

PRESSE DE RUE, POUR EN SORTIR



Macadam tient la forme sur les trottoirs. Depuis 1993, ce journal de rue offre aux personnes en difficulté un tremplin vers la réinsertion, en leur proposant de devenir vendeur colporteur. Un coup de pouce financier bien sûr, mais aussi un moyen de retrouver sa dignité. Le principe est simple :

le vendeur achète le numéro 1 € et le revend 2 €, soit

CARLA, ET VOUS ?

Tiré à 50 000 exemplaires (pour une vente moyenne de 20 000), Macadam a doublé son tirage au mois de décembre 2009 : il a fait sa Une avec Carla Bruni qui lui a accordé un entretien. L'effet médiatique ne s'est pas fait attendre : plus de 300 citations et passages

médias, plus de 300 000 reprises sur Internet ! Macadam entre cette année dans une phase de renforcement de son modèle économique. En ce sens, il noue des partenariats avec les entreprises, les collectivités, les fondations, les comités d'entreprises, etc. Ils doivent financer le développement dès cette année. À vous de saisir cette opportunité très originale et utile.

EN SAVOIR +

François Fillon, directeur de Macadam Urgence (06 22 28 91 52)

D'histoires en récits médiatiques, le monde est saisi par le tournis. Mais là aussi, ça change : un média, ça peut servir le bien commun. En témoigne Macadam, un mensuel dont les ventes augmentent à chaque numéro. Une expérience qui peut fédérer plusieurs acteurs de la société.

par Aurélie Delaunoy

1 € de marge, dans sa poche. Pour cela, il bénéficie du statut de vendeur à domicile indépendant (VDI), qui le dispense de nombreuses démarches administratives.

L'éditeur n'impose rien. Chaque vendeur décide du nombre d'exemplaires qu'il souhaite vendre, mais aussi où et quand. Cette flexibilité est essentielle au processus de réinsertion :

il est difficile d'imposer des horaires et des contraintes de résultats à des personnes qui n'ont jamais travaillé ou qui ont perdu voici longtemps leur emploi.

Un réseau exceptionnel

Distribué dans dix villes en France, Belgique et Suisse, Macadam compte en moyenne une centaine de vendeurs. François Fillon (non : pas le Premier ministre, il s'agit d'une homonymie) est le directeur bénévole de Macadam Urgence, l'association éditrice qui a relancé le titre en 2006.

Attaché à échanger avec chacun des vendeurs, il en distingue deux catégories :

◀ ceux qui ont besoin d'une aide momentanée, « parmi lesquels de plus en plus d'étudiants » ;

◀ ceux pour qui Macadam est un vecteur de lien social.

« Nous rencontrons des personnes âgées, elles diffusent peu d'exemplaires, mais Macadam leur permet d'exister ». L'association estime que 90 % des personnes trouvent un emploi, même temporaire, après leur expérience chez Macadam. « Beaucoup deviennent commerciaux ! » s'amuse François Fillon.

Macadam forme Renault

L'an dernier, Macadam a sollicité des professionnels du marketing de Renault pour former ses vendeurs. À la fin de la journée, les formateurs avouaient avoir davantage appris de leurs élèves que l'inverse ! Aujourd'hui, le titre est en pleine expansion. Fin 2008, le journal comptait quinze journalistes. Ils sont désormais une quarantaine de collaborateurs, tous professionnels bénévoles. Les contributions viennent de partout : les mots-croisés sont réalisés à Montréal, l'horoscope en Bourgogne, etc. Pour réussir pareil exploit, les éditeurs négocient les prix des prestations techniques « au couteau ».

Depuis 2009, Macadam est affilié au Réseau international des journaux de rue : il y en a 80 dans le monde. Consécration de sa qualité rédactionnelle et de son modèle social, il est le seul titre français affilié.