

HORS-SÉRIES



Europe, l'emploi, les médias... Trois sujets importants qui méritaient une déclinaison sous forme de hors-séries ! *Le Monde des ados* (Fleurus Presse) s'intéresse, dans un numéro « L'actu et toi », aux grands sujets de préoccupation récents, de l'élection présidentielle au procès des attentats de 2015, en passant par la crise du Covid. Un rattrapage utile et efficace.

De son côté, *L'Éléphant Junior* (Scrinéo) propose un « Voyage en Europe », 27 portraits faits d'histoires, d'idiomes, de cultures – mais aussi de jeux et d'énigmes, pour un apprentissage ludique et instructif sur nos voisins... et bien sûr sur nous.



Enfin, comme chaque année, *Phosphore* (Bayard Presse) propose son « Guide des métiers », dont le grand test initial permet ensuite de se repérer parmi plus de 150 professions selon que vous avez une « intelligence » linguistique, musicale, visuelle, logico-mathématique ou encore inter – ou intra – personnelle... Une approche pédagogique et personnalisée !

Le Monde des ados, Hors-série n°15, 2022
L'Éléphant Junior, Hors-série, octobre 2022
Phosphore, Hors-série, novembre-décembre 2022

LIRE / ÉCRIRE

Trop compliquée, la lecture de Proust ? *Virgule* (Faton) démonte les nombreuses idées reçues en proposant une entrée en profondeur dans l'univers d'À la Recherche du temps perdu. L'œuvre, la vie de l'auteur, la genèse du texte, les personnages... Un exemple de pédagogie et d'histoire littéraire à portée des adolescents.

Je Bouquine (Bayard presse) invite les lecteurs à passer le pas de l'écriture de... chansons ! Le prix Nobel remis à Bob Dylan sert ici de point de départ à 8 ateliers pour progresser dans la rédaction de paroles, que vient compléter un court roman musical d'Erwan Sezec.

Plus légers, *Les Romans des sorcières* (Fleurus presse) reviennent pour faire frissonner les lectrices (et lecteurs !) avec « 3 romans pour trembler (un peu) », dont un épisode de *Tarzan, poney méchant*, paru précédemment chez Mini Poulpe. Idéal pour petits lecteurs réfractaires !



Virgule, n°211, novembre 2022
Je Bouquine, n°464, octobre 2022
Les romans des sorcières, n°35, octobre-décembre 2022

MAGAZINES INDÉPENDANTS



D'épayssement assuré avec le numéro de *Baïka* consacré à la découverte de l'Argentine. Faisant toujours autant la part belle à l'illustration contemporaine, le magazine nous entraîne dans la pampa sur les pas de Martín Fierro, mais aussi d'Esperanza, écolière à Ushuaïa, autant dire le bout du monde...

Georges aussi nous fait voyager, mais dans le temps, jusqu'à la... préhistoire ! Découverte de la Grotte Chauvet, initiation à l'art pariétal, bestiaire glaciaire... Le magazine, comme à son habitude, ose tout et surprend par son intarissable créativité !

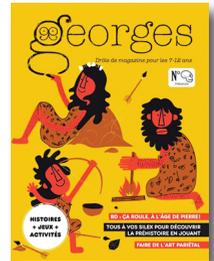


Salamandre Junior surprend également en consacrant un numéro entier à un drôle d'animal : l'arbre. Construit sous forme d'enquête, le dossier s'étire des racines jusqu'aux feuilles, en passant par le cycle des saisons, la photosynthèse... Et bien sûr le monde grouillant sous son écorce.

Baïka, n° 28, septembre-novembre 2022

Georges, n° 59, août-septembre 2022

Salamandre Junior, octobre-novembre 2022



ET SINON, QUOI DE NEUF ?

Un magazine spécialisé sur le manga destiné aux collégiens ? Ne cherchez pas, il n'y en avait pas ! Le nouvel *Otaku Manga*, créé par l'équipe de *Geek Junior* (voir notre interview p. 88), aidée du rédacteur en chef et spécialiste du sujet Matthieu Pinon, devrait permettre aux ados (et aux enseignants et bibliothécaires !), de se forger une culture manga adaptée à leur âge. À découvrir !



Il y a du changement dans l'air chez *Pirouette* (Fleurus Presse) : accentuant une lecture accompagnée transgénérationnelle, la nouvelle formule du magazine se veut ludique et interactive, avec une histoire du quotidien à rejouer en famille, 12 pages de documentaires, un cahier de jeux, le tout habillé d'une maquette rafraîchie et accompagné d'une nouvelle mascotte en forme de chouette. À redécouvrir !

DE GEEK JUNIOR À OTAKU MANGA

Alors que le modèle économique de la presse jeunesse indépendante n'a jamais été aussi fragilisé, le magazine *Geek Junior* semble traverser toutes les tempêtes. Né au cœur de la crise sanitaire, sa rédaction lance d'ailleurs un deuxième titre centré autour du manga, prouvant ainsi que le succès de propositions innovantes et d'intérêt public reste possible. Rencontre avec Christophe Coquis, geek-en-chef derrière ces projets éditoriaux.

Comment est né le magazine *Geek Junior* ?

Christophe Coquis : J'avais depuis longtemps l'idée de créer un média sur la vie numérique à destination des collégiens. Cela manquait dans le paysage éditorial très généraliste de la presse jeunesse. Je voulais proposer un titre plus thématique, centré sur des préoccupations actuelles, leur vie quotidienne, leurs passions d'aujourd'hui. Ils sont tous avec des appareils dans les mains, sans pour autant avoir d'outil. J'ai donc dans un premier temps créé un site web, qui s'est rapidement forgé une communauté.

À quel moment avez-vous décidé de passer à un magazine mensuel imprimé ?

Au début du printemps 2020, nous avons lancé une campagne de financement participatif, trois jours avant le premier confinement. Cela ne nous a pas empêchés de sortir le premier numéro au mois de mai, avec un tirage de 600 exemplaires, pour 350 premiers abonnés.

Nous étions deux, mon épouse et moi, au sein d'une toute petite structure où nous faisons tout nous-mêmes, de l'envoi des magazines à la gestion des abonnements. C'est sans doute l'une des raisons pour



lesquelles le projet continue de vivre et de fonctionner : nous avons toujours essayé de dimensionner notre structure par rapport aux moyens dont nous disposons, pas en ayant des rêves un peu fous et en investissant de grosses sommes d'argent.

Le magazine est une déclinaison du site web ou propose-t-il du contenu indépendant ?

Les contenus sont différents. Le magazine se concentre sur les années collège, alors que le site web s'adresse aux adolescents au sens large. Sur le site web, nous parlons ainsi plus de jeux vidéo, de manga, alors que le magazine repose notamment sur des rubriques de tutos pour devenir acteur du numérique. Mais il arrive que nous republions certains contenus du magazine sur le site web, en fonction de l'actualité.

Comment se créent les sujets ? Impliquez-vous des collégiens ?

Nous manquons encore un peu de moyens pour passer à cette étape, donc pour l'instant, nous les créons nous-même. Mais je souhaiterais en effet pouvoir impliquer des élèves et avoir un focus groupe qui nous dirait ce qu'ils souhaiteraient voir dans le magazine.

Qu'avez-vous entrepris pour élargir votre public ?

Nous avons commencé par envoyer un mailing à tous les CDI des collèges de France, entre les deux confinements. Les retours étaient encourageants. Cela nous a permis d'atteindre rapidement entre 800 et 1000 abonnements supplémentaires de la part des collègues. C'était une très bonne nouvelle, car cela nous a permis de poursuivre sur un modèle économique un peu plus viable. Avec 1000 exemplaires, il devient en effet possible de développer le projet. Nous clôturons l'année 2022 avec le numéro 29, en ayant atteint 4400 abonnés payants, dont 2600 collègues. Cela représente 40% des collègues français.

Vous avez commencé à deux.

Combien êtes-vous aujourd'hui ?

Nous sommes quatre salariés ! Mais nous travaillons aussi avec des journalistes, des maquettistes... Nous sous-traitons également la gestion des abonnements auprès d'une société près de chez nous, à Toulouse. Cela nous a permis de nous concentrer sur le développement éditorial et du marketing pour faire connaître le magazine.

Avez-vous de l'expérience dans la presse jeunesse avant de lancer *Geek Junior* ?

Cela fait vingt-cinq ans que je travaille dans la presse et l'édition adulte, une expérience qui m'a fait prendre conscience qu'il manquait quelque chose pour les gamins. Je n'avais par contre jamais écrit directement à destination des enfants. Il a fallu trouver le ton juste, la manière de simplifier les contenus. Nous sommes également adaptés au niveau de la mise en pages, de la taille des articles...

Qui sont les lecteurs du magazine ?

Les collégiens bien sûr, mais aussi beaucoup de parents, les professeurs documentalistes... Ils s'en servent souvent comme support. Notre taux d'abonnement continue d'augmenter. On est contents ! Cela nous a permis de mettre en place quelques opérations, avec l'objectif d'arriver à 7 000 abonnés.

Quel type d'opérations avez-vous mis en place ?

Cette année, nous avons essayé la vente en kiosque. Disons que ce n'était pas un échec, mais que ça n'a pas marché... Cela nous a permis de gagner en visibilité, mais le nombre d'invendus était trop important.

Aujourd'hui le papier coûte cher, et il faut savoir être attentif au niveau environnemental. Nous avons donc préféré renoncer à un nombre supplémentaire de lecteurs plutôt que de mettre 60% du papier à la poubelle.

Nous avons également monté une opération avec la SNCF et la région Occitanie. Notre siège est à Gaillac, notre bureau est à Toulouse. Nous avons donc proposé un contenu dans l'application régionale de la SNCF, et avons distribué le magazine auprès des collégiens d'Occitanie.

Et du côté des bibliothèques ?

Nous atteignons les 250 établissements abonnés. Nous envisageons une campagne de communication par mailing, comme nous l'avons fait pour les CDI. Toute la difficulté est de se faire connaître. À ce titre, notre site web joue un grand rôle dans notre visibilité, avec une moyenne de 50 à 70 000 visites par mois.

Êtes-vous en contact avec les gros éditeurs de presse jeunesse ?

Nous avons présenté le projet au stade du site web à Bayard Presse et à Unique Heritage Media. Mais il était sans doute trop tôt, tant pour eux que pour nous. Nous avons donc lancé le magazine de manière totalement

indépendante. Maintenant que nous avons 4 400 abonnés et que nous avons cette forte visibilité envers les collèves, nous commençons à les intéresser.

Quels sont vos projets à venir ?

Nous lançons un deuxième magazine, dont le premier numéro est paru au mois de novembre : *Otaku Manga*, un bimestriel de 52 pages centré autour du manga pour les collégiens et lycéens. La thématique est bien sûr déjà abordée dans de nombreux magazines, mais aucun n'est spécifiquement dédié au manga à destination des ados. Nous le réaliserons avec la même philosophie que *Geek Junior*, en intégrant une rubrique de tutos dédiée au dessin, à la langue japonaise, au cosplay...

Il y aura toujours un côté éducatif. L'objectif est d'aller plus vite que nous ne l'avons fait pour *Geek*, et d'atteindre entre 2 et 3 000 abonnés pour trouver un premier équilibre.

L'équipe éditoriale sera-t-elle la même que pour *Geek Junior* ?

Non, Matthieu Pinon, fin connaisseur du sujet, a accepté d'être le rédacteur en chef délégué d'*Otaku Manga*, pour la partie éditoriale. Nous travaillerons avec d'autres spécialistes du secteur.

Les périodes de confinement et de crises successives ont-elles eu un impact direct sur votre fonctionnement ?

Le confinement nous a paradoxalement été favorable, du moins dans un premier temps, car le public était disponible pour découvrir notre projet. Par la suite, nous avons surtout grandi en même temps que le nombre d'abonnés. C'est la vie d'un éditeur indépendant : trouver le bon équilibre en essayant de se développer sans se « griller ».

Au niveau capitalistique, j'ai récemment fait entrer un nouvel associé qui nous a permis d'obtenir quelques garanties financières, ce qui est vital quand on est une petite structure. On était légèrement

en perte en 2021, mais si nous ne sommes toujours pas en positif à la fin 2022, c'est d'abord parce que nous avons beaucoup investi.

Bénéficiez-vous d'aides de l'État ?

Uniquement celles sur les frais postaux. Mais celles-ci sont régulièrement menacées pour les petites structures. Un titre comme *Geek Junior* fait appel à beaucoup d'experts qui ne sont pas journalistes, une situation de plus en plus contestée. Si les aides n'étaient plus attribuées qu'en fonction des cartes de presse, cela ne profiterait qu'aux grands groupes, qui dans les faits sont déjà très majoritairement les bénéficiaires des aides à la presse. Nous avons beau proposer un magazine reconnu d'intérêt général, sans les aides sur les frais postaux, nous ne survivrions pas !

Interview réalisée par Christophe Patris le 9 septembre 2022

