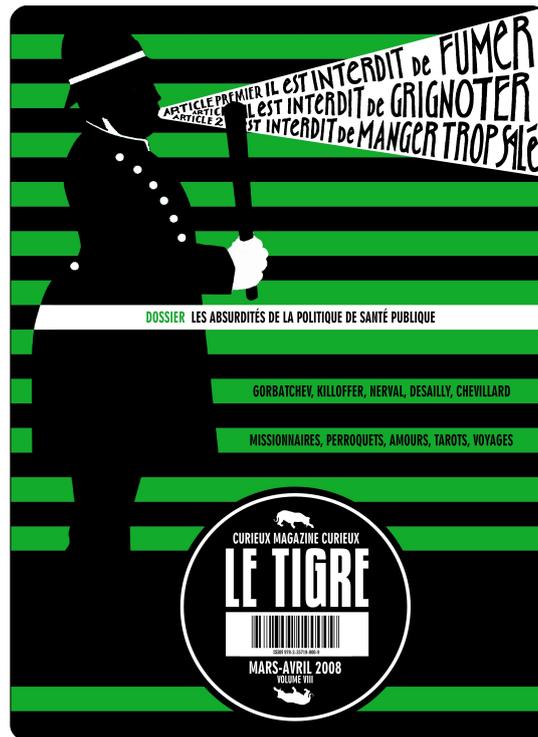




LE TIGRE

CURIEUX MAGAZINE CURIEUX

nouvelle allure !



104 pages sans publicité

ACTUALITÉ, REPORTAGES, INTERNATIONAL, GRAPHISME, PHOTOGRAPHIE, CHRONIQUES, CURIOSITÉS



sortie du **n°8** (mars-avril 2008)
le **07 mars** en kiosques et en librairies

104 pages (couleur et noir & blanc), format 20x28 cm, dos carré

prix de vente au numéro: **6,80** euros

diffusion kiosques: N.M.P.P.

diffusion librairies: le Comptoir des indépendants



Le Tigre 122 rue Danielle Casanova 93300 Aubervilliers — www.le-tigre.net

RÉDACTION tigre@le-tigre.net — 01 48 33 55 20

CONTACT PRESSE rayures@le-tigre.net — 06 71 72 41 78



{ Qu'est-ce que *Le Tigre* ? }

En quelques lignes...

Le Tigre est un magazine généraliste sans publicité distribué en kiosques et en librairies. *Le Tigre* est dirigé par deux auteurs, Lætitia Bianchi et Raphaël Meltz. Des journalistes, photographes, dessinateurs, écrivains et universitaires participent au *Tigre*.

Dans la lignée des grandes aventures de presse magazine des trente dernières années (*Actuel*, *l'Autre Journal*), *Le Tigre* propose un regard singulier, rare, à contre-courant de l'uniformisation ambiante.

Le Tigre se distingue par son éclectisme: dans *Le Tigre*, on peut lire de longs reportages d'écrivains comme dans le *New Yorker*, des articles géopolitiques comme dans le *Monde diplomatique*, des pamphlets comme dans *Marianne*, des dessins de presse comme dans *Charlie-Hebdo*, des critiques de la consommation comme dans *Que choisir...* le tout émaillé de photos, de jeux typographiques, de citations littéraires, de fausses pubs, d'un roman-photo, d'un feuilleton en bande dessinée, d'une énigme, d'un almanach regorgeant de savoirs utiles et futiles, et d'une bonne dose d'ironie...

Pourquoi le Tigre ?

Avant de créer *Le Tigre*, Lætitia Bianchi et Raphaël Meltz ont dirigé *R de réel*, une revue « alphabétique » (de A à Z, 2000-2004) qui a bénéficié d'un très bon accueil auprès des critiques et des lecteurs. *R de réel* mélangeait les sciences humaines, la littérature et l'illustration, le tout dans une maquette dadaïste... À la fin de l'alphabet, une idée est venue: pourquoi pas un projet aussi téméraire, mais cette fois dans le secteur de la presse?

C'est ainsi qu'est né *Le Tigre* en mars 2006. *Le Tigre* dresse des passerelles entre des secteurs d'ordinaire très éloignés. *Le Tigre* revendique d'être inattendu, inclassable, à la fois léger et sérieux, inventif et rigoureux, parfois sauvage... mais toujours curieux dans les deux sens du terme. C'est pourquoi *Le Tigre* est un magazine à la personnalité très marquée, et c'est pourquoi *Le Tigre* a pris le parti de ne pas faire ce que d'autres font déjà très bien:

— *Le Tigre* ne fait pas de recension de l'actualité culturelle (livres, films, disques, etc). En revanche, *Le Tigre* fourmille de créations d'auteurs contemporains (pages graphiques et dessins, photographies sans contrainte d'actualité, etc.)

— *Le Tigre* est un journal critique, mordant à l'occasion, mais qui préfère l'ironie à la diatribe, n'est jamais défaitiste, et ne se revendique délibérément d'aucune mouvance politique. *Le Tigre* a l'ambition de faire réfléchir et non de dire ce qu'il faut penser.

Dans *Le Tigre*, on trouve de longs reportages à la première personne, contrepoint salutaire à la rapidité de l'information quotidienne, de la création, des chroniques... Depuis, ce positionnement a fait des émules: l'exemple de *XXI* aux éditions des Arènes et le projet à venir de Florence Aubenas et Jean Hatzfeld en témoignent. *Le Tigre* se sent moins seul, et c'est tant mieux.

Il continue d'autant plus à défendre sa spécificité: être vendu en kiosques en plus de l'être en librairies. Et puis *Le Tigre* a une patte très personnelle qui ne se retrouve nulle part ailleurs: son graphisme élégant, son intérêt pour la géopolitique, ses chroniques qui démontent les stratégies marketing des annonceurs, et les mille et une curiosités disséminées ici et là (l'Incroyable Almanach, les fausses publicités pompidoliennes...) qui font tout le charme de ses rayures.

{ bonds & rebonds du Tigre }

2006_ apparition d'un Tigre dans la presse française

Le Tigre est né en mars 2006: sous-titré «*hebdomadaire curieux*», l'animal paraît tous les vendredis en kiosques, dans toute la France. De mars à août 2006, seize numéros paraissent. Imprimé sur papier journal, *Le Tigre* porte en germe sa forme actuelle: un graphisme osé, l'absence de publicité, l'éclectisme — à quoi s'ajoute un principe abandonné depuis: l'usage obligatoire des pseudonymes. Le temps de se faire connaître par bouche-à-oreille, les coûts d'impression sont bientôt jugés intenable: *Le Tigre* s'arrête. Mais le rythme rédactionnel, qui pouvait sembler aberrant pour une si petite structure, a été tenu, de même que les collaborations: plus d'une centaine de personnes (auteurs, dessinateurs, photographes, universitaires), ont fait vivre ce premier *Tigre*, qui existe aujourd'hui sous forme d'un recueil de 450 pages.

2007_ réapparition

Le Tigre redémarre en avril 2007 sous forme mensuelle. *Le Tigre* prend alors l'aspect d'un magazine de 80 pages sans publicité. Chaque jour, le journal publie en outre des «griffes», brèves et rebonds sur l'actualité publiés sur le site et envoyés par courrier électronique aux abonnés. *Le Tigre* inaugure à cette occasion une double diffusion nationale, en kiosques et en librairies. Les volumes I à VII (numérotés 17 à 23 en kiosques) paraissent d'avril 2007 à février 2008.

2008_ la nouvelle allure du Tigre

Après ces 1128 premières pages, *Le Tigre* ressort en mars 2008, fort d'un constat: l'aventure rédactionnelle a fonctionné au-delà des espérances. *Le Tigre* décide de prendre son temps et d'avoir l'air moins farouche: désormais bimestriel, *Le Tigre* prend du ventre et des couleurs.



photo Sarah Bouillaud

0003_ anecdotes tigrisques

Le 1^{er} avril 2006, la rédaction du *Tigre*, soucieuse de respecter la tradition, publie un canular: dans une lettre aux lecteurs, elle expliquait avoir été contactée par la société Esso, laquelle, voulant «*mettre de l'essence dans l'existence*» de ses acheteurs, proposait un juteux partenariat: vente du journal dans les stations-service, etc. *Le Tigre* croyait inoffensive cette blague de potache. Mal lui en prit! Dégoûtés qu'un journal «indépendant et sans publicité» tourne aussi vite casaque, la moitié du lectorat s'enfuit... Les ventes divisées par deux, *Le Tigre* eût beau proclamer sur tous les toits que c'était un poisson, il était trop tard...

Dans sa version hebdomadaire, *Le Tigre* était entièrement signé de pseudonymes... il fallut convaincre les photographes, les universitaires de renom, les écrivains et les dessinateurs d'abandonner leur ego, et ce dans le but louable de renouer avec une tradition de la presse qui veut que ce soit ce qui est dit (ou dessiné) qui est important, pas celui qui le fait. Bien sûr, ce principe ne facilita pas la promotion de l'animal... Il reste de cette époque, accolés à la signature de chacun, les masques de l'Opéra de Pékin. Chaque petit masque correspond à un collaborateur. Certains ont néanmoins choisi de garder leur pseudonyme. Parmi eux, un célèbre auteur de bande dessinée signe sous le nom d'*Euxin* un feuilleton. Saurez-vous le reconnaître?

{ nouvelle allure du Tigre }

Ce qui demeure

Les principes éditoriaux: l'absence de pub, l'absence de recension de l'actualité culturelle.

La Charte du journal est consultable sur le site.

Les rubriques habituelles:

au sommaire de ce n°8 du Tigre:

ACTUALITÉS	<i>reportage</i> <i>reportage</i> <i>brèves d'actualité</i>	Bref séjour au Salon des voyages de luxe Paris-Rijeka: 24 heures en bus par Éric Chevillard
INTERNATIONAL	<i>reportage photo</i> <i>photo</i> <i>chroniques</i>	Le lac Baïkal Le mur-frontière Mexique-États-Unis La vie d'un employé de l'ONU en Irak
PAROLES	<i>portrait</i> <i>témoignage</i>	Portrait d'un ambulancier «l'Aamour»
SOMMATION	<i>décryptage de pub</i>	Gorbatchev et Louis Vuitton Le marketing de l'Institut Curie Marcel Desailly écoute le foot à la télé!
TIGRERIES	<i>feuilleton</i> <i>chroniques</i>	feuilleton en bande dessinée critique littéraire, histoire de la presse...

Ce qui change

Une plus grande facilité de lecture: une impression de meilleure qualité, une typo agrandie, des pages couleurs, une mise en page plus aérée, bref un esprit plus «magazine» qui conserve néanmoins au *Tigre* sa singularité. Entre les articles denses, des pages de respiration sont ménagées. De nouvelles rubriques apparaissent:

ACTUALITÉS	le dossier	Les dérives de la politique de santé publique en France: une critique du bien-fondé des messages sanitaires <i>fumer tue, mangez 5 fruits et légumes...</i>
	<i>les carnets secrets</i>	Dessins refusés par la presse de Killoffer dessinateur pour <i>La Vie</i> et <i>Libération</i>
	<i>l'impubliable</i>	Ce numéro-ci, un livre pour enfant des années 1930: « <i>Comment Fou-Ki-Ri et Bamboula sont devenus chrétiens</i> »
TIGRERIES	L'incroyable Almanach	8 pages illustrées pleines de savoirs utiles et futiles: la vie secrète de Nerval, comment marche un frisbee, quelques perroquets célèbres, les vers de terre...
	<i>l'énigme</i>	Une vraie énigme policière à résoudre!

{ dans le ventre d'un Tigre }

La séquence Actualités

Le Tigre s'ouvre sur des brèves d'actualité rédigées par des écrivains et des doubles-pages de photographies. Puis vient le dossier du *Tigre*, 12 pages comprenant un pamphlet et plusieurs articles de fond. S'ensuivent de longs reportages où le journaliste écrit à la première personne, acceptant sa propre subjectivité. D'autres rubriques émaillent la séquence: l'explication d'une théorie économique, les coulisses de l'écriture d'un article wikipédia, le tout agrémenté de réjouissantes fausses publicités...



La séquence International

Le Tigre accorde une importance particulière au traitement de l'actualité géopolitique. Depuis son n°1, le journal retrace l'histoire des pays situés sur la route du Voyage de Marco Polo: parti de Slovénie, on en est arrivé en Irak, où l'on s'attarde depuis quelques numéros, *via* le récit édifiant de la vie d'un employé de l'ONU à Bagdad — une autre façon d'appréhender le décompte des morts de la guerre. Cette séquence propose également un long reportage photographique invitant à la rêverie.



La séquence Sommaton

Contrepied des habituelles séquences « conso » des journaux, c'est ici que l'on trouvera des décryptages insolents des publicités actuelles, le coup de téléphone d'Arenaud Poun prenant les services clients des entreprises à leur propre piège, et des vieilles pubs qui font mieux réfléchir que de longs discours...



La séquence Paroles

La séquence des témoignages: un anonyme raconte longuement son métier, trois individus sont filmés lorsqu'ils choisissent un mot et décrivent leur conception de l'amour. Enfin, une série d'articles sur les murs peints du monde entier (ont déjà été évoqués Santiago du Chili, l'Irlande du Nord, la Sardaigne...)

La séquence Tigrieries

C'est la partie la plus loufoque et extravagante du Tigre: vous y trouverez pêle-mêle des jeux, une énigme policière, un feuilleton en bande dessinée, de la critique littéraire en aveugle, des chroniques fantaisistes sur l'actualité dont un roman-photo érotico-politique...



Et, bien sûr, dans un cahier spécial sur papier bouffant, tout le savoir utile, futile et agréable, dans l'Incroyable Almanach aux incroyables illustrations et à l'incroyable folie graphique.



{ *les brigades du Tigre* }

Les responsables

Direction de la publication

RAPHAËL MELTZ né en 1975, est écrivain. Il a publié deux romans aux éditions Panama. Il est également scénariste pour le cinéma. Il a co-écrit avec le dessinateur Nicolas de Crécy l'adaptation d'un long-métrage d'animation (*L'Orgue de Barbarie*, Futuropolis). Avec Lætitia Bianchi, il a créé en 2000 la revue «alphabétique» *R de réel*.

Rédaction en chef & direction artistique

LÆTITIA BIANCHI née en 1976, est auteur et graphiste. Elle a publié un roman aux éditions Verticales, un livre de dessin aux Éditions électriques (*Le Livre des Serpents et des Échelles*) et une traduction de *Lysistrata* d'Aristophane. Avec Raphaël Meltz, elle a conçu la revue *R de réel*, dont elle a réalisé le graphisme et dirigé la rédaction du volume A au volume Z (cf. www.rdereel.org).

Promotion et diffusion

HÉLÈNE RICHARD née en 1978, outre pour *Le Tigre*, travaille pour *Flblbl*, une structure d'édition de bande dessinée indépendante, et diverses associations.

Secrétariat de la rédaction

AURÉLIE DELAFON, née en 1970, a travaillé dans une grande agence de communication avant de se tourner vers *Le Tigre*. Elle est en outre correctrice dans l'édition littéraire.

Informatique

ANTOINE PITROU né en 1976, est l'un des programmeurs de Spip.

LA COMMUNAUTÉ DU LOGICIEL LIBRE Prouesse technique ou simple décision de bon sens, *Le Tigre* est le premier magazine à diffusion nationale réalisé entièrement avec des logiciels libres (Scribus pour la PAO, Spip, OpenOffice...).

Les actionnaires

Le magazine *Le Tigre* est publié par une SARL de presse au capital de 38 500 euros, constituée de 38 actionnaires:

- 51% des parts de la société appartient aux fondateurs du *Tigre*, Lætitia Bianchi et Raphaël Meltz, sous forme d'apport en industrie, et à ce titre non cessibles.
- 35 actionnaires individuels, représentant chacun entre 1 et 4% des parts.
- une CIGALE (structure d'investissement solidaire) représentant 2,5% des parts.

La liste complète des actionnaires est disponible sur www.le-tigre.net/La-charte-du-Tigre.html

{ ils font le Tigre }

Les collaborateurs

Depuis sa création en 2006, *Le Tigre* a rassemblé dans ses pages une centaine de collaborateurs. Parmi ceux-ci, des écrivains, des photographes, des dessinateurs, mais aussi des journalistes, des universitaires, des graphistes... *Le Tigre* aborde l'actualité et l'inactuel de manière éclectique. La création la plus loufoque y côtoie les textes les plus sérieux.

On a notamment pu admirer dans les numéros passés du *Tigre*...

... quelques grands noms de la bande dessinée indépendante (KILLOFFER, NICOLAS DE CRÉCY, MORVANDIAU, SERGIO AQUINDO, ISABELLE BOINOT...), de très nombreux photographes (LOÏC VIZZINI, PATRICK DEVRESSE, YVES ROUSSELET, JULIEN LE GUEZENNEC, MARTIAL ROSSIGNOL, SARAH BOUILLAUD, LE COLLECTIF OBTURATEUR CENTRAL...), des écrivains et journalistes (PIERRE SENGES, ERIC CHEVILLARD, BENOÎT VIROT, LÆTITIA BIANCHI, RAPHAËL MELTZ, PACÔME THIELLEMENT, M. VANDERMEULEN...), des universitaires (MICHEL SIVIGNON, DAVID BEAUSOLEIL, BENOÎT LENOBLE, LE LABORATOIRE SUR LES ÉCRITS ET PEINTURES MURALES DE L'EHESS (DIR. BÉATRICE FRAENKEL), MARIA GARCIA-CASTRO, ...), des graphistes (EMMANUEL POLANCO, MATTHIEU CORTAT, L'HIPPOTABLE)...

Au sommaire du numéro 8

dessinateurs

Killoffer (*carnets secrets*), Nicolas de Crécy (*illustration de l'énigme*), Sergio Aquino (*rébus*)

photographes

Loïc Vizzini (*reportage au lac Baïkal*), Sarah Bouillaud, Frédérique Barré (*sténopés*)

graphistes

Paul Martin (*énigme*), Emmanuel Polanco (*jeu de tarot*), L'Hippopotable (*fausses publicités*)

écrivains

Éric Chevillard (*brèves*), Benoît Virot (*reportage*), Raphaël Meltz (*brèves*), Laëtitia Bianchi (*dossier, reportage*), José Œil-de-boeuf (*marketing disent-ils*)

chroniqueurs

Jean-Benoît Dujol (*théorie*), Pacôme Thiellement (*year of the Rat*), Cécile Mille (*l'Aamour*), Hélène Briscoe (*portrait*), Renaud Poun (*allô conso*), Jack Mc Donnel (*je lègue mon corps à la France*), etc.

et aussi...

... des citations de Jules Romains et de Nerval, une peinture d'Annibale Carracci, un camembert du xx^e siècle, des aquarelles d'oiseaux des grands naturalistes xviii^e siècle, et bien sûr des publicités, quelques publicités... mais fausses, et des années 1950!

{ où trouver le Tigre ? }

Sortie du **volume 8** (mars-avril 2008) le **07 mars** en kiosques & librairies.

104 pages (couleur, noir & blanc) sans publicité.

Format 20x28 cm, dos carré collé, couverture rayée couleur *vert perroquet*.

Abonnement d'un an (6 numéros): 35 €

Prix de vente au numéro: 6,80 €

Diffusion kiosques et librairies (France, Suisse, Belgique)

— EN FRANCE

Dans les kiosques et maisons de la presse: distribution nationale N.M.P.P.

Dans les librairies et grandes surfaces culturelles: Le Comptoir des indépendants

(TÉL: 01 56 93 45 10 | FAX: 01 56 93 45)

— EN BELGIQUE

En librairies, diffusion Le Comptoir des Indépendants, distribution Pinceel Stripverspreiding

(TÉL: 0032- 16 89 39 28 | info@pinceel.be)

— EN SUISSE

En Suisse : en librairies, diffusion Le Comptoir des indépendants, distribution Servidis

(95 10 | F: + 41 22 776 35 27 | admin@servidis.ch)

— DANS LE RESTE DU MONDE

Par abonnement (www.le-tigre.net)

Site internet du journal

Le site www.le-tigre.net présente les archives du *Tigre* ainsi que des vidéos ou des enregistrements audio en complément de certains articles. Possibilité d'achat du numéro en cours sous forme électronique. L'accès à tous les articles archivés des numéros précédents est gratuit.

Licence libre

Une partie du contenu du Tigre est sous «Creative Commons» : au lieu d'un copyright traditionnel, il s'agit d'une licence permettant de rediffuser le contenu sous toutes formes, à condition que la provenance soit indiquée, et uniquement sous forme non-commerciale (licence CC-BY-NC). Ce copyleft permet notamment aux bibliothèques, enseignants, associations, etc. de diffuser librement le contenu du *Tigre*.

Rencontres

Différents rendez-vous ont lieu dans des cafés, librairies galeries, festivals...

Ces rencontres sont recensées dans la rubrique AGENDA du site du journal.

PROCHAINS RENDEZ-VOUS:

— 29 février 2008: **rencontre à Montpellier** avec L.Bianchi à la galerie ETC, cf. www.etcgalerie.com

— 6 mars 2008 à partir de 18h30: **rencontre à Paris** pour la sortie du volume huit, au Lieu-Dit, 6 rue Sorbier, 75020 Paris.

— **Salon du Livre de Paris** (stand Île-de-France, G.65) du 14 au 19 mars.

.....

contacts

SIÈGE SOCIAL ET RÉDACTION Le Tigre 122 rue Danielle Casanova 93300 Aubervilliers SITE www.le-tigre.net

RÉDACTION **Raphaël Meltz** tigre@le-tigre.net **01 48 33 55 20**

CONTACT PRESSE **Hélène Richard** rayures@le-tigre.net **06 71 72 41 78**