

## 5<sup>ème</sup> Entretiens Régionaux de l'Information

# Les médias en campagne

1<sup>ère</sup> Table ronde :

### *L'information télévisée à l'épreuve des nouvelles stratégies politiques*

---

Avec :

- **Philippe Dutilleul**, réalisateur, auteur de l'émission « Bye bye Belgium » diffusée le 13 décembre 2006 sur la RTBF

- **Jean-Marie Charon**, sociologue des médias CNRS, Ecole des Hautes Etudes des Sciences Sociales

- **Luc Hermann**, rédacteur en chef de l'agence de presse Tony Comiti, auteur d'un magazine pour France 2 sur la communication des candidats

---

#### *Introduction*

##### **Laurence Creusot**

Je voudrais tout de suite, grâce à une courte introduction, qu'on en vienne à la première de ces tables rondes, et aux images de cette campagne, aux images des candidats véhiculées en priorité par le média de masse, la télévision.

Le reportage qu'a réalisé Luc Hermann, rédacteur en chef de l'agence Toni Comiti, s'intitule « Candidats : la grande mise en scène », ainsi le décor est posé. Avant d'en voir un extrait, on peut se demander quelles sont les relations des deux candidats « poids lourds », puisque c'est vers eux que vous vous êtes dirigé, Ségolène Royal et Nicolas Sarkozy.

Quelles sont leurs relations avec les médias ? Des meetings plutôt verrouillés, des images prêtes à diffuser, des journalistes filtrés, à chacun son style, mais nous allons voir que la marge de manoeuvre est relativement mince.

Alors, avant d'en discuter avec Luc Hermann, je vous propose un extrait de cette émission qui a été diffusée le 15 janvier 2007.

*Diffusion de l'extrait, où notamment Nicolas Sarkozy visite un lycée agricole à Charleville-Mézières.*

##### **Laurence Creusot**

Voilà, extrait de ce « Complément d'enquête » réalisé par Luc Hermann.

On a tout de suite envie de vous poser une question : Est-ce que réellement les experts en communication ont pris le pouvoir ? Est-ce que la marge des journalistes politiques qui suivent ces meetings est encore réelle ?

##### **Luc Hermann**

Je pense que la marge est encore réelle. C'est une question qu'on m'a souvent posée. Nous nous sommes demandé, dans notre petite rédaction à Paris, si ces images produites par l'UMP étaient de la propagande, est-ce que ça empêche les équipes de télévision d'aller travailler sur le terrain et de suivre Nicolas Sarkozy ? En fait, pas du tout. Toutes les télévisions, y compris les télévisions étrangères, car en l'occurrence il y a beaucoup de télévisions étrangères qui suivent le candidat Sarkozy et tous les candidats en France, peuvent travailler dans la plus grande liberté. Ils sont juste extrêmement professionnels à l'UMP. Ils ont décidé d'installer plusieurs caméras et d'en faire une belle émission de télévision. LCI, i>TELE, BFM TV ou la Chaîne Parlementaire ne pourraient pas diffuser une heure de meeting – les discours sont assez longs, avant quelquefois des questions de la salle – avec une seule et unique caméra. Si vous mettez une seule caméra sur moi pendant une heure, c'est indiffusable à la télévision, les gens vont décrocher, ça ne marchera pas. Eux, ils ont mis

plein de caméras pour faire une jolie émission de télévision. LCI et i>TELE n'auraient jamais les moyens d'aller mettre plusieurs caméras.

Par ailleurs, nous nous sommes inscrits dans un petit voyage de presse, ils nous ont laissés nous inscrire. J'étais rédacteur en chef de l'émission « 90 Minutes » sur Canal +, où on a mis quelques couches assez violentes sur Nicolas Sarkozy, on avait fait deux enquêtes assez dures. Je pouvais imaginer que ça ne les tenterait pas beaucoup de me recevoir, et de me laisser suivre la campagne. En fait, aucun problème, transparence totale, ils savent exactement qui on est, ils font attention, ils nous laissent travailler, et nous laissent même aller un tout petit peu dans les coulisses, aller rencontrer les petits jeunes – vous êtes briefés, Nicolas Sarkozy ne prend aucun risque. On peut travailler.

### **Laurence Creusot**

C'est quand même du jamais vu ! Vous qui avez fait cette enquête, en suivant l'équipe de Ségolène Royal et l'équipe de Nicolas Sarkozy, vous n'avez pas l'impression que la communication politique est poussée à l'extrême, y compris dans les outils, ces images « prêt à diffuser » qu'on propose aux chaînes de télévision ?

### **Luc Hermann**

Poussée à l'extrême, oui, mais en même temps, il faut reconnaître que les télévisions, comme je viens de l'expliquer, peuvent travailler. On s'était dit qu'ils allaient nous faire une image extrêmement ripolinée des candidats, et que LCI et i>TELE seraient obligées de reprendre ces images. La société des journalistes – ce n'est pas un syndicat, il y a ça dans toutes les grandes rédactions – de France 2, qui se réunit pour des questions éditoriales, s'est élevée contre ça en disant « Ce n'est pas à notre rédaction en chef ou à la direction de la chaîne de reprendre ces images, laissez-nous faire nos propres images ! ». Sincèrement, les journalistes arrivent à travailler. C'est sûr que Ségolène Royal n'a pas très envie qu'on vienne la taquiner, elle est très méfiante avec les caméras, elle est beaucoup plus distante avec les journalistes et les équipes de télévision, elle maîtrise beaucoup moins l'outil également. François Bayrou assume parfaitement et va vers les caméras. Sincèrement, je pense qu'on peut travailler.

Maintenant, oui vous avez raison, les meetings sont tellement préparés à l'avance, les petites phrases sont tellement préparées à l'avance, il y a une réelle connivence entre certains journalistes qui sont très proches de ces différents candidats... Le message de Franck Louvrier, à la direction de la communication, celui des mentors politiques de Nicolas Sarkozy, Ségolène Royal ou François Bayrou pour prendre les trois principaux candidats, tous ces messages arrivent à passer à l'antenne assez facilement, il suffit d'un petit clin d'œil, il suffit d'un papier bien écrit pour qu'effectivement le message du jour passe, et c'est ce que Nicolas Sarkozy arrive à formidablement bien faire, à l'anglo-saxonne, comme ce que Tony Blair a beaucoup réussi à faire. Ça a été beaucoup théorisé par les spin doctors britanniques, l'un des plus forts étant Alastair Campbell, qui a fait Tony Blair, qui a renouvelé l'image du Labour, en appelant cela le New Labour, et qui a aidé Tony Blair à organiser, d'une façon extrêmement industrielle dans la communication, un événement par jour. Et c'est ce qu'on trouve avec Nicolas Sarkozy, il y a un événement par jour qui est organisé en province, et qui est repris presque systématiquement par les médias.

### **Laurence Creusot**

Le débat commence donc à être posé. Quelle réaction est possible face à ces scénarios préparés d'avance ? Où va se situer le rôle du journaliste, qui est théoriquement le médiateur, le décrypteur, l'éclaireur ? Quelle est sa marge de manœuvre s'il ne veut pas devenir le simple relais d'une stratégie politique parfaitement orchestrée ?

Alors, en Belgique, nos voisins ont poussé la logique jusqu'au bout. Philippe Dutilleul, vous avez carrément pris le pouvoir, on peut le dire, le 13 décembre 2006, car Outre-Quévrain on est aussi en

campagne pour les législatives du 10 juin, et la fracture entre pays wallon et pays flamand n'a jamais été aussi profonde.

Vous faites partie notamment de l'équipe de « Strip-Tease », le magazine belge préféré des Français, qu'on connaît bien, vous nous avez habitués à un ton très libre, à une vraie impertinence.

Une équipe a été réunie pour une édition spéciale, dont nous allons voir un extrait, de « Cela ne nous rendra pas le Congo ». Ils ont pris l'antenne, avec l'autorisation de la RTBF, pour annoncer tout simplement à leurs concitoyens que les Flamands avaient pris le pouvoir. Le Parlement annonçait son indépendance et le roi fuyait vers l'ex-Congo belge.

Extrait que nous avons donc réussi à nous procurer, parce qu'il faut savoir que la RTBF interdit toujours la diffusion de cette émission.

On regarde et on en discute ensuite avec Philippe Dutilleul.

*Diffusion de l'extrait.*

### **Laurence Creusot**

Philippe Dutilleul, vous êtes le réalisateur. Précisons que ce n'est pas un canular, c'est réellement un produit d'information qui a été mûrement réfléchi, réalisé pour provoquer une prise de conscience de vos concitoyens.

### **Philippe Dutilleul**

Absolument ! Ce n'est pas un canular. Il y a eu beaucoup de discussions sur la sémantique, beaucoup de gens ont dit que ce n'était pas un documentaire-fiction, que c'était un canular ou un faux journal télévisé. En fait nous pensons que c'est un « documentaire de politique-fiction ». Un documentaire parce qu'il contient toute une série d'informations, et une politique-fiction, car jusqu'à preuve du contraire, la Belgique n'a pas encore disparu, même si l'Etat fédéral belge est, comme vous le savez, très faible.

### **Laurence Creusot**

Journalistiquement parlant, c'est une façon d'utiliser l'image pour provoquer un électrochoc dans cette campagne électorale.

### **Philippe Dutilleul**

En effet, la Belgique entre en campagne électorale puisque les élections législatives auront lieu le 10 juin.

Nous avons mis deux ans à préparer cette émission. Ca n'a pas été facile, car ce documentaire a été diffusé en vrai direct, à 20h20 en prime time, nous avons donc pris énormément de risques.

Nous avons voulu, à notre façon, peser sur le débat politique, car je ne crois pas à l'objectivité du journaliste, mais à l'honnêteté intellectuelle du journalisme, ce qui me semble fondamental.

Nous avons beaucoup réfléchi sur la forme, je pense que le fond et la forme sont indissociables.

Il y a une communication de masse qui abonde à la télévision, et je pense que les gens, contrairement à ce que l'on dit, ne sont pas sur-informés, mais sous-informés. C'est extrêmement difficile de trouver une place dans la grille aujourd'hui quand vous voulez sortir de cette banalisation totale, de ce produit commercial qu'est devenue la télévision, y compris la télévision publique.

Et donc, notre réflexion en tant que journalistes et citoyens, pas plus attachés que ça à la Belgique – nous ne sommes pas particulièrement nationalistes contrairement à de grands pays comme le vôtre – mais en tant que citoyen, je ne verrais pas d'un bon oeil que mon pays disparaisse sans que le citoyen ait voix au chapitre. Donc nous avons cherché le meilleur moyen de créer cet électrochoc.

### **Laurence Creusot**

Nous avons demandé à Jean-Marie Charon d'analyser ces images, et c'est Benoit Califano qui va animer le débat.

### **Benoit Califano**

Qu'est-ce qui a changé dans cette campagne présidentielle ? Les moyens de s'informer n'ont jamais été aussi nombreux, aussi modernes et interactifs, et jamais la politique n'a fait de tels scores d'audience, jamais l'issue n'a été aussi incertaine malgré la prolifération des sondages, jamais les coulisses, les bruits de couloir et les vidéos non autorisées n'ont été aussi accessibles à nous tous. D'où nous vient ce sentiment de passer à côté des vrais enjeux, d'assister à un spectacle où l'émotion a souvent remplacé l'analyse, et où l'animateur et le quidam remplacent souvent le journaliste, où tout est vu, tout est vain et tout se vaut, comme le disait Cornelius Castoriadis.

Nous autres journalistes, avons-nous perdu la partie ? Nous sommes accusés d'être des devins, des apprentis sorciers, des inféodés, des faiseurs de rois. Sommes-nous les instruments du pouvoir et des politiques, ou des manipulateurs surpuissants de l'opinion publique ? On nous conspuie, on nous boude, et les blogueurs nous donnent des leçons de liberté, pour le meilleur et pour le pire. Les temps sont durs pour nous dans cette campagne, et les stratégies de communication des candidats ne nous rendent pas la tâche facile. L'heure est grave : sommes-nous condamnés à devenir les passeurs de plats de la communication ?

Nous allons y réfléchir, vu de Belgique avec Philippe Dutilleul, avec Jean-Marie Charon et avec Luc Hermann qui a suivi une partie de cette campagne.

Luc Hermann, les puissants ont toujours essayé de canaliser la presse, notamment en période d'élections. Qu'est-ce qui selon vous a changé lors de cette dernière élection ?

### **Luc Hermann**

Des moyens beaucoup plus importants. Les communicants et les politiques jouent sur l'instantané de l'information. Ça a démarré un peu en 2002, mais aujourd'hui en France, il y a quatre chaînes d'info continue, au moins cinq radios d'info continue, des sites Internet mis à jour toutes les demi-heures. On a l'impression qu'il y a trop d'information alors que comme le disait Philippe Dutilleul, il n'y en a pas tant que ça.

Les candidats surfent beaucoup sur le fait qu'ils peuvent faire des conférences de presse avec des dizaines de journalistes, et au final le citoyen a du mal à s'y retrouver. Le citoyen a du mal à faire le tri, et notre responsabilité en tant que journalistes est de faire ce tri et de ne pas se laisser embarquer.

Il nous est souvent reproché, y compris au sein de nos rédactions, un certain suivisme : ce qui est dit un matin à la radio est répété toute la journée et devient l'info du jour. Même si ce n'est pas la « vraie » info, si elle est détournée par les spin doctors qui donnent un coup de projecteur sur l'info qui est importante à leurs yeux pour mettre en avant leur candidat, pour faire diversion.

Lorsqu'un candidat a un problème avec sa feuille d'impôts, son ISF, son appartement à Neuilly ou sa maison à Mougins, les conseillers en communication nous abreuvent de communiqués de presse qui ressemblent à des dépêches de l'AFP ou de Reuters. Nous journalistes, qui n'avons pas beaucoup de temps – et c'est là le problème – sommes soumis à une forme subtile de propagande, qui, lorsqu'elle fonctionne, nous menace de nous laisser « manger » par une info qui ressemble à une vraie info, et nous nous n'avons pas le temps d'aller voir derrière cette info, et d'envoyer un journaliste, ce qui demande trois ou quatre jours, pour aller vraiment étudier les feuilles d'impôts ou les déclarations fiscales de chaque candidat, ce que peu de journalistes en France ont le temps de faire.

### **Benoit Califano**

On a vu aussi des pools de journalistes suivre les candidats, certains ont même été désignés par le ministre de l'Intérieur lui-même pour une station de radio qu'on ne nommera pas. N'est-on pas pris au piège des stratégies politiques lorsque le journaliste affecté à un candidat devient le spécialiste de ce candidat et en même temps le proche, l'ami ?

### **Luc Hermann**

C'est un autre écueil du métier de journaliste. Lorsqu'on est trop sur un même secteur, si on suit tout le temps l'industrie pharmaceutique par exemple, effectivement au bout d'un moment, avec les voyages de presse, on est un peu trop lié avec ses sources. C'est beaucoup le cas des journalistes politiques.

Lorsqu'on a préparé le sujet pour « Complément d'enquête », on a travaillé deux mois, à deux équipes, l'une qui suivait Ségolène Royal et l'autre qui suivait Nicolas Sarkozy, et on a eu vent de petites histoires : Nicolas Sarkozy a téléphoné directement à un journaliste, Ségolène Royal avait menacé de déposer un référé pour interdire un sujet qui devait passer sur une grande chaîne, ce qu'elle n'a pas fait. On a alors appelé ces journalistes pour qu'ils viennent raconter ces tentatives de mises en garde, de censure : ils ont refusé en disant « C'est beaucoup trop tôt, on verra dans six mois quand on saura qui est à l'Elysée ! » Ces journalistes avaient peur de se faire virer de la campagne, de ne plus pouvoir suivre le pool des journalistes. Il y a une réelle pression qui est mise notamment sur les jeunes journalistes en début de carrière. Nous l'avons vu dans le sujet, Nicolas Sarkozy s'intéresse beaucoup aux petits journalistes, il les appelle par leur prénom, il vient les voir, est extrêmement sympathique, jovial – lorsqu'il n'est pas trop excité ou tendu, il les choisit –, ce qui crée inévitablement une connivence.

### **Benoit Califano**

Quelle distance peut-on prendre par rapport à cela ? Toute la difficulté est d'être à la bonne place au bon moment. Pour vous, c'était facile.

### **Luc Hermann**

Oui. On s'est un peu fâchés avec l'équipe de Ségolène Royal parce qu'on les a taquinés sur la façon dont ils traitaient les journalistes. On a fait parler quelques photographes qui disaient que c'était très difficile de la suivre. Pour nous, c'était très facile. On l'a fait en journalistes responsables, sans prendre parti. On a adopté un ton un peu malicieux dans le commentaire, mais c'était assez facile, extrêmement luxueux de ne pas avoir à faire un sujet par jour.

J'étais dans le bus par hasard, lorsqu'on nous a donné le dossier de presse et j'ai trouvé bizarre qu'on nous donne le nom des jeunes lycéens que Nicolas Sarkozy allait rencontrer, avec leur âge.

Disposant de temps, j'ai pu faire ce « pas de côté » avec mon équipe de télé parce que je n'avais pas un sujet à faire dans l'heure suivante pour le journal de mi-journée, ni pour le 20 heures ; je n'avais pas trois directs à faire avec mon micro-sucette sur i>TELE. J'avais le temps de prendre un peu de recul, d'aller les voir, d'analyser, d'écouter les questions, ce qui prend du temps. Lorsque vous êtes dans le pool extrêmement organisé, vous êtes gavés d'informations. Vous avez à peine le temps de prendre un sandwich et de courir au prochain événement. C'est aussi une stratégie de communication. C'est plus facile de la contourner en presse écrite, mais les journalistes de télé et de radio ont du mal à prendre du recul et à se poser les bonnes questions.

### **Jean-Marie Charon**

Je suis tout à fait en phase avec ce qui s'est dit. Je voulais ajouter que dans cette campagne, et je pense notamment aux chroniques de Daniel Schneidermann dans *Libération*, il est devenu de bon ton de se moquer des journalistes « embedded », journalistes qui sont dans ces pools. Je crois que c'est mal comprendre le sujet. S'il y a un problème, c'est celui de l'encadrement des rédactions. Je veux dire par là qu'il faut qu'il y ait des journalistes aux basques des hommes politiques. Tout le problème est de savoir la place qu'on va leur donner dans l'info, et de savoir dans quelle mesure on déploie d'autres moyens, pour faire du terrain, pour traiter des dossiers, comme vous l'avez évoqué, être capable de faire un bout d'enquête pour vérifier tel ou tel élément.

Or c'est bien là que le bât blesse, si vous regardez l'organisation d'une rédaction de télévision

notamment. D'abord il y a plusieurs formes de télévisions, ça a été très bien dit dans le sujet, il y a ceux qui reprennent les images toutes préparées, ce sont les télévisions d'info en continu, qui ont des tout petits moyens journalistiques et qui sont davantage disponibles.

Les rédactions de service public ont des services politiques relativement étoffés, qui font travailler à l'extérieur un certain nombre d'équipes. Mais TF1, qui reste la chaîne leader, c'est cinq journalistes. Le service politique Europe de TF1, c'est quatre journalistes. Comment est organisé un service politique pour suivre une campagne de ce type-là ? Eh bien on constitue des pôles : droite, gauche, et exécutif. Avec les 35 heures, les rotations de travail, etc., ces journalistes ne peuvent faire que de l'« embedded ». Et puis il y a quelques chroniqueurs, quelques éditorialistes, qui vont avoir un peu plus de recul mais avec une marge de manoeuvre relativement limitée, si on se souvient de ce qui est arrivé à Alain Duhamel.

Il y a donc un problème d'encadrement rédactionnel. Vous disiez par exemple que tel « embedded » n'a pas pu se permettre de parler de ce qui lui était arrivé avec Nicolas Sarkozy ou Ségolène Royal : il peut d'autant moins se le permettre qu'il n'est pas un journaliste indépendant, il est sous la pression de son encadrement rédactionnel et il sait très bien que s'il se fait mettre dehors d'un pool ou griller par rapport à un candidat, son avenir professionnel est fortement compromis, parce que sa hiérarchie va lui en tenir rigueur.

Il faut bien avoir à l'esprit ce double problème : la manière dont la hiérarchie donne ou ne donne pas les moyens d'aller plus loin que ce travail d'« embedded », et la manière dont elle coince les « embedded ».

Par ailleurs, vous avez tout à fait raison : l'un des problèmes forts qu'on trouve dans la stratégie de Nicolas Sarkozy comme dans les stratégies américaines et anglaises, et qui consiste, comme l'explique bien Thierry Vedel, à garder la main pour le candidat – un événement, un thème par jour – pour mettre toutes les rédactions sous pression. Si la rédaction voulait se décaler, il faudrait d'autres moyens. Et même si l'embedded voulait un peu se décaler, se dire « Tiens, aujourd'hui à Charleville, j'ai vu qu'il se passe autre chose », tout le monde peut le faire. Le problème, c'est qu'il y a un responsable d'édition ou un rédacteur en chef qui dit : « Non, aujourd'hui, Charleville c'est le lycée agricole, c'est là-dessus que tu dois faire ton papier ! » Donc les choses sont extrêmement resserrées, ce qui ne veut pas dire que les rédactions en chef ne peuvent pas faire autrement, mais elles se piègent ou elles acceptent cette règle du jeu et je pense que l'enjeu est vraiment de partir de la question suivante : comment les encadrements des rédactions pensent le traitement de cette campagne ? Et c'est là que ça n'a pas beaucoup bougé. Certaines choses ont changé : beaucoup plus de médias, de moyens, et le souci de ne pas refaire 2002, ce qui signifie : prendre des contre-pieds. Mais on en vient alors soit à caricaturer dans d'autres domaines soit à se laisser piéger.

A la relecture des débats des Entretiens de l'information tenus après 2002, les reproches qui étaient faits étaient : trop de bipolarisation, le second tour joué avant le premier, le poids des sondages, la personnalisation, etc.

En revanche, on n'avait pas voulu faire de terrain, maintenant on fait du reportage. Mais cela évite-t-il le problème évoqué ? Je pense qu'on fait plutôt du collage.

### **Benoit Califano**

Du côté de la Belgique, Philippe Dutilleul, comment voyez-vous le traitement médiatique de cette campagne présidentielle en France ?

### **Philippe Dutilleul**

Au risque de vous décevoir... le moins possible, pour les raisons expliquées. Je n'ai pas beaucoup de remarques à faire. En tant que journaliste, j'ai fait de l'actualité quotidienne pendant huit années, et j'ai toujours refusé d'accompagner qui que ce soit.

J'ai cinquante-cinq ans et je n'ai jamais effectué un voyage ministériel, et quand il y a une conférence de presse, je n'y vais pas. Qu'avez-vous à m'apprendre de nouveau ? Faire de la com', ça

ne m'intéresse pas. Si tous les journalistes de toutes les rédactions avaient ce genre de réflexion... Je ne suis pas au service des gens de la communication, qui sont nos premiers ennemis. Il faut absolument décrypter ce qu'ils veulent. Il faudrait, au quotidien, prendre du recul, prendre le regard critique suffisant pour décrypter ce que le communicateur veut nous dire, c'est-à-dire nous présenter « une idée, un jour ».

Si j'étais à l'actualité télévisée quotidienne, ça ne m'intéresserait pas d'avoir chaque jour au JT votre futur président, parce qu'un communicateur a décidé que Ségolène Royal parlerait de la réforme ou que Nicolas Sarkozy parlerait des problèmes d'emploi. C'est la réflexion qu'on doit avoir. De plus, c'est comme dans un journal, il faut remplir des espaces. Aujourd'hui les journalistes du quotidien – ce que je ne voudrais plus être à titre personnel – sont obligés de faire le 12 heures, le 13 heures... Vous avez donc de la matière à remplir, et quand on vous mâche la besogne, et qu'on n'a pas nécessairement le temps, cela crée un système qui produit ce qu'on voit.

Heureusement, il existe des émissions, comme celle de Luc Hermann, qui permettent de décrypter, mais en général ces émissions sont programmées très tard, et on s'étonne que les gens n'aient plus vraiment de réflexion politique. L'état de l'opinion publique en France, et vraisemblablement en Belgique, est ce que ce système de communication en place veut qu'elle soit, et c'est la raison pour laquelle nous avons fait « Bye Bye Belgium », pour dire : « Attention mes amis, prenez de la distance par rapport à ce que vous voyez, par rapport au système ». Ce système de communication est certes préférable au pain et aux jeux pour calmer le peuple, lorsqu'on tuait des chrétiens dans l'arène, mais il y a désormais un système dans lequel on est prié de se couler, ce que je me refuse à faire.

Les journalistes devraient entrer en résistance, mais c'est difficile, puisque vous êtes payés pour remplir des cases, et comme il y a de la matière toute préparée, forcément on l'utilise. Dieu merci en Belgique, nous n'avons pas encore une chaîne parlementaire, ce qui ne saurait tarder, nous n'avons pas encore LCI qui retransmet une heure de Sarkozy. Mais je m'empresse de dire que je ne suis pas représentatif de la télévision belge francophone.

### **Benoit Califano**

Je rappelle qu'il va y avoir des élections législatives en Belgique, exactement aux mêmes dates qu'en France. En quoi « Bye Bye Belgium » était nécessaire pour briser un consensus médiatique, et comment cela a-t-il fonctionné ?

### **Philippe Dutilleul**

Il y a en Belgique depuis les années trente de grandes tensions entre francophones et Flamands, et on se demande si ce pays va un jour éclater, et surtout ce problème institutionnel est instrumentalisé par certains partis politiques pour faire et de la propagande et des voix, pour flatter le sentiment nationaliste dans la partie flamande du pays, ou flatter cette espèce de repli sur soi qui est très à la mode aujourd'hui, et je suis stupéfait de voir que c'est la tendance majoritaire ici en France aussi.

Donc ce qu'on a voulu faire c'est dire : « Ce n'est pas possible : cette espèce de débat institutionnalisé n'existe pas ». Plus globalement, j'estime que ce débat est anémié, en Belgique, à l'image d'une presse quotidienne d'opinion qui n'existe plus. Les journaux d'opinion ont quasiment tous disparu et il n'y a pas de débat sur cette question fondamentale de l'avenir de ce pays. Nous nous sommes donc appropriés ce débat, en tant que journalistes acteurs, nous nous sommes immiscés dans le débat en réalisant cette émission. Nous nous sommes dit que nous allions scinder le pays pendant une heure, non pas pour récolter des voix et dire « On veut avoir ça ou ça », mais plutôt : « Le pays est scindé, qu'est-ce qui se passe ? Qu'est-ce qu'on fait ? Quelles sont les répercussions ? » Vous n'en avez vu que cinq minutes, nous pendant toute l'émission, on égrène toutes les répercussions et toutes les conséquences d'une scission de la Belgique, y compris en politique extérieure. Ça n'a pas plu du tout, ni aux téléspectateurs qui se sont sentis grugés parce

qu'ils ont été « piégés », et on a reçu des milliers de réactions de gens qui étaient extrêmement frustrés et fâchés, ni surtout aux politiques. Des coups de téléphone de très haut niveau ayant été passés, mon directeur a pris la responsabilité de mettre « Ceci est une fiction » en permanence après trente-deux minutes, et la classe politique unanimement nous est tombée sur le râble.

### **Benoit Califano**

Alors que cette classe politique avait joué le jeu en partie puisque certains étaient dans la confiance.

### **Philippe Dutilleul**

On ne s'était pas adressé au « top », aux équivalents de Sarkozy, Bayrou ou Royal, mais à des gens très significatifs : De Decker, président du Sénat, etc. Mais c'est le côté démagogique des hommes politiques, quand ils ont vu que l'opinion publique, vers 23 h, avait complètement basculé. On a reçu des dizaines de milliers de mails, de SMS et de coups de téléphone, sur une population francophone de 4 millions de personnes, ce qui n'est jamais arrivé – c'est cinq à six fois plus que sur une soirée électorale, qui constitue le top en terme d'audience pour ce genre d'émission.

Un total de 1 300 000 personnes sont venues au moins un moment sur cette émission, avec une moyenne d'environ 500 000 personnes et une pointe à 653 000 après une demi-heure d'émission, ce qui est énorme, dont plus de 200 000 Flamands, ce qui n'est pas mal non plus.

Et lorsque le lendemain certains hommes politiques ont compris que l'opinion publique avait changé, nous avons applaudi d'avoir mis le pied dans la fourmilière, certains ont continué à demander notre tête, mais les autres ont compris le bénéfice qu'ils pouvaient en tirer pour leur propre campagne électorale. Etant donné qu'une majorité de francophones ont manifesté leur désapprobation, non pas par rapport à l'émission mais par rapport au fait que le pays pourrait disparaître, certains partis politiques ont tenu compte du fait que dans leurs futures négociations, ils avaient derrière eux des dizaines et des dizaines de gens qui ne désiraient pas la partition de la Belgique. Or du côté francophone, nous sommes très majoritairement contre la partition du pays, alors que du côté flamand, c'est du 50-50, pour faire court. Une majorité dans les lignes flamandes voudrait prendre son indépendance, c'est la raison pour laquelle on a fait cette émission.

Ce qui nous a aussi étonnés, c'est le poids de la télévision. On savait que l'émission aurait du retentissement, de par sa forme, car elle n'a pas été annoncée. Elle a déboulé sur l'antenne, sans aucune com', et c'est le bouche à oreille qui a fait qu'on est parti de 250 000 et qu'on est monté jusqu'à 600 000, avec des sommets.

Il est faux de dire que la télévision n'a pas d'impact : elle a un impact terrible. Soyez persuadés que c'est aujourd'hui le média qui est le plus vu, le plus regardé et le plus intégré, ingéré, par les gens. La télévision a une puissance de feu énorme. Ceux qui disent le contraire vous mentent. On avait sous-évalué l'impact de cette émission, non seulement en Belgique, mais dans le monde entier, ce qui nous a encore plus soufflés. On avait des équipes en Thaïlande, en Australie, qui nous ont téléphonés parce que CNN – équivalent de LCI « around the world » – a annoncé pendant un moment relativement long, sans vérifier leur source, la fin de la Belgique ! Ils n'avaient pas vu le bandeau au bas de l'écran.

C'est pour cela que le CLEMI fait un travail fondamental, parce que la télévision est le média qui a le plus d'influence. D'ailleurs les publicitaires ne s'agglutineraient pas, comme des fourmis autour d'un pot de miel, autour du média télévisuel s'ils ne pouvaient y vendre leurs bricoles. La télévision a donc un grand impact, non seulement dans le pays où vous diffusez, mais aussi à l'extérieur, la barrière étant bien évidemment la langue.

On ne peut jamais prendre de recul sur les chaînes en continu : vous pouvez dire n'importe quelle connerie, ça passe ! J'écoute les radios françaises, et chaque jour sur Europe 1 il y a un monsieur qui s'appelle Morandini, je ne sais pas qui c'est mais il paraît que c'est une vedette chez vous, qui

annonce les chiffres d'audience. Qu'est-ce qu'on en a à foutre ? Et a-t-on un jour vérifié sérieusement si ces mesures d'audience sont correctes ? Est-ce qu'on n'a pas affaire à une manipulation ? Evidemment TF1 va vous dire que non, peut-être qu'Arte va vous dire que oui. J'ai de grandes interrogations sur la validité scientifique de ces mesures. Et qui conteste l'audiométrie ? Personne.

On est prêt à avaler n'importe quoi sans esprit critique, et c'est cela que notre émission a voulu montrer.

**Benoit Califano**

Est-ce que vous payez le prix fort de ce crime de lèse-majesté ? Vous avez quand même envoyé votre roi à Kinshasa. Quel prix payez-vous aujourd'hui pour cette subversion ?

**Philippe Dutilleul**

Nous avons la grande chance – ou la grande malchance – d'avoir un statut de fonctionnaire, c'est-à-dire que nous passons un concours d'entrée très difficile, et nous rentrons dans la fonction publique, je parle de la RTBF, l'équivalent de France Télévisions, et en principe nous sommes nommés jusqu'à notre retraite, sauf si nous tuons notre père ou notre mère, ou si nous commettons une faute grave. Il est vrai que suite à l'émission, des politiciens ont demandé notre tête. Nous avons donc été convoqués devant le conseil d'administration, c'était pour moi la première fois.

**Benoit Califano**

Il paraît que vous avez dormi ?

**Philippe Dutilleul**

Le journaliste du *Monde* a dit que j'avais dormi pendant le conseil d'administration. Moi je ne me souviens pas avoir dormi, c'est peut-être parce que j'ai dormi quand même.

On a donc eu une pression maximale, mais, et c'est tout à la gloire de ce petit pays surréaliste qui pratique à longueur de journée l'autodérision, notre hiérarchie nous a protégés très efficacement, alors qu'elle est hyper-politisée comme toute la fonction publique, et je suppose que c'est la même chose en France. Elle nous a protégés car elle avait acquiescé après avoir visionné préalablement les reportages qui étaient préenregistrés, comme dans tout journal télévisé, et elle a assumé ce qui avait été diffusé à l'antenne, et ça c'est très bien.

Même si ces gens sont eux-mêmes le produit du politique, ils ont assumé, ce qui constitue une protection fantastique qui nous permet d'être irrévérencieux, impertinents, et de prendre des risques. Si j'avais été viré, j'aurais été devant les tribunaux car je n'ai pas l'impression qu'on ait commis quelque faute que ce soit. Il y a eu une pression politique pour nous virer, mais la hiérarchie a tenu bon, je tiens à le souligner car je pense que c'est à la gloire de la Belgique, et j'ai lu dans la presse française qu'en France ce genre d'émission n'aurait pas été possible.

**Benoit Califano**

Vous avez montré votre film en France ? Vous étiez au FIPA ?

**Philippe Dutilleul**

On n'a pas pu le montrer au FIPA.

**Benoit Califano**

Qu'est-ce que les producteurs français vous en ont dit ?

**Philippe Dutilleul**

Nous avons en Belgique un équivalent du CSA, et il y a à l'heure actuelle une cinquantaine de plaintes qui sont instruites, elles m'ont d'ailleurs fait beaucoup rire, c'est assez extraordinaire. La RTBF y a répondu, mais tant que le dossier n'est pas clos, et d'autant plus que la campagne officielle

pour les législatives va commencer au début du mois de mai, et que nous avons été convoqués non seulement par le conseil d'administration de la RTBF mais aussi par une commission parlementaire, l'émission ne peut plus être diffusée ni en Belgique ni ailleurs. TV5 ne l'a pas rediffusée, France 2 et Paris Première avaient demandé à l'acheter. J'espère que cette émission sera libérée un jour ! Moi-même ainsi que toute l'équipe qui l'a réalisée espérons que ce film pourra être vu, car beaucoup de gens en ont parlé, beaucoup de gens l'ont critiqué – et c'est tant mieux –, mais c'est gênant de critiquer une émission quand on ne l'a pas vue.

### **Benoit Califano**

Je rappelle que l'émission « Bye Bye Belgium » peut être visionnée dans son intégralité sur DailyMotion. Une transition, Jean-Marie Charon, pour parler d'Internet : le magazine *Time* nous a désignés cette année, nous, comme étant les hommes de l'année, compte tenu de la place qu'occupent les citoyens, à la fois émetteurs et récepteurs sur le Net. On parlait tout à l'heure des grandes nouveautés de la campagne électorale : Internet n'est-il pas cette grande nouveauté ?

### **Jean-Marie Charon**

Je m'attendais effectivement à ce que cette campagne se distingue par l'utilisation qui serait faite d'Internet, d'autant plus que dans le cadre du référendum sur la constitution européenne on avait vu qu'Internet avait joué un rôle très important.

Au vu du déroulement actuel, on constate une utilisation des blogs de la part des candidats, ainsi que dans la manière de déstabiliser leurs concurrents en faisant passer un certain nombre de messages ou de documents, mais malgré tout cette campagne reste extrêmement dominée par la télévision, et plutôt par les transformations de cette télévision. Dans les grandes spécificités de cette campagne, je vois plutôt le poids de la manière dont la télévision s'est transformée que l'impact direct de l'Internet. Il me semble que dans l'enjeu de la communication telle qu'elle a été évoquée pour les hommes politiques, on a d'abord des candidats majeurs, qui sont des grands spécialistes de la télévision, que ce soit Nicolas Sarkozy ou Ségolène Royal, François Bayrou n'est pas né non plus de la dernière pluie. Ce sont des gens de la génération télé, qui ont intégré le fait que la campagne commençait très tôt. Thierry Vedel, que vous verrez cet après-midi, dit que dans ces stratégies de communication il y a une manière d'allonger les campagnes, de préparer les campagnes de très loin : il parle de « campagne en continu » de la part de ce type de candidats.

L'enjeu pour les candidats est de mettre à leur main l'utilisation de la télévision qu'ils considèrent comme le média le plus puissant. De ce point de vue, on s'aperçoit que la transformation du système audiovisuel leur a facilité les choses.

Dans le cadre de la préparation des primaires du Parti socialiste, il a été possible, en travaillant avec une petite chaîne de télévision, la Chaîne Parlementaire, d'obtenir finalement le dispositif que souhaitaient les candidats. La négociation entre les compétiteurs du PS sur la manière d'opérer, le fait de ne pas être en face-à-face, de ne pas avoir de plan de coupe, etc., le rêve de tout candidat lorsqu'il veut négocier avec une chaîne de télévision, ils l'ont obtenu en jouant sur l'une des petites chaînes de télévision.

C'est un des phénomènes dont on voit l'impact, de même que la stratégie qu'a utilisée Nicolas Sarkozy de maîtriser lui-même son image, beaucoup plus que précédemment, en recourant à une société privée de production avec des dispositifs qu'on retrouve dans l'organisation de concerts. Les grandes chaînes de télévision se sont braquées face à ce type de dispositif qu'on voyait apparaître pour la première fois dans une campagne électorale, mais c'est un dispositif classique pour les militaires ou pour la Sécurité civile. Il y a très longtemps que les militaires proposent des images gratuites pour expliquer la manière dont ils se battent sur le terrain. L'ECPA fait cela, la Sécurité civile le fait pour les grandes catastrophes. Or il y a une tradition des grandes chaînes de télévision de refuser ce type d'images, du moins quand on peut l'éviter, puisqu'on peut avoir ses propres équipes. Même si ces équipes – les chaînes de télévision le disent elles-mêmes – ont du mal

à travailler – il faut pouvoir placer sa caméra, elles sont davantage dans l'inconfort – cela peut être assumé. Mais il y a les petites chaînes de télévision qui, elles, l'acceptent parce qu'elles n'ont pas les moyens.

Cette diversification du dispositif de télévision a donc facilité la communication des candidats.

Dernier point : dans cette diversification, il y a le rôle des chaînes d'information en continu, avec leur manière de scander et de donner le tempo. On retrouve ici un élément évoqué indirectement, c'est-à-dire par exemple la question des sondages.

J'ai interviewé un certain nombre de journalistes de télévision avant le lancement de la campagne qui m'ont dit : « On ne refera pas 2002, on ne reprendra éventuellement que nos propres sondages mais pas ceux des autres », voire « On ne fera pas de sondages ». Sauf que lorsque vous avez des chaînes d'information en continu qui considèrent que c'est une manière tout à fait idéale pour elles, et que tous les quarts d'heure elles vous envoient les résultats de tous les sondages, eh bien ça devient incontournable. Il n'est plus possible pour une grande chaîne de télévision de ne plus en parler. Donc il y a une manière, par les petites chaînes, qui ont un mode de programmation particulier, de faire passer des contenus qu'a priori éditorialement on n'avait pas envie de passer. De la même manière que les « petites phrases » vont d'abord passer par les canaux d'information continue, que les opérations de déstabilisation des candidats – les fameux « snipers » dont on a parlé qui sont lancés aux trousseaux de Ségolène Royal, cette façon de sortir ses fameuses bourdes – ça passe d'abord par ces dispositifs.

Dans cette campagne, la communication des candidats est d'autant plus puissante qu'ils ont pu jouer, ce qui était moins le cas auparavant, de la diversité du système télévisuel, et pour l'instant, ça a, à mon avis, plus d'impact que l'Internet.

### **Benoit Califano**

Luc Hermann, ce multcam dans les meetings de Nicolas Sarkozy a une double fonction : mettre en valeur le candidat à travers une réalisation plus sophistiquée, et éviter les hors-champ qui dérangent.

### **Luc Hermann**

J'avais oublié cela ! On n'a pas eu le temps de le montrer dans le sujet, mais effectivement les télévisions arrivent à bosser quand même. Pour avoir fait beaucoup de terrain – j'ai dû faire huit meetings de Nicolas Sarkozy – , c'est épuisant mais on arrive à bosser. On arrive à mettre les caméras sur les côtés, ce qu'on n'a pas le droit de faire avec Ségolène Royal, on arrive à les mettre en face – il y a le podium qu'il faut – et si une télévision décidait d'installer une Louma – cette fameuse grue – l'UMP serait très contente, mais évidemment ça coûte beaucoup d'argent. Il n'y a aucun enjeu pour le faire, mais ça serait possible.

Dans les grands endroits choisis par l'équipe de Nicolas Sarkozy, ils vous laisseraient fort bien installer deux caméras. Par exemple, pour la campagne de Ségolène Royal, ils étaient paniqués et disaient : « On a une équipe de Canal +, une équipe de i>TELE, une équipe de l'émission de Laurence Ferrari du dimanche, donc trois équipes de Canal +, puis une équipe de Télé Matin, une équipe du JT de France 2 national, une équipe de France 2 Montpellier, plus vous de « Complément d'enquête », ce n'est pas possible, autant de caméras de France 2 ! » Ils étaient assez affolés au PS quant au nombre de caméras et au nombre de journalistes qui souhaitaient les suivre.

Il faut reconnaître que les meetings de Nicolas Sarkozy sont pleins, les militants viennent. Il y a eu deux ou trois débats organisés, par Jean-Pierre Raffarin, comme des petites émissions de télévision. Il y en a eu un assez tendu, notamment le premier où on se demandait si Michèle Alliot-Marie allait se présenter ou pas face à Nicolas Sarkozy. C'était un petit débat organisé à la Défense un samedi après-midi.

### **Benoit Califano**

Jean-Pierre Raffarin est bien conseillé par Dominique Ambiel qui produit l'émission de TF1 avec le rendez-vous des politiques ?

### **Luc Hermann**

C'est Dominique Ambiel qui a effectivement produit cette émission. C'est le spin doctor, le conseiller en communication de Raffarin, et il a dû démissionner rapidement après une petite aventure la nuit dans une voiture avec une jeune Roumaine...

### **Benoit Califano**

...mineure.

### **Luc Hermann**

Il y a eu une polémique sur l'âge de cette femme. Toujours est-il que cette salle n'était pas pleine, et donc dans la réalisation, tous ces beaux plans de caméras ne montraient pas de travées vides. Mais nous, journalistes, avons le droit de le montrer. J'ai demandé à mon caméraman de filmer et on ne nous a absolument pas empêchés de montrer qu'il y avait beaucoup de travées vides.

A l'UMP, il n'y a pas un directeur de la com' ou un communicant derrière le réalisateur – je suis allé le vérifier en régie – et quand j'ai interviewé le réalisateur, je lui ai demandé s'il y avait des directives très précises, il m'a dit : « Non, je fais une émission de télé tout ce qu'il y a de plus classique ».

Un petit mot sur les blogs : je suis d'accord avec vous, on est assez déçus par la campagne Internet. Je voudrais gentiment me « payer » un monsieur, que je ne connais pas d'ailleurs. Nicolas Sarkozy nous a fait un truc assez intelligent il y a environ un an : il a fait venir ce monsieur, qu'on appelait le grand blogueur en chef en France, qui a beaucoup de talent, Loïc Le Meur, qui est l'un des premiers en France à avoir lancé, à l'anglo-saxonne, un blog quotidien, avec des choses plutôt bien vues – c'est quelqu'un qui écrit vachement bien – et donc Nicolas Sarkozy l'a fait venir Place Beauvau pour lui donner une interview, et c'est devenu la première interview donnée par un ministre, à l'époque non-candidat, à un blogueur.

Cette interview, je l'ai regardée. Elle est absolument classique, elle est même d'une gentillesse inouïe. On pouvait imaginer que le blogueur allait un peu se lâcher, ne travaillant ni pour TF1 ni pour France 2. Et très intelligemment, Nicolas Sarkozy l'a pris dans son équipe de campagne. Loïc Le Meur est devenu un militant UMP, un instrument de la campagne de Sarkozy.

Je reviens sur ce petit événement de la Défense, j'aurais voulu qu'on le traite dans le sujet mais on n'a pas eu le temps et ce n'est pas grave. Je vais vous donner un exemple. Ils sont réunis, c'est un moment un peu tendu, qu'on n'a pas raconté et qui a été peu vu dans les médias, un moment où Nicolas Sarkozy a vraiment les dents serrées, car c'est Jean-Pierre Raffarin qui anime ce petit débat, et il y a surtout en face de lui, pas très loin de lui, Michèle Alliot-Marie qui était à deux doigts de se présenter, c'était en décembre. Loïc Le Meur est là, sur une sorte de podium, pour animer le truc, en annonçant les questions des intervenants, des blogs, etc., comme dans une émission de télé. Sauf que ce garçon s'excuse à chaque fois qu'il pose une question ! Par exemple, il pose une question extrêmement dure à Nicolas Sarkozy, mais il s'excuse deux fois avant de la poser, en disant : « Alors... », il se gratte les cheveux, « il y a une question d'un internaute, je me permets... », il l'appelle Nicolas, il lit la question de l'internaute, « tout ce que vous avez préconisé, vous êtes au gouvernement depuis tant d'années, vous n'avez pas pu le faire... je suis désolé de vous poser la question, mais je vous pose la question... ».

En fait, voilà : le blogueur, qui est censé être le type qui a la plus grande indépendance, eh bien il rentre dans le système, il est pire que les journalistes. La question, il la chuchote. Je crains, à moins que vous ne soyez tombés sur des blogs absolument pertinents – et il y en a – qu'ils aient été repris par le système, en tout cas Nicolas Sarkozy l'a fait.

### **Benoit Califano**

J'aimerais aussi qu'on aborde, Jean-Marie Charon, la question des rapports qu'entretiennent certains politiques – je pense notamment à Nicolas Sarkozy – avec les patrons de presse. On atteint peut-être là des sommets qu'on n'avait jamais connus auparavant, non ?

### **Jean-Marie Charon**

Je ne sais pas. Disons que ce qui est en tout cas intéressant, c'est que ce soit devenu un thème de la campagne. C'est vrai que c'est François Bayrou qui l'a lancé. Je dis que je ne sais pas parce que c'est vrai que les questions de concentration dans les médias, la proximité entre la famille Bouygues et Sarkozy...

### **Benoit Califano**

Martin Bouygues est le parrain du fils de Nicolas Sarkozy.

### **Jean-Marie Charon**

De la même manière que du côté de chez Lagardère, il y a une forte proximité. La question de Dassault et de la proximité là aussi de Nicolas Sarkozy, ce ne sont pas forcément des réalités très nouvelles. Ca existait déjà précédemment de la même manière qu'on a connu un temps, y compris dans cette région-ci, où la presse régionale appartenait ou était contrôlée par un certain Robert Hersant, qui a siégé au Parlement, qui a soutenu un certain nombre de candidats politiques. Mais ce qui est vrai, c'est que dans cette campagne-là, le thème a été posé. En ce qui me concerne, j'ai été assez réticent par rapport à la manière dont François Bayrou l'a posé, pour deux raisons. D'abord parce qu'il l'a posé en supposant – ce qui pour les journalistes est quand même quelque chose un peu problématique – que de toute façon une équipe journalistique, une rédaction, était aux ordres. Je ne sais pas comment les journalistes ont ressenti cela. Je crois que c'est un peu caricatural. C'est vrai qu'on a eu le problème de Genestar, qui s'est fait lourder de *Paris Match* suite à un sujet sur Nicolas Sarkozy. Ceci dit, le fait de prendre cette affaire comme symbolisant les relations entre rédaction et propriétaire, je pense que c'est un peu caricaturer le sujet, et ça a un relent un peu démagogique, populiste, dans la manière de dire : « Les médias et la politique, c'est la même chose ».

L'autre problème, c'est que Bayrou et la plupart de ceux qui interviennent sur ces problématiques ne proposent rien. Certes, dans le programme de Ségolène Royal il est fait référence à un nouveau texte où le pluralisme serait mieux défendu, mais je ne sais pas si vous avez vu la proposition : c'est extrêmement flou ! On remplacerait le CSA par une autorité du pluralisme, etc. En fait, il y a un sujet sur lequel aucun candidat ne veut s'engager, parce qu'il est sacrément compliqué, j'en parle en connaissance de cause parce que j'ai eu à y travailler quand j'étais au ministère de la Communication à une époque, à savoir comment peut-on garantir l'autonomie des rédactions ? Par quels moyens ? Par quel dispositif juridique ? Est-ce qu'il y en a ? A l'étranger, par exemple en Allemagne, il y a effectivement des dispositions qui sont peut-être un peu plus confortables que les nôtres, et il y a là un vrai sujet pour les politiques : s'ils veulent vraiment avancer là-dessus, qu'ils nous donnent leurs options sur le sujet. Sinon, je trouve que dans l'évolution de la campagne, la manière dont Bayrou est entré sur le sujet, ça a été une manière de mettre les rédactions de télévision sous pression et finalement de ne pas vraiment avancer en terme de propositions.

### **Benoit Califano**

Avant de donner la parole à la salle, rapidement, Luc Hermann et Jean-Marie Charon, on n'a pas entendu votre réaction à « Bye Bye Belgium ». Comment avez-vous réagi lorsque vous avez découvert cet OVNI ?

### **Luc Hermann**

Ma mère est belge, donc c'est un pays que je connais vraiment très bien. Félicitations exceptionnelles ! On t'offrira, j'imagine, l'asile politique si jamais en prenant ton Thalys tout à l'heure tu n'as pas le droit de passer la frontière ! (Applaudissements).

On a réfléchi, en tant que journalistes, on a cherché un événement comparable, l'indépendance de la Corse, l'indépendance de la Bretagne, et hier soir on s'est dit « Le Pen au deuxième tour, en fiction... ».

C'est un travail remarquable, formidable. Pour un pays et une polémique que je connais vraiment très bien, car j'ai une partie de ma famille des deux côtés en Belgique. C'est un électrochoc absolument salutaire pour la démocratie en Belgique, un remarquable travail. Je ne suis pas sûr d'ailleurs qu'en France on puisse faire une émission de télévision aussi audacieuse en prime time comme cela.

### **Jean-Marie Charon**

Trois réflexions. Vous posiez la question de l'attitude des rédactions de télévision en France, et notamment du service public. C'est vrai qu'autant on a l'impression qu'en Belgique le service public est un moyen d'être un peu plus courageux, autant en France on a l'impression qu'être du service public ça rend plutôt prudent.

Ma deuxième réflexion, c'est celle que vous venez de faire : comment transposer ? Sur quel type de sujet ? Je ne pense pas que ce puisse être sur l'indépendance de la Corse car ce n'est pas suffisamment central par rapport à notre débat public.

Ma troisième réflexion, qui est peut-être un peu moins sympathique à votre égard, et qui a été ma réaction spontanée, c'est que, dans la réflexion que nous avons sur le journalisme politique aujourd'hui, nous avons la préoccupation que les hommes politiques aillent dans les émissions politiques, que les journalistes politiques traitent de politique, et qu'on arrête de les voir aller dans le divertissement, etc. Autrement dit, on a un problème de limite des genres. Et c'est vrai que ma réaction première a été le problème de la limite entre la fiction et l'information. Et c'est vrai que c'est devenu un sujet très sensible pour nous, et c'est là que je m'interroge et je pense que c'est là-dessus qu'il faut davantage qu'on poursuive la discussion.

### **Benoit Califano**

Des questions dans la salle ?

### **Bernard Dauphiné (CLEMI)**

Quatre points relativement rapides. Premier point sur l'intervention de Jean-Marie Charon sur la façon de garantir l'indépendance des médias ? Il me semble que dans les propositions du Conseil national de la Résistance à la Libération, il y avait des propositions qui avaient été émises.

Deuxième chose, je m'adresse aux journalistes qui sont nombreux ici, qu'est-ce qui permet, et ce n'est pas spécifique à cette élection, de parler de « grands » et de « petits » candidats ?

Troisième point : pendant plusieurs sujets sur les meetings de Ségolène Royal sur France 2, que ce soit au 13 heures ou au 20 heures, systématiquement le sujet se terminait par des gens qui étaient en train de vider la salle, d'empiler des chaises, ce qu'on n'a jamais vu pour les meetings de Nicolas Sarkozy !

Dernière question, pour laquelle je demanderai un développement peut-être un peu plus important : que pensez-vous de la place que prend l'infotainment dans la campagne électorale ? C'est-à-dire que les candidats ou leurs soutiens ou leurs spin doctors, on les voit davantage chez Fogiel, chez Ruquier ou ici ou là que dans des véritables émissions politiques.

### **Benoit Califano**

Jean-Marie Charon, je pense que la première question, sur l'histoire de la Libération et de la presse, est pour vous.

### **Jean-Marie Charon**

C'est difficile de se référer complètement aux dispositions de la Libération, parce que c'est différent selon le média. Du côté de la presse écrite, c'était effectivement « Un homme, un journal », à une époque où la conception qu'on avait du journal – on sortait de l'époque de la presse de la Résistance – c'était celle des journaux d'opinion, à petites équipes. Finalement, l'expérience qu'on a de l'application de ces textes de la Libération, c'est que ça a produit une presse écrite extrêmement fragile, et qui est peu en phase avec les conditions de l'information contemporaine.

Donc je pense que la concentration n'est pas inéluctable, et je voudrais répondre, même s'il n'y a pas de journaliste du *Monde* ici, à une phrase que j'ai lue dans *Le Monde* il n'y a pas longtemps, disant qu'il n'était plus possible de faire un quotidien régional indépendant. Le quotidien régional qui se porte le mieux en France, c'est *Le Télégramme de Brest*, et il est indépendant !

Mais c'est vrai que même lorsqu'on est indépendant, comme *Le Télégramme de Brest*, on a besoin de moyens importants.

C'est pour cela que, si les conditions de la concentration sont incontournables, notamment dans l'audiovisuel, il est difficile, en matière de moyens télévisuels, de transposer le principe « Un homme, un journal » en « Un homme, une télévision ».

En revanche, il me semble que dans un certain nombre de pays voisins – une fois de plus je reprends la question de l'Allemagne – on a mieux abordé la question des relations entre ce qu'est l'identité éditoriale et celui qui l'assume – en l'occurrence dans les médias allemands c'est le directeur de la rédaction – et la question du propriétaire. Et il y a des relations qui sont contractuelles entre le propriétaire et le directeur du contenu.

Je ne sais pas si c'est la seule solution, mais c'est autour de telles questions qu'il faudrait certainement essayer d'avancer.

### **Benoit Califano :**

Et sur la présence des hommes politiques dans les émissions de divertissement, ou sur l'absence de journalistes dans les émissions politiques ?

### **Jean-Marie Charon**

Il y a aussi la question sur les « grands » et les « petits » candidats. Il faut avoir à l'esprit, puisqu'on parlait des stratégies de communication qui démarrent de très loin, que les hommes politiques actuels ont intégré le fait que la télévision allait préférer un dispositif dans lequel il y a deux candidats principaux. Et finalement ces stratégies qui partent de très loin, en utilisant des procédés tels que la présence dans les émissions de divertissement, dans la presse people, c'est une manière de se donner une image et une consistance politique en jouant sur tous les tableaux, et l'enjeu est quand même de se retrouver dans la position de candidat majeur !

Ce qu'on appelle candidat majeur, c'est l'un des deux du binôme. Il faut bien avoir à l'esprit que c'est devenu un enjeu de la communication politique.

Sur la question de la présence dans l'infotainment, c'est effectivement une dérive, que je trouve extrêmement préjudiciable quant aux conditions dans lesquelles le journaliste politique peut travailler.

Qu'il y ait personnalisation dans le débat politique, d'une certaine manière les institutions, et notamment la question de l'élection du président de la République au suffrage universel, conduisent à cette personnalisation, mais le problème, c'est qu'on est passé insensiblement de la personnalisation à la peopolisation, et c'est quelque chose qui va dans le sens d'une perte de crédit ou de crédibilité des hommes politiques eux-mêmes, mais aussi des médias en tant qu'organismes ou supports du débat politique.

### **Philippe Dutilleul**

Je voudrais rebondir sur les « petits » candidats. Je pense que de toute manière la télévision est réductrice, qu'on le veuille ou pas, c'est d'ailleurs pour ça que je continue à dire : « Continuez à lire ! », car je trouve que la lecture, le livre, l'écrit, sont le complément indispensable, vital, de la télévision. Ca c'est une première chose.

Deuxièmement, la télévision personnalise, vous l'avez dit. Forcément dans une élection présidentielle, elle personnalise. Vous savez, il n'y a pas de « petits » et de « grands » candidats pour moi. Il y a simplement des candidats qui sont le fruit de la communication.

Je voudrais parler des Etats-Unis : si vous êtes français, moi je suis belge. Que ressort-il de la campagne présidentielle aux Etats-Unis ? Deux candidats, alors qu'il y a beaucoup d'autres candidats qui se présentent, mais on n'en entend jamais parler. Et à ce niveau-là, si vous me permettez, je voudrais vous lire certains extraits de l'article sur des études qui ont été faites aux Etats-Unis sur le poids des médias et le poids relatif du public. Que disent les conclusions qui en ont été tirées ? Qu'aux Etats-Unis, le public en général – globalement, c'est une tendance de fond – ne veut pas être informé parce qu'il préfère la propagande à l'information, la futilité à la vérité. Reliez cela aux dérives dont Monsieur vient de parler, à une espèce de peopolisation, excusez-moi de l'expression, de ce néologisme actuel.

Est-il possible, s'interrogent ces analystes, de faire du grand journalisme si le public s'en fiche ? C'est une question que je soumets à votre réflexion.

On tire aussi une phrase d'un film remarquable que vous avez peut-être vu, « Good night and good luck » de George Clooney, qui se passe à l'époque du Maccarthysme, dans une station de radio. Il y a une phrase qui reste d'actualité aujourd'hui : « La télévision est la principale chose qui nous isole des réalités du monde dans lequel nous vivons, comme si nous devions à tout prix protéger nos citoyens sensibles de tout ce qui pourrait leur être désagréable ». Alors ne nous étonnons pas que le débat politique soit quelque part désincarné, réduit à quelques phrases, sans véritables enjeux de société et véritables contenus. C'est la raison pour laquelle notre émission a fait énormément de bruit : on ne va plus parler de la fin de la Belgique, on y est, qu'est-ce qu'on fait ? Qu'est-ce qui se passe ? Quelles est la réalité ? Et que les citoyens s'en emparent, nom de Dieu ! Je crois que c'est vraiment important ! Et puis il y a encore une autre phrase importante, parce qu'on a vingt ans de retard sur les Etats-Unis, ou vingt ans d'avance selon le point de vue duquel on se place : « Il y a de plus en plus de médias aux Etats-Unis, mais ils couvrent de moins en moins de sujets. Les grands événements sont de plus en plus souvent traités de la même façon, par des journalistes généralistes qui disposent d'un nombre limité de sources et de temps ». C'est ce que je disais tout à l'heure. « La constitution américaine donne la possibilité aux médias de vraiment être une corne de brume, mais ils la transforment trop souvent en mégaphone des gouvernants ».

### **Laurence Creusot**

Il faut rappeler pour répondre à cette question sur les « grands » et les « petits » candidats, qu'à la différence de la presse écrite, la presse télévisuelle est surveillée par le CSA et qu'il y a en matière télévisuelle une règle de répartition du temps de parole.

### **Philippe Dutilleul**

C'est vrai pour les journaux télévisés.

### **Laurence Creusot**

A la télévision, ce phénomène de « petits » candidats est plus ressenti parce que si vous ouvrez les pages d'un journal, vous pourrez faire absolument ce que vous souhaitez. En télévision, nous sommes comptables du temps qui est donné à chaque candidat. C'est peut-être la question qu'il faut se poser. Est-ce que ce système doit perdurer ? Dans le cas des rédactions régionales et des scrutins régionaux, il faut voir les comptes d'apothicaire que cela nous demande de respecter ces temps de parole au prorata du résultat électoral qui a été comptabilisé les fois précédentes. C'est juste pour

rappeler que ce système existe.

### **Bernard Dauphiné (CLEMI)**

Ce qui me choque, ce n'est pas la règle, c'est le vocabulaire : parler de « petit » candidat ! C'est le mépris que l'on sent dans les commentaires des journalistes quand ils parlent de ces candidats quels qu'ils soient, et qui ne font pas partie des trois ou quatre « grands ». Les autres sont des « petits », des sans-grade, des misérables.

### **Philippe Dutilleul**

A l'instar de la société, ce sont les battus d'avance, et donc, c'est clair, les battus d'avance on n'en veut pas dans cette société. Mais ce problème est vicieux et vicié, parce qu'on le comptabilise aussi dans les JT? Chez nous, en Belgique, c'est pareil. C'est en effet proportionnel à la force des partis politiques. Donc on va dire par exemple que le parti socialiste, qui chez nous est le plus puissant, aura droit à 6 minutes, un autre à 3 minutes, et puis les autres à rien du tout, ou à quelques secondes, donc à rien. Simplement, c'est proportionnel à leur influence par rapport aux dernières élections.

### **Benoit Califano**

Une dernière chose sur l'indépendance et l'investigation : peut-être que Luc Hermann a quelque chose à nous dire puisqu'il a longtemps été rédacteur en chef de « 90 minutes » sur Canal +, une émission qui a fait pas mal d'investigation, et ça vous a coûté votre place d'ailleurs...

### **Luc Hermann**

Cette émission a été brutalement supprimée au mois de juillet. On n'a pas été censurés pour un sujet en particulier, la chaîne a décidé de ne pas reconduire l'émission alors qu'elle devait être reconduite. Il y avait quelques enquêtes qu'on avait pas mal réussies, d'autres moins bien.

### **Benoit Califano**

Sur la France et la Côte d'Ivoire, c'était assez réussi.

### **Luc Hermann**

On avait une équipe qui était en Côte d'Ivoire, c'est une histoire de chance : une bonne équipe au bon endroit au bon moment. Effectivement, les images tournées par notre équipe en Côte d'Ivoire montraient une utilisation excessive de la force militaire face aux manifestants désarmés à Abidjan, et les images qu'on a diffusées dans notre magazine allaient totalement à l'encontre de la version officielle imposée par le ministère de la Défense et par Michèle Alliot-Marie sur toutes les télévisions. Ca a fortement tangué à Canal + à ce moment-là, mais la chaîne a résisté, le sujet est passé. Par la suite, ça a été compliqué de travailler avec la direction de Canal +, et puis ils ont mis fin à cette émission, comme c'est leur droit, et on est partis vers de nouvelles aventures.

J'ai un peu le sentiment que si ça ne sort pas chez l'un, ça peut sortir chez l'autre, en France. Vous parliez d'Alain Genestar, il était dans le sujet qu'on a fait là-dessus. On est allés interviewer Alain Genestar pour raconter les pressions qu'il avait subies de Nicolas Sarkozy, et il les raconte fort bien. Il dit qu'effectivement c'est bien la une, la couverture où ils ont exposé Cécilia Sarkozy et son amant de l'époque qui lui a valu sa place. C'est absolument hallucinant que dans une grande démocratie comme la nôtre on puisse virer un grand professionnel. Il y a de grands professionnels qui subissent ce qu'on appelle des motions de défiance dans leur rédaction, ça arrive qu'il y ait des patrons de presse qui n'aient pas toute la légitimité, où il y a de réels conflits dans la rédaction, mais ce n'était pas le cas à *Paris Match*. C'est un grand journaliste, bien reconnu, et ça n'a pas fait énormément de bruit en France qu'Alain Genestar soit viré de *Paris Match*.

Un mot tant que j'ai le micro, parce qu'il y a pas mal d'enseignants qui bossent pour le CLEMI, un organisme que j'ai découvert il y a peu de temps : vous avez un boulot extrêmement important

d'expliquer à nos enfants, à nos étudiants, de lire la presse différemment, de regarder la télévision différemment, d'être sceptiques chaque fois qu'ils ouvrent un journal ou à chaque fois qu'ils regardent un JT ou un magazine d'info.

### **Robert Rougé, conseiller économique et social**

Je partage beaucoup de choses dites à cette tribune, notamment le système qui a été très bien décrit par Philippe Dutilleul. Je parlerais aussi d'instrumentalisation, à un moment donné. On est un peu dans cela. Si effectivement on ne prend pas le recul nécessaire pour décrypter tout ça, eh bien on est vraiment instrumentalisés. Comme cela a été fait pour la feuille d'impôts : les journalistes sont allés se pencher de manière plus sereine pour vérifier l'information, je pense que le petit reportage qui a été montré, le bus affrété par le ministère de l'Intérieur avec les journalistes dedans, est-ce que c'est le Sarkozy candidat ou le ministre de l'Intérieur qui fait le déplacement ? Un ministre de l'Intérieur qui va visiter un lycée agricole, c'est assez surprenant ! Ce n'est pas le ministre de l'Agriculture ! On se pose tout un tas de questions par rapport aux comptes de campagne des candidats. Est-ce qu'on aura aussi des journalistes qui vont se pencher sur cela, pour examiner de manière très précise quels sont les dépenses enregistrées dans les comptes de campagne des candidats ? Je pense que ce serait intéressant.

### **Luc Hermann**

Très concrètement, puisque je faisais partie de ce voyage, le matin on est partis du ministère de l'Intérieur, dans un bus affrété par le ministère de l'Intérieur, payé par l'Etat, un petit bus un peu pourri d'ailleurs. On a donc fait le voyage en bus, pendant près de trois heures. Nicolas Sarkozy était en avion privé, payé par le ministère de l'Intérieur, il est arrivé plus rapidement que nous. Et toute cette journée était payée par le ministère de l'Intérieur. On nous a invités à déjeuner – mais rien d'exceptionnel – à la préfecture, puis il y avait la visite d'une usine dans l'après-midi. Et le soir même, il y avait le fameux meeting qu'on montre, avec les fameuses caméras. Mais là, pour le coup, on changeait de badge et on changeait de bus. On pouvait rentrer à Paris avec le bus du ministère de l'Intérieur et la journée était terminée, ou, ce qu'ont fait tous les journalistes, on changeait de badge et là on était invités par l'UMP, dans un autre bus, un peu plus chic celui-là, qui nous a emmenés jusqu'au lieu du meeting, et qui nous a ramenés sur Paris par la suite. Et donc là, ils le disent, vous avez raison, ça ouvre à une enquête, les comptes de campagne sont publics, nous disent-ils, et là c'est extrêmement clair. Mais vous avez raison, il n'est pas ministre de l'Agriculture lorsqu'il va rencontrer les jeunes, il est évidemment en campagne.

### **Benoit Califano**

Ce n'est pas aux journalistes de faire le calcul de tous les comptes de campagne, mais de les relayer, bien sûr. Je suis convaincu que, entre autres *le Canard enchaîné*, quand ils auront l'information, ils ne se priveront pas pour la donner.

### **Non identifiée**

Moi j'en arrive avec cette campagne à ne plus regarder les journaux télévisés tellement je n'en peux plus de la propagande, de la bêtise.

### **Benoit Califano**

Vous êtes enseignante ?

### **Non identifiée**

Oui, je ne fais que les enregistrer pour mes élèves et pour les décrypter après.

J'avais une question concernant ce que disait Jean-Marie Charon sur ce que Bayrou a dénoncé des collusions entre Sarkozy et Bouygues, Lagardère et autres Dassault, parce qu'effectivement on sait très bien pourquoi Bayrou l'a fait, il n'y a aucun doute là-dessus. Qu'il l'ait fait d'une manière populiste et démagogique, il n'y a aucun doute là-dessus – pour moi du moins. Il y a autre chose : il

me semble qu'on a franchi un cap, quand vous dites qu'il y a une pression des sondages. Donc je ne vois pas très bien comment on peut se sortir de ça, si effectivement on ne prend pas cette dimension. Et d'autre part je pense que malgré tout c'est important que Bayrou l'ait fait, parce que ce n'est jamais dit. Je vois mes élèves : ils ne savent pas du tout que TF1 c'est Martin Bouygues, fils de Francis, ça n'est jamais dit. Donc on ne sait pas qui parle, de quoi, pourquoi, etc. C'est quand même fondamental qu'il y ait une transparence là-dessus, pour que les gens soient au moins informés par rapport à ça. De la même manière, par rapport aux sondages, j'ai vu l'émission de Schneidermann l'autre jour sur les sondages, j'étais très étonnée qu'on refuse de dire qui était le commanditaire, puisqu'on fait des sondages pour du privé, et on les passe dans le public, alors on ne sait pas qui est le privé, qui l'a demandé. Est-ce qu'il y a des lois là-dessus ?

Dernière remarque : vous parliez de l'UMP qui acceptait qu'on montre les hors champs dans lesquels il n'y a personne. Je me suis fait avoir moi-même, quand on m'a dit qu'il y avait 100 000 personnes au meeting de lancement de la campagne de Sarkozy, et que j'ai appris par *le Canard enchaîné* quatre jours plus tard qu'il n'y en avait eu que 25 000. Avez-vous une explication sur la manière dont s'est passé ce micmac ? Parce que tout en étant assez bien informée, je me suis laissée avoir aussi.

### **Luc Hermann**

On parle du lancement de la campagne officielle à la Porte de Versailles ? Moi j'y étais et j'ai vraiment entendu tous les commentateurs dire très vite : « L'UMP nous annonce 100 000 personnes, dans ce qu'on a vu « au doigt mouillé » dans la salle, il n'y avait pas 100 000 personnes ». Très vite j'ai entendu les commentateurs le dire. Et vous avez raison, *le Canard enchaîné* l'a sorti le mercredi suivant.

### **Jean-Marie Charon**

Je me suis peut-être mal exprimé. J'ai fait partie de ceux qui ont contesté, qui se sont inquiétés que par exemple au moment où Dassault a racheté la Socpresse, il n'y ait pratiquement pas eu de débat politique, de commentaire politique sur la question.

Je crois qu'il est important – et c'est ce qui m'intéressait dans les débuts de déclarations de Bayrou – de voir la question de la propriété des médias revenir dans le débat public. C'est vrai que depuis pratiquement 1986, ça avait complètement disparu. Ceci dit, il me semble que par rapport à ce que vous venez de dire, Robert Hersant n'était pas selon moi un homme de paille. C'était effectivement un niveau de concentration qui était extrêmement important, c'était quelqu'un qui avait un engagement politique : il avait été élu, il avait à la tête de son groupe tout un aréopage d'hommes politiques, Peyrefitte, etc., donc c'était une configuration qui était extrêmement problématique.

Vous avez raison sur l'autre sujet que vous avez abordé. C'est vrai qu'il y avait deux sujets sur lesquels tous les candidats auraient dû se prononcer après les déclarations de Bayrou : l'indépendance des rédactions et le problème du conflit d'intérêts. Il y a un manque de courage des politiques. Ils ont tous fait chorus sur les amitiés entre les propriétaires et Nicolas Sarkozy, mais personne n'a dit s'il casserait ce système. Et si on coupe la relation entre les groupes dépendant de la commande publique et les médias, il faut dire comment on recompose le capital. Parce que c'est facile de dire qu'on va le faire, mais si on ne dit pas comment on va le reconstituer...

C'est vrai qu'il y a des vraies questions qui sont posées en terme de réorganisation des médias, et auxquelles les politiques ne répondent pas, et je pense que c'est au citoyen de leur demander d'aller plus loin, de ne pas se contenter de ce discours un peu démagogique où on se contente simplement de dénoncer la collusion.

### **Benoit Califano**

Sur la question des sondages, je vous invite à participer à l'atelier de l'ESJ cet après-midi. Deux choses, tout de même. D'abord, une activité publique dont on connaît l'origine, puisque les

instituts de sondage ont pour clients les chaînes de télévision et les autres médias, et à ce titre produisent des sondages qu'ils publient.

Et puis effectivement une activité privée. Cela n'est pas choquant qu'un institut de sondages ne dévoile pas l'intégralité de ses clients, somme toute faciles à trouver. Là où ça pose de vraies questions, mais ça sera l'objet d'un débat cet après-midi, c'est la porosité entre les deux.

Une dernière question ?

### *Non identifiée*

Je suis enseignante. Ma remarque s'adresse plutôt à Luc Hermann. Tout à l'heure vous disiez que lorsqu'un sujet ou éventuellement un magazine ne sort pas dans un média, il peut sortir dans un autre.

Ma remarque porte sur l'exemple des films documentaires de Pierre Carles intitulés « Pas vu pas pris » et « Enfin pris », qui traitent des rapports entre les médias et la politique, et dans lesquels on peut avoir des analyses assez intéressantes de Bourdieu sur des sujets dont vous parliez tout à l'heure, sur le rythme imposé aux interviews, etc. Ces documentaires n'ont pas pu être diffusés sur les chaînes, que ce soit Canal + ou les chaînes publiques. Il me semble qu'il y a une limite, et qu'on n'est pas encore en mesure de diffuser un certain nombre d'analyses sur les rapports entre les politiques et les médias, analyses me semble-t-il particulièrement pertinentes.

### **Luc Hermann**

Je n'étais pas responsable, j'étais jeune journaliste à l'époque à Canal +, mais je connais particulièrement bien cette affaire.

Pour ceux qui n'ont pas vu « Pas vu pas pris », Pierre Carles est un ayatollah du journalisme, il est formidable, mais malheureusement ça lui a grillé énormément de cartes, il a beaucoup de mal à travailler. Mais c'est un garçon très pertinent, qu'on voit beaucoup. Il continue à écrire, il est très rarement invité dans les émissions de télévision. Il avait fait un documentaire que Canal + n'a pas diffusé, et Canal + à l'époque a beaucoup été accusée de censure. Moi à l'époque je n'étais pas du tout aux affaires, je n'étais responsable de rien du tout, mais on avait beaucoup suivi cette affaire parce que ça nous avait nous-mêmes choqués en tant que journalistes.

En fait, Pierre Carles fait un truc pas mal : il va voir différents journalistes sans leur dire pourquoi il veut les interviewer. Pourquoi pas ? Ca m'est arrivé aussi, vous pouvez dériver sur un autre thème, vous n'avez pas besoin de donner toutes vos questions à l'avance. Et surtout, il les piège tous – il en a piégé des grands – en leur montrant une séquence vidéo qui était une conversation entre Etienne Mougeotte, patron de l'info de Tf1, et François Léotard, avant une retransmission en direct des plages du débarquement allié. Et on les voyait se parler en se tutoyant, avec une connivence surprenante.

Mais quand on se penche vraiment sur le truc, pour être honnête – parce que tout le monde s'est penché là-dessus par la suite, dans le bouquin de Pierre Péan sur TF1, tout le monde a retravaillé cette affaire –, il se trouve qu'ils étaient à Sciences Po ensemble, de mémoire, ils étaient étudiants ensemble, et surtout, si je peux me permettre, Pierre Carles n'a pas réussi à prouver que cette connivence avait permis à Léotard d'être dans le 20 heures de TF1, ou avait permis à TF1 de remporter un marché public. Il dénonçait un truc intéressant, mais en dessous il n'y avait pas l'énorme investigation qui prouvait que cette connivence avait permis quoi que ce soit. Je crois que la limite de l'exercice était là. Maintenant, les chaînes auraient dû le diffuser, vous avez raison.

### *Non nommée - Question inaudible*

### **Luc Hermann**

Le problème est toujours très accru, avec aujourd'hui deux journalistes présentatrices, l'une sur France 2, Béatrice Schönberg, et Marie Drucker sur France 3, qui sont toutes les deux mariées avec un ministre du gouvernement en place. Tout cela est assez délicat effectivement.

### **Benoit Califano**

Fort heureusement, le travail de Pierre Carles, qui vit et travaille à Montpellier, est assez visible dans les cinémas, et on a quand même accès à son travail.

### **Luc Hermann**

Vous avez raison, il y a plein de chaînes qui auraient dû diffuser ce documentaire depuis, c'est évident.

### **Benoit Califano**

Pour refermer cette table ronde, j'aimerais donner une dernière fois la parole à Philippe Dutilleul. On n'a pas parlé des conséquences qu'a eu « Bye Bye Belgium » sur le débat médiatique en Belgique. J'entendais dimanche sur France Inter une émission, « Interceptions », consacrée à votre travail et à la Belgique. Un rédacteur en chef du *Soir* et un rédacteur en chef du *Standaard* disaient qu'à la suite de cette émission, ils avaient envie aujourd'hui de s'associer sur certains événements en créant une rédaction commune.

### **Philippe Dutilleul**

Evidemment, ça serait immodeste de dire que cette émission a atteint son but. En tous les cas, ce qu'on peut dire en premier lieu, par rapport à ce que mon voisin évoquait tout à l'heure, c'est que c'est devenu un sujet d'étude, de discussion, voire de polémique dans les universités, où ces messieurs très intelligemment et très scientifiquement se penchent sur notre travail, donc c'est très bien, sauf qu'en Belgique, je l'ai dit, nous ne sommes pas invités à participer à ces travaux, pour la petite histoire. Mais c'est bien, je suis sûr qu'ils vont faire avancer le schmilblick, c'est très bien comme ça.

Sur le terrain politique, c'est vrai qu'il y a eu des choses qui ont changé. Vous savez que ce pays est quand même extrêmement divisé, ne fût-ce que par la langue, puisque les francophones ne sont pas très férus de langues étrangères, et en tout cas pas du néerlandais. C'est vrai qu'on ne se cause plus dans la même langue, quand on se cause en général c'est en anglais, et c'est vrai que depuis, manifestement sous la pression des gens – j'ai reçu des centaines de lettres de gens qui prennent la peine d'écrire, qui prennent le stylo et noircissent des feuilles et des feuilles d'argumentation vraiment très intéressante, y compris des gens qui à mon avis n'ont pas pris souvent le stylo, et ça c'est extraordinaire – parce qu'il y a plein de fautes d'orthographe, et puis merde pour les fautes d'orthographe, car ces gens ont écrit et ça c'est fabuleux.

Donc je pense qu'on a un peu fait bouger les lignes. Je pense qu'on se reparle entre Flamands et francophones, tout du moins côté francophone, on se penche un peu plus sur la société flamande, et j'espère que l'inverse est vrai également. Mais maintenant, ne me faites pas dire ce que je n'ai pas dit : la télévision est un média surpuissant, mais je ne suis pas sûr non plus qu'elle fasse bouger et évoluer les opinions, ça c'est autre chose. La télévision fait-elle bouger les opinions ? Ca je n'en sais rien. J'aurais plutôt tendance à répondre que non. Mais en tous les cas c'est vrai que notre émission a permis de faire bouger les lignes. Au niveau du politique, petite anecdote : le lendemain il y avait une réunion des quatre présidents de partis francophones qui décidaient de se mettre autour d'une table – ça n'avait bien sûr rien à voir avec l'émission – pour essayer de constituer une espèce de front commun dans la future négociation communautaire qui s'annonce après les élections législatives, puisque vous savez qu'on va de nouveau reparler d'institutionnel en Belgique après le mois de juin. Mais j'attire l'attention de nos amis français et de nos autres voisins : dites-vous bien que si un jour la Belgique devait implorer, ou exploser, ce que je ne souhaite pas, ça n'aurait pas que des conséquences en Belgique, mais très immodestement, je dirais que ça en aurait aussi dans les pays limitrophes et sur l'Europe.

### **Benoit Califano**

La télévision peut-elle faire bouger l'opinion ? Ce sera peut-être le débat de l'an prochain. Merci à tous les trois d'être venus de loin pour participer à cette table ronde.