



Le dossier

Politique et presse : le grand Stratego

Entre les communicateurs des partis et les journalistes, les règles du jeu sont de plus en plus subtiles, et parfois tendues. Regards croisés.

Septembre n'a pas failli à la tradition dans plusieurs rédactions : chacune a décroché son ou sa ministre pour une « interview de rentrée ». Mais il n'est pas sûr que l'exercice, considéré jadis comme un moment politique fort, garde encore longtemps son sens, à voir l'évolution de la communication politique et des priorités médiatiques. « *La communication politique ne s'active plus seulement en certaines circonstances ou à certaines dates, observe Francis Van de Woestyne, éditorialiste à La Libre Belgique. Elle est devenue dans les partis et les cabinets ministériels une préoccupation stratégique constante, tant sur la forme que sur le contenu. L'instrumentalisation des médias sur ce terrain n'est pas neuve mais elle est beaucoup plus organisée qu'avant.* »

Au cœur du dispositif : le « plan com' ». Tous les partis fixent les thèmes à faire passer au cours des mois à venir. « *Ce sont nos critères de positionnement, explique Eric Biérin, directeur de la communication d'Ecolo. On va privilégier tel ou tel dossier pour les interviews. Cela n'empêchera jamais que les autres questions soient posées mais on s'entend avec le média sur le fait que tel thème sera au cœur de l'entretien.* » Bien sûr, le plan com' n'est jamais à l'abri d'un bouleversement, parce que l'actualité ou un couac interne sont passés par là. Depuis peu dans ses fonctions au MR, Frédéric Cauderlier n'ignorait rien des remous que la maison venait de vivre à sa présidence. Mais il ne pouvait prévoir le départ du FDF ni l'évolution des négociations gouvernementales... « *Parfois, ajoute Emilie Rossion, chargée de la communication de Joëlle Milquet, notre planning ne tient pas jusqu'au bout car l'actu nous rattrape, nous poussant à anticiper une communication sur un projet que nous finissions d'élaborer.* »

Suite pages 4 et 5

Jean-François Dumont

Sommaire

Sortie de presse

« Le droit de la presse », 3^e édition 3

Témoignage

Quand la salle de classe devient une salle de rédaction 5

Photographie

Imagedesk valorise vos archives 7

Statut

Le régime de pension des journalistes rétabli à l'identique 7

Turquie

Baris Terkoglu est libre ! 7
Une journée ordinaire au centre pénitentiaire de Silivri 8

Débat

« Evacuer la presse des prétoires »

Provocation ? La charge de l'avocat Dayez contre les médias et la parution de son livret sur « Les trois cancers de la justice » ont fait réagir l'AJP.

Acte 1

Invité de « Matin Première » (RTBF), le 30 août, à propos de la libération conditionnelle de Michelle Martin, Bruno Dayez, avocat et chroniqueur dans plusieurs médias, énonce les trois « cancers » de la justice parmi lesquels le « médiatique ». M^e Dayez estime que « *les conditions de travail journalistique font que les impératifs de la presse sont exactement aux antipodes de ce qu'exigerait une justice juste* ». Il faut, pour lui, « *évacuer la presse des prétoires* » pour rendre à la justice sa sérénité.

Acte 2

Surprise par cette dernière déclaration, l'AJP adresse à Me Dayez le courriel suivant : « *Votre suggestion d'évacuer la presse des prétoires nous a surpris et*

choqués. Pour trois raisons au moins.

► Analyser la presse comme un tout homogène dont les acteurs répondraient aux mêmes principes et aux mêmes dérives n'est pas correct. Vous connaissez assez le monde des médias pour savoir qu'ils ne se comportent pas tous de la même manière, et que leurs rédactions ne sont pas toutes soumises aux mêmes instructions. Il n'y a pas de presse univoque et uniforme, comme il n'y a pas d'attitude unique parmi les avocats. C'est faire peu de cas des journalistes scrupuleux et conscients de leurs responsabilités sociales que de les jeter ainsi dans le même sac avec ceux que vous condamnez.

Suite page 2

J.-F. Dt

Communicateurs politiques et...

D'un côté le « plan com' » et une stratégie de plus en plus organisée. De l'autre, des médias partagés entre politiques people et analyse. Les uns et les autres nous ont confié leurs impressions croisées.

Ces SMS et tweets qui changent

C'était inévitable : le GSM et les médias sociaux ont beaucoup modifié les relations entre les journalistes et le monde politique. Les attachés de presse ne s'en félicitent pas toujours. Emilie Rossion, responsable de la communication de Joëlle Milquet le constate : « *Beaucoup de journalistes s'adressent directement à la ministre, parfois après m'avoir appelée et alors que je recueille les informations demandées...* ».

S'il a l'avantage de la rapidité et d'une communication moins formelle, ce contact direct – souvent par SMS – peut aussi appauvrir la relation. « *Le politique, débordé, est moins disponible, le message est laconique et on n'a plus le temps de débriefer* », remarque Véronique Lamquin. Et si l'on a quand même l'occasion de débriefer, ce sera également en direct, en contournant les porte-parole d'autant plus volontiers que trop de ceux-là, estiment des journalistes, sont devenus porte-silence ou porte-langue de bois.

L'usage de Twitter par les politiques a aussi changé la donne. L'info que les journalistes s'évertuaient à dénicher les premiers est main-

Suite de la Une

Autre impératif d'un plan com' : équilibrer la visibilité entre les ténors du parti et favoriser celle de députés moins connus, comme le souligne Audrey Jacquiez, porte-parole du CDH. Et c'est là que les choses commencent à grincer avec les journalistes, peu enclins à se laisser imposer leurs interlocuteurs. La presse préfère évidemment les « bons clients », connus et forts en gueule, avec si possible des choses à dire. Chaque semaine ou presque, cette différence d'objectifs donne lieu à des marchandages avec les responsables des débats dominicaux télévisés. Et lorsque RTL et la RTBF veulent traiter le même sujet, avec les mêmes invités, en direct aux mêmes heures, les attachés de presse se trouvent parfois en curieuse position d'arbitrage...

Pour assurer la présence médiatique de leurs gros bras, des partis ont parfois élaboré de véritables opérations choc : répartition des interviews de ministres et président entre plusieurs quotidiens, le même jour et sur le même sujet, avec les variantes régionales qui s'imposent. MR et CDH ont joué à cela (et certains journalistes politiques regrettent de l'avoir accepté), tandis que le PS sélectionne par petits groupes les médias – francophones et flamands mélangés – qui ont droit à une interview. Plus soumises que jadis aux stratégies des « spin doctors », les rédactions en quête d'interviews exclusives n'ont même pas l'assurance d'en retirer des informations pertinentes ! « *On ne refuse pas Di Rupo quand c'est notre tour. Même s'il n'aura rien de fort à dire* », reconnaît un collègue.

Donnant-donnant

La montée en puissance des chargés de com' s'est accompagnée souvent d'exigences plus explicites de leur part. « *L'interview exclusive sera conditionnée à une annonce en Une, à une certaine date de parution et à un couplage avec une radio* », déplore Catherine Ernens, journaliste politique à *L'Avenir* depuis quinze ans. *Ou alors, on nous propose une info intéressante si c'est sous forme d'interview avec photo. Mais quand c'est moi qui sollicite un entretien, c'est nettement plus difficile à obtenir* ».

Est-ce ainsi partout ? Au *Soir*, Véronique Lamquin, chef du service politique, assure ne pas rencontrer ces difficultés. « *Les demandes pressantes existent – publier l'article en pages nationales plutôt qu'en région par exemple – mais on les refuse, tout simplement* ».

En revanche, la présence simultanée d'un ténor politique dans un journal et sur une radio ne fait pas problème tant qu'elle a été clairement annoncée aux médias concernés. « *Nous sommes même parfois demandeurs de ce couplage*, ajoute Jean-Pierre Jacqmin, directeur de l'information à la RTBF. *Parce que cela incitera un politique réticent à parler et que chaque média bénéficiera, comme le politique, d'un effet de résonance.* » Au MR, Frédéric Cauderlier confirme : « *Quand on veut faire passer un message, on a envie qu'il soit le plus audible. Je préfère une exclu dans un journal et une radio le matin que partout sur le web et quelques brèves le lendemain* ».

Une méfiance accrue

Des deux côtés de la ligne, ils le constatent tous : les politiques ont développé ces dernières années une réelle méfiance vis-à-vis des médias. Ils ont l'impression, pas toujours fautive d'ailleurs, que seule comptera, dans leurs déclarations, la petite phrase anecdotique qui fera le buzz. Ou que le titre de leur interview ne reflétera pas ou pas bien son contenu. Ou que la moindre maladresse de propos, le moindre trait d'humour discutable se retournera contre eux. Conséquence : la communication « on the record » se réduit à des banalités, des lieux communs. « *Des politiques – surtout les plus jeunes – ont peur de leur ombre ! Ils se résignent à des déclarations plates, ou ils contestent leur propos dès le lendemain* », estime Francis Van de Woestyne. Les politiques s'en rendent-ils compte ? Leur prudence accroît le risque qu'une interview sans contenu fort soit titrée sur un élément anecdotique... Autre conséquence, « *il est plus facile d'avoir un ministre en off* », constate Catherine Ernens.

Mais on peut aussi voir les choses de manière plus positive, ainsi que le propose Jean-Pierre Jacqmin : la méfiance des politiques serait l'effet d'une moindre connivence avec les journalistes politiques. Le temps est passé où certains de ceux-ci étaient amis, complices, membre du bureau du parti ou conseiller officieux. Hors d'un cercle étroit d'éditorialistes, les ténors politiques connaissent moins bien les journalistes et passent davantage par les filtres que sont leurs attachés de presse. « *L'utilité publique de ces filtres est-elle fondée ?*, demande Jacqmin. *Cela remet en tout cas davantage le journaliste dans son rôle d'analyste et de pédagogue...* ».



Jean-François Dumont

La communication politique ne se limite plus aux temp...

Journalistes : amis ou ennemis ?

weets tout...

tenant balancée à tous par les politiques eux-mêmes. Les scoops, s'il en reste, ne durent que quelques minutes. La fin de l'investigation politique ? « *Non, mais elle change de contenu*, répond Francis Van de Woestyne. *Elle doit maintenant porter sur le récit de contexte, les coulisses significatives. C'est possible dès lors qu'une relation de confiance existe. Le récit est peut-être le dernier domaine qui échappe aux stratégies de communication ! Et pour la presse écrite, cela reste une belle spécificité* ». Vive le « storytelling » et l'info politique donc, pour autant qu'ils aient du contenu. Les tendances ne sont pas toujours rassurantes à cet égard, lorsque des débats se réduisent aux empoignades et lorsque des journalistes ne s'intéressent plus qu'aux destinations de vacances des politiques, à leur vie sentimentale, leurs menus de Noël ou leurs souvenirs d'écoliers. Des chargés de communication se demandent alors quel métier ils font...

J.-F. Dt

Témoignage

Le ministre en ligne dès potron-minet...

Pour le jeune journaliste hutois que j'étais, il était assez surprenant d'obtenir directement au téléphone le ministre des Transports, dès potron-minet, au début des années 80. Et surtout impressionnant de l'entendre détailler au débotté, avec une grande précision, les mesures qu'il envisageait pour le transport de produits dangereux, deux ou trois jours après un grave accident impliquant un camion chargé de tonneaux d'acide, qui avait fait deux morts dans les rues de Huy.

Herman De Croo, il est vrai, avait déjà la réputation d'être un « homo politicus » un peu différent des autres. Mais l'élément essentiel, sans doute, était qu'à l'époque, peu de responsables politiques avaient un(e) attaché(e) de presse pour faire écran avec les journalistes, et qu'il ignorait sur quoi l'entretien allait porter.

La république apparaît toujours plus belle sous l'empire, et il ne faut pas idéaliser le passé : à l'époque déjà, les politiques étaient plus tentés d'utiliser les médias que de répondre à leurs sollicitations. Attaqué par André Cools, qui l'avait succédé à la présidence du PS, Edmond Leburton choisissait *Vers l'Avenir* pour répliquer. Et à peine arrivé au *Courrier*, à Verviers, j'étais in-

tervenu par Melchior Wathelet père, alors ministre-président wallon, à l'accompagner dans un voyage en Afrique avec un confrère... tout aussi verviétois, du *Jour*. Mais, surtout dans le fil de l'émergence d'un pouvoir wallon, les mandataires politiques acceptaient de plus en plus régulièrement les demandes d'interviews présentées par mes collègues, plus spécifiquement occupés de politique régionale ou nationale.

Revers de la médaille et stratégies politiques

Le rapport, depuis lors, a changé. En positif : la presse régionale est un interlocuteur à part entière, au même titre que la presse nationale. Sauf, peut-être, en Flandre : il n'est pas rare, aujourd'hui, d'entendre l'attaché(e) de presse d'un responsable politique flamand expliquer qu'une interview dans un quotidien francophone, régional de surcroît, ne l'intéresse pas. Parce que, comprend-on, cette entrevue ne lui permet pas de s'adresser directement à son électorat. Ce désintérêt est peut-être plus large qu'on ne l'imagine : les interviews couplées entre médias francophones et flamands, ou l'échange d'interviews entre médias francophones et flamands n'est-il pas l'indice de la difficulté croissante pour les médias du nord et du sud à franchir la sacro-sainte frontière linguistique ?

La médaille a son revers. Bien sûr, des journalistes sollicitent et obtiennent toujours des interviews politiques. Même si, au niveau fédéral par exemple, les demandes peuvent parfois végéter pendant des semaines, voire des mois. Mais, plus fréquemment, les politiques, qui disposent désormais de cellules de communication très professionnelles... souvent animées par d'anciens journalistes, proposent des interviews plutôt qu'ils/elles n'en accordent. Et l'entrevue est soigneusement balisée : sa fonction est de plus en plus de permettre aux politiques de délivrer un message formaté... ce qui n'empêche jamais les journalistes de poser les questions qui leur paraissent les plus pertinentes.

Et puis, des stratégies se dessinent. Tel(le) ministre choisit le média auquel il/elle accorde une interview, en fonction d'un « calendrier » soigneusement balisé. Parfois en l'assortissant de conditions : par exemple de ne pas accorder de place à la contradiction, dans la même livraison.

À l'étage du dessus, les partis s'organisent, pour balayer le plus large, en « désignant » eux-mêmes les représentant(e)s chargé(e)s de décliner, le même jour, une partie de leur message, dans les médias qui leur sont assignés. Refusez la combine et demandez à parler à un(e) autre interlocuteur/trice, et la « sanction » est immédiate : pas d'interview ! Le rôle des journalistes, en pareil cas ? De simples porte-plume ou porte-micro.



Les forts, comme ici lors des négociations fédérales, en juillet 2010. Photo : Isopix

Philippe Leruth