union PRESSE

"Nous, c’est la presse papier qui nous plaît" : Le Cri, un nouveau média print

lun 10/11/2025 - 15:38



Le 30 octobre dernier, le réseau presse a accueilli un nouveau magazine papier : Le Cri. A l’occasion de la sortie de son premier numéro, Théo Moy, l’un des deux créateurs du titre, est revenu sur les origines du média, son public cible, ses supports de diffusion ainsi que sur son contenu.

L'élaboration du Cri vous a demandé un an et demi de travail. Comment ce nouveau magazine a-t-il vu le jour ?

Théo Moy : Nous avons tous les deux (Théo Moy et Paul Piccarreta, NDLR) travaillé pour la presse chrétienne. En même temps, nous étions aussi assez investis dans des milieux composés de nouveaux chrétiens et chrétiennes qui sont engagés sur les questions écologiques, sociales, féministes. Nous nous sommes rendu compte que ces publics-là n'avaient pas vraiment de médias pour accompagner leurs interrogations et porter leur voix dans l'espace public. Nous avons vraiment voulu créer ce média, en faisant le pari qu'en s'adressant à cette génération-là, nous allions aussi toucher d'autres générations de chrétiens sociaux (également appelés les chrétiens de gauche, NDLR) et des chercheurs de sens, de manière un peu large. Nous sentons que la question spirituelle interpelle.

Le magazine a-t-il des spécificités ?

Je pense que nous aurons une plus grande facilité à porter des engagements qui sont identifiés comme étant à gauche et puis, nous nous adressons quand même plus spécifiquement à la jeunesse, donc avec un ton, je pense, un peu différent.

Pourquoi avoir choisi d'appeler ce média Le Cri ?

Nous cherchions quelque chose d'assez simple et un mot assez grand public, on va dire. C'était vraiment important pour nous de ne pas faire trop intello ou autre. Au final, ce mot s'est imposé. C'est aussi une référence à un passage d'une citation du pape François qui parle du cri de la terre et du cri des pauvres. En somme, nous trouvions que pour un média, c'était un beau titre, Le Cri. En plus, il y avait cette inspiration du pape François qui est une figure importante pour nous et également, ce lien un peu indissociable entre les questions écologiques et sociales.

Pourquoi avoir fait le choix d'un média papier ?

C'est ce que nous aimons. Nous, c'est la presse papier qui nous plaît. C'est quand même une manière de sélectionner l'information, de proposer une respiration aussi. C'est une toute autre histoire que l'on raconte aux lecteurs et aux lectrices. Nous, c'est ce que nous aimons faire et, j'ajouterais encore plus, faire du magazine. Nous sommes un magazine donc il y a un rapport magazine-société : je peux le feuilleter un peu partout, je peux le passer à mes amis, ça ne coûte pas 25 euros. Il y a quelque chose de très simple. En plus, ça reste un format accessible. Nous avions cette envie de proposer ce produit-là. Nous pensons en plus que chez notre public, cela rejoint un souci qui est celui de la lecture, notamment de la lecture sur papier et de la déconnexion.

Quels sujets sont abordés dans Le Cri ?

Ça commence par les pages actualités, avec du beau reportage, des papiers qui croisent l'actualité avec notre regard. Il y a un dossier de fond qui peut être sur des sujets très variés. Ça peut porter autant sur des sujets à tonalité religieuse ou spirituelle que sur des sujets sur des enjeux de fond, comme l'agriculture, par exemple. Ensuite, il y a des pages spiritualités, avec un concept qui est une chronique autour d'un grand concept chrétien qui est croisé avec les questions de société. Par exemple, dans le premier numéro, il y en a une sur le pardon, avec à la fois une réflexion un peu théologique dessus, et en même temps, la manière dont, dans les milieux féministes se posent la question du pardon à travers les violences sexistes et sexuelles. Il y a aussi un commentaire d'évangile dans chaque numéro, qui sera fait par une personnalité très différente, religieuse ou pas. Ça pourrait être une personnalité culturelle. Il y a aussi une enquête dans chaque numéro.

Allez-vous proposer exactement les mêmes contenus sur le site web et la chaîne Youtube ?

Non. Nous avons l'ambition de faire un vrai site d'actualité, avec des articles inédits toutes les semaines, avec une offre d'abonnement numérique qui permet à la fois de retrouver les articles

du papier, mais qui permet de trouver beaucoup de contenus en plus. Ensuite, sur YouTube, nous pensons vraiment à faire des formats davantage grand public qui vont croiser les sujets religieux et ce qui se passe dans la société, dans la culture, pour toucher plus largement et pour toucher des nouveaux publics aussi. (Le site internet et la chaîne Youtube devraient voir le jour en 2026, NDLR)

Comment imaginez-vous l'avenir du titre ?

Notre enjeu fort est économique : c’est de pérenniser ce titre. L’enjeu majeur est donc de trouver 5 000 abonnés dans les trois prochaines années. Ensuite, nous verrons mais pour l’instant, nous cherchons à installer le magazine et à recruter des abonnés.
