

Les clés de la Presse # 913

Presse nationale professionnelle spécialisée dans les médias

n° 913 du mardi 31 mai 2016

+ la lettre

les clés de

La presse

La boîte à outils des professionnels de la presse

Coup de fil à... Marie Bertin

« Le Map cherche des solutions avec des interlocuteurs locaux »

Un nouveau mensuel local cherche à se lancer à Nantes. Baptisé *Le Map* (pour Magazine des autres possibles), ce journal qui se déplie comme une carte routière entend « parler de solutions pour vivre mieux localement, de l'innovation sociale et solidaire ». Porté par une équipe de jeunes journalistes, dont Marie Bertin, le magazine vient de sortir un numéro zéro et de lancer une campagne de crowdfunding. Le premier objectif, 6 500 euros, a été atteint en moins d'une semaine. Mais l'équipe continue à chercher des fonds en espérant un lancement officiel en octobre.

Les Clés de la presse. A quoi va ressembler Le Map ?

Marie Bertin. A chaque numéro, nous aurons un dossier unique, avec une thématique traitée à travers quatre ou cinq articles, sous des angles différents. Nous évoquons des thématiques larges, comme celle du travail pour le numéro zéro, et cherchons des solutions avec des interlocuteurs locaux. Notre objectif est de parler de l'innovation sociale et solidaire. Nous nous définissons comme une presse de solutions qui n'occulte pas les problématiques, au contraire.

D'où vous est venue l'idée d'un magazine qui se déplie comme une carte routière ?

M.B. Nous avons pensé au nom avant d'avoir l'idée de la carte, « la map du Map ». Cela a plusieurs avantages : la carte correspond bien à l'idée de proximité ; elle permet aussi de réduire les coûts, puisque le magazine est imprimé sur une seule feuille. Notre obsession a été de savoir comment nous pouvions réduire les coûts et comment recréer du goût et de l'appétit pour la presse magazine.

Paçons justement de votre business plan. Sur votre page Ulule, vous dites devoir trouver 60 000 euros pour vous lancer. Comment comptez-vous y parvenir ?

M.B. Avec 60 000 euros, nous assurerions le fonctionnement du magazine pour un an, en payant tout le monde correctement. Pour y arriver, nous avons la campagne de crowdfunding qui a atteint 100 % en moins d'une semaine. Nous nous sommes constitués en association et avons aussi demandé des subventions. L'une à la ville de Nantes, au titre du fonds à l'émergence. L'autre à la Drac, dans le cadre du fonds d'aide aux médias d'information sociale de proximité. Nous avons aussi des fonds propres, espérons d'autres subventions, et le complément devrait être assuré grâce aux premières ventes. Mais notre but est d'être indépendants financièrement, nous ne voulons pas compter sur des subventions à plus long terme.

Quels objectifs devez-vous atteindre pour parvenir à l'équilibre et à l'indépendance financière ?

M.B. Il nous faudrait 3 000 ventes par numéro, abonnements et ventes dans notre réseau de distribution (le journal sera vendu 2 euros, NDLR). Nous misons sur un mode de distribution un peu alternatif. Nous devons encore construire notre réseau, mais nous voulons que *Le Map* soit disponible dans des librairies, des boutiques, des bars, pourquoi pas des restaurants, des boulangeries ou des Amap. Nous souhaitons avoir 200 points de ventes, en montant en puissance petit à petit. Et constituer notre propre réseau est, là encore, un moyen de réduire les coûts.

Ne pensez-vous pas que Le Map pourrait intéresser ailleurs qu'à Nantes ?

M.B. Nous ne nous interdisons pas d'élargir la distribution. Mais nous sommes attachés à la proximité car c'est l'une des clés de notre modèle économique. Par ailleurs, nous souhaitons parler aux gens de ce qui se fait à côté de chez eux, pour qu'ils s'approprient le magazine. Mais pourquoi pas, plus tard, créer un *Map* par ville. **Propos recueillis par J.I.**