

KIT DE LANCEMENT

Lancement — n°1, partenaires & crowdfunding

Les trois briques opérationnelles pour passer du concept au premier numéro réel : le **sommaire chiffré du n°1**, le **dossier partenaires**, et la **campagne de financement participatif**. Montants en **ESTIM.**, noms cités = **cibles à approcher** (rien n'est confirmé).

↓ Télécharger le kit de lancement (PDF)

1 • Sommaire détaillé du n°1 — « Le souffle d'une génération »

132 pages, ~9 % de pub. Budget rédactionnel + photo par article (ESTIM., cohérent avec ~40 k€/numéro du business plan). Signatures = rôles à pourvoir ; les artistes en entretien sont des **cibles à confirmer**.

RUBRIQUE	SUJET	SIGNATURE	P.	PIGE €	PHOTO €
Édito	« On a arrêté de mettre le jazz au musée »	Rédac' en chef	1	—	—
Sept Nuits	Agenda & brèves du trimestre	Rédaction	10	1 500	1 000
Le Grand Terrain	La nouvelle scène (reportage immersif)	Grand reporter	12	3 500	3 000
Le Grand Entretien	Artiste majeur-e (<i>cible : Nubya Garcia / Shabaka Hutchings / Kamasi Washington — à confirmer</i>)	Plume invitée	14	3 000	2 500

RUBRIQUE	SUJET	SIGNATURE	P.	PIGE €	PHOTO €
Passerelles	Jazz x électro — de <i>Promises</i> aux clubs	Critique	10	2 000	800
L'Enquête	L'économie réelle du vinyle	Journaliste éco	14	4 000	1 500
C'était mieux avant ?	1959 vs 2026, écoute en aveugle	Critique	10	1 800	600
Portfolio	Photographe carte blanche	Photographe	16	—	6 000
Reportage	Un festival, de l'intérieur	Grand reporter	14	3 000	3 500
Objets & tendances	Le jazz comme art de vivre	Rédaction mode	12	1 500	2 500
Chroniques	Disques, livres, à voir	Pigistes	6	1 200	300
Le Club	Membership + 4 ^e de couv.	Interne	3	—	—
Total éditorial	+ ~10 p. de publicité		122	21 500	21 700

Budget

réductionnel
n°1

≈ 43 200 €

2 • Dossier partenaires

Jazz Vision n'est pas un magazine seul, c'est un **écosystème** (doctrine So Press). Quatre familles de partenaires, et pour chacune : ce qu'on apporte / ce qu'on demande. *Noms = exemples de cibles, aucun partenariat conclu.*

Salles & clubs

On apporte : les soirées « Jazz Vision Live » (curation + public abonnés), du contenu (captations, podcast), une billetterie partagée.

On demande : des dates, une jauge, le plateau technique.

Cibles ex. : New Morning, Le Trabendo, Pan Piper, Le Bal Blomet.

Festivals

On apporte : une présence éditoriale, une « scène découverte Jazz Vision », de la captation et du relais média.

On demande : accréditations, une scène, de la visibilité.

Cibles ex. : Jazz à la Villette, Jazz in Marciac, Nancy Jazz Pulsations, D'Jazz Nevers.

Labels & disquaires

On apporte : l'objet exclusif du Club (vinyle, cassette, tirage...), des playlists, des chroniques, une vitrine.

On demande : pressage, licences de titres, co-marketing.

Cibles ex. : type Brownswood, No Format, Komos, Heavenly Sweetness.

Marques (mode · audio · spiritueux premium)

On apporte : du brand content musique × art de vivre, de l'événementiel, une audience CSP+ jeune.

On demande : un budget, des produits, une co-création.

Cibles ex. : maisons mode/horlogerie, audio haut de gamme, spiritueux.

3 • Campagne de crowdfunding

270 k€

objectif d'amorçage
(façon Zadig)

45 j

durée de campagne
(Ulule /
KissKissBankBank)

~3 000

contributeurs visés
(panier moyen
~90 €)

+3 mois

livraison du n°1
après clôture

Les paliers de contreparties

19 €

LE CURIEUX

Le n°0 en PDF + votre nom au générique des fondateurs.

49 €

L'ABONNÉ

1 an d'abonnement (4 numéros livrés).

89 €

LE CLUB · EARLY BIRD

4 numéros + les 4 objets collector de l'année (dont un vinyle).

150 €

LE FONDATEUR

Le Club + objet signé + tote-bag sérigraphié en série limitée.

300 €

L'INITIÉ

Pack fondateur + 2 places pour la soirée de lancement Jazz Vision.

800 €

LE MÉCÈNE

+ dîner avec la rédaction & un·e musicien·ne, + pass festival partenaire.

2 500 €

LE PARTENAIRE

Une page de marque dans le n°1 + logo « soutien » + 10 abonnements.

Paliers

STRETCH GOALS

150 k€ objet collector premium débloqué · **270 k€** objectif (amorçage) · **350 k€** coffret relié n°1-4 · **450 k€** un poste de pigiste permanent.

Le calendrier

Sem. -4

Teasing : newsletter d'amorçage, extraits du n°0, comptes à rebours.

Jour 0

Lancement + early birds « Le Club » à 89 € (stock limité).

Jour +15

Relance : palier surprise, dévoilement d'une signature/partenaire.

Jour +45

Clôture + annonce des stretch goals atteints.

+3 mois

Bouclage & impression du n°1, livraison aux contributeurs.

LA VIDÉO DE CAMPAGNE (90 S) – DÉROULÉ

0-20 s le constat : « on vous a dit que le jazz était mort » → images de clubs pleins, Mercury, Grammys. **20-45 s** la promesse : un mook premium qui casse les codes et franchit les frontières de genre. **45-70 s** la preuve : on feuillette le **n°0 réel** (déjà fait). **70-90 s** l'appel : « devenez fondateur du Club ». Tout le kit (n°0, press-kit, business plan) est déjà en ligne pour crédibiliser la campagne.

4 • Fidéliser : l'objet & le numérique

Le nerf de la guerre d'un trimestriel, c'est **donner envie d'acheter le numéro suivant**. Deux leviers complémentaires : un objet conçu pour la collection, et un accès numérique récurrent à petit prix.

L'OBJET QUI FIDÉLISE (AU-DELÀ DU VINYLE)

Le vinyle est beau mais **cher et lourd à produire** à chaque numéro. La vraie astuce de fidélisation, c'est l'objet **sériel** : qui n'a de sens que si on les a **tous**.

- › **L'œuvre en 4 actes** — une affiche/illustration grand format découpée en 4 : chaque numéro en livre un quart. Au bout de l'année, l'image complète. (*Le meilleur « hameçon ».*)
- › **Le coffret de l'année** — un étui collector offert avec le n°1, à remplir avec les 3 suivants.
- › **La sérigraphie numérotée** — un tirage d'art signé d'un illustrateur différent à chaque fois (frugal, désirable, « complète ta collection »).
- › **La carte à collectionner** — façon Panini du jazz : une figure / un club / un disque, avec QR vers un morceau.
- › **Le cahier qui se relie** — un fascicule détachable par numéro (ex. « 100 disques ») : au bout d'un an, un vrai livre.

Reco : l'œuvre en 4 actes ou **le coffret à remplir** — la collection devient le moteur du réabonnement. Le vinyle reste un « drop » premium occasionnel, pas une obligation trimestrielle.

L'OFFRE NUMÉRIQUE – PODCASTS & ARCHIVES

5 €/mois

Un **accès illimité** aux **podcasts & archives audio** (entretiens, sessions, raretés) — l'étage d'entrée, sans papier, qui crée l'**abonnement récurrent** et alimente le tunnel vers « Le Club ».

- › **Tunnel** : 5 €/mois numérique → 89 €/an Le Club (papier + objet + soirées).

- › **Contenu** : podcasts d'auteur + plongée dans des archives (modèle prouvé : [Jazz Magazine](#) exhume ses 70 ans d'archives et ses playlists — piste de **partenariat** de licence).

- › **Marge** : coût marginal quasi nul une fois produit ; trésorerie récurrente, peu sensible au kiosque.

Lien podcasts Jazz Magazine à brancher quand leur page sera en ligne (ils lancent l'offre).