

LE RAP PLÉBISCITÉ PAR LES 7-14 ANS

Tradition oblige, c'est en mars que *Le Journal de Mickey* publie le résultat de son enquête annuelle sur les personnalités préférées des 7-14 ans (à partir d'un sondage Ipsos proposant une liste de 73 personnalités à 403 enfants interrogés par téléphone).

Résultat :

N°1: Biglo et Oli, duo de rapeurs toulousains, frères de 21 et 25 ans.

N°2: Soprano, le raper marseillais

N°3: Omar Sy, comédien

Un palmarès où on chante (et du rap de préférence) plus que l'on fait du sport ; où les garçons rechignent à voter pour les personnalités féminines (Louane, très régulièrement présente dans la presse jeunesse et première des filles de ce classement, n'est ainsi qu'à la quinzième place)... Quant aux youtubeurs SqueeZie, Norman et Cyprien, ils sont plébiscités par les plus grands (11-14 ans) mais le vote des plus petits leur fait défaut pour entrer dans le top 10. À noter enfin que depuis 2016, nulle personnalité politique n'est plus proposée au vote des enfants : ils n'avaient que des très mauvaises notes !



Le Journal de Mickey,
14 mars 2018.

COURS DE RÉCRÉ

Géographe, Édith Maruéjols a fait de la cour de récré son sujet d'étude. Écosystème complexe, c'est par beaucoup là que se joue le rapport entre garçons et filles dans la vie scolaire et l'espace dédié au foot en est l'abcès de fixation. De cet espace, les filles et les garçons jugés peu performants sont assez sévèrement exclus. Pragmatique, la géographe propose ses solutions : effacer les lignes de délimitation pour atténuer les réflexes d'appropriation et d'exclusion, organiser des jeux mixtes et des journées sans foot. C'était à lire dans *Mon quotidien* le 31 janvier 2018. Sujet à retrouver également dans le *Julie* de janvier 2018.



Mon Quotidien,
n° 6411, mercredi 31 janvier 2018.

Julie,
n° 434, janvier 2018.



LEURS HÉROS PRÉFÉRÉS



Okapi,
n° 1061, 1^{er} février 2018.

Jeux, séries, romans, films, qui sont les héros ou héroïnes de fiction préférés des ados? Le bimensuel *Okapi* rapporte les résultats d'une enquête réalisée par l'institut Junior City auprès de 406 enfants de 11 à 14 ans. Vaillamment, Harry Potter tient toujours la première place (grâce au vote des filles et des plus jeunes).

Ensuite, c'est du côté des super-héros américains que se recrutent les personnages forts: Spider-Man (2), Batman (3), Iron Man (4), Superman (5), Wonder Woman (7). Pour ajouter un peu de variété à ce palmarès, l'univers des jeux lui ajoute Pokémon (6, sans désigner un personnage en particulier) et Super Mario (8). Luna Valente, héroïne de la série télé argentine *Soy Luna* arrive ex aequo avec le petit plombier et le palmarès se clôt avec Thor, dieu scandinave et super-héros... L'exercice privilégie bien sûr la culture « mainstream » mais ceux qui douteraient encore de l'importance des comics et de leur casting peuvent ranger leurs doutes dans leur batcave.

LE MONDE DES ADOS A 15 ANS

« T'expliquer l'actualité et te donner la parole sur tous les sujets » proposait Gérard Dhôtel, son premier rédacteur en chef dans le premier numéro de ce nouvel hebdomadaire le 8 janvier 2003. Né au sein du groupe de presse Les Publications de la vie catholique, le journal est l'héritier de *Télérama junior* (créé en 1991) et d'*Infos Junior*, lancé par Fleurus Presse, deux entités qui appartenaient alors au même groupe. En 2003, le groupe Le Monde achète Fleurus Presse et l'hebdomadaire y gagne sa précieuse estampille gothique mais devient bimensuel. Depuis lors, Fleurus Presse est redevenu indépendant et *Le Monde des ados*, piloté par Juliette Salin, continue sa route malgré la sensible désaffection des ados pour la presse écrite qui leur est dédiée: depuis 2013, la diffusion a baissé de 13% (chiffres OJD 2017: 32 000 exemplaires) et *Okapi*, pour la même tranche d'âge, subit la même baisse (chiffres OJD 2017: 58 000 exemplaires contre 67 000 exemplaires en 2013). Des outils pour comprendre l'actu, ce n'est pourtant pas du luxe...



Le Monde des ados,
n° 400, 24 janvier 2018.





JULIE, UN JOURNAL POUR EMPOUVOIRER LES FILLES

La nouvelle formule du magazine est l'occasion de s'interroger sur la représentation des filles dans la presse qui leur est destinée et la récente polémique sur un livre documentaire lié aux personnages du magazine, *On a chopé la puberté*, ne pouvait que renforcer notre curiosité.

Une affaire est entendue : depuis l'instant même de sa naissance, en 1998, *Julie* est hautement coupable de « mixticide ». La presse pour les jeunes filles était morte de sa belle mort en 1972 avec la fin de *Bernadette* (devenu *Nade*, propriété du groupe Bayard Presse). « La préférence des jeunes filles d'aujourd'hui allant de plus en plus aux grands magazines s'adressant aux filles et aux garçons, nous avons décidé de cesser notre parution » avait déjà déclaré la rédaction de la célèbre *Semaine de Suzette* (créée en 1905) dès 1960, annonciatrice d'une mixité qu'entérinerait la tumultueuse fin de cette décennie. La presse féminine n'a pourtant jamais cessé de se bien porter dans ces années-là... Ainsi, avec l'apparition de *Julie* (groupe Milan, aujourd'hui propriété de Bayard Presse), après 26 ans d'une mixité affichée, la presse jeunesse reprend sa route historique : les petites filles, comme les femmes, ont envie et besoin de journaux rien que pour elles. Des logos roses, des paillettes, des articles sur la mode, sur la beauté : tout ça c'est mal, c'est très mal. Mais est-ce si sûr ?

Les journaux féminins tels qu'ils ont été réinventés à partir de 1945 sous l'impulsion d'Hélène Lazareff à son retour des États-Unis (création de *Elle* en 1945, l'année même de la tardive obtention du droit de vote pour les femmes françaises), s'établissent sur un paradoxe. Il s'agit d'inscrire le féminin dans les canons de la beauté et de la mode tout en accompagnant l'évolution de leurs droits et de leur place dans la société. Ainsi, un même numéro de *Elle*, en juillet 1946, réunit-il les photos des premiers bikinis et un long dossier sur les 32 premières femmes députées de l'Assemblée constituante. Ainsi le magazine pousse-t-il ses lectrices à la culture littéraire et cinématographique et se fait épingler par une savoureuse *Mythologie* de Roland Barthes pour un article sur les écrivaines et leurs enfants...

Force de frappe considérable pour les combats des femmes livrés depuis la Libération (loi Neuwirth en 1967, introduction de l'éducation sexuelle à l'école en septembre 1973, loi Veil en 1974, etc.), la presse féminine compte en ses rangs des femmes influentes et courageuses qui pouvaient tout en

même temps promouvoir la mode, emboîter le pas de Simone de Beauvoir quand elle publie *Le Deuxième Sexe* (1949) ou porter aux nues une écrivaine aussi libre que Françoise Sagan (1954). Imagine-t-on que Marcelle Auclair, cofondatrice du journal *Marie-Claire*, s'est présentée au concile de Vatican II, en 1965, avec 20 000 confessions de femmes à propos de la contraception et des grossesses non désirées rassemblées par son journal alors même que la loi française interdisait, depuis 1920, de faire quelque promotion que ce soit des moyens contraceptifs¹ ? La presse féminine n'est pas que cela, mais elle est aussi cela et s'il est de très médiocres magazines féminins, ce n'est pas parce qu'ils sont féminins qu'ils sont médiocres. Comment le paradoxe entre stéréotypes et libération se joue-t-il dans la presse pour les petites filles ? Regarder l'évolution de *Julie* est un exercice qui ne manque pas d'intérêt.

Puisque le 8 mars est la journée des droits des femmes, regardons comment le magazine *Julie* a rendu compte de ce sujet au fil du temps. **En mars 1999**, le numéro 8 du magazine, dont la base ligne est alors « Vive les filles », annonce dans son édito : « Mars fête aussi la journée de la femme. Date importante qui célèbre ces femmes qui se sont battues pour améliorer la condition féminine. Et elle a encore beaucoup à faire : elles ne sont pas encore assez nombreuses au gouvernement, les salaires hommes et femmes ne sont pas identiques pour le même poste de travail... Parfois, elles n'ont même pas le droit à la parole. Alors vive les femmes qui se battent pour notre avenir, les filles ! ». Au sommaire, une rencontre avec Ségolène Royal, première ministre en exercice à bénéficier d'un congé maternité... **En mars 2005**, le débat s'est élargi et on préfère la journée contre la discrimination raciale à celle du droit des femmes. « Le 21 mars, c'est la journée internationale pour l'élimination de la discrimination



→
Julie, mars 2012.

↓
Julie, mars 2015, ill. Illya.



↑
« Le manifeste des "Julies" »,
in Julie, mars 2012.

raciale. Sacré programme! Tu vas te rendre compte qu'à ton niveau tu peux faire avancer les choses... J'ai aussi voulu te montrer que la discrimination, ça touche tout le monde» annonce alors l'édito.

En mars 2010, ni journée de la femme ni de la discrimination raciale, le journal offre à ses lectrices plutôt une soirée pyjama...

Mais le sujet revient avec force **en mars 2012**, pour un numéro dont le dossier principal est « Halte aux clichés sur les filles! », sous un logo résolument bleu.

« Une amie de ma maman m'a qualifiée de garçon manqué! Mais qu'est-ce que ça veut dire, ça "garçon manqué"? Une fille qui préfère jouer dehors et mettre des pantalons ne serait pas une vraie fille? Première nouvelle! Moi, j'aime autant jouer au

foot avec mes copains que papoter avec vous, les filles » dit Julie dans l'édito.

Quant à l'ouverture du dossier, elle est assez claire : « Le 8 mars, c'est la journée internationale de la femme. À cette occasion, la rédaction de Julie te propose de découvrir comment les stéréotypes sur les filles te collent à la peau... pour mieux t'en débarrasser et oser être toi-même! »

Le casting de l'article ne manque d'ailleurs ni de panache ni d'éclectisme: Marguerite Durand (journaliste féministe dont nous venons de sauver la bibliothèque), Mercedes Erra (PDG d'une grande agence de pub), Esther Duflo (économiste), Sophie Germain (notre première mathématicienne), Sonia Bompastor (footballeuse), Blanche de Castille, Simone Veil, Simone de Beauvoir, Christine Janin

(alpiniste) et Louise de Bettignies (espionne pendant la guerre de 14/18). Ajoutons à cela un article sur la fabrique des filles, un manifeste des filles « Tu as le droit » et un article métier intitulé « Plus tard je serai ingénieur ». Tout en jouant à effeuiller la marguerite allongées dans une prairie de trèfles parce que l'on est drôlement contentes que le printemps revienne enfin.

En mars 2015, cinq ans plus tard, « le mag' qui parle aux filles » (sa nouvelle base line), tout occupé à fêter son numéro 200, n'a pas de place pour la journée des femmes mais inscrit à son sommaire « Cloue le bec aux machos » et le test « Sais-tu te faire respecter? » juste après « Le top de vos astuces beautés ». Quand on vous dit que c'est compliqué...

À quoi ressemble donc la nouvelle formule de Julie **en mars 2018**? Désormais accompagné de la base line « 100% fille, 100% toi » le magazine convoque sur sa couverture une fille et un garçon pour annoncer le thème du mois « Tous unis pour les droits des filles ». Le mini guide à détacher est donc cette fois « Aie confiance ! », illustré par Anne Guillard, dont Les Pipelettes accompagnent les lectrices du journal depuis 2008. Au fil des années, on aura noté que le journal, qui s'adressait aux 8-12 ans à l'origine a glissé vers les 9-13 pour être aujourd'hui destiné aux 10-14 ans.

Questions à Malicia Mai-Van-Can, directrice éditoriale des journaux pour les plus grands de Milan Presse qui, à ce titre, a piloté la nouvelle formule du magazine.



En 1998, nombreux ont été ceux qui regardèrent de travers la réapparition d'un magazine réservé aux filles, « genré ». Vingt ans plus tard, où en est-on ?

Malicia Mai-Van-Can : Cela fait trois ans que je travaille sur ce titre et c'est à cette occasion que je l'ai vraiment découvert. Mon rôle était, avec la rédactrice en chef et la rédaction, de faire évoluer le titre tout en gardant son héritage historique. Cette responsabilité m'a obligée à me poser beaucoup de questions, à faire des recherches sur le féminisme. Pour assumer, en 2015, un magazine genré

pour les filles. Depuis ses débuts, le magazine a su installer un lien très fort et très intime avec ses lectrices. Chez Milan, c'est le titre pour lequel ce lien est le plus fort. Nous avons toujours eu l'assurance que nous apportions un service énorme à nos lectrices dans leurs questions de préadolescentes et d'adolescentes (même si ces deux termes ne suivent pas un calendrier identique pour toutes les filles). Pour ses lectrices, *Julie* est à la fois une grande sœur, une copine et un moyen d'échange entre elles, où des questions qui n'ont pas de place ailleurs peuvent trouver des réponses. C'est un des premiers journaux de Milan à avoir eu un forum très actif (aujourd'hui remplacé par un blog plus classique, qui reçoit environ 50 commentaires par jour). Ce lien a toujours été très porteur pour la rédaction, légitimant la nécessité d'un tel lieu de questionnement spécialement destiné aux filles. À cet âge, on a plein de questions que l'on ne peut pas toujours aborder avec son entourage. Et même si on ose en parler avec ses copines, celles-ci n'ont pas forcément plus de réponses. Parfois même les parents sont gênés par ces questions et sont assez contents que nous endossions ce rôle de médiateur ou de coéducateur. J'ai la conviction que si *Julie* n'existait pas, ce serait un manque énorme, sachant qu'il est considérablement lu dans les CDI et les bibliothèques. Notre souci, c'est que nous mettons beaucoup d'énergie à combattre les stéréotypes sur les filles quand notre titre lui-même est victime du cliché qui voudrait que nous soyons un journal futile, un petit magazine féminin qui prépare les filles à lire de la presse féminine plus tard. C'est difficile à porter par rapport aux adultes réticents. Le regard ne change que quand on a accepté de le lire : « Ah mais en fait c'est bien » entendons- nous souvent. L'image du titre ne reflète sans doute pas assez nos engagements pour la cause des filles et le but de cette nouvelle formule est, entre autres, de mieux les donner à voir.

Julie n'avait pas connu de nouvelle formule depuis cinq ans. Comment résumeriez-vous vos axes de travail ?

Notre premier travail a été de repositionner notre tranche d'âge. Désormais, nous nous adressons donc clairement aux 10/14 ans pour être complètement à l'aise avec les questions délicates de cet âge, comme la puberté, entre autres. Nous nous adressons à des collégiennes, sans ambiguïté.

Nous avons aussi souhaité réaffirmer et renforcer notre ouverture sur le monde. L'actualité, les questions de société, l'éducation aux médias, que nous résumons sous le dénominateur « curieuse », est une des trois lignes fortes du journal.

Un des fils qui nous a guidés tout au long de cette nouvelle formule, c'est la notion d'*empowerment* des filles, notion venue du féminisme américain et que l'on pourrait traduire par « empouvoier les filles », leur donner du pouvoir. On ne l'a pas encore utilisé dans le journal mais je pense que ça ne va pas tarder ! C'est le sens du dossier « Dis oui à tes super-pouvoirs ». On a aussi renforcé la place des sciences et c'était essentiel pour nous. Nous savons tous que les filles ont intériorisé que les études scientifiques post-bac n'étaient pas pour elles et nos lectrices confirment cette autocensure. Elles aiment les sciences mais ne se projettent pas dans des métiers scientifiques. On s'attache à valoriser les sciences mais on le fait à notre façon, avec humour, dans le concret, par des interviewes de femmes scientifiques notamment. On a aussi beaucoup réfléchi à la place des garçons dans le magazine, car nous sommes convaincus que les droits des filles n'avanceront pas sans les garçons. C'est le sens de la rubrique « la question qui tue » où un cliché est interrogé à la fois par les filles et par les garçons : « Les garçons prennent-ils trop de place dans la cour de récréation ? », « Les filles peuvent-elles faire de la boxe ? », « Les garçons ont-ils le droit de pleurer ? »... Ça aussi c'est une affirmation forte,

que vient renforcer l'illustration de la canadienne Élie Gravel. En regardant les anciens numéros de Julie, nous avons constaté que les garçons apparaissaient en couverture surtout pour la Saint-Valentin ou pour les sujets sur l'amour. Il fallait que ça évolue. D'où notre couverture mixte sur les droits des filles.

On a aussi retravaillé notre rubrique mode, qui pouvait être critiquée. On s'adresse à toutes les facettes de la jeune fille, y compris dans son droit à la futilité, mais on s'est rapprochés des questions concrètes de nos lectrices : comment s'habiller, créer et coudre, dessiner... Le pan créatif est important pour nous et pour elles.

Nous voulions vraiment que toutes nos intuitions, que nous mettons à l'épreuve depuis trois ans, puissent trouver leur place et se voir dans cette nouvelle formule. Parce que nous réfléchissons, nous prenons conseil auprès d'experts. D'ailleurs, depuis septembre 2017, nous avons mis en place dans notre entreprise un cycle de conférences sur la place des filles dans la société.

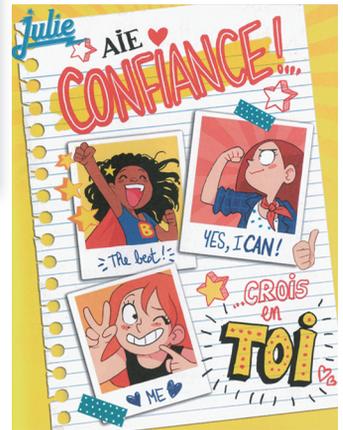
La vie de la presse est difficile, on le sait tous. Comment se comporte le segment particulier des magazines destinés aux filles (sachant que Julie se vend à 36 000 ex. en 2017, contre 49 800 ex. en 2013) ?

Julie s'est toujours bien porté chez Milan et je dirais que c'est un magazine qui se maintient mais on est soumis aux mêmes difficultés que la presse pour les adolescents (pour laquelle la prescription des parents marque le pas et la tendance au zapping se renforce) ; le but de cette nouvelle formule est aussi d'endiguer une baisse. Si je regarde nos concurrents directs, entre 2016 et 2017, les ventes de *Disney Girl* ont baissé de 11%, celles des *P'tites sorcière* (qui est aussi en nouvelle formule) de 9,38% et les nôtres de 5%. La force de notre communauté de lectrices fait une vraie différence et d'ailleurs Julie est un magazine dont le taux de réabonnement est très élevé (le plus fort de Milan Presse). Les CDI et les bibliothèques ajoutent à cette



↑ Julie, mars 2018.

↓ Mini guide à détacher dans Julie, mars 2018., ill. Anne Guillard.



↓ Julie, mars 2018.

En France, 38,8% des députés et 16% des maires sont des femmes

Le salaire des femmes est inférieur en moyenne à celui des hommes de 24%

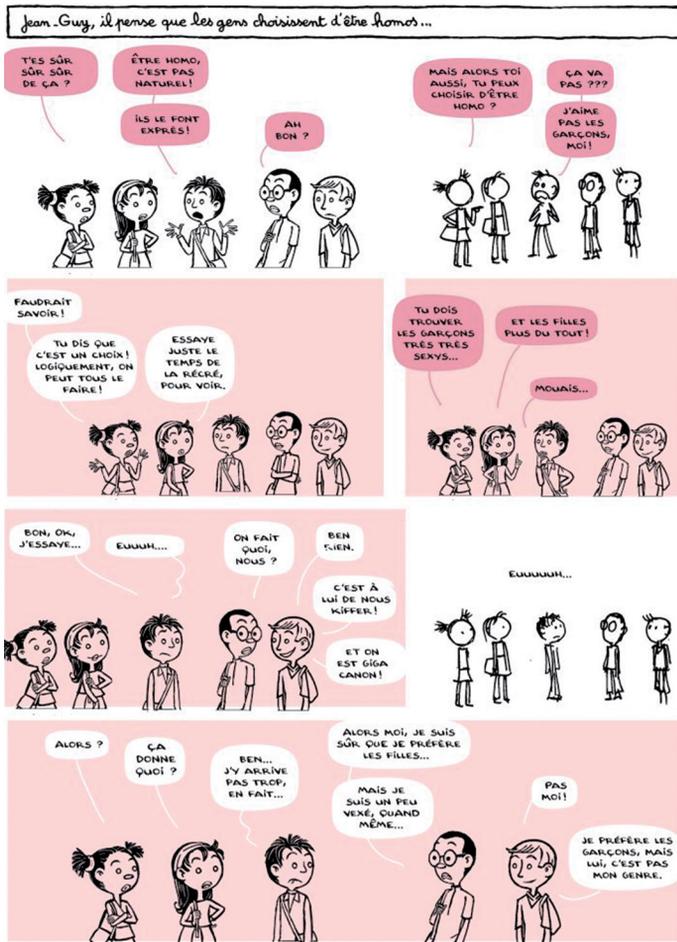
82% des femmes ont été victimes de harcèlement de rue avant l'âge de 17 ans.

1 femme décède tous les 3 jours victime de son conjoint.

En France, l'égalité femmes-hommes fait des progrès... mais un long chemin reste à parcourir ! Les parents, l'école, la société, les gouvernements, tout le monde a un rôle à jouer pour parvenir à la parité. Et toi aussi ! En apprenant à repérer et à t'opposer aux stéréotypes que tu rencontres tous les jours sur les filles et les garçons, en ayant confiance en tes capacités, tu peux contribuer à changer les mentalités... à commencer par la tienne ! En effet, de nombreuses filles (et garçons) subissent le poids de ces croyances sur leurs capacités supposées et contribuent elles-mêmes à les diffuser. "Julie" te montre comment utiliser tes pouvoirs pour rendre la société plus juste. Aie confiance, crois en toi !

Les clichés, on va tous les exploiter !

Sweet long Zadiq et Voltaire ; leggings DKNY ; tennis Victoria



7

La planche de Princess H sur l'homophobie refusée par Julie. <https://www.princessh.com/2018/02/homosexualite-et-presse-jeunesse/>

fidélité. Si je compare à *Géo Ado*, dont je m'occupe également, cette fidélité est moindre (on y reste 2 ans en moyenne quand on reste 3 ans avec *Julie*).

Récemment, la dessinatrice de Julie, Princess H, a montré sur son blog une planche sur l'homophobie que le journal ne publiera pas. Vous fixez-vous une ligne rouge que vous jugez ne pas pouvoir franchir ?

On n'a pas de ligne rouge et je vous remercie de poser cette question. Pour notre numéro du mois de mai, nous avons décidé de nous engager dans la journée contre l'homophobie et donc de consacrer 2 pages à ce sujet dans le

magazine. C'est un sujet sensible, comme tout ce qui concerne la religion ou la sexualité (je le sais d'autant mieux que je m'occupe aussi de « 1 jour 1 question »). Comme nous avons une position de coéducateur, les parents sont attentifs à nos propos. Quand nous travaillons sur ces sujets, nous prenons conseils auprès d'experts, nous croisons les lectures. Jusqu'à présent, ce thème n'avait pas été abordé dans *Julie* car nos lectrices ne nous posaient pas la question. C'est sous le prisme de notre engagement pour la lutte contre toutes les discriminations que nous avons fait le choix d'en parler. Quand nous faisons notre programmation, nous envoyons

nos sommaires aux différents illustrateurs qui s'emparent des sujets qu'ils souhaitent. Princess H s'est saisie de ce sujet pour en faire une planche de *Julie*. Son angle était : choisit-on ou non d'être homosexuel ? Or, cette question ne m'a pas semblée être une question d'enfant et après beaucoup de discussions dans la rédaction, nous avons refusé la planche. Ce n'est pas le sujet que nous avons refusé, mais le traitement du sujet. On n'a pas envie de provoquer des questions que les enfants ne se posent pas. Je n'ai pas de ligne rouge a priori : d'abord on discute, et après on voit s'il y en a une.

Avez-vous des retours critiques de parents ?

C'est plutôt sur *Manon*, le titre pour les filles de 6/9 ans, que les retours des parents nous ont fait réfléchir. Les filles ont-elles vraiment besoin d'un magazine généraliste genré à cet âge, qui est une période de latence ? C'est pour cela que nous l'avons réorienté vers la lecture et l'imaginaire et nous le trouvons plus intéressant ainsi. Pour *Julie*, les parents reconnaissent l'utilité d'un magazine qui accompagne les questionnements de leurs filles.

Les Pipelettes tenaient une place importante dans le magazine depuis 2008 et Anne Guillard a décidé de mettre fin à cette bande dessinée à la suite de la violente polémique qui s'est emparée du livre *On a chopé la puberté*, publié par Milan édition. Comment avez-vous réagi à cette séquence violente qui ne concernait pas votre magazine mais un de ses univers fictionnels fétiches ?

Nos lectrices sont très attachées à leurs bandes dessinées, que ce soit *La Bande de Julie*, dessinée par Princess H depuis 2001, *Les Pipelettes* d'Anne Guillard, la mascotte en 3D ou les *PFF (Pestes Friends For ever)* de Cécile Hudrisier. Les premières victimes de cette histoire, outre la dessinatrice et ses co-auteures, sont les lectrices, qui n'ont pas toutes compris que *Les Pipelettes* allaient s'arrêter. Cette histoire est très violente pour les auteures, et injuste. C'est difficile pour

une équipe aussi investie, aussi active dans la défense de la cause des femmes d'être confrontée à une telle polémique. Je suis déçue de voir que, quand il s'agit de faire avancer la cause des filles, on n'est pas capables d'avancer ensemble. Sortir ainsi de son contexte des extraits du livre est tellement antijournalistique et manipulateur ! Demander de ne plus publier le livre, ce n'est rien d'autre que de la censure. L'éditeur a d'ailleurs reçu de nombreux messages de soutien. Ce qui est reproché à ce livre est à l'inverse des valeurs que défend *Julie* et cette polémique ne laissait aucune place au débat.

De l'extérieur, nous avons été nombreux à être choqués par le peu de défenses que l'éditeur du livre semble avoir opposé à ces détracteurs en annonçant que ce livre ne serait pas réimprimé.

Je ne peux vraiment pas répondre à cette question car c'est aux éditions Milan qu'elle se pose. Ma priorité a été de soutenir les auteures et la rédaction. Ce qui était terrible, pendant cet épisode violent, c'était le sentiment que rien n'était audible. A-t-on entendu ce que les auteures avaient à répondre ? C'est clair que depuis l'affaire Weinstein, tout est beaucoup plus tendu. Le point positif est que nous avons des lanceurs d'alerte, des points d'attention aux stéréotypes : c'est

intéressant, ça oblige à réfléchir et ça prouve que les mentalités évoluent. Pour autant, je trouve très important que nos convictions et nos combats soient portés par un magazine qui utilise l'humour et la légèreté (rôle confié pour beaucoup à nos bédéistes) et je ne vais pas renoncer à ça. Je sens que depuis un an environ, la presse jeunesse est sous haute surveillance des réseaux sociaux. C'est dommage que l'on ne parle de notre travail que dans ces occasions.

Au final, la menace de telles campagnes polémiques va-t-elle vous pousser à prendre moins de risques ?

Non ! Si on arrête de parler des questions qui touchent d'aussi près nos lectrices que la puberté, alors notre travail n'a plus de sens. On débat, on fait attention, on prend conseil, mais ça ne nous empêche pas d'avancer. C'est la liberté d'expression et elle doit nous permettre de parler de tous les sujets. Je ne crains pas que l'on vienne nous chercher querelle sur le hors-série sur la puberté que nous publions régulièrement depuis dix ans et que nous assumons totalement. L'âge de mes lectrices m'autorise à le faire et je n'ai pas besoin d'autres autorisations, à charge pour moi et la rédaction de le faire de notre mieux. Tout comme chacun est libre de ne pas lire notre journal. Donc non, je ne vais pas être plus



↑
Julie, Hors-Série « Spécial Puberté », Février-mars-avril 2018.

prudente. Le combat continue comme on dit, et la directrice générale de Milan Presse, Marie-Anne Denis, partage pleinement cet engagement.

Propos recueillis par Marie Lallouet, le 28 mars 2018.

1. À ce sujet, ne manquez pas de consulter le livre de Vincent Soulier : *Presse féminine, la puissance frivole, L'Archipel, 2008.*

↓
dessin d'Anne Guillard publié sur Facebook en réponse aux attaques violentes dont elle a fait l'objet sur les réseaux sociaux.



↓
Les Pipelettes,
ill. Anne Guillard.

