

Negus

KIT MEDIA



NEGUS JOURNAL : UN PROJET NOUVEAU

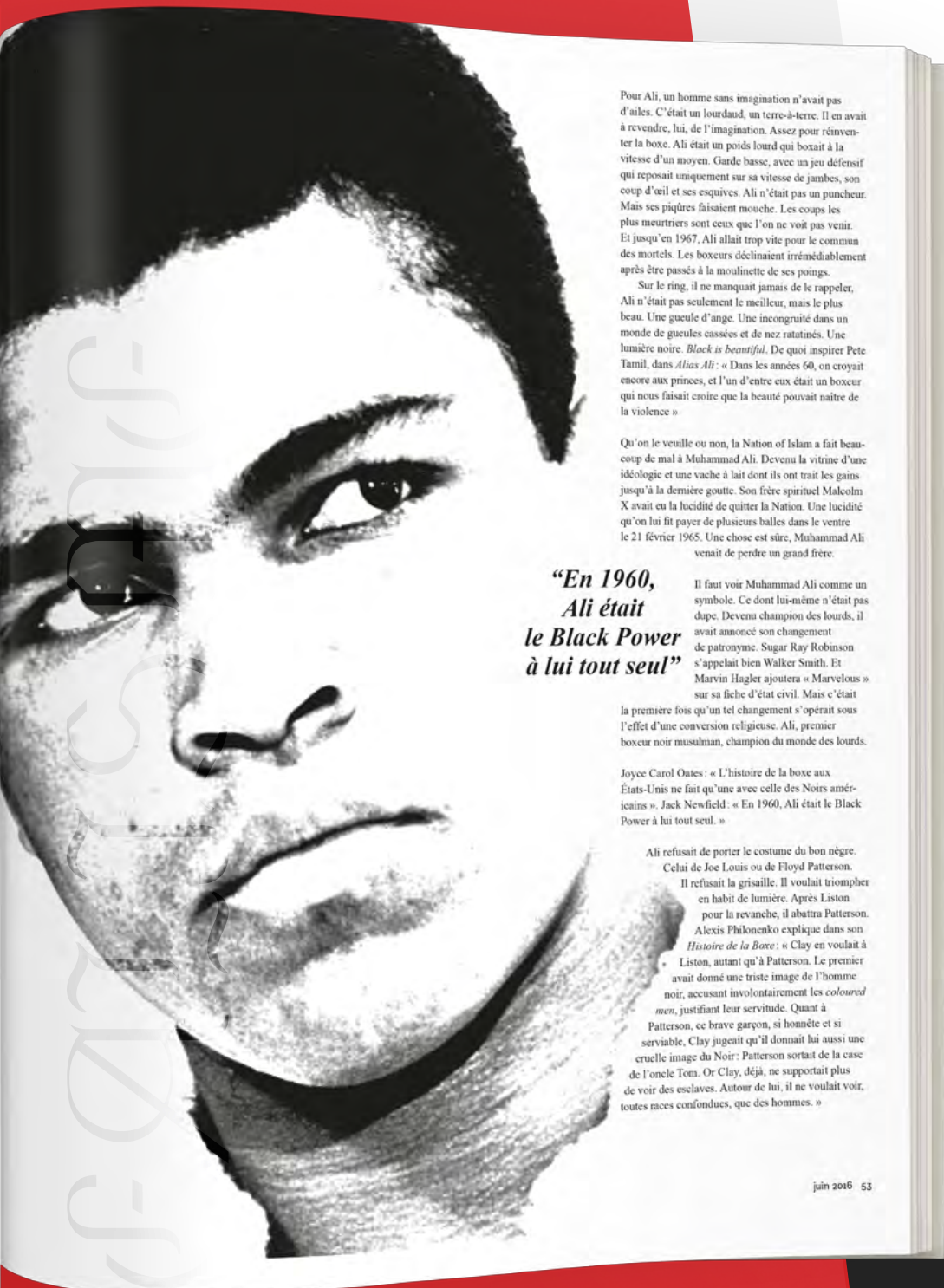
NEGUS c'est le résultat d'une équation simple: un **œil critique**, une **plume**, une **vision**. Ce journal est pour tous ces observateurs du monde qui ont soif d'**authenticité**, de **débat**, de **réflexion**. Un monstre terrifiant de **perspicacité** et de **réalisme** qui balaye tous les domaines: Culture, politique, enquêtes, portraits, sport...

NEGUS c'est une expérience qui se vit avec curiosité.

Un journal qui analyse, qui propose un autre regard.

Celui de toute une partie de notre société qui n'est pas représentée. Ces Noirs qui souhaitent avoir un journal qui portera leur voix au plus haut. Depuis la France, NEGUS fait résonner toute cette diaspora : de Cayenne aux Antilles, de la Polynésie à Antananarivo, de Brazzaville à Douala, de Marrakech à Abidjan avec une distribution aux quatre coins du monde francophone.

80 ans après l'Étudiant Noir, participer à NEGUS, c'est entrer dans la légende, faire l'expérience de la nouveauté et affirmer haut et fort sa différence dans les kiosques.



Pour Ali, un homme sans imagination n'avait pas d'ailes. C'était un lourdaud, un terre-à-terre. Il en avait à revendre, lui, de l'imagination. Assez pour réinventer la boxe. Ali était un poids lourd qui boxait à la vitesse d'un moyen. Garde basse, avec un jeu défensif qui reposait uniquement sur sa vitesse de jambes, son coup d'œil et ses esquives. Ali n'était pas un puncheur. Mais ses piqûres faisaient mouche. Les coups les plus meurtriers sont ceux que l'on ne voit pas venir. Et jusqu'en 1967, Ali allait trop vite pour le commun des mortels. Les boxeurs déchaînaient irrémédiablement après être passés à la moulINETTE de ses poings.

Sur le ring, il ne manquait jamais de le rappeler. Ali n'était pas seulement le meilleur, mais le plus beau. Une gueule d'ange. Une incongruité dans un monde de gueules cassées et de nez ratatinés. Une lumière noire. *Black is beautiful*. De quoi inspirer Pete Tamil, dans *Alias Ali* : « Dans les années 60, on croyait encore aux princes, et l'un d'entre eux était un boxeur qui nous faisait croire que la beauté pouvait naître de la violence »

Qu'on le veuille ou non, la Nation of Islam a fait beaucoup de mal à Muhammad Ali. Devenu la vitrine d'une idéologie et une vache à lait dont ils ont traité les gains jusqu'à la dernière goutte. Son frère spirituel Malcolm X avait eu la lucidité de quitter la Nation. Une lucidité qu'on lui fit payer de plusieurs balles dans le ventre le 21 février 1965. Une chose est sûre, Muhammad Ali venait de perdre un grand frère.

**“En 1960,
Ali était
le Black Power
à lui tout seul”**

Il faut voir Muhammad Ali comme un symbole. Ce dont lui-même n'était pas dupe. Devenu champion des lourds, il avait annoncé son changement de patronyme. Sugar Ray Robinson s'appelait bien Walker Smith. Et Marvin Hagler ajoutera « Marvelous » sur sa fiche d'état civil. Mais c'était

la première fois qu'un tel changement s'opérait sous l'effet d'une conversion religieuse. Ali, premier boxeur noir musulman, champion du monde des lourds.

Joyce Carol Oates : « L'histoire de la boxe aux États-Unis ne fait qu'une avec celle des Noirs américains ». Jack Newfield : « En 1960, Ali était le Black Power à lui tout seul. »

Ali refusait de porter le costume du bon nègre. Celui de Joe Louis ou de Floyd Patterson. Il refusait la grisaille. Il voulait triompher en habit de lumière. Après Liston pour la revanche, il abattit Patterson. Alexis Philonenko explique dans son *Histoire de la Boxe* : « Clay en voulait à Liston, autant qu'à Patterson. Le premier avait donné une triste image de l'homme noir, accusant involontairement les *coloured men*, justifiant leur servitude. Quant à Patterson, ce brave garçon, si honnête et si serviable, Clay jugeait qu'il donnait lui aussi une cruelle image du Noir : Patterson sortait de la case de l'oncle Tom. Or Clay, déjà, ne supportait plus de voir des esclaves. Autour de lui, il ne voulait voir, toutes races confondues, que des hommes. »

Périodicité : Bimestriel

Format : 26 X 32

Tirage de diffusion : 65 000 exemplaires

Circulation : 100 000

Âge cible : 15 - 55 ans

Sexe : Homme 60 % / Femme 40 %

Niveau social : Profil CSP + Artiste, cadre, étudiant, sportif

Points de ventes en France : 13 000 Relay, kiosques, grande distribution (carrefour, Auchan, Leclerc...), Magasin Spécialisé, librairie

Export : Belgique, Guyane, Martinique, Guadeloupe, Reunion et Afrique Francophone

TARIFS PUBLICITAIRES

Double page : 1 000 €

Page simple (recto) : 750 €

Cover 2 : 1 500 €

Cover 3 : 1 000 €

Cover 4 : 2 000 €

1/2 page : 500 €

Mise en avant sur nos réseaux sociaux : Sur devis

Advertorial : Sur demande (campagne de pub faite par nos soins)

Deadline RET : 3 semaines avant la parution



Negus

contact@negusjournal.com

Jonathan Zadi
+336 17 53 64 01

Christian Dzellat
+336 37 35 69 72