Le mensuel de l'association des journalistes professionnels

Novembre 2013 - n°153

journalistes

Rétrospective Germaine Van Parys

Le Musée de la photo d'Anvers consacre une exposition à l'une des pionnières du photojournalisme en Belgique (Germaine Van Parys, ci-dessus), ainsi qu'à sa filleule et héritière, Odette Derèze.

Lire page 8

Sommaire

Point de vue

24h01 : 1er numéro en demi-teinte 2

Déontologie

Les membres du CDJ pour 2014-2017 3

Régions

Menaces sur la Maison de la presse de Liège 6

Sorties de presse

L'Agenda de l'AJP arrive ! 7

« La photographie en Belgique » : plus de noir que de blanc 7

N° d'agréation : P101017
Bruxelles X - quatorzième année
ISSN : 0770-9986

AJP

Le dossier

Journalistes et communicants : je te supporte, moi non plus ?

Une enquête a croisé les regards des deux professions. La presse y est plus sévère dans ses jugements que les pros de la com'. Mais les reproches sont à double sens.

Le cliché est inévitable et pas nécessairement juste : de part et d'autre d'une ligne qui séparerait les mondes de l'information et de la communication, des journalistes et des communicateurs professionnels se regardent en chiens de faïence. Chacun se méfie de l'autre y voyant d'abord un manipulateur ou un marchand de sensationnel. Chacun est convaincu que son boulot serait bien plus facile sans la présence de l'autre…

Quelle part de vrai dans ce cliché ? Deux associations des professionnels de la communication(1) en entreprise comme en agence ont pris, en mai dernier, l'initiative d'interroger les deux professions. L'AJP et la VVJ se sont associés à cette enquête (une de plus !) à laquelle 410 journalistes et 203 communicateurs ont répondu. L'image globale qui ressort de ces regards croisés est d'abord celle de relations nourries entre les deux métiers, ce qui invalide déjà le cliché des chiens de faïence… Seuls 16% des journalistes et 17% des communicateurs disent n'avoir pas ou peu de contacts avec l'autre profession. Et 29% des communicateurs et 25% des journalistes affirment avoir des contacts quotidiens.

En revanche, la différence de perception, à laquelle on pouvait s'attendre, d'une profession par l'autre est confirmée par l'enquête.

Suite pages 4 et 5

J.-F. Dt

(1) **3C (Corporate Communication Community) et BPRCA (Belgian Public Relations Consultants Association)**

Télés locales

La rédaction de Télésambre décapitée brutalement

Un arrêt de travail a été observé, le 8 novembre, par la rédaction de Télésambre pour protester contre le licenciement brutal de son rédacteur en chef, Philippe Haemers, en poste depuis 18 ans.

La rédaction de Télésambre, la télévision régionale carolo, a arrêté le travail le 8 novembre dernier. En cause : « *le licenciement indigne du rédacteur en chef, Philippe Haemers* », selon le communiqué diffusé par l'AJP et le Setca. A la tête de la rédaction depuis 18 ans, Philippe Haemers a été dégommé en deux jours et sans état d'âme par Dimitri Kennes (PS), président du Comité de gestion de la chaîne. On ne sait toujours pas ce qui était reproché à celui qui a, avec de petits moyens et contre vents et marées, mené la télé régionale au rang des organes de presse les plus indépendants de la région. Peut-être cette indépendance a-t-elle déplu ? Ou bien paierait-t-il aujourd'hui les révélations de la chaîne lors des « affaires » carolo ? Que nenni, selon Kennes, qui avance qu'Haemers n'était pas la bonne personne pour les nouveaux projets de la chaîne. Ces méthodes ont heurté le personnel de la télévision, de même que les écarts de langage du président Kennes, lors de la réunion du personnel : « *Haemers était nuisible (sic !). On n'allait pas pour cela lui payer plus d'indemnités* ».

Quel avenir pour Télésambre ? Le Setca et l'AJP jugent les projets du Comité de gestion « *vagues, dépourvus de moyens financiers et de vision professionnelle* ». S'il veut convaincre, Kennes devra en effet rapidement apprendre et se départir du mépris. Entre temps, la rédaction de Télésambre a perdu son rédacteur en chef et, face à un tel gâchis, le personnel a toutes les raisons d'être inquiet.

Martine Simonis

FSC
www.fsc.org
FSC® C020107
The mark of responsible forestry

PEFC
PEFC/07-31-82
Promoting sustainable forest management

Hayez
votre imprimeur
à Bruxelles, est certifié
FSC et PEFC
et utilise du papier
issu de forêts gérées de
manière responsable

HAYEZ
printers since 1780
www.hayez.be
Hayez, your efficient printer

Le dossier

Journalistes et communi moi non plus ?

Suite de la Une

L'opinion des communicateurs envers les journalistes est généralement assez bonne. 1% seulement d'entre eux ont une mauvaise à très mauvaise opinion des journalistes pour 62% qui pensent l'inverse. Le point de vue des journalistes est nettement moins positif : 7% d'entre eux ont une mauvaise à très mauvaise opinion des « intégrés » (les communicateurs qui travaillent en tant qu'employés de l'organisation qu'ils représentent) et 33% des journalistes ont une mauvaise à très mauvaise opinion des agences de communication.

Cette différence d'appréciation entre les « intégrés » et les agences a-t-elle surpris ces dernières ? « *Pas complètement*, réagit Emmanuel Goedseels, coauteur de l'enquête et administrateur à la BPRCA qui représente les agences. *Les journalistes souhaitent limiter au maximum le nombre d'intermédiaires qui les lient à la source d'information. Donc, dans la même logique, ils préfèrent ne pas devoir traiter avec une agence. Ceci dit, nous sommes persuadés qu'à de nombreuses occasions, nous contribuons davantage à faciliter la relation plus que nous la freinons.* »

En outre, la catégorie des « agences de communication» englobe de multiples acteurs aux profils variés, ce qui peut aussi expliquer les scores médiocres qu'elle recueille chez les journalistes, souligne Emmanuel Goedseels.

On lira ci-dessous ce que chaque profession reproche à l'autre, ce qui permet aussi de mesurer parfois la distance – ou le malentendu ? – qui peut les séparer. Exemple : plus de 6 journalistes sur 10 se plaignent d'être inondés

Du côté des journalistes

- Des 410 journalistes qui ont répondu à l'enquête (dont deux tiers travaillent en presse écrite), rares sont ceux (16%) qui n'ont quasi jamais de contact avec un communicateur. Un quart d'entre eux disent même en avoir quotidiennement.
- Manifestement, les réseaux sociaux ne sont pas encore entrés dans les usages pour contacter un communicateur. Sans surprise, l'e-mail, le téléphone et la rencontre sont les modes essentiels de communication. Et celle-ci est prise à l'initiative du communicateur, disent 59% des journalistes.
- Pour les journalistes, il existe clairement deux sortes de communicateurs, jugés assez différemment. Ceux qui sont au service d'une entreprise ou d'une institution (les « intégrés ») ont une bien meilleure image que ceux qui travaillent pour une agence de com'. Un journaliste sur deux (51%) a de bonnes ou très bonnes relations avec les premiers, mais ils ne sont plus que 20% à le dire concernant les seconds.
- Les autres comparaisons vont dans le même sens. L'efficacité des « intégrés » est démentie par 15 % des répondants, mais celle des agences l'est par 35% ! Et si près de 4 journalistes sur dix estiment fiables les infos venant des « intégrés », ils ne sont plus que 17% à le penser pour les agences. Pire : l'utilité professionnelle des « intégrés » est affirmée par 69% des journalistes (et 22% de moyennement d'accord), mais on tombe à… 39% pour celle des agences (et 41% de moyennement d'accord).
- Sans surprise, 65% des journalistes considèrent qu'ils reçoivent trop ou beaucoup trop de communiqués de presse. De même, 21% d'entre eux estiment que les communiqués qu'ils reçoivent présentent très peu ou aucune valeur médiatique.
- Si l'embargo et le « off the record » ne dérangent qu'un petit quart des journalistes, la demande de relecture avant diffusion est refusée par 29% des répondants, et 45% disent l'accepter « parfois ».

icants : je te supporte,

de communiqués, mais 2 communicants sur 10 seulement pensent qu'ils en envoient trop.

De l'huile dans les rouages

En lançant cette étude, 3C et BPRCA espéraient aussi dégager des pistes pour améliorer les relations professionnelles avec la presse. C'est aussi le souci de l'AJP, dans le respect des spécificités, vocations et contraintes spécifiques des deux métiers. Le « Guide des bonnes pratiques pour les journalistes et leurs sources », édité par le CDJ et l'AJP en mars 2012 le rappelait : il ne s'agit pas de trouver un compromis entre les exigences du travail des journalistes et les intérêts des sources, mais cela ne doit pas empêcher de « *comprendre et respecter le rôle de chacun* ».

Quelques gouttes d'huile suffisent parfois pour dégripper des rouages. Ainsi, aux journalistes qui se plaignent d'être relancés trop fréquemment, Emmanuel Goedseels suggère qu'ils répondent (positivement ou négativement) aux invitations qu'ils reçoivent… Réaliste ? Bonne question pour un prochain débat.

J.-F. Dt

Pour la première fois, une enquête à grande échelle croise les regards et opinions des journalistes (à gauche, une équipe de la RTBF) et des communicateurs (à droite, Frédéric Cauderlier, porte-parole du président du MR). Photos : Eric Lalmand et Benoit Doppagne / Image Globe

Du côté des communicateurs

- Ils et elles sont 203 à avoir répondu et la moitié travaille en agence. La fréquence et le mode de contacts qu'ils disent avoir avec les journalistes correspond aux déclarations de ces derniers.
- Si leurs contacts sont surtout formels, c'est la relation personnelle qu'ils préfèrent nettement (à 69%) pour « mieux identifier l'intérêt du journaliste », « créer une relation de confiance » et « être repéré » disent-ils.
- Près de 4 communicateurs sur 10 éprouvent des difficultés à identifier les journalistes compétents pour leur secteur d'activité, notamment, disent-ils, parce que les journalistes changent fréquemment (de poste ou de spécialités). Et ils sont 83% à estimer que les médias ne communiquent pas régulièrement et clairement la composition de leurs équipes. Conséquence : 22% seulement des communicateurs disposent d'une liste de presse « parfaitement complète et à jour ».
- Des reproches ou du moins des regrets se profilent peut-être derrière ce constat de 67% de communicateurs : les journalistes n'appellent pas systématiquement pour vérifier ou recouper.
- Le reproche est clair, cette fois, lorsque 36% marquent leur désaccord avec le fait que les journalistes « a*gissent toujours de manière transparente et honnête* ». Mais 30% sont d'accord avec la proposition (pour 33% de position neutre). L'écart est plus net à propos des mauvaises nouvelles qui seraient les seules à intéresser les journalistes : d'accord, estiment 28% des communicateurs, contre 39% qui pensent l'inverse.
- Un communicateur seulement sur cinq pense qu'il envoie trop de communiqués, et tous (96% !) estiment que leurs communiqués ont un peu ou beaucoup de valeur médiatique.
- Seuls 8% estiment que les journalistes ne respectent pas l'embargo et 17% le Off.

Hommage

Jean-Paul Copay

Il était parti en reportage. Il n'en est pas revenu. Jean-Paul Copay avait 55 ans. Celui qu'on appelait Paulo travaillait à *L'Avenir* depuis 1982. Le mercredi 23 octobre, vers 16h, à quelques dizaines de mètres de la rédaction, il a été terrassé par un malaise cardiaque. Une disparition brutale et précoce pour ce journaliste tout-terrain qui avait mis ses pas dans ceux de son père, journaliste lui aussi à *Vers l'Avenir*.

Après ses humanités au collège d'Erpent (Namur) Jean-Paul avait appris le métier à l'Ihecs, à Tournai. Une fois engagé, il a connu le secrétariat d'édition, la rédaction sportive pour laquelle il a suivi moult coupes d'Europe, tours de France et rencontres de foot provincial, avant de travailler pour les pages locales namuroises.

Ex-cyclotouriste, moniteur de spinning, investi dans le foot régional, ce bon vivant était devenu aussi le chantre du folklore namurois. Jean-Paul Copay aimait les gens, la langue française et son orthographe.

Ce mercredi-là, il est parti en reportage pour toujours. Laissant sa compagne et ses nombreux camarades dans le désarroi. (A. J.)

En bref

Une SDJ à Télé MB

Une « société des journalistes de Télévision Mons-Borinage » s'est dotée de statuts le 19 septembre dernier. Vouée à la défense et la promotion des intérêts professionnels de ses membres, elle veilllera notamment « *à la stricte séparation entre programmes d'information d'une part et émissions concédées, sponsorisées ou encore publicitaires d'autre part* », à l'instar d'autres SDJ de télés locales.

Tous les journalistes et les caméramans salariés de Télé MB peuvent être membres de la SDJ, sauf s'ils exercent une fonction au sein de la direction de la chaîne ou de la rédaction. Le comité exécutif comprend trois membres, élus pour trois ans : France Alfano, Vincent Duez et Sabine Dupont.

Nouvelle tempête sur la presse flamande

L'association flamande des journalistes, la VVJ, a fait part de son opposition au plan d'économies annoncé après la fusion des activités des journaux des groupes Corelio et Concentra au sein d'une nouvelle structure, Mediahuis. 205 équivalents temps plein sont visés, dont 67 journalistes : soit un 1 emploi sur 5. « *Ces chiffres ne tiennent pas compte du grand nombre de pigistes* », dénonce la VVJ, qui s'inquiète des effets d'une telle vague de licenciements sur la qualité et la diversité journalistiques. Tout comme elle s'inquiète des conséquences sur l'emploi que pourrait avoir la vente de Sanoma Belgique. Nous y reviendrons plus largement dans le prochain numéro.