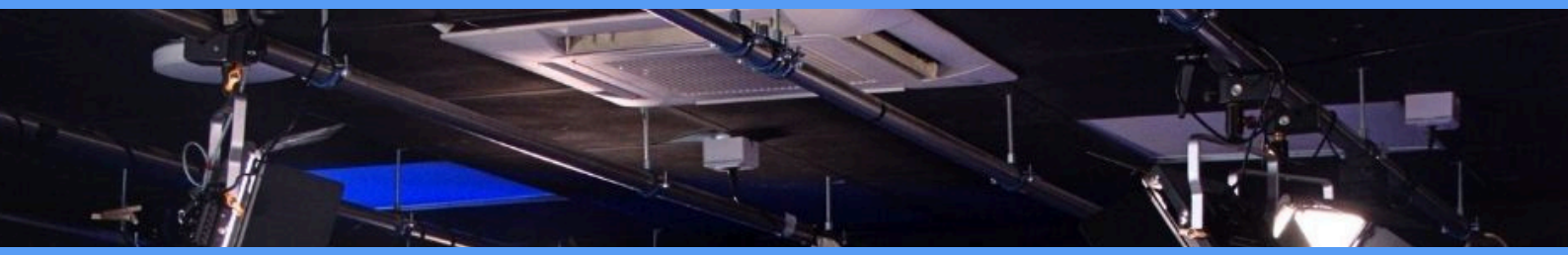
GAZETTE
— DES ÉTUDIANTS



L'ISFJ À L'HEURE DES FÊTES !

ÉDITION N°12

Les étudiants de 2ème année de bachelor journalisme, accompagnés de Ludovic Place, directeur de l'ISFJ, lors des 24 heures de la crise. (Crédits: Marielle Malumba)

SOMMAIRE

03 L'ÉDITO DE LA RÉDACTION

VIVRE UNE FÊTE AU LIEU DE FÊTER LA VIE ? CURIEUX ORDRE DES PRIORITÉS...

04 L'ISFJ & SES PARTENAIRES

LE PARTENARIAT ENTRE PARIS 92 ET L'ISFJ OFFICIALISÉ : COUP D'ENVOI D'UNE SAISON PLEINE D'OPPORTUNITÉS

06 LE FOCUS CAMPUS

- L'ISFJ FACE À UNE CRISE SANS PRÉCÉDENT !
- LA QUINZAINE DE LA HAINE : ENQUÊTE ET EXERCICE PÉDAGOGIQUE
- PARTIELS À L'ISFJ : LA PROMO 4NEW FACE À UN NOUVEAU FORMAT
- GRANDE PREMIÈRE POUR L'ATELIER JT !

14 L'INTERVIEW DU MOIS

À LA DÉCOUVERTE DE PHILIPPE CHLOUS, PROFESSEUR À L'ISFJ DE PARIS

16 SPORT

UN HIVER QUI S'ANNONCE SPORTIF !

18 CINÉMA

TÉLÉFILMS DE NOËL : LA RECETTE DU SUCCÈS

20 MUSIQUE

LE SECRET SANTA DE MARIAH CAREY

21 THÉÂTRE

THÉÂTRE IMMERSIF : QUAND LE SPECTATEUR DEVIENT ACTEUR

22 MODE

LE PULL DE NOËL : D'UNE TRADITION FAMILIALE À UNE CÉLÉBRATION MONDIALE

23 LITTÉRATURE

QUAND LES FÊTES DE ROMANS S'INVITENT DANS NOS VIES

24 CUISINE

FÊTES DE FIN D'ANNÉE : QUAND LES TRADITIONS CULINAIRES FONT POLÉMIQUE

25 SOCIÉTÉ

NOËL : COMMENT RETROUVER L'ESPRIT SOUS LES CADEAUX

28 JEUX

LE JEU DU MOIS

VIVRE UNE FÊTE AU LIEU DE FÊTER LA VIE ? CURIEUX ORDRE DES PRIORITÉS...

Lorsqu'on entend "bonheur" de nos jours, c'est souvent pour l'associer à une fête. Saint-Valentin, anniversaires, mariages, fêtes religieuses en tout genre... Un moment court, intense, un torrent de sourires qui efface les autres jours de l'année qui selon toute vraisemblance sont bien tristes puisqu'on s'acharne à tout prix à rendre les mêmes dates singulières chaque année.

L'humain est cet être qui, dans tout son savoir, toute sa prétendue sagesse, toute sa grandeur auto-proclamée, a un besoin irrépressible de trouver comment s'honorer lui-même pour se féliciter de vivre d'une date à l'autre de son calendrier. Car après tout, dédier des journées à son bonheur, c'est bien la preuve qu'il en a la clé, non ? Si il peut choisir que cette date sera un jour heureux, n'est-il pas plus simple de vouloir faire de chaque jour un moment de liesse ?

Plus simple, certainement, mais plus glorieux, loin de là. Et c'est cela pourtant qui compte le plus pour l'humain. Cette quête de gratitude envers lui-même, non pas de régaler les autres au quotidien, mais de créer l'envie chez les autres de vivre ponctuellement des pointes puissantes d'émulation. Si nous fonctionnons tous de cette façon, et c'est là le coeur de notre condition, c'est que nous sommes tous égaux (ou du moins, il serait temps qu'on le soit), du moins dans nos vicissitudes et maux, répétant ainsi tous ce schéma, le reflétant et l'intensifiant par conséquent chez nos pairs.

Admettre notre envie inéluctable de nous sentir important à une grande intensité sur quelques instants, vacillant sur les flots tumultueux de notre quotidien le reste de l'année plutôt que de tendre à la paix constante d'une mer à la houle légère en choisissant une vie de bonheur dont nous avons la clé, c'est l'un des plus grands mystères qu'il ait été donné à l'humanité d'éclairer.

Paolo Tanzilli,
rédacteur en chef

LE PARTENARIAT ENTRE PARIS 92 ET L'ISFJ OFFICIALISÉ : COUP D'ENVOI D'UNE SAISON PLEINE D'OPPORTUNITÉS

Ce mercredi 17 décembre au Palais des sports Robert Charpentier à Issy-les-Moulineaux, le partenariat entre le club de handball féminin de première division et l'ISFJ a été officialisé par Ludovic Place et Loryn Devebe, chargée évènementielle du Paris 92. Cet accord permettra aux élèves de réaliser de nombreux travaux sur le parcours de cette équipe.

L'identité du Paris 92 prend possession des tribunes du Palais des Sports Robert Charpentier.
(Crédits : Marielle Malumba)

De petites mains s'activent dans ce grand terrain de handball du Palais des sports d'Issy-les-Moulineaux. Des bénévoles du Paris 92 mettent en place tables et chaises pour accueillir un dîner avec les entreprises partenaires. Loryn Debeve, une jeune femme blonde, au style vestimentaire mêlant formalité et confort, avec un pull aux couleurs du club et un legging pour aider au mieux les bénévoles pendant les tâches physiques, est la chargée évènementielle du club. ***« L'installation est plus compliquée que prévu : hier le Palais des sports a accueilli une patinoire pour un spectacle et de l'eau s'est infiltrée sous le parquet. Le bois a gonflé. »***, raconte avec une pointe d'amertume la référente du club. Le mercredi 17 décembre 2025 est un jour important pour le club des Lionnes mais aussi pour l'ISFJ, puisqu'il marque le début d'une coopération entre les deux instances. Paolo Tanzilli, rédacteur en chef du Club des médias de l'ISFJ, a été la dernière personne à recevoir le dossier : ***« François Pinet (ancien responsable pédagogique de l'école) s'occupait en premier de l'accord mais il n'avait plus le temps à cause de ses fonctions chez RMC, donc j'ai reçu le dossier fin octobre pour pouvoir finaliser ce partenariat. »*** explique-t-il. Loryn quitte un instant le chantier du rez-de-chaussée pour nous montrer les locaux qui seront accessibles aux étudiants grâce à ce partenariat. Situés au deuxième étage, ils permettent aux personnes de suivre les matchs malgré les vitres déformant quelque peu les images. Sur les murs figurent des photos des équipes féminines de diverses générations. On y ressent toute l'âme, tout le passé du club. Puis vient le moment fort de cette journée : l'officialisation de l'accord par Ludovic Place et Loryn. Devant un panneau avec le logo du Paris 92, une poignée de main s'échange entre les deux protagonistes, dans une ambiance joyeuse et pleine d'impatience pour la suite.

De gauche à droite, Paolo Tanzilli (rédacteur en chef du Club des médias ISFJ), Ludovic Place (directeur de l'ISFJ), Loryn Debeve (chargée événementiel du Paris 92) et Laurent (responsable commercial du Paris 92) officialisent l'accord entre leurs institutions. (Crédits : Marielle Malumba)

Un programme chargé et beaucoup d'attentes

Ce geste symbolise une multitude de possibilités qui s'offrent aux étudiants de l'école et plus particulièrement aux membres de la rédaction consacrée au club de handball. Ils pourront réaliser des interviews en bord de terrain avec les joueuses, des reportages sur la vie de l'équipe ou encore suivre leurs déplacements. Grâce à ce partenariat, les étudiants de l'ISFJ pourront être présents pendant les onze matchs à domicile et les couvrir. Ces derniers ne se concentreront pas que sur les joueuses du Paris 92, puisqu'ils suivront aussi les jeunes athlètes du centre de formation du club afin de montrer l'envers du décor. ***« Handball TV a imposé aux clubs féminins de première division de produire leurs propres contenus mais il y en a très peu qui s'en occupent sérieusement. Paris 92 veut être un précurseur grâce à sa collaboration avec l'ISFJ. »*** raconte Paolo. L'objectif final de ce partenariat est de ***« réaliser une mini-série documentaire sur le club. »*** poursuit-il. Ces productions ne permettent pas seulement aux étudiants de se former en étant sur le terrain mais elles donnent aussi de la visibilité au Paris 92 pour attirer des supporters. En outre, les étudiants verront leurs noms apparaître sur la chaîne Handball TV lorsque cette dernière diffusera leurs travaux. De plus, les réalisations des élèves seront publiées sur les réseaux sociaux du Paris 92 pour avoir encore plus de visibilité. Au cours de l'année 2025, un autre partenariat majeur pour l'école a été conclu avec l'équipe de football du Paris FC. ***« Il y a un choix évident de l'ISFJ de collaborer avec des clubs partageant les mêmes valeurs que notre école à savoir proposer aux étudiants d'être en contact avec le milieu professionnel. »*** assure Ludovic Place, le directeur de l'établissement. ***« Évidemment, si cette collaboration se passe bien, elle permettra aux élèves de travailler avec d'autres partenaires. Il y a pas mal de pression sur leurs épaules alors il ne faut pas rater cette opportunité. »*** ajoute-t-il. L'officialisation du partenariat entre le Paris 92 et l'ISFJ est une chance pour les étudiants qui veulent mettre à l'épreuve leurs acquis et évoluer dans un milieu professionnalisant. La balle est désormais dans leur camp.

Marco Pham

L'ISFJ FACE À UNE CRISE SANS PRÉCÉDENT !

Dans la nuit du 4 au 5 décembre, les étudiants de deuxième année de l'ISFJ ont relevé un défi digne d'une rédaction professionnelle. Au cours d'un exercice grandeur nature, appelé "Les 24 heures de la crise", une crise fait trembler l'actualité et les étudiants doivent tenir l'antenne toute la nuit. En apprenant les différents éléments de la crise au fur et à mesure, ils ont construit des émissions de 4h de direct semblables à celles des chaînes de télévision d'informations en continu.

"L'ISFJ est en ébullition". Ces mots de Ludovic Place, directeur de l'ISFJ, résument parfaitement la situation. En partenariat avec l'école ESUPCOM, les étudiants apprennent que des joueurs de rugby d'un club de Top 14 sont accusés d'avoir reçu de l'argent de la part d'une autre équipe pour volontairement perdre un match. C'est un scandale de corruption énorme qui éclate dans l'après-midi. C'est alors le branle-bas de combat parmi les élèves de deuxième année. La conférence de rédaction démarre pour lancer au plus vite le premier direct de la soirée. ***"Il faut trouver des interlocuteurs et les JRI vous partez en reportage tout de suite".*** Charlotte, la rédactrice en chef, dirige ses journalistes pour que chacun puisse au plus vite préparer l'émission. À 16h précise, l'antenne est prise. Les chroniqueurs installés autour de Jeanne, la présentatrice, diffusent les informations, jonglent entre reportages, chroniques et débats.

Mais rapidement, les premiers aléas du direct arrivent et il faut alors que les étudiants réagissent rapidement, trouvent des solutions et contrôlent leur stress. ***"Vous êtes là pour vous adapter, c'est le but de l'exercice, ça va bien se passer"*** les rassure depuis les coulisses Nicolas Dendri, le journaliste professionnel qui les encadre. Grâce à un plateau télé spécialement créé pour l'événement, la liaison entre la présentatrice et les JRI sur le terrain est parfaite. Elle offre même un moment fort lors de l'arrestation en direct du responsable de cette corruption, le tout filmé de près par des étudiants, ***"une scène largement diffusable sur une vraie chaîne d'info"*** selon Nicolas Dendri. Les deux premières heures de direct s'achèvent et une nouvelle équipe prend le relais et le roulement durera toute la nuit, jusqu'au lendemain 10h, parce que la crise ne s'arrête pas pour dormir.

Jeanne, présentatrice de l'émission, se préparant au direct à quelques minutes du lancement. (Crédits : Marielle Malumba)

Derrière l'évènement, une installation technique chiadée permet de rendre ce dernier possible.
(Crédits : Marielle Malumba)

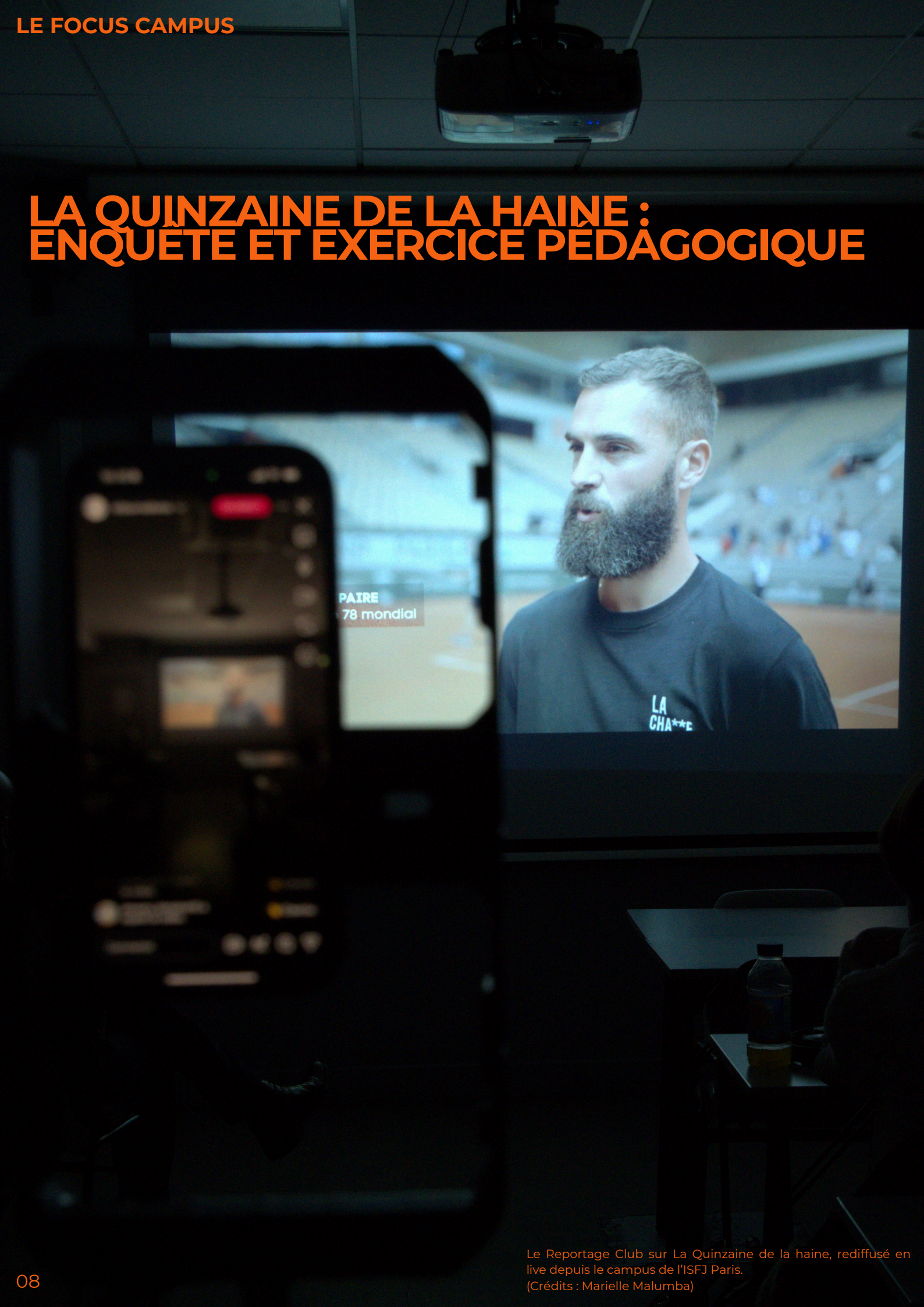
Une expérience enrichissante et réussie

Jeanne enlève son micro et s'assoit pour faire redescendre la pression. ***"J'ai le cœur qui bat fort, mais je suis contente d'être allée au bout"*** souffle-t-elle en souriant. ***"Il y a eu beaucoup de moment où j'étais pétrifiée, surtout lorsque je me suis rendue compte que le conducteur ne nous permettrait pas de tenir les deux heures et qu'il faudrait meubler. Mais je n'arrêtais pas de penser "il ne faut pas que l'émission s'arrête", et donc je me suis adaptée"***. Ce sentiment est partagé par tous les étudiants qui se sont succédés au cours de la nuit. L'adrénaline leur a permis de se surpasser et de se confronter à un exercice inédit et difficile. Ilias Grandjean, journaliste en charge de l'équipe de nuit, déclare ***"J'ai été très agréablement surpris. L'exercice est très compliqué, tenir l'antenne aussi longtemps sachant qu'ils apprennent les éléments au fur et à mesure, c'est très impressionnant. Ils avaient un peu sous-estimé la charge de travail en amont mais ils ont pris la mesure de l'événement une fois que le direct a commencé".***

À 10h, l'ISFJ Lille reprend l'antenne et félicite les équipes de Paris pour leur travail. La satisfaction se lit sur les visages fatigués des étudiants lors du débrief final. ***"Cette première édition des 24 heures de la crise est une grande réussite"***, conclut Ludovic Place, ***"ils avaient des doutes et une fois pris au jeu, l'expérience était fantastique. Ce n'était pas évident pour des deuxièmes années, mais chacun a gagné en une journée, les compétences de plusieurs mois d'apprentissage. J'ai été très surpris dans le bon sens du terme. Les erreurs ont alimenté l'exercice car il leur a fallu trouver des solutions, autant journalistiquement que techniquement. La tension était inévitable mais l'esprit d'équipe a pris le dessus. Bravo à eux"***. La crise est passée et l'antenne, elle, a tenu pour que l'information continue. Toujours.

Tristan Mouhica

LA QUINZAINE DE LA HAINE : ENQUÊTE ET EXERCICE PÉDAGOGIQUE



Le Reportage Club sur La Quinzaine de la haine, rediffusé en live depuis le campus de l'ISFJ Paris.
(Crédits : Marielle Malumba)

Ce mercredi 3 décembre, le réalisateur et producteur Fabien Duflos est venu présenter son reportage *La Quinzaine de la haine* aux étudiants de l'ISFJ Paris, dans le cadre d'un Reportage Club animé par Eric Quintin, lui aussi réalisateur et producteur. Les étudiants ont pu s'entretenir avec eux pour comprendre la construction d'un tel projet.

C'est un fléau qui secoue le monde du tennis. Les joueurs et joueuses professionnelles sont allègrement insultés sur les réseaux sociaux. *La Quinzaine de la haine* commence par le témoignage de Benjamin Bonzi et Caroline Garcia, deux Français du circuit professionnel. Après une défaite lors du premier tour de Roland-Garros, ils ouvrent leur téléphone et découvrent une dizaine de messages de haine, d'insultes plus violentes les unes que les autres. ***"C'est horrible"*** réagit une étudiante face à la violence des invectives. Certains ont des rires nerveux devant l'absurdité des messages mais c'est surtout l'effarement qui domine. Une scène cristallise l'attention des étudiants lorsqu'un jeune homme, auteur régulier de messages haineux sur les réseaux, rencontre Pierre-Hugues Herbert, joueur de tennis français professionnel et une des ses victimes. ***"Je vais continuer à envoyer des messages mais je calmerai les insultes, je m'arrêterai à "chèvre""*** conclut le jeune homme à la fin de l'échange avec un Pierre-Hugues Herbert, très calme. Face à cette déclaration, les étudiants sont incrédules et comprennent tout l'intérêt de ce reportage. Dénoncer ces pratiques odieuses et mettre en lumière l'impact qu'elles ont sur le tennis professionnel.

Un véritable outil pédagogique

Comment réaliser un tel reportage ? Comment pousser les victimes à se confier sur un sujet aussi sensible ? Comment choisir la bonne accroche ? Autant de questions que les étudiants ont pu poser aux deux journalistes. ***"Il faut saisir le spectateur dès le début, c'est fondamental, c'est même le plus important"*** raconte Fabien Duflos. La difficulté principale est de pouvoir tourner des séquences fortes, comme les témoignages des joueurs ou celle de la rencontre entre un joueur souvent insulté et un des auteurs de ces insultes. ***"Le témoignage de Caroline Garcia a été très difficile à tourner parce qu'elle est très émue, elle vient de perdre et on lui demande de lire des messages atroces devant la caméra"*** raconte le producteur. Eric Quintin corrobore et ajoute qu'il faut instaurer un climat de confiance avec les personnes interrogées pour qu'elles comprennent que leur témoignage permet de dénoncer ces pratiques. Ainsi, il faut tout connaître de ces personnes pour les mettre à l'aise et retirer la distance entre elles et le journaliste. ***"Quand vous menez une enquête, il n'y a pas un jour où vous ne faites pas quelque chose lié à celle-ci"*** explique Fabien Duflos, ***"un coup de fil, une rencontre, écrire, s'informer... Il faut être obnubilé par son enquête".*** *La Quinzaine de la haine* a permis aux étudiants de visualiser la construction de la structure d'un reportage et l'importance des séquences fortes pour emporter le spectateur dans sa narration.

Tristan Mouhica

PARTIELS À L'ISFJ : LA PROMO 4NEW FACE À UN NOUVEAU FORMAT

Chaque année, la promotion 4NEW de l'ISFJ accueille des étudiants issus de parcours universitaires très différents, mais unis par leur volonté de se réorienter vers le journalisme. Les partiels de cette année ont représenté pour eux un défi commun : se confronter à un nouveau format d'examen, loin des logiques académiques classiques.

Étudiants de la promo 4NEW A de l'ISFJ durant leurs partiels.
(Crédits : Zineb Dahor)

Issus de filières littéraires, scientifiques ou même en communication, les étudiants ont abordé la semaine des partiels avec des attentes différentes. L'objectif principal n'était pas tant de réussir un examen que de s'adapter à un nouveau cadre d'évaluation, basé sur la production journalistique et le travail d'équipe. Au cours des premiers jours, le climat était marqué par une certaine anxiété. Pauline raconte avoir ressenti du stress, surtout au début, avant que le travail de collecte des interviews ne soit terminé. Un sentiment partagé par Clara, qui craignait une ***« charge de travail élevée »***, avant de se rendre compte que l'organisation progressive permettait de mieux gérer le rythme.

Une organisation à toute épreuve

Au fil des jours, la pression a laissé place à la confiance. Le travail en binôme s'est avéré essentiel pour de nombreux étudiants : Mathilde souligne qu'une bonne entente avec sa partenaire a contribué à rendre la semaine plus sereine et plus efficace. La gestion des délais a également joué un rôle important. Pour Séphora, le fait de pouvoir rendre les travaux dans la soirée a permis de ***« maintenir la qualité et la réflexion, en évitant les productions précipitées »***, explique-t-elle.

La liberté de choisir entre deux thèmes a été perçue comme un espace d'expression et de responsabilité. Dans le même temps, la recherche rapide d'interlocuteurs a représenté la principale difficulté, citée par plusieurs étudiants comme la phase la plus complexe, mais aussi la plus formatrice. Un exercice qui, selon Mathilde, rapproche concrètement des conditions réelles du métier.

Sans prétendre être idéal pour tous, le format de ces partiels à l'ISFJ a été perçu comme plus concret et plus proche de la réalité professionnelle. Pour de nombreux étudiants de 4NEW, ces partiels ont surtout révélé, dès le premier semestre, les véritables exigences du journalisme.

Zineb Dahor

GRANDE PREMIÈRE POUR L'ATELIER JT !

Après un mois de travail les mardis soir de 17h30 à 20h30 à raison d'une séance toutes les deux semaines, les étudiants de l'ISFJ passionnés par le format TV ont enfin pu montrer l'étendue de leur travail. Accompagnés par Nathanaël de Rincquesen, présentateur emblématique de France 2, l'atelier présentation JT s'est illustré pour la première fois, sur le plateau TV de l'école, ce mercredi 3 décembre.

Nathanaël de Rincquesin conseille les étudiants jusqu'aux derniers instants de leur JT, sur le plateau TV de l'ISFJ.
(Crédits : Camille Brizé)

Le journalisme TV, des allures d'art scénique

Mis en place en début d'année par le Club des médias, l'idée de cet atelier était déjà toute pensée : faire des étudiants volontaires de l'ISFJ, et férus de journal télévisé, de véritables experts de cette discipline. De la gestuelle à la prise de parole en flux direct à l'aspect technique d'un véritable plateau TV et la construction d'un conducteur, les étudiants avaient tout pour se professionnaliser à divers niveaux.

Un véritable tremplin professionnel

Aux côtés du présentateur du journal télévisé de France 2 Nathanaël de Rincquesen, les étudiants ont pu se référer à un véritable professionnel du milieu leur partageant son savoir-faire avec un enseignement rigoureux et sur-mesure, traitant ainsi tous les aspects du journalisme TV. Cette initiation s'inscrit à l'ISFJ comme un véritable tremplin pour les étudiants qui souhaitent devenir un jour présentateur d'un journal TV, et promet une porte d'entrée dans cette discipline, car, sait-on jamais, les talents de l'ISFJ pourraient éventuellement distribuer un CV à Monsieur de Rincquesen pour une opportunité chez France Télévisions. **"Qui ne tente rien n'a rien"**, a d'ailleurs déclaré le journaliste de France TV au cours de leur apprentissage, et les étudiants de l'ISFJ semblent l'avoir bien intégré.

Mercredi 3 décembre se tenait la première présentation dans les conditions du direct, et les étudiants ont pu mettre en lumière le résultat final de ce premier trimestre de travail. Présenté par Séphora Badmer, étudiante en 4 NEW, ce journal faisait le tour de plusieurs sujets d'actualités à travers des chroniques sur plateau mais également des reportages TV traitant de la culture à l'info pratique en passant par le cinéma et la bulle Stranger Things pour la saison 5 fraîchement sortie. Une première présentation JT professionnelle et immersive, dans la lignée des journaux que nous retrouvons sur nos écrans au quotidien.

Valentin Hardy

L'envers du décor de cet atelier JT.
(Crédits : Julia Ferreira Estimado)

À LA DÉCOUVERTE DE PHILIPPE CHLOUS, PROFESSEUR À L'ISFJ DE PARIS

Figure incontournable de l'ISFJ, Philippe Chlous est grand reporter, documentariste et romancier. Il a arpenté une bonne partie du monde, toujours guidé par une curiosité profonde pour l'humain. Également professeur, il défend une pédagogie exigeante et bienveillante, centrée sur l'écoute et l'individualisation.

Pouvez-vous vous présenter ?

J'ai 61 ans, je suis parisien d'origine. Je suis grand reporter, documentariste, romancier et professeur de journalisme. Mon parcours scolaire est assez classique, j'ai un bac littéraire, suivi par des études de droit et d'histoire, puis deux ans de formation généraliste à l'ESJ Paris. Très tôt, je me suis passionné pour l'actualité, la lecture et le voyage. J'aimais lire Albert Londres, Jack London et Joseph Kessel en voyageant, adolescent, à travers l'Europe en sac à dos. Le journalisme a toujours été pour moi affaire de rencontres, de voyages, de lectures. C'est cette curiosité pour le monde qui m'a conduit à exercer ce métier.

Portrait de Philippe Chlous, journaliste enseignant à l'ISFJ Paris. (Crédits : Philippe Chlous)

Comment s'est déroulée votre entrée dans le monde professionnel ?

J'ai commencé ma carrière au Québec, lors d'un stage d'un an à Montréal, au sein d'une agence spécialisée dans le reportage. Cette expérience m'a permis d'être sur le terrain, de faire des rencontres et des sujets de société. J'ai travaillé dans la presse écrite, en tant que pigiste pour divers journaux et magazines sur des sujets nationaux, des crises sociétales ou des reportages à l'étranger. Mon premier grand reportage parlait du Voudou Haïti.

Qu'est-ce qui vous a conduit à vous orienter vers le documentaire ?

Mon premier travail pour la télé a été un reportage pour Arte en Thaïlande, avec une histoire forte d'un enfant vivant parmi des singes. D'autres projets m'ont mené au Québec. *« Chronique d'un chasseur de faits divers »*, un de mes reportages, est le travail d'un journaliste couvrant les faits divers de nuit. Pendant 20 jours, je suivais les urgences et les appels de nocturnes. J'ai aussi travaillé sur des reportages en Somalie, au Cambodge sur la prostitution d'enfants, au Congo, en Bosnie. Chaque fois, les histoires humaines me touchaient profondément. Depuis, j'ai fondé ma société : Telemac Productions.

Qu'est-ce qui vous a poussé à écrire des romans en parallèle ?

Dans le reportage, on est soumis à l'actualité, à l'urgence, au terrain. Mais j'avais en tête un projet plus long, un scénario de long métrage co-écrit avec un ami scénariste, Abdel Raouf Dafri. Finalement, ce projet a évolué en roman. Aujourd'hui je suis l'auteur de deux romans, dont *Les Vents barbares* (2017) et *La valse des damnés* (2022). Un troisième est en préparation.

Comment êtes-vous devenu professeur et pourquoi ce choix ?

Je le suis devenu un peu par hasard, il y a environ 17 ans. J'enseigne les techniques de reportage et la presse écrite. Ce qui me plaît le plus, c'est le contact humain, l'interactivité, échanger avec les nouvelles générations.

Vous semblez très investi auprès de vos étudiants. Pourquoi ?

Parce que je crois que le rôle du professeur, c'est moins d'enseigner que de transmettre. Chaque étudiant a son rythme, ses doutes, ses facilités, ses difficultés. Il faut capter leur attention, les intéresser, adapter son cours individuellement. Je garde régulièrement des liens avec mes anciens étudiants et certains ont d'ailleurs été distingués. Je pense notamment à Lisa Bonte, ou à Maël Jeanthon, qui ont obtenu le prix François Chalais du jeune reporter. Ce sont souvent les « anciens » qui me recontactent, c'est toujours une fierté de les voir évoluer.

Quels conseils donneriez-vous à ceux qui veulent faire carrière dans le journalisme ?

Je leur dirais de s'accrocher. C'est un métier difficile. Il faut du culot, de l'audace, oser aller là où on ne vous attend pas, forcer les portes, se créer un réseau. Il faut aussi rester à niveau avec les technologies, être capable de penser par soi-même et développer son style personnel. Mais surtout, l'humain doit rester au cœur du métier, en s'intéressant aux gens, aux histoires oubliées, aux voix qui ne sont pas entendues.

Liam Guigues

UN HIVER QUI S'ANNONCE SPORTIF !

Comme chaque année, le retour de la saison hivernale amène un vent sportif dans les massifs montagneux européens. Démocratisés au début du XXème siècle, les sports d'hiver représentent 16 disciplines pratiquées uniquement sur glace ou sur neige. Entre pratiques sportives, compétitions internationales et volontés gouvernementales, la célébration des sports d'hiver continue de rassembler de nombreux sportifs et téléspectateurs.

Quentin Fillon Maillet, biathlète français, lors de la poursuite d'Östersund, le 7 décembre 2025. (Crédits : BJORN LARSSON ROSVALL / AFP)

Ce début de saison, marqué par l'annonce de la fin de carrière du Norvégien Johannes Boe, légende du biathlon, compte déjà plusieurs podiums pour le biathlon tricolore dont une première place en poursuite pour Quentin Fillon Maillet. Paco Rassat et Clément Noël ont tout deux remporté une épreuve de slalom lors de la Coupe du Monde qui se déroule en ce moment en Finlande. Les saisons de ces sports raccourcies par les contraintes climatiques voient leurs calendriers s'intensifier particulièrement lors des années olympiques. Très attendus, ces événements soulèvent néanmoins des problématiques environnementales non-négligeables. Ce sont également des pratiques qui excluent un grand nombre de pays dépourvus de neige.

Le gouvernement poursuit son engagement auprès des sportifs

À moins de deux mois des Jeux d'hiver 2026 et 4 ans avant ceux de 2030 organisés dans les Alpes françaises, Marina Ferrari, ministre des Sports, de la jeunesse et de la vie associative, affirme à propos des sports d'hiver sa volonté de ***« valoriser équitablement toutes les disciplines. »*** En effet, elle a annoncé maintenir les gracieuses primes des sportifs des Jeux d'été 2024 pour les futurs champions d'hiver et leurs entraîneurs, une première en France. Dans la continuité des JO de Paris, l'agence nationale du sport (ANS) vise à installer ***« durablement la France dans le top 5 olympique et paralympique. »***, déclare la ministre. Le budget 2026, bien que pas encore voté, est en légère baisse pour le ministère des Sports. Cet intérêt pour le sport se limitera-t-il aux Jeux olympiques ?

Naomé Adelaïde

TÉLÉFILMS DE NOËL : LA RECETTE DU SUCCÈS

Déjà la fin de l'année ? C'est le moment de dégainer le chocolat chaud et de lancer un téléfilm de Noël. Chaque hiver, ces comédies romantiques reviennent avec les mêmes ingrédients. Une formule immuable, et pourtant toujours aussi efficace. Devenus un véritable rituel, ils sont, selon Agathe Guillemet, responsable artistique des acquisitions de téléfilms pour TF1, *« un rendez-vous que les téléspectateurs attendent chaque année avec impatience »*. Mais quels sont les secrets de cette réussite ? On vous livre la recette.

Les comédies romantiques de Noël sont devenues un rituel télévisuel incontournable à l'approche des fêtes. (Crédits : RTBF)

Les téléfilms de Noël misent sur une recette bien rodée, mais toujours aussi efficace. (Crédits : Canal+)

Sapins illuminés et romance : les codes incontournables des téléfilms de Noël. (Crédits : TheConversation)

Les ingrédients miracles

Pour que votre comédie romantique de Noël plaise au plus grand nombre, commencez par la programmer sur une courte période. De fin octobre à début janvier, vous instaurez un rendez-vous et, par conséquent, une attente.

Ajoutez ensuite des codes narratifs bien rodés. Ces films, pensés pour un public féminin, racontent une romance du point de vue de l'héroïne. Deux schémas dominent : le retour au village natal et les retrouvailles avec un amour de jeunesse, ou une histoire féerique avec un prince venu d'un pays enneigé. Simple, mais efficace.

Incorporez la magie de Noël comme personnage à part entière. Elle agit comme le moteur du récit, tire les ficelles de l'histoire, justifie les coïncidences et garantit le happy end.

Saupoudrez de neige, de sapins décorés et de villages illuminés. Le décor doit être identifiable en un coup d'œil. Il permet au spectateur de comprendre immédiatement que le récit se déroule à Noël.

Faites fondre tout réalisme social et économique. Les téléfilms de Noël poussent le merveilleux à son maximum.

Enfin, laissez reposer cette madeleine de Proust hivernale, à consommer bien au chaud sous un plaid. Des intrigues simples qui permettent d'oublier, quelques instants, le quotidien et le temps morose.

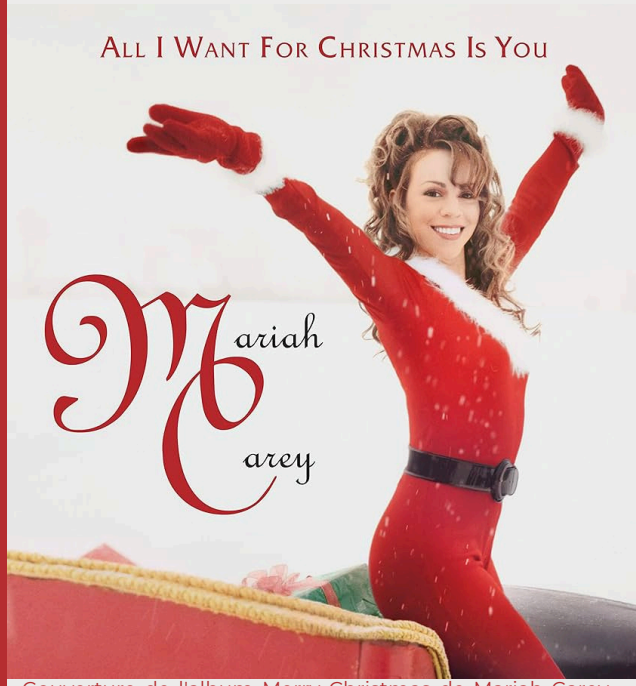
Cela reste toutefois une recette vue et revue, héritée du modèle Hallmark, à l'univers lisse et conservateur, dominé par des histoires d'amour hétérosexuelles. Les ingrédients sont connus ; à chacun désormais de relever le plat et de moderniser le genre, à l'image des plateformes qui s'y essaient de plus en plus.

Marie Boulay

LE SECRET SANTA DE MARIAH CAREY

Sorti en 1994, le tube entêtant de Mariah Carey, *All I Want for Christmas is You* est devenu l'hymne emblématique des fêtes de fin d'année. Mais 31 ans après sa publication, comment expliquer un tel succès ? Une réponse qui se cache dans le fond, mais aussi dans la forme.

Chaque Noël, c'est toujours le même refrain. Que ce soit à la radio, à la télévision et même dans les haut-parleurs des supermarchés, le tube de Mariah Carey, *All I Want for Christmas is You*, paru en 1994 dans l'album Merry Christmas, est partout. Et nul ne peut y échapper... Une musique au refrain incessant et qui, pourtant, a signé la carrière de la chanteuse. ***« J'ai l'impression que c'est quelque chose de petit par rapport au reste de mon catalogue, cette chanson continue de me surprendre »***, confiait la femme de 56 ans en novembre dernier pour le magazine américain Billboard.



Couverture de l'album Merry Christmas de Mariah Carey, sorti en 2019. (Crédits : V Magazine)

Une touche intergénérationnelle...

Un succès durable qui s'explique en partie par sa note intergénérationnelle. Depuis sa sortie, la chanson est passée de parent à enfant, devenant au fil du temps une tradition qui se répète sans cesse. Ensuite, les plateformes de streaming ont augmenté le phénomène, permettant à chacun de redécouvrir les morceaux qui ont bercé leur enfance, dont *All I Want for Christmas is You*. Ainsi, non seulement la durée d'écoute de la chanson est prolongée, mais dès lors, le single est instinctivement associé à la période des fêtes.

... avec une touche personnelle

Mais ce qui contribue aussi au succès du tube de Mariah Carey, c'est surtout sa différence avec de nombreuses chansons de Noël en évitant d'aborder les thèmes religieux et les images enfantines associées aux fêtes. Au lieu d'évoquer les cadeaux, les paroles sont centrées sur le plaisir de passer les festivités avec une personne chère. Quel que soit l'âge ou les croyances des auditeurs, tout le monde s'y retrouve. A cela se rajoute les nombreuses reprises d'artistes qui vont indirectement participer au succès de la chanson. Alors que le tube a été vendu à plus de 15 millions d'exemplaires à travers le monde, *All I Want for Christmas is You* compte bien continuer à rester dans les esprits.

Laurine Pages

THÉÂTRE IMMERSIF : QUAND LE SPECTATEUR DEVIENT ACTEUR

Le théâtre immersif, c'est le nouveau phénomène tendance en France ! Cette nouvelle pratique culturelle lève le rideau qui sépare les acteurs du public et propose aux spectateurs de prendre part à la pièce. Ce concept, qui a commencé à émerger dans les années 2010, connait une croissance significative, en réponse à une demande de plus en plus forte.

Les expériences immersives occupent désormais une place de choix dans les activités culturelles du quotidien. Cet engouement naît dès la fin de la crise du COVID. Depuis 2019, la fréquentation des lieux immersifs a augmenté de plus de 21 % d'après un rapport de The Immersive Entertainment paru en 2025. Un sentiment d'action, un besoin d'être moteur de son activité a été remarqué, poussant les espaces culturels à s'adapter à une demande de plus en plus forte : les musées proposent des visites virtuelles, certains lieux organisent des découvertes grâce aux casques de réalité augmentée, et les théâtres, eux, misent sur l'intégration du public en tant qu'acteur à part entière !

La Défense fait le pari du théâtre immersif pour célébrer les fêtes de fin d'année. (Crédits : Eugénie Lucas)

L'immersion comme outil de célébration

Mercredi 3 décembre 2025, la troupe de théâtre TADA! Immersive a fait sa première représentation. Le spectateur assiste à un spectacle immersif dans lequel il accompagne un personnage magique et suit un parcours d'illuminations de Noël installé à La Défense avec un objectif : l'aider à retrouver son chemin ! ***« On suit, on enquête, on interagit, on donne notre avis et on finit même par décider du dénouement ! Je trouve ça vraiment chouette et bien plus amusant qu'un théâtre classique ! »*** s'enthousiasme Anna, une spectatrice, à la fin de cette première représentation !

L'immersion est devenue un phénomène et surtout, un critère de vente auprès d'un public toujours plus avide de devenir plus qu'un consommateur : l'acteur de sa propre expérience.

Eugénie Lucas

LE PULL DE NOËL : D'UNE TRADITION FAMILIALE À UNE CÉLÉBRATION MONDIALE

Né dans les pays nordiques comme vêtement d'hiver avant de devenir une pièce emblématique des fêtes, le pull de Noël connaît aujourd'hui un véritable engouement mondial. Porté par familles, étudiants et influenceurs, il séduit par sa fantaisie et sa capacité à créer du lien. Il sera célébré cette année le 19 décembre 2025, lors de la Journée internationale du pull de Noël, devenue un rendez-vous festif incontournable.

Longtemps symbole de chaleur familiale et de savoir-faire artisanal, le pull de Noël renvoyait à une époque où l'on tricotait pour affronter l'hiver plus que pour faire sourire. Les premiers modèles étaient simples, inspirés des paysages enneigés et des traditions hivernales. Avec le temps, cette pièce s'est transformée en vêtement expressif, chancelant entre hommage aux fêtes et clin d'œil humoristique, jusqu'à s'inscrire durablement dans la culture populaire.

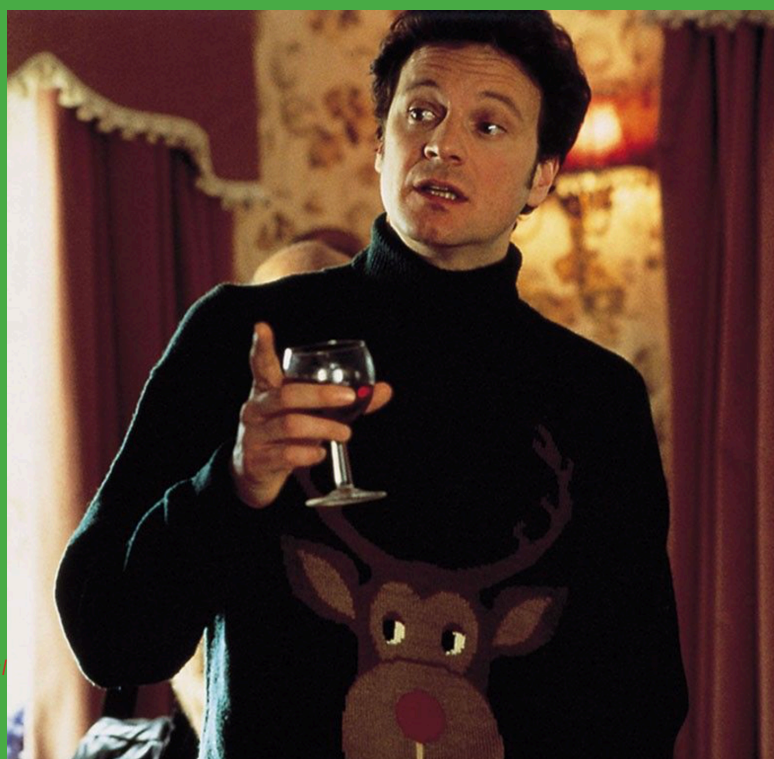
Une tradition exportée et réinventée

L'évolution du pull de Noël doit beaucoup aux soirées étudiantes organisées dans les pays anglo-saxons au début des années 2000. Ces événements, où l'on rivalisait de créativité pour afficher le pull le plus extravagant, ont déclenché un véritable mouvement social. Les marques s'en sont emparées, les réseaux sociaux ont amplifié la tendance et la célébration annuelle s'est progressivement installée dans de nombreux pays, donnant à cette pièce une nouvelle signification collective.

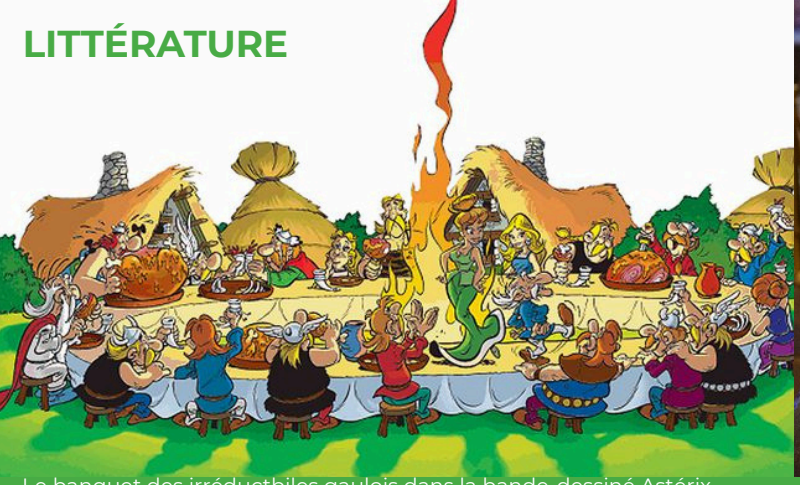
Un rituel convivial et assumé

Aujourd'hui, le pull de Noël dépasse son rôle de vêtement saisonnier : il incarne une manière légère d'entrer dans les fêtes. On le porte pour partager un moment, pour désamorcer le sérieux de décembre ou pour affirmer une part de fantaisie. Qu'il soit sobre, artisanal ou franchement extravagant, il devient chaque année un signe de complicité et un petit rite joyeux qui annonce l'arrivée des festivités.

Izaura Besnier



Colin Firth et son mémorable pull à tête de renne dans « *Le Journal de Bridget Jones* » (2001).
(Crédits : Miramax/Universal/COLLECTION CHRISTOPHEL)



Le banquet des irréductbiles gaulois dans la bande-dessiné Astérix.
(Crédits: Pinterest)

Buffet et célébration de Noël à Poudlard, dans les films Harry Potter.
(Crédits: Les Échos)

QUAND LES FÊTES DE ROMANS S'INVITENT DANS NOS VIES

Et si certaines des célébrations que nous adorons aujourd'hui étaient d'abord nées dans les pages d'un roman ? La frontière entre traditions bien réelles et fêtes fictives est souvent plus mince qu'on le pense. De la moisson de Panem aux festins d'Astérix, les auteurs ont imaginé des moments de partage qui, parfois, finissent par inspirer nos propres façons de célébrer.

La littérature invente des peuples, des paysages, des langues mais aussi des fêtes qui deviennent, pour les lecteurs, plus vraies que nature. Certaines restent confinées dans les pages, comme la Fête de la Moisson dans Hunger Games, ce rituel à la fois solennel et glaçant qui symbolise la fragilité de la paix imposée. D'autres, au contraire, dépassent la fiction pour se glisser dans nos agendas. Ainsi, les banquets d'Astérix ont façonné l'idée même du repas festif à la gauloise : sangliers rôtis, village réuni, liesse collective. De nombreux festivals historiques actuels, en France comme en Belgique, reprennent aujourd'hui cette imagerie proche de celle de Goscinny et Uderzo.

Dans un registre plus magique, Harry Potter n'est pas en reste. La Fête d'Halloween à Poudlard, entre festins gigantesques et décorations enchantées, a largement influencé la manière dont de jeunes lecteurs célèbrent ou décorent cette soirée désormais incontournable. Dans Le Seigneur des Anneaux, c'est la simplicité chaleureuse de la fête hobbit, celle du 111e anniversaire de Bilbon, qui a inspiré de nombreux « Hobbit Day » organisés dans les communautés de fans. Comme l'écrit Tolkien lui-même : « Les petites mains peuvent changer le cours de l'avenir. » Et apparemment… le calendrier aussi.

Quand la fiction devient prétexte à célébrer

Ce phénomène dit quelque chose de notre époque : nous cherchons dans les mondes imaginaires des occasions de nous rassembler, de rêver ensemble, d'inventer nos propres traditions. Ces fêtes fictives deviennent alors des espaces où l'on peut, lors d'une soirée, vivre selon les règles d'un autre univers plus magique, plus festif, parfois plus libre.

Matys Guionnet

FÊTES DE FIN D'ANNÉE : QUAND LES TRADITIONS CULINAIRES FONT POLÉMIQUE

À l'approche des fêtes de Noël, certaines traditions culinaires se retrouvent au cœur de vives controverses. Entre critiques liées à la souffrance animale et excès qui alimentent surconsommation et gaspillage, les rituels gastronomiques se voient de plus en plus contestés.

Si tout le monde est désormais conscient des cruelles pratiques qui se cachent derrière cet incontournable des fêtes (élevage intensif des oies et des canards, gavage, abattage...), le foie gras continue, année après année, de trôner sur les tables des fêtes de fin d'année. Des innovations culinaires véganes, comme le "faux gras", présentées comme des alternatives, gagnent en popularité. Pourtant, en 2023, la consommation de foie gras en France était estimée à 7 275 tonnes, d'après un bilan de FranceAgirMer, soit une consommation moyenne de 107 g par habitant.

Le foie gras, seulement un exemple parmi tant d'autres

Les repas de fêtes dans leur ensemble sont également remis en question en raison de la surconsommation qu'ils engendrent. Chaque année, des quantités considérables de nourriture sont achetées pour les festivités, au risque d'être finalement gaspillées. Selon l'ADEME, l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, le gaspillage alimentaire augmente d'environ 76 000 tonnes entre la période de Noël et du jour de l'An.

Rayon foie gras d'un supermarché. (Crédits: Clara Bourens)

Les célébrations de Noël, censées incarner un moment de partage et de convivialité en famille, prennent finalement part à la souffrance animale et aux excès alimentaires. Face à ce prix éthique, beaucoup commencent à repenser leurs traditions. C'est le cas de Marie-Thérèse, militante pour la cause animale chez L214 : ***"Je ne fête plus du tout Noël : c'est une orgie de cadeaux, de nourriture, de foie gras... c'est une maltraitance insoutenable !"***, confie-t-elle.

Clara Bourens

NOËL : COMMENT RETROUVER L'ESPRIT SOUS LES CADEAUX.

Les Galeries Lafayette, lieu emblématique de Paris, se transforment à l'heure des fêtes de Noël. (Crédits : Lycia Zaatri)

Jadis fête chrétienne, Noël est devenu synonyme de frénésie d'achats. Dès la mi-novembre, la course aux cadeaux vide la fête de son sens religieux. La période est-elle irrémédiablement dominée par la surconsommation, ou peut-on retrouver un esprit plus sobre ? Pourtant, derrière cette effervescence commerciale, Noël conserve une place spéciale dans le quotidien de millions de personnes. Certains y voient un moment de rassemblement familial, délesté de dimension religieuse. D'autres – croyants – restent attachés au sens originel de la célébration. Cette tension entre l'esprit des fêtes et le marketing est au cœur de notre enquête. Entre le prêtre de la paroisse de Saint-Cyr-l'École, qui voit le consumérisme comme un moyen de diffuser le message de paix, la responsable d'un grand magasin qui défend l'impératif commercial et les citoyens qui cherchent un sens au-delà des prix, lequel de ces Noël a pris le dessus ?

Le rush de décembre : l'impératif commercial et son coût.

Le rush de décembre est vital : pour les professionnels, la question du sens est secondaire. Le mois de décembre est avant tout une ligne importante pour le compte des résultats annuels. Cette pression commerciale est bien réelle. Comme l'observe le prêtre Antoine Rolland-Gosselin, les décorations de Noël sont installées ***« un mois et demi avant la fête »***, preuve selon lui que la fête est devenue ***« vraiment marketing »***. Pour une minorité des personnes interrogées lors de notre micro-trottoir, Noël est d'ailleurs perçu comme une ***« fête commerciale »*** qui impose de faire plaisir aux proches. L'ampleur du phénomène est spectaculaire. Aux Galeries Lafayette, à Paris, les fêtes de fin d'année sont planifiées un an à l'avance. L'objectif est de capter l'attention de la clientèle dès la mi-novembre, période qui voit le flux doubler par rapport à la normale. Des installations événementielles massives, comme le sapin de 16 mètres de haut sous la coupole, ou encore les vitrines extérieures, sont destinées à attirer des centaines de milliers de visiteurs.

Un budget sous tension.

Cette obligation d'offrir se heurte au contexte économique actuel. Selon des études récentes (Ankorstore, Cofidis), le budget moyen des Français pour Noël est en recul pour la deuxième année consécutive, s'établissant en moyenne à 470 euros en 2025. Les ménages doivent faire des choix : si 60% du budget est consacré aux cadeaux, la principale inquiétude (citée par 74% des Français) reste le prix des aliments. La contrainte est telle que pour 4 Français sur 10, cette période est devenue la plus stressante de l'année, mêlant la pression des achats à l'anxiété du budget.

Le centre commercial de Plaisir arborant sa parure de fêtes. (Crédits : Lycia Zaatri)

L'ancrage du cœur : le message de paix d'un prêtre.

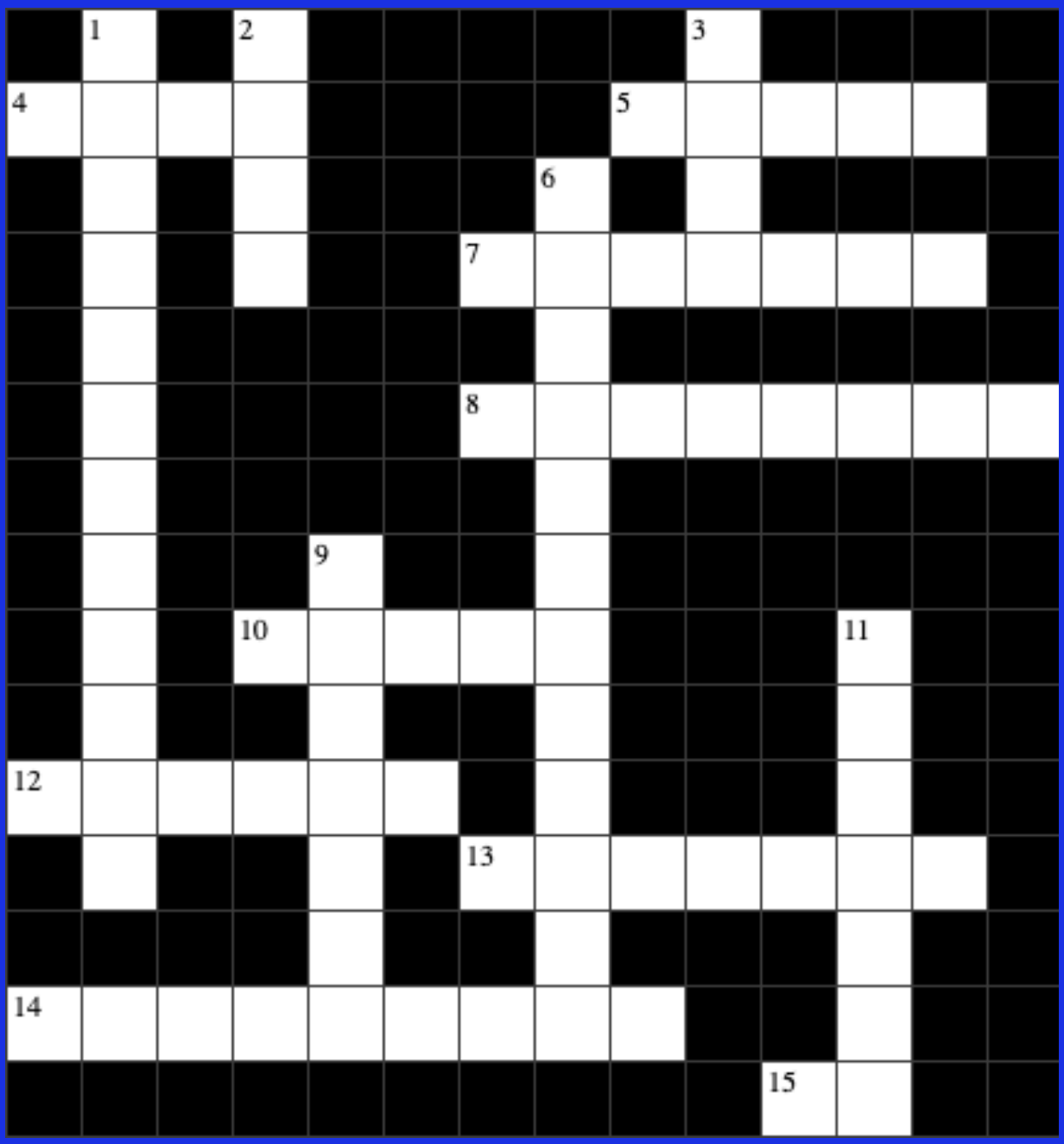
Face au consumérisme, le sens réside avant tout dans le lien. Pour la majorité de nos interviewés, Noël est d'abord une fête familiale et un moment de rassemblement, où le budget est priorisé pour le repas et la convivialité. Au-delà de la famille, le Père Antoine de la paroisse de Saint-Cyr-l'École insiste sur la persistance du sens spirituel. Cependant, dans le contexte du don, la pression se fait sentir. Le Père Antoine souligne que la tradition du cadeau est récente et déclare : ***« Aujourd'hui, on ne sait plus trop quoi inventer pour aller trouver le cadeau qui va bien. »*** Pour le Père Antoine. Noël n'est pas qu'une tradition, mais un ***« grand mystère »*** et une ***« espérance folle »*** que le monde n'est pas voué au mal, car Dieu est venu donner la paix. Il souligne la puissance du message qui est universel et ***« qui touche les cœurs au-delà de la religion »***, créant une magie de Noël inspirant la bonté. Le prêtre va plus loin, refusant de condamner le spectacle commercial : ***« on peut quand même se servir de cela »***. Il estime que le consumérisme, avec ses lumières et ses guirlandes, ***« nourrit aussi le message de fond qui est sur l'espérance et sur la paix »***. L'omniprésence du commerce assure ainsi, paradoxalement, que le message de Noël se transmette en faisant office de marqueur temporel dans l'année.

La crèche de l'église Saint-Cyr Sainte-Juliette à Saint-Cyr-l'École. (Crédits: Lycia Zaatri)

La bataille des symboles.

Alors qu'une proposition émanant d'un syndicat de l'Éducation nationale vise à supprimer l'appellation « vacances de Noël » pour les renommer « vacances de fin d'année », au nom du respect de la laïcité, le prêtre associe cela à des **« débats un peu idiots »** sur les symboles religieux dans l'espace public (crèches, sapins), souvent menés, selon lui, pour des raisons politiciennes. Cette initiative a profondément blessé de nombreux Français, pour qui un tel changement reviendrait à renier les traditions et l'histoire même de la France. Ces tensions montrent à quel point le sens même de la fête est remis en question. Que l'on y voie un miracle, une simple réunion de famille ou un impératif commercial, le Noël français divise autant qu'il rassemble.

LE JEU DU MOIS



1 PROCÉDÉ DE CONSERVATION POST-MORTEM
2 FLEUVE DES ENFERS GRECS
3 FRUIT EXOTIQUE QUI MENT SUR SA COULEUR
4 LOUIS BOYARD EN EST PEUT-ÊTRE UN DES HÉRITIERS
5 AVANT LA RAQUETTE
6 PRÉFÉRENCE MARQUÉE
7 À L'... DE LA MORT
8 TRAHISON MATRIMONIALE
9 CE QUE VOUS TENEZ DANS LES MAINS
10 HAVRE
11 SUR UN REQUIN OU UNE VOITURE
12 POUR LES FRUITS OU LES TÉLÉPHONES
13 QU'ON TROUVE À WOODSTOCK
14 PAIEMENT OU VENGEANCE
15 ZINC

TOI AUSSI, REJOINS LE

CLUB DES MÉDIAS

ISFJ PARIS

POUR NE RIEN MANQUER DE L'ACTUALITÉ DE LA VIE ÉTUDIANTE DU CAMPUS !

SUIS-NOUS SUR LES RÉSEAUX :

ON AIR

LA GAZETTE DES ÉTUDIANTS
LA RADIO
PRÉSENTATION JT
CAPTATION
FORMATION REPORTER DE GUERRE
PRÉSENTATION JT
LA RADIO
LE REPORTAGE
LES PODCASTS
LA GAZETTE DES ÉTUDIANTS
PARIS FC
LES PODCASTS
PRÉSENTATION JT
LA RADIO
MASTERCLASS
LA GAZETTE DES ÉTUDIANTS
MASTERCLASS
CAPTATION
PARIS FC
LE REPORTAGE CLUB
FORMATION REPORTER DE GUERRE
PARIS 92

L'équipe de rédaction

RÉDACTEUR EN CHEF

PAOLO TANZILLI

RÉDACTEURS

PAOLO TANZILLI

MARCO PHAM

TRISTAN MOUHICA

ZINEB DAHOR

VALENTIN HARDY

LIAM GUIGUES

NAOMÉ ADÉLAÏDE

MARIE BOULAY

LAURINE PAGES

EUGÉNIE LUCAS

IZAURA BESNIER

MATYS GUIONNET

CLARA BOURENS

LYCIA ZAATRI

ISFJ

Institut Supérieur de Formation au Journalisme

PHOTOGRAPHES

MARIELLE MALUMBA

ZINEB DAHOR

CAMILLE BRIZÉ

JULIA FERREIRA ESTIMADO

EUGÉNIE LUCAS

CLARA BOURENS

LYCIA ZAATRI

DIRECTEUR DE PUBLICATION

LUDOVIC PLACE

ISFJ

Institut Supérieur de Formation au Journalisme

ISFJ

Institut Supérieur de Formation au Journalisme

Une rédaction en action

GAZETTE DES ÉTUDIANTS

ÉDITION N°12

www.isfj.fr