

DOSSIER DE PRESSE

OKAPI

100%
ADO

40 ans



1971 : Naissance d'une génération

Que fête-t-on lorsqu'on a quarante ans ? La maturité ? La jeunesse qui s'éloigne ? Les bonnes années qui restent ? Peu importe ! Un magazine pour ados ne vieillit jamais. C'est une question de survie. Car l'âge des lecteurs d'*Okapi*, en quarante ans, n'a pas changé : depuis 1971, ils ont entre 10 et 15 ans.

En quarante ans, le monde a changé. La jeunesse, son identité, ses codes et ses valeurs aussi. Les lecteurs d'*Okapi* ont toujours le même âge mais ils ne sont plus tout à fait les mêmes qu'il y a quarante, vingt ou même cinq ans.

Expert des ados et confident privilégié, *Okapi* a su se réinventer sans cesse pour rester à leur écoute et rassembler chaque fois, d'une génération à l'autre, plus de 640 000 jeunes lecteurs attentifs à la qualité de leur magazine.



PHOTOS: GILLES LEINDORFER



© DR

François Blaise, rédacteur en chef

Toujours jeune !

À période de la vie compliquée, journal ambitieux ! À 13 ans, on veut tout comprendre : ce qu'on est ; qui on sera ; ce qu'on vit ; ce qu'est ce monde... Depuis 40 ans, *Okapi* est à l'écoute des adolescents en construction. Ces adolescents qui, petit à petit, ont fini

par constituer une génération à part entière. Et quelle génération ! Celle du collègue, injustement accablé de tous les maux ; celle de la puberté, auscultée dans ses moindres soubresauts ; celle de la "culture jeune", définitivement hermétique aux parents.

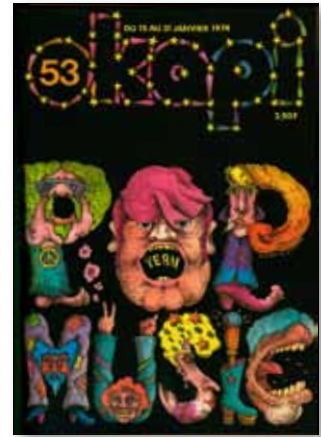
Depuis 40 ans, *Okapi* a choisi d'être dans le camp de ses lecteurs. De répondre à leur formidable soif de découverte, de se faire l'écho de leur joie de vivre (pas toujours perceptible à l'œil non averti), d'être en phase avec leur optimisme, et de les accompagner,

à leur rythme, dans le chemin vers l'âge adulte. Si *Okapi*, 40 ans après sa naissance, peut se targuer d'être toujours le premier "news magazine" des ados, c'est qu'il sait comme personne les écouter, pour mieux leur parler. Une vraie relation durable !

Quatre générations d'Okapiens

1 | Prédos en pattes d'eph' Années 1970

1971 : premier numéro. Sur la couverture, un *Okapi* - l'animal exotique qui donne son nom au magazine - se détache sur un fond de couleurs arc-en-ciel. Les premières pages sont largement peuplées d'animaux. Rapidement, le magazine précise sa cible en s'adressant en priorité aux jeunes de 10 à 15 ans. Le documentaire animalier laisse place aux Beatles, à des dossiers détaillés sur le nucléaire, le Japon ou le rôle de l'art, et à des bandes dessinées, un élément-clé de la recette d'*Okapi*.



Dans l'effervescence des seventies, le succès est immédiat. La culture hippie aux commandes sacralise la jeunesse. Le ton du nouveau magazine est audacieux, parfois un brin provocateur. *Okapi* n'hésite pas à demander à ses jeunes lecteurs : "Pour ou contre la peine de mort ?", à les alerter sur le manque d'eau, les inégalités mondiales... De plus en plus, la parole des lecteurs gagne du terrain. *Okapi* devient un complice. Il ne cessera plus de l'être.

Anne-Marie de Besombes

Rédactrice en chef, puis directrice de la rédaction (années 1970-1980)

"Un magazine à l'image des prédos et des ados"

Le magazine a été conçu à l'image des prédos et des ados, en abordant de front les grands problèmes du monde et des questions plus intimes, sur l'amour, l'amitié, la sexualité ou la mort. Pour ses lecteurs, Okapi devait être un confident, un compagnon en lequel on pouvait avoir confiance. Pour y parvenir, nous allions souvent à leur rencontre et nous rapportions leurs propos. Okapi était précurseur : c'était le seul magazine qui s'adressait à cette classe d'âge de cette manière, avec une ambition qui dépassait le simple divertissement.

2 | Les années télé Années 1980



Au début des années 1980, bien avant les forums Internet ou les réseaux sociaux, **Okapi est une tribune pour ses lecteurs.** Le magazine reflète les préoccupations d'une génération marquée par la télé, la crise économique, les cultures urbaines, la vitesse du TGV, les premiers bébés éprouvettes, mais aussi le rock de TELEPHONE, les mobylettes et les blousons

noirs... Les lecteurs se passionnent aussi pour les grands sujets d'actualité. Les grands reportages les entraînent dans Beyrouth ravagée par la guerre, mais aussi aux commandes d'un avion de chasse ou dans un bloc opératoire pour une greffe du cœur. Même le président Mitterrand écrit aux lecteurs, ou futurs électeurs. *Okapi* prend également l'initiative de grands sondages pour consulter les ados sur leurs rapports avec leurs grands-parents, et sur l'incontournable télé. Les ados s'approprient encore plus leur magazine et les tirages atteignent des niveaux record.

Claude Raison

Rédacteur en chef (années 1980-1993)

"Libérer la parole"

Le rôle d'Okapi, c'était de libérer la parole des jeunes. À cet âge de grâce où ils ne sont plus des enfants mais pas encore tout à fait des adolescents, leur parole a une valeur et un ton particulier, sensible, poétique. On recevait un courrier colossal. Et le rôle du magazine consistait à nourrir leur curiosité pour le monde, sans adopter un ton scolaire ou moralisateur.

3 | Van Gogh et les Spice Girls Années 1990-2000

Le Mur de Berlin est tombé, les collégiens ont évolué, et, vers la fin de la décennie, Internet pointe le bout de son nez. Impossible pour *Okapi* de se reposer sur ses lauriers. Progressivement, le magazine fait peau neuve en élaborant **une formule plus moderne qui réunit sans complexe "Van Gogh et les Spice Girls"**, comme le résume un édito de son nouveau rédacteur en chef en 1997. *Okapi* donne plus de place



à l'univers des teenagers, aux stars du moment, de Brad Pitt aux 2be3. On parle de techno, des jeux vidéo (dangereux ?) et de séries télé comme *Friends*, mais aussi du protocole de Kyoto, du Kosovo et de la guerre civile algérienne. Bien sûr, Van Gogh conserve son fauteuil, aux côtés d'autres stars intemporelles de la culture adulte ! Les pages Actualités sont encore renforcées. Et le magazine reste fidèle à sa double vocation de divertissement et de découverte tout en innovant.

Jean-Jacques Fresko

Rédacteur en chef (années 1990-2000)

"Pas question de renvoyer les lecteurs à leur nombril"

Quand j'ai pris la rédaction en chef d'Okapi, notre lectorat avait évolué. Il y a trente ans, les jeunes de 6^e ou de 5^e étaient encore considérés comme des enfants. Aujourd'hui, les années collège marquent le début de l'adolescence. Pour mieux s'adresser aux ados, Okapi est allé explorer de nouveaux terrains. Mais sans renoncer à ce qui a fait son succès, notamment son rapport décomplexé à la culture. Il n'a jamais été question de renvoyer les lecteurs à leur nombril, de les enfermer dans leur identité d'ado.

4 | Génération numérique Aujourd'hui

À l'heure du SMS et des réseaux sociaux, *Okapi* continue d'évoluer avec ses lecteurs. Et ne connaît pas la crise ! Les centaines d'e-mails reçus par la rédaction, l'activité de son blog et le progrès des ventes en témoignent. La clé du succès ? Chez *Okapi*,



pas de "jeune" stéréotypé, ni de préjugés. À rebours des fantasmes publicitaires, **chaque numéro part à la rencontre des ados tels qu'ils sont, dans leur diversité.** Côté pile, *Okapi* explore le quotidien des années collège. Et répond aux questions, petites ou grandes, sans tabou : "Faut-il mettre du déo ?", "Comment leur

dire que je suis gay ?". Côté face, place au spectacle du monde ! Génétique, réchauffement climatique, terrorisme... Chaque dossier aborde l'actualité à hauteur de collégien, avec une mise en scène inédite et surprenante. Avec à la clé, un discours toujours réinventé, façonné par l'image autant que le texte.

Enfin, les pages Culture défrichent l'actualité des artistes et des stars des jeunes ados. Plus que jamais, *Okapi*, c'est le magazine des années collège qui relaie la voix des 10-15 ans sans idées préconçues.

Les années collège selon...



Éric...

"J'ai fait le primaire puis directement le lycée."



... & Ramzy

"Moi, je n'avais pas de copains parce que j'étais le plus beau. Oui, j'étais mannequin. Hallucinant de beauté. D'ailleurs, je n'ai pas de miroir chez moi. Mais oui, pour ne pas me choquer !"



David Pujadas

"Un jour, je suis arrivé en caleçon en classe. Direction le bureau du proviseur ! Et au lieu d'aller en cours, on allait parler et jouer de la musique dans les prés..."



Jamel Debbouze

"À 15 ans, je voulais devenir danseur. On préparait avec deux potes une chorégraphie pour la première partie de NTM. On faisait 60 cm et on se la racontait comme des mecs de 2 mètres."



PPDA

"La rentrée en 6^e, c'était perturbant. J'avais sauté une classe et mes camarades me semblaient beaucoup plus âgés que moi. J'étais très timide, très sauvage..."



Mika

"Je me sentais exclu. On se moquait de ma façon de m'habiller, de ma voix chantante, de ma coupe de cheveux... La musique m'a permis de tenir le coup."



Marion Bartoli

"J'avais horreur des mauvaises notes. En 5^e, j'étais capable de pleurer pour un 19 sur 20 en maths !"



Mouloud Achour

"Je n'ai pas de souvenir particulier de mon entrée en sixième parce qu'entre mon quartier et le collège, il n'y avait pas de différence. C'était juste un autre lieu pour se retrouver, petits et grands, toujours mélangés."



Thomas Bouhail

"Je ne grandissais pas ! À 15 ans, je mesurais 1 m 40 pour 32 kg ! Les autres se moquaient de moi et comme je faisais de la gymnastique, on me balançait que c'était un sport de filles. Ça ne m'a pas complexé..."



Leslie Djhone

"Ma mère m'interdisait d'aller en « boum ». Mais je faisais le mur : je sortais par la fenêtre de ma chambre, au deuxième étage. Je ne vous dis pas le jour où je me suis fait attraper."



Manu Payet

"J'étais super excité de découvrir le collège. Et sur le chemin, j'ai aperçu une fille magnifique. J'ai espéré très fort qu'elle soit dans ma classe... et non ! Premier échec."



Kev Adams

"J'étais le gars moche et drôle de la classe : des bagues, des boutons, un physique difficile. Les autres me charriaient et m'appelaient « Trident ». Pour m'en sortir, il me restait l'humour !"



Franck Dubosc

"Elle s'appelait Béatrice. Elle ne voulait pas m'embrasser sur la bouche avant ses 12 ans. Le problème, c'est qu'elle en avait 10... Notre belle histoire s'est arrêtée au bout de quinze jours."



Tony Parker

"En 5^e, pour gagner la coupe, il fallait gagner un match avec 30 points d'écart. La veille, je suis allé chez le coiffeur me faire graver « Just do it » dans les cheveux pour motiver mes potes. Et on a gagné de 30 points !"



Cali

"Avec mon meilleur ami, on était amoureux de la même fille. Elle habitait dans notre village. On mettait des plans au point pour qu'elle tombe amoureuse de nous deux."



Marilou Berry

"À 15 ans, je provoquais par mes vêtements, ma coiffure. Avec mes copines, je lançais des espèces de paris : « Demain, je suis cap' de mettre les santiags de mon père »."



Valérie Damidot

"Je n'ai pas connu de moments pénibles au collège. Si, juste une fois... J'avais 13 ans, je m'étais habillée très vite et je n'avais pas vu qu'une culotte était coincée dans mon pantalon. En arrivant, je monte les escaliers et je perds cette culotte. Un garçon la ramasse et me demande si c'est à moi. Je dis « non » mais la culotte avait une étiquette à mon nom. La honte !"

Extraits d'interviews publiées dans **Okapi**

L'état d'esprit des collégiens

EMBARGO
MARDI 11.10.2011
À 17H 00

Sondage exclusif OKAPI /CSA

Réalisé sur Internet
du 22 juillet au 9 août 2011
sur un échantillon national
représentatif de 510 collégiens
âgés de 10 à 15 ans, constitué
selon la méthode des quotas
(sexe, âge, profession du chef
de famille et région de résidence)

La sinistrose ? Connais pas ! En ces temps de crise, les collégiens ne partagent pas les multiples inquiétudes de leurs aînés, dont le pessimiste bat, paraît-il, des records mondiaux. Enthousiastes, motivés par leur activité, compris par leurs parents et plutôt confiants dans l'avenir : les résultats du sondage exclusif sur "l'état d'esprit des collégiens", réalisé par l'institut CSA à l'occasion des 40 ans d'Okapi, donnent une image rayonnante des 10-15 ans des années 2010. À quelques nuances près...

Premier enseignement : contrairement à ce qu'on pourrait croire, les collégiens aiment l'école. **Les 10-15 ans sont 79% à se dire contents de se rendre au collège chaque jour.** Une écrasante majorité. Et en progrès depuis quelques années. À la même question, posée par l'institut CSA pour Okapi en 1998, 62% des jeunes interrogés se réjouissaient d'aller au collège. + 17 % en une décennie : c'est un plébiscite ! Certes, le chiffre ne dit pas si ce sont les cours de maths ou la cour de récré qui exercent la forte attractivité...

Ce que l'on sait, cependant, c'est que l'excitation décroît quelque peu avec le temps : l'enthousiasme pour le collège est quasi unanime en classe de 6^e (94%). Il avoisine les 70% "seulement" en 4^e et en 3^e. Les garçons (71%) se montrent aussi moins largement motivés que les filles (85%). De même, les collégiens qui vivent en zone rurale (75%) par rapport à ceux des villes (85%), à l'exception des Parisiens (76%).

Le conflit des générations serait-il devenu un objet d'histoire ? Les collégiens, en tout cas, ne voient pas leurs parents comme des ennemis. Loin s'en faut : **les 10-15 ans sont 87% à trouver que leurs parents les comprennent bien.** Ce chiffre atteint même 90% pour les plus jeunes d'entre eux (10-12 ans) contre 84% pour les 13-15 ans.

Enfin, l'avenir s'annonce sans nuages ! Du moins pour **82% des jeunes ados, qui se disent confiants dans leur avenir.** En revanche, le devenir de leurs camarades ne leur inspire pas la même assurance. Seuls 63% ont confiance dans l'avenir des jeunes Français de leur âge. Autrement dit : plus d'un tiers des 10-15 ans se montre plutôt soucieux pour l'ensemble de sa génération.

Faut-il voir ici le reflet des inquiétudes des Français devant les défis du siècle nouveau, le changement climatique, le spectre du déclin de l'Occident ou le boom des inégalités sociales ? Okapi mène l'enquête.

L'intégralité des résultats de ce sondage Okapi/CSA, tout comme son analyse détaillée, sont disponibles sur simple demande.

Contact presse : Dorothée Tardif
01 74 31 65 77 - 06 77 46 74 68
dorothee.tardif@bayard-presse.com

Textes : Luc Ihaddadène



Format : 6x1'30"

Productrice : Anne Gintzburger

Réalisation : Mathieu Duboscq

Écriture et mise en scène :
Ghislaine Bizot, Louis Dubois
(Troupe Andromède)

Production : Okapi / Bayard
Presse / Chasseur d'Étoiles
(2011)

C'est bien connu, un ado, ça ne s'intéresse à rien, ça mange n'importe quoi et ça passe sa vie sur Internet... Vraiment ? Conçus comme une mini-série de docu-fiction, ces six petits films tordent le cou avec humour aux idées reçues qui collent à la peau des ados, tout en donnant aux parents des pistes pour mieux vivre en famille. Afin de laisser place à une plus grande spontanéité et représenter le plus fidèlement possible ces scènes du quotidien, ces jeunes comédiens amateurs ont improvisé une grande partie de leurs dialogues.



© GILLES LEIMDORFER



© DR

Anne Gintzburger est journaliste et productrice de films documentaires. Après 10 ans passés à France 2 comme grand reporter, elle rejoint Canal+ pour co-diriger et co-présenter le magazine *90 minutes*. Elle réalise notamment à cette époque une enquête remarquée sur le quartier des mineurs à la prison de Fleury-Mérogis. À la création de la chaîne jeunesse Gulli, elle présente une émission de débats en direct autour des questions de l'adolescence. Elle dirige actuellement la société de production *Chasseur d'Étoiles*, qu'elle a créée en 2007, et qui produit des films documentaires et développe des programmes pour la télévision. Nourrie de 15 années de reportages et d'expériences auprès des enfants et des adolescents, la réalisation de ces films courts pour le magazine *Okapi* s'inscrit tout naturellement dans une démarche impliquée et pédagogique sur les questions qui font le quotidien des familles. Anne Gintzburger est attentive aux grands thèmes de société du moment, aux modes, aux passions, aux petits et grands soucis des enfants... et de leurs parents.

La Troupe Andromède est une compagnie de théâtre créée en 2004 et implantée dans les Yvelines. Elle rassemble plusieurs troupes, notamment une troupe spécialisée dans le théâtre de prévention (jeux à risques, dangers d'Internet, sécurité routière). Elle propose aussi des cours et des stages pour s'initier en douceur à la scène. Andromède fait de l'accès facilité à la culture son principal cheval de bataille, en donnant des spectacles gratuits et en s'efforçant d'ouvrir ses différentes activités au plus grand nombre.



© ASSOCIATION ANDROMÈDE. TOUS DROITS RÉSERVÉS.
PHOTOGRAPHIE : LOUIS DUBOIS.

Retrouvez ces 6 films dès maintenant sur www.okapi.fr ou sur la clé USB jointe au dossier de presse !



En vente dès mercredi 12 octobre
chez les marchands de journaux

Au sommaire de ce numéro spécial

Enquête : Deviens toi-même. La loi du look, le regard des autres, les doutes... Pas facile de savoir qui on est et d'oser s'affirmer au collège ! C'est pourtant le grand défi à relever pour vivre pleinement un jour son style, ses relations, ses goûts et ses rêves.

Dossier : 24 heures chez les pompiers. Les soldats du feu obéissent à des règles qui font d'eux des hommes hors du commun. *Okapi* a passé une journée au centre du Vieux-Colombier, une des 79 casernes de Paris et sa région.

Décodage : Hongyan Pi, reine du badminton. À la veille des Internationaux de France, *Okapi* a rencontré la multiple championne de France.

Événement : Tintin. À l'occasion de la sortie du film, tout pour être incollable sur le phénomène.

C'est pratique : 8 trucs pour se muscler. À l'âge du collège, on a souvent envie de renforcer son corps. *Okapi* donne des astuces pour avoir la forme... et les formes !

Test : Quel espion serais-tu ?

Quelques chiffres...

Date de création : 1971
Périodicité : Bimensuel
Lectorat : 10-15 ans
Prix de vente au numéro : 5,20 €
Nombre de numéros par an : 22 (+ 2 hors-série)
Audience globale (consojunior 2010) : 640 000 lecteurs
Diffusion : 60 556 exemplaires, +9% depuis 2007 (OJD 2010)

Okapi est un magazine du groupe Bayard.

➔ www.okapi.fr



Contact presse : Dorothee Tardif
 01 74 31 65 77
 06 77 46 74 68

dorothee.tardif@bayard-presse.com