



Paola Spaventa

[spaventa.paola@yahoo.fr](mailto:spaventa.paola@yahoo.fr) T : 06 03 61 08 26

# Créer de nouveaux RDV lecteurs

## Le rôle des rubriques

**OTPP AG 2020**

6 octobre

Formation en sous groupe

Le journal paroissial, un média qui peut  
mettre l'évangile à la portée de tous

# SOMMAIRE

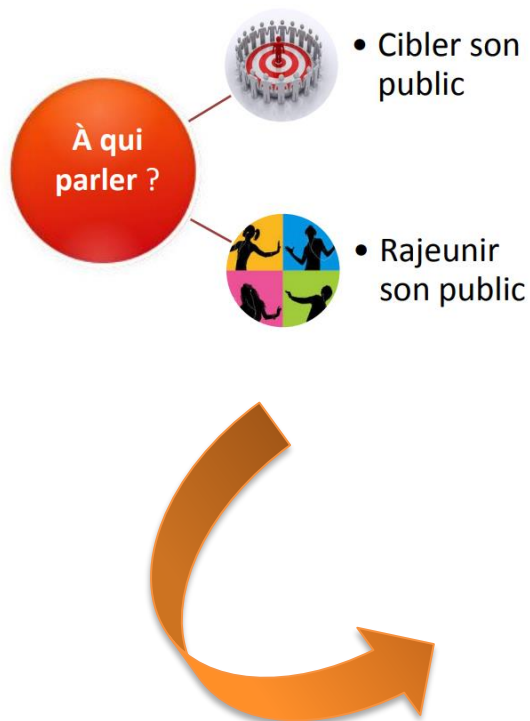
## FORMATION en sous groupe – Atelier thématique sur les RDV lecteurs

1. LES PRINCIPES THEORIQUES	p.3
Les paramètres clé du contrat de lecture	p.4
Le rôle des différents parties du journal	p.7
Le rôle pivotale des rubriques	p.8
2. ATELIER PRATIQUE : LES POINTS CLÉ DU TRAVAIL DE GROUPE	p.10
1- Eviter les titres de rubriques « dénotatifs »	p.11
2 – Privilégier les titres de rubriques « connotatifs »	p.12

1

# Les principes théoriques ...

# Les paramètres clefs du CONTRAT de lecture



# Les paramètres clefs du CONTRAT de lecture

## 1. Interpeller le lecteur : le solliciter & répondre à ses besoins

### Qui est le lecteur ?

#### Son **profil**

- Comment vit -il ?
- Qu'est ce qui l'anime ?

#### Ses **attentes**

- Qu'est ce qui le motive ?
- Le frustre ?

#### Ses **aspirations** ?

- Où aimerait-il **être, savoir, pouvoir** ?



### Quels bénéfices à la lecture ?

Quel est le **BLPP** : le bénéfice lecteur par page ?

- Le bénéfice **utile** : pratique, concret, appropriable et transposable au quotidien
- Le bénéfice **plaisir** : sensoriel, corporel, esthétique, psychologique, affectif, culturel, mental
- Le bénéfice **existentiel** : éclairage essentiel, spirituel, philosophique ....

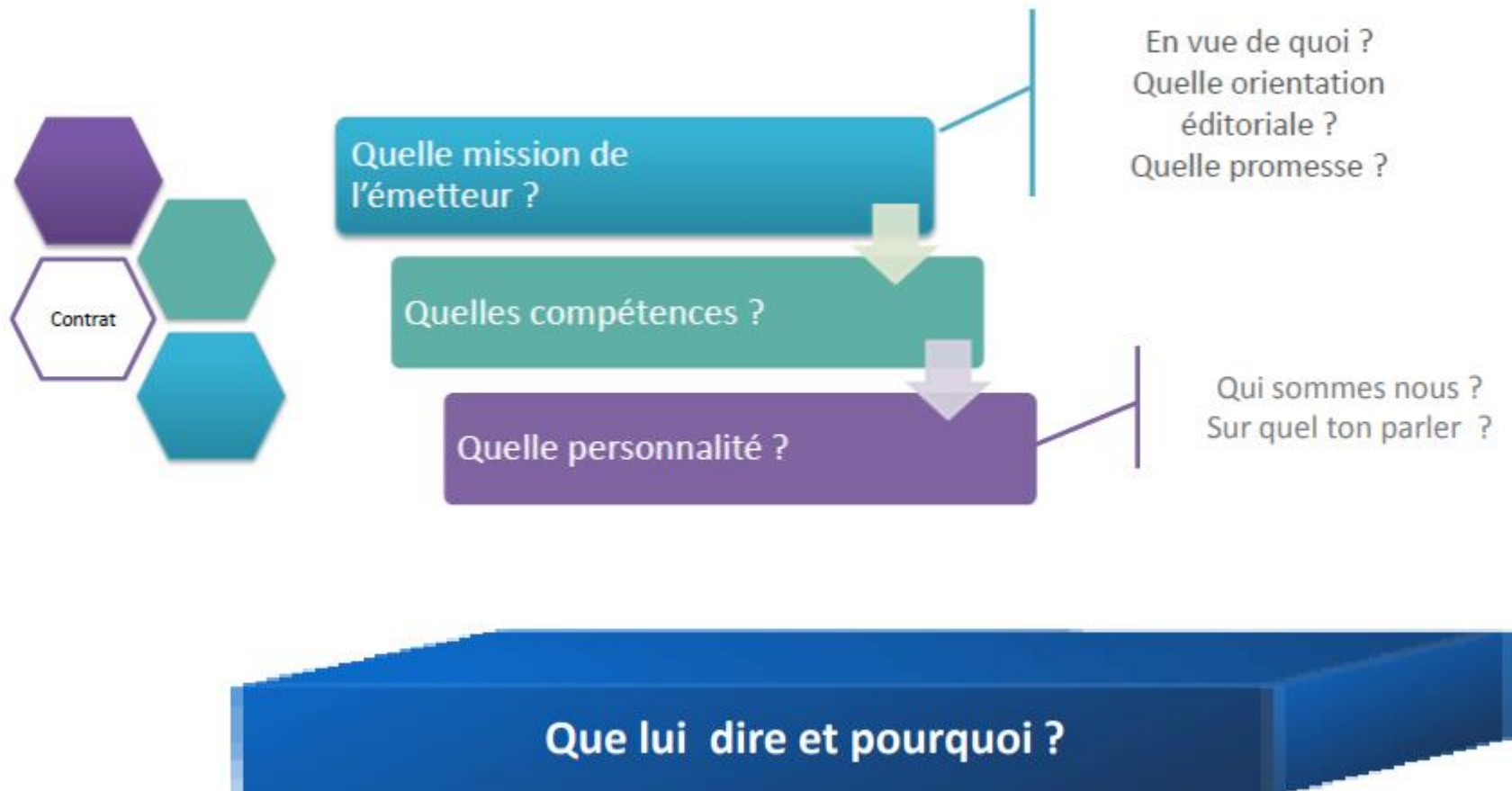
### Quelle relation tisser avec lui ?

Quel **positionnement de l'émetteur** ?

- Emetteur **guide** : expert, objectif, rigoureux, autorité
- Emetteur **allié** : partenaire, collaboratif, amical, complice
- Emetteur **soutien** : au service du lecteur, , appui pratique ou psychologique,

# Les paramètres clefs du CONTRAT de lecture

2. Il ne suffit pas de répondre aux attentes lecteurs mais **de se réinterroger sur ses propres intentions**, dans la rencontre avec le lecteur



# Le rôle des DIFFÉRENTES PARTIES du journal

Pour que la recette prenne, comment mettre en musique ces ingrédients ?

En soignant tout particulièrement :

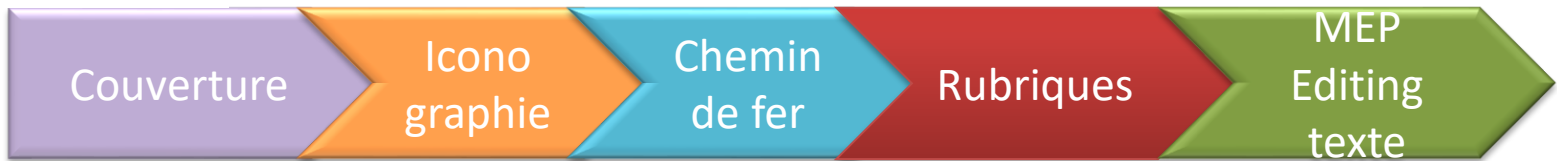
- « l'assaisonnement », « les condiments » qui lient les ingrédients entre eux et mettent en relief leur sapidité
- les clés de partition qui sublime les notes isolées en symphonie

Autrement dit, **les éléments de syntaxe ou de composition**

- qui sont souvent oubliés (au profit des éléments esthétiques, identitaires ou du contenu)
- alors qu'ils articulent le fond et la forme, donnent le fil conducteur de la formule



Ordre d'entrée du lecteur dans le journal : du survol immédiat à la lecture approfondie



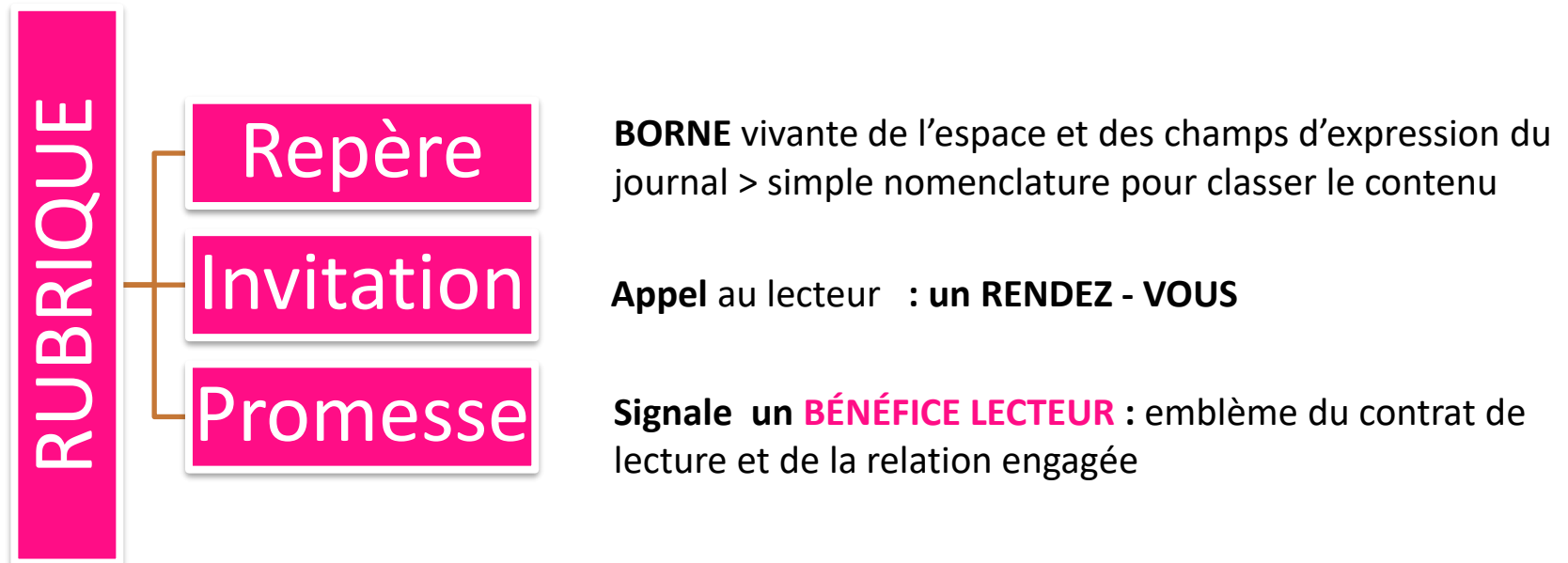
<p><b>Carte de visite de l'émetteur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pose les bases du contrat de lecture</li> <li>▪ Affiche la personnalité, le charisme de l'émetteur</li> </ul>	<p><b>Image renvoyée du lecteur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ dans les portraits</li> <li>▪ &amp; les sujets montrés</li> </ul>	<p>Incarné les <b>compétences et la mission</b> de l'émetteur par un <b>RECIT qui articule les différentes fonctions</b> du journal</p>	<p>Incarné les <b>bénéfices lecteurs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ le <b>RDV lecteur</b></li> <li>▪ &amp; la <b>promesse</b> faite au lecteur dans ce RDV d'un numéro sur l'autre</li> </ul>	<p>Incarné la <b>relation au lecteur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dans le <b>traitement</b> des sujets (titraille, mise en page)</li> <li>▪ &amp; dans le <b>ton</b> adopté</li> </ul>
--	--	---	---	--

**Veiller à peaufiner et valider leur synergie, leur cohérence mutuelle**

# Le rôle pivotale des RUBRIQUES

Si la UNE détermine la rencontre avec le lecteur : valeur d'accroche, contrat de lecture, charisme de l'émetteur

Ce sont le CHEMIN DE FER et les RUBRIQUES ( plus que les sujets eux-mêmes) qui fidélisent le lecteur : le récit qui donne du sens au parcours de lecture, qui fait voyager le lecteur, qui nourrit la promesse des retrouvailles, et suscite l'envie du numéro suivant ...





# Le rôle pivotale des RUBRIQUES

Un journal réussi **met en œuvre et articule** de manière équilibrée des **RUBRIQUES** incarnant



D'où l'importance de la **VISIBILITÉ** de la rubrique (sa signalétique)  
et du **SOIN** apporté à **L'INTITULÉ de rubrique**

# 2

## Atelier pratique : les points clé du travail de groupe

**Corpus** : Journaux paroissiaux, La Croix, La Croix Hebdo, Pèlerin, Panorama, Notre Temps

## 1- Eviter les titres de rubriques « dénotatifs »

- Descriptifs
- Génériques
- Pas « adressés » au lecteur

### Exemples

- *Vie spirituelle*
- *Vie locale*
- *En paroisse*

# Conclusions de l'atelier collectif : les points clé

## 2 – Privilégier les titres de rubriques « connotatifs »

### Poétiques

- Mots « imagés », ou du moins chargés émotionnellement, qui typent une **ambiance**
- Invitent à la **projection**, au **rêve**, à **l'ouverture**
- Racontent une **histoire**

- *Le grand reportage*
- *La rencontre*
- *La vie dans nos villages*
- *Un prénom ... un saint*
- *Dessine moi un diocèse*
- *Il était une foi*



#### Intitulés imaginés pour les 45- 55ans

- *Eclaircie*
- *Et si on rêvait*
- *Et si on prenait le temps de*

### Interpellants

- **Adresse directe au lecteur** qui fait écho à son vécu
- **Personnalisation** à la 1ère ou 2ème personne **JE – NOUS – VOUS**
- **Concision** (un ou deux mots) formules coup de poing
- Locutions avec **verbe** qui invitent à **l'action**
- Importance de la **ponctuation** : ! ?

- *J'y étais*
- *Vous avez 5 minutes ?*
- *Des idées pour agir*
- *Sacrée famille !*



#### Intitulés imaginés pour les 45- 55ans

- *C'est possible !*