

Ouverture : Jean-Marie Charon, Président Nouvelles frontières / nouvel écosystème.

Mon propos de ce matin part de la mission et du rapport remis à Fleur Pellerin : « Presse et numérique – invention d'un nouvel écosystème ». Il s'agit d'un état des lieux des réalisations, initiatives, transformations en cours dans la presse que ce soient des productions, des activités, des compétences ou des organisations.

Soit l'hypothèse posée de l'invention – construction d'un nouvel écosystème – c'est à dire un système d'acteurs interdépendants - où l'on retrouve les éditeurs traditionnels, mais aussi de nouveaux acteurs : pure players éditeurs d'information, start-up contribuant à l'information, pure players de contenus, etc.

Faute de pouvoir présenter l'ensemble des acteurs qui font bouger les frontières des médias, j'ai fait le choix de me concentrer sur quatre situations qui contribuent à redéfinir substantiellement la question des professionnels producteurs de l'information, un certain nombre d'entre eux ne se voyant pas reconnaître le statut de journaliste.

1^{ère} situation : **Pure player éditeurs d'information** :

En premier lieu les pure players d'information sont le lieu par excellence d'un exercice du journalisme qui cumule une large polyvalence en même temps que la collaboration avec d'autres professionnels, ainsi que des personnes du public.

Polyvalence : Les pure players d'information, certes à des degrés divers sont des lieux d'inventions de formes de narration qui associent intimement texte, son, images, liens hypertextes, soit une narration dite multimédias. Certains y viennent parce qu'ils ont cette compétence, à la sortie de leur formation, et entendent la valoriser. D'autres qui ont un large parcours dans des structures traditionnelles se forment à cette compétence en créant ou rejoignant de tels pure players.

Coproduction : Sans doute parce qu'il s'agit de petites équipes les pure players d'information sont des espaces où se pratique au jour le jour l'interrelation, la coproduction avec d'autres professionnels non journalistes : développeurs, professionnels du visuel, spécialistes des datas (à la suite d'Owni). Ce n'est pas seulement une question de nombre, mais plutôt une volonté d'imaginer de nouvelles formes d'organisations qui conviennent davantage à de nouveaux modes de traitement de l'information que permet le numérique.

Journaliste entrepreneur : les pure players éditeurs d'information sont avant tout des inventions de journalistes. En cela ils contribuent à démultiplier les figures de « journalistes entrepreneurs », en même temps qu'ils donnent une légitimité inédite à ce type de profils de journalistes. C'était vrai avec la reconversion de figures de journalistes reconnus : Pierre Haski, Pascal Riché ou Edwy Plenel. Cela se concrétise aujourd'hui par la multiplication de jeunes diplômés des écoles - voire encore en formation - qui créent leurs sites : LeQuatreHeures, Limprévu, Particité, Le Zéphir, Ijsberg, etc.

2^{ème} situation : **Start-up contribuant à l'information** :

Les start-up contribuant à l'information sont bien sûr des lieux où se pratique un journalisme multimédia, largement aguerri à la collaboration avec les développeurs, designers, etc. Elles sont surtout des lieux que privilégient les journalistes qui veulent aller plus loin dans la recherche, la créativité, l'expérimentation.

Chercheur, créatif, expérimentateur : En se trouvant moins contraintes par la répétition des mêmes activités qu'exige le suivi de l'actualité, les start-up pour s'imposer et se développer doivent approfondir des concepts de traitement de l'information tels que la data visualisation, le data journalisme, les web documentaires, les newsgame, etc. Chez les journalistes qui créent ces start-up (dont certains sont parmi nous ces deux jours) la motivation est d'abord l'attrait pour la recherche, le « laboratoire », plutôt que la répétition/routine. Or il s'agit là de motivations plus inédites qu'il n'y paraît pour les journalistes, pour qui l'innovation est moins la priorité que le traitement de l'actualité.

3^{ème} situation : **Pure player de contenus** :

Par pure player de contenu il s'agit de qualifier des entreprises qui produisent de l'information, du service, des contenus de communication hors du cadre statutaire des éditeurs d'information, en refusant notamment la convention collective des journalistes. Ce sont des entreprises comme CCM Benchmark, Auféminin, Webedia, Meltygroup, etc. Il est intéressant d'étudier spécifiquement celles-ci dans la mesure où elles révèlent un mode de définition de profil d'emploi de « professionnel producteur d'information » bien spécifique.

Professionnel de production de l'information : La définition des emplois de producteurs d'information n'est pas forcément identique pour chacune de ces entreprises. Cependant quelques points semblent se retrouver. En premier lieu l'attention principale donnée à l'identification des sujets à traiter pour le public visé (« l'audience ») et la mise à disposition du producteur d'information d'outils lui permettant de suivre cette perception ou cette attente des utilisateurs en observant les consultations sur les moteurs de recherche, les tonalités des échanges sur les réseaux sociaux, etc. En second lieu le producteur d'information suit l'activité publicitaire qui correspond à son domaine d'information.

Dans la plupart de ces entreprises le professionnel du traitement de l'information jouit d'une certaine autonomie et marge d'initiative quant aux angles qu'il privilégie et la forme d'écriture qu'il va privilégier. Il peut aussi diversifier les sources sur lesquelles s'appuyer. En revanche il s'agit d'une activité assise, le « terrain » étant essentiellement accessible via les moyens de communication à distance.

La définition de cette forme d'emploi, découle d'un mode d'organisation qui repose sur un équilibre entre l'éditorial, le développement technique et l'activité commerciale. Chez Auféminin et CCM Benchmark on parle de ratios 1/3 – 1/3 – 1/3 entre ces trois composantes de l'entreprise média.

4^{ème} situation : **Rédaction ouverte ou en réseau** :

La convergence entre la tension sur les modèles économiques des entreprises de presse et une forme d'usage dans l'accès à l'information qui peut être qualifiée « d'horizontale », incite au développement de rédactions ouvertes. Dans ces rédactions les journalistes travaillent avec d'autres journalistes et des professionnels non journalistes qui peuvent être hors de l'entreprise (pigistes, agences spécialisées, start-up). Ils développent et inventent surtout un mode de coopération avec des personnes issues du public : experts, témoins d'événements, témoins de sujets d'information.

Coproduction d'information avec le public : la coproduction d'information avec ces différents profils de personnes issues du public implique des compétences, voire la maîtrise d'outils bien particuliers comme le montrent les exemples de sites tels que le HuffingtonPost, Le Plus ou Atlantico. Ces journalistes identifient et recherchent des sujets d'information en coopérations avec des sources du public (via notamment les réseaux sociaux, les blogs, les plateformes d'échange). Ils identifient des experts qui peuvent développer un sujet de manière compétente et originale. Ils discutent avec ceux-ci des angles à privilégier. Ils évaluent et finalisent ces contributions.

Ces profils ne sont pas à confondre avec ceux de community managers, de journalistes animateurs de communautés, des journalistes promouvant les contenus de la rédaction afin de susciter les recommandations, qui eux aussi sont dans une forme de coproduction de l'audience et de la notoriété de l'éditeur via les réseaux sociaux.

Rôle du journaliste :

La question des nouvelles frontières ramène à celle du journaliste, en tant que rôle social, plutôt que se caractérisant par une compétence ou des techniques, qui sont désormais banalisées dans nos sociétés. Elle oblige à interroger le rôle social et non plus la question du support ou de l'employeur, qui n'existe plus toujours ou qui ne relève pas forcément de l'entreprise de presse ou de l'agence, au sens traditionnel. C'est-à-dire qu'il faut revenir au rôle du médiateur entre la réalité, le monde qui nous entoure et chacun d'entre nous.

D'autres interviennent également à ce niveau, mais il revient au journaliste de le faire en tant que professionnel à plein temps, en se référant à une déontologie et une éthique qui lui sont propres, sur lesquelles peuvent se gagner crédibilité et confiance.

Réflexion sur le statut du journaliste :

Soit de mon point de vue, l'intérêt qu'il y aurait à revenir collectivement à une réflexion sur le statut du journaliste. Recommandation que je faisais dans ce rapport.

Jean-Marie Charon
1/10/2015