

journalistes



Les drones sont désormais autorisés

Ils ne font pas nécessairement la joie des rédactions du pays. Survol de plusieurs d'entre elles. Photo Philippe Clément/Belpress.

Lire en page 8

Sommaire

Documents de presse

Commission d'agrégation:
juste une mise au point 2

AJP-AJPP

Invitation à deux
AG extraordinaires 6

Rencontre

Une web TV pour suivre
l'activité des parlements 6

Europe

Mogens Blicher rempile
à la présidence de la FEJ 7

Sondage

Journaliste politique, quel est ton pouvoir ?

Une enquête de l'Université d'Anvers a posé la question à plus de 250 journalistes. Ils croient à leur influence sur les débats, les carrières et l'agenda. Mais sans excès.

Ils s'appelaient Manu Ruys, Paul Goossens, Emile et Rik Van Cauwelaert ou Frans Verleyen. Editorialistes au *Standaard*, au *Morgen*, au *Volk* ou à *Knack*, leur plume pesait lourd lorsqu'ils disaient aux lecteurs et électeurs de Flandre ce qu'il fallait penser d'une réforme de l'Etat en préparation ou du dernier conflit communautaire. Benoit Lechat le rappelait dans une publication du centre d'étude Etopia : « *Les éditorialistes flamands ont joué un rôle important dans l'émergence du mouvement flamand, notamment en exerçant une pression plus ou moins soutenue*

sur les politiques tandis que les éditorialistes francophones amplifient parfois une forme d'incompréhension de l'opinion francophone à l'égard de l'évolution flamande ».

Cette époque-là – celle des rédac'thefs éditorialistes nés avant 1950 – paraît bien révolue. Que reste-t-il aujourd'hui du pouvoir des journalistes politiques ? L'Université d'Anvers a cherché des réponses, en les sollicitant auprès des intéressés eux-mêmes. Elle l'avait déjà fait en 2006 mais du côté flamand uniquement. Cette fois, outre 168 néerlandophones, 85 francophones ont aussi participé à l'enquête en ligne menée fin 2015, et dont l'institution a livré récemment les résultats. On y découvre que le pouvoir politique des médias existe encore, et que le sentiment d'en détenir n'est pas le même au Nord et au Sud du pays...

J.-F.Dt

Suite et dossier en pages 4 et 5

Colloque

Ma petite entreprise...

De jeunes freelances se lancent avec inventivité dans le « journalisme entrepreneurial ». Sous des formes et avec des fortunes diverses.

Plusieurs initiatives novatrices sont en route : des journalistes indépendants s'organisent, se regroupent, et cherchent des fonds pour mener à bien leurs projets personnels qu'ils revendront ensuite à un média. Ces entrepreneurs sont d'ailleurs parfois soutenus par le Fonds pour le journalisme. Les écoles de journalisme s'inscrivent aussi dans cette évolution en proposant des cours liés à l'entrepreneuriat. Le mouvement est en cours. A l'UCL, le 2 mai dernier, des chercheurs français ont décortiqué le statut d'auto-entrepreneur lancé en 2009. Un statut contesté par les syndicats parce qu'il introduit sur le marché une catégorie de travailleurs précarisée, loin du salariat traditionnellement lié à la fonction de journaliste en France.

En Belgique francophone, un journaliste sur quatre est freelance. Certains s'organisent en collectifs (comme « Canal ordinaire ») pour mieux répondre à la demande et pour unir leurs forces. La plateforme 'journalistefreelance.be' de l'AJP œuvre aussi à un rapprochement. D'autres journalistes indépendants préfèrent nouer des liens avec des spécialistes d'horizons divers (développeurs, cadreurs, graphistes...) pour balayer les frontières classiques du journalisme et inventer de nouveaux modes de consommation de l'information. Ils s'approprient les modèles en vogue sur le Net mais se prononcent peu sur le type de contenu à diffuser.

J.-P. B.

Suite en page 3

Le journalisme entrepreneurial, une réelle alternative ?

L'Ihecs, l'EJL et l'ORM ont lancé la réflexion, à Louvain-la-Neuve, sur « l'emploi par soi-même : nouvelles pistes, nouveaux risques pour la profession ».

Le 2 mai dernier, à Louvain-la-Neuve, des étudiants en journalisme étaient invités à scruter leur avenir professionnel. De quoi sera-t-il fait ? Vont-ils trouver leur voie dans le circuit traditionnel d'un média, comme pigiste ou comme salarié ? Où vont-ils devoir se lancer à leur compte ? Voir trouver de nouvelles formules hybrides d'expression ? L'inspiration leur viendra-t-elle de France ? Au colloque de l'UCL et de l'Ihecs, des chercheurs de l'hexagone sont en tout cas venus présenter une nouvelle catégorie de travailleurs indépendants, apparue en 2009. Les « auto-entrepreneurs » bénéficient d'un système simplifié pour facturer des prestations (l'enregistrement du travailleur se fait sans frais). Selon Sarah Abdelnour, chercheuse à l'université Paris Dauphine, « cette nouvelle catégorie de travailleurs vise à diminuer les charges patronales, à favoriser l'insertion de jeunes sur le

marché du travail... de manière moins protégée. En France, 90% des auto-entrepreneurs gagnent moins que le salaire minimum. »

Cécolène Frisque, chercheuse à l'université de Nantes, a analysé plus en détail l'impact de ce statut sur le travail journalistique. « Lors de l'inscription, le journaliste choisit la catégorie 'information-communication'. Une enquête a été menée sur les années 2009-2010. Elle montre que 6% des auto-entrepreneurs ont coché cette case, ce qui en fait 12.000 par an. Par rapport aux 37.000 journalistes qui ont une carte de presse, c'est important. »

Cette nouvelle catégorie de journalistes a un statut différent des pigistes qui ont pratiquement les mêmes droits que les salariés, en France. « Le marché du travail est déstructuré, commente Cécolène Frisque, ces nouveaux statuts sortent même d'une relation de travail pour s'inscrire dans une

relation commerciale avec leur patron. C'est la définition même du journalisme qui est mise en cause », dénonce-t-elle. Le Syndicat national des journalistes parle même de « mort de la profession ».

Les procédures judiciaires devant les prud'hommes (juridiction du travail) n'ont pas (encore ?) permis de réguler ce secteur, ajoute Sarah Abdelnour, pour permettre aux auto-entrepreneurs d'obtenir un statut similaire au salariat, comme les pigistes.

Mais au-delà de ce statut, les recherches évoquent peu l'impact sur le contenu éditorial. « La question de la production de valeur n'est pas souvent posée » constate également Benoît Grevisse, directeur de l'Ecole de journalisme de Louvain.

J.-P. B.



L'avenir professionnel des étudiants au centre d'un colloque à l'UCL. Photo AJP.

« Expérimentez, inventez, osez ! »

Les témoignages de journalistes entrepreneurs célèbrent l'innovation et l'audace. Mais ils se limitent souvent à l'aspect technologique.

Impliqués avec des succès variables dans des micro-entreprises médiatiques, ils ont témoigné de leur expérience à Louvain-la-Neuve. Pour Damien Van Achter, coach pour des candidats entrepreneurs, il s'agit de « transformer des intentions journalistiques à l'échelle de projets ». Leitmotiv : éveiller l'intérêt du public, tester des pratiques et des formats nouveaux. Et le crowdfunding vaut davantage à ses yeux pour l'élaboration du projet que pour ses résultats financiers.

Sibylle Greindl est rédactrice en chef de NewsMonkey FR, une startup d'infos accessibles gratuitement grâce aux revenus du « native advertising ». Les journalistes « développent les projets qu'ils veulent et réinventent chaque jour leur manière de travailler ». La clé pour capter leur audience est de « suivre et de créer le web ». Combien de salariés et de freelances dans l'équipe ? Payés comment et combien ? La rédac chef n'en a aucune idée et s'étonne de la question.

Basé sur le même modèle que Spotify, PressForMore.com propose des articles en ligne dont les

auteurs sont rémunérés en fonction du temps de lecture du public. Stanley Destrée, co-fondateur de ce projet qui n'a pas encore rencontré le succès de son grand frère musical, invite les journalistes entrepreneurs à « être eux-mêmes et faire ce pour quoi ils sont bons ».

Derrière Newsant.eu, il y a un indépendant, Hervé Verloes. Il fait du journalisme grâce à des appels à projets et des coproductions. Mais il doit faire aussi de la communication, « parce qu'avec les seuls médias, il n'est pas possible de vivre ». Il tient pourtant à sa carte de presse et estime dès lors que le secteur doit évoluer car il est « un indépendant, comme le boucher du coin ».

Et les contenus, les lignes éditoriales, la déontologie, la rentabilité ? Étonnamment, il n'en fut jamais question dans ces témoignages, comme si l'expérimentation de nouveaux modes de partage l'emportait définitivement sur toutes autres considérations. Beau sujet pour un autre colloque peut-être ?

B.A.

Conseils pratiques

« Les journalistes n'ont pas une logique de business, comme si le 'vrai journalisme' ne devait pas rapporter d'argent ! ».

Le propos est de l'Allemand Clas Beese, expert dans l'accompagnement de création de startup. En Allemagne, il travaille en binôme avec Carolin Neumann qui, elle, est journaliste. Ils coachent ceux qui ont une idée ou un début de projet existant.

Lors d'une récente réunion internationale de la FEJ, ils ont donné quelques clés aux candidats journalistes entrepreneurs. L'objectif, ont-ils souligné, est d'établir l'équilibre entre l'idée, les investisseurs, le public et les annonceurs.

Le « business model » devra absolument prendre en compte plusieurs paramètres comme les partenaires, le contenu, les ressources, les relations clients, les canaux... Pour ne pas avoir analysé l'adéquation entre leur projet de site web et l'existence d'un public pour cela, des journalistes danois se sont plantés. Ils avaient créé un site voué à l'enquête et à l'investigation, « là où les autres ne vont pas ». Mais les médias qui leur achetaient des articles ne voulaient que de l'actu chaude... Les entrepreneurs ont reconverti leur site en plateforme de défense, formation et coaching pour les freelances danois. Et ça marche.

Diversifier les revenus

Autre conseil de Carl Beese : diversifier ses sources de revenus. On ne se contentera pas de miser sur la publicité mais aussi sur les « workshops » et les newsletters spécialisées par exemple.

J.-F.Dt