

Zadig, une nouvelle publication papier pour décrypter toutes les France

Fort des succès du journal Le 1 et du mook America, le journaliste et écrivain Eric Fottorino, accompagné de trois fondateurs, se lance dans une nouvelle création : Zadig. Le projet est actuellement en recherche de financement sur KissKissBankBank, avec l'objectif de réunir entre 100 et 200 000 euros.

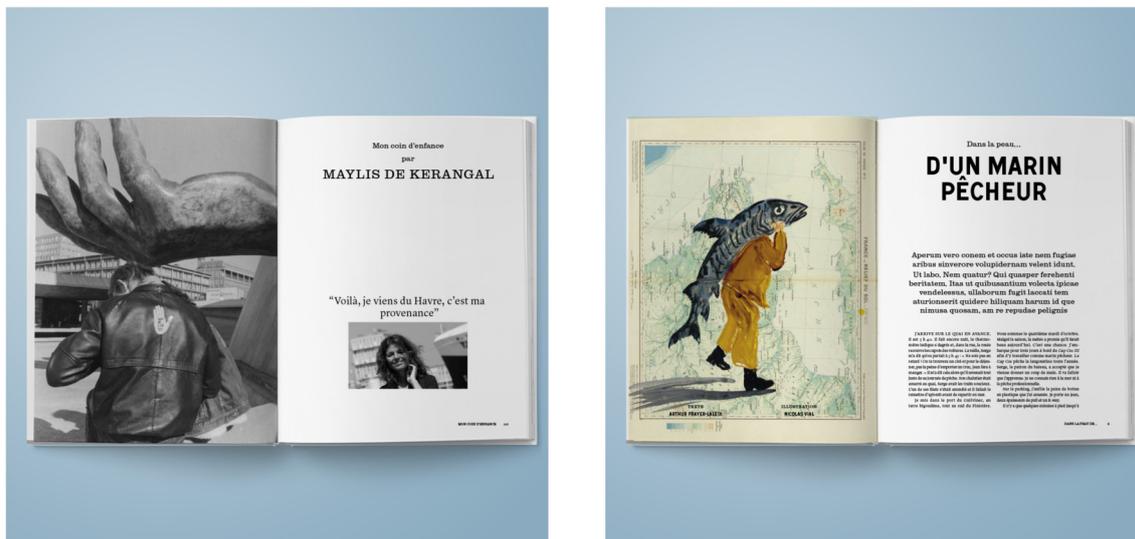
Temps de lecture : minute

16 février 2019

Qui a dit que les médias étaient en crise ? La disparition ces derniers mois de plusieurs nouveaux projets, la plus récente étant celle de la web TV Explicite, témoignent des difficultés des médias à se réinventer. Pourtant, certaines initiatives ont le mérite de cristalliser l'optimisme du secteur. Parmi elles, le succès des mooks, ces formats hybrides, à mi chemin entre le magazine et le livre. On peut citer parmi ses meilleurs représentants le culturel Rockyrama et sa version dédiée à la culture nippone Otomo mais aussi America, publication entièrement tournée vers l'Amérique de Donald Trump. Lancée il y a deux ans, cette dernière a rencontré un succès significatif — avec 42 000 exemplaires écoulés pour le premier numéro et une moyenne autour de 30 000 pour les suivants — permettant ainsi à d'autres projets du même type d'émerger, comme le futur Zadig, aujourd'hui en campagne de crowdfunding sur le site KissKissBankBank.

Cette nouvelle publication, prévue pour une sortie en kiosque et en librairie le 21 mars prochain, est un projet pensé par François Vey, Natalie Thiriez, Laurent Greilsamer et Éric Fottorino depuis près de deux ans, au

moment de la dernière campagne présidentielle. " *On a vu qu'il se passait quelque chose dans ce pays que l'on ne comprenait pas* ", explique l'ancien directeur de la rédaction du *Monde* au micro de France Inter.



L'objectif est donc clair : rendre lisible une France devenue illisible. " *Au moment où notre société se fracture, nous avons la conviction qu'elle manque d'un récit à partager* ", explicite-t-il encore, souhaitant " *ralentir, réfléchir, aller plus loin et plus profond* " à l'heure de l'hystérie médiatique. Au programme de cette nouvelle publication, différents écrits de la part de reporters, historiens, sociologues, démographes, géographes ou encore écrivains. Parmi les plumes que l'on pourra retrouver dès le premier numéro, on peut citer pêle-mêle Mona Ozouf (historienne de la Révolution), Pierre Rosanvallon (spécialiste de la démocratie), Marie Darrieussecq (écrivaine), Hervé Le Bras (démographe). Des reportages signés Arthur Frayer-Laleix et Jean-Louis le Touzet seront également à retrouver, tout comme des dessins d'actualité réalisés notamment par Catherine Meurisse (ex-Charlie Hebdo) ou encore Mathieu Sapin (auteur de *Gérard, cinq années dans les pattes de Depardieu*, entre autres).

Pour remplir son objectif de réconciliation, Zadig se présentera sous la forme d'un mook trimestriel de près de 200 pages, sans aucune publicité ni actionnaire, afin de garantir son indépendance. Cette volonté de liberté a ainsi mené à l'idée d'un financement participatif lancé le 12 février dernier et qui devrait durer encore un mois.



Un premier seuil à 100 000 euros déjà dépassé

Le premier seuil fixé par la campagne est de 100 000 euros, afin de lancer la production du magazine mais aussi de permettre le recrutement d'une équipe éditoriale. Mais d'autres paliers sont d'ores et déjà fixés. Le second est de 150 000 euros, afin de financer une plus large diffusion dans l'Hexagone et les pays francophones. Quant au troisième et dernier cap, il s'établit à 200 000 euros, afin de pouvoir appuyer ce nouveau titre d'une promotion massive. Un schéma présent sur la page KissKissBankBank permet d'ailleurs de connaître la répartition de la future cagnotte.

Des contreparties sont prévues, allant de l'envoi du premier numéro pour les plus basses participations, à des abonnements à durée variable, l'envoi de hors-séries *Le 1* ou encore de dédicaces, lithographies et

affiches. Dans tous les cas, le nom de chaque contributeur sera inscrit sur le mur de la rédaction. L'ambitieux projet semble bien parti pour rencontrer le même succès que ses petits frères *Le 1* et *America* : le premier objectif a été atteint en seulement 5 jours, assurant l'existence de cette publication. La campagne rentre ainsi dans sa deuxième étape, en route pour les 200%.

Article écrit par Antoine Boudet