J'aime Lire, un magazine africain

ENTRETIEN AVEC LAURE BLÉDOU PAR CHRISTOPHE PATRIS

L'offre africaine de presse écrite pour la jeunesse peine encore à se développer à l'échelle d'un pays ou d'une région, faute de moyens financiers et logistiques. Profitant de son savoir-faire et du succès de titres forts en France, le groupe Bayard a créé une filiale africaine, afin d'insuffler une dynamique locale à la presse jeunesse. Laure Blédou, directrice éditoriale et marketing chez Bayard Afrique, évoque avec nous depuis le Mali les enjeux liés à la création d'un titre de presse pour enfants, avec l'exemple du magazine *Planète J'aime Lire*.

↘
Laure Blédou, directrice éditoriale et marketing chez Bayard Afrique.
© Timothy NKalyegira.

↑
N°42, Décembre 2019.

↑
N°35, Avril 2019 « J'aime Ma Planète ».

Comment est né Bayard Afrique ?

Bayard est présent sur ce continent depuis près de trente ans, avec la création en 1993 du magazine *Planète Jeunes*, qui s'adressait aux 15-25 ans, et quelques années plus tard de *Planète Enfants* destiné aux 8-14 ans. *Planète Enfants* avait été créé sous forme d'association en France, mais pour être au plus proche des publics africains, la rédaction a ensuite été installée sur le continent, au Burkina Faso. Et, depuis, une filiale africaine a été fondée à Abidjan, en Côte d'Ivoire. Bayard Presse (la maison-mère en France) et Bayard Afrique sont donc deux entités propres, et tous nos contenus sont conçus et réalisés en Afrique par une équipe locale.

Planètes Jeunes était extrêmement populaire. Pourquoi le magazine s'est-il arrêté ?

Planète Jeunes dépendait fortement d'une politique de subventions, qui se sont taries avec le temps. Bayard a alors décidé de s'orienter vers un format commercial plus classique. *Planète J'aime Lire* est ainsi né en 2017, porté depuis la Côte d'Ivoire, avec une volonté forte de moderniser les contenus, dans une dynamique plus « multicanale », intégrant par exemple également la création de contenus numériques ou de jeux. Bayard reste présent au Burkina, mais sur d'autres types d'activités.

Vous êtes présente depuis le début du projet *Planète J'aime Lire* ?

Je suis journaliste de formation, j'ai travaillé pendant 8 ans en tant que chef d'édition pour le site Internet du *Nouvel Observateur*, en France. Je suis ensuite venue en Côte d'Ivoire, avant de m'installer au Mali. Bayard était intéressé par ce profil à double casquette de femme africaine, venant à la fois de l'entreprise et du journalisme. J'ai donc porté le projet depuis le début, avec la constitution juridique de la filiale, le recrutement de la rédaction, la création des offres de marketing... Il faut imaginer qu'au début il n'y avait rien ! Je travaillais toute seule depuis mon salon.

Combien de personnes travaillent aujourd'hui pour *Planète J'aime Lire* ?

L'équipe compte une dizaine de personnes, majoritairement en Côte d'Ivoire. Il y a la rédaction en charge de tout l'éditorial : un rédacteur en chef[1],

↑
Photo de l'équipe déguisée prise en janvier pour l'Épiphanie.

une secrétaire de rédaction multimédia, une graphiste, un illustrateur, un producteur de contenus multimédias, qui gère le Community management et les productions vidéo… Il y a aussi un directeur des opérations commerciales et administratives, un logisticien, la comptabilité…

En quoi *Planète J'aime Lire* diffère-t-il du magazine *J'aime Lire* publié en France ?

Les deux magazines sont réalisés de manière indépendante l'un de l'autre, mais ils partagent tous deux le savoir-faire de Bayard. *Planète J'aime Lire* a une cible plus large que le *J'aime Lire* français, car il s'adresse tant aux lecteurs débutants qu'à ceux plus confirmés. En terme de comparaison, il regroupe donc le public de *Mes Premiers J'aime Lire* et de *J'aime Lire* France.

Et au niveau des contenus ?

Nous avions envie de reprendre les forces de *J'aime Lire,* mais en les adaptant à notre contexte local. Pour le numéro zéro, nous avons travaillé en partenariat avec des enfants, des parents, et des écoles d'Abidjan. Nous bénéficions d'un « marrainage » de la part de Bayard France, pour la publication des histoires. Ils sont présents dans notre comité de lecture, et nous sommes également consultés pour certains de leurs comités en France.

Pourquoi ce regard français sur certains de vos contenus ?

Le secteur de l'édition jeunesse en Côte d'Ivoire est relativement nouveau. Nous recourons donc à des auteurs jeunesse locaux, qui ont besoin d'être accompagnés. L'expertise de Bayard est alors précieuse. Pour les relectures, nous travaillons avec des groupes de bêta-testeurs, constitués de parents et d'enfants, à la fois au Mali et en Côte d'Ivoire. Jusqu'à la dernière minute, nous apportons des corrections permettant plus de compréhension pour l'enfant. Il en va de même pour l'illustration : les proportions texte-image, c'est très nouveau pour certains de nos illustrateurs. Tout cela demande donc un accompagnement particulier.

↑
Double page sur les coiffes parue dans une des rubriques «Et en vrai ».

Quel est le public de *Planète J'aime Lire* ?
Ce sont des enfants qui ont entre 5 et 10 ans, qui fréquentent majoritairement des écoles privées. Mais attention, en Côte d'Ivoire, une école privée n'est pas forcément confessionnelle. Ce peut être une école de quartier créée par un particulier, parce que les écoles publiques sont très souvent surchargées. Nous avons aussi un public d'enfants défavorisés. Ils vont dans des écoles publiques qui sont soit aidées par des associations, soit parrainées par des entreprises, qui abonnent ces établissements à nos magazines. Nous organisons beaucoup d'ateliers dans ces écoles, notamment sur la lecture ou l'écriture d'une histoire. Nous pouvons aussi partir d'une histoire pour sensibiliser sur un thème. Tous les ans, nous réalisons ainsi un numéro *J'aime Ma Planète*, qui traite de problématiques environnementales.

Où se situe ce public ?
Il est majoritairement en Côte d'Ivoire. Nous avons aussi des lecteurs au Mali et au Burkina, et bientôt au Sénégal. Nous avons des demandes d'autres pays, mais les contraintes logistiques sont énormes ! Pour le Mali et le Burkina, nous expédions nos magazines par cars. Pour la réception du magazine par les particuliers, comme il n'y a pas de boîte aux lettres chez les particuliers en Afrique de l'Ouest, soit les enfants reçoivent leur numéro à l'école, soit ils le récupèrent dans un point relai. Cela nécessite de créer sans cesse des partenariats.

Combien d'abonnés avez-vous ?
Notre magazine est imprimé en moyenne à 5000 exemplaires, dont 2000 abonnements. Pour la France, ça peut paraître peu[2], mais n'oubliez pas que nous n'existons que depuis trois ans. Sans compter que nous sommes dans des usages magazines qui sont relativement nouveaux en Afrique. À la différence de *J'aime Lire*, le magazine *Planète J'aime Lire* a aussi été imaginé pour des lectures collectives. Nous avons ainsi un taux de circulation très élevé, quasi de 1 pour 20. Y compris par les familles elles-mêmes, qui partagent le ma-

COVID-19

L'Afrique de l'Ouest n'a malheureusement pas été épargnée par la pandémie du coronavirus, entraînant la fermeture des écoles notamment en Côte d'Ivoire, au Burkina Faso, au Mali et au Sénégal. L'occasion pour *Planète J'aime Lire* de mener plusieurs actions pédagogiques et de garder le contact avec les familles, à travers des groupes WhatsApp dédiés pour les parents et les enseignants, mais aussi une page Facebook proposant chaque jour des activités éducatives et ludiques à destination des enfants. L'équipe éditoriale s'est également faite partenaire d'une radio citoyenne sensibilisant au covid-19 ainsi qu'aux programmes d'école à la radio mis en place par Radio France International (RFI). Une volonté, pour le magazine, de s'imposer comme un interlocuteur pédagogique reconnu au-delà du cercle de ses lecteurs.

gazine avec la « grande famille », constituée des cousins, neveux et nièces… Il y a également un grand taux de circulation grâce aux bibliothèques.

La presse est-elle facilement disponible en point de vente ?

En Côte d'Ivoire, il y a un tissu important de points de vente : il y a deux Fnac à Abidjan, qui vendent des magazines, auxquelles s'ajoute le grand réseau des Librairies de France, qui existe depuis quatre-vingts ans. Il y a également des librairies indépendantes. Mais comme nous voulons aussi sensibiliser les parents qui ne vont pas dans les librairies, nous avons signé un partenariat pour être commercialisé dans des stations essence. Même si pour nous, le point de vente reste plutôt marginal. C'est l'abonnement, donc l'engagement, qui est au cœur de notre démarche.

L'abonnement est-il dans la culture des familles africaines ?

Non, l'abonnement est un usage vraiment nouveau, en tout cas en Afrique de l'Ouest. Concernant le téléphone portable, par exemple, 95 % des consommateurs ivoiriens n'ont pas de forfait, ils préfèrent les cartes prépayées. Il en va de même pour Canal+, très présent en Côte d'Ivoire : la majorité des gens paient au mois le mois. Nous avons un gros travail d'explication à faire.

Avez-vous des concurrents en presse jeunesse africaine ?

Avec *Planète J'aime Lire*, nous étions les premiers sur le marché. D'autres projets éditoriaux sont nés après nous, mais avec ni la même fréquence ni la même assise. Mais même au-delà de l'Afrique francophone, dans le cadre de notre étude de marché, nous n'avons pas trouvé de titre significatif. Ce qui nous différencie, c'est la régularité et le tissage relationnel avec les écoles.

Vous avez évoqué la création de contenus numériques. Quels sont-ils ?

Nous enregistrons nos histoires localement, à Abidjan, et nous les mettons à disposition gratuitement sur Internet. La généralisation de l'utilisation d'Internet en Afrique de l'Ouest nous permet ainsi de diffuser le goût de la lecture et de toucher des publics qui n'ont pas les moyens de s'abonner.

Notre rubrique « Cuisine » est également accessible en vidéo. C'est une autre façon de raconter des histoires et de valoriser notre continent, ses produits locaux… C'est aussi l'occasion de mettre en avant l'égalité en alternant un garçon et une fille dans chaque vidéo. Nous allons continuer de développer des contenus digitaux, mais le magazine doit rester le navire amiral de notre projet. Pour les parents, il est important que leurs enfants continuent de lire des magazines « papier ». L'apprentissage de la lecture sur support physique n'est pas le même que sur écran. Les développements digitaux viennent donc plutôt en complément.

Quel est l'esprit Bayard Afrique ?

Nous prônons des valeurs universelles, qui se traduisent localement. La première, c'est la bienveillance envers l'enfant. Nous encourageons un équilibre et un épanouissement global de l'enfant. En Afrique, ce n'est pas courant de proposer un magazine qui va encourager à la lecture, mais aussi valoriser d'autres talents, comme la cuisine, par exemple. Nous ne sommes pas un magazine de réussite scolaire ou un cahier de travail supplémentaire. Nous sommes très investis sur les questions d'égalité des genres, la valorisation des diversités, qui a aussi ses réalités locales. Dans le magazine, nous parlons de toute l'Afrique de l'Ouest, mais aussi des différentes régions de chaque pays. Nous veillons à ne jamais tomber dans des discours trop condescendants. Nous n'écrivons pas « vive la diversité », ce n'est pas notre approche. Nous préférons la montrer telle que nos lecteurs la vivent. Du côté de la BD, cela se traduit par exemple par la publication des histoires d'*Akissi* de Marguerite Abouet. C'est une bande dessinée locale, menée par une petite fille, très dans l'action, intrépide… des qualités qu'on n'associe pas toujours aux petites filles.

Que représente le prix d'un abonnement ?

Un abonnement pour une année coûte 18 000 francs, l'équivalent de 24 €, quel que soit le pays. Le magazine à l'unité coute 2 000 francs, soit 3 €, ce qui à Abidjan est deux fois moins cher qu'un ticket de cinéma. Ça reste donc abordable. Nous voulons participer à la démocratisation de la lecture, tout en offrant un vrai magazine premium, en termes de prise en main, de qualité du papier, de couverture… et ainsi montrer que le beau et la qualité peuvent être accessibles au plus grand nombre.

Bayard, une ambition planétaire

Présent en Asie depuis 1977, le groupe Bayard a depuis créé des filiales et des coentreprises dans plusieurs pays d'Europe et sur chaque continent de la planète. Des rédactions locales y éditent des livres et des titres de presse religieuse[1] pour séniors, mais aussi jeunesse. Créé en 1991, Bayard Canada propose ainsi par exemple des éditions locales des magazines *Popi*, *Pomme d'Api* et *J'aime Lire*. À Hong-Kong, le groupe édite plusieurs magazines pour enfants en chinois traditionnel. Plus récemment, en 2017, le groupe a créé en Chine Bayard Bridge, coentreprise permettant d'élargir significativement le public de l'empire éditorial. L'aventure africaine débute elle en 1993, avec la création du magazine *Planète Jeune*, qui rencontrera un très grand succès.

1. La Maison de la Bonne Presse, devenue en 1970 Bayard Presse, a été créée en 1873 par la congrégation des Augustins de l'Assomption, qui reste à ce jour actionnaire à 100 % du groupe

Vous fabriquez le magazine localement ?

Oui, il est conçu et imprimé en Côte d'Ivoire. C'est une fierté ! Beaucoup d'entreprises ivoiriennes impriment en Espagne, en Chine, au Liban… Nous travaillons de manière étroite avec un imprimeur, avec qui nous produisons également des jeux, avec le même souci de qualité.

Comment valoriser le contexte local à l'échelle d'un continent ?

Nous travaillons sur la représentation que les enfants ont de leur continent. Il y a une méconnaissance de l'Afrique en dehors de l'Afrique, mais lorsqu'un enfant naît et grandit en Côte d'Ivoire, il ne sait pas toujours ce qui se passe au Sénégal. La rubrique « Et en vrai » est à ce titre très importante pour nous. Quand un thème permet de parler de ce qui se fait dans les pays voisins, les enfants sont généralement réceptifs.

Nous essayons également de valoriser les langues du continent pour leur donner un statut aux yeux des enfants qui les parlent, grâce à la rubrique « Dis-le dans ma langue ».

Quel bilan tirez-vous de ces trois premières années de *Planète J'aime Lire* ?

Nous avons conscience qu'en même temps que nous proposons un nouveau produit, nous devons également éduquer le public à son usage et sensibiliser le marché à son intérêt. Ça demande beaucoup d'énergie et de temps. Nous espérons bien entendu un engouement plus massif pour notre travail. Mais les retours sont très positifs, tant des enfants, que des parents, que des écoles et des entreprises avec lesquelles nous travaillons. ●

Interview réalisée le 28 février 2020.

https://www.planetemag.com/

1. Cet échange devait initialement inclure Dozilet Kpolo, rédacteur en chef de *Planète J'aime Lire*, qui n'a malheureusement pas pu se joindre à la conversation, suite à des problèmes de connexion.

2. À titre de comparaison, le magazine *J'aime Lire* français a été tiré en moyenne à 215 311 exemplaires en 2019, pour une diffusion totale de 164 513 exemplaires (dont 92,3 % de ventes par abonnement). Ces chiffres s'élèvent à 72 414 et 49 191 pour *Mes Premiers J'aime Lire* (dont 83,2 % de ventes par abonnement). Chiffres ACPM.

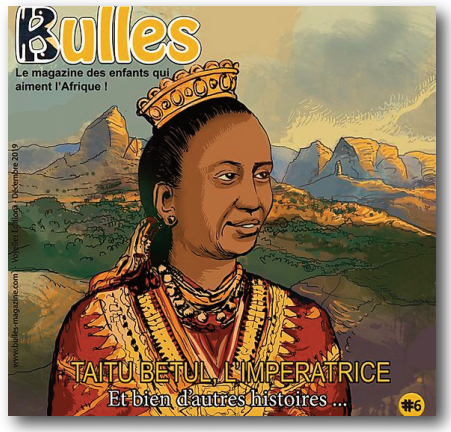
Un secteur en développement

Dans le domaine foisonnant de l'édition, les magazines pour enfants entrent progressivement dans la culture des pays d'Afrique. Outre *Planète J'aime Lire*, voici trois exemples, parmi d'autres, de titres de presse jeunesse conçus et produits sur le continent africain.

Bulles

Apparu à l'automne 2018, *Bulles* est l'un des derniers nés parmi les initiatives de presse jeunesse en Afrique. Il s'inscrit dans la lignée des grands magazines éducatifs : une histoire fortement illustrée, des rubriques ludiques et instructives, un modèle économique basé sur l'abonnement au lieu de la vente au numéro... Lancé en Côte d'Ivoire par les éditions Voyelles, le bimestriel met l'accent sur le patrimoine, en proposant aux enfants de découvrir les différents pays africains à travers des contes et récits, des coutumes, mais aussi des jeux ou encore des recettes de cuisine. Chaque numéro met à l'honneur un pays différent et invite à valoriser la diversité des cultures du continent africain en permettant aux enfants de s'approprier leur identité culturelle. Le magazine prévoit de créer des relations privilégiées avec des établissements scolaires et propose régulièrement des ateliers créatifs avec les enfants.

https://www.bulles-magazine.com/



Muna Kalati

Magazine en ligne et outil de promotion du livre africain pour enfants, *Muna Kalati* (« livre pour enfant » en douala[1]) s'adresse aux bibliothécaires, aux enseignants, aux éditeurs ou encore aux parents avec comme ambition de proposer des analyses, des interviews et des articles rédigés par des chercheurs sur la littérature jeunesse en Afrique, et ainsi valoriser la création et la diffusion de la production du continent, dans toute sa diversité. Initiative camerounaise, l'association propose sur son site des articles écrits tant en français qu'en anglais. Le magazine en PDF paraît à un rythme irrégulier, depuis septembre 2018.

https://www.munakalati.org/

MiniMag

En plus de vingt-cinq ans d'existence, *MiniMag* s'est imposé comme le principal titre de presse pour enfants en Afrique du Sud. Magazine de lecture, il s'intéresse également à l'actualité et propose des jeux et des contenus ludiques, sans jamais se départir de sa mission éducative. Grâce à sa très forte visibilité dans les écoles du pays, la revue sert en effet régulièrement de support ou de complément aux instituteurs. On s'étonne dès lors de l'imposante place accordée dans ses pages à la publicité, la plupart des couvertures étant constituées d'encarts promotionnels pour des films d'animation américains.

https://www.minimag.co.za/

1. Langue tonale parlée dans la région côtière du Cameroun, le douala compterait environ un million de locuteurs.