

MONDE D'AVANT



MONDE D'APRÈS



**“L’avenir  
de la revue  
ne semble pas  
compromis  
par la crise.”**

Notre dossier de ce mois porte sur la crise de la Covid : comment a-t-elle été traitée ? quel impact a-t-elle eu sur nous ? et surtout, sur quoi risque-t-elle de déboucher ? Ces questions d’une brûlante actualité se posent particulièrement pour notre revue. Bien que non sans lien avec celles-ci, elles se distinguent des questions auxquelles répondait notre rédacteur en chef dans son éditorial du mois dernier : quel degré de satisfaction nos lecteurs ressentent-ils ? quelles sont leurs attentes ? et notamment dans quelle mesure sont-ils prêts à participer à l’amélioration de notre production ?

En ce qui concerne les événements du printemps, la crise n’a donc pas empêché la revue de paraître normalement. Ce n’est pas dû qu’à notre diligence : il se trouve que notre imprimeur et la Poste ont tous les deux continué à fonctionner assez normalement ; sans eux, nous n’aurions pu que mettre en ligne la version dématérialisée de la revue. Pour notre part, nous avons connu le confinement à domicile pendant les deux mois, les partages de fichier sur la Dropbox®, les vidéoconférences sur WhatsApp® ou sur Zoom®, le recours aux coursiers quand le papier était indispensable, les joyeux cris des enfants pendant qu’on essayait de bosser... en somme le lot commun des travailleurs à domicile à cette époque. C’est avec plaisir mais aussi soulagement que nous avons pu fin mai nous retrouver physiquement dans la Boîte à claque.

Depuis la fin mai, nous fonctionnons comme beaucoup d’autres dans un entre-deux qui n’est plus la situation d’avant le confinement, mais qui n’est pas non plus le 100 % dématérialisé : habituellement deux jours dans la semaine en « présentiel », le reste en télétravail, et autant d’exceptions à cette règle qu’il est nécessaire pour l’efficacité du travail ; et un *mix* de présence et

de vidéoconférence pour les réunions telles que celles du comité éditorial, qui oriente nos travaux. Cet arrangement apporte bien des satisfactions, le méchant virus aura au moins eu un effet positif.

Mais la question essentielle (ou existentielle ?) est bien l’effet de la crise sur la publicité dans l’édition sur papier de la revue : en effet, il faut que le business modèle de notre activité soit « soutenable », pour parler entrepreneur. L’édition papier attire des publicités et du publi-rédactionnel ; cet apport est financièrement indispensable pour équilibrer l’édition que les abonnements ne suffiraient pas à financer ; s’il n’est pas suffisant, pas de revue papier. Or la réduction de la revue à sa version sur internet d’une part serait une amputation en termes de visibilité et d’autre part, compte tenu des particularités de ce secteur, ne rapporterait plus grand-chose en publicité. La bonne nouvelle est que, après certains reports de publicité dans les numéros du confinement, cette ressource revient bien, avec peu d’annulations et des prospects prometteurs. L’avenir de la revue ne semble donc pas compromis par la crise ! X

**PIERRE SÉGUIN (73)**  
rédacteur en chef adjoint  
de *La Jaune et la Rouge*



# LA COVID, ET APRÈS ?