

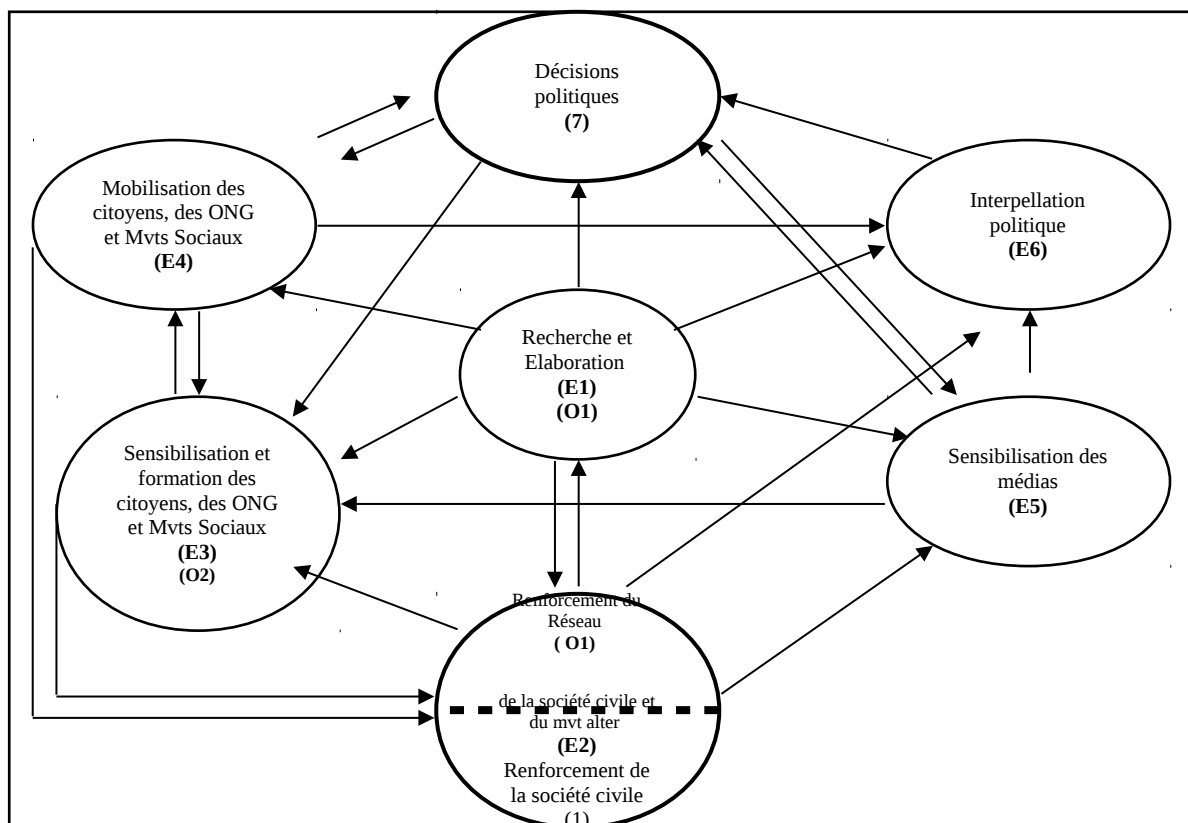
Rapport d'évaluation
de la revue trimestrielle du CADTM,
Les Autres voix de la planète.
juillet 2009-décembre 2012

Yannick BOVY,
décembre 2012

Introduction

Cette étude a pour objectif d'évaluer le travail réalisé par le CADTM autour de sa revue trimestrielle *Les Autres voix de la planète* (AVP). Elle porte sur 14 numéros parus entre juillet 2009 et décembre 2012 (du n°43 au n°56) et fait suite à l'évaluation réalisée par Yannick Bovy en mai 2009 portant sur les numéros parus entre janvier 2008 et avril 2009 (du n°37 au n°42).

Comme en témoigne le cercle vertueux général du CADTM (voir ci-dessous), la politique de recherche, d'élaboration et de diffusion des analyses produites, à laquelle les AVP participent, irrigue l'ensemble du reste du travail de l'organisation à destination de différents publics (citoyens, société civile, médias, décideurs). En lien étroit avec son cercle vertueux, le programme élaboré par le CADTM pour la période 2011-2013¹ fournit des éléments plus précis quant aux fonctions que la revue est censée remplir et à ses publics cibles.



Le trimestriel est un des supports développés par le CADTM afin de diffuser ses analyses (livres/brochures/revue, bulletin électronique, diaporama, vidéo, audio, site internet) dont l'organisation entend maintenir la diversité (indicateur 3 du résultat 1 de l'Objectif spécifique 1²). Dans son programme 2011-2013, le trimestriel, au même titre que les autres publications, fait partie

1 La revue, au même titre que les autres publications, fait partie du « volet Nord » pour lequel le CADTM Belgique bénéficie de subsides de la Direction générale de la coopération au développement (DGD). Le programme est accessible sur le site du CADTM à l'adresse <http://cadtm.org/Rapports-et-Plans-d-action-2011>

2 L'objectif spécifique 1 énonce trois résultats : « Résultat 1 : Un nombre plus important de citoyens francophones résidant en Belgique est sensibilisé au problème de la dette du tiers-monde », « Résultat 2 : Les citoyens francophones résidant en Belgique ont accès à des stages de formation sur la dette du tiers-monde », « Résultat 3 : Les deux grands quotidiens (*Le Soir* et *La Libre Belgique*), la presse associative et la presse syndicale belges francophones diffusent les analyses et les activités auxquelles prend part le réseau CADTM ».

de l'Objectif spécifique (OS) 1 : « Les citoyens francophones résidant en Belgique informés des activités du CADTM Belgique se mobilisent pour l'annulation de la dette du tiers-monde ». L'objectif de mobilisation citoyenne est directement lié à la stratégie générale de l'association matérialisée à l'étape 4 de son cercle vertueux. Le trimestriel concourt à l'atteinte du Résultat 1 de cet OS 1 : « Un nombre plus important de citoyens francophones résidant en Belgique est sensibilisé au problème de la dette du tiers-monde ». La sensibilisation envers le secteur ONG, les mouvements sociaux et les citoyens correspond à l'étape 3 du cercle vertueux.

Notons que le travail réalisé par le CADTM Belgique pour la diffusion de ses productions contribue également à atteindre le résultat 2 de l'OS 2 : « Le mouvement altermondialiste, aux niveaux européen et international, a accès à l'argumentaire développé par le réseau CADTM pour l'abolition de la dette du tiers-monde », qui renvoie à l'étape 2 du cercle vertueux (« Renforcement du mouvement altermondialiste et consolidation du réseau CADTM »). C'est le cas de la revue, dont le rayonnement dépasse la Belgique francophone. En effet, le trimestriel est envoyé à de nombreux partenaires et membres du réseau international, notamment au Sud, leur permettant de découvrir, suivre et s'appropriier le travail du CADTM.

Ainsi, la revue est un des supports de diffusion de la position et des analyses du CADTM qui concourt à sensibiliser les citoyens, ONG et mouvements sociaux. C'est notre postulat de départ afin d'apprécier l'évolution de ce support, la manière dont il est conçu, géré et valorisé. Nous nous attacherons à mettre en évidence les évolutions et changements relatifs à la publication du trimestriel depuis la précédente évaluation (mai 2009) et la manière dont ont été prises en compte ses recommandations.

Les données analysées dans cette étude proviennent des plans d'actions du CADTM, des différents numéros de la revue³ et des courriers l'accompagnant, des fichiers des abonnés et autres documents de gestion, du site internet, d'entretiens avec les membres permanents du CADTM, ainsi que de l'évaluation réalisée en mai 2009.

3 Les différents numéros du trimestriel sont accessibles en ligne à l'adresse <http://cadtm.org/Revue-Les-autres-voix-de-la>

1. Objectif du trimestriel dans la stratégie globale de l'organisation

Il convient d'apprécier dans quelle mesure le trimestriel s'inscrit dans la méthodologie générale décrite dans le programme 2011-2013 en vue de l'atteinte du Résultat 1 de l'Objectif spécifique 1 : « Un nombre plus important de citoyens francophones résidant en Belgique est sensibilisé au problème de la dette du tiers-monde ». On peut relever que la revue concourt à l'atteinte de ce Résultat 1 par plusieurs biais :

Modalités d'abonnement / Diffusion

Conscient du rôle important que jouent ses publications dans la mobilisation citoyenne, le CADTM Belgique veille à les rendre accessibles à tous en pratiquant des prix réduits et/ou différenciés en fonction de la situation financière des personnes, et en mettant la majorité de ses productions accessibles gratuitement sur son site internet. Le trimestriel est au cœur de cette stratégie :

- d'une part, pour contourner le frein que peut constituer le coût de l'abonnement, un tarif préférentiel est prévu pour les petits revenus. Le paiement par ordre permanent est également valorisé par le CADTM Belgique⁴ : en effet, cette modalité permet d'étaler le coût de l'abonnement sur l'ensemble de l'année. En outre, l'abonnement au trimestriel constitue un abonnement aux autres publications du CADTM : en plus des 4 numéros annuels des *Autres voix de la planète*, les abonnés reçoivent chaque trimestre une autre publication du CADTM, qu'il s'agisse de livres, de DVD, de BD ou de brochures⁵. C'est une spécificité qui rend ses différentes publications accessibles à un large public et qui distingue le CADTM des autres organisations éditant des périodiques ou des ouvrages, et que le CADTM a tout intérêt à préserver ;
- d'autre part, les différents numéros de la revue sont accessibles et téléchargeables gratuitement sur le site internet de l'organisation ;
- enfin, en dehors de l'envoi trimestriel, la revue est présentée, aux côtés des autres publications produites par le CADTM, dans les stands, tables de presse, lors des activités organisées par l'association ou auxquelles le CADTM participe. Elle y est généralement donnée, notamment aux personnes achetant d'autres publications ou qui se montrent désireuses de mieux connaître le CADTM. Elle est plus rarement vendue. A Liège principalement, où siège l'association, la revue est déposée dans une série de lieux associatifs et culturels (librairie Barricade, asbl Aquilone, cinémas Les Grignoux, Médiathèque, asbl Article 23, etc.) afin d'élargir le public touché. Comme nous le relevions dans l'évaluation précédente (2009), « *dans l'approche de nouveaux publics, lorsqu'elle est donnée, vendue ou envoyée ponctuellement, la revue est un moyen de faire connaître le CADTM, et de rendre visible son travail, en donnant un aperçu général de son champ d'action et de recherche. Elle constitue en quelque sorte une 'carte de visite' de l'organisation* ».

Tendre vers un support représentatif, didactique et attractif

Conscients que le préalable à toute mobilisation est la sensibilisation, les membres du CADTM

4 A chaque envoi aux destinataires belges, qu'ils soient abonnés ou non, un formulaire d'ordre permanent est inclus.

5 Pour les numéros étudiés, les publications accompagnant la revue étaient : la brochure *Un fonds vautour peut en cacher un autre*, le livre *La crise, quelles crises ?*, le livre *Un coup d'œil dans le rétroviseur, l'idéologie néolibérale des origines jusqu'à aujourd'hui*, la BD *Le système dette, tome 2 : Kinshasa*, le DVD *La fin de la pauvreté ?*, le livre *Haïti : entre colonisation, dette et domination*, le livre *La Dette ou la Vie*, le Coffret CD+DVD *Kel Dette ?*, le DVD *Le Salaire de la dette*, le livre *AAA. Audit Annulation Autre politique*, le livre *Et si on arrêta de payer ? Dix questions dix réponses sur la dette publique belge et les alternatives à l'austérité* et DVD *Catastroïka*, la brochure *Les chiffres de la dette 2012*.

veillent à publier des analyses claires et didactiques afin qu'elles rencontrent un écho parmi les citoyen-ne-s, les mouvements sociaux et ONG, qu'ils/elles aient ou non participé à une formation préalable, qu'ils/elles soient ou non familiers avec les thèmes abordés, pour améliorer leurs connaissances, leur analyse critique, et susciter un élan réfléchi vers la mobilisation et l'action. Les changements et améliorations apportés au trimestriel, en termes de contenus et de qualité visuelle, témoignent de la volonté de tendre vers un support plus varié, didactique, attractif (en diversifiant les types de contenus, en veillant à aérer la mise en page, etc.), afin de mieux rencontrer les attentes des différents publics-cibles. Cet aspect est développé au **point 6**.

La revue apporte également un appui aux autres activités de l'association, en promouvant les autres publications du CADTM, en permettant d'annoncer certaines activités à venir (conférences, stages de formations, etc.) ou en valorisant des activités passées via la publication de comptes-rendus et articles. Cette valorisation du travail du CADTM se fait dans la revue elle-même, dans les courriers qui l'accompagnent⁶ et via différents feuillets ad hoc (flyers, plaquettes de présentations, etc.).

Au regard de ces éléments, le trimestriel participe à la sensibilisation des citoyens, ONG et mouvements sociaux dans une démarche, une dynamique et une temporalité qui se veulent complémentaires aux autres supports (livres, bulletins électroniques, vidéos, audios, site internet) et activités. La diversification des supports de diffusion est certainement un moyen d'atteindre et de sensibiliser un public plus large.

2. Responsabilités liées à la revue

Les différentes responsabilités liées à la revue sont définies et détaillées dans l'évaluation précédente. S'y reporter afin de mieux apprécier ce que recouvre chaque aspect.

Dans l'évaluation précédente, nous distinguons deux grandes responsabilités à charge de l'équipe du CADTM dans la publication des *Autres voix de la planète*. La première est le travail éditorial qu'elle nécessite, la deuxième concerne la diffusion et la promotion de la revue. Depuis janvier 2012, la responsabilité de ces deux tâches précédemment portées par deux personnes incombe à une seule personne. Au vu de la petite taille de l'équipe et des nombreuses autres activités menées par ailleurs, le temps et l'énergie impartis à la promotion de la revue peinent à être dégagés. Des pistes de promotion envisagées dans l'évaluation précédente restent à envisager/concrétiser (voir **point 5**).

La réalisation de la maquette du trimestriel, 3ème responsabilité entourant sa publication, était confiée à une personne extérieure à l'équipe depuis le 4ème trimestre 2006. Nous mentionnions dans l'évaluation précédente : « *l'équipe devrait envisager de confier le maquetage à une personne de l'équipe permanente du CADTM, comme cela a déjà été le cas dans le passé, afin de réduire au maximum le délai et de pouvoir modeler le sommaire au plus près de l'envoi. Cette solution présenterait également l'avantage de faciliter la communication entre la/les personne(s) coordonnant la revue et la personne réalisant la maquette, et de pouvoir gérer au mieux les problèmes pouvant se présenter* ». Suite à ces recommandations et fort des compétences disponibles en interne, le CADTM a confié la maquette à un membre de l'équipe permanente depuis le 4ème numéro de 2009. Ce fonctionnement a rencontré les effets escomptés :

- les délais de réalisation de la maquette sont réduits (passant deux/trois semaines à six à dix jours), ce qui permet de disposer de plus de temps pour l'élaboration d'un numéro, de bénéficier de davantage de flexibilité pour intégrer des sujets qui émergent au fil de

⁶ Le courrier envoyé systématiquement aux personnes recevant la revue, abonnées ou non, présente la publication associée à chaque numéro et présente sommairement les activités passées et à venir. La lettre envoyée aux abonnés arrivant en fin d'abonnement présente les prochaines publications pour les inciter à se réabonner.

- l'actualité et sur lesquels le CADTM souhaite apporter son point de vue,
- ce fonctionnement permet une meilleure communication entre la coordinatrice et le concepteur graphique. Des échanges réguliers permettent des améliorations notables.

2. Evolution du nombre d'envois et du nombre d'abonnés

Au total entre 1100 et 1300 exemplaires de la revue sont diffusés chaque trimestre, abonnement et hors abonnement. La revue est envoyée :

- aux abonnés,
- à des « contacts privilégiés » (individus, journalistes ou organisations) auxquels le CADTM souhaite faire parvenir son trimestriel, accompagné d'une autre publication de l'organisation,
- aux personnes qui ont pris contact avec le CADTM dans la période précédant l'envoi, par différents biais (conférences, commandes de livres, etc.) ou à certaines personnes ou organisations à qui le CADTM souhaite faire parvenir sa revue.

« Contacts privilégiés » : les « contacts presse »

La précédente évaluation soulevait que « *la stratégie concernant l'envoi de la revue aux contacts presse manque de clarté*⁷. Le CADTM devrait préciser cette stratégie et la replacer dans le cadre général de sa stratégie vis-à-vis des médias (...) Il faudrait mieux définir les objectifs visés par ces envois (...) pour voir si l'envoi de la revue, avec ou sans autre publication, permet d'atteindre ces objectifs ou s'ils le sont déjà ou peuvent l'être par d'autres biais (Internet, contacts directs ciblés) ». Le CADTM a reconsidéré cette liste d'envoi à la presse (le nombre de « contacts presse » en Belgique passant de 45 à 11 en septembre 2010) à la lumière de sa stratégie générale, des publics cibles du trimestriel et de sa stratégie spécifique à l'égard des médias (qui consiste en des contacts directs ciblés dans le cadre de la promotion d'un ouvrage, de la proposition d'une tribune, de la promotion ou de l'invitation à un événement, etc.), le travail développé à l'égard des médias étant mieux à même de concourir à une meilleure diffusion des analyses, activités et revendications de l'organisation.

Les non abonnés

Le nombre de non abonnés est variable, puisqu'il comprend les « envois ponctuels » dont le nombre dépend de nombreux facteurs : nombre d'activités, affluence aux activités, succès des nouvelles publications, etc. (voir Tableau 1).

D'après les données disponibles dans les fichiers, les taux de retour de ces envois ponctuels sont moyens. En Belgique, suite aux envois ponctuels des numéros 43 à 56 consignés dans le fichier (3391 envois), 56 personnes se sont abonnées, soit un retour d'environ 1,5% (équivalent au taux observé sur la précédente période d'évaluation). Ce retour est moyen pour un mailing que l'on peut considérer comme ciblé. En marketing, les taux de retour de mailings de 3 à 5% sont considérés comme bons, les taux de 0,5 à 1% comme moyens et les taux inférieurs à 0,5% comme mauvais⁸.

7 Comme mentionné dans l'évaluation précédente, la liste des « contacts presse » belges et internationaux a été principalement alimentée par des membres du CADTM qui ont des contacts privilégiés et/ou réguliers avec la presse, essentiellement Éric Toussaint, Renaud Vivien (CADTM Belgique) et Damien Millet (CADTM France) qui sont les auteurs de plusieurs ouvrages ou dont les tribunes sont régulièrement relayées. Parmi ces contacts, certains reçoivent chaque numéro du trimestriel, d'autres reçoivent également les autres publications l'accompagnant. Cette différenciation s'est faite au cas par cas en fonction des relations plus ou moins privilégiées avec certains médias, de l'importance et de l'audience de ces médias, de la proximité des lignes éditoriales.

8 Voir par exemple <http://www.conseilsmarketing.fr/mailings/100-bons-conseils-pour-ecrire-un-mailing-part-5-2>

Vu le faible taux de retour, et du fait que les raisons de l'envoi ne sont pas toujours renseignées dans les fichiers, il est difficile d'évaluer quels types d'envois ponctuels (ceux réalisés auprès de personnes ayant assisté aux formations, ayant commandé des publications, etc.) obtiennent les meilleurs résultats. Il est donc difficile de tirer des conclusions, sauf à souligner que l'association doit rester attentive à recueillir des nouveaux contacts lors des différentes occasions. En effet, l'avantage de ce « mailing » est qu'il bénéficie de la tarification avantageuse concédée aux périodiques ; de plus, s'il ne donne pas lieu à des abonnements, il permet au moins d'annoncer les activités du CADTM.

Tableau 1: Nombre d'abonnés et de non abonnés ayant reçu la revue entre janvier 2008 et décembre 2012 (la période d'étude de la présente évaluation est surlignée au jaune)

Numéro AVP	non abonnés belges	non abonnés internationaux	total non abonnés	abonnés belges	abonnés internationaux	total abonnés	évolution abonnés
37 – janv 08	256	224	480	179	218	397	baisse de 1
38 – avril 08	331	214	545	176	188	364	baisse de 33
39 – juillet 08	328	260	588	179	188	367	hausse de 3
40 – oct 08	220	231	451	183	183	366	baisse de 1
41 – janv 09	282	200	482	188	173	361	baisse de 5
42 – avril 09	318	216	534	187	182	369	hausse de 8
43 – juillet 09	291	238	529	172	173	345	baisse de 24
44 – oct 09	340	202	542	163	169	332	baisse de 13
45 – janv 10	280	211	491	171	177	348	hausse de 16
46 – avril 10	241	204	445	189	180	369	hausse de 21
47 – juillet 10	423	219	642	204	192	396	hausse de 27
48 – oct 10	199	183	382	213	195	408	hausse de 12
49 – janv 11	92	160	240	213	173	386	baisse de 22
50 – avril 11	180	147	327	203	176	379	baisse de 7
51 – juillet 11	108	185	293	206	166	372	baisse de 7
52 – oct 11	107	136	243	201	170	369	baisse de 3
53 – janv 12	122	183	305	194	185	379	hausse de 10
54 – avril 12	155	151	306	198	199	391	hausse de 12
55 – juillet 12	140	111	251	193	210	403	hausse de 12
56 – oct 12	170	123	293	201	219	420	hausse de 17

Les abonnés

Dans le plan d'action 2009 du CADTM (p.49), une légère baisse du nombre d'abonnés avait été relevée depuis le début de l'année 2007 et expliquée par « *la crise que traverse la presse écrite en général. Un autre facteur explicatif possible est la diminution du pouvoir d'achat des citoyens belges en particulier, étrangers en général* ». Cette crise de la presse écrite continue et elle est désormais conjuguée à une crise économique générale qui affecte certainement le pouvoir d'achat des citoyens en Belgique et à l'étranger. En dépit de ces facteurs, la période évaluée témoigne d'une évolution positive du nombre d'abonnés.

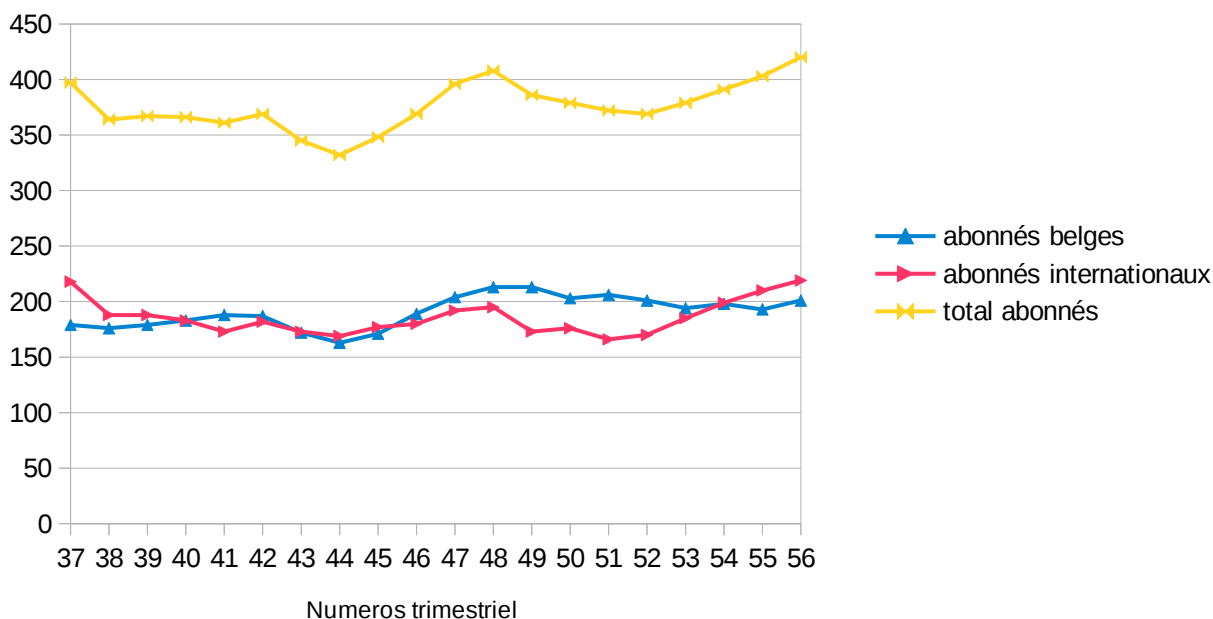
Entre le numéro de juillet 2009 et celui d'octobre 2012, les abonnements en Belgique passent de 172 à 201 (+ 29 abonnés) et de 173 à 219 à l'international (+ 46 abonnés). En 2010, l'évolution à la

hausse est notable, avec 76 nouveaux abonnés, particulièrement en Belgique avec 42 nouveaux abonnés. Après une année de hausse constante, l'année 2011 est à l'inverse marquée par une baisse continue : entre le dernier numéro de l'année 2010 et le numéro d'octobre 2011, on constate une baisse de 37 abonnés, légère en Belgique (- 12 abonnements), plus marquée à l'international (- 25). En revanche, un cycle de hausse marque l'année 2012. En dépit d'une baisse en 2011, la période évaluée est marquée par une augmentation du nombre d'abonnés.

Si une période plus longue permettrait de mieux apprécier ces tendances, on peut cependant relever que cette évolution est particulièrement notable en Belgique. Si l'on observe la période janvier 2008-octobre 2012, le nombre d'abonnements en Belgique a connu une hausse notable (de 179 à 201 (hausse de 10,5 %) tandis que les abonnements à l'international, marqués par des périodes de hausse et de baisse, regagnent en octobre 2012, avec 219 abonnés, leur niveau de janvier 2008 (218 abonnés). Sur cette dernière période, le CADTM Belgique a été davantage sollicité pour des activités d'éducation permanente (formations, conférences, etc.), multipliant dès lors les occasions de promotion de ses publications, ce qui a pu contribuer à de nouveaux abonnements.

Maintenir le nombre d'abonnés n'est pas évident à l'heure où la lecture par Internet se généralise aux dépens de la lecture papier, ce à quoi s'ajoute la crise économique qui affecte le pouvoir d'achat des citoyens belges et étrangers. Dans ce contexte, cette tendance à la hausse du nombre d'abonnés est particulièrement à souligner. Rappelons également que le CADTM propose un tarif préférentiel à l'abonnement pour les petits revenus (voir point 1), dont il n'a pas augmenté le coût.

Evolution du nombre d'abonnés entre janvier 2008 (n°37) et décembre 2012 (n°56)



4. Élaboration du trimestriel, structure et qualité visuelle

L'élaboration du trimestriel suppose de conjuguer plusieurs aspects afin de parvenir à un certain équilibre :

- Avoir pour soucis d’inclure l’ensemble des thèmes traités par le CADTM dans les différents numéros et d’équilibrer les thématiques et zones géographiques couvertes dans la revue,
- Avoir pour soucis la présence des auteur-e-s du Sud et des auteur-e-s des organisations partenaires,
- Avoir pour soucis de proposer des contenus variés, adaptés aux publics-cibles,
- Veiller à une mise en page aérée, attractive.

Le travail éditorial et le travail graphique sont, de fait, intimement liés. Internaliser le travail graphique facilite les échanges entre la personne en charge de la coordination et celle en charge de la maquette. Les réflexions communes régulières menées entre ce « binôme », au côté de l’ensemble de l’équipe, ont permis la prise en compte des recommandations issues de l’évaluation précédente et des améliorations sensibles au fil des numéros et des énergies disponibles.

Dans la précédente évaluation, nous relevions que *« la densité de la revue en termes de contenu implique que la mise en page des articles est souvent assez « serrée », rendant la lecture plus difficile. La taille des caractères est parfois diminuée pour ajuster la taille des articles à la place disponible, ce qui diminue la lisibilité. Ce manque d’aération dans la mise en page peut s’expliquer: d’abord par la tendance générale des auteur(e)s à dépasser le nombre de signes indiqué par la coordinatrice ; ensuite par le fait que la maquette soit réalisée par une personne extérieure à l’équipe, ce qui ne facilite pas la mise au point sur certains critères à respecter. Il faut donc veiller à aérer davantage la mise en page »*.

La passation de la maquette en interne à l’association a permis d’avoir davantage de prise sur celle-ci. Elle a suscité une volonté et un enthousiasme renouvelés à s’approprier et à faire évoluer la revue dans ses aspects visuels, afin que celle-ci reflète davantage le dynamisme de l’association. En décembre 2010, l’équipe permanente du CADTM Belgique s’est réunie pour étudier différents projets modifiant sensiblement l’aspect de la première de couverture et pour s’accorder sur la structure des pages intérieures. Dans le soucis de dynamiser et d’aérer la revue, les polices et caractères ont été revus, un cadre type de couleurs a été choisi, etc. Le « binôme » (coordinatrice/maquettiste) a poursuivi ses réflexions sur cette base en ayant, au fil des numéros, le soucis commun d’améliorer le support. Un effort particulier a été fait dans la mise en page des derniers numéros afin de tendre vers plus de lisibilité et d’aération. On peut également noter des améliorations en termes de choix et de diversification des illustrations au fil des 14 numéros considérés (photos, dessins, caricatures, etc.) et de mise en page de celles-ci (photos sur 2 pages, bandeaux horizontaux, etc., qui bousculent la monotonie de la mise en forme classique).

L’évaluation précédente invitait *« la personne en charge de la coordination [à] veiller à la présence plus systématique de chapeaux pour les articles de 2 pages ou plus »*, ces courts textes d’introduction permettant de mieux contextualiser certains articles. Nous soulevions également : *« S’il est compréhensible que la rubrique lecture n’existe pas à chaque numéro, il est regrettable que la rubrique 'bonnes nouvelles' n’ait pas été maintenue dans tous les numéros. En effet, elle permettait de diversifier le type d’articles présents dans la revue, en dehors des analyses et des comptes-rendus, et d’offrir des 'respiration' aux lecteurs par des articles plus courts, et plus factuels »*. Si la rédaction de courts textes d’introduction n’est pas systématique, un effort est entrepris en ce sens. En revanche, le nombre de brèves/d’encadrés est en augmentation dans les numéros considérés⁹, participant d’une part à une amélioration de la qualité visuelle, en marquant

9 n°45 : 2 brèves sous l’intitulé « bonne nouvelle » ; n°46 : 3 brèves sous l’intitulé « bonne nouvelle », 1 brève, une recension en 4ème de couverture ; n°47 : une recension en 4ème de couverture ; n°48 : 1 brève + numéro spécial « XX ans du CADTM » ponctué de courtes interview de membres du réseau ; n°49 : 1 brève sous l’intitulé « bonne nouvelle » ; n°50 : 2 brèves sous l’intitulé « bonne nouvelle » ; n°51 : 4 brèves dont 3 sous l’intitulé « bonne

des « respirations » entre les articles, et d'autre part à une offre de contenus plus variés. La volonté de diversifier le type de contenus est bien présente. Il est important de veiller à poursuivre en ce sens¹⁰.

Tout au long du processus d'élaboration, la coordinatrice est attentive à tous les articles susceptibles d'alimenter le sommaire et aux informations susceptibles de faire l'objet de brèves/d'encadrés¹¹. Le choix des articles figurant dans un numéro est fonction des thèmes prioritaires et transversaux de l'organisation (tels que définis dans les plans d'action), de l'actualité mondiale et de celle du réseau CADTM.

Il convient de souligner la capacité croissante du réseau CADTM à produire sa propre analyse¹². Comme on peut l'apprécier dans le tableau 2, plus des trois-quarts des articles publiés dans le trimestriel sont produits par des membres du CADTM (avec une moyenne de 83,5 % sur la période considérée). Le trimestriel constitue donc indéniablement un support privilégié du champ d'action de l'organisation, de ses thèmes prioritaires et son analyse, qui constitue la majorité de son contenu. Assez logiquement, compte tenu de l'orientation du CADTM, une place d'importance est attribuée au Sud ou à la perspective Nord-Sud au niveau du contenu des articles. La crise globale qui touche de manière violente les pays du Nord a amené le CADTM à prendre comme angle d'attaque la dette du Nord pour sensibiliser au problème de la dette en général et faire le parallèle avec la situation dans le tiers-monde. Peu représentées jusqu'ici, on retrouve dès lors depuis début 2011 davantage d'analyses traitant de la situation en Europe, faisant le lien avec la situation au Sud, dans le trimestriel.

Parmi ces « autres voix de la planète », le CADTM Belgique entend offrir une place aux auteur-e-s du Sud, de son réseau en premier lieu. Si le nombre d'analyses produites par les membres du réseau CADTM en Afrique, Asie et Amérique latine augmente au fil des ans, celui-ci reste inférieur à celles produites par les membres du réseau en Europe, limitant l'éventail de choix éditoriaux¹³. Néanmoins, les articles produits par le réseau Sud sont valorisés de manière significative : ils représentent une moyenne de 26 % du contenu des trimestriels sur la période étudiée (contre 67 % pour les articles issus de membres du CADTM en Europe). Au côté du site internet, la revue constitue un support privilégié du CADTM pour relayer l'expertise de son réseau au Sud.

La volonté du CADTM de prendre en compte la dimension du genre, en promouvant la parité, doit également se traduire par une représentativité importante des auteures dans la revue. Même si la parité hommes-femmes n'est pas atteinte (davantage d'articles émanent d'hommes au sein du réseau CADTM), la représentation des femmes est relativement bonne (35,3 % sur la période précédemment étudiée, du 1er semestre 2008 ou 1er semestre 2009 ; 33,5 % sur cette nouvelle période d'évaluation). Cette considération doit rester présente lors de l'élaboration du sommaire ou

nouvelle » , une recension en 4ème de couverture ; n°52 : 2 brèves dont une sous l'intitulé « bonne nouvelle » ; n°53 : 3 brèves sous l'intitulé « bonne nouvelle », une recension en 4ème de couverture ; n°54 : 4 brèves, une recension ; n°55 : 9 brèves, une recension ; n°56 : 6 brèves.

10 Les différents numéros du trimestriel sont accessibles en ligne à l'adresse

<http://cadtm.org/Revue-Les-autres-voix-de-la>

11 Sur le soucis de diversifier le type d'articles présents dans le trimestriel, nous soulevions dans l'évaluation précédente que « *cela rend le travail de veille plus complexe mais s'il est intégré par les différents membres de l'équipe, qui font tous à leur manière une veille documentaire dans le cadre de leur travail, cette tâche pourrait ne pas demander trop de temps* ». En pratique, les informations qui circulent sur les listes de discussions des membres du CADTM constitue la source principale pour d'éventuelles brèves qui viendront alimenter le numéro à paraître en fonction de l'espace disponible, et au regard des autres articles constituant la revue.

12 Voir, entre autres, les tableaux de bord de l'organisation ainsi que les évaluations de la présence du CADTM dans les grands médias alternatifs portant sur le deuxième semestre 2009 et sur la période 2010-2011-1er semestre 2012.

13 Voir tableaux de bord de l'organisation.

lorsque des commandes d'articles sont faites, pour favoriser au maximum les auteures dans le trimestriel.

Dans le reste de l'espace proposé, le CADTM Belgique valorise des articles de membres d'organisations partenaires (telles que le CNCD, la Marche Mondiale des femmes, d'autres organisations travaillant sur la question de la dette comme Jubilee Debt Campaign UK, Jubilé Sud/Amérique, l'Initiative des Femmes contre la dette et l'austérité, etc.) qui participent à la cohérence et l'équilibre global de la revue.

Les rendez-vous altermondialistes, tels que les Forums sociaux mondiaux, régionaux, les divers contre-sommets, les rencontres d'organisations partenaires avec lesquelles le CADTM collabore étroitement (la Marche Mondiale des Femmes par exemple) sont des temps forts de l'action du réseau CADTM. Par leur participation proactive et leurs prises de position, les membres du CADTM travaillent à maintenir l'abolition de la dette parmi les revendications prioritaires du mouvement altermondialiste. Afin de sensibiliser les citoyen-ne-s aux débats et enjeux qui traversent ces rencontres, la revue est un support privilégié pour relayer les déclarations et appels communs qui en sont issus, qui constituent des textes importants des mouvements sociaux, ainsi que les textes ou interviews de membres du réseau CADTM analysant ou rendant compte de ces processus. Sont également valorisés dans le trimestriel des articles et comptes-rendus de différentes activités organisées par le CADTM international, afin d'informer sur ces temps forts de construction, d'élaboration collective et de renforcement du réseau, autour de ses thématiques, revendications et actions. Selon leur fréquence, et en tenant compte du caractère trimestriel de la revue, les déclarations issues de ces rendez-vous internationaux, régionaux, des activités du réseau CADTM, etc., les articles ou interviews les commentant, figurent en bonne place dans les numéros considérés, comme en témoigne la recension ci-dessous.

- n°43** (3ème trimestre 2009) : Déclaration de Bali par le Mouvement des peuples d'Asie contre la Banque Asiatique de Développement ; « Conseil international du FSM ; une autre sortie de crise est possible ! »,
- n°45** (1er trimestre 2010) : « Copenhague, la grande arrestation » par Pauline Imbach ; Interview à Abdoulaye Sene (CADTM Sénégal) : « Les mouvements sociaux doivent s'approprier le processus du Forum social mondial » ; « Altermondialiste ou barbarie. Quelques questions et réflexions sur le processus du FSM » par Olivier Bonfond ; « Compte-rendu du séminaire international sur le droit et la dette tenu à Cotonou, au Bénin, les 26 et 27 octobre 2009. 'Elle tue, elle pille, elle assassine ! Annulons la dette du Tiers-monde !' » par Pauline Imbach et Hélène Baillot,
- n°46** (2ème semestre 2010) : Entretien avec Olivier Bonfond et Eric Toussaint par Larga Tojo Gonzales : « Le capitalisme arrivera-t-il à absorber le FSM ? »,
- n°49** (janvier 2011) : « Le mouvement hip hop sénégalais et le CADTM se mobilisent pour le FSM Dakar 2011 » par Malal Talla et Olivier Bonfond ; « Bukavu 2010 : capitale de la solidarité féministe internationale » par Christine Vanden Daelen ; Interview à Yvonne Ngoyi de l'Union des Femmes pour la Dignité en RDC, membre du CADTM et de la MMF, sur l'Action internationale de la Marche Mondiale de Femmes-MMF à Bukavu ; « Le CADTM Asie du Sud réuni à Colombo au Sri Lanka » par Stéphanie Jacquemont,
- n°50** (avril 2011) : « FSM Dakar 2011 : Des gouvernements algérien et marocain qui financent le forum, à la marchandisation, en passant par une grande désorganisation... Où va le FSM ? » par Mimoum Rahmani ; « Dakar 2011 : Succès populaire et politique pour l'Assemblée des mouvements sociaux » par Olivier Bonfond ; « Déclaration de l'Assemblée des mouvements sociaux »,
- n°52** (octobre 2011) : Appel de la semaine mondiale d'action contre la dette et les institutions financières internationales,
- n°53** (janvier 2012) : « La COP 17 succombe dans l'apartheid climatique. L'antidote est l'Accord des Peuples de Cochabamba », Communiqué de Climate Justice Now ; « 8ème rencontre internationale de la MMF aux Philippines. Renforcer l'action collective des femmes pour changer le monde ! » par Christine Vanden Daelen
- n°54** (avril 2012) : « Francfort : 3 jours, 25000 souris, 5000 chats, 0 droits », Communiqué du CADTM

Europe, « Que s'est-il passé à Rio+20 ? » par Eric De Ruest,

n°55 (juillet 2012) : « Appel à une mobilisation internationale contre la dette en hommage à Thomas Sankara »

n°56 (octobre 2012) : « Tunis, capitale des révolutions arabes, accueille le Séminaire du réseau CADTM Afrique » par Mimoun Rahmani.

Tableau 2 : Données concernant les auteur-e-s

	2ème sem. 2009	Année 2010	%	Année 2011	%	Année 2012	%	Total	%
Articles écrits par le CADTM	26	45	91,84 %	37	74 %	43	80 %	151	83,5%
Articles écrits par des auteurs de Belgique	19	27	55 %	17	34 %	20	37 %	83	46%
Articles écrits par des auteurs en France	6	9	18 %	5	10 %	4	7,5 %	24	13,5%
Europe hors France et Belgique	-	-	-	4	8 %	10	18,5 %	14	8%
Europe	25	36	73,5 %	26	52 %	34	63 %	121	67 %
Articles écrits par des auteurs d'Asie	4	3	6,5 %	2	4 %	1	2 %	10	5,5%
Articles écrits par des auteurs d'Afrique	2	8	16,5 %	10	5 %	8	15 %	28	15,5%
Articles écrits par des auteurs d'Amérique latine et Caraïbes	1	1	2 %	5	10 %	1	2 %	8	4,5%
Réseau hors Europe	7	12	24,5 %	18	36 %	10	19 %	47	26%
Articles écrits par des femmes	13	17	35 %	15	30 %	15	28 %	60	33,5%
Articles écrits par des hommes	16	26	53 %	31	62 %	31	57,5 %	104	57,5%
Total articles	28	49		50		54		181	

5. Promotion du trimestriel

La correspondance avec les lecteurs, les envois ponctuels¹⁴, les ordres permanents, la promotion sur le site du CADTM, la présence de la revue, aux côtés des autres publications du CADTM, dans les stands, lors des activités organisées par l'association ou auxquelles le CADTM participe, constituent l'essentiel du travail de promotion de la revue. En outre, le CADTM a pu intégrer à ces activités certaines suggestions issues de l'évaluation précédente.

Sur base des recommandations de l'évaluation précédente, une fois la maquette de la première de couverture et de l'édito disponible, plusieurs e-mailing de promotion ont été envoyés en guise d'annonce et d'appel à l'abonnement sur la liste de diffusion francophone de l'organisation (qui compte 25100 abonnés)¹⁵. Le taux de retour s'avère assez faible. Si cette démarche est à poursuivre, l'association doit réfléchir à d'autres biais de diffusion.

Nous mentionnons dans la précédente évaluation : « *Compte tenu de la crise de la presse écrite et de la crise économique qui se généralise, il est probable qu'il soit de plus en plus difficile de*

14 Listes des contacts pris pendant des activités publiques, personnes commandant des publications ou s'inscrivant à des activités du CADTM. Voir point 2.

15 Le bulletin électronique envoyé à cette liste, sous une fréquence d'une semaine à quinze jours, comprend une présentation de la revue (la même que dans la rubrique « Les autres voix de la planète » du site) et des tarifs d'abonnement. Mais les bulletins sont riches en informations, ce qui diminue certainement l'impact d'une telle promotion.

recruter de nouveaux abonnés individuels. Une attention particulière devrait donc être portée aux organismes et institutions susceptibles de s'abonner notamment en Belgique, en France et en Suisse, tels que les centres de documentation, les bibliothèques, les ONG etc., qui disposent d'une large audience et de moyens financiers importants. Il s'agirait de lister les 'institutionnels' auxquels s'adresser en priorité, de les contacter par courrier et/ou par téléphone pour les inciter à s'abonner. ». Suite à ces recommandations, fin 2009 et début 2010, le CADTM a entrepris de s'engager dans un travail d'incitation à l'abonnement plus particulièrement dirigé à l'attention d'organismes et d'institutions en Belgique. A cette fin, pour plus de clarté et de lisibilité, la présentation des tarifs d'abonnement a été revue (afin de mieux valoriser l'abonnement à la revue comme un abonnement annuel à l'ensemble des publications de l'organisation) et inclut dorénavant un tarif spécifique pour les 'institutionnels' (tout en maintenant un tarif différencié pour les organisations disposant de petits moyens, l'appréciation étant laissée aux abonnés). Les abonnements d'institutionnels ont évolué légèrement à la hausse en 2010 suite à une série de contacts établis principalement fin 2009/début 2010. Mi-2010, une membre du CADTM Belgique a établi un recensement des bibliothèques et centres de documentation en région liégeoise. Cependant, au vu de la petite taille de l'équipe, de mouvements en son sein (avec notamment le départ d'une des deux personnes alors en charge du trimestriel) et des nombreuses autres activités menées par ailleurs, le temps et l'énergie impartis à la promotion de la revue à l'égard des centres de documentation, bibliothèques, ONG, etc., n'ont pu être pleinement dégagés sur cette dernière période (2011-2013). Le CADTM Belgique devrait se réengager dans une démarche plus proactive de promotion et d'incitation à l'abonnement auprès des « institutionnels » en Belgique.

Mentionnons également que suite à une sollicitation de la part du mensuel français *Le Monde Diplomatique*, le CADTM Belgique a procédé en janvier 2010 à un échange de jeu d'étiquettes de 650 adresses. Malgré le faible retour (< à 0,5), ce genre d'opérations pourrait être réitéré pour des envois ponctuels avec d'autres organismes et associations, en privilégiant sans doute l'échange avec des organisations qui ne proposent pas d'abonnements à un périodique - car il est a priori rare qu'un foyer s'abonne à deux publications associatives - ou avec des organisations qui diffusent une publication assez différente des *Autres voix de la planète* par son contenu, sa forme, sa périodicité, son prix¹⁶.

Le CADTM gagnerait également à valoriser davantage ses propres fichiers de contacts, via des incitations au réabonnement aux anciens abonnés, par le biais de l'envoi promotionnel ou d'une campagne d'e-mailing spécifique. Le tiré à part consacré au 60e anniversaire de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, envoyé en novembre 2008 à d'anciens abonnés européens, aux membres du CADTM France non abonnés et aux « contacts privilégiés » européens, a eu plus de retour que les envois ponctuels traditionnels, avec un taux de retour de 3,2%¹⁷. Les bons résultats obtenus par cet envoi promotionnel invitent à réitérer ce type d'opération.

Le CADTM pourrait solliciter la promotion de son trimestriel via une recension ou un encart auprès de certains journaux engagés, auprès de la presse militante, associative ou syndicale, et/ou proposer à des organisations partenaires éditant des périodiques de faire la promotion des *Autres voix de la planète* dans leur publication, en échange éventuellement d'une promotion de leur publication dans les AVP. Un échange portant sur l'envoi de dépliants promotionnels pourrait également être imaginé.

Sur le site www.cadtm.org. Le site Internet du CADTM offre une vitrine à la revue. Le trimestriel

16 Par le passé, le CADTM a déjà procédé à un échange de jeu d'étiquettes d'adresses avec d'autres organisations (ATTAC notamment), mais le retour n'a pas été étudié en détail.

17 Suite aux 993 envois, 32 personnes se sont abonnées.

dispose d'un espace permanent sur la première page du site en français, qui met en évidence le dernier numéro paru. Une rubrique y est ensuite consacrée dans la partie du site dédiée aux publications du CADTM. Celle-ci a été revue et améliorée sur base des suggestions de l'évaluation précédente.

En tête de rubrique, la présentation générale de la revue a été améliorée, notamment la présentation des conditions d'abonnement et du bon de commande, afin de mieux préciser et valoriser les possibilités d'abonnements. Un lien est fait entre la rubrique consacrée à la revue et celle consacrée aux autres publications du CADTM (rubrique « Livres & brochures » avec quelques lignes d'explications afin que l'abonnement soit plus facilement identifiable par l'internaute qui visiterait l'une ou l'autre rubrique comme un abonnement à l'ensemble des publications du CADTM. La possibilité de proposer un véritable abonnement en ligne avec le service de paiement en ligne PayPal, tel que proposé dans l'évaluation précédente, est discuté au sein de l'organisation.

La présentation des différents numéros a également été revue. Dans la page consacrée à chaque numéro, le sommaire et l'édito sont mis en évidence, ce qui permet aux visiteurs d'en apprécier rapidement le contenu. En outre, le trimestriel peut être téléchargé et « feuilleté en ligne » avec le programme Scribd, ce qui permet aux visiteurs d'apprécier avec plus d'aisance le contenu qu'avec la seule mise à disposition d'un document PDF, et de mieux valoriser le trimestriel.

A noter qu'à temps équivalent de relevés (relevés effectués à deux mois environ de la mise en ligne du dernier numéro paru), la fréquentation des pages consacrées à chaque numéro a augmenté. En mars 2013, le nombre de visites sur les pages des numéros 52, 53, 54, 55, 56 étaient respectivement de 988, 801, 847, 428 et 594, contre une moyenne de 390 visites lors de la précédente évaluation¹⁸. Si ceci reflète l'augmentation constante de la fréquentation du site CADTM¹⁹, on peut penser que les améliorations de cet espace participent également de cette fréquentation à la hausse.

Sur Facebook. Au cours de l'année 2012, le CADTM Belgique a adopté une démarche proactive à l'égard des réseaux sociaux, principalement Facebook et Twitter, et dispose dorénavant de sa page Facebook. Au travers de ces outils, les objectifs sont multiples. Facebook permet à l'organisation de diffuser ses analyses, publications et activités auprès d'un public plus large, tout en offrant la possibilité aux membres de ce réseau social de relayer eux-mêmes les annonces de l'organisation. Twitter est également utilisé pour communiquer certaines analyses du réseau CADTM et diffuser les opinions exprimées lors de conférences, débats, animations auxquels participe le CADTM. Ces outils permettent dès lors au CADTM Belgique de rendre accessibles gratuitement, et plus largement, ses analyses et publications, et d'être plus réactif pour communiquer autour d'un événement ponctuel lié notamment à l'actualité, tout en renvoyant vers son site internet. Le CADTM note que cela lui a permis d'accroître considérablement son audience, les diffusions via Facebook rencontrant un écho plus vaste que sur le site internet de l'organisation. Cette stratégie à l'égard des réseaux sociaux doit être poursuivie, et le trimestriel de l'organisation gagnerait à être promu et relayé par ce biais.

18 En avril 2009, le nombre de visites sur les pages de téléchargement des numéros 37, 38, 39, 40 et 41 étaient respectivement de 565, 415, 453, 292 et 225.

19 Voir les évaluations du « bruit sur internet » du CADTM.

Conclusion, synthèse et recommandations

Le trimestriel du CADTM participe à la sensibilisation des citoyens, ONG et mouvements sociaux dans une démarche, une dynamique et une temporalité qui se veulent complémentaires aux autres supports (livres, bulletins électroniques, vidéos, audios, site internet) et activités proposés par l'organisation.

Le trimestriel constitue un support privilégié du champ d'action de l'organisation et de son analyse. Le choix des articles figurant dans un numéro est fonction des thèmes prioritaires et transversaux de l'organisation (tels que définis dans les plans d'action), de l'actualité mondiale et de celle du réseau CADTM.

Assez logiquement, compte tenu de l'orientation du CADTM, une place d'importance est attribuée au Sud ou à la perspective Nord-Sud au niveau du contenu des articles. Peu représentées jusqu'ici, on retrouve depuis début 2011 davantage d'analyses traitant de la situation en Europe, faisant le lien avec la situation au Sud. En effet, la crise globale qui touche de manière violente les pays du Nord a amené le CADTM à prendre comme angle d'attaque la dette du Nord pour sensibiliser au problème de la dette en général et faire le parallèle avec la situation dans le tiers-monde.

Au côté du site internet, la revue constitue un support privilégié du CADTM pour relayer l'expertise de son réseau au Sud. En effet, parmi ces « autres voix de la planète », le CADTM Belgique entend offrir une place aux auteur-e-s du Sud, de son réseau en premier lieu. Si le nombre d'analyses produites par les membres du réseau CADTM en Afrique, Asie et Amérique latine augmente, celui-ci reste inférieur à celles produites par les membres du réseau en Europe, limitant l'éventail de choix éditoriaux. Néanmoins, les articles produits par le réseau au Sud sont valorisés de manière significative : ils représentent une moyenne de 26 % du contenu des trimestriels sur la période étudiée (contre 67 % pour les articles issus de membres du CADTM en Europe). Dans le reste de l'espace proposé, le CADTM Belgique valorise des articles d'auteur-e-s d'organisations partenaires, qui participent à la cohérence et l'équilibre global de la revue.

Les rendez-vous altermondialistes, tels que les Forums sociaux mondiaux, régionaux, les divers contre-sommets, sont des temps forts de l'action du réseau international du CADTM. Les déclarations et appels communs qui en sont issus, ainsi que les textes et interviews de membres du réseau CADTM analysant ou rendant compte de ces processus, figurent en bonne place dans le trimestriel. En effet, par ce biais, le CADTM entend sensibiliser les citoyen-ne-s aux débats et enjeux qui traversent ces rencontres et le mouvement altermondialiste. La revue est également un support privilégié pour relayer les articles et comptes-rendus de différentes activités organisées par le réseau international du CADTM, afin d'informer sur ces temps forts de construction, d'élaboration collective et de renforcement du réseau, autour de ses thématiques, revendications et actions.

Maintenir le nombre d'abonnés n'est pas évident à l'heure où la lecture par Internet se généralise aux dépens de la lecture papier, ce à quoi s'ajoute la crise économique qui affecte le pouvoir d'achat des citoyens belges et étrangers. La légère baisse du nombre d'abonnés survenue en 2007-2008 laissait craindre au CADTM que celle-ci ne perdure. Néanmoins, la période évaluée (2ème semestre 2009-années 2010-2011-2012) est à la hausse du nombre d'abonnés, particulièrement parmi les citoyens résidents en Belgique (hausse de 14,5 %, le nombre d'abonnés passant de 172 à 201). Dans ce contexte, cette tendance à la hausse est particulièrement à souligner.

Sur cette dernière période, le CADTM Belgique a été davantage sollicité pour des activités

d'éducation permanente (formations, conférences, etc.), multipliant dès lors les occasions de promotion de ses publications, ce qui a pu contribuer à de nouveaux abonnements. Rappelons également que dans l'objectif de sensibiliser et rendre ses publications accessibles au plus grand nombre, le CADTM Belgique propose un tarif préférentiel pour les petits revenus, dont il n'a pas augmenté le coût. Le paiement par ordre permanent est également valorisé, cette modalité permettant d'étaler le coût de l'abonnement sur l'ensemble de l'année.

Le CADTM Belgique a veillé à intégrer une série de recommandations issues de l'évaluation précédente. Les changements et améliorations apportés au trimestriel, en termes de contenus (diversification du type de contenus par des brèves, des encadrés, etc.) et de qualité visuelle (amélioration de la mise en page, diversification des illustrations, etc.), témoignent de la volonté de tendre vers un support plus didactique, plus attractif, afin de mieux rencontrer les attentes des différents publics-cibles. Il est important de veiller à poursuivre en ce sens.

Le temps et l'énergie impartis à la promotion de la revue n'ont pu être pleinement dégagés sur cette dernière période. Le CADTM a pu intégrer à ses activités certaines suggestions issues de l'évaluation précédente : e-mailing de promotion, amélioration de la présentation de la revue sur le site internet de l'organisation, travail de promotion plus particulièrement dirigé à l'attention d'organismes et d'institutions en Belgique, que l'organisation a initié et dans lequel elle devrait se réengager de manière plus active, dans la mesure de ses moyens. En outre, le CADTM a adopté en 2012 une démarche proactive à l'égard des réseaux sociaux comme Facebook. Le trimestriel de l'organisation pourrait être promu et relayé par ce biais. Des pistes de promotion et d'incitation à l'abonnement restent donc à envisager et/ou concrétiser pour sensibiliser de nouveaux publics.

Au vu de la petite taille de l'équipe et des nombreuses autres activités menées par ailleurs, la parution régulière et l'évolution qualitative de cette revue doivent être soulignées.