

DES ILLUSTRES

On a
* bien
*** beaucoup
**** passionnément
***** à la folle
○ On n'aime pas du tout

Les « Mooks », des revues de papier post-internet

Dans la lignée de « XXI », « 6 mois » et « Feuilleton » proposent de nouvelles formes de journalisme. Patrick de Saint-Exupéry nous parle de ce mélange entre « magazines » et « book », les « Mooks ».

Feuilletton. Le mot évoque la littérature dans le journal, ou peut-être une saga télévisée. C'est aussi l'appellation de la rubrique culturelle des journaux allemands et le titre d'une nouvelle revue française. 256 pages, 17 × 24 centimètres. Des reportages et des nouvelles littéraires. Un « mook », magazine-

« 6 MOIS », le dernier-né des magazines, est la déclinaison en photos du précurseur « XXI ».

© DOMINIQUE RODENBACH.

Lancé par un tout jeune éditeur, Adrien Bosc, 25 ans, le trimestriel se revendique hybride.

« Notre grande ambition est de décrocher le journalisme et l'écriture, indique le directeur de la publication. J'ai une formation d'éditeur, non de journaliste, et je le revendique dans la forme et la filiation de la revue. Un souci très grand est porté aux illustrations et aux traductions. La presse française n'offre pas les longs formats présents dans la tradition britannique ou polonaise ; je trouvais cela dommage. »

Adrien Bosc se met en tête de combler le vide et convainc Pierre Bergé, actionnaire du Monde, le journaliste Victor Robert, l'éditeur Gérard Berreby et l'avocat Olivier Diaz de se lancer avec lui. Le premier numéro rassemble un reportage inédit d'Anne Nivat en Afghanistan, un texte de Daniel Mendelsohn sur la bibliothèque du Vatican ou encore une nouvelle de George Orwell publiée dans *Tribune* en 1946. De la haute tenue. « Ce mélange d'enquêtes et de nouvelles produit un résultat intéressant, souligne le fondateur. Dans cette édition, les nouvelles sont très ancrées dans le réel tandis que les récits semblent irrésistiblement. Je pense par exemple à cet article éloquent sur le crash d'un jet et d'un Boeing 737 au-dessus de l'Amazonie, dans une zone où il n'y a quasi aucun trafic aérien. »

Les textes font quinze ou quarante pages. Les deux tiers émanent de traductions, du *New Yorker*, du *Rolling Stone Magazine*, du *Vanity Fair*. La maquette est soignée. La plupart des sujets s'achèvent par des biographies, bibliographies, cartes ou chiffres. Une formule qui fait le succès du magazine *XXI*, le mook de référence. *Feuilleton*, d'ailleurs, ne s'est pas privé de reprendre le genre de typographiques et illustrations caractéristiques de ce grand frère. « La différence essentielle est que *XXI* ne produit que des reportages originaux tandis que nous traduisons beaucoup et sommes également portés sur la littérature », admet Adrien Bosc.



plaires et vendu 15 euros, est distribué en librairie et par abonnement. La revue ne contient aucun public. Comme *XXI*.

Si la comparaison revient souvent, c'est que le modèle semble être le bon. Lancé en 2008 par Patrick de Saint-Exupéry et Laurent Beccaria, *XXI* voit son tirage augmenter depuis le 3^e numéro (53.000 ex. aujourd'hui). Le trimestriel fédère par la qualité de ses textes (Prix Albert Londres en 2009) et de ses illustrations. Reportages en bandes dessinées et portfolios sont souvent remarquables. « L'absence de publicité repose et la longueur des papiers, accompagnés de notices,

permet de se plonger vraiment dans un sujet, apprécie Marie-Abonnée de longue date. *XXI* résonne sans doute à un besoin et à une curiosité autour du récit. Le déferlement d'informations est tel qu'on finit par ne plus avoir de représentation du monde. On est assommés de chiffres et de figures de style supposés tout dire, mais les sujets ne sont plus incarnés », constate Patrick de Saint-Exupéry.

Magazine de niche

À l'ère de l'information instantanée et de la dématérialisation, le durable et les textes longs semblent revenir en force.

Les Editions Autrement pu-

sur des sujets thématiques. « Faire du long à une époque où l'on a l'obsession du court et où l'on dit le reportage moribond était révolteur et hasardeux, lance le sociologue des médias Jean-Marie Charon. *XXI* a réussi et les autres s'engagent dans cette voie en l'espérant prometteuse. Cela dit, nous sommes à un niveau de diffusion modeste. 53.000 exemplaires est un bon chiffre pour un titre mais nous place dans la catégorie de niche pour un magazine, bien loin du million de Femmes actuelle ou des 300.000 de *Elle*. Le public pour ce genre d'objet est restreint. »

Qui est ce public ? Difficile à dire car l'absence d'annonces dédouane les titres d'études de sociomarketing. « De gros consommateurs de livres et de médias, au niveau socioéducatif élevé », selon Jean-Marie Charon. « Nos lecteurs ne sont pas des amis en retrait de la course du monde, précise Adrien Bosc. Ils vivent dans l'accélération mais ont besoin de temps de pause. » *Feuilletons* CAROLINE STEVANS



revue
Feuilleton ***
256 p., 15 euros.
revuefeuilleton.com

« 6 mois » : « S'ouvrir au monde et le raconter en images »

ENTRETIEN

Fn mars 2008, Patrick de Saint-Exupéry fondait « *XXI* », en collaboration avec Laurent Beccaria. En mars 2011, il appuyait sur le clou du journalisme de qualité avec « 6 mois », déclinaison photo du premier. L'homme sourit du terme « Mook », « sorti de l'univers marketing », mais explique la démarche avec une fougue contagieuse.

Créer deux revues de ce type à ce moment de l'histoire de la presse écrite, c'est une profession de foi ?

Nous croyons à la nécessité du journalisme, à la nécessité de la narration qui permet de nous inscrire dans la réalité du monde. Dans le déluge quotidien d'informations, notre travail vise à replonger dans le réel.

Le journalisme doit se réinventer ?

On ne peut nier les difficultés actuelles de la presse. Mais nous ne sommes pas des professeurs de vertu, nous ne sommes pas en

venté un nouveau modèle qui peut préfigurer l'avenir. Nous le faisons car nous avons éprouvé la nécessité de le faire. Toute notre démarche est axée sur un retour aux fondamentaux du journalisme, sur ce qui fait sa légitimité : aller voir, écouter, entendre, poser des questions, restituer au plus juste, au plus près.

Pourquoi sur papier ?
Au début, nous le disions comme un jeu, mais maintenant plus : nous sommes post-internet. On a la certitude que ce que nous proposons ne peut fonctionner que sur papier. Mais c'est possible parce que nous avons tout internet, que nous utilisons grandement pour la rédaction. Au début, on nous présentait un peu pour des chiffres. Pas de pub, des longs récits... On faisait face à une certaine incompréhension. Aujourd'hui, on se rend compte qu'une porte a été entrouverte. Quand je vois le nombre de formules qui reprennent les fondamentaux posés, je me dis qu'il y avait une sorte d'impasse, une impossibilité à



revue
6 mois ***
N° 2 « LE SIÈCLE DES FEMMES »
25 euros

Propos recueillis par
ADRIENNE NIZET