

Veille déontologique

Le deuxième rapport de l'ODI souligne les pressions qui pèsent sur l'information



Patrick Eveno, président de l'ODI, et Christine Menzaghi (Enjeux e-médias).

« *L'information sous pressions* ». Le deuxième rapport annuel de l'Observatoire de la Déontologie de l'Information annonce la couleur dès son titre au-dessus du dessin de Plantu qui l'accompagne en couverture. Sa « veille » permanente sur les pratiques des médias et le respect des règles éthiques du journalisme, compilant 150 « alertes » en moins d'un an, révèle un accroissement des pressions qui pèsent sur l'information

et sa déontologie. Il met en lumière aussi le durcissement des relations entre le public et les médias ; l'effacement accéléré et continu des frontières entre vie publique et vie privée, comme des séparations entre information, communication, publicité et partenariat ; le rôle croissant d'Internet et des réseaux sociaux ; l'importance de la gestion des relations avec les sources ; la prégnance de stéréotypes...

De ce copieux rapport que l'on peut se procurer sur le site de l'Observatoire¹, on soulignera, comme le président Patrick Eveno dans sa présentation, les faits saillants de l'actualité 2014 versus 2013. (lire la suite page 5)

1 www.odi.media

Alcôves

Vie privée / vie publique : le débat paraît clos Deux présidents de la République ont eux-mêmes ouvert les vannes



Bruno Jeudy, Laurence Pieau, Jean Quatremer (de g à d).

La « une » de *Closer* révélant la liaison de François Hollande et Julie Gayet est publiée le 10 janvier 2014. Dans les semaines qui suivent, trente-deux « couv' » de magazines, tous types de presse confondus, s'emparent de l'événement, comme l'ensemble des médias français et étrangers.

Alors que la France se distinguait par le passé (François Mitterrand et sa fille cachée, Dominique Strauss-Kahn et ses frasques) par sa retenue,

celle-ci n'est plus de mise. Comment la digue s'est-elle rompue ? « *Les deux derniers présidents de la République ont perdu toute vie privée, ils ont joué avec le feu*, répond sans hésiter Bruno Jeudy, rédacteur en chef au *Journal du dimanche*. En faisant venir les caméras partout, ils ont ouvert la porte à ce qu'on n'imaginait pas avant. Il n'y a pas eu de débat, il est tranché ».

« *Bravo Closer, vous êtes un service public de l'information !* » s'exclame avec humour Jean Quatremer (*Libération*), qui a eu naguère un temps d'avance en mettant sur la table dans un livre le côté obscur de DSK, ce qui lui a valu pas mal d'inimitiés et bien des pressions. « *Face aux pressions, c'est aux journalistes de prendre leurs responsabilités. On ne fait pas ce métier pour être riche, puissant et aimé* ». De son côté, Cécilia Gabizon, rédactrice en chef de *Madame Figaro* digital, a relaté les discussions avec ses jeunes journalistes du web : « *Elles ne voulaient pas enquêter pour faire un portrait de Julie Gayet, elles ne souhaitaient pas creuser ce qui ressortait de la vie privée* ». Preuve que la question, si elle semble avoir sa réponse, continuera de se poser à la conscience individuelle et collective. (lire la suite page 3)

Gouvernement

Fleur Pellerin s'engage

Elle affirme son soutien aux initiatives en faveur de la déontologie de l'information



Fleur Pellerin

Avec un texte inséré dans le programme des Assises et un message aux participants diffusé en vidéo, le ministre de la

culture et de la communication s'est affirmé fermement en faveur de la déontologie de l'information. D'autant que cet engagement constitue son message principal. Qu'on en juge.

« *On le sait : la qualité de l'information est plus nécessaire que jamais dans un monde d'abondance. Car face à un flux continu d'informations, les repères deviennent encore plus essentiels, non seulement pour les lecteurs, mais pour la qualité du débat public. Tant le travail du journaliste que la dynamique collective des rédactions sont un label, un rempart contre le risque de « mal-information », qu'il est vital de consolider.*

Le garant de cette qualité, c'est le journalisme. C'est la responsabilité du journalisme : dans la recherche, la vérification, la mise en forme, la transmission d'informations. Cette responsabilité, elle est d'abord éthique et c'est l'affaire de chacun. Mais dans une société démocratique, elle doit aussi être déontologique, car c'est l'affaire de tous. La remise du rapport de l'Observatoire de la Déontologie de l'Information est un moment très important des Assises. Ce rendez-vous clé a vocation à cristalliser l'échange et la réflexion sur le caractère extrêmement concret des problèmes d'éthique professionnelle auxquels sont confrontés chaque jour les journalistes. (lire la suite page 2)

Photos : Charlotte B et APCP

Représentation

Responsables, les journalistes ? Heu...
Quatre têtes d'affiche esquivent le vrai débat

L'affiche était prometteuse pour cette soirée d'ouverture. Quatre responsables de rédaction, et non des moindres : Michèle Léridon (AFP), Cécile Mégie (RFI), Céline Pigalle (i>télé), Valérie Toranian (qui quitte *Elle*), avec Agnès Chauveau, directrice de l'École de journalisme de Sciences Po Paris, pour animer le débat sur le thème « Responsables ? ». Mais celui-ci n'a pas eu lieu, l'animatrice et les intervenantes étant constamment hors sujet.

Il a été question de la responsabilité des « managers de rédaction » sur leurs troupes, de la gestion du temps, de la pression des communicants... Mais pratiquement pas de la seule question qui vaille : les journalistes, individuellement et collectivement, ont-ils une responsabilité dans l'information qu'ils diffusent à l'égard de leurs publics et de la société ? Responsabilité, rappelons-le, qui justifie la carte professionnelle (loi du 29 mars 1935).

Alors, on a entendu quand même quelques réflexions intéressantes, par exemple de Michèle Léridon sur la dictature de l'immédiateté : « *La course à la vitesse a perdu de sa valeur, la fiabilité a pris le pas* ». Ou sur les attachés de presse : « *On ne doit pas foncer sur ce qu'apportent les communicants, il y a souvent de la fébrilité et une perte de sang-froid* » (Valérie Toranian) ; « *On doit s'accrocher à nos valeurs professionnelles* » (Michèle Léridon)... Mais quand certains dans le public ont cherché à remettre la soirée sur les rails – « *N'y a-t-il pas souvent un mélange des genres entre information et divertissement ? Pensez-vous que les journalistes ont une responsabilité dans le vote protestataire ou la montée de la violence ?* » (Christian Gautellier, président de Enjeux e-médias) – celles qui ont répondu ont botté en touche. Et lorsque Cécile Mégie indique que France Médias Monde prépare « une charte » (on se rapprochait du sujet), Céline Pigalle rétorque : « *On n'a pas besoin de charte !* »

Il est malheureusement apparu de manière assez claire qu'aucune des quatre « vedettes » n'avait véritablement réfléchi à la question d'ensemble de la responsabilité journalistique (pourtant annoncée dans le programme), et qu'aucune n'avait, comme on dit en journalisme, un « message essentiel » à exprimer. L'animatrice sans doute non plus. On avait donc à la tribune, au lieu d'une réflexion sur ce qui devait être le thème principal des Assises, des directrices en représentation pour leurs médias respectifs. Et en face une salle frustrée. ■ Y. A.

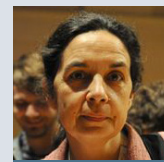
Gouvernement ... (suite de la page 1) Fleur Pellerin s'engage

L'Observatoire constitue à mes yeux une étape précieuse vers la structuration d'une déontologie du journalisme en France. Les échanges que suscite l'Observatoire peuvent contribuer à une prise de conscience et inciter chacun à accroître sa vigilance.

Cette première étape en appelle une seconde. *La dynamique créée a vocation à s'amplifier, et peut constituer le socle d'une véritable autorégulation de l'information à la française. Je le souhaite pour la profession, pour l'information et pour la France. La profession n'est pas seule dans cette quête de la qualité. Elle sait compter sur l'action résolue et constante du gouvernement pour défendre et faire vivre les spécificités de la presse et des métiers de l'information dans notre pays. »*

L'APCP (qui est à l'origine de la création de l'ODI) se réjouit d'une prise de position aussi nette. « *Le garant de cette qualité [de l'information], c'est le journalisme* », a déclaré le ministre. Et on a beaucoup parlé de « label » lors de ces 8^{èmes} Assises. Face aux multiples dérives et paresse, c'est précisément ce que peut offrir une instance nationale de déontologie de l'information. Et seulement elle. ■ Y. A.

Bibliothèque

Trois nouveaux Livrets de
l'Alliance internationale de
journalistes

Manola Gardez,
directrice
de l'Alliance
internationale de
journalistes.

L'Alliance internationale de journalistes a largement distribué aux Assises trois nouveaux « Livrets », dont l'un ouvre une nouvelle collection :

« Journalisme en Europe ». Tous les Livrets de l'Alliance sont disponibles gratuitement.

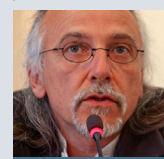
<http://www.alliance-journalistes.net>

Collection « Journalisme responsable »

Les nouvelles voies du journalisme d'investigation, par Aurore Gorius. A l'heure des flux d'information qui se déversent en continu, de la révolution numérique et des menaces sur la crédibilité des journalistes, un constat qui décrit le renouveau du journalisme d'enquête.

* Cette collection compte douze autres titres

Collection « Chercheurs et journalistes »



Denis Ruellan,
sociologue,
professeur des
universités
(Rennes I).

Espaces de débat, de médiation et de régulation des pratiques d'information, par Denis Ruellan, Isabelle Bordes, Yves Agnès, Jacqueline Papet, Michel Le

Jeune et Catherine Puisseux. Une réflexion à plusieurs voix sur les lieux (syndicats, associations, organismes paritaires, structures d'entreprise...) où se discutent la déontologie du journalisme.

* Cette collection compte deux autres titres

Collection « Journalisme en Europe »

Vie privée / vie publique : quelle frontière pour les journalistes européens ? par Ricardo Gutiérrez (Fédération européenne des journalistes), Catherine Vincent (*Le Monde*), Nick Higham (BBC News, Royaume Uni), Velia Iacovino (*Futuro Quotidiano*, Italie), Martin Aagard (*Aftonbladet*, Suède), Tjasa Pureber (free lance, Slovénie). Jusqu'où les journalistes et les médias vont-ils franchir la barrière symbolique de l'intimité ? Etat des lieux dans cinq pays et éclairages thématiques. ■

Défiance des publics

Douche froide pour les médiateurs

Le ministère souhaite « une volonté des éditeurs » et préfère miser sur le développement de l'ODI

Le Cercle des médiateurs de presse, qui regroupe les dix journalistes occupant actuellement cette fonction, avait demandé à l'Etat qu'il donne un coup de pouce – par le biais d'une baisse des charges afférents aux salaires par exemple – à la création de postes de ce type dans les médias (voir *Le Bulletin de l'APCP* n° 40, octobre 2014). Aux Assises, Jérôme Bouvier, médiateur de Radio France, a rappelé que le gouvernement avait favorisé en 1998 l'apparition de médiateurs dans l'audiovisuel public, en charge « d'animer l'éthique et la déontologie dans l'entreprise médiatique ».



Sophie Lecointe (DGMIC).

Ce fut la douche froide. Sophie Lecointe, chef du Bureau juridique de la presse à la DGMIC *, a annoncé qu'aucune mesure n'était présentement envisagée. « *La ministre est persuadée, a-t-elle expliqué, que du côté des éditeurs ce n'est pas une question d'argent. Beaucoup d'entre eux, par exemple, ne veulent pas d'un conseil de presse. Il faut un choix, une vraie volonté de la rédaction et de la direction de prendre en compte l'importance des*

médiateurs ». Les aides à la presse sont déjà conséquentes, ajoute-t-elle, et aussi critiquées. Si une dérogation au paiement des charges liées aux salaires intervenait, l'Etat devrait rembourser les sommes à la Sécurité sociale... et cet argent serait pris sur les aides à la presse, qui de plus ne concernent pas tous les médias : « *L'incitation ne serait pas réelle* ».

« **Des médiateurs supplémentaires, oui.** *Nous en parlons avec les éditeurs* », a indiqué Sophie Lecointe qui a mis en avant l'enjeu que constitue un « *label de qualité* ». Mais sans « *une volonté affichée de la part des médias eux-mêmes* », le ministère préfère miser sur le développement de l'Observatoire de la déontologie de l'information, une piste « *plus consensuelle* » (voir le rapport annuel de l'ODI présenté aux Assises en page 1).

« **Miser sur le volontarisme me fait peur** », a réagi Nicolas Jacobs, médiateur de France 2. « *Nous sommes dans une problématique spécifiquement française, a ajouté Sophie Lecointe. Les éditeurs acceptent les aides, mais ils mettent en avant leur indépendance. Au reste, donner de l'argent ne signifie pas que ce sera efficace, que la médiation sera effective* ». Et dans le public des médias, en l'absence du label évoqué, on est de plus en plus réticent à accorder sa confiance. ■ Y. A.

* Direction générale des médias et des industries culturelles, ministère de la culture et de la communication.

Alcôves ... (suite de la page 1)

Vie privée / vie publique : le débat paraît clos

Me Basile Ader, avocat spécialisé en droit de la presse et rédacteur en chef de *Légipresse*, rappelle que la « culture française » a été aussi la conséquence d'une législation contraignante sur la presse et sur la protection de la vie privée... Mais celle-ci est devenue en partie obsolète avec les interventions répétées de la Cour européenne des droits de l'homme.

Le critère d'appréciation qui domine les autres est aujourd'hui « *l'intérêt général* », donc le droit de tous à être informés sur ce qui peut influencer la vie sociale, alors que l'avocat observe « *une tendance à dénier aux journalistes leur fonction d'arbitres de ce qui est l'intérêt général* ».

Quand même, la vie très intime des dirigeants ? Laurence Pieau, rédactrice en chef de *Closer*, constate : « *Les limites de la chambre à coucher ont été franchies avec Valérie Trierweiler dans son livre* ». ■ Yves AGNÈS



Basile Ader (au micro) et Jean-Marie Charon (animateur).

Glanes



Loïc Hervouet, qui fut aussi médiateur de Radio France Internationale, animait l'atelier organisé par le Cercle des médiateurs de presse.



« *Le public est plus exigeant. Ce sont des consommateurs, comparateurs, contributeurs, critiques... Ils ont envie que leur parole soit prise en compte.* » (Marie-Laure Augry, présidente du Cercle des médiateurs de presse et médiatrice de France 3, a enregistré à l'Arsenal de Metz son émission mensuelle « *Votre télé et vous* »)



« *Je suis premier lecteur du « Monde » et premier porte-voix des lecteurs.* » (Pascal Galinier, médiateur du Monde)

« *On est quand même plus proche de la partie qui vous emploie et que l'on aime.* » (Jérôme Bouvier, médiateur de Radio France)

« *Des entreprises de presse n'ont pas de médiateur et quand même une réponse personnalisée au courrier et un respect de la déontologie.* » (Pierre-Yves Le Priol, secrétaire général de la rédaction de *La Croix*)



« *Les stars, comme les politiques, instrumentalisent notre vie publique et mettent en scène leur intimité. On est dans un mélange des genres.* » (Cécilia Gabizon, Madame Figaro) ■

Interdépendance

Le duo PQR et collectivités territoriales La presse quotidienne régionale et les pouvoirs locaux multiplient les rapprochements



Jean-Marie Charon, Fabien Surmonne (*Le Républicain lorrain*), Alain Doudières (Cap' Com, animateur), Philippe Lancelle (Région Franche-Comté), Emmanuel Deshayes (France 3 Lorraine) (de g à d).

De plus en plus proches : c'est le constat de plusieurs intervenants des Assises du journalisme à Metz dans un débat proposé par Cap' Com sur les relations entre médias et collectivités territoriales. La presse quotidienne régionale tend à devenir l'ambassadeur de son territoire, constate le sociologue Jean-Marie Charon, président de la Conférence nationale des métiers du journalisme : « *Il y a davantage d'interdépendance et de zones de recouvrement* ».

« *Nous sentons une volonté des médias locaux de se rapprocher des collectivités pour créer des partenariats*, confirme Philippe Lancelle, directeur de la communication de la Région Franche-Comté. *Les relations sont étroites et quotidiennes, sur le plan rédactionnel et aussi commercial : publicité, promotion, animation* ». Cette volonté se traduit dans le contenu. Ainsi *L'Est républicain* publie une fois par mois une page sur l'économie régionale « *que nous élaborons ensemble* » et « *avec un bandeau publicitaire mentionnant la Région en bas de la page* ».

Cette proximité satisfait-elle un lectorat qui s'éloigne de plus en plus? Le public n'accepte plus de lire le contenu « *consensuel* » que lui propose son journal, observe Jean-Marie Charon. Résultat : la PQR perd de l'audience, particulièrement « *dans les grandes villes où la pénétration est tombée au-dessous de 10 %*. Le public est à la recherche d'une information différente. » ■ D. B.

Diversité

Banlieues : passer des clichés à l'information

Les banlieues, les quartiers, les cités... n'aiment pas les médias. Et ceux-ci ne les connaissent pas. C'est le constat de l'atelier «médias/banlieue/diversité» organisé par le Bondyblog.



Farid Mebarki, Presse & Cité.

D'où il ressort quelques pistes déontologiques utiles. Ne pas tout mélanger, travailler sur les contextes, en distinguant par exemple racisme et discrimination, en déconstruisant les stéréotypes du genre *immigré égale peu qualifié*. Ne pas se laisser entraîner, pour décrire la même réalité, dans une dérive lexicale qui fait passer de *cit* à *quartier difficile*, puis à *ghetto*, puis à *zone de non droit*.

Lutter contre les associations d'idées implicites, la plus stupide étant rapportée par ce journaliste qui raconte : « *Quand je dis que je suis journaliste en Seine-Saint-Denis, on me demande si je me fais agresser* ». Varier les lieux où se tournent les reportages d'illustration de l'actualité pour la télévision : pas uniquement les quartiers du centre de Paris ou les communes de la ceinture chic de la capitale, mais aussi le Nord et l'Est et les villes populaires des départements de la grande couronne, par exemple.

Autre levier, économique celui-là : prendre conscience au sommet des médias que désormais la ménagère de plus de 40 ans s'appelle aussi bien Fatoumata ou Amina que Christine. Bref, ne plus considérer les banlieues comme « *un ailleurs* », pour reprendre le mot de Farid Mebarki, président de Presse & Cité, mais comme le lieu « *où se jouent les grands enjeux du XXI^e siècle* ».

Prendre conscience enfin de la nécessité et de l'urgence de ces comportements vertueux, car « *dans un contexte où la grande presse est considérée comme un ennemi* », il est difficile pour un public qui n'est pas éduqué aux médias de « *distinguer l'info sérieuse et de qualité des rumeurs* », conclut Farid Mebarki. Et toutes les manipulations sont possibles. ■ P. G.

Bibliothèque

Les lauréats des Prix des assises 2014



Françoise Joly et Guilaine Chenu.

La présidence du Jury des Assises avait été confiée cette année au tandem Guilaine Chenu et Françoise

Joly, rédactrices en chef de l'émission « *Envoyé spécial* » (France 2). Elles ont animé, après la remise des prix, une soirée consacrée au « *grand reportage* ».

Prix « Journalisme »

Nulle part où se cacher de Glenn Greenwald : l'affaire Snowden par celui qui l'a dévoilée, malgré menaces et obstacles (J.C Lattès, 2014).

Prix « Recherche »

Ce prix, doté par l'INA, est allé à Sandra Vera Zambrano pour *L'emprise du journalisme échetier ?* Déjà lauréate de la Fondation Varenne, l'auteur a repris sa thèse sur la mise en scène du politique et des politiques dans la presse « *people* », de 1945 à 2008 (Institut universitaire Varenne, 2013).



Michèle Léridon lors du débat « *Responsables ?* ».

Prix « Enquête et reportage »

Décerné par un jury d'étudiants en journalisme et doté par Numéricable, ce prix est allé

à un article de Michèle Léridon sur le Blog de l'AFP, « *Couvrir l'Etat islamique* ». Cet article est le fruit d'une réflexion collective avec d'autres responsables de rédaction, initié par la nouvelle directrice de l'information de l'AFP. Une « *mention spéciale* »



Jury étudiant : Sehla Bougriou (CFJ Paris) et Adrien Lelievre (ESJ Lille)

a été attribuée au documentaire de Marie-Eve Chamard, Philippe Kieffer et Pierre-Olivier François diffusé sur Arte :

« *Presse : vers un monde sans papier ?* ».

« Prix spécial éducation aux médias »

Le jury a voulu aussi récompenser la journaliste américaine Brooks Gladstone pour sa créativité avec *La machine à influencer*, illustré par le dessinateur Josh Neufeld (Editions ça et là, 2014). ■

Veille déontologique

... (suite de la page 1) Le deuxième rapport de l'ODI souligne les pressions qui pèsent sur l'information

Les violences dans le débat public, y compris contre des journalistes, le sous-traitement des élections européennes, l'actualité des guerres en Centrafrique, Ukraine ou Proche-Orient, les atteintes au droit à l'image ou les « affaires financières »... ont remplacé l'affaire Cahuzac, le mariage pour tous, les guerres du Mali ou de Syrie. La ministre Fleur Pellerin a remplacé la ministre Aurélie Filippetti. Mais l'actualité de la question déontologique n'a pas, elle, diminué d'intensité.



Gilles van Kote, directeur du Monde.

Elle a aussi épousé les évolutions sociales, et sous les appellations anglo-saxonnes de « selfies », « personal branding », « native advertising », fait émerger des confusions de genres avérées ou des tendances dangereuses. Rien de neuf en revanche dans le listing des erreurs vénielles (chiffres, lieux, etc.) ou plus sérieuses (faux incendie de synagogue à Paris), voire rumeurs et falsifications, provoquant ou accompagnant suivisme et emballements : à chaque fois c'est l'absence du geste de base de vérification qui est en cause (« Ah, le simple temps de vérifier ! »).

Au chapitre positif, l'ODI relève la progression quantitative des rectificatifs et des excuses, mais aussi les rubriques de décodage, désintox ou making of. En conclusion de ses recommandations, il sollicite des pouvoirs publics la capacité de recevoir des dons fiscalement avantageés pour tenir et développer sa mission d'intérêt général.

L'affirmation de Patrick Eveno selon laquelle « les journalistes ont pris de plus en plus la mesure de la défiance à leur égard » a été pour une part contestée dans la salle, et Christine Menzaghi (secrétaire de l'ODI), pour traduire les sentiments du public tels que répercutés dans des mouvements d'éducation populaire, a pu souligner la perte de repères, le sentiment de confusions dans le déferlement continu d'informations utiles ou futiles, qui finissent par dresser le portrait d'un usager des médias « concerné », mais aussi « consterné ». Revenons au décryptage, à la pédagogie, au droit de suite pour rendre les choses intelligibles.



Thierry Magnol, médiateur de Sud Ouest.

C'est aussi l'opinion du médiateur de Sud Ouest Thierry Magnol, qui a fustigé la place prépondérante de « l'anecdote » dans les médias, tandis que Gilles Van Kote, tout frais directeur du Monde, a détaillé l'attirail déontologique dont s'est doté le quotidien pour faire face aux défis d'un changement de propriétaires et d'un changement d'époque journalistique. Ce qui n'a pas empêché la contestation de poindre sur l'usage des « partenariats rédactionnels » ou « opérations spéciales » du quotidien du soir. Un débat clos sur la nécessité d'exercer de façon plus collective un métier vécu comme artisanal. L'autre n'empêche pas l'un.

Présents dans la salle et intervenants passionnés et qualifiés, les responsables du conseil de presse du Québec (Guy Amyot, secrétaire général) et du Bénin (Guy Constant Ehoumi, président) ont affiché étonnement et/ou incompréhension devant les empêchements franco-français à la mise en place d'une instance de médiation face aux dérives observées. Il est vrai qu'une minorité de journalistes paraît l'alliée objective d'une majorité d'éditeurs pour laisser au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, régulateur économique, et aux juges, l'exclusivité de la parole publique et de l'action sur la déontologie de la presse.

L'ODI dira dans un an si cette absence aura été en partie compensée par un consensus grandissant sur l'utilité de sa veille déontologique, et par des adhésions encore plus nombreuses. Objectif : une information plus sûre d'elle-même et plus libre, dans laquelle le public aurait meilleure confiance. L'espoir est une nécessité. ■ Loïc HERVOUET

Terrain

« Le public a un vrai besoin de savoir »

Non seulement le journalisme d'investigation est réclamé, mais il est bénéfique pour le média et pour le journaliste

Des participants des Assises du journalisme à Metz réfutent l'idée que le journalisme d'enquête soit inutile et coûteux. « Le public a un vrai besoin de savoir », affirme Pierre France, fondateur de Rue89 Strasbourg. Une fois qu'on sort quelque chose, on reçoit des documents. Chaque semaine, on m'envoie une enveloppe anonyme contenant des informations avec des chiffres. Même des journalistes d'autres médias nous transmettent des informations. »



Matthieu Aron

Ce besoin est de plus en plus important en France, où on ne compte pas beaucoup de journalistes

d'investigation, affirme Matthieu Aron, directeur en charge des enquêtes et de l'investigation à Radio France : « Il est nécessaire de révéler les choses au-delà du travail quotidien de transmission d'informations. »



Mark Lee Hunter.

Et la demande du public permet de transformer l'investigation un succès d'audience.

« L'émission la plus rentable de la télévision américaine est « 60 Minutes », basée sur l'investigation, clame Mark Lee Hunter, journaliste d'investigation établi en France, enseignant et auteur de livres. Pour le média, c'est un investissement. Quant au journaliste, s'il sait faire des enquêtes, il aura toujours du travail. » Mark Lee Hunter prévient que le journaliste d'investigation ne doit pas se tromper de voie. « L'investigation par contacts bien placés est un mythe », assure-t-il, en ajoutant que les investigateurs doivent plutôt s'appuyer sur des méthodes de travail efficaces et sur leurs capacités entrepreneuriales. ■ Didier BERT

Radiotélévision

« Les femmes n'osent pas, il faut les encourager »

La quête d'une visibilité ou d'un pouvoir semble les tenter moins que les journalistes hommes

Quelle place pour les femmes dans les grands médias d'information ? Les réponses apportées lors du débat organisé par Ségolène Hanotaux, journaliste-réalisatrice et porte-parole du collectif de femmes journalistes « Prenons la Une », sont peu satisfaisantes. Encore à peine 20 % de femmes « expertes » visibles dans les médias, alors que la population française en compte 52 %.



Thierry Thuillier (France Télévisions) et Marlène Coulomb-Gully (Université de Toulouse-le Mirail).

La télévision accueille plus d'expertes que la radio. « Sans doute à cause de la voix », suggère l'universitaire Marlène Coulomb-Gully, spécialiste de la représentation du genre dans les médias¹, pointant notamment les émissions radiophoniques du matin « qui ressemblent plutôt à des matinales ».

Pour Ruth Elkrief, journaliste éditorialiste à BFM TV, il n'est pas question de faire de la discrimination positive. « *Quand les femmes sont prêtes*, dit-elle, *on va les chercher* ». Mais elles ne viennent pas toujours, constate la journaliste, uniquement si elles ont quelque chose à dire.

La visibilité médiatique n'est pas une priorité chez les femmes. Ces dernières sont également sous représentées dans les postes de direction. Pour Thierry Thuillier, directeur de l'information de France Télévisions, « *il faut souvent persuader les femmes pour accepter de telles fonctions, elles ne se sentent pas toujours prêtes* ». Même remarque de la part de Donna Taberer (BBC Academy) : « *Les femmes n'osent pas, il faut les encourager* ». « *Dans mes postes précédents*, témoigne l'éditorialiste de BFM TV, *je n'ai pas aimé être chef. Je voulais me faire plaisir et je ne me suis pas projetée dans une stratégie de pouvoir* ». ■ Marie-Christine LIPANI

1 Elle est également membre du Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes.

Médias de proximité

Connaître l'autre pour combattre les préjugés



Edouard Zambeaux, France Inter.

« *Toutes les composantes de la société doivent se retrouver dans les médias* ». Pascale Colisson (Institut Pratique du Journalisme de Paris-Dauphine) a ainsi ouvert le débat sur « *La force du journalisme de proximité face aux préjugés et aux stéréotypes* ». Patrice Berger (Syndicat National des Radios Libres), Anne Bocandé (Afriscope), Michel Gairaud (*Le Ravi*), Sébastien Gonzalvez, (Lyon Bondy Blog) et Edouard Zambeaux (France Inter, émission Périphéries)

ont échangé sur le rôle des médias en la matière.

Africultures, par exemple, s'est créé en 1997 avec cette ambition : « *On souhaitait vaincre les stéréotypes en promouvant la connaissance des cultures* », dit Anne Bocandé. La sensibilisation à cette thématique se pratique aussi en amont : « *La diversité et la représentativité des sources doit faire partie de l'enseignement dans les écoles de journalisme. Je sensibilise mes étudiants en les faisant réfléchir sur leurs propres idées préconçues* », indique Pascale Colisson. Et de préciser que pour lutter contre les stéréotypes, il faut en premier lieu « *faire un travail sur sa propre personne* ».

Tous ont rappelé l'importance d'un journalisme de terrain, qui donne la parole aux citoyens : « *Notre responsabilité médiatique est de nous intéresser aux gens, c'est à nous de rendre leur parole intelligible. Pour moi, la formule "journalisme de proximité" est un pléonasma* », conclut Edouard Zambeaux.

■ Marie ALBESSARD (Lyon Bondy Blog)

Glanes



« *Nous ne sommes pas les bœufs-carottes de la profession.* » (Patrick Eveno, historien, professeur à la Sorbonne, président de l'Observatoire de la déontologie de l'information)



« *Le pouvoir, c'est un désir et une stratégie pour y arriver. Moi, j'ai conçu ce métier de façon égoïste, jouissive.* » (Ruth Elkrief, éditorialiste à BFMTV)



« *J'ai nommé beaucoup de femmes à de hauts postes d'encadrement, ou comme éditorialistes. Cela n'a pas été si simple que cela...* » (Thierry Thuillier, directeur de l'information, France Télévisions)



« *A la tête d'une rédaction, rien n'est simple, rien n'est évident. On apprend tout le temps et jusqu'au bout.* » (Valérie Toranian, ancienne directrice de la rédaction de Elle)



« *C'est le monde qui accélère et s'impose à tous les médias, pas simplement les chaînes d'info en continu (...)* Oui, c'est répétitif. » (Céline Pigalle, directrice de i>télé)

« Datajournalisme » et infographie

Les chiffres mentent aussi

Le « datajournalisme », c'est bien et moderne. Les graphiques, c'est bien et sexy. A condition qu'ils ne mentent pas, et ne soient pas biaisés.



Romain Hugon (UCP2F, à gauche) animait l'atelier.

Les spécialistes de l'Insee ou de l'irremplaçable association « Pénombres » (visite recommandée sur le site¹) ont bien sûr montré des exemples de graphiques distordus, de relations faussement quantifiées (par exemple le vote FN et le niveau de revenus), d'usages incontrôlés des probabilités. Ils ont

raison. Plus grave : ils ont pointé du doigt des légèretés coupables dans l'initiation sans bornes au datajournalisme mal maîtrisé (« *Il vaut mieux, pour faire du bon datajournalisme, être bidouilleur informatique que statisticien* »). Ils ont bien fait. On a appris aussi, sans surprise excessive, que « *d'une certaine façon, les chiffres censurés le sont parce qu'ils ne sont pas audibles, pas croyables* ».

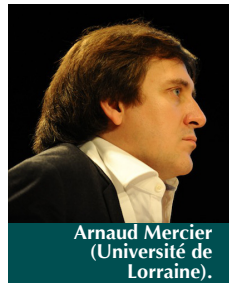
Il faut donc savoir qu'une ligne horizontale paraît toujours plus courte qu'une ligne verticale, qu'un pavé clair paraît toujours plus gros qu'un pavé sombre : d'où bien entendu la nécessité de la formation en la matière, et surtout de la collaboration nécessaire entre journalistes, datajournalistes, statisticiens et graphistes.

Non abordé dans le (trop court) débat : au-delà de la véracité des chiffres, le courage des chiffres. Le courage de donner ceux des manifestants et de ne pas se réfugier, entre 70 000 et plus de 500 000, sur les estimations des tiers. ■ L. H.

¹ www.penombre.org

Vulgarisation

Chercheurs et journalistes, le partage des compétences



Arnaud Mercier (Université de Lorraine).

Arnaud Mercier, sociologue et co-organisateur des Assises, l'a dit crûment, avec les mots d'un « bon client » qui croit à la nécessité de faire passer la science vers le grand public. « *Le journaliste a peur du savant Cosinus dans son labo d'ivoire, comme de la complexité de la science. Le chercheur hésite à se tourner vers l'extérieur. D'un côté une forme de paresse intellectuelle conduit à inviter les mêmes experts. De l'autre l'attraction médiatique, souvent utile à la carrière, est aussi violemment dénoncée par ceux qui « ne passent pas dans les médias ». On ne trahit pas sa cause en expliquant ce qu'on fait, nous avons la responsabilité du partage du savoir et il vaut mieux que nous maîtrisions nous-mêmes le niveau de réduction de l'information* ».

Le propos a été entendu, en tout cas il a semblé faire consensus. Les journalistes de la table ronde l'ont précisé. Pour Aline Richard, directrice de la rédaction de *La Recherche*, le journaliste scientifique est comme un autre, « *sa spécificité est assez faible, il est là pour apporter de l'information au grand public* ». A ne pas confondre avec le rôle du journal de tel ou tel grand institut de recherche, dont le but est de valoriser les travaux de l'institution.

« **Nous n'avons pas à porter la bonne parole scientifique**, confirme Cécile Michaut, secrétaire de l'Association des journalistes scientifiques de la presse d'information (AJSPI). *Ce qui fait la différence avec l'information médiatisée par les chercheurs eux-mêmes, c'est la diversité de nos sources* ». La tâche se complique lorsqu'il y a controverse dans la communauté scientifique qui devient polémique à l'extérieur. « *Toutes les opinions scientifiques ne se valent pas* », rappelle Aline Richard. « *Mon ennemi, ce n'est pas le chercheur qui, lui, m'envoie son article. C'est l'industriel qui finance la recherche et veut contrôler la communication* », lance Cécile Michaut. Et la corruption, constate Arnaud Mercier, existe aussi chez les scientifiques. ■ Y. A.

Arts Ménagers

L'algorithme libère le journaliste...

... comme Moulinex la femme

Les robots prendront-ils le pouvoir dans les rédactions ? Vraie question éthique et sociale, car de plus en plus des machines rédigent des papiers à la place des journalistes. Cela va de l'analyse de rapports financiers de sociétés ou de la présentation de résultats sportifs jusqu'aux « écrits » d'un ordinateur connecté aux centres d'alertes sismiques pour le site du *Los Angeles Times*. Yahoo News Digest va plus loin : il livre deux fois par jour les informations que son algorithme juge essentielles, à partir du nombre d'articles qui leur sont consacrés, de leur fréquentation et de leur volume de partage.

« **Ces logiciels sont incontournables** », estime Alice Antheaume de l'École de journalisme de Science-Po Paris, où les étudiants sont initiés au codage informatique « *pour pouvoir être autonomes* ». Pour Benoit Raphaël (Trensboard), la machine « *aide le journaliste à mieux comprendre*



Basile Simon (BBC), Guillaume Sire (IFP), Émile Servan-Schreiber (Lumenagie), Alice Antheaume (Science-Po Paris) (de g à d).

ce qui est intéressant dans une base de données. » Le temps libéré est utilisé pour une production « *à valeur*

ajoutée ». Basile Simon (BBC) ajoute que c'est une aide à la décision, un rédacteur en chef pouvant voir « *quel angle est le plus traité pour en chercher un autre* », ou saisir que « *tel sujet va monter* ».

Ainsi Twitter, Facebook, Google menacent d'imposer leur choix éditoriaux à travers ces algorithmes. « *Quel est le rôle social d'un journal qui vous donne les informations qui vous ressemblent, que vos amis ont déjà regardées ?* », interroge en conclusion Guillaume Sire, maître de conférences à l'Institut Français de Presse, en rappelant que « *le rôle du journaliste en démocratie est d'apporter une question dérangeante et de cultiver l'esprit d'ouverture des lecteurs* ». Ce qui ne se réduit pas à un algorithme. ■ P. G.

Nouveaux supports

La « mobilité » à la recherche de son modèle rédactionnel



Laurent Mauriac, Brief.me.

L'information sur les supports mobiles s'est imposée. Il y a aujourd'hui en France 28 millions de « mobinautes » accros à leur téléphone multifonction (70 % de plus qu'il y a quatre ans), et un foyer sur trois est équipé d'une tablette.

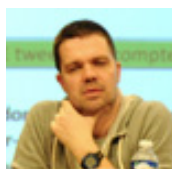
Ces utilisateurs veulent accéder très vite à l'information et les alertes sur les mobiles se succèdent à la queue leu leu. Jusqu'à douze par jour par exemple chez BFM, où on estime que « *l'alerte est déjà un média* ». Concision et réactivité ne doivent pas nuire à la rigueur et à l'exactitude requises. Antoine Clément, directeur de NextIntervativeMedia (RMC, BFMTV), répond à ceux qui s'inquiètent de la qualité de ces informations que « *dans 80 % des cas, il n'y a pas d'alerte si elle ne renvoie pas à un papier* ».

Ce format conduit à une information découpée en segments indépendants et consommée en « *petites bouchées* », a expliqué Laurent Mauriac, qui lance le site Brief.me. Le danger est celui d'une connaissance parcellaire d'un fait. D'autant que les utilisateurs des réseaux sociaux, qui peuvent être aussi éditeurs de contenus journalistiques, ne les retransmettent pas toujours intégralement



Nathalie Pignard-Cheyne, Obsweb.

mais en sélectionnant une image, une phrase, un titre, un commentaire. « *Cette atomisation de l'information peut conduire à sa dissolution dans les réseaux* », soulignait dans un autre atelier Florent Latrive de *Libération*.



Florent Latrive, Libération.

Il faut donc redonner du sens à ce flux fragmenté. Brief.me vise ainsi les mobinautes submergés d'info en leur proposant chaque jour une dizaine d'informations mises en perspective et hiérarchisées. Car les mobiles, a souligné Edouard Andrieu, directeur « nouveaux écrans » au *Monde*, sont aussi utilisés dans « *les moments creux comme les temps de transport* » pour approfondir la connaissance d'un sujet. ■ P.G.

Têtes chercheuses

Les « médias participatifs » numériques en quête de viabilité économique



Philippe Merlant (Reporter Citoyen), Thierry Borde, Catherine André, David Eloy (de d à g).

Le développement des médias numériques « citoyens » demeure bridé par le problème de leur financement. Comment allier la participation du public avec la viabilité d'un média numérique ? Cette question est revenue à plusieurs reprises lors de la session consacrée aux médias citoyens. Pour Thierry Borde, animateur-fondateur du réseau Médias Citoyens, l'exemple pourrait venir « *des radios libres des années 1980 qui sont devenues des radios de territoires, soutenues par les collectivités locales, quel que soit leur bord politique, parce que ces radios participent à l'animation du territoire.* »

Sur la même longueur d'onde, David Eloy, rédacteur en chef d'*Altermondes*, a mis en avant la possibilité pour ces médias d'utiliser la structure juridique de la « société coopérative d'intérêt public » (SCIC). Cette forme de société commerciale, dont le but est l'utilité sociale, permet à des bénévoles d'être associés, et aux collectivités locales de participer au capital.

Une tribune de médias citoyens (*Altermondes*, *Inkyfada.com*, *Reporter Citoyen*, *Mediapart*), appelle à « *réconcilier médias et démocratie* ». Cette tribune* voit dans la SCIC « *un bel avenir tant elle est cohérente avec le projet de médias participatifs et citoyens* ». ■ D.B.

* www.altermondes.org/medias-citoyens-reconcilier-medias-et-democratie/

Glanes



« *Une enquête sur les publications des collectivités territoriales a montré que celles-ci arrivent en tête pour l'information des publics* » (Alain Doudiès, Cap'Com, consultant en communication publique)



« *Dans une enquête sur les scientifiques le plus souvent interviewés dans les médias, « collabos » « putes », « prostitution »... sont des mots employés par des chercheurs qui n'y passent pas.* » (Arnaud Mercier, Université de Lorraine, patron de l'Obsweb et co-organisateur des Assises)



« *Il y a eu autant de thèses obtenues en 2000 que de bacheliers en 1900.* » (Gilles Dowek, chercheur à l'INRIA)



« *Face au vide, le CSA s'est emparé de la déontologie. Mais le régulateur du marché ne peut pas être le régulateur de la déontologie.* » (Patrick Eveno, président de l'Observatoire de la déontologie de l'information, présentant le deuxième rapport annuel de l'ODI)

Créatifs

Innovations régressives Sur le web et sur les planches

Ce n'est pas péjoratif, car on s'en réjouit plutôt : la quasi-totalité des innovations présentées en 2014 ont un caractère régressif. En tout cas remettent en cause des « évidences » de l'évolution actuelle des médias : la complétude, la rapidité, l'exhaustivité, la brièveté...



Philippe Thureau-Dangin
(INA Global)
animait l'atelier.

Avec **Hexagones**, Thierry Gadault laisse à Mediapart la tâche de l'info quotidienne au profit d'une vision qui « sort de l'actualité » et prend du recul sur des dossiers. Exemple du travail de fond de ce newsmagazine (600 abonnés à 6 € / mois), une enquête fouillée sur « l'intégration tranquille de l'islam de France ». Equilibre économique en vue à 7000 lecteurs payants. www.hexagones.fr/

Avec **Ulyces**, Julien Cadot et Nicolas Prouillac, « éditeurs d'histoires vraies », veulent redonner son importance au récit multimédia au long cours, jusqu'à 90 minutes de lecture, pour 5,49 € par mois, tout en suivant l'actualité puisque diffusant quasi en temps réel un très long portrait de la jeune prix Nobel de la paix pakistanaise. www.ulyces.co/

Avec **brief.me**, Laurent Mauriac (ancien de Rue89) veut rendre service au travailleur qui n'a pas le temps de suivre toute la journée le flux continu de l'info, et veut lui vendre 6 € par mois l'essentiel de l'actu en un seul courriel de début de soirée. www.brief.me/

Avec **Live magazine**, pour l'instant unique édition d'info « jouée » le 29 avril au théâtre de la Gaîté (prochaine programmée le 12 décembre), Thomas Baumgartner innove dans la subjectivité d'une « performance » journalistique à huis clos et sans captation ni reprise autorisée, mais d'autant plus libre de sa forme, de sa parole, et de son contenu.

Toutes initiatives passionnantes et passionnées, qui reprennent chacune à leur façon les fondamentaux du journalisme, sans publicité, avec le public comme principal ordonnateur et interlocuteur. Question sauvage d'ailleurs : quel public, qualitativement ou quantitativement ? « Nous sommes dans une période de transition économique, le public tranchera », conclut Laurent Mauriac. Il tranchera aussi sur l'avenir de la web tv du *Parisien*, présentée elle aussi comme une offre « hors du flux instantané » par Sophie Bramly et Jean-Marie Montali, qui attendent dix millions de vidéos vues par mois contre quatre actuellement. www.parisweb.tv/ ■ L. H.

Demain

La mobilité, le web et le local, des pistes pour les futurs journalistes



Cyril Petit, rédacteur en chef au JDD et membre du bureau de l'ESJ Lille

Quelles compétences mettre en avant ? Comment présenter sa candidature ? Quels sont les médias qui embauchent ? Les étudiants en journalisme ont directement posé leurs questions aux « recruteurs ». Une occasion d'évoquer leurs craintes face à la montée de la précarité dans les entreprises de presse.

Mais dans cet atelier hors format (ce sont des jeunes qui ont conduit les débats), les représentants des rédactions ont cherché avant tout à rassurer. Stéphane Bijoux (France Télévisions), Catherine Charvet (Radio France), Alain Dusart (*L'Est républicain*), Cyril Petit (*Le Journal du dimanche*), Bruno Hocquart de Turtot (Syndicat de la presse hebdomadaire régionale) et Pierre-Yves Le Priol (*La Croix*) ont invité les futurs journalistes à l'optimisme.

Avec des conseils clés : ne pas hésiter à être mobile ; « il est préférable d'être en poste ne région plutôt que sans emploi à Paris » ; miser sur le web et le journalisme de proximité, ne pas négliger les postes en secrétariat en rédaction... Autre élément et non le moindre : les rédactions aiment les parcours atypiques. ■ M.C.L.

Au long cours

La BD dans l'actualité

Le dessin est l'antidote à la frénésie des médias. C'est une des leçons de l'atelier consacré à la BD, au dessin animé et au journalisme. Il n'est pas question ici du dessin de presse, édité croqué chaque jour dans le feu de l'actualité. Mais de récits, d'enquêtes, de reportages qui se déploient sur des dizaines de pages dans des revues comme *XXI* ou *La Revue Dessinée*.

L'actualité qui a parfois été le décor de la bande dessinée en devient ici le sujet. Les conditions de production - plusieurs jours pour une planche - conduisent à un « journalisme à mouvement lent » explique Jean-Christophe Ogier, animateur du prix France-Info de la bande dessinée d'actualité et de reportage. La richesse du support demande au lecteur temps et



Le dernier numéro de *La Revue dessinée*.

concentration, elle offre aussi plusieurs niveaux de lecture, du dessin qui reconstruit le réel à « l'abstraction qui permet de présenter de façon simple en une planche des faits extrêmement

complexes », souligne David Servenay, cofondateur de *La Revue Dessinée*.

Le dessin peut être un complément ou un prolongement du reportage vidéo. C'est le cas avec la BD *Les larmes du seigneur*, inspirée d'un reportage de la RTBF. Recourir à la BD, témoigne Pascale Bourgaux, « permet d'aller dans les coulisses, de montrer le hors champ des situations filmées ». Pour le film *L'embuscade* qui retrace la mort de dix soldats français en Afghanistan, des séquences en dessin animé ont permis de donner à voir ce que racontaient les survivants.

Journaliste, dessinateur et animateur se sont imposé une extrême rigueur dans la collecte des faits pour que le dessin animé reconstitue sans trahir. Ils se sont interdits tout sensationnalisme, par exemple en ne reconstituant pas les instants où un homme est tué.

Ce journalisme dessiné demande du temps, et exige beaucoup de rigueur dans le recueil des faits, puis leur analyse minutieuse, pour pouvoir les traduire avec un dessinateur en images porteuses d'information. ■ Pierre GANZ

Europe

Les organisations d'éditeurs et de journalistes sur la même longueur d'onde

Il est parfois rafraîchissant de quitter la France, ses divisions, son refus du consensus, son chacun pour soi... Ne serait-ce que le temps d'une table ronde à Metz – « *Garantir la liberté d'informer en Europe* » – sous l'égide de l'Alliance internationale de journalistes et de la Fédération européenne des journalistes.



Ricardo Gutiérrez.

Ricardo Gutiérrez, secrétaire général de la FEJ, présentant le manifeste que son organisation a publié sur ce thème, a justifié cette action en notant que « *partout en Europe la liberté d'expression et d'information recule* ». Ce texte aborde les questions de pluralisme, d'indépendance, de droits syndicaux et de droits d'auteur. « *Le journalisme est un bien public, parce qu'il contribue à la démocratie, et doit être défendu* », a rappelé le responsable syndical. Parmi les moyens privilégiés pour cette défense : « *l'éthique, l'autorégulation, les conseils de presse, pour lesquels nous sommes d'accord avec les éditeurs* ».



Ivar Rusdal.

Le norvégien Ivar Rusdal, président de l'Association européenne des éditeurs de journaux (ENPA), a renchéri : « *Nous voulons défendre notre indépendance et nous sommes tous dans la même galère. Nous partageons les valeurs-clés de ce manifeste, nous avons d'ailleurs un document du même ordre* ». Il ajoute : « *La lutte s'annonce difficile. Editeurs et journalistes ont les mêmes intérêts. Avec l'Union Européenne, les échanges sont fructueux, il y a une volonté politique de renforcer les droits de la presse. Une presse libre et indépendante est un pré-requis pour une bonne démocratie* ». ■ Y. A

Francophonie

Les médias français tardent à investir sur le continent africain



Jean Guion.

800 millions de francophones en 2050 ? « *Ce n'est pas aujourd'hui, mais c'est presque déjà demain* », lance Jean Guion, président de l'Alliance francophone. Il faut donc s'intéresser davantage à l'Afrique qui en accueillerait les trois quarts, « *anticiper* », « *ne pas céder au tout technologique* » et, s'agissant des médias français, « *s'investir dans la francophonie* »...

Olivier Zegna-Rata (Afrik.com) va enfoncer le clou. Des groupes chinois investissent dans la TNT (une dizaine de pays déjà) et les programmes purement africains, susceptibles d'alimenter les nouveaux canaux, sont produits dans les pays anglophones, Afrique du Sud et Nigéria. « *La première audience à Douala, au Cameroun, est Nollywood TV, produite au Nigéria. Au même moment, la fourniture de programmes français, via CFI *, s'arrête...* »

Des médias français, toutefois, sont en train de prendre leurs marques. Ainsi, *Le Monde* prévoit d'inaugurer dès la fin 2014 sur la Toile « *une version africaine de son site Internet* », a annoncé en duplex Serge Michel, en charge du projet. Le site sera adapté aux mobiles et destiné d'abord « *aux classes moyennes africaines* ». Une « *équipe métissée* » de dix personnes à Paris et d'une vingtaine de correspondants journalistes en Afrique (trois actuellement) sont affectées à cette initiative. France Culture de son côté, qui a déjà environ un quart de son auditoire dans l'aire francophone, prépare une percée similaire, avec « *un modèle non marchand sans équivalent dans le monde* ». ■ Y. A

* agence française de coopération médias.

Contacts

Yves Agnès, président, yves.agnes@noos.fr, 06 98 81 84 35
Christine Menzaghi, secrétaire, cmenzaghi@laligue.org, 06 84 01 55 28
Kathleen Grosset, trésorier, kgrosset@gmail.com, 06 12 73 12 30

Glanes



Une délégation africaine fournie a participé aux travaux de Metz, à l'initiative de l'Alliance francophone, partenaire des Assises. Notamment sur cette photo, de g à d : Iterre Somé, directeur de *Médias Mag* (Burkina Faso), Mahamadou Adamou, directeur général de l'Office national d'édition et de presse du Niger, Alain-Edouard Troré, ex ministre de la communication du Burkina Faso, Jean Guion, président de l'Alliance francophone, Guy Constant Ehoumi, président de l'ODEM (le conseil de presse du Bénin), Jean Kouchner, secrétaire général international de l'Union de la presse francophone (UPF), Germain-Hervé Mbia-Yébéga, politologue et membre du CA de l'Alliance francophone (Cameroun).



Alain Le Gougec, le président de Reporters sans frontières (RSF), a participé au débat public « *Le journaliste face à la barbarie* », avec Edith Bouvier (journaliste, ex otage), Pierre Haski (Rue89), Nordine Nabili (directeur du Bondy Blog) et Philippe Rochot (grand reporter, ex otage).



Le président **Jérôme Bouvier** et **Bernard Deljarrie**, délégué général de Cap'Com, présents de conserve à l'atelier « *Collectivités territoriales et médias locaux : comment travailler ensemble ?* »

Le journaliste **Philippe Merlant**, président de l'Université populaire pour une information citoyenne, a donné à Metz une nouvelle représentation de son *Mystère du journalisme jaune*, « *conférence gesticulée* » sur les traces de Joseph Rouletabille.

