**Compte-rendu**

**de la participation de journalistes mahorais aux Assises du journalisme de Tours 2019**

Introduction

Tous les ans, l’association Journalisme & Citoyenneté organise les Assises du Journalisme. Ces rencontres ont pour objectif de s’interroger sur les conditions de production d’une information de qualité en France au XXIe siècle. Des rencontres plus que nécessaires au vu de l’évolution très rapide des pratiques du métier et des conditions dans lesquelles il est exercé. Les Assises rassemblent beaucoup de monde, aussi bien des journalistes, des propriétaires de médias, des étudiants, des chercheurs ou encore des lecteurs-auditeurs-téléspectateurs-internautes de médias, syndicalistes, éditeurs, etc.

Cette année, la Direction des Affaires culturelles de Mayotte a permis la participation de journalistes mahorais à ces rencontres grâce à un soutien financier et une prise de contact avec les organisateurs. La délégation était composée de :

* Ornella Lamberti (Somapresse, correspondante AFP)
* Abby Saïd Adinani (May’People, correspondante Bondy Blog)
* Isabelle Fargier (Petit Piment)
* Houdah Madjid (Somapresse)
* Lyse Le Runigo (Somapresse)
* Kalathoumi Abdil-Hadi (101 Mag)
* Axel Lebruman (Le Journal de Mayotte)
* Pierre Belusci (Kwezi)
* Ichirac Mahafidhou (Somapresse)
* Geoffroy Vauthier (Somapresse)
* Laurent Canavate (Somapresse)
* Mohamed El Mounir Soidiki Soldat (Somapresse)
* Ali Chamsudine (Mayotte la 1ère, France Télévisions)
* Faïd Souhaïli (101 Mag)

Et Mayotte a été choisie comme département invité. Une occasion extraordinaire pour faire connaître notre île, peu connue sur le plan national ou encore pour tordre le cou à certains clichés. Et une occasion exceptionnelle pour nous qui sommes très loin de Tours pour rencontrer des confrères, voir des responsables de médias, répondre aux questions des étudiants, et pour voir les évolutions en cours dans la profession.

Cela a été fait notamment par la participation d’une partie de la délégation à deux ateliers consacrés à l’Outremer en général et à Mayotte en particulier, à une exposition photo revenant sur un an d’actualité à Mayotte de janvier 2018 à janvier 2019 et à la réalisation d’une brochure présentant Mayotte et la presse mahoraise.

En cela, nous ne pouvons qu’être reconnaissant envers la DAC qui nous a donné cette opportunité et qui nous l’espérons nous permettra de nous améliorer dans nos fonctions, de mieux appréhender les problèmes qui se posent à nous.

La délégation que nous avons formée à assister aux débats, ateliers, workshops. Dans les pages qui suivent, nous vous donnons un aperçu de ceux-ci.

**Comptes-rendus des ateliers, workshops, débats**

#Lesmédias. Podcast : quand la presse papier monte le son 4

Atelier : Les médias alternatifs : une information différente 6

Remise des prix Éducation à l’information 8

Informer en milieu hostile à l’étranger… et en France 10

Haine des journalistes : que faire ? 13

On vote dans deux mois : quelle Europe dans les médias ? 16

La détestation des journalistes, une vieille histoire ? 18

Un comité d’éthique des médias d’information en France ? 22

Quel récit ultramarin en métropole ? 25

Le département invité des Assises 2019 : Mayotte 28

Atelier « la DATA au service de l’investigation » 30

Attentats, suicides, maladies graves : traiter du sensible 33

Enquête SCAM : journaliste, auteur ou fournisseur de contenus ? 36

Droits voisins, un combat partagé ? 38

Europe : quel traitement éditorial en régions ? 41

Francophonie : réseau des journalistes d’investigation des deux rives de la Méditerranée 43

Parlons Info 45

**Témoignages des journalistes**

**#Lesmédias. Podcast : quand la presse papier monte le son**

Mercredi 13 mars 2019

Animé par Cyril PETIT, rédacteur en chef central et secrétaire général de la rédaction du JDD

Avec Maëlle FOUQUENET, journaliste et responsable des formations numériques à l’ESJ Pro, Delphine NOYON, directrice adjointe de la Nouvelle République, Thomas OLIVEAU, rédacteur en chef adjoint de l’Équipe, Édouard REIS CARONA, rédacteur en chef délégué au numérique et à l’innovation à Ouest-France et Joël RONEZ, fondateur de Binge Audio.

Par Faïd Souhaïli

**ENJEUX**

Avec des ventes en kiosque qui diminuent et une concurrence féroce de la presse numérique, les titres de presse papier s’adaptent et adoptent un format natif numérique, le podcast. Une manière de tenter de toucher un autre public que celui du titre papier, de s’essayer à un genre qui permet une autre narration, avec de nouveaux supports envisageables comme les assistants vocaux. Un secteur encore en structuration est à la recherche d’un modèle économique et qui laisse place à une très grande créativité.

**RÉSUMÉ**

Le podcast ou baladodiffusion (du nom du baladeur numérique l’iPod et cast, diffusion) est un programme audio disponible sur Internet. Les premiers sont apparus en 2007, puis ont été éclipsés par l’avènement de la vidéo avant d’exploser aux États-Unis en 2014 avec Serial, récit documentaire d’enquêtes criminelles narrées par des journalistes et diffusée sous forme de feuilleton.

En France, plusieurs titres de presse écrite ont décidé de se lancer, non sans hésitation. Parce que faire de l’audio, c’est très différent de l’écrit. Il faut des compétences techniques spécifiques, il faut réfléchir en amont sur le programme, il faut tenir un rythme régulier.  
Mais toucher un nouveau public, coller aux nouveaux usages techniques, notamment par les jeunes, investir un nouveau domaine est motivant. Au départ, les podcasts étaient plutôt des plateaux, avec émissions « talk » de débat, des éditos et des flashs. Des émissions qui ne nécessitent pas trop de montage.

À Ouest-France, la rédaction s’est rendu compte qu’il y avait un public pour du contenu audio grâce aux radios appartenant au groupe. Et un journaliste à 80 % et un monteur s’y consacrent (sur une rédaction de 600 journalistes). La Nouvelle République choisit le podcast pour faire des contenus originaux et aller à la rencontre des habitants. Pour l’Équipe, le podcast a eu pour objectif de toucher un autre public qui se voit abreuver de football. Désormais, le rugby, le basket et le golf ont leur podcast hebdomadaire de 30 minutes, il y a un flash de 2 min tous les jours et un podcast intitulé « une-deux » moins régulier avec pour principe d’inviter un(e) footballeur (se) et un(e) rappeur (se).

Pour Joël Ronez, le podcast coûte cher, autant qu’une production radio, mais moins que la vidéo. « On enlève ce qui est en trop, le temps coûte cher » assure-t-il en précisant que les podcasts de l’Équipe nécessitent au moins 5 personnes au total pour la réalisation. Et pour qu’il ait du succès, il faut un contenu intéressant, bien pensé. « Un podcast avec des gens qui n’ont rien à dire, ça ne sert à rien » insiste Edouard Reis Carona.

Joël Ronez estime également que le podcast est un format plus cool, moins formalisé et moins stressant qu’une émission de radio ou de télévision. Cela favorise le lâcher-prise, une plus grande spontanéité des intervenants à l’image des podcasts « Les couilles sur la table » ou « Kiffe ta race » qui traitent de sujets de société et où les propos sont incisifs. Et si la plupart des podcasts ne sont pas rentables, certains y arrivent et atteignent plus de 100 000 écoutes par mois. Pour cela, il faut la qualité, la publicité et une bonne exposition sur les plateformes d’écoute numériques (iTunes, Spotify, etc.), principale source d’écoute des podcasts.

**Atelier : Les médias alternatifs : une information différente**

Mercredi 13 mars 2019

Animé par Thierry BORDE, président de Médias Citoyens

Intervenants : Emile PALMANTIER, coordinateur éditorial et médiatique *Radio Campus/*Lisa GIACCHINO, rédactrice en chef du périodique mensuel l’Âge de Faire/Sébastien BOISTEL, journaliste au mensuel satirique *Ravi/*Eloïse LEBOURG, journaliste du média citoyen *Médiacoop*

### Par Abby Saïd Adinani

### ENJEUX

Avec cette question, « les médias, tous les mêmes ? », il y a une claire différentiation entre les médias dits « classiques » et les médias alternatifs. Ces médias sont souvent marginalisés et pourtant. Leur modèle participatif et citoyen semble fonctionner bien que précaire. Aujourd’hui, ces médias se battent pour continuer d’exister et donner de la voix à un autre genre d’information, peut-être plus proche des préoccupations des citoyens. C’est en tout cas ce que les représentants de ces médias tentent d’expliquer. Mais qui sont-ils exactement et comment font-ils face aux changements du paysage médiatique français ?

### RÉSUMÉ

Dès le début de l’atelier, une définition de ce qu’est un média alternatif est donnée par l’ensemble des participants. Il apparaît dès le départ que l’intitulé de l’atelier ne convient à aucun des participants. Ils parleront eux de « média pas pareil ». Ce terme inclut pour **Sébastien Boistel, journaliste au mensuel satirique** *Ravi***, différents supports, mais également différents formats.**

**Pour les participants, tous journalistes, il y a un sentiment d’exclusion par rapport à leurs autres confrères. Sentiment qui est intensifié par le fait qu’à cet atelier, ils soient mis tous ensemble, sans aucun autre journaliste qui ferait partie d’une rédaction dite classique. « Aucune contradiction, presque aucun débat possible puisque nous sommes tous “pas pareils” ». Ils se définissent comme porteurs d’une parole collective, membres de médias citoyens, pas pareils dans le traitement de l’information et vivant dans une certaine précarité. Ce sont en effet généralement leurs lecteurs qui participent à leur développement économique. Ils reçoivent certaines aides également du fait que ces médias sont grandement impliqués dans des actions auprès des jeunes telles que l’éducation aux médias.**

**« On n’est absolument pas objectifs à la différence des autres », dira Emile Palmantier, coordinateur éditorial et médiatique de** *Radio Campus, le réseau associatif qui regroupe une vingtaine de stations sur toute la France.* **«**Dans la presse pas pareille, il y a des médias qui sont écrits par des bénévoles. À la lisière entre le journaliste et ce qui touche à une action citoyenne. Le bénévolat, c’est la base. 95 % de la production radio de Radio Campus est bénévole. C’est avant tout un engagement. »

Parmi les autres intervenants, certains indiquent que le fait de travailler depuis la campagne, ou que les salariés soient propriétaires d’un média, ou encore qu’il n’y ait aucune publicité dans leurs contenus médiatiques contribue à délivrer une information différente et de qualité.

Le déficit au niveau des médias traditionnels est pointé du doigt. Tous, ou presque, ont travaillé dans un grand média avant de se lancer dans l’aventure d’un média alternatif.

Pour vivre de leur métier de journaliste, des documentaires sont vendus au niveau national. Les journalistes expliquent aussi pouvoir y arriver grâce à des subventions et des dons. Ils répondent aussi aux appels à projets. La temporalité est différente pour ces professionnels qui prônent le « slow média ».

« Il y a des enquêtes qui sont à travailler. On est assez irrégulier. Il faut avoir le temps et être libre.

Le 13 mars 2019

# 

**ÉVÉNEMENT**

# **Remise des prix Éducation à l’information**

<http://assises.journalisme.epjt.fr/category/tours-2019>

Par Abby Saïd Adinani

**CONTEXTE**

C’est en 2016 que les prix « Éducation aux médias » sont lancés aux Assises du journalisme pour la première fois, à la suite de l’attentat commis contre Charlie Hebdo en janvier 2015. L’objectif était de mettre en avant des initiatives qui traitent de l’éducation à la presse et à l’information à destination des plus jeunes. Cette année, le président du jury était Harry Roselmack. Il y avait 16 nommés et 6 prix ont été décernés dans la journée du 13 mars, au cœur de la grande salle du MAME. Avant que le jury ne délibère, chaque nommé a pu défendre son projet en aparté.

**RÉSUMÉ**

Le prix « Éducation aux médias et à l’information pour la meilleure initiative associative et citoyenne » a été remporté par l’association Les pieds dans le Paf, qui fait de l’éducation aux médias depuis plus de 30 ans. Le projet « Traces d’Italie » a ému le jury. À travers le film présenté par l’association, on peut assister à la rencontre entre différentes générations : des jeunes en décrochage scolaire qui sont partis interviewer des immigrés ou des descendants d’immigrés venus à Saint-Nazaire dans les années 30.

Le prix « Education aux médias et à l’information pour la meilleure initiative dans un média francophone » a été remporté par le média Rue 89 Strasbourg pour l’opération « quartiers connectés », une action qui permet aux riverains de trois quartiers populaires de Strasbourg d’alerter les journalistes du média sur des sujets qui les touchent. L’un des objectifs de cette opération en place depuis 2017 est de créer du lien et d’aplanir la défiance des habitants envers les médias.

Le prix « Éducation aux médias et à l’information pour la meilleure initiative hors école » a été remporté par le réseau Cartooning for peace, l’association qui réunit plus de 180 dessinateurs du monde entier.

Le prix « Éducation aux médias et à l’information pour la meilleure initiative dans le milieu scolaire » a été remporté par le dispositif Jeunes reporters en Europe. Cette initiative s’articule autour d’un magazine destiné à 60.000 collégiens du Pas-de-Calais. Ils sont plus de 800 jeunes à travailler au contenu de ce support qui partage les cultures et les Histoires respectives des Européens.

Le prix « Éducation aux médias et à l’information pour la meilleure initiative en région Val de Loire » a été remporté par le club de presse École de Jean Zay. Ils étaient une dizaine de jeunes élèves à recevoir le prix. Au total, le club compte une quarantaine de membres. Trois projets étaient défendus par leurs camarades : une émission de radio qu’ils avaient mise en place dans le cadre d’un projet sur l’éducation aux médias dans le Loiret ; une autre émission de radio consacrée à la musique ; et un projet de presse écrite, cette fois-ci.

Le prix « Éducation aux médias et à l’information pour la meilleure initiative sur la rive Sud de la Méditerranée » a été remporté par Hicham Houdaïfa pour Openchabab, une plateforme de diffusion qui met en avant un projet de société humaniste. Il s’agit également d’un outil aux nouveaux outils du journalisme, disponible en plusieurs langues (français, anglais, arabe).

**Informer en milieu hostile à l’étranger… et en France**

Mercredi 13 mars 2019

Animé par Catherine MONNET, rédactrice en chef adjointe de Reporters sans frontières

Avec Julien GARREL, journaliste LCI et CNEWS ; Jean-Christophe GÉRARD, directeur de la sûreté à France Médias Monde ; Luc PEROT, journaliste à France 3 Centre-Val de Loire ; Kamal REDOUANI, grand reporter

Par Ornella Lamberti

**ENJEUX**

À l’étranger comme en France, les journalistes sont souvent pris pour cibles, insultés, frappés, agressés. En 2019, comment faire son travail en garantissant sa sécurité ?

**RÉSUMÉ**

« *Maintenant, il faut être le plus discret possible* ». Pour le grand reporter Kamal Redouani, fini le temps où le brassard presse protégeait telle une armure les journalistes vulnérables sur des terrains de guerre ou des zones de conflit. Ils sont pris pour « *des cibles* » au mieux, « *des ennemis* » au pire voire « *des monnaies d’échange* ». Le tableau noir peint par Kamal Redouani n’est pas atténué par les propos alarmistes de Catherine Monnet, de Reporters sans frontières : « *Il y a une vraie dégradation de la situation sécuritaire* ». Même sentiment chez Luc Pérot, de France Télévisions. Ce journaliste reconnaît que les manifestations des gilets jaunes « *ont changé la donne* », évoquant des « *dérapages* » et des objets « *qui volent, pas forcément à destination des forces de l’ordre* ».

Comment exercer son métier en toute sécurité dans un tel contexte ? Luc Pérot ironise : lorsque les journalistes de France TV ont demandé à leur hiérarchie d’être équipés en conséquence, elle leur a donné des masques de protection et des casques de chantier. « *Je crois qu’on n’a pas été très bien compris* », a soupiré le journaliste. Finalement, la présence de gardes du corps leur a été accordée, « *la première fois en 35 ans de métier* » pour Luc Pérot. « *J’avais peur que cette protection soit un frein à l’exercice du métier, mais ça a libéré les appréhensions* », a apprécié le journaliste.

Julien Garrel, lui, était équipé de matériel de protection et accompagné de gardes du corps, mais a tout de même été étonné de « *la vitesse à laquelle on passe d’une situation à peu près sous contrôle à une situation absolument sans contrôle (…), sans phase d’amorçage* ». Pendant l’acte IX des gilets jaunes, le jeune journaliste a en effet été insulté puis encerclé avant de recevoir un projectile à la tête. Pour lui, c’est évident, les journalistes se sont fait agresser parce qu’ils étaient identifiables.

Mais « *à force de gommer les signes d’identification des journalistes, on crée de la confusion* », a regretté Catherine Monnet. Ainsi, certains préfèrent-ils encore créer des postes de directeur de la sûreté, comme celui qu’occupe Jean-Christophe Gérard, ancien officier, à France Médias Monde. Celui qui se surnomme « *l’ange gardien des journalistes* » a estimé qu’il existe une « *incompatibilité* » entre la fonction du reporter, qui est d’aller au contact, et la présence de gardes du corps.

**Capitaliser sur la connaissance du terrain**

Ainsi, France Médias Monde « *capitalise (plutôt) sur la compréhension des zones* » pour assurer la sécurité de ses troupes. Dans ce cadre, plus de 120 journalistes ont été formés par un commandant de police pour pouvoir couvrir en sécurité les manifestations de gilets jaunes. Le travail en équipe est également valorisé, avec un chef d’équipe qui centralise les remontées du terrain pour s’adapter en temps réel. France Médias Monde joue aussi avec « *les temps d’exposition* » des journalistes : identifier les informations à ramener et ainsi se remettre en sécurité rapidement dès qu’elles sont collectées permet de ne pas trop exposer le journaliste. Enfin, les équipements sont « *adaptés* ». Par exemple, le groupe utilise des casques de base-ball pour ne pas que leurs reporters soient assimilés à des casseurs ou, encore, bannit les sangles pour empêcher les agresseurs d’agripper les journalistes. À partir de photographies qui permettent de voir les positionnements et les situations, les équipes débriefent aussi ensemble suite aux événements. Et les reporters sont les seuls à décider d’aller couvrir une zone ou non. Kamal Redouani a toutefois souligné que les pigistes ne pouvaient pas se permettre de dire non et qu’il fallait avant tout sensibiliser les rédacteurs en chef.

Julien Garrel a proposé, quant à lui, de « *désincarner* » le duplex pour « *éviter de déclencher l’étincelle* ». Ainsi, un journaliste (mobile) fait son commentaire tandis qu’un autre filme discrètement (pourquoi pas avec un smartphone) la manifestation. « *Je suis étonnée que le débat se soit si vite arrêté dans vos rédactions et qu’on se cache* », a déclaré, sceptique, Catherine Monnet.

Luc Pérot, enfin, a proposé une solution pragmatique : dialoguer avec le terrain et ne pas pratiquer la « *technique de la terre brûlée* ». Ainsi les localiers sont-ils essentiels, car, reconnaissables du public, ils permettent de désamorcer bien des situations.

**Haine des journalistes : que faire ?**

Mercredi 13 mars 2019

WORKSHOP

Animé par Coralie PIERRE et Céline DURCHON, journalistes et membres du collectif « Paye-toi un journaliste »

Par Ornella Lamberti

**ENJEUX**

Le collectif « *Paye-toi un journaliste* », créé en novembre 2018 suite à l’agression d’une consœur, a cherché, quatre mois après sa création, à échanger aux Assises sur la relation houleuse que les médias entretiennent avec leur public. Quelques solutions ont été évoquées pour renouer avec le lectorat.

**RÉSUMÉ**

Pour introduire le workshop sur la haine des journalistes, Céline Durchon a choisi de raconter les « *trois minutes les plus longues de sa vie* », alors qu’elle couvrait pour BFM une manifestation des gilets jaunes. Crachats, encerclement de la foule, insultes, la journaliste a heureusement été « *sauvée* » par un des organisateurs, mais n’est pas sortie indemne de l’incident. Choquée, elle a décidé de créer un collectif, « *Paye-toi un journaliste* », en novembre 2018.

Après quatre mois d’existence, elle a animé aux côtés d’un autre membre de ce groupe Facebook, Coralie Pierre, un workshop afin d’échanger avec public et confrères sur la défiance générale envers les journalistes.

Alors que la présentation des deux femmes se focalisait sur la crise des gilets jaunes et la haine des médias qu’elle aurait générée, un membre de l’assistance est intervenu : « *Les gilets jaunes n’ont pas tout changé (…) C’est ce qu’on subit depuis plusieurs années* ». Pour ce confrère, toutefois, cette opposition est de plus en plus « *décomplexée* » et « *dépasse* » désormais « *le cercle politique et militant* » dans un mouvement « *généralisé* » rassemblant toutes les orientations politiques. Très présents aux Assises de Tours, des journalistes québécois, incrédules, ont pris la parole pour expliquer que cette hostilité envers les médias est « *très française* » et qu’au Québec, où les manifestations populaires sont de toute façon rares, l’agressivité envers les journalistes ne se cantonne qu’aux manifestations antifascistes. Cependant, ce confrère nord-américain a expliqué redouter que « *le phénomène (ne) se répande* » et que ce « *ressentiment contre la caste des journalistes* » ne se mondialise.

Par la suite, de nombreux intervenants ont permis d’établir une liste des remontrances souvent faites aux journalistes : les médias sont contrôlés par le gouvernement ; les journalistes mentent sur le nombre de manifestants (gilets jaunes) ; les médias reprennent les mots du gouvernement ; ils ne sont pas objectifs ; ils biaisent le message avec le montage ; ils bénéficient d’un abattement fiscal indu, etc. « *C’est un métier assez fantasmé* » alors qu’il y a « *une véritable différence entre la réalité du travail et ce que l’on croit* », a soupiré une consœur.

À l’issue des échanges, différentes solutions pour reconquérir la confiance des lecteurs de France ont été évoquées :

* Une éducation aux médias davantage élargie et des conférences de rédaction ouvertes au public – « *Les médias doivent être plus ouverts et expliquer ce qu’ils font et comment ils le font* » ;
* Ne pas omettre de sourcer l’information pour éviter toute ambiguïté ;
* Être formé à des techniques de comptage de manifestants ;
* Préserver la diversité éditoriale ;
* Éviter le langage « *technocratique* » : « *Les gens ne se sentent pas représentés* » et ce vocabulaire donne l’impression que les journalistes reprennent les mots de l’État ;
* Accepter qu’il n’y ait pas d’objectivité journalistique ;
* Porter plainte quand il y a des violences pour qu’elles ne soient pas tues ;
* Ne pas noyer le travail journalistique dans le montage et le « packaging » autour (éditorialistes, etc.) ;
* Mettre en place un organe de la déontologie de la presse ;
* Dire sa souffrance éthique de travailler pour certains médias ;
* Expliquer l’abattement fiscal (inchangé depuis 1999, bénéfice limité aux journalistes gagnant moins de 6.000 euros nets mensuels, pigistes non imposables, etc.) ;
* Inclure davantage d’expression citoyenne dans les débats ;
* Généraliser les postes de médiateurs entre la presse et le public.

**La bonne idée : WTFake**

Souvent jugé opaque pour le public ou dévoyé, le travail des journalistes a été au centre des débats le 13 mars. Aude, journaliste youtubeuse, a alors évoqué sa chaîne « *WTFake* » qui explique au grand public en toute transparence et avec pédagogie son travail. « *Je ne fais pas grand-chose* », a humblement déclaré la jeune femme : « *Je fais ce que tout le monde fait, sauf que je le montre* ». « *Moi-même, je ne sais pas comment les autres journalistes bossent* », s’est amusée Aude. La plupart de ses vidéos totalisent des centaines de milliers de vues, preuve que le besoin existe.

**On vote dans deux mois : quelle Europe dans les médias ?**

Jeudi 14 mars 2019

Animé par Éric VALMIR, secrétaire général de l’information à Radio France

Avec Véronique AUGER, présentatrice de « Avenue de l’Europe » sur France 3 ; Jules DARMANIN ; coordinateur éditorial à FactCheckEU et Alex TAYLOR, journaliste européen.

Par Faïd Souhaïli

**ENJEUX**

Les élections européennes se déroulent le 26 mai en France (quelques jours auparavant dans d’autres pays européens) afin d’élire les eurodéputés qui siègeront à Bruxelles et Strasbourg. Mais avec le Brexit au Royaume-Uni, l’arrivée de partis nationalistes en Italie, en Pologne et la montée de ceux-ci dans d’autres pays membres amènent à se poser de nombreuses questions et à redéfinir les enjeux qui caractérisent les institutions européennes. Pourquoi l’Europe paraît-elle lointaine pour les citoyens ? Quelle est la part de responsabilité des médias dans ce désintérêt ? Quelles sont les difficultés pour traiter l’actualité européenne ? Quelle Europe racontent les journalistes ?

**RÉSUMÉ**

« Avec le drapeau européen, tu ne vendras pas de livres ! » Alex Taylor, journaliste franco-britannique (lui se définit en tant que journaliste européen) rapporte ce que lui a dit son éditeur quand il fallait choisir la couverture de son livre « Brexit, autopsie d’une illusion ». Le constat est le même de la part des autres intervenants. « Les directions nous disent toutes : l’Europe, c’est chiant ! »

Pour preuve selon Véronique Auger, l’absence de correspondant à Bruxelles pour le groupe TF1, alors que son journal de 20 h est le plus regardé d’Europe ! France 2 a 2 correspondants, mais ceux-ci traitent également l’actualité de la Belgique, des Pays-Bas et du Luxembourg. « Ils font tout et n’importe quoi. Et s’ils traitent l’actualité européenne, c’est parce que le cahier des charges de France Télévisions l’impose » argumente-t-elle.

Du côté de la presse écrite, peu de quotidiens nationaux s’y intéressent et la presse quotidienne régionale encore moins. Sortent du lot sur le web, Médiapart et Le Jour. Sauf que ces informations sont mélangées avec tout ce qui est publié sur les réseaux sociaux et le grand public n’arrive pas à démêler le sérieux des fausses informations.

Pour tenter d’éclairer les lecteurs, un consortium s’est créé. Jules Darmanin, coordinateur éditorial de FactCheckEU, explique que plusieurs rédactions et journalistes se sont regroupés pour faire du fact-checking, c’est-à-dire vérifier les informations, vérifier les déclarations d’hommes et femmes politiques (qui affirment parfois des faits erronés sur l’Europe) et lutter contre les hoax et les fake news répandus sur les réseaux sociaux. Un travail compliqué puisque selon lui, faire répandre une fausse information est beaucoup plus simple que rétablir la véritable information.

Pour traiter de la question européenne, les médias doivent donc le faire avec des journalistes spécialisés ou qui s’intéressent à ces questions.

Et les intervenants l’ont admis : il y a plus simple comme matière ! « Il y a beaucoup de paresse intellectuelle, l’accord du Brexit par exemple, c’est 500 pages en plus en anglais. Qui prend le temps de tout lire ? » s’interroge Véronique Auger.

Une des solutions serait de sensibiliser les journalistes aux questions européennes lors de leur cursus en école de journalisme, ce qui est très rare aujourd’hui.

Un autre moyen serait de créer un média véritablement européen. « Ironiquement, le seul média de référence européen est le Financial Times, un quotidien britannique » a glissé Alex Taylor.

Celui-ci a longuement évoqué son expérience à Continentales sur France 3 et pour sa revue de presse européenne sur France Inter. Le cas de la chaîne Euronews qui diffuse des images venant de plusieurs pays européens est l’exemple selon les intervenants de ce qui ne marche pas. Sans présentateur (présentatrice), il n’y a aucune identification de la part du public européen. L’exemple d’Arte montre qu’il est possible de faire une chaîne qui touche plusieurs pays. À condition de mettre les moyens humains et donc les finances qui vont avec.

**La détestation des journalistes, une vieille histoire ?**



Jeudi 14 mars 2019

Atelier animé par Isabelle GARCIN-MAROU, professeure en sciences de l’information et de la communication à Sciences Po Lyon.

Avec Gilles BASTIN, professeur de sociologie à l’université Grenoble Alpes ; Claire BLANDIN, professeure en sciences de l’information et de la communication à l’université Paris 13 ; Christian DELPORTE, professeur des universités à l’université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines ; Alexis LEVRIER, maître de conférences à l’université de Reims, chercheur associé au Gripic (Cela Sorbonne université), spécialiste de l’histoire de la presse.

Par Pierre Bellusci

**ENJEUX**

Cette thématique a été pensée suite aux problématiques contemporaines de détestation des journalistes qui se manifestent ça et là, à l’instar du mouvement des gilets jaunes très critique envers la profession. L’idée de l’atelier est d’appréhender ce phénomène loin d’être nouveau, à travers un travail de recherches historiques et sociologiques. Historiquement, quelles ont été les périodes où le rapport de défiance et de mise en cause très critique, voire physique, des journalistes a été le plus marquant? Les trois chercheurs vont tenter de démontrer les difficultés cycliques à accepter le rôle de la presse, instrument pourtant essentiel à la naissance et au bon fonctionnement des démocraties.

**RÉSUMÉ**

Revenons d’abord aux prémices de notre métier avec Alexis LEVRIER, spécialiste de l’histoire de la presse. Selon lui, la détestation du journalisme existe depuis la naissance de la profession au début du 17ème siècle. Sous l’ancien régime déjà, les premiers gazetiers sont détestés en raison notamment du journalisme exclusivement politique et très engagé qu’ils proposent. Trois formes de détestation naissent alors :

* Une haine portée par les hommes de lettres qui ont vu l’émergence des journalistes comme la naissance d’un nouveau pouvoir, d’une rivalité. Ces derniers vont tout faire pour limiter l’influence de la presse. Voltaire va même jusqu’à demander de mettre en prison les journalistes, car la presse dit bien souvent du mal de lui à travers les premières critiques littéraires.
* Une haine née du monde politique. Détestation, grand mépris, et autres craintes se manifestent face à cet instrument de propagande. Un rapport amour/haine qu’on retrouve toujours aujourd’hui. Le monde politique souhaite mettre la main sur la presse. De tout temps, les politiques ont alimenté cette détestation à des fins électorales. Donald Trump en est un parfait exemple, à l’instar de Marine Le Pen, Jean-Luc Mélenchon ou encore Jean-Pierre Raffarin qui n’a pas hésité à faire huer les journalistes dans les meetings. Au soir de la défaite de François Fillon lors du premier tour des présidentielles en 2017, les militants des LR crient devant le QG du candidat « la presse, la presse, on t’enc…. ! ».
* La troisième forme de détestation est celle que l’on retrouve actuellement : la détestation des lecteurs. Dès le début du 17ème siècle, des citoyens se retrouvent dans des lieux publics pour commenter la presse. Les nouvellistes de « bouche », nom qu’on réserve aux journalistes, sont moqués, mais ils fascinent. Rivalité immédiate avec la volonté des lecteurs de devenir eux-mêmes des producteurs d’information. Aujourd’hui, avec l’ère numérique, la possibilité de s’improviser journaliste est encore plus accessible comme en témoigne le mouvement des gilets jaunes.

Claire BLANDIN, historienne des médias propose trois catégories de types de critiques faites aux médias qui font échos à ce qui a été dit précédemment :

* Critique intellectuelle des gens de presse qui naît avec les philosophes des lumières. Chaque naissance d’un nouveau média = flot de critiques. Entre les deux guerres, avec la naissance de la radio, la critique porte sur le fait que ce nouveau média prive la population de la lecture et empêche de réfléchir en passant par le prisme de l’écrit. En ce qui concerne la télévision, elle est tout de suite considérée comme un média de l’instantané, de l’image.
* Critique anti-capitaliste qui naît à la fin du XIXème. Elle est concomitante avec l’industrialisation et la financiarisation de la presse (de grands banquiers et de grands industriels accaparent les médias). La presse devient plus populaire avec de grands tirages. Plusieurs grandes affaires de corruption des médias éclatent : la « vénalité » de la presse est critiquée. Une question se pose : comment assurer des formes d’indépendance des médias vis-à-vis du régime capitaliste?
* Colère populaire : la Première Guerre mondiale représente un tournant en la matière. Quatre grands journaux populaires, médias de masse, dominent le marché et possèdent une grande influence sur l’opinion publique, sur les représentations que les Français se font d’eux, de la France et du monde. Le divorce se consume entre ce que disent les journaux et ce que dit la population. Émergence d’une presse alternative telle que la presse de tranchées. En mai 68 : moment de réappropriation de la parole et de critiques des médias. Depuis 15 ans, la colère est réactivée par les nouveaux médias : tout le monde peut-il être journaliste?

Christian DELPORTE, sociologue, ajoute la critique des milieux économiques par rapport aux médias. Néanmoins, il se dit mal à l’aise avec la haine ou la détestation des journalistes, par les membres des classes populaires. Pour lui, dire de quelqu’un qu’il déteste ou qu’il hait, c’est discréditer son propos par rapport à quelqu’un qui pourrait exprimer un manque de confiance. Par ailleurs, la baisse de confiance ne touche pas uniquement les médias. Les sondages sont donc difficiles à interpréter. Pour lui, « si on arrivait à trouver un moyen d’objectiver la question de la détestation, il resterait encore à l’interpréter » et d’ajouter : « peut être que la défiance n’est pas une si mauvaise chose, c’est plutôt sain qu’il y ait des critiques envers ce contre-pouvoir. Les journalistes ne doivent pas être obsédés par l’amour du public. » Claire BLANDIN va plus loin en assurant que la critique a toujours renouvelé le paysage médiatique. C’est de cette critique que naissent les nouveaux médias.

**Conclusion**

Cette détestation historique s’explique par plusieurs facteurs. Dans la période contemporaine, le premier n’est autre que le statut des journalistes. En 20 ans, l’espérance de vie dans la profession a été divisée par deux, atteignant 11 ans pour les journalistes ayant débuté en 1998. Les jeunes journalistes, souvent pigistes, sont ceux qui subissent les plus vives critiques, car constamment sur le terrain. Il existe un blocage de recrutement, lié à la reproduction sociale avec les catégories aisées qui organisent la profession. Pour Christian DELPORTE, « *cette précarité pose un problème à la profession. Il existe un véritable conflit entre les éditorialistes d’opinion qui ne sont pas toujours journalistes, et les professionnels de terrain. Le bon moyen pour les journalistes de s’autoréguler, ce sont les aides à la presse. En France elles sont inconditionnelles : il n’y a pas de perception théorique de la morale. Il faudrait conditionner ces aides au nombre de carte de presse par médias et au nombre de journaliste sur le terrain. Les médias qui embauchent principalement des éditorialistes qui commentent l’actualité dans des “décors Ikéa”, ne devraient pas bénéficier de ces aides à la presse. Avec elles, on touche au réacteur »*. Une journaliste dans la salle explique que cela fait des années que les syndicats se battent pour réformer cette aide à la presse. Et Christian DELPORTE de rétorquer, « il faut arrêter de penser que l’exécutif est un allié »

**Un comité d’éthique des médias d’information en France ?**

Jeudi 14 mars 2019

Animé par Loïc HERVOUET, ex-médiateur de RFI et ex-directeur de l’ESJ Lille

Avec Patrick EVENO, président de l’Observatoire de la déontologie de l’information ; Emmanuel HOOG, ancien PDG de l’INA et de l’AFP, chargé d’une mission sur la création d’un conseil de déontologie de la presse ; Michèle LERIDON, membre du CSA, Vincent LANIER, premier secrétaire général du SNJ.

Par Ornella Lamberti

**ENJEUX**

Une dizaine de jours avant qu’Emmanuel Hoog, chargé d’une mission sur la création d’un conseil de déontologie de la presse, ne remette son rapport au ministre de la Culture, les Assises ont convié des membres d’instances de régulation et des syndicats pour discuter de la pertinence de la création d’un tel conseil, dans un contexte général de défiance envers les médias. Unanimes finalement sur l’intérêt d’un tel organe, les intervenants ont présenté chacun leur point de vue sur la forme à lui donner et les missions à lui confier.

**RÉSUMÉ**

Sous influence de la crise des gilets jaunes, les Assises du journalisme de Tours ont fait la part belle à la cruciale question de la défiance de plus en plus grande du public envers les médias. S’inscrivant dans l’air du temps, l’atelier du jeudi 14 mars a permis de débattre autour de la pertinence de la création d’une instance d’autorégulation de la presse, dans un souci notamment de reconquérir le cœur et la confiance des lecteurs français.

Chargé par le ministre de la Culture d’établir un rapport sur la question, Emmanuel Hoog a ouvert la discussion en présentant très succinctement l’esprit du document qu’il remettra à Franck Riester dix jours plus tard (voir encadré). Plus de 200 professionnels et quelques hommes politiques ont été auditionnés grâce à un « *dispositif d’écoute très large et très complet* », a promis l’ancien PDG de l’Agence France-Presse et de l’INA. Pour Emmanuel Hoog, ce conseil « *n’a de sens que s’il est strictement professionnel* » et qu’il n’intègre pas en son sein d’instance publique. Plaidant pour sa création, le haut fonctionnaire français a toutefois admis se poser deux questions. Premièrement, que fera-t-on du Conseil supérieur de l’audiovisuel ? Deuxièmement, comment cette instance vivra-t-elle à l’heure des réseaux sociaux ?

Michèle Léridon s’est également dite favorable à la création de cet organe : « *On a besoin d’une instance avec la société civile (…) Ce serait bien qu’il y ait un endroit où les gens puissent échanger plutôt que de s’invectiver sur les réseaux sociaux* », a-t-elle souhaité. D’après ses chiffres, 38.000 signalements ont été faits auprès du CSA en un an. Or, une partie de ces dossiers pourraient être traités par le conseil déontologique de la presse, a-t-elle encore argué. Le CSA conserverait ses prérogatives : temps de parole en période électorale, place des femmes dans les programmes d’information, etc.

Patrick Eveno a rappelé que l’Union européenne exige que chaque pays membre dispose d’un régulateur – en France, le CSA donc. Cependant, en Europe, le conseil déontologique de presse est largement répandu (21 dans l’Union européenne) et se partage avec le CSA local les dossiers selon le schéma suivant : tout ce qui touche à la déontologie de l’information va au conseil de presse ; le reste (dont les programmes télévisuels) au CSA. Il a en outre souhaité que cet organe ne dépende pas de l’État, mais soit tripartite, partagé entre entreprises, rédactions et public. Sur la question de la répartition et notamment de la place qu’occuperait le public au sein de cet organe tripartite, Emmanuel Hoog est resté évasif, appelant à se référer à ce qui se fait déjà à l’étranger en la matière.

Enfin, le représentant du SNJ a confirmé que son syndicat avait pris position en faveur de la création d’un tel conseil qui ne serait pas « un CSA bis » puisque « le CSA n’est pas totalement indépendant des pouvoirs publics » et que le conseil envisagé n’aurait pas de pouvoir de sanction. Et ce, même si, comme l’a indiqué Patrick Eveno, « les juges tiendraient compte des avis du conseil de presse ».

**Update**

**Les grandes lignes du rapport Hoog**

L’ancien PDG de l’INA et de l’Agence France-Presse a remis le 26 mars son rapport sur la création d’une instance d’autorégulation et de médiation de l’information au ministre de la Culture. Emmanuel Hoog se montre favorable à l’instauration de ce conseil déontologique de la presse qui serait dépourvu de tout caractère coercitif, mais pourrait rendre des avis et des recommandations sur les contenus journalistiques français. Cet organe permettrait aux citoyens de disposer d’une voie de recours en cas de manquement à la déontologie et il pourrait également participer à des missions de médiation dans le cadre d’affaires civiles (droit à l’image, respect de la vie privée, etc.). Le rapport préconise notamment que ce conseil ne soit pas public afin de garantir son indépendance vis-à-vis de l’État. Il serait doté d’un budget annuel estimé entre un et deux millions d’euros qui pourrait être financé par les adhérents et par une participation étatique inférieure à 50 %, dans un souci d’indépendance.

**Quel récit ultramarin en métropole ?**

**Jeudi 14 mars 2019**

Animé par Nassira ELMOADDEM, journaliste.

Avec Cécile AZZARO, journaliste en charge de l’outremer à l’AFP ; Dominique FOSSÉ, rédacteur en chef de l’actualité ultramarine de France Télévisions ; Faïd SOUHAÏLI, journaliste à 101Mag ; Memona HINTERMANN, journaliste et grand reporter ; Nathalie SARFATI, grand reporter à France O.

Par Axel Lebruman

**ENJEUX**

Que disent les médias métropolitains de la fabuleuse diversité de l’outremer français ? La suppression annoncée de France O met en lumière les béances de la couverture éditoriale sur le quotidien des outremers. Au-delà des cartes postales touristiques, elle semble se limiter aux incidents climatiques et aux crises sociales quand elles surviennent avec suffisamment d’ampleur.

**RÉSUMÉ**

« Il faudrait avoir le réflexe outremer », pour Cécile Azzaro de l’AFP. Pour la grande reporter réunionnaise Mémona Hintermann, il n’y a pas tout simplement « pas de récit ultramarin en France ».

Les différents participants, sous la houlette de Nassira El Moaddem constate un décalage du traitement de l’actualité ultramarine en outremer. La crise de 2016 à Mayotte est citée en exemple, il y avait un profond décalage entre ce qu’on voyait sur les réseaux sociaux et dans les JT.

Même l’AFP subit ce décalage, « l’info française, c’est le jour à Paris » note Cécile Azzaro, l’outremer se trouve alors souvent traité comme un sujet étranger, même si cet argument ne fonctionne que de façon parcellaire pour Mayotte et La Réunion avec seulement 1 à 3 heures de décalage horaire.

Dominique Fossé note de vraies imprécisions ou tout simplement l’oubli pur et simple sur l’outremer par les journalistes hexagonaux lors du traitement de sujets nationaux. « Sur LCP, j’ai entendu une présentatrice de JT parler des 13 régions françaises lors des élections régionales, alors qu’il y en a 17 ! » L’outremer n’est souvent pas inclus dans le récit des médias, il est en marge ou en plus ou à part. Dominique Fossé nuance : « Le récit ultramarin existe grâce à l’AFP et grâce aux 1eres, il existe aussi en radio grâce, également, aux équipes des 1eres »

Le rédacteur en chef de l’actualité ultramarine de France Télévisions note que le récit ultramarin est un combat : « Il faut se battre pour imposer l’outremer ». Chaque territoire ultramarin doit faire partie du récit national, tout comme les régions françaises qui ont largement bénéficié de l’apparition de France 3 Régions il y a seulement 30 ans. Avant cela on peut noter une même forme « d’exotisme » sur les régions lointaines de Paris dans l’Hexagone que l’outremer actuel. En ce sens, Mémona Hinterman appuie que le sujet est plus vaste, la question centrale est « comment représente-t-on la diversité du peuple français ? »

La visibilité de l’outremer passe aussi par les canaux que l’on veut bien lui offrir.

Nassima Elmoaddem lance le débat en constatant l’absence des chaînes « la Première » sur sa box télé. En ce sens, la défense de France Ô (dont la disparition sur la TNT est programmée) est un enjeu central pour Memona Hintermann, la chaîne offre, et de très loin, la plus grande visibilité de l’outremer sur la TNT. Pour Dominique Fossé la priorité se situe plutôt dans l’intégration pleine et entière de l’outremer dans les rédactions, et pas seulement sur une chaîne spécifique comme France Ô. À part Le Monde, France Info et bien sûr l’AFP, il n’y a pas de journaliste référent dédié aux outremers dans les rédactions.

L’outremer est souvent une question de personne. L’actualité ultramarine est traitée lorsqu’il y a des personnes sensibles à l’outremer. Le couple que peut former le/la responsable outre-mer dans une rédaction ou agence nationale et le/la correspondante local/e joue beaucoup sur le relais en métropole de l’actualité ultramarine.

Il n’y a pas d’hostilité vis-à-vis de l’outremer, plutôt de l’indifférence, comme pour les régions françaises il y a encore quelques années. En ce sens, il faut de vraies obligations pour les rédactions de l’audiovisuel public. « Le contrat d’objectifs de moyens [des organismes de l’audiovisuel public] doit être beaucoup plus solide », soutient Memona Hintermann.

Plus largement, les différents participants à l’atelier prônent à ce qu’il y ait un référent outre-mer dans les rédactions, publiques ou privées, mais également des moyens techniques permettant un transfert d’images de qualité plus rapide. Sur le traitement éditorial du récit ultramarin, il faut une meilleure anticipation de ce qui se passe dans ces territoires, pour éviter d’être seulement dans la réaction aux événements.

Il est également important de noter que le traitement des sujets ultramarins n’est pas une question d’audience. Une intervenante du public représentant AJ+, note en ce sens, que « les sujets outre-mer sont très vus, ça dépend comment on les raconte ».

**Le département invité des Assises 2019 : Mayotte**

Jeudi 14 mars

Animé par Nassira ELMOADDEM, journaliste.

Avec Kalathoumi ABDI-HADI, journaliste et cofondatrice de 101Mag ; Faïd Souhaïli, journaliste et cofondatrice de 101Mag ; Abby Said ADINANI, directrice du magazine May’People et correspondante locale du Bondy Blog ; Chamsudine ALI, journaliste Mayotte la première ; Pierre BELLUSCI, journaliste reporter d’images et rédacteur en chef de Kwezi TV ; Laurent CANAVATE, co-fondateur et directeur de Somapresse.

Par Axel Lebruman

**ENJEUX**

Après la Corse l’an passé, les Assises accueillent le dernier né des départements français. Une occasion de mieux connaitre ce territoire, porte d’entrée de l’Europe au cœur de l’Océan Indien et de l’archipel des Comores. Pauvreté, immigration, démographie record, une délégation de consœurs et confrères présente les particularités, les aspirations et les difficultés de l’écosystème médiatique Mahorais.

**RESUME**

Jérôme Bouvier, organisateur des Assises internationales du journalisme introduit cet atelier de présentation du département invité. Il rappelle le but de ces rencontres : «  créer du lien avant, pendant et après les ateliers ».

L’atelier a ensuite débuté par la présentation par chaque intervenant de son média devant un public principalement constitué d’étudiants curieux.

Laurent Canavatte a dressé une histoire de la presse à Mayotte, centrée sur l’apparition, le développement et les difficultés de la Somapresse.

Les différents intervenants se sont retrouvés sur plusieurs problématiques partagées par les médias mahorais :

- manque de formation sur place ;  
- difficultés de recrutement ;  
- proximité, insularité rendant parfois difficile le traitement de certains papiers. On a toujours de la famille, un ami , etc. sur un sujet à traiter ;  
- problème économique : manque d’annonceurs ;  
- problème de compréhension et de visibilité de l’outre-mer, a fortiori Mayotte.  
  
Néanmoins, sur ce dernier point, il est à noter une bien meilleure visibilité des grèves de 2018 à Mayotte en métropole, en grande partie grâce au travail de la correspondante AFP dans le département.

En conclusion de l’atelier, une intervenante du public Lisa Giachino, ancienne salariée de Mayotte Hebdo, a interpelé les participants sur le fait que, selon son point de vue, la presse mahoraise soutient la situation de Mayotte française. Il n’y a que très peu de voix dissonante dans les médias locaux note la créatrice du journal Kashkazi, qui était diffusé dans tout l’archipel des Comores, Mayotte comprise, à la fin des années 2000.

**Atelier « la DATA au service de l’investigation »**

**Jeudi 14 mars 2019**

Animé par :

 :: Sandrine SAWADOGO, journaliste d’investigation à l’Économiste du Faso.   
: : Jean-Marc BOURGUIGNON, cofondateur et secrétaire général de Nothing2Hide.   
: : Karen BASTIEN, datajournaliste et cofondatrice de Wedodata.   
: : Édouard PERRIN, journaliste à Premières lignes.   
: : Marthe RUBIO, journaliste responsable de la région francophone chez Global Investigative Journalism Network.

Par Isabelle Fargier

**ENJEUX**

Si les Panama Papers, les SwissLeaks et les Paradise Papers et autres, ont pu « leaker » dans la presse mondiale, c’est par le travail acharné de journalistes, désireux de faire la lumière sur des affaires « douteuses » sans précédent. Comment ? Par l’investigation en décortiquant les data, comprenez les données informatiques. En effet la data est aujourd’hui au cœur du journalisme et certaines rédactions en ont fait leur cheval de bataille, cependant certains professionnels de la data (hors journalistes) ont senti le bon filon également, mais ils tentent de mettre en garde les médias sur la protection et le stockage de ces milliards de données. Alors, d’un côté comment vérifier ces données, quand à l’heure du numérique tout semble « falsifiablement » vrai ? Et d’un autre comment investiguer lorsqu’en apparence il n’y a aucune data ? Ce sont là des enjeux majeurs de l’investigation et du data journalisme.

**RÉSUMÉ**

**Fuite de données ou maîtrise de données ?**

La data au service de l’investigation… à la découverte de cet atelier, il était impensable que je n’y assiste pas, sans pour autant bien en saisir l’enjeu au départ. Je crois que c’est ce que l’on appelle le feeling. Puisqu’on parle de data, j’ai voulu collecter toutes les données qui pourraient m’aider à appréhender au mieux cet atelier. Loin d’être geek, j’ai fait comme des milliers de personnes face à un problème en l’an 2000 : OK GOOGLE, aide-moi !

**DATA** : est un terme utilisé en français comme synonyme du mot donnée mais qui souvent est utilisé pour parler des données dans le domaine informatique.

Ok jusqu’ici tout va bien. Je poursuis mon investigation.  
  
**Donnée :** Une donnée est ce qui est connu et qui sert de point de départ à un raisonnement ayant pour objet la détermination d’une solution à un problème en relation avec cette donnée.

**Le data journalisme**: Le journalisme de données, ou journalisme de bases de données, est un mouvement visant à renouveler le journalisme par l’exploitation de données statistiques et la mise à la disposition de celles-ci au public. J’apprends qu’au-delà d’une formation de journalisme il est possible de se spécialiser dans la data.

Bien sûr j’ai découvert avec stupeur comme tout un chacun dans la presse les différentes fuites de documents qui pour les concernés n’auraient jamais dû être rendus publics. Les offshore Leaks, les Panama Papers, les SwissLeaks, les Implant Files et bien d’autres... Dans mon investigation de data, un organisme revenait souvent : le ***Consortium international des journalistes d’investigation****.* Qui est en fait une organisation à but non lucratif basée à Washington, fondée en 1997, et qui en 2017 s’est émancipée regroupant aujourd’hui des journalistes de plusieurs dizaines de pays. Le but, mutualiser les informations et les moyens afin de réaliser des enquêtes approfondies. À titre d’exemple c’est le consortium qui a dévoilé les offshore Leaks en 2013 (révélation de phénomène de corruption des gouvernements dans le monde entier) et plus proche de nous dans le temps les Implant Files en 2018 (un scandale sanitaire mondial, concernant les implants médicaux).

Mon interrogation, qui sont les journalistes français qui se cachent derrière ce consortium ? Parmi eux, la cellule investigations de Radio France, la production Cash Investigation de France 2 avec Élise Lucet, des journalistes d’investigation de Mediapart, Edouard Perrin pour les productions Premières Lignes, et beaucoup d’autres qui utilisent des pseudonymes pour se protéger des représailles. Édouard Perrin, ce nom m’est familier… Que ne fut pas ma joie de me rendre compte qu’il s’agissait en effet d’un des animateurs que j’allais rencontrer le lendemain lors de l’atelier. J’avais donc, à ce moment-là une base sereine pour découvrir cet atelier.

Le jour J, je me fraye un chemin pour rejoindre la salle de l’atelier (oui il y’avait du monde à ces Assises 2019), et je n’étais visiblement pas la seule à être attirée par ce sujet. J’arrive avec ruse à m’installer au premier rang. En face de moi les animateurs, Sandrine Sawadogo journaliste burkinabée qui a participé à l’enquête sur les West Africa Leaks. Jean-Marc Bourguignon cofondateur d’une association qui protège les données grâce à la technologie. Karen Bastien journaliste depuis une vingtaine d’années et spécialisée dans le datajournalisme depuis 7 ans. Édouard Perrin (le fameux !) journaliste à Première Lignes et Cash Investigation, il a révélé les LuxLeaks et les Implants File. Enfin Marthe Rubio journaliste freelance d’Investigate Journalism Network.

Très vite, les échanges confirment mes investigations : le datajournalisme a été rendu populaire par toutes ces affaires, Paradise Papers, FootBall Leaks, SwissLeaks, des fuites de données financières massives. Le datajournalisme est une activité très particulière, puisque le journaliste travaille à partir d’une matière un peu spéciale, qu’il ne maniait pas jusqu’à présent, à savoir les tableurs, les bases de données, les statistiques. Il s’est heurté à de gros inconvénients, comment décrypter ces données qui ont été créées à la base pour les banquiers et les services marketing et qui sont totalement illisibles ? Le datajournalisme est véritablement, un nouveau métier, Karen Bastien datajournaliste indique « **je ne suis pas une geek**, et je ne veux pas le devenir, je suis journaliste avant tout, mais j’ai dû maitriser très vite les outils et un langage informatique très poussé. »

Dans le datajournalisme la question de la protection des lanceurs d’alertes et des journalistes est primordiale, c’est l’une des volontés de l’Europe et de la France en tout cas. Une loi concernant la protection du secret des affaires fait frémir Edouard Perrin, lui qui a porté plainte contre une multinationale citée dans les LuxLeaks, car selon lui la protection des sources n’a pas été respectée.

Dans certains pays instables politiquement, il est compliqué de révéler des affaires sans se faire intimider par les pouvoirs publics **« c’est comme avoir une arme à feu sur la tempe »** indique Sandrine Sawadogo, journaliste du Burkina Faso. C’est là où la collaboration avec les journalistes du monde entier est importante, le sentiment de sécurité est renforcé, et l’enquête peut être divulguée par le consortium, tout en protégeant les sources et l’identité du journaliste.

L’utilisation des data est certes importante pour l’investigation, mais elle ne résout pas les enquêtes, puisqu’il faudra toujours le regard humain et journalistique et maitriser ces fuites. Mais **« tant que l’investigation est au service de l’intérêt public il faut publier coûte que coûte »** conclut la journaliste burkinabée.

Mayotte invitée d’honneur des Assises du Journalisme 2019, je me devais d’interroger publiquement les animateurs en ce sens. Dans un territoire aussi petit que le 101ème département le journalisme d’investigation est-il réellement possible ? Comment le journaliste peut-il faire de l’investigation, dévoiler une affaire sensible lorsque le présumé coupable pourrait être un membre proche de sa famille ? Question intéressante selon Édouard Perrin, mais il n’y a pas vraiment répondu…

**Les conseils des journalistes d’investigations :**

« Les premières méthodes de sécurité, se présenter autrement que par son identité lors de l’enquête. On apprend à sécuriser une clé USB, sécuriser son smartphone, faire attention aux réseaux internet lors de recherches sensibles. Il faut être curieux et ne pas avoir peur de déterrer des affaires qui pourront bouleverser le monde. » Conseille Sandrine Sawadogo.

**Attentats, suicides, maladies graves : traiter du sensible**

Atelier, vendredi 15 mars 2019

Animé par Sophie MASSIEU, journaliste.

Avec Marie-Christine LIPANI-VAYSSADE, maître de conférences à Bailly-Université Bordeaux-Montaigne ; Nathalie PAUWELS, chargée du déploiement national du programme Papageno ; Anne-Pierre NOËL, fondatrice de l’Association de Journalistes et anciens journalistes pour une Information responsable en Psychiatrie (AJIRPSY) et la participation de Caroline LANGLADE, journaliste et rescapée des attentats du 13 novembre.

Par Axel Lebruman

« J’ai le sentiment que les jeunes étudiants sont plus sensibles à ces sujets. Les plus chevronnés sont plus dans l’entre soit », constate Marie-Christine LIPANI-VAYSSADE, maître de conférences à Bailly-Université Bordeaux-Montaigne. Dans les écoles de journalisme, les questions du traitement médiatique des sujets tels que les attentats, les suicides et les maladies graves sont bien présentes, la problématique se pose pour les journalistes plus âgées, n’ayant pas bénéficié de formations et/ou de sensibilisation sur le sujet.

**L’effet Papageno, le traitement du suicide par les journalistes**

Le programme Papageno est porté par la Fédération régionale de recherche en psychiatrie et santé mentale (F2RSM Psy) Hauts-de-France et le Groupement d’études et de prévention du suicide (GEPS) sous l’égide du Ministère des Affaires sociales et de la Santé.

Il dresse des préconisations pour un traitement médiatique responsable du suicide, notamment pour lutter contre son phénomène d’imitation : l’effet Werther. Le récit d’un suicide par les médias peut conduire à des comportements suicidaires par mimétisme. L’effet est amplifié lorsque la description du suicide conduit à une identification, notamment lorsque le lecteur ou le téléspectateur partage un point commun avec la victime (âge, lieu de résidence, habitudes, etc.). Une augmentation moyenne des taux de suicide est encore plus prononcée suite au traitement sensationnaliste par les médias d’un suicide de célébrité.

*Comment promouvoir l’effet Papageno :*— indiquer où trouver de l’aide  
— sensibiliser le public au suicide et à sa prévention, sans diffuser des mythes  
— Rapporter des témoignages sur la façon de gérer les facteurs de stress de la vie ou les pensées suicidaires, et comment obtenir de l’aide  
— faire preuve d’une attention particulière lorsque le suicide concerne une célébrité  
— être prudent lors d’une interview d’une famille ou d’amis endeuillés ;  
— reconnaître que les professionnels des médias eux-mêmes sont susceptibles d’être affectés par les histoires de suicide.

*Comment éviter l’effet Werther ?*— Éviter la mise en évidence et la répétition excessive des articles traitant du suicide ;  
— éviter tout registre de langage susceptible de sensationnaliser ou de normaliser le suicide, ou de le présenter ;  
— ne pas décrire explicitement la méthode utilisée ;  
— ne pas fournir de détails quant au lieu du suicide ou de la tentative de suicide ;  
— ne pas employer de gros titres sensationnalistes ;  
— ne pas utiliser de photographies, de séquences vidéo ou de liens vers des médias sociaux.

**Traitement médiatique des maladies psychiatriques**

Son mauvais traitement dans les rédactions tient surtout à la méconnaissance de ces pathologies. Cette ignorance conduit souvent à choisir « l’expert », bon client, en particulier en télé, pour parler de ces thématiques. Sophie Massieu, journaliste, conseille « d’aller plutôt vers les malades » que vers ces spécialistes plus ou moins éloquents.   
Mais la question du témoignage de l’état dépressif, par exemple, est très compliquée en France, note Nathalie Nathalie PAUWELS, chargée du déploiement national du programme Papageno. Elle cite l’exemple des *survivors* aux États-Unis qui souhaitent absolument témoigner.

Le principal problème pour le traitement de ces maladies est la déstigmatisation. Anne-Pierre Noël cite l’exemple des schizophrènes qui sont « beaucoup plus souvent victimes que dangereuses. Ce sont des idées fausses, elles sont beaucoup moins dangereuses qu’un mari jaloux par exemple. »

**Traitement médiatique d’événements violents**

« Il y une dérive sur la recherche de témoignage » analyse Anne-Pierre Noël.

Le traitement instantané de l’information conduit à « un excès de curiosité et à une fascination malsaine : demander aux témoins s’ils ont vu du sang par exemple »,

Pour Caroline Langlade victime du Bataclan, il faut également penser à l’effet de long terme d’un papier. « Une amie a demandé à faire un papier sur moi récemment, elle l’a mis en ligne sur Linked In alors que j’étais en recherche d’emploi... »

*Le témoignage de Caroline Langlade*

La journaliste, rescapée des attentats du 13 novembre 2015 a livré un témoignage poignant de son statut de victime, de témoin et de collègue dans le traitement médiatique de la tuerie. Dès le 14 novembre, la jeune femme reçoit beaucoup de demandes d’interview, de témoignages. Ces demandes vont souvent trop loin. « Une collègue s’est mise à s’immiscer dans ma vie privée » pour avoir le bon papier, témoigne madame Langlade.

S’en suivent des demandes à la limite de la décence, une télé nationale l’interroge sur le besoin de s’embrasser de se caresser entre victimes, alors qu’elle est une des porte-parole de Life for Paris, association de victimes des attentats du 13 novembre. Dans ce même cadre, elle a reçu de nombreuses demandes d’interview de victimes par des journalistes qui venaient littéralement « faire leur marché, avec les caractéristiques précises : femme et mutilée par exemple ». Elle relate également l’extrême agressivité sur les réseaux sociaux.

Pour la journaliste, il s’agit également d’un problème de direction. Les journalistes sur le terrain n’ont pas forcément le recul pour estimer la pertinence de telle ou telle séquence. « La vidéo de sortie du Bataclan diffusée sur le site du Monde n’apportait rien en terme d’infos » appuie-t-elle.

Pour Marie-Christine LIPANI-VAYSSADE, dans une optique d’évolution du traitement de ces thématiques, il faut que les rédactions arrêtent d’anticiper les supposées attentes des lecteurs. Les journalistes doivent se poser la question : « OK, j’ai le droit de le dire, mais y a-t-il un intérêt ? »

Liens utiles :   
— <https://papageno-suicide.com/>  
— <https://ajirpsy.org/>  
— <http://www.odi.media/>

**Enquête SCAM : journaliste, auteur ou fournisseur de contenus ?**

Vendredi 15 mars 2019

Animé par Eric LAGNEAU, journaliste à l’AFP et sociologue des médias à l’EHESS et membre de la commission des journalistes de la Scam

Avec Olivier DA LAGE, journaliste et membre de la commission des journalistes de la Scam ; Emilie GILLET, journaliste scientifique ; Valentina GROSSI, sociologue du journalisme à l’EHESS ; Béatrice de MONDENARD, journaliste et rédactrice du livre noir de la Scam ; Hervé RONY, directeur général de la Scam.

Par Axel Lebruman

**ENJEUX**

En 18 ans, le SMIC a augmenté de 50 %, le tarif des piges, lui, n’a pas bougé. C’est sur constat de précarisation et de dévalorisation croissantes du travail du journaliste, a fortiori pigiste, que la SCAM présente son étude « Journaliste : auteur ou fournisseur de contenus ? ».

**RÉSUMÉ**

La SCAM (Société civile des auteurs multimédia) a mené une enquête auprès de 3 700 journalistes sur les conditions d’exercice de leur métier. Ses résultats ont été publiés lors des Assises du journalisme. Eric Lagneau, journaliste à l’AFP et sociologue des médias à l’EHESS, fait le constat de l’extrême détérioration des conditions de travail des journalistes, appuyés par les données chiffrées de l’étude.

Depuis la dernière enquête d’envergure de la SCAM, les journalistes protégés par le statut de salarié permanent a chuté de 6 points, de 58 à 52 %. La part des pigistes a parallèlement bondi de 28 à 42 %. Si la condition de salarié est une condition *sine qua non* pour l’obtention de la carte de presse, la SCAM note une progression de statuts alternatifs. Ainsi les journalistes ayant recours à l’intermittence, à l’auto-entrepreneuriat et au paiement en droits d’auteur représentent une part plus importante ; 17 % déclarent cumuler plusieurs situations, contre 13 % en 2013.

La question de l’obtention et des critères d’attribution de la carte de presse ont d’ailleurs été évoqués à plusieurs reprises lors de l’atelier. L’étude révèle que 12 % des personnes ayant répondu à l’enquête n’ont pas la carte de presse et ils sont beaucoup plus nombreux à s’insurger contre les critères d’attribution de la C.C.I.J.P. (Commission de la carte d’Identité des journalistes professionnels). Ce chiffre est à mettre en perspective avec les 27 % des interrogés qui disent être titulaire du sésame, mais dont le journalisme n’est pas leur activité principale.

« Le pigiste est aussi un auteur, mais doit être payé en salaire » note Émilie Gillet, journaliste scientifique. C’est un des points centraux du travail de la SCAM : un journaliste est-il un auteur ?

Il y a clairement une chute de la perception des journalistes de leur situation d’autrices ou auteurs.

Seuls 62 % se considèrent comme tels, soit une chute de 9 points en 6 ans. La SCAM lie cette baisse à la dégradation des conditions d’exercice du métier. Cette notion s’oppose à celle de fournisseur de contenu, le terme est revenu à plusieurs reprises lors de l’atelier, notamment en ce qui concerne le travail de desk. C’est d’ailleurs les journalistes web qui ressentent le plus ce sentiment de dévalorisation.

Chiffre symbolique de cette situation les 75 % des journalistes interrogées estiment que leurs conditions de travail se sont détériorées.

Le travail de la SCAM a dressé un tableau assez pessimiste lors de cet atelier sur le triptyque : détérioration des conditions de travail, moindre qualité de l’information et dégradation de l’image des journalistes.

Béatrice de Mondenard, responsable de l’enquête la résume par cette formule : « Pression ++, stress ++, responsabilités ++ considération – –, salaire – –, organisation du travail – – »

[Lien vers l’enquête sous format PDF](http://www.scam.fr/Portals/0/Contenus/documents/Dossiers/2019/Journaliste_livreBlanc.pdf?ver=2019-03-13-104405-040)

**Droits voisins, un combat partagé ?**

Vendredi 15 mars 2019

Animé par Céline SCHOEN, correspondante à Bruxelles de la Correspondance de la presse

Avec Pablo AIQUEL, journaliste SNJ-CGT ; David ASSOULINE, sénateur socialiste de Paris ; Jean-Christophe BOULANGER, PDG de Contexte et président du Syndicat de la presse indépendante d’information en ligne (Spiil), Hervé RONY, directeur général de la Scam.

Par Ornella Lamberti

**ENJEUX**

Ces trois dernières années, l’Union européenne s’est penchée sur la réforme du droit d’auteur, afin de capter une partie des rétributions que les Gafa touchent sur le travail éditorial, notamment celui des journalistes. L’atelier proposé le vendredi 15 mars aux Assises de Tours et intitulé « *Droits voisins, un combat partagé ?* », volontairement interrogatif, s’est penché sur la répartition entre journalistes et éditeurs de cette part de gâteau qui pourrait représenter, rien qu’en France, 300 millions d’euros par an. Ainsi, durant plus d’une heure, le débat a été quelque peu houleux entre les invités, à savoir un représentant syndical, un sénateur, mais aussi le fondateur de Spiil (un groupe d’entreprises de presse indépendantes), et un membre de la Scam, la Société civile des auteurs multimédia.

**RÉSUMÉ**

Plantons un peu de contexte : en 2016, la Commission européenne décide de repenser le droit d’auteur à l’ère du numérique afin que les Gafa notamment – Google, Apple, Facebook et Amazon – qui se rétribuent sur du contenu éditorial qu’elles n’ont pas créé redistribuent une part de ces recettes aux éditeurs et journalistes. Si cette directive – dite « *des droits voisins* » – a été adoptée par le Parlement européen le mardi 26 mars 2019 (*voir encadré*), elle a ses détracteurs.

Parmi eux ce vendredi 15 mars, Jean-Christophe Boulanger, président du Spiil, qui estime que l’application de ce texte constituera « *une incitation de plus à faire des contenus +putes à clic+* ». Une remarque qui énerve le directeur de la Scam : « *Vous participez au fait que Google se batte contre cette directive* », s’emporte Hervé Rony, faisant référence aux nombreuses campagnes menées par d’importants hébergeurs contre ce texte. « *Soit on est pour les droits voisins et on est contre les méchants Gafa, soit on contre et on est les suppôts des Gafa* », rétorque Jean-Christophe Boulanger.

David Assouline décide alors d’intervenir et de calmer les échanges. Pour l’élu, ce texte est nécessaire et sous-tend un *« enjeu démocratique* » : « *S’en remettre aux géants du web (pour) que soient diffusées les informations (...), c’est Big Brother* », alerte le parlementaire socialiste. Et c’est bien « *par la loi (qu’) on crée des rapports de force* », insiste-t-il. Près de 300 millions d’euros sont à « *ramasser* », chiffre-t-il encore.

* **La question de la redistribution des recettes**

« *Il faut être sûr que (les recettes) soient partagées avec les journalistes* », rappelle le syndicaliste Pablo Aiquel qui demande des garanties et qui se dit inquiet que les éditeurs soient les uniques bénéficiaires de cette réforme du droit d’auteur. Le sénateur comprend les doutes des syndicats, mais juge qu’il serait « *liberticide* » et « *autoritaire* » que la loi inscrive d’ores et déjà en son sein les modes de répartition de ces recettes, même si « *la gestion collective* » est évoquée dans le texte de loi. Il suggère que ce ne soit pas le nombre de clics qui constitue l’étalon de redistribution, mais le nombre de cartes de presse de l’entreprise qui prétend toucher ces recettes.

L’article 11 de cette directive qui crée les droits voisins – « *Le partage de la valeur à double entrée* » – « *n’est pas idéal* » voire « *confus* », reconnaît Hervé Rony qui plaide toutefois pour la gestion collective des recettes et un accord commun des entreprises de presse. « *Il ne faut pas que ces droits voisins ne profitent qu’aux grands éditeurs* », reproche Jean-Christophe Boulanger qui souhaite que ce soit le CFC, le Centre français d’exploitation du droit de copie, qui gère cette clé de répartition (le CFC est agréé par le ministère de la Culture pour gérer les droits de photocopie du livre et de la presse en France).

* **Le déclic**

Un autre des points saillants soulevés lors de l’atelier est le moment à partir duquel se déclencherait le droit d’auteur. David Assouline aimerait que ce soit dès « *les trois ou quatre lignes qui donnent le contenu dans les occurrences* » des moteurs de recherche. « *Le nombre de mots est très important* », appuie le parlementaire qui amuse l’auditoire en expliquant quelques différences linguistiques à prendre en compte au sein de l’UE : « *Il ne faut pas que ce soit au signe, car 250 signes, c’est un mot en allemand !* »

**Update**

**Adoption de la directive le 26 mars**

Le Parlement européen a adopté le 26 mars 2019 la directive sur le droit d’auteur. Ce texte devra être transposé dans chacun des 27 pays de l’Union européenne dans un délai de deux ans. (*Pour rappel, une directive est un texte générant une transposition dans le droit interne de chaque pays de l’UE, contrairement au règlement qui s’applique tel quel*). De son côté, le ministre français de l’Économie, Bruno Le Maire, a présenté en mars un projet de loi sur la taxation des Gafa, visant à les taxer à hauteur de 3 % sur leur chiffre d’affaires. Cette mesure ramènerait 500 millions d’euros par an, selon le ministre.

**Europe : quel traitement éditorial en régions ?**

Vendredi 15 mars 2019

Animé par Romain HUGON, journaliste délégué de l’Union des clubs de la presse

Avec Xavier DELCOURT, ancien responsable de la formation « eurojournalisme » du CUEJ (Centre universitaire d’enseignement du journalisme de Strasbourg) ; Marc DUMINY, journaliste responsable d’édition à France 3 Nord-Pas-de-Calais, en charge du suivi du Brexit et des élections européennes ; Pierre FRANCE, journaliste et fondateur de Rue 89 Strasbourg ; Jean-Yves VIF, ancien rédacteur en chef de La Montagne Centre France, journaliste et professeur associé d’université en particulier au DUT journalisme à Vichy

Par Faïd Souhaïli

**ENJEUX**

À deux mois des élections européennes, l’occasion est donnée de montrer comment on parle de l’Europe en régions. Comment les rédactions des médias locaux et régionaux traitent cette thématique ? Parlent-ils de cette Europe du quotidien qui cofinance tant d’investissements et d’activités sur les territoires ? Comment sont évoquées les fameuses « normes » européennes qui conditionnent nos usages ? Sous quel prisme est écrit l’enjeu électoral à venir ?

**RÉSUMÉ**

« Faire des papiers sur l’Europe en lien avec nos régions, ça peut être facile. Mais c’est notre faute, si nous ne le faisons pas. » Jean-Yves Vif est catégorique : la presse régionale et locale n’en fait pas assez sur l’Europe. Pour lui, les sujets ne manquent pas, surtout avec le Brexit. « J’étais en Savoie, je discutais avec un douanier. Il m’a dit qu’ils sentiront les effets du Brexit puisque beaucoup de Britanniques viennent en hiver dans les stations de ski. Il faut sortir de notre zone de confort, il y a des implications économiques partout » explique-t-il.

Seulement, traiter l’information européenne nécessite de s’y intéresser. Et c’est là où le bât blesse. « Les journalistes ne connaissent pas les trois piliers fondamentaux de l’Union européenne. Et puis pour beaucoup, ce n’est pas vendeur » affirme-t-il.

Pierre France pense pour sa part qu’il faut inviter les spécialistes au sein des rédactions pour expliquer les enjeux aux lecteurs, téléspectateurs et auditeurs. « Nous avons fait lors des dernières élections une table ronde avec des spécialistes en droit, en économie, sur les questions de société. Cela a permis de démonter les idées reçues. Il ne faut pas que parler des fonds européens » Il a également révélé qu’il avait réalisé des séries de reportages sur les décisions européennes qui ont le plus bouleversé concrètement la vie des Strasbourgeois ou encore sur la consommation.

Marc Duminy pour sa part estime qu’il faut solliciter les parlementaires européens de la région et réaliser des émissions avec eux. « Les faire parler, ça les rapproche des citoyens. Et faire une émission depuis Bruxelles, ça ne coûte rien. La Commission européenne met un studio à disposition des médias qui le demandent, la France est le pays dont les médias le réclament le moins » nous apprend-il en invitant les journalistes des régions à voir ce que font leurs homologues des autres pays.

D’ailleurs, les services communication de la Commission européenne ou du Parlement européen sont réceptifs à toute demande d’information, bien plus que les administrations d’État. Autre source à ne pas négliger, la commission des Affaires européennes de l’Assemblée nationale. « Ces parlementaires doivent sensibiliser à la question européenne » estime Marc Duminy. Et ne pas hésiter non plus à se diriger vers les bureaux de l’Union européenne en région.

Pour mieux traiter l’information européenne en région, La Montagne a formé 20 de ses journalistes à l’ENA et à Sciences Po concède Jean-Yves Vif. « On a fait un débat avec des hommes politiques et cette formation nous a permis de moins maltraiter l’actualité européenne. »

Pour Rue 89 Strasbourg, traiter l’actualité européenne, c’est faire en sorte que les citoyens aillent aux urnes. « C’est une mission de convaincre les gens d’aller aux urnes. Mais il faut aussi que les élus nationaux intègrent les questions européennes dans leurs discours publics » incite-t-il.

Pour Xavier Delcourt, il faut que la presse régionale parle du fonctionnement des institutions européennes et des enjeux que font peser le scrutin. « Quel va être le poids de la France dans le processus législatif européen ? Parce qu’il y a des gens qui seront élus et qui ne feront rien ou ne pourront rien faire » conclut-il.

**Francophonie : réseau des journalistes d’investigation des deux rives de la Méditerranée**

(**Avec le réseau Initative, Impact, Investigation)**

Vendredi 15 mars

Animé par David SERVENAY, journaliste indépendant.

Avec Moussa AKSAR, journaliste à L’Évenement II ; Arlinda GOMES NEVES, journaliste à A Semana (île de Santiago) ; Kouadio Noël KONAN, journaliste à L’Eléphant Déchaîné ; Momar NIANG, journaliste à Ouestaf News ; Sandrine SAWADOGO, journaliste d’investigation pour l’Economiste du Faso.

Par Kalathoumi Abdil-Hadi

**ENJEUX**

La première édition des Assises Internationales du Journalisme de Tunis a réuni des journalistes d’investigation du sud et du nord de la méditerranée pendant trois jours pour voir comment ils pouvaient se rapprocher pour mener des enquêtes communes sur tout l’espace francophone. Ainsi est né le réseau Initiative, Impact, Investigation. Les Assises de Tours les réunissent à nouveau pour un acte 2 fondateur. Et prometteur.

**RESUME**

Le réseau Initiative, Impact, et Investigation nous a donc présenté les difficultés d’être journaliste d’investigation dans leur territoire. Ils avaient en commun la langue française et partageaient l’amour du journalisme d’investigation malgré les difficultés qu’ils rencontrent au quotidien.

La première des difficultés c’est de rassembler les données, parce que vivant dans des territoires ou les archives sont quasi inexistantes, c’était difficile pour eux en comparaison avec les journalistes d’investigation venant des pays comme la France, le Royaume Uni ou encore l’Allemagne et les Etats-Unis.

Ces journalistes doivent s’investir beaucoup plus que leur confrère des pays occidentaux mais malgré tout, j’ai ressenti un complexe d’infériorité. Kouadio Konan de l’Eléphant Déchaîné pense qu’il doit « encore apprendre » de ces confrères mais à l’écouter, il n’avait rien à apprendre, il travaillait juste dans des conditions très difficiles.

Parce qu’être journaliste d’investigation aiguise la méfiance vis à vis même des autres journalistes, surtout des journalistes de la presse officielle. Ils doivent donc se méfier des confrères et même des informations que ces derniers peuvent leur transmettre « c’est parfois pour nous piéger » rapportent-ils en indiquant que des confrères sont corrompus.

L’autre problème qu’ils rencontrent c’est le manque d’écho -au niveau international- de leurs investigations et ils citent l’exemple du West Africa Leaks, alors que souvent ces affaires sur lesquels ils travaillent ont une connexion avec l’Europe. Mais bizarrement, les journalistes français ne sont pas dans leur réseau et ne semblent vouloir reprendre leurs dossiers d’investigations. Paradoxalement donc, ces investigations ont plus d’écho aux Etats-Unis qu’en Europe. Pour les personnes présentes dans la salle, les journalistes français seraient condescendants à l’égard de ces journalistes africains.

Le but affiché donc ça serait de créer un réseau avec les journalistes français parce que les dossiers ont souvent des répercussions en France ou en Europe.

L’ autre difficulté pour les journalistes d’investigation, c’est la proximité et donc la peur de froisser une connaissance peut être un frein. Pour Sandrine SAWADOGO, journaliste d’investigation pour l’Economiste du Faso, « quand on est journaliste d’investigation, on n’a pas d’amis ». La dernière des difficultés, c’est de convaincre le rédacteur en chef de travailler sur certains sujets…

Cet atelier était intéressant sur plusieurs points. Premièrement, en comparaison avec Mayotte, il est tout aussi difficile de faire du journalisme d’investigation, car une espèce d’omerta empêche toute enquête. Cette omerta est dû à l’étroitesse du territoire, tout le monde se connait, tout le monde est de la même famille, à partir de là difficile de libérer les langues. Et même pour le journaliste, il est parfois difficile d’écrire sur un sujet qui pourrait compromettre une personne proche de soi…Il faudrait sans doute appliquer la devise de Sandrine SAWADOGO, et ne pas avoir d’ami si on veut faire un travail d’investigation ici.

**Parlons info**

Vendredi 15 mars 2019

Modéré par Eric VALMIR, secrétaire général de l’information à Radio France

Avec Fabienne SINTES, journaliste et présentatrice du 18-20 (France Inter), Pierre HASKI, chroniqueur géopolitique (France Inter), Philipe COLLIN, journaliste et présentateur de l’œil du Tigre (France Inter), Marie-Ange LESCURE, rédactrice en chef adjointe à France Bleu Touraine, Frédéric CARBONNE, journaliste et présentateur du 22— minuit (Franceinfo)

Par Faïd Souhaïli

**ENJEUX**

Le groupe Radio France est l’un des poids lourds de la presse radiophonique nationale. Ses chaînes sont écoutées partout. Et pour se rapprocher de son public, le groupe réalise un tour de France. Journalistes et producteurs se lancent dans un échange avec les auditeurs pour répondre à toutes les questions qui se posent sur le traitement de l’information, les choix éditoriaux, les écritures, les fake news. Des questions qui se posent de plus en plus, car la confiance entre le groupe radiophonique et le grand public semble ne plus être ce qu’elle était.

**RÉSUMÉ**

Le groupe Radio France n’échappe pas aux critiques du public. Des critiques qui se sont accentuées depuis l’avènement du mouvement des Gilets jaunes en novembre 2018. Pas assez objectifs, trop proches de la parole gouvernementale, soupçonnés de cacher des informations ou de couper la parole, la légitimité des journalistes est remise en cause. Mais pour Fabienne Sintès, le public ne connaît pas assez le rôle des journalistes. « Nous ne sommes pas là pour servir la soupe. Nous sommes des distributeurs de parole. Et il ne faut pas nous écouter que nous, mais voir aussi ce qui se dit sur d’autres radios » répond-elle à un auditeur qui reproche à France Inter de ne pas assez porter la voix des gilets jaunes. Elle rappelle également que le service public radiophonique n’est pas un service gouvernemental.

Pierre Haski pour sa part souligne qu’avec les réseaux sociaux, les journalistes n’ont plus le monopole de la parole. En revanche, leur rôle est bien de délivrer une information de qualité et de ne pas se laisser emporter par le flot de fake news ou de commentaires haineux. La parole n’est pas la même et n’a pas les mêmes conséquences. « Quand on est sur Facebook, plus vous likez une info, plus vous verrez apparaître des infos similaires. Facebook ne remonte que ce que les gens qui pensent comme moi. Avant, il y avait des médias engagés et on acceptait ces différentes tendances. Sur les réseaux sociaux, je m’auto-censure. Et puis on se rend compte que l’on bataille avec des gens qui ne veulent rien entendre, c’est une perte de temps. En revanche dans ma chronique sur France Inter, je ne me censure pas, mais chaque mot est pesé et argumenté. Être écouté par 3 millions de personnes, ça me conduit à être hyper rigoureux ! » Et pour Eric Valmir, avec la concurrence de nombreux médias sur Internet, la rigueur des journalistes doit être ce qui fait la différence. Et tant pis, si l’on n’est pas les premiers à sortir l’info. « La concurrence, ça pousse à faire mieux. Mais quand on a une info et qu’elle ne sort pas, ce n’est pas parce qu’on ne veut pas la sortir, mais parce que nous n’avons pas fait les recoupements suffisants. Pour l’affaire Bétancourt, nous avions l’info, ça été proposé au Monde puis à Médiapart. Ce sont ces derniers qui ont pu faire les vérifications nécessaires et publier en premier. »

D’ailleurs beaucoup d’auditeurs ont demandé pourquoi Radio France ne faisait pas plus d’investigation. Or il se trouve que le groupe est l’une des rares rédactions de France à avoir des journalistes dédiés à cela. Mais faire des enquêtes, cela prend du temps et cela a un coût. « On a les moyens de faire des enquêtes, les data news (informations tirées de bases de données) sont en train de se développer. Mais on ne doit pas enquêter pour enquêter, ce ne doit pas être idéologique, mais basé sur des faits » explique Eric Valmir.

Marie-Ange Lescure a pour sa part souligné que désormais, une partie du travail des journalistes est d’expliquer ce qu’ils font, comment ils travaillent. C’est ainsi qu’a procédé France Bleu Touraine lors de sa couverture des gilets jaunes. « Nous avons des dialogues très longs, pour leur dire que les territoires sont entendus, ils nous posent beaucoup de questions sur la façon dont on retranscrit leurs propos. On explique qu’on les interroge, qu’on va couper, faire du montage. » Celle-ci assure que les journalistes doivent nommer les choses telles quelles sont. En revanche, France Bleu Touraine a choisi de fermer certains articles aux commentaires des internautes ou de ne pas publier sur Internet, s’ils savent que cela peut entraîner des dérapages.

En conclusion, les journalistes concèdent qu’ils peuvent faire des erreurs et que la critique si elle est justifiée est une bonne chose et permet de se remettre en question. Ils rappellent qu’ils ne sont pas omniscients et que quand ils n’ont pas de réponse à une question, le mieux est de jouer la carte de la vérité et dire « je ne sais pas ». Enfin, ils disent se rendre disponibles à chaque fois que c’est possible pour faire entendre la voix des auditeurs.

**Témoignages des journalistes :**

Dans les lignes qui suivent, les journalistes ayant assisté aux Assises de Tours reviennent sur leurs impressions et nous livrent ce que cette expérience leur a apportée.

**Ornella LAMBERTI, Somapresse, AFP, journaliste indépendante**

Les trois jours des Assises du journalisme m’ont énormément apporté. Tout d’abord, c’est la première fois que l’occasion m’était donnée de participer activement à un évènement d’une telle ampleur, rassemblant des confrères francophones au niveau international. J’ai ainsi pu échanger avec eux lors des ateliers ou en dehors, notamment sur la couverture de l’actualité en PQR, et ses différences selon les territoires (nous avec nos spécificités, eux en pleine crise des « gilets jaunes », notamment). L’éloignement géographique de Mayotte induit parfois une certaine distance vis-à-vis des préoccupations métropolitaines et ces trois journées m’ont permis de me « reconnecter » avec les enjeux métropolitains. De manière générale, j’ai pu réfléchir grâce aux nombreux ateliers à la pratique de notre métier, afin qu’elle soit davantage vertueuse, plus proche du lectorat. Enfin, j’ai été ravie de présenter notre île grâce à l’exposition « Un an d’actualité à Mayotte » et également de pouvoir témoigner auprès des étudiants qui se destinent au journalisme. Ainsi, je remercie la DAC de m’avoir permis de participer à cet événement.

**Abby SAID ADINANI, directrice de rédaction MAY’people/correspondante Bondy Blog**

Les Assises du journalisme ont été une formidable opportunité pour moi de travailler avec tous les journalistes mahorais, sur un même projet. Bien avant que le départ pour Tours ne se fasse, toutes les rencontres en amont, les travaux à produire et à planifier ont été l’occasion pour moi de me rapprocher et de découvrir sous un autre angle, certains de mes confrères. Pour moi, une nouvelle cohésion s’est créée à la suite de ce grand rendez-vous.

Sur place, la disponibilité des professionnels du secteur, des organisateurs, et de tous les acteurs qui ont participé à cet évènement majeur m’ont permis de découvrir une autre façon de travailler. Ils m’ont également offert de nouvelles pistes de développement pour le secteur à Mayotte (nouveaux moyens mis à disposition pour les jeunes journalistes, contact avec d’autres rédactions).

Cette chance qui a été donnée à Mayotte d’être mise en avant grâce à des personnes qui sont sur le terrain tous les jours s’est révélée bénéfique, tant pour les anciens de la profession que pour les jeunes en école. Des questions pertinentes ont émergées à la suite des échanges. Par ailleurs, à la suite de cela, des rédacteurs en chef, mais également des jeunes journalistes ont pris contact avec moi, pour plus de renseignements sur la situation du territoire, en indiquant être sur le départ pour l’île, ou en programmation.

Pour moi, ce fut donc une formidable opportunité qui a pu être saisie grâce à la DAC qui a accompagné la délégation tout le long de ce projet.

**Faïd SOUHAÏLI, 101 MAG, pigiste à Mayotte la 1ère et Les Nouvelles de Mayotte**

Les Assises du journalisme ont été une opportunité exceptionnelle pour moi. À Mayotte, notre territoire est petit, le monde des médias l’est aussi. On vit dans une certaine réalité, mais venir à Tours m’a permis de voir que certains problèmes que nous connaissons ici (public peu attiré par la lecture, difficulté d’avoir des informations, hostilité envers la presse, etc.) ne sont pas spécifiques à notre territoire.

Cela a également permis de donner notre vision de Mayotte. En effet, vue de l’extérieur et au vu de l’actualité sociale, notre île peut apparaître comme un enfer à éviter à tout prix. Mais en nous confrontant avec d’autres journalistes, étudiants ou le public, on a pu faire passer notre ressenti, ce qui nous préoccupait et montrer que notre petit bout de l’océan Indien existe même à des milliers de kilomètres de l’Élysée ou de la rue Oudinot.

En cela, l’exposition photo a été un déclencheur de curiosité pour Mayotte.

Ces assises m’ont permis de nouer des contacts avec des responsables de rédactions nationales, internationales ou associatives et devraient permettre de nous amener vers de nouvelles pistes de développement. Mais aussi de voir des confrères dans un autre contexte que Mayotte et de voir que finalement, même si nous travaillons pour des titres différents, nous avons beaucoup de choses en commun.

Un grand merci à la DAC et à Florence Gendrier en particulier.

**Axel LEBRUMAN, Co-fondateur du Journal de Mayotte**

« Le métier de journaliste subit un certain isolement à Mayotte. Si l’on excepte, les visites

ministérielles, présidentielles ou les événements exceptionnels, les occasions sont rares d’échanger avec les consœurs et les confrères hors du département. La participation aux Assises du journalisme a permis une ouverture bénéfique sur le métier pour la délégation mahoraise : se poser des questions sur notre pratique du journalisme, actualiser nos connaissances, mais aussi prendre conscience que l’on fait le même métier à Paris, dans les

Deux-Sèvres ou à Mayotte ! S’il n’y a pas de réponses toutes faites, ce moment de questionnement sur les conditions de production d’une information de qualité m’a, personnellement, permis d’acquérir de nouveaux outils journalistiques, l’atelier sur le traitement de l’information du suicide ou d’actes violents en est une bonne illustration.

Les échanges sur Mayotte, et plus largement sur l’outre-mer, ont permis de mettre en avant une vraie problématique du récit de l’information en métropole de ces territoires éloignés. Un sujet de société à La Réunion, en Guadeloupe ou à Mayotte, n’est pas un sujet exotique, c’est un sujet de la société française. La présence de la délégation mahoraise a pu enclencher le dialogue sur cette problématique de la visibilité, et de quelle visibilité ?, dans les médias des territoires ultramarins. On peut seulement regretter l’absence de moment durant lequel, « Mayotte, invité des Assises 2019 » ait été présentée, sur la scène principale, à l’ensemble des participants.

Cette participation de la délégation mahoraise aux Assises internationales du journalisme amène indéniablement à renforcer les liens avec les organisateurs et plus largement avec les rédactions or du département, qu’elles soient en France métropolitaine, au Québec ou encore de Tunisie.