

**CAP'**  
**COM**

**23<sup>e</sup> Forum**  
de la communication publique  
et territoriale

DUNKERQUE 6, 7, 8 DÉCEMBRE 2011



**Comment construire  
la une de son  
magazine  
territorial?**



« La couverture est le premier contact (parfois involontaire) du lecteur avec une publication. Elle véhicule l'image d'un magazine. Élément de reconnaissance et facteur d'identité, elle est aussi une incitation à la prise en main et à la lecture. Elle joue le rôle d'une véritable « vitrine » du magazine. »

Citation de Marina Alcaraz, journaliste in Réussir sa une, PUF



Elle a un rôle déterminant, elle produit immédiatement une impression sur le lecteur par le choix des illustrations, des titres, la police, les blancs, etc.





« sa lecture se fait suivant des codes qui lui sont propres: elle est composée, non pas d'articles(...), mais d'espaces informatifs qui se plient moins au besoin d'une lecture qu'à celui d'un parcours visuel de la typographie et de la photographie. »

Citation de F. Lambert, in Mythologies, Edilig



Les différentes parties de la 1<sup>ère</sup> de couverture:

La manchette ou tête, l'ensemble du haut de la page, composée :

Du titre

D'un éventuel bandeau (numéro spécial)

L'état civil de la publication, date, numéro, logo, etc.

Les oreilles qui entourent le titre (rarement utilisées pour un magazine)

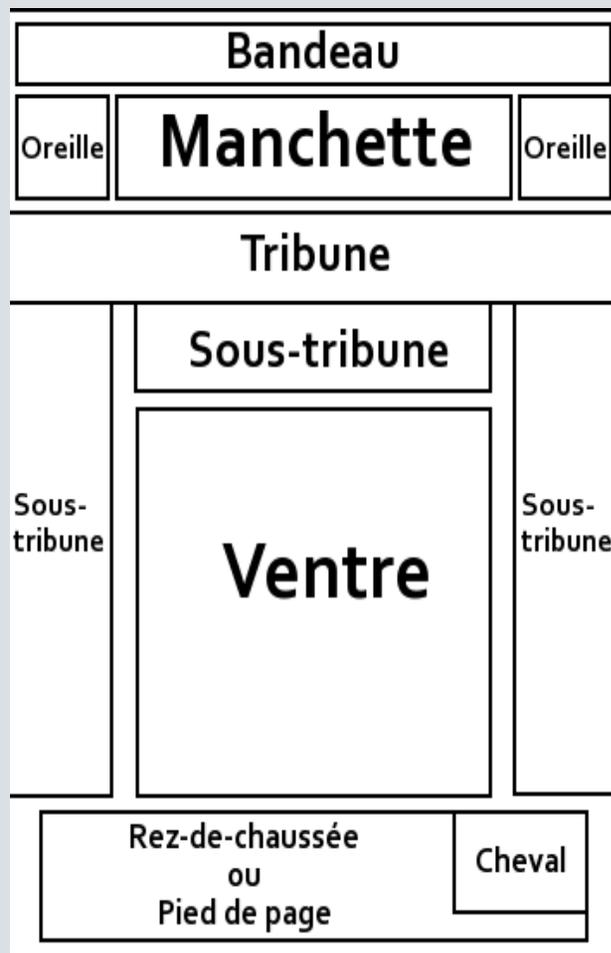


La tribune composée de :

Un gros titre, « la une » c'est sur cet espace que l'œil se pose en premier

Une photo souvent positionnée sur le « ventre »

Un pré-sommaire ou plus rarement dans la presse territoriale, un « cheval » (article qui débute sur la page de couverture et se poursuit sur la ou les pages intérieures.





Une bonne couverture doit rester visible à une distance de 3 mètres.

Elle doit pouvoir attirer le lecteur parmi le courrier, publicités et autres publications gratuites diffusées en boîte aux lettres ou mises à disposition du public.

Il faut éviter les couvertures trop chargées, la multiplication d'éléments visuels.



Les éléments de la une, visuels et informations ne peuvent être exhaustifs

Cela implique d'être capable de faire des choix pour être efficace et d'établir une hiérarchie pour le traitement des informations et éléments visuels.

Pour cela vous pouvez jouer sur la taille des typographies utilisées, les couleurs, le positionnement des éléments visuels,...



Elle est importante, elle permet de reconnaître le magazine, un peu comme un logo, elle est la signature de la publication en véhiculant des éléments identitaires (la typographie, les couleurs)





La 1<sup>ère</sup> de couverture doit appeler le coup de cœur, doit attirer le regard

Les sujets les plus fréquents en couverture ( échantillon de 114 publications, de janvier à mars 2011)

- Gros plan sur une ou quelques personnes (enfants et femmes)
- Bâtiment, aménagement urbain
- Assemblée de personnes
- Objets divers, plaque de rue, ballon, ...



D'après John Caples, in *Tested Advertising Methods*, Prentice Hall, 1987.

les principaux genres de photographies qui attirent particulièrement les lecteurs sont:

- Les bébés
- Les animaux
- Les personnages célèbres
- Les personnages revêtus de costumes originaux
- Les photos qui racontent une histoire
- Les scènes romantiques
- Les catastrophes
- Les photos qui coïncide avec les moments forts de la vie
- Les sujets d'actualité

DUNKERQUE 6, 7, 8 DÉCEMBRE 2011



DUNKERQUE 6, 7, 8 DÉCEMBRE 2011



**Crea**  
le mag

11 février 2012 - numéro 12

**Vies communes**

La CREA au service de ses 45 « petites » communes

**SERVICE** Une médiatrice pour la CREA **ASTUCE** Les usagers en parlent  
**HABITAT** Améliorer son logement **PATRIMOINE** Bonne pioche!

La CREA

The image shows the cover of a magazine titled 'Crea le mag'. The cover features a photograph of a woman sitting on the grass with several children, some of whom are riding colorful toy cars. In the background, there is a modern building with a blue facade and a wooden roof structure. The magazine title 'Crea le mag' is prominently displayed at the top in a large, pink and white font. Below the title, it says '11 février 2012 - numéro 12'. At the bottom of the cover, the main headline reads 'Vies communes' in a large, pink font, followed by the subtitle 'La CREA au service de ses 45 « petites » communes'. At the very bottom, there are three small text boxes: 'SERVICE Une médiatrice pour la CREA', 'ASTUCE Les usagers en parlent', and 'HABITAT Améliorer son logement' and 'PATRIMOINE Bonne pioche!'. The logo for 'La CREA' is in the bottom right corner.

DUNKERQUE 6, 7, 8 DÉCEMBRE 2011



Le magazine municipal de Tourcoing Mars 2011 // n° 156

# Label ville

**Au cœur de la ville :  
une offre dense,  
une vie intense**

Le dossier > p.12 à 19

**ZOOM SUR**  
**La petite enfance**  
Vous d'ici > p.5

**COUP DE CŒUR**  
**Eugène Leroy à jamais  
sublime et inclassable**  
Titre d'affiche > p.24



DUNKERQUE 6, 7, 8 DÉCEMBRE 2011





DUNKERQUE 6, 7, 8 DÉCEMBRE 2011



N° 72 | MARS 2011  
[www.agglo-montbellard.fr](http://www.agglo-montbellard.fr)



Des femmes  
à la Une

**PUISSANCE 29**  
L'ACTUALITÉ DU PAYS DE MONTBÉLIARD

<b>DOSSIER</b> Des femmes à la Une p.7-11	<b>SERVICE PUBLIC</b> La collecte se mobilise p.12	<b>PATRIMOINE</b> Suivez la guide ! p.23
---	--	--

The image shows a woman in a white lab coat looking through a microscope. The background is a blurred office or laboratory setting with other people. The text is overlaid on the image and a black bar at the bottom.

DUNKERQUE 6, 7, 8 DÉCEMBRE 2011

Retrouvez les actes du Forum Cap'Com  
2011 dans la Médiathèque en ligne

[www.cap-com.org](http://www.cap-com.org)



**Merci**