

people

# Sean Struble



Créé il y a deux ans, le magazine américain « POZ » est le seul magazine de grand tirage à s'adresser aux séropositifs et aux malades du sida. À travers l'interview de son directeur de publication, nous vous présentons l'un des plus beaux magazines des années quatre-vingt dix.

Comment avez-vous lancé « POZ » ?

J'ai découvert il y a dix ans que j'étais séropositif. Et puis, il y a trois ans, ma santé a commencé à décliner et je me suis dit : *Après tout, qu'est-ce que je risque ?* Et j'ai lancé ce magazine. À l'époque, je ne peux pas dire que j'avais beaucoup de soutien. Les gens disaient que personne n'achèterait un magazine sur le sida ! Mais c'était aussi un défi, je voulais créer un média à la fois informatif et attrayant, qui montre comment les personnes touchées par le VIH vivent, comment elles se battent.

Quels types de critiques avez-vous eues ?

Oh, nous les avons toutes eues. Il y a les gens qui disent que c'est trop bourgeois, trop luxueux. Comme si un journal qui parle du sida devrait forcément être clinique ou terne. On nous a dit qu'il était trop blanc, alors que je crois que nous avons traité du *multiculturalisme* plus souvent que n'importe quel

annonceurs grand public ne sont pas intéressés par notre tirage, qui est de 100.000 exemplaires. S'ils voulaient toucher un maximum de personnes, ils mettraient des pubs dans « People ». Notre lectorat est très engagé, soit politiquement, soit culturellement, soit socialement. Pour les annonceurs, c'est un moyen de toucher un public pointu, informé, parmi lequel on trouve énormément de décideurs.

Vous avez eu des problèmes pour trouver ces annonceurs ?

Oui. Par exemple, nous n'avons jamais obtenu de pubs de laboratoires pharmaceutiques comme Wellcome, BMS, Roche, qui sont précisément ceux qui gagnent le plus d'argent sur le dos des malades, et cela me met en rage. Certains annonceurs nous ont dit non dès le début et refusaient même de nous parler. Mais un an après, certains ont des pages de pub dans « POZ ». Il y avait

« POZ » est très attaché à cette image d'exemple.

Nous avons toujours essayé d'interviewer des personnes séropositives, qu'elles soient célèbres ou non. Il est capital de montrer des séropos qui vivent, qui assument leur statut sérologique. Il faut dire que « POZ » a contribué, avec les associations de lutte contre le sida, à dédramatiser le statut sérologique. En tant que média, nous avons donc la responsabilité d'offrir de l'espoir.

Quels sont vos rêves, vos envies ?

J'aimerais penser que « POZ » contribuera à trouver un remède. Nous offrons l'information sur les traitements qui existent. Nous pouvons améliorer la qualité de vie des séropositifs et allonger leur vie. Nous changeons l'idée que se font les séropositifs de la maladie. Mais je ne fais pas partie de ces gens qui croient qu'un remède est là, et qu'il suffit de le trouver. Parler d'un remède pour le sida c'est comme parler d'un remède pour la maladie en général. Vous détruisez la pauvreté, la malnutrition, le racisme et l'homophobie et vous détruisez le sida. Je crois que ce magazine ne fera jamais vraiment de l'argent. Mon but est de le rendre indépendant et de faire mieux vivre ceux qui y travaillent. Et au fur et à mesure que ma santé se dégrade, que les taches de Kaposi se développent sur mon corps, je me trouve de plus en plus déterminé à réussir ce magazine.

« Nous avons toujours essayé d'interviewer des personnes séropositives, qu'elles soient célèbres ou non. »

autre magazine gay. Je sais que c'est le dernier projet de ma vie et je le veux parfait, pour moi comme pour les personnes que j'aime.

Comment avez-vous trouvé l'argent ?

De plusieurs façons. J'avais quelques affaires qui marchaient et j'ai presque tout liquidé pour investir dans le magazine. J'ai vendu des polices d'assurances sur la vie et j'ai tanné quelques amis pour trouver les fonds nécessaires. Dès le début, nous avons décidé que la publicité serait très chère parce que nous offrons des abonnements gratuits aux séropositifs qui ne peuvent se permettre d'acheter le magazine. C'est aux annonceurs que nous avons demandé de payer pour se service. Nos

aussi des annonceurs qui voulaient faire de la pub, mais qui ne voulaient pas se donner l'image d'un groupe qui court spécifiquement après les séropositifs. C'est comme Benetton : ils veulent apporter leur aide, mais ils ne veulent pas qu'on croie qu'ils tentent de vendre des pulls à des gens qui sont malades.

Vous avez été un instrument de changement.

Oui. Au départ, les annonceurs avaient l'impression de vendre de la maladie ou de la mort, puisqu'ils annonçaient dans un média qui parle du sida. Aujourd'hui, la tendance est inversée : ils font de la pub dans un média qui encourage la survie, ce qu'on appelle l'*empowerment*. Ils vendent une qualité de vie que les séropositifs peuvent acquérir.



Pour s'abonner à POZ, il suffit d'envoyer un mandat international de 19.95 \$ (un an) ou 41.95 \$ (deux ans) à : POZ subscriptions, P.O. Box 1965, Panbury, CT 06813-195, USA.