

Le mook qui ne voulait pas mourir

PRESSE « 24h01 » lance un appel pressant aux suggestions et au mécénat

► Le trimestriel est à neuf jours de son arrêt de publication, faute de lecteurs

et de capitaux suffisants.

► La faute à un marché belge francophone trop serré et à des choix éditoriaux risqués.

Equipe motivée cherche bouée avant le 3 août, 19 h 30. » Tel est l'appel à l'aide qu'à lancé 24h01, ce mardi. Le « mook » (entre « magazine » et « book ») belge de grands reportages est en effet au bord de la faillite. A tel point que l'assemblée générale de l'ASBL éditrice du trimestriel se réunit dans neuf jours pour prononcer sa dissolution, question d'éviter une aggravation de sa situation - comprenez : de son endettement.

« Nous avions le choix : nous tourner les pouces en attendant la fin ou tenter le tout pour le tout afin de changer le cours de l'histoire, explique Catherine Joie, rédactrice en chef adjointe du magazine. Alors, d'ici jeudi prochain nous lançons une opération de sauvetage. C'est un appel à toutes les bonnes idées, ainsi qu'au mécénat. Nous avons besoin de 30.000 euros pour publier le numéro de septembre. Lancée en

mars dernier, notre nouvelle formule trimestrielle avec publicité a eu du mal à démarrer. Mais elle donne des signes encourageants et récolte beaucoup de réactions positives. Ce serait d'autant plus dommage d'arrêter... Nous y croyons encore ! »

50.000 euros pour 2018

Et de l'espoir, il en reste. A peine son appel lancé, 24h01 a bénéficié d'un mouvement de soutien spontané. « En seulement deux heures, nous avons enregistré pour 1.000 euros de commandes d'exemplaires sur notre site, se réjouit Catherine Joie. Si ce mouvement se maintient, nous pourrions sauter notre magazine. » Reste que, pour assurer la survie du mook à l'horizon 2018, l'équipe de 24h01 a besoin au total de 50.000 euros. S'agit-il d'un défi réaliste ou d'un acharnement thérapeutique ? La question est, hélas, légitime...

« Pour les publications proposant de l'approfondissement, la Belgique francophone est un marché particulièrement dur, affirme Benoît Grevisse, directeur de l'École de journalisme de l'UCL, département qui a soutenu 24h01 à ses débuts en lui prodiguant des conseils soutenus.

On le voit avec les ventes de livres d'analyse sociologique. Quand tout va bien, elles atteignent 2.000 exemplaires. »

De plus, 24h01 doit composer avec l'existence de deux autres trimestriels belges francophones misant sur l'écriture au long cours : Médor et le tout récent Wilfried. « Nous ne sommes pas en concurrence directe. Nos formules éditoriales sont même complémentaires. Hélas, les lecteurs ne peuvent pas soutenir tous les magazines. Ils font un choix, constate Tiffany Lasserre, responsable de la communication de Médor. Cependant, nous sommes surpris et navrés par la gravité de la situation de 24h01. Celui-ci participe à la diversité du paysage médiatique, essentielle pour la démocratie. »

Pour sa part, Benoît Grevisse estime que « trois publications, visant les mêmes acheteurs potentiels passionnés d'information, c'est trop sur notre marché ». En plus, ajoute le professeur de journalisme, « 24h01 a graduellement relâché son focus rédactionnel sur la Belgique pour s'intéresser aussi à des sujets que l'on pourrait trouver dans des revues françaises similaires, comme XXI ou 6Mois. Le mook belge s'expose ainsi à une concurrence


supplémentaire, alors que Médor et Wilfried misent à fond sur la carte belge. »

Le défi de la pérennité

Reste la solidité financière du projet... « Nous devons à la fois fidéliser un nombre de lecteurs suffisant et trouver des sources de financement alternatif pour assurer notre indépendance. Comment faire ? Je n'ai pas encore trouvé de réponse à cette question, avoue François Verbeeren, un des quatre piliers de Wilfried. C'est pour cela que les difficultés financières de 24h01 ne m'étonnent guère. D'autant que le titre n'a jamais réussi à élargir sa base d'abonnés. Nous le savons : notre principal challenge est de pérenniser notre publication en fidélisant nos lecteurs pour dépasser le succès d'un premier numéro. »

Et si le salut de 24h01 venait de... la presse traditionnelle, que le mook entendait secouer ? « Selon moi, ce projet ne peut survivre qu'en s'adossant à un grand groupe de presse, estime Benoît Grevisse. Pour celui-ci, un mook, produit de prestige jouant sur le temps long et sur l'écriture de qualité, constitue une manière de distinguer sa marque, sous forme de "plus" pour ses abonnés, par exemple. » Reste à voir si, dans cette configuration, la publication ne perdrait pas de son âme, à défaut de perdre sa vie. ■

JULIEN BOSSELER



ÉQUIPE MOTIVÉE CHERCHE BOUÉE
AVANT LE 3 AOÛT - 19h30

— IDÉE/PROPOSITION —
CONTACT : 0472 67 21 84
info@24h01.be

À SAUVER

En difficulté financière depuis quelques semaines, l'équipe du magazine « 24h01 » a lancé l'opération de la dernière chance ce mardi. De l'acharnement thérapeutique ? © D.R.

LE SLOW JOURNALISME D'ICI

Le précurseur agonisant

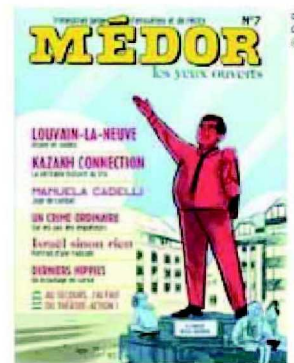
Lancé en octobre 2013 par des journalistes voulant réinventer leur métier, *24h01* se veut « la revue belge de grands reportages », loin du bouillonnement de l'actualité mais en prise avec l'air du temps. À l'origine bimestriel de 200 pages et sans pubs, le premier mook belge francophone a marqué une pause d'un an au printemps 2016 pour se repositionner. En mars dernier, il est revenu en version trimestrielle de 150 pages, avec des publicités réinterprétées par des illustrateurs. Se projetant déjà en 2020 avec 3.335 exemplaires vendus (14,50 euros) par édition, *24h01* risque, hélas, de ne pas survivre à ce mois de juillet charnière.



© D.R.

L'investigateur entreprenant

Publié depuis décembre 2015, le trimestriel *Médor* propose des enquêtes et des récits en partant du terrain belge. Il se distingue juste avant sa naissance avec un article en ligne sur Mithra que l'entreprise pharmaceutique veut faire interdire en justice. Gros buzz médiatique et mise en orbite réussie pour le titre géré en coopérative. Celle-ci, soutenue par un millier de coopérateurs, joue la carte de la transparence et présente des comptes en boni. Doté depuis fin 2016-début 2017 de deux employées à temps plein, le magazine bouillonne de projets, dont une meilleure rémunération de ses auteurs indépendants.



© D.R.

« House of Cards » version rue de la Loi

Dernier arrivé sur le marché belge francophone du « slow journalisme », *Wilfried* se définit comme le magazine politique qui raconte les coulisses du pouvoir, en soignant tout particulièrement l'écriture. Précédé d'une belle réputation, le premier numéro est sorti le 15 juin dernier et devrait, selon les projections de ses éditeurs, atteindre les 10.000 exemplaires vendus. Joli, à une époque plutôt morose pour la presse écrite. Les chevilles ouvrières de ce magazine, vendu 8 euros pour attirer un public plus large que celui des mooks, le savent : ils ont bénéficié de l'effet de nouveauté.



© D.R.