

# journalistes



## Le dossier

### AJPro, « What else ? »

**AJPro, la structure de formation permanente de l'AJP est désormais sur les rails avec un catalogue, un site web et les premières formations annoncées fin mai.**

Nous vous l'annonçons dans notre numéro de mars : le projet AJPro se concrétise avec l'obtention d'un budget de la Fédération Wallonie-Bruxelles et l'engagement d'une coordinatrice à mi-temps. La formation permanente « made in AJP » peut donc débuter. Elle vous donne rendez-vous autour d'un café. Dès ce mois de mai, et dans la droite ligne des activités de l'AJP, les premières formations porteront sur la déclaration fiscale (les 29 et 30 mai 2013 à la Maison des journalistes, à Bruxelles, et le 31 mai au Club de la presse de Mons). S'en suivra une longue liste bien fournie de cours et ateliers en tous genres, exposés dans la brochure jointe à ce numéro de *Journalistes*.

Ce catalogue de formation a été élaboré à partir des demandes des journalistes eux-mêmes, identifiées lors de l'enquête par questionnaire menée par l'AJP en 2012. Parce que ces demandes concernaient avant tout le multimédia et les nouvelles techniques journalistiques, nous avons sélectionné deux chantiers prioritaires pour 2013 : le journalisme de données et le webdocumentaire. Ils feront chacun l'objet d'une formation « longue » (la formule « Lungo », que vous retrouverez dans le catalogue ci-joint, pages 23 à 30).

Au rang des formations longues, nous vous proposons aussi une virée originale : la « Summer school ». Il s'agit d'une semaine complète de formation tous azimuts qui se déroulera du 26 au 30 août, à Bruxelles. Une formule qui vous permettra l'immersion résidentielle, histoire de refaire le monde des médias en bonne compagnie.

Suite et dossier pages 4 et 5

**Amandine Degand**  
Coordinatrice AJPro

## Sommaire

### Fiscalité

Comment bien déclarer ses droits d'auteur ? 2

### Presse photo

Eau bénite et Femen à l'ULB : pas de complices parmi les photographes 3

### Turquie

Mission parlementaire non-officielle derrière les grilles de Silivri 6

### Sortie de presse

Edwy Plenel, pour une démocratie informée 7

## Témoignage

### « Jamais plus sans le crowdfunding »

De plus en plus d'internautes répondent positivement à l'appel des journalistes : récit de l'expérience d'Hervé Verloes.

Le principe est simple : le journaliste poste son projet sur une vitrine virtuelle (une plateforme web), affiche le montant recherché pour réaliser son projet, demande aux internautes de le financer à la mesure de leurs possibilités et propose en contrepartie des cadeaux. Hervé Verloes est journaliste et responsable d'une agence multimédia (Pokitin prod) en Belgique. Pour son webdocumentaire « Génération Tahrir » (*ci-contre*), outre le soutien du Fonds pour le journalisme, il a fait appel au crowdfunding, via le site français Kisskissbankbank. Un succès.

Il y a un réel service offert par la plateforme web, nous explique-t-il. « L'accès y est ultra-facile. Le projet est posté via internet. Après on reçoit un appel d'une personne qui nous conseille sur la manière de présenter le projet, sur le montant que l'on peut demander, sur

les contreparties à offrir... »

Une fois le projet accepté, il est mis en ligne. L'appel aux soutiens financiers est limité dans la durée à 90 jours. Si le montant n'est pas atteint, les sommes promises ne seront pas débitées.

Par contre, s'il est atteint, la plateforme empoche son pourcentage (de quelque 10% ) et verse le reste à l'auteur du projet.

Suite page 8



**Jean-Pierre Borloo**

# AJPro débarque à la Maison des

La formation permanente, c'était un projet de l'AJP depuis des années. Le voilà concrétisé. Le programme, dans sa version 2013, mise sur la qualité, l'accessibilité et l'originalité par rapport à l'offre existante.

Suite de la Une

L'AJP s'est transformée en fourmilière durant ces derniers jours. Toute l'équipe AJP s'est mise à l'œuvre, pour que tout soit prêt pour le jour J, celui de la parution du mensuel *Journalistes*. Folle échéance que nous avons fixée début mars, sans avoir encore pris conscience de l'ampleur du travail à abattre. Alors par où commencer ? Les thèmes de formation, l'AJP en avait déjà cerné les grandes lignes, grâce à son enquête de 2012 auprès du public concerné, les journalistes. Mais il fallait encore trouver les pros pour dispenser ces formations. Fort heureusement, la réputation de l'AJP me précède. Et la plupart des formateurs contactés sont très enthousiastes. Les idées commencent à percoler.

## Trouver un concept

Ça, c'était facile. Lors de discussions informelles avec des journalistes, je les ai souvent entendu se plaindre de ne plus connaître les débats animés des rédactions d'antan ou de n'avoir même plus le temps de discuter autour de la machine à café. Alors l'idée était toute trouvée : c'est l'AJP qui va leur servir le café. Parce que si les journalistes doivent donner à penser, jouer un rôle de chien de garde de la démocratie tout en contribuant à éduquer et informer la société, peut-être faudrait-il qu'ils aient eux-mêmes, de temps en temps, une parenthèse pour apprendre, se perfectionner ou réinventer leur métier.

La ligne directrice est dès lors tracée : elle misera sur l'excellence. Les journalistes doivent venir chercher chez nous de quoi améliorer la qualité de leur journalisme, et ce qu'ils soient des geeks avertis ou des adeptes du carnet et de la plume. Mais dans les deux cas, encore faut-il les convaincre de venir prendre un café en compagnie de l'AJP.

## Séduire les journalistes

Parce que les journalistes sont un public exigeant, la première évidence est qu'il faut les séduire, en innovant. Et prendre le contre-pied de l'offre existante. En Belgique francophone, il n'existe rien ou presque en termes de formation permanente. Mais à l'étranger, l'offre est systématiquement organisée en fonction des supports de diffusion : TV, web, radio, presse écrite. Or, pour favoriser les rencontres, il faut faire exploser

ces frontières qui sont déjà omniprésentes dans les rédactions elles-mêmes. On change donc de modèle pour organiser la formation en fonction, non pas de son sujet ou de son public cible, mais de sa durée.

## 3 formules

« Ristretto », « Espresso », « Lungo » : c'est simple et mnémotechnique. Un petit serré pour les plus pressés par l'actualité. Et plus si affinités. Mais cette idée des trois tempos n'a rien d'une formule marketing. Elle vise véritablement l'accessibilité pour les participants. Rien ne sert en effet d'organiser les meilleures formations du monde si aucun journaliste ne peut y assister. Alors, à côté des formules « Espresso » (journée ou demi-journée) et « Lungo » (3-5 jours), il faut du très court. La formule « Ristretto » s'organisera le plus souvent sur des horaires décalés : un petit-déjeuner, un temps de midi ou une soirée, qui ne dureront pas plus de deux heures. Ces horaires-là ont notamment été pensés pour les journalistes indépendants qui ne gagnent pas leur pain s'ils « perdent » du temps à se former. Mais ils devraient également profiter de d'autres profils. A ce propos, une jeune journaliste me disait l'autre jour qu'elle n'oserait même pas demander à son chef de service de s'absenter pour suivre une formation. Cela donne à réfléchir.

Le prochain chantier de l'AJP portera sur la sensibilisation des chefs à la nécessité de la formation permanente. Il nous semble d'ailleurs légitime que les entreprises financent, même en partie, les formations de leurs employés. Notons que c'est le cas d'une partie d'entre elles.

## Financer ses formations

Certains journalistes devront toutefois financer eux-mêmes leurs formations. Ne serait-ce que parce qu'ils sont indépendants. « Abordable » devait donc être notre mot d'ordre. Autant que possible.

Lors de discussions animées à l'AJP, nous rêvions d'offrir les formations courtes pour le prix d'un petit noir. Ce sera finalement un peu plus. La qualité des formations, comme celle de l'information, a toujours un prix. Cela étant, nos tarifs sont plus que concurrentiels. Dans les principaux centres de formations français, il faut compter un peu plus de 500 euros pour une journée de formation. A l'AJP, il faudra compter entre 40 et 65 euros la journée. Bien sûr, on ne vous servira pas de



caviar pour le lunch. Et il faudra vous munir de votre propre matériel si nécessaire pour suivre la formation. Mais le pari de l'abordable est tenu. La réflexion sur le fond pouvait commencer. Pour m'épauler dans ce projet, outre le suivi rapproché du Conseil de direction et du secrétariat général de l'AJP, un comité de pilotage issu du Conseil de direction a été mis en place. Il est composé de François Ryckmans, Ricardo Gutiérrez, Jean-Christophe Adnet, Alain Dewez, Michèle Michiels et Philippe Bodeux. Pour ce petit groupe de passionnés, les questionnements n'ont pas manqué. Quels sont les sujets qui déplaceront le plus de journalistes ? Les formateurs les plus pertinents ? Les formules horaires, logistiques et tarifaires les mieux adaptées ? Etc. Pour cela et tout le reste, les feed-back des participants nous seront essentiels. Dès lors, l'offre présentée dans le catalogue ci-joint est sans doute imparfaite et incomplète. Ce que nous assumons et revendiquons, parce que c'est avec les journalistes eux-mêmes qu'il faudra composer et imaginer le futur d'AJPro, sans cesse l'évaluer et le réajuster.

## La touche finale

L'offre est incomplète aussi parce qu'il nous a fallu poser des choix. Beaucoup de thématiques mériteraient en effet qu'on s'y attarde, pendant une semaine voire plus. C'est le cas de l'investigation, du journalisme narratif, des défis économiques posés par les nouveaux médias ou du journalisme entrepreneurial. Autant d'idées qui viendront animer nos futures réflexions. Notre catalogue est d'ailleurs évolutif. Rendez-



# s Journalistes dès le 29 mai



## Summer school : parenthèse conviviale

**D**u 26 au 30 août 2013, l'AJP vous invite à participer à sa « Summer school ». Ce concept de cours d'été est déjà appliqué dans certains centres de formation ou universités étrangères. Il s'agit bien souvent de conférences qui se donnent, à prix d'or, dans des lieux prestigieux où les participants sont soignés aux petits fous. Qu'on ne s'y méprenne. Notre vision du concept est plus axée sur la convivialité que sur l'ambiance feutrée d'un 5 étoiles. La « Summer school » AJPro se veut avant tout un lieu de rencontres et d'échanges, où les débats de la journée pourront se prolonger autour d'un verre de rosé. Ateliers, mini-conférences, débats, sessions pratiques sur les outils journalistiques, sur des thématiques d'actualité, des techniques journalistiques, ... Vous pourrez picorer ou dévorer pendant une semaine complète, le tout dans la bonne humeur et en bonne compagnie. Ebauche du programme pages 27 à 30 dans le catalogue ci-joint.

Le Domaine du chant d'oiseau s'est rapidement imposé pour l'excellent rapport qualité/prix de ses structures

d'hébergement, pour son cadre champêtre et sa situation au cœur de Bruxelles, facilement accessible en transports en commun. Et pour vous permettre une immersion totale parmi vos pairs, des formules d'hébergement résidentielles sont proposées. A l'AJP, le projet nous tient à cœur. On rêve déjà d'un succès de foule lors de l'édition 2013, pour peut-être envisager, dès 2014, une version délocalisée à l'étranger. **A. D.**



vous en ligne sur [www.ajpro.be](http://www.ajpro.be) pour en connaître ses derniers développements. Pour l'heure, l'un des points sur lesquels nous avons le plus discuté était la possibilité d'ouvrir nos formations aux non-journalistes. Question d'autant plus difficile que les frontières de la profession sont poreuses. Faut-il par exemple exclure les correspondants, les attachés de presse ou les étudiants en fin de parcours qui travaillent déjà à la pige ? Certains de ces profils ont d'ores et déjà manifesté un intérêt.

Nous sommes arrivés à la conclusion que notre offre s'adresserait prioritairement aux journalistes. Mais nous laissons toutefois la porte entrouverte aux non-journalistes intéressés, dans la mesure des disponibilités : les journalistes professionnels seront prioritaires à l'inscription.

Toutes ces décisions prises, reste enfin à mettre en forme et le tour est joué : le programme AJPro 2013 peut sortir de presse. Profitons de l'occasion pour remercier tous les journalistes, les formateurs et les membres de l'AJP qui ont contribué à la réalisation de ce catalogue 2013. Qu'ils ne relâchent pas leurs efforts : la qualité de l'édition 2013 sera cruciale pour envisager la suite. Et AJPro, c'est déjà des idées plein la tête pour 2014.

Amandine Degand



## Relever nos défis professionnels

**I**l faut « soutenir rapidement la création et le maintien d'une structure pérenne unique de formation continuée, centrée sur les métiers du journalisme, de l'information et des nouveaux médias ». Voilà une des recommandations limpides de l'atelier des Etats généraux des médias consacré notamment à la formation des journalistes. Cette structure, l'AJP l'a créée en quelques semaines d'intense activité : c'est l'AJPro.

Quant à dire qu'elle est pérenne, c'est prématuré : jusqu'à présent AJPro a reçu 100.000 € pour organiser la formation permanente des journalistes, mais n'a à ce stade pas de garantie de financement futur. Cette subvention de la FWB nous permet cependant de déjà proposer une belle offre de formations pour 2013 et de lancer le début du programme 2014. Mais pour la suite, ou bien AJPro va devoir s'autofinancer rapidement – et donc pratiquer des prix de formation quasi prohibitifs – ou bien le soutien par la FWB s'inscrit dans la durée, à l'instar de ce qui se passe en Flandre : depuis plusieurs années, la formation permanente des travailleurs du secteur des médias y est particulièrement soutenue. Ainsi, cette année, 1,8 million € sont dégagés par la Communauté flamande pour la formation en presse écrite (1 million €) et dans l'audiovisuel (800.000 €). Au plan des montants, on ne joue manifestement pas dans les mêmes divisions. Mais à l'AJP, une de nos devises est « Nul n'est besoin d'espérer pour entreprendre... ». Les éditeurs de journaux (JFB) ont reçu le même montant que l'AJP, mais ils l'ont complété (triplé ?) grâce aux Régions. Ils n'organiseront pas eux-mêmes

de formations mais en achèteront sur le « marché » à divers partenaires. AJPro et JFB ont tenu une première réunion à ce sujet. AJPro rencontrera les autres fédérations d'employeurs très prochainement. Il est évident que le secteur doit s'engager dans des collaborations souples et intelligentes. Il en va de même avec le monde académique.

AJPro travaille à des degrés divers avec toutes les universités et l'hecs. Ces soutiens, échanges ou partenariats sont en cours de développement. Les modèles existent à l'étranger, comme l'AJP l'a expliqué lors des Etats généraux : au Royaume Uni, la NUJ (National Union of Journalists), aux Pays-Bas la NVJ (Nationale Vereniging van Journalisten) ou encore leurs équivalents en Allemagne (Verdi, DJV), toutes les unions de journalistes en Europe ont fait de la formation permanente une de leurs missions, en collaboration étroite avec les écoles et facultés de journalisme.

L'enquête que l'AJP a réalisée en 2012 auprès des journalistes montre l'ampleur de la tâche : un journaliste sur deux n'a jamais suivi de formation permanente durant sa carrière ! Relever le défi d'armer la profession pour affronter sereinement les vents et marées qui la secouent, c'est le cœur du projet AJpro. Alors prenez le temps de découvrir son catalogue, dites-nous ce que vous en pensez. Prenez le temps de vous former, picorez dans les modules proposés et pourquoi pas, réservez une semaine de vacances intelligentes avec notre « Summer school »...

Martine Simonis