

À L'INTENTION DE :

Association Profession Banlieue

En co-financement avec Créaphis Édition.

ÉTUDE DE MARCHÉ

Comment créer un support graphique capable de rendre visible les mémoires migratoires du 93, afin de les transformer en archive collective accessible à tous ?

1. DIRECTION ARTISTIQUE & IDENTITÉ DE MARQUE

En 2023, l'ARCOM estime que les personnes non-blanches représentent seulement 15 % des personnes visibles à la télévision. De surcroît, il existe une surreprésentation de ces communautés dans des rôles à connotation négative (précarité, faits divers). Les médias dominants produisent ainsi une image biaisée.

Face à ce constat, le graphisme peut devenir un contre-média : un espace de réappropriation et un producteur d'images alternatives.

C'est le cœur du projet Neuf Trois : une revue hybride (mêlant papier et numérique) dédiée à la mise en avant et en récit des mémoires de l'immigration en Seine-Saint-Denis. L'objectif est de collecter des témoignages de familles issues de l'immigration, de les photographier chez elles avec leurs objets et leurs archives, et de mettre en forme ces récits invisibilisés dans un objet graphique soigné pour en faire un outil de mémoire active.

2. L'ENVIRONNEMENT DU PROJET

LE CONTEXTE GÉOGRAPHIQUE

La Seine-Saint-Denis est en pleine transformation structurelle, accélérée par l'arrivée du Grand Paris Express et les chantiers liés aux JOP 2024. Ces moments de démolition et de reconstruction matérielle sont précisément ceux où la mémoire s'efface le plus vite (fermeture de commerces, éclatement des voisinages, départ des anciens).

TENDANCES DU MARCHÉ

On assiste à un double mouvement propice au projet :

- **Le retour du « Print » de qualité** : Un engouement fort pour le format papier dès lors qu'il s'agit d'un objet engagé ou « collector » (comme le prouvent les succès de *Zadig* ou *La Revue Dessinée*).
- **L'essor des récits intimes et communautaires** : Une attente forte du public pour les podcasts de témoignages et les archives numériques engagées (à l'image du média *Histoires Crépus*).

CADRE LÉGISLATIF

La politique de la Ville (portée par l'ANCT) soutient activement les initiatives favorisant le lien social, la participation citoyenne et le travail mémoriel. Les nouveaux contrats de ville signés en 2024 dans le cadre des « Engagements Quartiers 2030 » placent explicitement ces enjeux de mémoire au cœur de leurs priorités institutionnelles.

3. ANALYSE DE L'OFFRE

Offre existante	Caractéristiques constatées	Distinction de Neuf Trois
Presse locale	Réactive, axée sur l'actualité immédiate. Formats trop courts qui ne permettent pas d'installer le sensible ou le temps long.	Durabilité : Fixe les récits de vie complets dans le temps à travers un bel objet.
Publications académiques	Précises et rigoureuses (Les Après-midis de Profession Banlieue), mais peu accessibles au grand public et aux familles.	Sensibilité & Accessibilité : Utilise le design et le numérique pour toucher toutes les générations.
Ouvrages photographiques	Très esthétiques, mais centrés sur le regard extérieur et l'architecture des banlieues, déconnectés de la réalité humaine.	Médiation sociale : Co-construit l'objet de l'intérieur avec l'habitant et ses propres archives.

4. ANALYSE DE LA DEMANDE

LA CIBLE PRINCIPALE

- Les habitants de la Seine-Saint-Denis (1,6 million de personnes).
- Les 1 068 professionnels du développement social et urbain travaillant dans le département.
- Un public élargi de passionnés de revues graphiques et d'identités territoriales, déjà capté par le catalogue de Créaphis.

UNE DYNAMIQUE INTERGÉNÉRATIONNELLE

- Les aînés : Dépositaires directs du récit et de la mémoire migratoire, désireux de transmettre leur histoire.
- Les 15-35 ans : En quête d'identité, cherchant des repères concrets pour situer l'histoire de leurs proches et comprendre d'où ils viennent.

LE PROBLÈME IDENTIFIÉ

L'invisibilisation et les stéréotypes, couplés à la disparition des lieux de vie. Si les réseaux sociaux sont investis pour témoigner, ces contenus restent éphémères. Neuf Trois apporte la solution d'un patrimoine mémoriel concret, une fierté partagée matérialisée par un objet trouvant sa place légitime en bibliothèque.

5. STRATÉGIE COMMERCIALE, DISTRIBUTION & FINANCEMENTS

STRATÉGIE DE PROMOTION

- Réseaux sociaux : Création de comptes dédiés (TikTok, Instagram, Facebook) pour diffuser les extraits audio et vidéo issus de la collecte de témoignages.
- Site Web : pour assurer le relais entre physique et numérique.
- Réseaux partenaires : Relais via la newsletter et les rencontres-débats de Profession Banlieue (réseau de 35 villes partenaires) ainsi que les canaux des Éditions Créaphis.

MODÈLE DE DISTRIBUTION ET TARIFICATION

Pour garantir un équilibre entre visibilité extérieure et accessibilité locale, deux circuits sont mis en place, avec un système de péréquation :

- **Circuit de Médiation (Gratui) :** Distribution directe dans les centres sociaux, médiathèques et maisons de quartier à travers les 35 villes du réseau Profession Banlieue, assurant que la revue touche en priorité les habitants concernés.
- **Circuit Commercial (Vente) :** Disponible en librairies indépendantes au prix de 8,50€ pour faire rayonner le projet hors du département.

MODÈLE DE FINANCEMENT TRIPARTITE

Le budget combine fonds publics et investissement privé :

