

Guide des revues : faire connaître sa revue

Le référencement

Vital, le référencement permet de faire connaître votre revue et d'élargir la diffusion et la notoriété.

N'oubliez pas d'adresser un exemplaire du premier numéro de votre revue à Ent'revues : vous serez immédiatement référencés dans notre [annuaire en ligne](#), quotidiennement actualisé. Nous intégrons très rapidement les modifications concernant votre revue (adresse, éditeur, mise en ligne...).

Par ailleurs, notre [Revue des revues](#), pratiquement seule dans cet exercice, chronique de nombreuses revues nouvellement créées. N'hésitez pas à nous signaler vos projets et la parution de votre premier numéro. Pour être référencé dans notre annuaire raisonné, vous pouvez nous fournir les informations suivantes à info@entrevues.org :

Titre / sous-titre / éditeur / année de création / ISSN / format papier et/ou électronique / site de l'éditeur / site de la revue / adresse postale / courriel de contact / n° de téléphone / un texte de présentation de la revue

dilicom : vous pouvez gratuitement être référencée sur le **FEL** (fichier exhaustif du livre) sur pour les libraires c'est un instrument d'information et de commandes privilégiée. Leur site : <https://dilicom-prod.centprod.com/index.html>

Electre est la plus important base de données bibliographiques française: elle référence l'essentiel des publications : les revues n'y sont pas forcément toutes intégrées, pour des raisons qui ne sont pas simples à démêler. Elle est liée au journal professionnel Livres Hebdo, édité par le Cercle de la librairie. Leur site : <https://accueil.electre.com>

Les services de presse

Il est bien fini le temps des annonces régulières des parutions de revues dans les journaux ou magazines. C'est donc au fil de vos lectures que vous pourrez détecter les rares îlots qui font encore écho aux revues.

Vous pouvez tenter de contacter directement certains journaux pour savoir à qui il vaut mieux faire parvenir votre revue, voire si cela vaut la peine d'engager cette dépense...

France-Culture est une radio qui reste attentive aux revues : surveillez sa grille.

Un certain nombre de sites et divers blogs constituent des espaces qui accueillent volontiers l'actualité des revues.

Un certain nombre de vos consœurs sont plus accueillantes : vérifiez si elles disposent d'une rubrique « Revue des revues ».

Internet, développement d'un réseau et portails

Désormais toutes les revues disposent d'un site internet plus ou moins élaboré : il doit être un moteur de visibilité et surtout être une « tête chercheuse ». En multipliant les liens vers les sites amis, vers les revues proches, les associations, il permet à votre revue d'intégrer un réseau qui en retour lui assure une visibilité accrue, la fait résonner à l'intérieur d'une communauté virtuelle.

Lettres et annonces électroniques autour de votre parution et de vos événements, page Facebook et compte twitter complètent ce dispositif de promotion. La présence sur les réseaux sociaux participent de cette visibilité.

Bien entendu la participation à des portails (pour les revues de sciences humaines) est un accélérateur de visibilité et un outil de commercialisation.

Les actions de promotion

Essentielles, elles peuvent prendre différentes formes :

- Les actions collectives : quelques revues qui se sentent des affinités s'associent pour produire un événement commun, le réseau de chacun pouvant enrichir l'ensemble et l'événement collectif a plus de chance d'attirer l'attention.
- La présence dans des Salons : le Salon du livre de Paris ne sera peut-être pas dans vos moyens et ne correspond peut-être pas au public que vous souhaitez. Beaucoup de régions y déploient de larges stands où ils accueillent des éditeurs indépendants et actifs sur leur territoire, informez-vous.

Au demeurant, au fil de l'année, de multiples rencontres jalonnent les semaines et les territoires : vous trouverez sur le site des structures régionales tous ces rendez-vous.

Quelques autres Salons nationaux peuvent également vous être une occasion d'élargir votre audience : **Le Marché de la poésie**, **Le Salon de la revue** en particulier.

Même si le ratio économique (coût-recettes) d'une présence à des manifestations est loin d'être négligeable, il ne doit pas être votre seul souci : vous y démontrez votre capacité à faire exister votre revue, vous y rencontrez des collègues, et peut-être des professionnels. Faire Salon, c'est assurément une des manières de s'installer dans le paysage foisonnant des revues.

Les échanges publicitaires

Étendre son réseau, participer d'une communauté, être reconnu, ce sont les fonctions des échanges de publicité entre les revues du même genre. Gratuit et fécond, ce procédé mérite d'être activé.