

Bruno Lestienne  
Association Inter-Quartier, Roubaix

© 2003 - A.I.R - Les logos et titre “*Air du Temps*” sont protégés.

## a - Définitions

### **Postulat**

On ne fait pas un journal pour faire un journal. Ce ne doit plus être l'objectif philosophique ou politique de “faire un journal” qui prime, ni uniquement pour “se lire dedans”, mais bien une volonté de communiquer des infos à quelqu'un.

Autre postulat dont il faut tenir compte, le lecteur est submergé de messages (infos, publicités, contacts, divertissements...) et une loi de la communication dit que sur 1000 messages par jour, 1 seul est vraiment perçu par le récepteur. D'où la nécessité de réfléchir au sens, au contenu, et à la méthode. Il faut intéresser puis donner envie de s'immerger dans le texte (d'où l'importance d'un rubricage et d'un graphisme cohérent)

### **Ce que doit être l'Air du Temps**

Comme élément de communication tourné vers l'extérieur, l'Air du temps doit proposer une réflexion générale tout en s'appuyant sur les quartiers. Il contribue à donner une bonne image de l'AIR, des CQ et de leurs militants de leur dynamisme et de leur pertinence : c'est un élément de la stratégie de communication de l'AIR sur laquelle les Comités de quartier peuvent greffer la leur.

Il doit porter la parole des habitants en abordant des thèmes relatifs à la participation, à la vie des quartiers, aux travaux de l'Inter-Quartiers. Le lecteur doit y trouver certains messages, nos valeurs (citoyenneté, solidarité, respect, écologie, civilité, etc, etc). Il doit montrer Roubaix telle que la ville est vécue par ses habitants.

C'est une revue d'opinions, elle doit pouvoir alimenter des débats, ne pas “taper dessus” mais être un espace de dialogue entre les politiques et les habitants, être pertinent et intéressant, redonner du sens au politique. Il pourra aussi fournir des informations plus techniques sur la vie associative, la vie des quartiers, etc...Elle se doit de mettre en valeur les actions de ceux-ci, et respecter la charte de la déontologie des Journaux de Quartier.

### **Ce que ne doit pas être l'Air du Temps**

- Il ne doit pas être un compte rendu amélioré de l'AIR mais bien prendre en compte de s'adresser à des gens “non convaincus”; ce n'est pas non plus une plaquette, ni un rapport moral.
- ni une communication municipale déguisée
- ni une communication des partis purement idéologiques ou philosophiques
- ni une communication d'experts à experts : nécessité de vulgariser et d'être varié dans le choix des articles traités. Ce n'est pas une “news letter” qui s'adresse à des professionnels ou qu'à des élites, il devra proposer plusieurs niveaux de lecture.

- ni trop "people" : on doit trouver un juste milieu entre le sérieux et l'attractif
- elle ne doit pas que événementielle mais archivable et garder sa pertinence si consultée par la suite

### **A qui l'Air du Temps Magazine s'adresse-t-il ?**

L'intérêt d'une publication est de communiquer quelque chose à quelqu'un. Ce "récepteur" s'il ne peut pas être le grand public (car, ne rêvons pas) il doit cependant tenter de toucher un public **large**. Non seulement sa conception même, le choix et le traitement des articles présentés devront avoir à l'esprit de s'adresser à un public **multiple**, mais aussi sa publication, son design, et sa diffusion.

L'idéal c'est qu'il soit distribué en toute boîte à chaque foyer roubaisien, par exemple par les Comités de quartier. Il pourra être aussi envoyé aux partenaires et financeurs de l'Inter-Quartiers, ainsi qu'à d'autres structures concernés (CARNACQ, Festival de la Ville, etc..).

Il doit pouvoir par exemple s'adresser :

- à l'habitant roubaisien, et
- notamment aux jeunes, aux femmes, aux familles, aux locataires, aux propriétaires, et
- au militant associatif, et
- aux politiques, élus et militants, et
- aux experts et techniciens de la politique de la ville ...

Il doit dépasser le lectorat des présidents des CQ présent au CA de l'AIR. Il peut par exemple se situer entre le grand public et le public des associations roubaisiennes.

**Sa parution** doit être régulière pour habituer le lecteur et créer un rendez-vous. Le rythme possible est trimestriel mais pourra se réduire.

**Sa distribution** pourra se faire de la même façon que furent distribués les feuillets thématiques : sur proposition des Comités de Quartier en toute boîte à chaque foyer, à disposition dans leur siège, ou dans des lieux publics (salle de permanence de médecins, mairie, mairies de quartier, centres sociaux, lieux jeunesse, ANPE, etc..).

#### **Format :**

- un A4 (A3 plié en deux) et relié
- 20 pages
- impression en une couleur
- entre 1000 et 3000 exemplaires par quartiers, plus un nombre pour la promotion

#### **Graphiquement**

- la publication doit être claire, animée, visuelle (une interview = une photo d'habitant) et imagée, les légendes doivent être horizontales,
- 2 à 3 polices de caractères différentes au maximum et une cohérence dans l'interlignage, l'espace-ment, et la conception des articles
- des rythmes visuels (une revue, c'est un parcours...)

#### **Promotion**

Il pourra être annoncé par une campagne d'affichage dans les lieux publics, un communiqué de presse, et/ou disponible en partie sur le web en téléchargement en format PDF

#### **b - Rubricage :**

On pourra trouver comme rubriques :

#### **page 1 : la Une (la Couve)**

- Visuel plein pot, titre du magazine, titres du sommaire, accroche ou "signature"

**page 2 : le sommaire et la rédaction**

- encart "dessin d'humour"
- éléments du sommaire expliqué
- logos des rédactions (Le Progrès, Le Vilain Petit Canard, Quartier Libre, Le Roubaisien des Hauts-Champs, l'ECHO, l'Info du 567, le Journal des Trois Ponts, Le Fresnoy Mackellerie, Pile Infos, La Lettre de l'Alma)
- photos des Rédacteurs.

**page 3 : Edito + ourse**

- mot du président ou d'un membre du Comité de Rédaction

**pages 4 et 5 : "Vie des Quartiers / Actu / Brèves"**

- autour de comités de quartier, un événement ou un fait, illustré par un visuel
- avec une colonne de "brèves", "Bon à savoir", ...

**pages 6, 7, 8, 9 : Dossier thématique** sur un thème relatif à la participation, à l'expression des habitants, avec encarts pour expériences d'un ou plusieurs quartiers

**pages 10 et 11 : "Polémiques et paroles d'habitants"** (type "brèves")

- sur tout thème d'actualité ou relatif à la vie du citoyen, questions politiques, micro-trottoir, réactions à chaud autour des CQ
- un encart "Vu par..." : témoignage d'un militant sur un thème d'actualité

**pages 12 et 13 : "Débats Croisés"**

- interviews de 2 personnalités (élus, militants) sur un thème relatif à la ville, aux quartiers, ou sur la société

**page 14 : "Vie des associations"**

- encart portrait / courte interview de militants ou de participants
- possibilité d'élargir à tout type d'asso

**page 15 : Fiche Technique** ou pratique sur la vie publique (services)

- question de droit, service public, etc...

**page 16 : "Interactif"** : question-réponse, courrier des lecteurs (tout thème)

**page 17 : Agenda, Culture**

- listing de manifestations culturelles, associatives, sorties...
- encart "J'y étais" où un habitant délivre ses impressions sur une manifestation, un film, une pièce de théâtre qu'il aura vu

**page 18 : "Autour de Nous"**

- articles sur la participation, la citoyenneté, sur des thèmes européens, internet

**page 19 : "Histoires d'avant"** :

- grands moments de l'histoire des CQ à Roubaix
- anciens événements à Roubaix
- reproduction de cartes postales anciennes avec vues des rues

**page 20 : "Ca se passe près de chez vous"** (4eme de Couverture) :

- visuels, coordonnées, contacts des CQ

**Signature :**

- "l'Air du Temps, l'autre journal roubaisien"
- "l'Air du Temps, Roubaix vu par ses quartiers"
- "l'Air du Temps, la vie des quartiers"
- ...

### c - Le Comité de rédaction permanent

Il doit être délégué par le CA, sur accord de la définition du concept de l'Air du Temps. Il doit pouvoir avancer et être dynamique. Il regroupe ceux qui sont concernés par la publication (politiques associatifs et communicants) et se réunit une fois par numéro, et pourra se réduire à 3-6 personnes. Il comprend un **directeur de publication** (le Président de l'AIR), un **rédacteur en chef** (dont le rôle est de veiller à l'organisation / coordination de la rédaction), de **responsable de rubriques** voire des rédacteurs, illustrateurs, photographes...

Son rôle est de réfléchir sur le fond et la forme des thèmes à aborder, qui seront proposés par les Commissions, les militants, et toute personne qui le souhaite. Il doit être le lieu de discussion sur la pertinence des articles et leur concrétisation (brèves, interviews, reportage, dossier, etc...) et propose un **chemin de fer** (magazine en réduit) et une **grille éditoriale** (voir exemple)

Les composants du Comité de rédaction seront formés à la publication, à la tenue d'un comité de rédaction, à la réalisation d'un journal, etc... On prévoira aussi des **relecteurs** hors du comité pour le fond et la forme.

Après publication, il sera aussi possible de tester avec des publics extérieurs, la pertinence des articles et leur traitement et si le message passe bien.

### d - Méthode et différentes étapes de validations

- 1) Après du concept du magazine par le CA, le CA crée un Comité de Rédaction qui pourra s'élargir
- 2) le Comité de Rédaction se réunit, choisit les sujets, et fournit un chemin de fer et une grille éditoriale (qui peuvent être validés ou en tout cas suivis par le Bureau) avec les rédacteurs.  
Phase de recherche d'informations, rédactions des articles, re-lecture sur le fond et la forme.
- 3) Bon à Maqueter (validation des articles et des visuels)
- 4) Mise en page, travail graphique et secrétariat de rédaction
- 5) Présentation de la maquette
- 6) Bon à Tirer
- 7) Impression - Façonnage
- 8) Distribution/Diffusion

## Grille éditoriale de L'AIR DU TEMPS MAGAZINE

COMITÉ DE REDACTION DU \_\_\_\_\_

PAGE	RUBRIQUE	SUJETS PROPOSÉS	TRAITEMENT	RESPONSABLE DE LA RUBRIQUE / CALIBRAGE	DATE DE RENDU
		THEME : DEFINIR LES SUJETS	DIFFERENTS VISUELS, ENCADRÉS...	NOM DE LA PERSONNE QUI REDIGE	DATE DE VALIDATION DES TEXTES
Une					
2	Sommaire			1000 signes	le XX.XX.XX
3	Edito	LE MOT DU PRESIDENT	PHOTO DU PRESIDENT	1500 signes	le XX.XX.XX
4 et 5	Vie de Quartier			3000 signes	le XX.XX.XX
6 à 9	Dossier			5000 signes	le XX.XX.XX
10 et 11	Paroles d'habitants			3000 signes	le XX.XX.XX
12 et 13	Débats croisés			3000 signes	le XX.XX.XX

*exemple d'une grille éditoriale*

<b>Chemin de fer</b>				
<b>L'AIR DU TEMPS MAGAZINE</b>				
Une	Sommaire	Edito	Vie de Quartier	Dossier
1	2	3	4	5
	Dossier	Dossier	Dossier	Dossier
	6	7	8	9
	A vous la parole	A vous la parole	Débats	Débats
	10	11	12	13
	Vie associative	Fiche Technique	Interactif	Agenda
	14	15	16	17
	Autour de nous	Roubaix Hier	Ca se passe près de chez vous	
	18	19	20	

*exemple d'un chemin de fer*



**contacts :**



Association Inter-Quartiers de Roubaix  
20, rue de Lille  
59100 Roubaix - France

téléphone : (33) 3 20 73 71 02  
fax : (33) 3 20 73 57 54

dossier rédigé par Bruno Lestienne en tant que  
Président de la Commission Communication