

**PRESSE.** Le Journal de Saône-et-Loire, doyen de la presse régionale, vit une révolution en lançant

# 10 questions, 10 réponses pour

**CHALON, MÂCON, CREUSOT.** Ce matin, JSL et petit déjeuner sont offerts aux voyageurs des trains.

**TIRAGE.** Le lancement du JSL tabloïd s'accompagne d'un tirage exceptionnel de 100000 exemplaires.

## Votre avis sur lejsl.com

Un journal tabloïd ou grand format ?

**56 %** Tabloïd    **26 %** Grand format    **14 %** sans opinion

Vous avez été 270 internautes à répondre à cette question sur [www.lejsl.com](http://www.lejsl.com)

Les raisons et implications du changement de format de votre journal en 9 questions.

### 1 Pourquoi le JSL adopte-t-il le format tabloïd ?

Parce que le tabloïd -moitié du format précédent- est plus pratique à lire, à manipuler.

### 2 De nouvelles rubriques apparaissent-elles ?

Oui, une page d'information chaude dans le cahier général («24 heures») et en cahier local («temps fort»). En page 3, «Plus belle ma vie» est consacrée à des hommes et femmes qui ont pris leur destin en main et ont changé leur existence.

«Nos lecteurs nous reprochaient de publier trop d'informations tristes», justifie Michel Mekki, rédacteur en chef du JSL.

Des rendez-vous réguliers apparaissent, politique, éco-

nomique, dossier départemental ou régional, loisirs, temps libre, portrait. Une page forum concerne l'interactivité avec le lecteur. Une rubrique «Les coulisses de la rédaction» explicite des choix des journalistes.

### 3 Le caractère d'imprimerie rétrécit-il ?

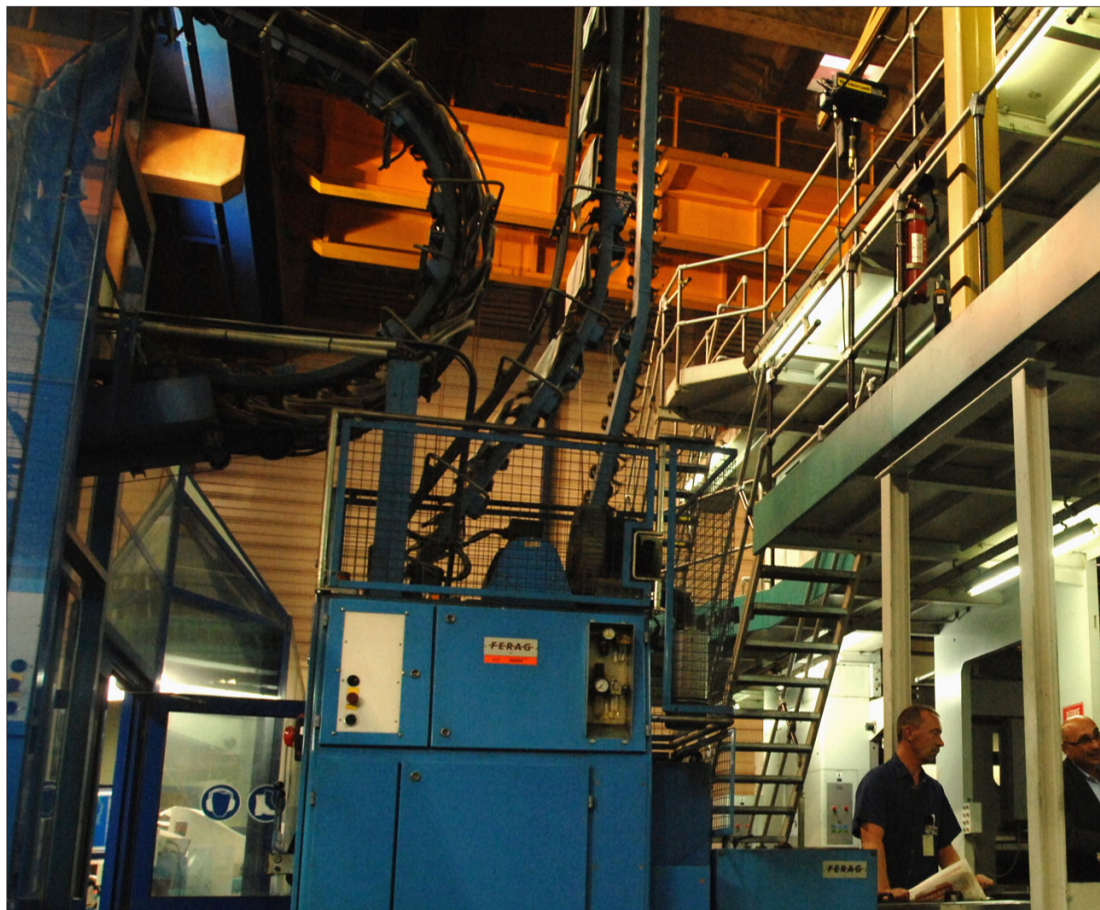
Non au contraire, il augmente et permet une lecture plus confortable, rapide ou approfondie.

### 4 Y a-t-il plus de pages, plus de couleur ?

Oui. De 42 pages en moyenne, le JSL passe à 68 pages avec plus de couleur:

### 5 Dans les suppléments, qu'est-ce qui change ?

Ils demeurent sauf *Bourgogne Economie*, intégré au JSL du lundi. *Jeudi Immo* et *Samedi Annonces* s'enrichissent de textes pratiques. *Samedi & Cie* est relooké.



Au centre d'impression à Châtenoy-le-Royal, la découverte de la première édition du cahier local à la sortie de la rotative. Photo

### 6 Nouveau journal, autre concept rédactionnel ?

Oui. Le rythme plus nerveux du tabloïd pousse à une nouvelle hiérarchie de l'info, à modifier la façon d'écrire, de titrer, d'illustrer. «Les lecteurs qui ont participé à nos tests et tables rondes veu-

lent un journal plus pratique, plus utile, qui soit le reflet de son temps. Ils cherchent du sens. Le nouveau JSL leur propose un ton plus original et cherche à éveiller leur curiosité», dit Michel Mekki.

### 7 Qu'est-ce qui change pour l'information locale ?

Nos sept éditions locales demeurent. Nous allons globalement valoriser l'information locale, notamment à la Une du journal.

### 8 Le site Web change-t-il ?

Oui. Il joue désormais la complémentarité avec la version papier: de nouvelles pages permettent au lecteur de réagir en direct. Le site publie l'info chaude en temps réel et comporte plus d'images vidéo, de son.

### 9 Le nouveau site reste-t-il gratuit ?

En partie pour l'info France et monde, les flashes, les vi-

« Trop d'infos tristes dans nos pages. Nous évoquerons plus de belles initiatives »

Michel Mekki, rédacteur en chef

déos, les sons. L'info départementale et locale n'est déclinée qu'en résumés brefs. Pour accéder aux articles complets, des formules souples d'abonnement sont mises au point, un jour (1 €), 7 jours (5 €), un mois (18 €), un an (180 €).

### 10 Le prix de la version papier augmente-t-il ?

La dernière augmentation remonte à janvier 2007. Le JSL passe de 0,90€ à 1 € du lundi au jeudi et le samedi. Le vendredi et le dimanche, le prix ne bouge pas.

RECUEILLIS PAR T. DROMARD  
T.dromard@lejsl.fr

## QU'EN PENSEZ-VOUS ?

Ces lecteurs qui ont déjà testé les journaux «zéros»



MARIE-CLAUDE BURDY

Crissey

### « Plus pratique »

« Sur le changement de format, il sera beaucoup plus pratique. Dans l'ensemble, je suis assez satisfaite du contenu du nouveau journal. Ce qui m'ennuie c'est que le sports soient intégrés au milieu du journal. Avec mon mari, on se partageait, mais on fera autrement. J'aime bien la rubrique des recettes de cuisine et le billet de Philippe Alexandre. »



CLAUDE ALLIER

Gergy

### « J'aime la Une »

Ce changement est très bien. Ce qui me plaît c'est surtout la première page, en un coup d'œil on voit tout de suite ce qu'il y a à lire. La page sport est très bien. Les rubriques sont mieux identifiées. Le format est moins volumineux, plus transportable lorsqu'on voyage. Je suis plutôt satisfait. »



MARIE-THERESE PERRIN

Crissey

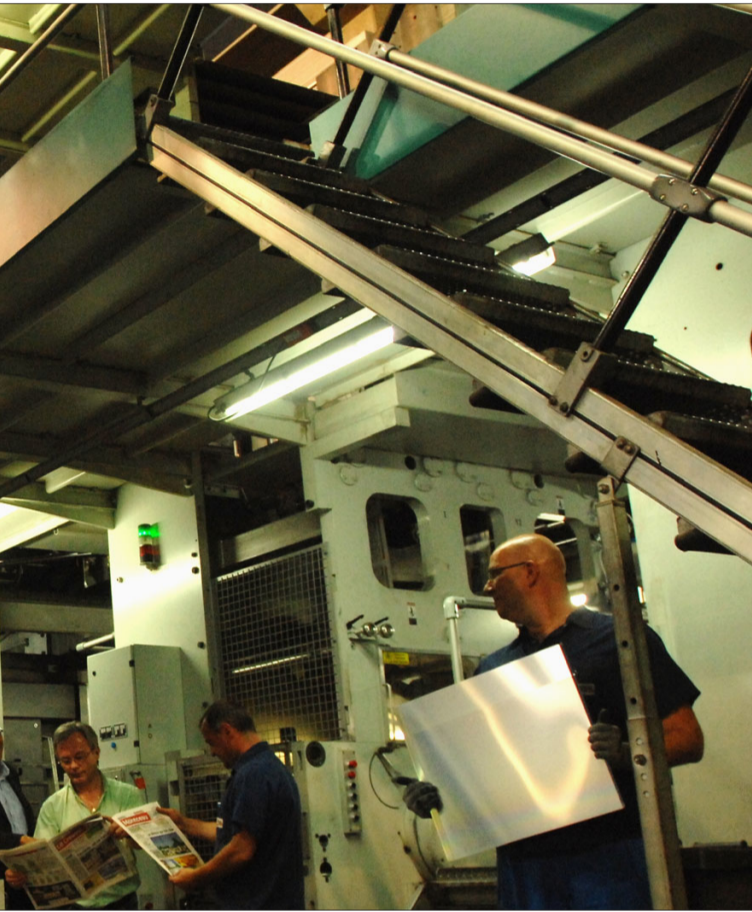
### « Plus attractif »

C'est très bien, c'est dans l'air du temps. Le format semble mieux adapté à notre époque, plus attractif. On retrouve toutes les rubriques. Le supplément économique va devenir une page quotidienne, ce sera plus facile à lire, car on lit plus facilement une page qu'un supplément. »

aujourd'hui sa nouvelle formule éditoriale et un site internet relooké, enrichi et, pour partie, payant.

# un nouveau journal tabloïd

**PRIX.** Le prix du JSL passe à 1 € (au lieu de 0,90 €) en semaine. Ceux du vendredi (1,10 €) et du dimanche (1,50 €) ne changent pas



G. Dufour

## L'EXPERT

**NATA RAMPAZZO**  
créateur graphique  
du nouveau JSL



## Le tabloïd est moderne

« Pourquoi changer le concept du Journal de Saône-et-Loire ? Parce que le lecteur veut un journal complet qui se démarque d'une information qu'on trouve partout, à la télé, dans les autres journaux, sur le Net. Contrairement à sa mauvaise réputation liée aux journaux anglais à scandale qui s'y sont lancés les premiers, le format tabloïd porte à l'excellence.

Il est moderne, pratique pour le lecteur. Il exige un canevas très pointu avec seulement deux ou trois articles par page. Cela incite la rédaction à plus de pertinence dans le choix des sujets et des titres.

Le but n'est pas de faire court mais de faire de la qualité. C'est aussi une formule qui comporte beaucoup plus de pages que la précédente. Elle jette un pont avec l'internet. Nous avons déjà travaillé au changement de format d'autres journaux régionaux comme la Voix du Nord, la Montagne qui ont stoppé l'érosion de leurs ventes – que connaissent presque tous les journaux régionaux – et les ont même légèrement redressées. Je suis convaincu que le tabloïd est l'avenir des journaux en Europe. »



Au début de l'année 2009, un premier prototype a été réalisé à Paris dans les locaux du cabinet Rampazzo. Sur notre photo Frédérique Favre, rédactrice en chef adjointe, et Olivier Charolles, responsable de la locale de Chalon. Photo MM.

## LA GÉNÈSE DE HUIT MOIS D'ÉTUDES ET D'ESSAIS

Le remaniement du Journal de Saône-et-Loire et du Bien Public (ils appartiennent au même groupe, leur chantier fut commun) remonte au début de l'année 2008 avec une étude de lectorat auprès d'un millier de lecteurs réguliers et occasionnels par département, confiée à OP Marketing (Chalon). Il s'agissait de collecter les critiques et les attentes de la clientèle du journal. Ensuite ont été organisés des ateliers de journalistes chargés d'imaginer le futur journal en matière d'illustration, de faits divers, d'info locale, de site Web etc. de septembre 2008 à janvier 2009. Le même travail a été fait par les publicitaires.

### Trois valeurs fortes

Trois valeurs fortes du journal ont guidé la refonte: liberté, actualité, communauté. Des choix stratégiques ont alors été réalisés, dont celui du tabloïd à la quasi unanimité du panel de lecteurs. L'habillage graphique a été confié à l'agence Rampazzo (Paris) qui a fait le même travail pour la Croix, Libération, La Montagne etc. Le JSL a été complètement réorganisé. De nouvelles rubriques ont été définies.

Par son rythme plus saccadé, plus nerveux, le tabloïd impose des choix rédaction-

« Une mise en avant forte des spécificités locales qui font la richesse du département »

Michel Mekki  
rédacteur en chef

nels plus pointus. Les 60 journalistes du titre ont suivi une formation pour les y préparer. Depuis le début 2009, trois numéros zéro ont été réalisés dont un en conditions réelles de temps, du jour pour le lendemain. Tous ont été soumis à un panel de lecteurs pour être jugés, validés ou invalidés jusqu'à aboutir à la mouture finale. Elle est lancée aujourd'hui 27 mai, accompagnée d'un ambitieux plan de promotion.

Le site lejsl.com (joint au site du Bien Public, il est en 5ème position des sites de journaux les plus visités: 14 millions de pages lues/mois!) est lui aussi refondu.

Depuis quelques mois deux journalistes sont affectés au site du JSL en plus des informaticiens multimédia. Aujourd'hui, l'accès à l'intégralité des articles devient payant. Mais reste une partie gratuite conçue comme complémentaire de la version papier.

## D'AUTRES TITRES EN FRANCE



D'autres titres en tabloïd de la presse française Photo T.D

D'abord adopté par les titres de la presse gratuite (comme Métro), le format tabloïd (41 x 29 cm) s'est énormément répandu ces dernières années et derniers mois.

Les deux tiers des titres de la presse quotidienne française y sont désormais passés. Par exemple: Libération, Le Parisien-Aujourd'hui en France, France Soir, le Dauphiné Libéré, Paris Normandie, Nord Eclair, la Voix du Nord, la Provence la Montagne, le Berry Républicain, le Journal du Centre, Presse Océan, la Charente Lire... S'y ajoutent donc depuis aujourd'hui le Journal de Saône-et-Loire et le Bien Public, tous deux imprimés à Châtenoy-le-Royal. Ils étaient publiés jusqu'à hier au format dit «broadsheet» (57,8 x 41 cm).

Mais la très importante tendance à la réduction de format ne se traduit pas que par le tabloïd. Certains titres se sont rétrécis mais en adoptant le format «berlinois», un peu plus grand (47 x 32 cm) que le tabloïd: La Croix, le Monde, Les Echos, Le Figaro... D'autres titres ont au contraire accentué l'effort de miniaturisation pour être encore plus faciles à lire dans les transports en commun: 20 minutes, Direct Soir, Direct Matin.

## + WEB

La vidéo de la soirée de présentation. Vos commentaires et réactions sur la nouvelle formule sur [www.lejsl.com](http://www.lejsl.com)