

DANS VOTRE QUARTIER, VOTRE BAHUT, VOTRE VILLE, **PRENEZ LA PAROLE !** AVANT QU'ON VOUS LA DONNE...

Le but de ce kit est de vous aider à créer le journal qui vous ressemble. Sans prétention d'exhaustivité, les six fiches suivantes constituent une introduction aux différentes étapes de la réalisation d'un journal : de l'écriture à la maquette, de vos droits et responsabilités au financement du projet.

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. Sachez donc distinguer ce que vous voulez faire de ce que nous vous proposons, même s'il existe des règles qu'il est toujours bon de connaître.

Les fiches présentent les grandes lignes du contenu des brochures thématiques éditées par l'association, que vous pouvez commander pour approfondir telle ou telle question au gré de vos besoins. Jets d'encre propose également des formations aux journaux qui le souhaitent. Par ailleurs, si des questions que vous vous posez ne trouvent pas réponse dans ce kit (elles sont sans doute nombreuses), n'hésitez pas à nous contacter !



FAÏTES UN **JOURNAL !**



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

Avec la rage et le plaisir de s'exprimer, les jeunes prennent la parole dans les lieux de vie qui sont les leurs. Spontanée ou plus réfléchie, cette presse originale reste confrontée à de nombreuses difficultés.

Association indépendante de journalistes jeunes réunis pour défendre ensemble leur liberté d'expression, Jets d'encre apporte conseils et aide à ceux qui le souhaitent, favorise les échanges entre journaux via les événements et rencontres qu'elle met en place, et mène une réflexion déontologique avec son réseau autour de la Charte des journalistes jeunes et de la Carte de presse jeune qu'elle édite.

Association Jets d'encre
2bis, passage Ruelle 75018 PARIS
Tél. / Fax : 01.46.07.26.76
contact@jetsdencre.asso.fr

Plus d'infos sur le net
www.jetsdencre.asso.fr

L'IDENTITE DU JOURNAL

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.

1. LE CONTEXTE DU JOURNAL

> Dans quel cadre est-il publié ?

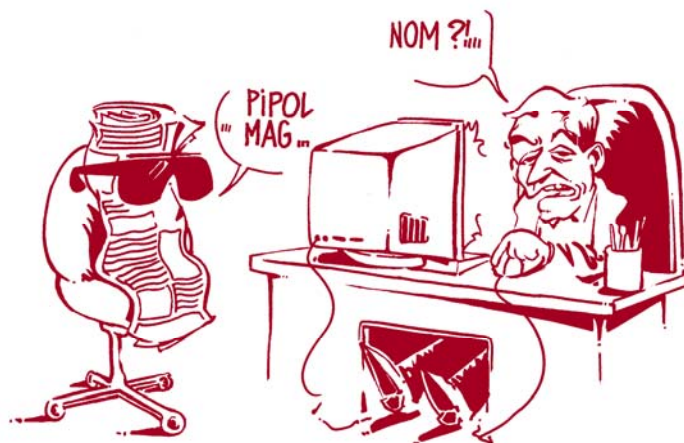
Groupe indépendant de jeunes, service municipal jeunesse, association, collège, lycée public, privé ou agricole... C'est une question importante car chaque cadre de publication comprend ses avantages et inconvénients, notamment au regard de la liberté éditoriale, des moyens pour réaliser le journal, ou encore du statut juridique de la publication. *(voir la fiche n°4)*

> Qui est à l'initiative du journal ?

La démarche, l'idée de créer un journal vient-elle d'un groupe de jeunes qui a envie de s'exprimer ? d'une mairie ou d'une association qui souhaite se doter d'une publication jeune ? d'un professeur qui veut animer un club journal ? Là encore, cette question aura des implications sur le journal : il semblerait difficile par exemple pour un journal édité par une mairie de laisser paraître des articles critiquant la politique jeunesse qu'elle pratique.

> A qui se destine le journal ?

Une fois le cadre du journal défini, il est important de réfléchir au public auprès duquel il sera diffusé. Par exemple, la ligne d'un journal édité dans un lycée sera différente s'il ne s'adresse qu'aux lycéens, ou aux élèves, aux professeurs et aux personnels. Vous pouvez choisir une « cible » large (« grand public ») ou plus restreinte (membres d'une association). Cela s'en ressentira notamment sur le nombre d'exemplaires du journal.



2. LE PROJET RÉDACTIONNEL

> Un journal, pour quels objectifs ?

Un journal d'informations locales, musical, un journal qui vous permette de crier votre révolte, de faire bouger le bahut... Quelles que soient vos motivations, signalez vos objectifs aux lecteurs. Si la rédaction a à cœur certaines problématiques, ou si le journal est lié à une structure s'occupant d'un champ défini (association de lutte contre la pauvreté par exemple), il peut être amené à remplir des missions spécifiques.

> Quel est le style du journal ?

Journal d'information, satirique, billets d'humeur, style direct ou très littéraire feront le ton et l'originalité de votre journal, bref sa personnalité. Vos lecteurs se reconnaîtront dans un style particulier. La diversité n'est bien sûr pas impossible, mais chercher un style propre permet simplement d'éviter de ne pas en avoir !

> Quel titre pour le journal ?

Le titre du journal est sans doute le meilleur vecteur pour le singulariser. Les deux clés du succès : l'originalité et la capacité du titre à « accrocher » le lecteur. C'est aussi le « totem » de la rédaction. Pensez à mettre en rapport le titre avec l'identité visuelle du journal pour en renforcer l'efficacité. Et pourquoi ne pas en expliquer le choix dans le premier éditorial ?

3. LES CHOIX TECHNIQUES

> La périodicité et la pagination

Faites des choix réalistes, en fonction de vos contraintes d'emploi du temps. N'annoncez pas quelque chose que vous ne pourriez pas tenir : vos lecteurs seraient déçus.

> Format, tirage, papier et impression

Ils dépendent notamment de vos moyens : en termes de qualité, de coût et de diversité de format et de papier, publier son journal à la photocopieuse ou le faire imprimer donnera des résultats très différents. *(voir la fiche n°5)*

4. STRUCTURER LA RÉDACTION

> Comment est-elle constituée ?

Il est important de savoir clairement qui s'exprime, qui écrit, et de le faire savoir dans vos colonnes : tous les jeunes qui veulent bien envoyer un article, uniquement ceux qui participent régulièrement à la réalisation du journal, les membres d'une association, etc. ? S'agit-il d'une rédaction composée de jeunes et d'adultes ? Qui sont-ils et que représentent-ils par rapport au journal ? Et par ailleurs : qui signe ? Comment (pseudo, nom complet...) ? Accepterez-vous des papiers anonymes ?

> Comment fonctionner ?

Rédacteur en chef, maquettiste, secrétaire de rédaction.... Imaginez le fonctionnement qui vous convient - le plus important est que les responsabilités soient clairement identifiées pour ne pas que la parution du journal ne se heurte à des erreurs de communication. Prévoyez de vous réunir à intervalles réguliers pour faire le point. Si vous le souhaitez, vous pouvez aussi vous doter d'outils qui pourront vous aider à suivre au plus près l'évolution de la fabrication du journal : chemin de fer *(voir la fiche n°3)*, organigramme...

S'il n'y a pas de choix meilleur qu'un autre, il faut toutefois s'assurer qu'ils soient conscients et assumés, et qu'ils reflètent bien l'identité que vous voulez donner au journal.



ECRIRE POUR ETRE LU

« Ecrire pour le journal » : cela sous-entend qu'il s'agit d'un exercice particulier, qui n'a rien à voir avec une simple rédaction. Cette fiche vous propose d'acquérir un minimum de savoir-faire pour ne pas être qu'un moulin à paroles ou à images.

1. LE BROUILLON

> Définir le message essentiel

Une fois le sujet déterminé, commencez par répondre aux six questions de base : « Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ? » (règle des 3QOCP). Votre article devra y répondre, sans quoi le lecteur n'aurait pas toutes les informations lui permettant de comprendre tous les enjeux de ce que vous relatez.

> Déterminer un angle

C'est-à-dire une façon de présenter le sujet que vous traitez. Et il faut s'y tenir pour ne pas égarer le lecteur ! Par exemple : si vous parlez d'une manifestation et que vous en faites un simple compte rendu, votre article risque de manquer de dynamisme. L'angle peut être le défilé vu par un manifestant, ou encore en quoi la manifestation est importante, ou pourquoi vous n'avez pas voulu y aller etc.

> Choisir un genre

Il existe différentes formes d'articles, chacune avec ses particularités : la brève, le filet, le billet, l'éditorial, le reportage, l'enquête, l'analyse, la synthèse, la critique, le compte-rendu, le dossier... Choisissez le genre qui vous semble le plus approprié au sujet ou à votre humeur. Et n'hésitez pas à varier le menu !

2. LE PLAN DE L'ARTICLE

> Oublier la dissertation

C'est dans les premières phrases qu'il faut persuader le lecteur que votre article mérite d'être lu : l'information essentielle doit donc

figurer en tête du papier – c'est-à-dire l'inverse du plan traditionnel « thèse-antithèse-synthèse ».

> L'attaque et la chute

... le premier et le dernier paragraphe de l'article. Les ressorts de l'attaque et de la chute sont les mêmes : nerveuses, rythmées, avec des phrases courtes, imagées, originales, percutantes, pour que le lecteur retienne le message.

> Travailler les enchaînements

Chaque partie est un tout : évitez de revenir sur un point déjà exposé pour ne pas désorienter le lecteur. Soignez vos transitions pour un article fluide et agréable à lire, qui ne donne pas envie au lecteur de tourner la page !

3. LA RÉDACTION

> Ecrire simplement

Clarté, simplicité, concision. Un article n'est pas un roman ! Des phrases courtes et des paragraphes ramassés sont plus agréables pour le lecteur, qui ne se sentira pas égaré au milieu d'un texte interminable. Vous pouvez vous inspirer de la règle : « une idée = une phrase ».

> Ecrire efficace

Attention à ne pas vous perdre dans des détails : n'utilisez des anecdotes que si elles éclairent votre propos, ou si elles dynamisent l'article. Faites la chasse aux redondances, aux formules toutes faites. Prenez garde au jargon ou bien expliquez-le dans un encadré. En cas de doute, vérifiez les mots dont vous n'êtes pas bien sûr.

4. L'HABILLAGE DE L'ARTICLE

L'habillage est la somme de tous

les éléments qui vont inciter votre lecteur à se plonger dans la lecture d'un article. Ils représentent autant d'accroches et d'incitations aussi bien dans le texte qu'autour.

> **Le surtitre** : placé au-dessus du titre, il précise le thème du sujet traité dans l'article. Le surtitre n'est pas indispensable si le titre est long ou très clair et le papier court !

> **Le titre** : *informatif*, il présente la nouvelle la plus importante traitée dans l'article de manière « brute » ; *incitatif*, il intrigue le lecteur pour lui donner envie de lire l'article.

> **Le chapô** : un résumé de l'article ou une introduction placée juste avant celui-ci, qui en donne le cadre, suscite l'envie d'en savoir plus.

> **L'intertitre** : quelques mots choisis qui reprennent des idées phares de l'article, et permettent d'en rompre la monotonie en s'insérant entre deux paragraphes.

> **L'encadré** : séparé de l'article principal par une bordure, il met en valeur ou permet d'expliquer un point précis du sujet traité.

> **Les illustrations** : dessin de presse ou photo, elles doivent toujours être sourcées (vous devez en indiquer l'origine : nom de l'auteur, référence du livre dont elle provient, adresse Internet, etc.), légendées, et appuyer l'argumentaire de l'article.

> **La signature** : pseudo ou nom complet, elle est le signe que vous assumez vos écrits.

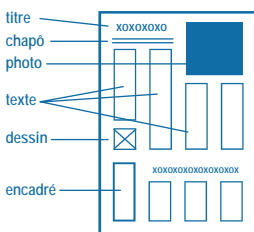
On écrit pour se faire plaisir, mais aussi pour être lu. Perdre ce point de vue, c'est courir le risque que l'article rate sa cible et donc, que votre message ne passe pas aussi bien que prévu.

COMPOSER UNE MAQUETTE EFFICACE



La maquette est un peu le costume du journal : elle habille les textes et les visuels. C'est aussi ce qu'on en voit en premier. Elle a donc deux fonctions - l'une est esthétique : votre journal est beau, on a envie de le lire ; l'autre est pratique : elle guide le lecteur et rend la lecture agréable. La maquette doit aussi refléter l'identité du journal : une maquette sobre dégage une impression de sérieux ; alors qu'on attendrait une maquette plus dynamique pour un journal humoristique.

GABARIT 4 COLONNES



Ce texte est aligné sur la gauche : il "flotte à droite".

Ce texte est aligné sur la droite : il "flotte à gauche".

Ce texte est aligné des deux côtés : on dit qu'il est justifié.

Ce texte est centré par rapport au cadre de texte.

Arial
police grasse sans empattement

Times
police fine avec empattement

1. DÉFINIR

> Le nombre de colonnes

Mieux vaut éviter de mettre en pages vos textes sur une seule colonne : un grand bloc de texte fatigue l'œil plus vite. Le nombre de colonnes se définit d'abord en fonction du format du journal : plus votre page est grande, plus vous pouvez en utiliser. Espacez les suffisamment les unes des autres ou séparez-les par une bordure.

> Les gabarits

Les gabarits sont les « modèles » des pages que le lecteur retrouvera régulièrement au fil des numéros. Ainsi les pages des dossiers, courriers, informations, culture... pourront clairement être identifiées d'un seul coup d'œil. Et le lecteur orienter plus facilement ses choix de lecture.

> Les polices de caractères

Le choix des polices participe à la personnalité que l'on souhaite donner au journal. Il en existe beaucoup, aux formes et possibilités multiples :

- n'utilisez pas plus de trois polices différentes par page : s'il y en a trop, votre page ne sera pas forcément très lisible.
- préférez les polices fines avec empattement pour le corps du texte ; les polices grasses sans empattement pour les titres.
- vérifiez que la police que vous souhaitez utiliser gère la ponctuation et les accents.

> La composition des textes

Il existe quatre possibilités pour composer son texte, en fonction des impératifs prévus par la maquette. Pour les textes longs, sachez que les textes alignés à gauche et les textes justifiés sont les plus lisibles.

> La charte graphique

Elle regroupe tous les éléments de votre maquette : quelles polices, tailles, graisse, couleurs, composition, etc., pour vos titres, chapôs, textes, etc. Elle vous aide à conserver tout au long du journal, et d'un numéro à l'autre, l'identité visuelle du journal.

2. PRÉSENTER

> Le logotype

Le « logo » est la représentation graphique du titre du journal. Bien en vue sur la Une, il sera votre premier ambassadeur. Il doit donc être cohérent avec son identité et le projet rédactionnel. Qu'il soit réalisé par un dessinateur ou à partir d'une police de caractère, veillez surtout à sa lisibilité.

> La Une

La première page, la couverture du journal qui donnera ou non l'envie au lecteur de l'acheter. Il en existe deux types : la Une « magazine » joue principalement sur l'image et ne donne que les titres principaux développés dans le journal ; la Une « quotidien », plus adaptée aux grands formats, donne déjà à lire quelques articles.

> Les illustrations

Les illustrations font partie intégrante de votre journal. Outre qu'elles permettent à la maquette de respirer, elles appuient vos propos et font partie intégrante du message que vous souhaitez faire passer. Dessins, photos, caricatures, jouez sur tous les tableaux. Privilégiez les illustrations originales et vous gagnerez en personnalité ! N'oubliez pas de les « sourcer », c'est-à-dire d'en indiquer l'origine.

3. ORDONNER

Nous vous conseillons, lors de la conception de chaque numéro, de réaliser un « chemin de fer ». Il

s'agit du schéma des pages du journal, que vous disposez les unes à la suite des autres. Bénéficier de cette vision d'ensemble vous permettra de mieux appréhender le regroupement des articles traitant d'un même thème, d'alterner les articles sérieux avec ceux plus légers, de voir comment les illustrations se répartissent... Vous proposerez ainsi plus facilement à vos lecteurs un journal homogène et sans temps mort.

4. IMPRIMER

> La correction

Avant de passer à l'impression ne négligez jamais le travail de relecture et de correction ! Ceci afin de chasser les fautes de grammaire, d'orthographe ou de syntaxe, et de repérer les erreurs de mise en pages. Vous pouvez ensuite donner votre « bon à tirer » et passer à l'impression.

> Le choix de la reprographie

- La photocopie noir et blanc est avantageuse par la souplesse qu'elle vous offre : facilité technique, possibilité de retirer votre journal à la demande, coût réduit pour les petits tirages, mais la qualité - en particulier des photos - est parfois moyenne.
- L'impression est avantageuse pour les tirages en grand nombre, pour la qualité et les possibilités techniques qu'elle offre, mais coûte souvent cher.
- Rien ne vous interdit de changer de mode d'impression, mais mieux vaut commencer modestement par des photocopies pour tester votre journal auprès de votre lectorat.

Pour créer un journal, il ne faut pas chercher à rentrer dans un moule. A vous de vous imprégner de ces conseils, de les accepter ou au contraire de les rejeter : faites le journal que vous voulez, mais faites un journal qui avant tout vous ressemble.



DROIT ET DEONTOLOGIE

le prix de vente s'il y a lieu. En général, les mentions obligatoires sont présentées dans « l'ours », encadré placé en début ou fin de publication.

> Les déclarations et dépôts

Ils sont nombreux et doivent être réalisés par le directeur de publication : **déclaration d'intention de paraître, dépôts légal, judiciaire et administratif.** Avant tout prévus pour les professionnels, nous conseillons en règle générale de n'en réaliser qu'un seul, ce qui a l'avantage à la fois d'archiver votre journal, mais aussi d'en dater la parution.

Les journaux lycéens inscrits dans le cadre de la circulaire n°02-026 sont affranchis de ces démarches. Tous les journaux réalisés dans un établissement scolaire doivent cependant souscrire au « **dépôt pédagogique** » mis en œuvre par le Ministère de l'Éducation nationale (www.clemi.org).

4. LA DÉONTOLOGIE DE LA PRESSE JEUNE

Il faut être fier de pouvoir profiter de sa liberté d'expression et d'opinion. Chaque journaliste doit cependant être conscient que sa responsabilité personnelle est engagée pour tous ses écrits quels qu'ils soient, même anonymes ou signés sous pseudo. Car l'écrit a un vrai poids : vérifier ses sources, les citer, ne pas avoir l'intention de nuire à quelqu'un sont des règles que vous devez garder à l'esprit. Cela ne doit pas vous empêcher d'exprimer franchement vos opinions, ni de recourir à l'humour ou à la satire.

La Charte des journalistes jeunes est le code de déontologie de la presse jeune que l'association propose de suivre et dans lequel se reconnaissent ses adhérents.

Sachez qu'en cas de problèmes, quelle que soit leur nature, l'association Jets d'encre est là pour vous apporter des conseils sur la réaction à adopter.

violence, à la discrimination religieuse, raciale ou sexuelle...

- le **délit de fausses nouvelles** : c'est-à-dire « la publication, la diffusion ou la reproduction de nouvelles fausses, de pièces fabriquées, falsifiées ou mensongèrement attribuées à des tiers » (art. 27 loi 1881)

> Le droit de réponse

Toute personne désignée dans un journal (nominativement ou que l'on peut reconnaître) a le droit de bénéficier d'un droit de réponse. Adressée au directeur de publication, elle doit paraître dans le numéro suivant, à la même place, dans les mêmes caractères et de la même longueur (maximum 200 lignes) que l'article mis en cause.

3. LES OBLIGATIONS

> Un directeur de publication

Tout journal doit désigner un directeur de publication. Il s'agit d'un personnage essentiel, car il est légalement responsable du contenu du journal. Il doit donc être une personne majeure, sauf dans le cas des journaux lycéens soumis à la circulaire n°02-026, qui permet à un lycéen mineur d'exercer cette responsabilité avec autorisation parentale.

A ce titre, il bénéficie d'un droit de regard intégral sur son contenu. Son choix correspond donc à un enjeu d'indépendance pour la rédaction. Dans un journal réalisé par des jeunes, il est important que le directeur de publication soit bien choisi par eux, de préférence parmi eux.

> Les mentions obligatoires

Elles regroupent un ensemble de mentions que vous devez faire apparaître dans le journal : le nom du responsable de publication, celui de l'imprimeur (si votre journal est photocopié, vous indiquerez alors « imprimerie spéciale »), la date de parution et

1. VOS DROITS

La liberté d'expression est un droit fondamental reconnu par plusieurs conventions internationales. En France, le cadre général des publications est la **loi sur la presse de 1881**, qui s'applique aussi aux journaux jeunes.

Les journaux lycéens des établissements publics bénéficient d'un texte dérogatoire : la **circulaire Éducation nationale n°02-026** précise que les lycéens, même mineurs, ont le droit de créer un journal sans autorisation ni relecture préalable de la part du proviseur. Ce texte a été conçu pour instaurer un esprit de dialogue respectueux de tous les acteurs de l'établissement.

2. LES LIMITES

La liberté d'expression n'est pas un droit absolu : on peut parler de tout, on ne peut pas le faire n'importe comment. Elle est donc limitée par deux grands principes : la protection des personnes, et la sauvegarde de l'ordre public.

> Les principaux délits de presse

- la **diffamation** : « toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération d'une personne ou d'un corps » (art. 29 loi 1881)

- l'**injure** : « toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait ».

- les **atteintes au droit à l'image et au respect de la vie privée** : par exemple, l'utilisation sans autorisation d'une photo ou d'un enregistrement d'une personne dans un cadre privé.

- les **troubles à l'ordre public** : incitation aux crimes et délits, à l'usage de stupéfiants, à la

La Charte des Journalistes Jeunes

Les Journalistes jeunes :

1. Ont le droit à la liberté d'expression garantie par la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et la Convention Internationale sur les Droits de l'Enfant.

2. Revendiquent le droit d'opinion et contribuent à garantir le droit de tous à l'information.

3. Prennent la responsabilité de tous leurs écrits ou autres formes d'expression, signés ou non.

4. Sont ouverts à toute discussion sur leurs publications et s'engagent par souci de vérité à rectifier toute information erronée.

5. Tiennent la calomnie et le mensonge pour une faute, sans pour autant renoncer à des modes d'expression satiriques ou humoristiques.

6. Tiennent la censure et toute forme de pression morale ou matérielle pour des atteintes inacceptables à la liberté d'expression, notamment dans les établissements scolaires, socioculturels et toutes autres structures d'accueil des jeunes.

FINANCER SON JOURNAL



Garantir son indépendance, rencontrer son lectorat, intéresser des partenaires... La recherche de financement nécessite de procéder avec méthode. Cette recherche, qui peut être coûteuse en temps et en énergie, ne doit cependant pas être une fin en soi. Il ne vous sert à rien de dépenser tout votre temps à financer l'édition de votre journal sur papier glacé couleur si son contenu ne suit pas : les moyens que vous cherchez pour le journal doivent vous aider à l'améliorer et à l'inscrire dans la durée. Ne vous détournez pas de votre objectif : faire un journal !

1. QUE CHERCHER ?

> Lister vos besoins

Avant toute chose, vous devez lister vos besoins avec précision, en les classant par poste :

- **besoins de structure** : équipement informatique, matériel de bureau, documentation, fonctionnement...
- **besoins liés au contenu du journal** : matériel de reportage, frais de déplacement, fournitures...
- **besoins liés à la réalisation technique** : impression, publicité, diffusion...
- **besoins humains** : photographe, dessinateur, nombre de rédacteurs....

> Définir des priorités

Ce travail réalisé, déterminez ce qui correspond à vos besoins vitaux (ceux auxquels vous devez répondre en premier et dont dépendent le lancement du journal) et à ceux que vous pouvez différer.

2. QUI DÉMARCHER ?

Faites ensuite correspondre à chacun de vos besoins les personnes et / ou organismes à solliciter susceptibles de vous aider. Démarcher des partenaires vous demandera le plus souvent bagout et débrouillardise.

- **les partenaires institutionnels**. Commencez par les structures les plus proches de vous : maison des lycéens / FSE, établissement scolaire, mairie, CIDJ, Conseil général, Conseil régional, Envie d'agir / DDJS...

- **les annonceurs publicitaires**. N'hésitez pas à démarcher les établissements proches de votre zone de diffusion : café, librairie, disquaire, agence bancaire, mutuelle étudiante... Certains seront peut-être disposés à vous acheter des espaces publicitaires. Attention, dans les établissements scolaires, la publicité est fortement réglementée.

- **certains organismes de proximité** pourront aussi vous aider en mettant à votre disposition des moyens : salles de réunions, prêt de matériel informatique, photocopies... vous ne devez pas les négliger. Ce sont par exemple les fédérations d'éducation populaire (Ligue de l'Enseignement, Centres sociaux, MJC...), les associations de quartier, ou bien l'administration du collège ou du lycée.

Pensez aussi aux concours ! Plusieurs événements consacrés aux journaux jeunes ont lieu chaque année, organisés par Jets d'encre, le CLEMI, la Fondation Varenne, Animafac... Faites régulièrement des recherches sur Internet. Ils peuvent être un moyen de gagner de l'argent ou du matériel, en plus de faire connaître et reconnaître votre journal (ce qui peut être avancé comme un gage de qualité pour de nouveaux partenaires à démarcher).

3. COMMENT CHERCHER ?

Commencez par monter **un dossier de demande de subvention**.

Ce dossier doit décrire brièvement (pas plus de 8 pages) qui porte le projet, dans quel esprit, quels sont vos objectifs (combien de numéros par an, nombre d'exemplaires diffusés, nombre de pages, etc.),

vos partenaires et / ou soutiens, etc. ainsi qu'un budget prévisionnel des dépenses et des recettes qui doivent absolument être équilibrées (dépenses = recettes).

4. LA VENTE DU JOURNAL

Nous conseillons toujours aux rédactions de vendre leur journal. Ce qui peut apparaître comme une contrainte supplémentaire présente en fait de nombreux avantages :

- C'est avant tout un **moyen facile d'autofinancement**. Il vous permettra d'être partiellement indépendant de vos financeurs, limitant leur capacité à exiger un droit de regard sur le contenu de votre journal, que certains exigent, souvent de manière abusive.

- Vendre son journal, même à un prix symbolique, est aussi une **manière d'affirmer que votre travail a de la valeur**. Vous ne distribuez pas un tract publicitaire que l'on prend et jette sans l'avoir lu. Il est plus probable que vous serez lus par quelqu'un qui aura fait la démarche de vous acheter le journal.

- C'est un signe que vous prenez la **responsabilité de vos écrits**.

- Vendre à la criée est l'occasion **d'aller à la rencontre de votre lectorat** et de connaître son avis sur le journal, de prendre note de ses remarques.

- Les fonds dégagés peuvent être investis dans la réalisation de numéros hors-séries ou de suppléments que votre rédaction souhaiterait réaliser, mais pour lesquels vous ne parviendriez pas à lever suffisamment de fonds.

Ne cherchez pas à tout obtenir d'un seul coup : l'autonomie et la stabilité financière d'un journal se construisent avec le temps.