

19 &gt; 24 mars 2018

SEMAINE  
DE LA PRESSE  
ET DES MÉDIAS  
DANS  
L'ÉCOLE®

# Comment se fabrique un quotidien?

Lors de la 29<sup>e</sup> Semaine de la presse et des médias dans l'école, organisée du 19 au 24 mars, 7 000 lycées recevront 35 000 exemplaires de ce numéro de *La Croix*, contenant le reportage dessiné de Laurence Le Chau sur la fabrication du journal. Son trait fin et précis croque, à la manière d'un Sempé, les grands moments de la vie de la rédaction, depuis la conférence de rédaction matinale jusqu'à l'impression des exemplaires à la tombée de la nuit.

Bayard Presse participe chaque année à cette manifestation organisée par le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (Clémi) pour aider les élèves de maternelle comme de classe préparatoire à comprendre le circuit de l'information, à forger leur esprit critique et développer leur goût pour l'actualité. Très actifs, les magazines jeunesse (*Pomme d'Api*, *Astrapi*, *Okapi*...), en plus des dossiers spéciaux concoctés pour l'occasion, recevront 14 classes (soit 350 élèves!), du CE2 à la terminale, au siège de Bayard, à Montrouge.

« D'où vient l'info? », s'étaient demandé l'an dernier 3,3 millions d'élèves, épaulés par 210 000 enseignants et 1 850 médias partenaires. Avec 17 000 établissements scolaires participants, la Semaine de la presse avait connu une affluence record. Alors que se propagent les fausses nouvelles sur Internet, sept Français sur dix (71 %) souhaitent que l'école éduque « tous les élèves » aux médias, selon le dernier Baromètre de confiance dans les médias *La Croix*/Kantar Sofres. Neuf sur dix (88 %) jugent même prioritaire de leur apprendre à « rechercher des informations vérifiées et à repérer les fausses nouvelles » sur Internet.

Dossier réalisé par Pierre Allais, Aude Carasco, Florence Couret, Jean-Yves Dana, Aurélien Lachaud, Fabienne Lemahieu et Michaëlle Petit

Dessins : Laurence Le Chau



## La dessinatrice Laurence Le Chau invitée d'un jour

Laurence Le Chau a passé une journée avec nous, de la conférence de rédaction à Montrouge, à l'une de nos imprimeries, à La Courneuve. Après des études de dessin, elle se forme à la gravure à l'École Estienne. Aujourd'hui, elle aime particulièrement retranscrire ce qu'elle observe et réalise ainsi des reportages dessinés lors d'événements (*Croqueuse de mariage/Vu et entendu au Palais de la porte Dorée*). Le Musée Soulages publie en 2012 son livre *On dirait... un face-à-face des œuvres de Pierre Soulages avec le public*. Elle illustre deux livres pour la jeunesse (*Pierre n'a plus peur du noir* et *Suzanne préfère le rouge*, de Michel Pastoureau, aux Éditions Privat), anime des ateliers pour faire découvrir la gravure et la typographie traditionnelle. Elle fait partie du collectif Artgraf Éditions, à Malesherbes (Loiret), dont la mission est la promotion des métiers liés à l'imprimerie.

[www.croqueusedemariage.com](http://www.croqueusedemariage.com)

## La conférence de rédaction

C'est à 9 h 30 que se tient, chaque jour, la conférence de rédaction. C'est au cours de cette réunion, qui rythme la vie de toute rédaction, que sont choisis les différents sujets à traiter dans la journée. Y participent l'ensemble de la rédaction en chef, les différents chefs de service (France, monde, économie, culture, religion, photo, Web), le responsable du secrétariat de rédaction et la secrétaire générale chargée du visuel, ainsi que quelques représentants de l'administration générale (communication ou marketing). L'animateur de la réunion est un des membres de la rédaction en chef. Les chefs de service proposent, chacun son tour, des articles pour le journal papier ou le Web. Ces choix sont discutés, parfois modifiés... C'est une réunion souvent très animée! La « conf' » dure une heure environ. Elle s'achève sur la répartition des pages entre les services, sur l'heure de rendu de la copie – qui est soit « tiède » lorsqu'elle est rendue à 13 h 30, soit « chaude » lorsqu'elle est rendue en fin d'après-midi –, et sur le choix de la photo de une.



## Comment se fabrique un quotidien?

### 1883

C'est la date de parution du premier numéro de *La Croix*, à l'initiative des augustins de l'Assomption. Le journal adopte le format tabloïd en 1968, devient quotidien du matin en 1999 et lance son site Web ([la-croix.com](http://la-croix.com)) en 2002.

### N°1

*La Croix* est le premier quotidien d'information générale, et le seul à ce jour, à avoir nommé une femme à sa tête. Dominique Quinio a ainsi occupé les fonctions de directrice pendant dix ans, de 2005 à 2015. Elle a été remplacée à ces fonctions par Guillaume Goubert.

Suite de la page 13.



### Le travail des rédacteurs

« **Compte rendu!** » Une fois revenu de la « conf », chaque chef de service bat le rappel de son équipe pour restituer les décisions prises. Il s'agit d'être précis pour donner les consignes sans rien oublier: nombre d'articles à produire, sujets et angles retenus, heure de remise de la copie, répartition du travail en fonction des journalistes présents... Téléphone en main, pour joindre aussi les correspondants du journal écrivant à distance, le chef de service prend bien le temps de récapituler ce « menu » avec le secrétaire de rédaction – le « SR » – qui mettra les articles dans la page: longueur des textes (on parle en « lignes », de 32 signes chacune), présence d'une carte, d'un encadré, d'une photo... Place dès lors au rush de l'écriture, pour une poignée d'heures à peine.



### Sur la-croix.com, l'information en continu

Par sa composition, le service Web est une petite rédaction à lui seul, dont les 13 membres travaillent étroitement avec tous les autres services de *La Croix*. On y trouve ainsi des journalistes éditeurs, chargés de la préparation et de la mise en ligne quotidienne d'une centaine d'articles

sur le site, le site mobile et l'application du journal, au plus près de l'actualité: ceux que le lecteur peut retrouver dans l'édition « papier », mais aussi toute une production spécifiquement numérique. Celle-ci est alimentée par les services de plume et par des journalistes Web, qui réali-

sent vidéos, infographies, diffusent du son, préparent des Facebook live, imaginent des quiz ou des longs formats, etc. Tout au long de la journée, ce travail est relayé par des newsletters, des notifications et orchestré sur les réseaux sociaux par la community manager.

**1997**

Création des *Dossiers de l'actualité*, mensuel d'information à destination des jeunes, qui propose un condensé de l'actualité pour approfondir sa culture générale et donner du sens à l'actualité.

**20**

C'est le nombre de magazines pour la jeunesse que compte le groupe Bayard dont fait partie *La Croix*. Parmi quelques titres, *Popi*, *Pomme d'Api*, *Les Belles Histoires*, *Youpi*, *J'aime lire*, *Astrapi*, *Images Doc*, *Okapi*, *Je bouquine*, *Phosphore*...

**De la rédaction à la mise en page**

Le matin, c'est le temps de la rédaction des articles (on dit « papiers » dans notre jargon) et de la préparation des pages qui les accueilleront : combien de lignes pour ce papier, pour celui-là, combien d'articles dans cette page, quel papier vaut-il mieux illustrer ? Ce travail est réalisé par les journalistes SR (« secrétaires

de rédaction », appelés aussi éditeurs). Ils calent ainsi la maquette de chaque page, en lien avec les chefs de service « de plume » (rédactionnels). Les SR passent ensuite commande de leurs souhaits de photos auprès des iconographes, qui vont chercher l'image adéquate sur les sites d'agences spécialisées (AFP,

Reuters, MaxPPP, etc.). Il est possible aussi de faire travailler un photographe pour un reportage spécifique, ou un dessinateur de presse, ou d'utiliser une infographie (graphique, carte, courbe) commandée à une agence extérieure. Dans l'après-midi, les SR récupèrent illustrations et articles et les mettent en page.

**Le bouclage**

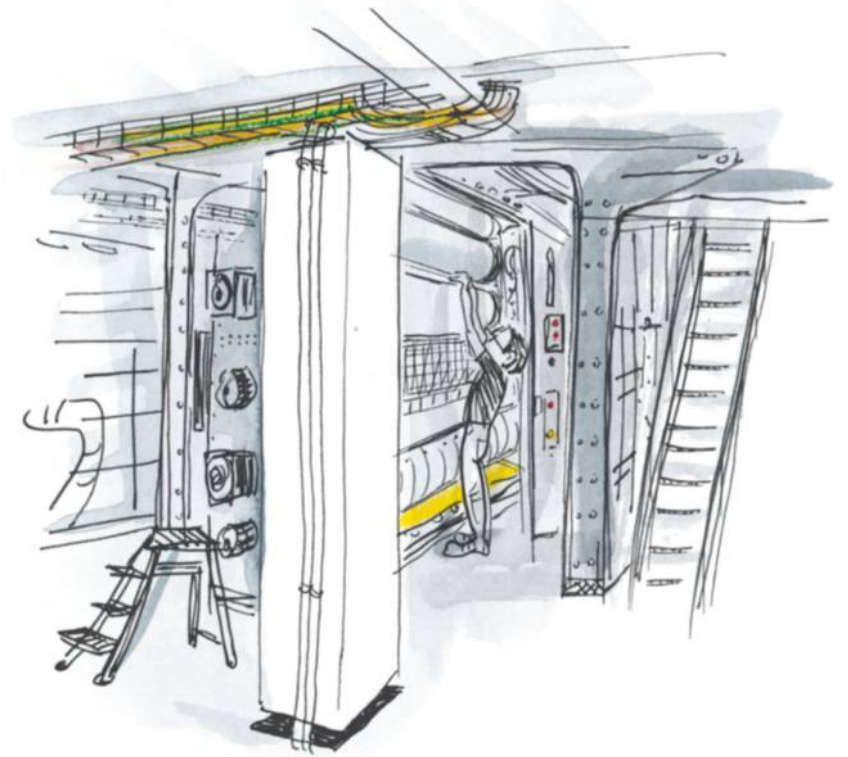
Après relecture par les rédacteurs en chef, les textes parviennent entre les mains des SR. Grâce à un logiciel de PAO (publication assistée par ordinateur), ils incorporent les textes et les photos dans les pages encore vierges. À cette étape, le journal commence à prendre forme.

Commence un nouveau travail de relecture et de vérification de l'information. Pour s'assurer que les articles seront bien lisibles et compréhensibles, les textes et les titres peuvent être remaniés, coupés et modifiés. Ils sont ensuite une dernière fois relus par une équipe de réviseurs qui fait la chasse aux fautes d'orthographe, de syntaxe, d'orthotypographie, ou encore aux erreurs factuelles. Le temps presse, l'heure du bouclage approche! À La Croix tout doit être terminé pour 18 heures. Une fois montées, les pages du quotidien sont enfin vérifiées par le rédacteur en chef qui donne son « BÂT » (« bon à tirer », synonyme de feu vert pour les imprimeurs). Dernière page à être montée, la une doit associer un titre cohérent avec une image percutante... Lorsque tout est validé, le service pré-presses envoie les fichiers aux imprimeries.

Comment se fabrique un quotidien ?

Prochain dossier : Cannabis, comment prévenir et réagir ?

●●● Suite de la page 15.



Des imprimeries aux lecteurs

Une fois les fichiers transmis aux imprimeries de la société Riccobono, une nouvelle aventure commence. Les pages sont reproduites par un procédé de gravure laser sur des plaques d'aluminium, qui sont fixées sur les gros cylindres des rotatives. Recouvertes d'encre de différentes couleurs, elles vont imprimer le papier journal qui défile entre les cylindres à plus de dix mètres par seconde, avant d'être plié et découpé à la même vitesse ! Une mécanique impressionnante de vitesse et de précision, sous l'œil attentif des imprimeurs. Sorti des rotatives, chaque exemplaire est emporté dans un ballet sans fin de pinces qui défilent au plafond. Une partie achèvera sa course dans des paquets destinés aux marchands de journaux, tandis que les autres la poursuivront jusqu'en salle de routage. Là, chaque exemplaire sera mis sous un film, sur lequel sera imprimée l'adresse d'un abonné.

Pas de temps à perdre : aux portes de l'usine attendent déjà les camions qui vont embarquer les journaux vers les dépôts de Presstalis (pour les marchands de journaux), ceux de La Poste (pour les abonnés) ou vers les sociétés qui assurent le portage à domicile.

