

Où trouver l'Écho

- Rue Albert Sarraut**
 - Le fournil de Porchefontaine
 - Pharmacie Floch
- Rue Yves le Coz**
 - L'art et la manière
 - Bianchisserie de Porchefontaine
 - J.M Pressing
- Rue Coste**
 - Librairie du Square Lamôme
- Avenue de Porchefontaine**
 - Coiffure le Hameau de la Rosaire
- Rue du Pont Colbert**
 - Inter Caves
- Rue des Chantiers**
 - Pressing le Fer d'Or

Un journal sympa mais sérieux

A nous voir vendre l'Écho en blaguant sur le marché, on pourrait croire que ce n'est pas très sérieux. Et pourtant... voilà longtemps que cela dure et que nous avons de fidèles lecteurs et de plus en plus d'abonnés.

EN RÉALITÉ NOTRE AMBITION EST GRANDE : RÉALISER UN VRAI JOURNAL.

Cela nécessite de concevoir chaque numéro longuement à l'avance, de déterminer qui acceptera de se charger de quoi. Au cœur de notre travail l'investigation : recueillir l'information, la vérifier, la mettre en forme, l'illustrer. L'élément le plus « stratégique » est le dossier (voir infra), mais il y a aussi le reste. Une brève sur l'ouverture d'un commerce demande autant de précision sur un article plus complet ! Même les mots croisés doivent tenir la route ! Chacun se voit attribuer un certain nombre de « signes », une longueur définie pour son ou ses textes. On lui demande de proposer des photos, des dessins ou d'autres illustrations. Tout se noue lors de la réunion de lancement, véritable conférence de rédaction.

PUIS ARRIVENT DEUX MOMENTS CRUCIAUX.

Le premier consiste à examiner l'ensemble des textes et photos. Là il faut ajuster les

points de vue et les longueurs des textes, préciser les rédactions, s'assurer des illustrations. Ceci se fait en équipe avec les volontaires pour ce travail long et fastidieux. Le plus gros problème n'est pas le manque de matière mais son excès et, souvent, nous regrettons d'être obligés de réduire voire de reporter des articles. Il y a les photos. Ah les photos ! Elles sont souvent trop petites car le texte est encore trop long ! À la fin de ce premier moment il reste encore une vingtaine d'heures de travail devant l'ordinateur pour tout rassembler, vérifier et organiser avant le passage chez l'imprimeur.

Le second moment difficile est la mise en forme à La Fourmi. Là, il s'agit de rendre la plus agréable possible notre production. Elle est examinée en détail. On choisit la couleur. Puis on passe à la correction ultime des coquilles. Reste l'impression... Tout cela se fait dans des délais très courts. Les parutions de mai et de janvier sont parfois rendues ardues par les jours de congés qui peuvent tomber très mal.

RESPECTER LES OBJECTIFS, ACCEPTER LES CONTRAINTES

À lire ce qui précède le lecteur doit bien imaginer l'énergie à dépenser pour tous ces ajustements ! Il y a aussi les surprises de dernière minute... Le compromis, moi détestable et pourtant nécessaire pour garder notre ligne de conduite, pour réaliser nos ambitions.

Nous sommes parfois frustrés de notre rythme de parution. Des lecteurs nous verraient bien sortir le journal plus fréquemment ! Nous y rêvons aussi parfois. Mais le réalisme est là. Notre journal ne peut rivaliser avec d'autres journaux qui paraissent plus fréquemment. Les bénévoles ont d'autres activités. « On trouve toujours les mêmes » dit-on souvent. C'est bien vrai. Beaucoup d'entre nous sont engagés sur le quartier dans d'autres actions. C'est d'ailleurs sur par cela que le journal est nourri.

Parfois nous nous inquiétons de nos répétitions. A nous relire nous voyons que nous suivons bien l'évolution du quartier, ce qui se traduit dans les dossiers.



Dominique L'HOSTE



Hélène VOLCLER



Jean SEBILLOTTE



Laurence LEGER



Marie-Jo JACQUEY

Dans les coulisses de l'Écho

L'Écho en quelques mots c'est :

- Un numéro trois fois par an depuis 14 ans,
- un journal de grand format sur un papier de qualité de huit pages dont quatre en bi-cromie, imprimé grâce à La Fourmi, imprimerie du quartier, et apolitique,
- un journal du seul quartier de Porchefontaine, aconfessionnel et indépendant et pour cela vendu à tous ceux qui souhaitent l'acheter ou s'y abonner,
- le fruit du travail d'une équipe associative de 14 bénévoles du quartier,
- une organisation aidée par les publicités, les soutiens des abonnés et la collaboration des commerçants responsables des points de vente.



Il y a trois ans, vente au marché

Une équipe soudée

Voici l'équipe actuelle : Marie-Jo Jacquey, présidente et rédactrice en chef, Jean-Pierre Ardailon, Dominique Bergerault (trésorier), Marie-Christine Claraz, Michel Duthe, Dominique L'Hoste, Nathalie Hard, Laurence Léger, Bernadette Perrutel (responsable de la vente), Serge Perrutel, Marie-Noëlle et Alain Roger, Jean Sebillotte, Hélène Volcler. On trouvera leurs photos en vignettes.

L'équipe initiale comportait 11 « perma-

nents » et deux « pigistes » réunis par Michel Brunetti, l'âme du projet. Il en reste six. Mais sont venus, parfois très vite, parfois depuis peu, 15 personnes, dont certaines réparées assez vite ou malheureusement décédées (Françoise Schiffres puis Noël Copin et, plus récemment Pierre Chaplot).

Les rôles et fonctions sont variés. Certains participent de bout en bout à la confection du journal et à sa vente, d'autres sont surtout rédacteurs, d'autres enfin assument des tâches ingrates mais essentielles (trésorier, responsable des ventes). Mais tous sont étroitement concernés par le journal.



Alain ROGER

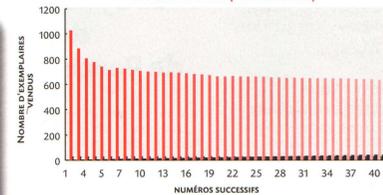


Dominique BERGERAULT

Des lecteurs nombreux et fidèles

Comme le montre le graphique de la diffusion de l'Écho (en moyenne glissante, ce qui élimine les variations de numéro à numéro), les ventes de l'Écho se sont rapidement situées aux environs de 700 exemplaires, puis ont diminué progressivement pour se stabiliser, depuis les numéros 20-21, aux environs de 650 exemplaires. En 2008-2009 les ventes passent sous les 600 numéros, niveau un peu bas pour l'équilibre financier du journal. On nous manque 30 acheteurs pour être à l'aise financièrement. Lors des ventes les lecteurs soulignent leur attachement au journal. Le nombre des abonnements de soutien s'accroît. Quelles sont donc les causes de cette érosion des ventes ? La stabilité de la population de Porchefontaine, son renouvellement et son rajeunissement entraînent-ils un moindre intérêt des nouveaux habitants pour ce reflet de la vie du quartier ou, encore, la diminution de la clientèle du quartier ? Faut-il invoquer ici aussi la tendance générale de la presse à moins intéresser les Français ici comme ailleurs ? Et le phénomène Internet ? ...

DIFFUSION DE L'ÉCHO (MOYENNE MOBILE)



QUE SAIT-ON DES LECTEURS ?

Si l'on considère que trois personnes lisent chaque exemplaire, ce sont 1 800 personnes qui sont touchées soit 21 % pour 8 000 habitants. Et encore y inclut-on les enfants de tous âges !

Un habitant sur cinq lirait donc l'Écho, ce qui est beaucoup en presse écrite ! Si on excepte le numéro 1 et un numéro spécial sur le tunnel, on ne dépasse jamais 1000 exemplaires... Le sujet du dossier (voir par ailleurs) ne semble pas jouer un rôle majeur.

Pourquoi les gens achètent-ils l'Écho ? A chaque vente sur le marché quatre à cinq nouveaux habitants découvrent le journal. Qu'y trouvent-ils ? Quelles sont leurs frustrations éventuelles ?

Les questions posées aux acheteurs appellent des réponses du type : « C'est toujours intéressant », « C'est varié », « Ce serait dommage d'arrêter », « J'ai bien aimé le dernier numéro », « Je garde tous les numéros », « En gros : c'est bien comme cela ! ». A l'opposé la réponse est « cela ne m'intéresse pas » sans justification.

Nous ne sommes pas assez riches pour financer une enquête.

Avec la Fourmi le pique-nique devient une habitude



Une indépendance revendiquée

Certains journaux de quartier sont totalement subventionnés et distribués dans les boîtes aux lettres. Notre volonté d'indépendance passait par la vente avec un nombre limité de publicités.

Au départ, cependant, l'Écho a été aidé par des dons et subventions qui lui ont permis de démarrer en 1996 avec un prix de vente assez faible, soit 10 F par numéro, ce qui correspondait à l'utilisation des fonds initiaux. En 2002, le passage à l'euro a permis de vendre l'Écho à 2 euros. L'équilibre, devenu précaire, a été sauvegardé jusqu'à aujourd'hui.

Les recettes proviennent des ventes (48%), de la publicité des commerçants (38%), des abonnements de soutien (9%), d'une petite subvention de la mairie (4%). L'Écho, comme tou-

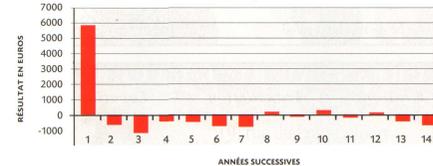
te la presse, a besoin de la publicité pour vivre ! Les dépenses sont essentiellement celles de l'impression. Le budget annuel est un peu supérieur à 6 000 euros.

Le journal tient grâce au bénévolat. Les abonnés qui paient plus cher qu'au

numéro sont aussi des soutiens précieux de l'Écho. L'imprimerie du quartier, La Fourmi, nous aide considérablement par son savoir-faire et ses coûts modérés.

En 2008-2009 la situation reste fragile.

GESTION DE L'ÉCHO : RÉSULTAT DE CHAQUE EXERCICE ANNUEL



Marie-Noëlle ROGER



Marie-Christine CLARAZ



Michel DUTHE



Nathalie HARD



Serge PERRUTEL

Les dossiers Les Échos, une mine documentaire

Pour ne pas être un journal de « chiens écrasés », très vite l'Écho a voulu un dossier dans chaque numéro. Celui-ci a progressivement trouvé sa place en pages centrales. Les sujets sont variés. En voici la liste :

- 3 - Papa et Maman travaillent. Où sont les petits ?
- 4 - Boire et manger à Porchefontaine
- 5 - Ils auront 20 ans en l'an 2000
- 6 - Le Centre Maternel ouvre ses portes
- 7 - Ils sont de Porchefontaine...mais venus d'ailleurs
- 8 - Musique et musiciens à Porchefontaine
- 9 - De la Cité des Grands Chênes au Bois des Gélésins
- 10 - Viens chez moi, j'habite chez une voisine
- 11 - Les ballets de la nuit
- 12 - La forêt, un milieu façonné par l'homme
- 13 - Pan ! Dans le 2000. Le « bogu » a fait éclater notre dossier
- 14 - Ils font chanter nos bois - Les oiseaux
- 15 - Quid des écoles
- 16 - Porchefontaine en prise directe. Des mots et des maux
- 17 - À la recherche des entreprises et de leurs emplois
- 18 - Ils l'ont fait. Pourquoi pas vous ?
- 19 - Place aux artistes
- 20 - Porchefontaine, village olympique
- 21 - Un quartier en (re)construction permanente
- 22 - Le tunnel de l'A 86
- 23 - La Commune Libre de Porchefontaine
- 24 - Porchefontaine et associés. Les associations...
- 25 - Le marché et la place Lamôme
- 26 - Centre socioculturel - poussons la porte
- 27 - Lifting au camping
- 28 - Mettons en commun nos transports et des services urbains à notre service
- 30 - L'Écho fête ses dix ans
- 31 - Midi - la pause déjeuner
- 32 - L'axe Pont-Colbert - Chantiers
- 33 - À la bibliothèque
- 34 - Des travaux...des travaux
- 35 - En route vers le collège...Poincaré
- 36 - Le logement social de 1954 à 2007
- 37 - Ça bouge à la Poste
- 38 - Des élus - des questions (les municipales)
- 39 - Porch'ecolo
- 40 - Bizarre...original...T'avais-tu ça ?
- 41 - Porchefontaine sous bois



Et Internet ?

La question se pose de la création d'un site Internet du journal. Certains considèrent que son absence constitue une grave lacune, d'autres sont inquiets de la double rédaction que cela implique avec le risque que l'un des deux vienne tuer l'autre par manque de moyens et de temps. Histoire à suivre...

Et ailleurs ?

EN FRANCE

La lecture d'un récent article d'un grand quotidien nous donne quelques repères. Nous sommes appuyés ! En général les journaux de quartier sont largement soutenus financièrement, le plus souvent par des maires, et ont alors une diffusion large et gratuite. D'autres sont le fruit d'associations militantes sur le plan local. Seul point commun : les bénévoles sont souvent retraités et cherchent ceux qui leur succéderont.

ET À VERSAILLES ?

Dans le quartier des Petits Bois-Jussieu, depuis plus de dix ans, « l'Écho du quartier » paraît trois fois par an dans un format A4, sur douze pages photocopiées. Il se fait essentiellement à l'échelle de la vie des associations. Tirant à plus de 3000 exemplaires à la Maison des Associations, il est distribué gratuitement dans les boîtes aux lettres par des bénévoles. Il est financé par les cotisations et les dons de l'association « les amis de l'Écho du quartier » ainsi que par les subventions de la mairie et quelques publicités.

Ce dossier a été réalisé par Jean Sebillotte et Marie-Noëlle Roger.