



# Lifting ambitieux pour un quotidien qui rétrécit

**C**ompact mais aéré, coloré mais sans excès... La manière dont Jean-Paul Duchateau décrit la mise en page remodelée de *La Libre Belgique* trahit déjà l'objectif central de l'opération : tirer le meilleur parti du changement de format et du passage en full-quadritout en conservant au journal son caractère distinctif. Un enjeu de taille dans un secteur particulièrement secoué durant ces derniers mois.



Plusieurs numéros zéro ont permis d'affiner l'aspect de la Une de la nouvelle Libre.

Relooker un journal est souvent un travail de longue haleine. Mais dans le cas de *La Libre Belgique*, l'exercice s'est mué en véritable chemin de croix : la parution de la nouvelle mouture le 5 mai 2009 est l'aboutissement d'un processus qui aura duré trois ans ! Quand la réflexion a débuté au printemps 2006, les promoteurs du projet ne se doutaient pas que le parcours serait jalonné d'autant de péripéties, de doutes et d'hésitations.

Pour la maison mère IPM, la décision de donner un nouveau visage au quotidien bruxellois était une évidence : la rotative d'Anderlecht devenait vieille et ne correspondait plus aux exigences actuelles. Il convenait de la remplacer afin de donner à *La Libre* et à *La Dernière Heure* une chance de rester compétitives sur un marché difficile.

Si le passage à la quadri sur toutes les pages ne semblait pas une nécessité absolue pour

*La Libre*, il l'était par contre pour sa consœur à vocation sportive. Le choix s'imposait donc et fut accompagné d'un autre : poursuivre la réduction de format engagée en 2002 et qui avait conduit la DH à être le premier quotidien francophone du pays à passer au tabloïd, bientôt suivi par l'autre titre du groupe et par ses concurrents de Sud-Press.

## Une refonte entamée il y a 10 ans

La mutation ne pouvait cependant se limiter à ces facteurs techniques. « On n'imagine plus aujourd'hui remodeler un journal sans lier contenu et graphisme. À ce niveau, nous avons continué la démarche engagée en 1998 avec la refonte de la stratégie éditoriale et poursuivie en 2002 avec le changement de format. » précise Jean-Paul Duchateau, le pilote du groupe de travail qui a assuré la finalisation du projet ces derniers mois.

Une expérience jugée globalement positive même si le journal, comme la majorité de ses confrères, a perdu des lecteurs au cours de la décennie écoulée. « Aujourd'hui, *la Libre* a une diffusion payante d'environ 45 000 exemplaires, pour moitié sur Bruxelles et le BW et pour trois quarts via abonnement. La réussite de la dernière réforme a surtout été de rajeunir le public et de changer l'image de *La Libre*. Nous sommes devenus un journal d'opinion et plus celui d'une opinion, explique l'ancien rédacteur en chef du journal. Durant ces années, nous avons axé notre approche sur le débat. À présent, nous souhaitons faire de notre journal une boîte à outil quotidienne. Notre lectorat est, d'après les enquêtes, particulièrement actif. Nous voulons lui fournir de quoi comprendre encore mieux le monde et agir sur celui-ci. »

Dès le processus lancé, tous les services ont été associés à la démarche : direction générale, rédaction, marketing, informatique, etc. Quant à la conception graphique, elle a été confiée à une société spécialisée.

## Doutes et interrogations

Ce sont une dizaine de firmes qui ont tout d'abord été approchées avant qu'une moitié d'entre elles ne soit invitée à proposer une ébauche. Le choix s'est ensuite porté sur l'agence montréalaise Lacava Design. On est alors encore en 2006 et le train semble sur de bons rails. Mais le projet déraile quelque peu par la suite. Les délais dans la mise en place des rotatives et du matériel de finition s'allongent et remettent tout en cause.



Changement profond pour La Libre Belgique qui s'offre une maquette colorée et aérée.

Le plan de lancement est retardé jusqu'à l'automne 2008 et des doutes apparaissent dès l'été. C'est qu'entre la prise de décision et la fin de l'année dernière, le monde a changé... Le concept initial tenait-il encore la route? N'était-il pas un peu trop complexe à mettre en place et surtout à faire vivre au jour le jour?

Dans ce contexte d'interrogations, François Le Hodey, patron d'IPM, revient d'un congrès professionnel avec, dans ses valises, un contact avec une agence espagnole, Innovation Media Consulting. Une rencontre est organisée et c'est tout de suite le coup de foudre. La proposition espagnole est révolutionnaire et recueille tous les suffrages. Retour à la case départ?

La Libre se retrouve alors face à une alternative délicate : soit continuer avec la maquette initiale de Lucie Lacava, soit tout remettre à plat et repartir de zéro avec les Espagnols. La seconde option est ambitieuse mais demande du temps, de l'argent et de l'énergie. Un peu trop sans doute pour ceux qui sont embarqués dans cette aventure depuis le début. Dans ces conditions, il ne reste qu'à repartir du projet initial mais de le simplifier et de le modifier pour le mettre en phase avec les dernières évolutions.

« Dès la formation du personnel à la mise en page de Lucie Lacava, je m'étais rendu compte que c'était trop compliqué » explique Jean-Paul Duchateau. « On a donc choisi de se limiter à quatre "outils" de base : des articles d'ouverture (étalés sur une double page et ouvrant des séquences du journal), des articles primaires, secondaires et des brèves. » C'est sur cette matrice limitée que sera bâtie la cohérence du journal. Pas question de faire du graphisme pour lui-même, les ressources humaines disponibles

ne le permettant pas. « Cela ne veut pas dire que nous n'irons pas un peu plus loin dans certains cas, surtout dans les parties moins "chaudes" du journal, comme les pages Découvertes », précise Jean-Paul Duchateau.

« Le fait de travailler d'un seul tenant, sans cahiers spécifiques, rend également l'organisation du contenu plus aisée : le nombre de page par rubrique n'est pas figé. Il ne s'agit pas ici seulement de choix graphiques mais bien de permettre des modifications plus aisées. On pourra ainsi décider de remplacer des pages en dernière minute, en fonction de l'actualité, sans que cela relève du casse-tête ». Le cahier unique répond aussi à une autre nécessité. Comme les suppléments ont plus ou moins le même format que le journal lui-même, la différenciation est plus difficile et risque d'accentuer l'aspect « magazine » de l'ensemble. Le cahier unique encollé garde son unité et est ainsi moins facilement confondu avec les suppléments. Des codes couleur différents viennent encore renforcer cette différenciation.

### Atterrissage réussi

Côté graphique au sens strict, la nouvelle maquette s'écarte radicalement de la précédente. À une mise en page très axée sur le noir et blanc succède une composition colorée où les fonds tramés sont omniprésents. On évite cependant la surenchère et le tape à l'œil. « On ne voulait pas d'un sapin de Noël. On tire parti de la couleur mais en la maîtrisant. Les tons sont chauds mais sereins et apaisants », précise Jean-Paul Duchateau. « On a créé des palettes préétablies, y compris pour les infographies. Il n'y aura pas trop de place pour les éventuelles dérives. »

La typo subit également un lifting. Aux oubliettes la charte un peu compliquée qui associait quatre polices différentes (Optima pour les titres, Gill Sans pour les chapeaux, etc.). La Libre new look s'appuie désormais sur un tandem classique, une police à empattement triangulaire pour les textes et les titres d'articles (l'Amalia dessinée par Nikola Djurek chez OurType), une linéale pour le reste de la titraille (La Unit d'Erik Spiekermann éditée par FontFont). Le logo de la Une a lui aussi été modernisé mais le résultat est sans doute moins convaincant et semble un peu déséquilibré et banal.

L'aspect global est plaisant, clair, structuré mais ne sera peut-être pas toujours facile à imprimer avec ses nombreux éléments en rouge bordeaux (la couleur-maison) qui demanderont un repérage correct difficile à garantir sur des rotatives de journaux.

Lors des tests de validation menés avec un institut d'enquêtes, les sondés (des lecteurs de La Libre et d'autres quotidiens) se sont en tout cas montrés très satisfaits. Seule critique majeure émise à l'encontre des numéros zéros qui leur étaient proposés : les lecteurs avaient parfois l'impression d'avoir en mains un magazine plutôt qu'un journal traditionnel...

Ce risque, la rédaction l'avait envisagé et les essais n'ont fait que le confirmer. Il faudra donc être d'autant plus attentif à ce qui figurera sur la Une : autant éviter les sujets trop intemporels ou de type « dossier » et choisir des photos en lien direct avec l'actualité la plus brûlante.

Confiante dans son projet, l'équipe de la Libre n'a plus qu'à espérer l'adhésion du public... à une époque où l'avenir de la presse écrite toute entière reste incertain.

Thierry Herman