



MÉDIAS ET EUROPE (2)

SOUS LA DIRECTION
D'EDDY FOGIER

CHERCHEUR ASSOCIÉ À L'IRIS



Introduction générale

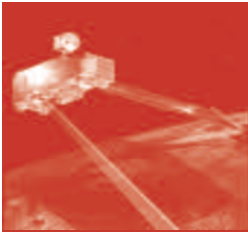
L'Observatoire géostratégique de l'information de l'Iris s'est notamment donné pour objectif d'observer les nouvelles tendances sur le front du journalisme et des médias en lien avec les questions internationales et européennes.

Après un premier dossier de cette Newsletter consacré aux médias et à l'Europe, nous poursuivons cette quête en nous intéressant à diverses initiatives de ce que l'on pourrait qualifier de « nouveau journalisme européen ». C'est le cas en particulier du nouveau site internet *MyEurop* créé par l'équipe de l'ancien magazine *L'Européen* (entretien avec Renaud de Chazournes et Daniel Vigneron), mais aussi de l'initiative d'euroblogueurs qui a abouti à la création très récente de *27etc.*

Ces initiatives et ce « nouveau journalisme européen » s'efforcent à leur manière de répondre à la question centrale, et récurrente, à propos de l'Europe et des médias, à savoir : comment parvenir à intéresser davantage le public à l'actualité européenne ? Jean-Sébastien Lefebvre, journaliste européen à Bruxelles, tente de répondre à cette question dans un texte que nous publions dans cette Newsletter.

Enfin, notre souhait est de fournir un maximum d'informations sur les sujets que nous abordons. C'est ce que nous faisons ici avec un zoom très complet sur le journalisme européen et les principaux médias qui traitent de l'actualité européenne réalisé par Pierre-Yves Castagnac.

Eddy Fougier



Vers un nouveau journalisme européen ?

par Eddy Fougier, chercheur associé à l'IRIS

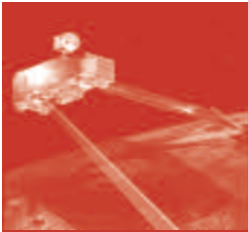
Le journalisme européen traditionnel désigne l'activité des journalistes professionnels qui, de près ou de loin, suivent et traitent de l'actualité européenne, que ce soit dans sa dimension « verticale », à savoir l'actualité de l'Union européenne et accessoirement des autres institutions européennes telles que le Conseil de l'Europe, ou dans sa dimension « horizontale », à savoir l'actualité des autres pays européens que leur pays d'origine.

Deux grandes catégories de journalistes peuvent être ainsi distinguées. La première catégorie est celle des journalistes pour qui l'actualité européenne constitue le cœur même de leur activité. Il s'agit bien entendu en premier lieu des correspondants de presse à Bruxelles, qui travaillent la plupart du temps pour des organes de presse ou des médias dits de « qualité ». En France, le correspondant de presse sans doute le plus connu est Jean Quatremer, correspondant du quotidien *Libération* à Bruxelles et président de la section française de l'Association des journalistes européens (AJE). On trouve également dans cette catégorie les journalistes qui suivent l'actualité européenne au sein des rédactions nationales et/ou qui sont à la tête d'émissions ou de chroniques consacrées à l'Europe dans des médias au sein des États-membres. C'est le cas, par exemple, de journalistes tels que Véronique Auger, la rédactrice en chef de l'émission *Avenue de l'Europe* sur France 3, Marie-Christine Vallet, journaliste responsable de plusieurs chroniques sur l'Europe sur France info et directrice déléguée à Radio France pour l'éditorial Europe, ou encore José-Manuel Lamarque, le producteur de l'émission *Transeuropéenne* sur *France Inter*. Enfin, figurent dans cette première catégorie les rédactions et les journalistes des organes de la presse spécialisée sur l'actualité européenne (voir ci-après le petit dictionnaire sur le journalisme européen).

La seconde catégorie est composée des journalistes qui vont s'intéresser à l'actualité européenne, sans que celle-ci constitue néanmoins le cœur de leur activité. Ces journalistes appartiennent généralement à des organes de presse ou à des médias dont l'audience est large et/ou ils occupent des fonctions de décision au sein des rédactions nationales. C'est à proprement parler le « journalisme européen » qui s'adresse au grand public. On peut y distinguer les rédactions nationales des organes de presse dits de « qualité » et des médias audiovisuels publics qui, la plupart du temps, n'ont pas la même approche de l'actualité européenne que les correspondants à Bruxelles, ainsi que les rédactions des organes de presse populaire, voire de la presse dite « tabloïd », et des médias audiovisuels privés, qui souvent n'ont pas de correspondant à Bruxelles, mais qui peuvent tout de même traiter de temps à autre de l'actualité européenne. On peut penser, de ce point de vue, à des médias comme *TF1* ou à des organes de presse comme *Le Parisien/Aujourd'hui en France* qui ne vont couvrir l'actualité européenne qu'en cas de crise, de scandale ou de polémique. C'est malgré tout par l'intermédiaire de ces médias que le grand public va être la plupart du temps informé sur l'Europe.

Le nouvel eurojournalisme : de l'eurocomparaison aux euroblogueurs

Face à ce journalisme traditionnel semble se développer un « nouveau journalisme européen ». Celui-ci pourrait être défini comme la volonté de la part de différents acteurs, qu'ils soient journalistes professionnels ou non, de traiter l'actualité européenne de façon différente par rapport à ce que peuvent faire les médias traditionnels ou les médias spécialisés, version papier (comme *European Voice*) ou internet (comme *Euractiv*), en délaissant en particulier l'actualité purement institutionnelle et bruxelloise et en s'adaptant aussi aux nou-



veaux modes de consommation des médias (blog, réseaux sociaux, application iphone, etc.). Entre dans ce nouveau journalisme, ce que l'on peut appeler un « journalisme citoyen européen ».

Ce « nouveau journalisme européen » est d'abord incarné par le lancement du site [MyEurop](#). Ses instigateurs, Renaud de Chazournes et Daniel Vigneron, ne sont pas des inconnus dans le monde du journalisme européen puisque ce sont eux qui avaient relancé en 2009 le magazine mensuel *L'Européen* (voir la Newsletter n°2 pour un bref historique de l'aventure de *The European/L'Européen*). Ils font le pari à travers ce nouveau site d'intéresser un large public à l'Europe, non pas dans sa dimension verticale, c'est-à-dire purement institutionnelle et bruxelloise, mais horizontale en regardant tout simplement ce qui se passe dans les autres pays européens. Ils misent en particulier sur ce qu'ils appellent l'« eurocomparaison ». En clair, ils souhaitent « européaniser » les sujets d'actualité franco-français en les mettant en perspective par des comparaisons avec ce qui se passe ailleurs en Europe.

D'autres acteurs, qui ne sont pas nécessairement des journalistes professionnels, arrivent également sur le « marché de l'information européenne ». C'est le cas par exemple de la Fondation Robert Schumann, l'un des principaux think tanks français spécialisé sur la thématique européenne, qui vient de lancer une application iPhone, EU Scope, permettant de suivre l'actualité européenne de façon instantanée sur un smartphone. Les blogueurs, dans le sillage du succès du blog du journaliste Jean Quatremer, [Les coulisses de Bruxelles](#), entendent également jouer un rôle de plus en plus affirmé dans le débat européen et l'appropriation de la chose européenne. En France, la communauté des euroblogueurs, c'est-à-dire des blogueurs qui suivent et commentent l'actualité européenne, est ainsi en pleine ébullition depuis cet été autour de la question de la création d'un euroblog. Cela s'est concrétisé au mois d'octobre 2010 avec la création par l'association Les Cabris de l'Europe d'un nouveau webmagazine européen dont le nom est [27etc](#). ■

* * *



De la nécessité d'européaniser l'information

Entretien avec **Renaud de Chazournes*** et **Daniel Vigneron****

journalistes et fondateurs du site internet MyEurop.info

Propos recueillis par Pierre-Yves Castagnac

« Ne pas européaniser une information, c'est avoir une information autarcique avec un manque flagrant de mise en perspective »

IRIS : Avant le site Internet MyEurop, vous aviez relancé le magazine papier *L'Européen* en 2009. Pouvez-vous nous parler de cette aventure ?

Renaud de Chazournes : *L'Européen* a été une expérience intéressante, mais trop brève pour des raisons financières. Fin 2008/début 2009, il n'y avait plus d'argent nulle part. Nous étions au creux de la vague de la crise. Le contexte n'était vraiment pas propice, c'est pourquoi *L'Européen* n'a pu être suffisamment capitalisé et a dû s'arrêter au bout de trois numéros. Ceci étant, il s'est quand même vendu, avec très peu de promotion, à près de 40.000 exemplaires. Ce qui montre que nous avons touché un public. J'ai d'ailleurs reçu des lettres qui nous disaient « *Enfin ! J'attendais ça depuis longtemps. On nous parle de l'Europe de nos voisins, de l'Europe concrète, de notre identité européenne.* ». Cette adhésion à notre concept nous a déterminé à relancer la machine à travers un site d'information en ligne : MyEurop.

IRIS : Internet serait-il alors un meilleur vecteur d'information sur l'Europe aujourd'hui ?

Daniel Vigneron : Il n'y a pas, à mon sens, de corrélation immédiate entre l'Europe et le média Internet. Le problème est plus global. Il vient du fait qu'en France mais aussi dans le monde, la presse traditionnelle arrive aux limites de son modèle. Beaucoup de journaux disparaissent. Beaucoup ont des difficultés. Les plus grands journaux, y compris américains, ne sont pas épargnés. Dans ce contexte, le journalisme européen est évidemment concerné. Cependant lorsqu'on a l'ambition de vraiment créer une communauté d'information au niveau d'un continent, le média Internet prend tout son sens. Il présente une caractéristique essentielle : l'interactivité. Nous n'avons pas fait pour autant le deuil du papier.

Renaud de Chazournes : Internet a un avantage : il n'a pas de frontière. Il n'existe que des barrières linguistiques. Internet est diffusé partout et immédiatement. Donc partant de là, nous pensons que c'est logique de passer par Internet si on veut s'adresser non pas seulement à un public français, mais à un public plus large, transnational, européen.

IRIS : Quel est l'objectif et la ligne éditoriale de MyEurop ?

Daniel Vigneron : La raison d'être de MyEurop est d'agréger des publics différents dans toute l'Europe. Le potentiel est gigantesque. Si l'on ne prend que la population européenne qui regarde régulièrement de l'information sur le net, nous avons 130 millions de personnes. Mais par delà l'audience, notre objectif est de pouvoir fédérer des centaines de points de vue différents. Dans notre document de présentation, nous disons clairement que notre objectif est « de donner aux Européens la connaissance et le goût des autres pour leur redonner le goût de l'Europe ». Et pour y arriver, MyEurop a une ligne éditoriale très claire. Il s'agit de parler des Européens et de ce qui se passe en Europe. L'Europe, ce n'est pas seulement un concept, c'est aussi un continent où il se passe énormément de choses que ce soit sur le plan culturel, économique ou politique. C'est ici que se trouve le caractère différenciant de MyEurop. L'Europe va au-delà de Bruxelles [ndr : c'est-



à-dire au-delà de la vie des institutions communautaires]. Bruxelles nous intéresse, mais Bruxelles reste seulement un des chapitres de notre intervention. MyEurop est là pour raconter ce qui se passe dans les pays européens et comparer toutes ces informations. Ce concept de l'« euro-comparaison » est central pour MyEurop.

IRIS : Pouvez-vous nous en dire plus sur ce concept d' « euro-comparaison » ?

Renaud de Chazournes : L' « euro-comparaison » vise à mettre une information locale en perspective avec ce qui se passe dans les autres pays européens. Les autres médias ont tendance à nationaliser une information européenne, c'est-à-dire à ramener une information dans un coin de leur lorgnette. MyEurop propose au contraire de prendre une information nationale et de l'europaniser.

On s'aperçoit que l'essentiel des décisions politiques d'un pays devient intéressant si on le met en perspective avec ce qui se passe dans les autres pays. Cette « euro-comparaison » redonne du sens à l'information. Si vous avez une donnée économique, le taux de pauvreté par exemple, on vous dit qu'il y a tant de pauvre en France. C'est un chiffre : X%... De là, il devient intéressant de relier ce chiffre avec les données d'autres pays. Mais, pour la plupart, les médias n'ont pas le réflexe d'aller regarder tout de suite ce qui se passe ailleurs en Europe. Comme ils ne le font pas, on obtient une information autarcique avec un manque flagrant de mise en perspective.



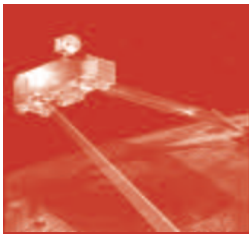
IRIS : Dans cette volonté d'europaniser une information, ne risque-t-on pas de faire ressortir les vieux démons d'un nationalisme ou d'un patriotisme latent ? Je pense en particulier à l'expérience du magazine anglophone *The European*.

Renaud de Chazournes : *The European* est un exemple lointain, mais néanmoins très intéressant. Ce magazine a été lancé par Robert Maxwell en 1990. Son objectif était d'en faire un journal paneuropéen sans tropisme national. Mais les frères Barclay rachètent le titre après la mort de Maxwell, en 1991, et le journal devient dès lors très « british ». Il se positionne comme le fer de lance de l'euro-scepticisme britannique, un véritable brulot anti-bruxellois. Notre objectif avec MyEurop n'est pas de nationaliser une information européenne mais d'avoir une dimension européenne avec des tropismes nationaux.

Daniel Vigneron : En effet, MyEurop a l'ambition de multiplier les biais nationaux. Nous allons tout d'abord lancer le site en français car l'initiative de ce projet est française. Nous allons ensuite le faire traduire en anglais car l'anglais est une langue véhiculaire. Elle permettra d'élargir notre lectorat à tous les non-francophones. Le contenu sera quant à lui un peu différent. Autant le site français sera accroché par de l'actualité française qu'on va europaniser, autant le site en anglais sera « défrancisé » et mettra en avant des contenus susceptibles de concerner tous les Européens. On peut prendre comme exemple l'élection régionale défavorable au pouvoir qui a eu lieu en Allemagne il y a quelques mois. Angela Merkel avait annoncé dans son programme des baisses d'impôts. Elle a dû finalement y renoncer. Cette affaire a fait grand bruit outre-Rhin. Eh bien cette information est une info qu'on peut europaniser facilement. Que font les pays européens en matière fiscale ? On parle de hausse d'impôts, que se passe-t-il en dehors de nos frontières ? Etc. Si cette actu intéresse d'abord les Allemands car elle vient d'Allemagne, MyEurop fait le pari qu'en deuxième ou troisième position, cette information peut intéresser les Français.

IRIS : Qui est derrière MyEurop ?

Renaud de Chazournes : MyEurop fonctionne grâce à un réseau de correspondants, Et contrairement à d'autres sites web comme CafeBabel faisant appel à des bénévoles, il est constitué de vrais journalistes, des professionnels qui travaillent déjà pour d'autres médias. Nous les connaissons de longue date. La plupart



sont des Français expatriés. C'est Internet qui rend possible ce type de réseau. Notre correspondante à Madrid a pu par exemple faire un papier sur la grève générale en Espagne. Pour ce faire, elle a envoyé un mail à tous nos correspondants pour savoir ce qui se passait dans leur pays respectif. Elle a ensuite écrit son papier depuis Madrid en faisant une euro-comparaison. Cette énorme toile d'araignée que nous avons créée va travailler d'elle-même mais le siège reste à Paris. Tout ça étant fait par des journalistes professionnels. C'est donc de l'info validée, vérifiée et de qualité. Il faut tout de même rappeler que le piège d'Internet est que l'information n'est souvent pas validée.

IRIS : Quel est le modèle économique de MyEurop ?

Renaud de Chazournes : On appelle ça du « freemium ». Ca veut dire qu'on aura beaucoup de « free », (partie du site dont le contenu est gratuit) et un peu de payant : l'espace « premium ». Cet espace payant réunira de l'information très spécifique principalement à destination des décideurs et des entreprises. Il s'agit d'une information très qualifiée. C'est pourquoi les lecteurs l'achètent. Notre modèle se rapprocherait plutôt de « La lettre A » du groupe Indigo Publications. Une autre source de revenu sera de vendre aux grandes entreprises de l'info pour leur Intranet, car leur intranet est souvent très pauvre. Personne n'y va car il n'y a rien à lire.

Daniel Vigneron : En effet, nous n'allons pas nous engager sur un modèle payant. Ce type de modèle économique est difficilement viable car il induit une audience limitée. Notre projet n'ayant de sens que s'il recueille une vaste audience, nous allons en revanche proposer une information gratuite mais de qualité. Ce qui ne signifie pas que nous n'offrons pas d'espace payant au contenu accessible par abonnement ou en « one shot ». Le principe du « one shot » (« d'un seul coup » en anglais) est de payer à l'unité pour la lecture d'un article. Cela fonctionne sur le principe du désir, du besoin immédiat. A terme, cet espace payant devrait constituer un gros quart de nos revenus. La publicité classique (bandeau, bannière,...) est censée nous procurer 50% des recettes. La vente de contenu aux entreprises et aux autres médias dans les 15%.

IRIS : Pour terminer, quels sont vos projets à moyen et long terme pour MyEurop ?

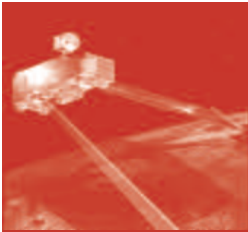
Daniel Vigneron : Notre ambition dans la prochaine année est de créer un site multilingue. Nous tablons sur cinq langues : en plus des versions française et anglaise, il y a aura un site en espagnol, en italien et en allemand. Notre projet est de créer dans chaque capitale concernée des bureaux qui fonctionneront de manière autonome, y compris sur le plan financier.

Renaud de Chazournes : Par ailleurs, nous souhaitons petit à petit développer la partie blog du site. L'objectif est de faire intervenir des personnes extérieures : des experts ou des internautes avertis qui pourront chroniquer et s'exprimer librement sur l'actualité européenne. ■

* * *

**Renaud de Chazournes est un journaliste français. Il a travaillé durant plusieurs années au « service économie » du Quotidien de Paris et a créé le « service Europe » pour ce journal, premier du genre au début des années 1990. Il a rejoint par la suite l'agence de presse Agra Europe puis est devenu responsable des questions européennes à L'Européen, magazine lancé en 1998 par Le Monde et The European. Il a intégré, après la disparition de ce journal, le Groupe Expansion, puis a relancé en 2009 le magazine L'Européen en mensuel.*

*** Daniel Vigneron est journaliste depuis 1982. Spécialisé en économie internationale, il a effectué la majeure partie de sa carrière au journal La Tribune. En 1994, il est devenu responsable du service international de ce quotidien. De 1989 à 1995, il a couvert en tant que grand reporter l'effondrement du bloc de l'Est et ses conséquences sur l'Europe. De 2002 à 2006, il s'est occupé de la page quotidienne « vie d'Europe » de La Tribune. En 2009, il est devenu rédacteur en chef du mensuel L'Européen.*



“27etc” ou l’émergence d’un journalisme citoyen européen

par Eddy Fougier, chercheur associé à l’IRIS

L’Europe est souvent décrite comme le sujet qui, par excellence, va rebuter les rédactions et le public. En témoigne par exemple l’éditorial de Franz-Olivier Giesbert dans le magazine *Le Point* du 7 mai 2009 (N° 1912) intitulé justement « La corvée européenne » dans lequel celui-ci affirmait : « *C’est une chose connue dans les métiers de la presse. Mettez le mot Europe à la une d’un journal ou à l’affiche d’un débat télévisé et vous ferez fuir les lecteurs ou les téléspectateurs. Il est donc écrit que la campagne des élections européennes [de 2009] ne fera pas recette. Ce sera une corvée, un pensum, un passage obligé* ».

Et pourtant, ce sujet repoussoir semble intéresser de très nombreux blogueurs, passionnés de la chose européenne. Ces euroblogueurs vont ainsi passer beaucoup de temps à suivre et à commenter l’actualité européenne alors que celle-ci n’est pas nécessairement liée à leur activité professionnelle et que cette activité ne fait l’objet d’aucune rémunération. Ce sont le plus souvent ce que l’on peut appeler des « citoyens-experts » des questions européennes, à la lisière du simple citoyen et de l’expert patenté. Ils appartiennent généralement à l’« eurogénération », pour reprendre le terme cher au site Cafebabel, ou encore à ce que l’on pourrait qualifier de « génération Erasmus ». On les retrouve notamment sur des sites collaboratifs, tels que [CafeBabel](#), [Les Euros du village](#) ou encore le [Taurillon](#). A l’échelle européenne, il existe également un euroblog avec [bloggingportal](#), qui rassemble plus de 300 blogs consacrés à l’Europe.

27etc et le mythe du blog collectif européen

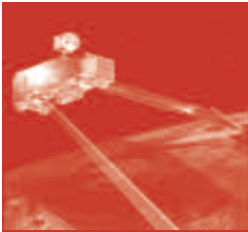
Depuis l’été 2010, l’idée de la création d’un euroblog a été au cœur d’un débat au sein de la communauté des euroblogueurs en France suite à l’idée lancée par le blogueur Samuel Faure¹. Dans un texte² mis en ligne sur son blog le 4 juillet 2010, il propose de « fonder un espace, j’entends par là, un blog sur lequel plusieurs blogueur/euse(s) d’horizon divers (pro-européen/ne(s), alter-européen/ne(s) ; fédéralistes, nationalistes, gauche, droite ; blogueur/euse(s) expérimenté/e(s), novices ; bruxellois/es, ailleurs ; femmes, hommes ; etc.), réagirait en toute "indépendance" à l’actualité européenne » sous la forme d’un « blog collectif européen ». Cette initiative s’est traduite, dans un premier temps, par l’organisation d’« euro-apéros » sur une base mensuelle et, dans un second temps, par la création, en septembre, d’une association, qui s’appelle Les Cabris de l’Europe et qui est présidée par le même Samuel Faure, et d’un « blog collectif européen », dont le nom est [27etc](#) et qui est hébergé depuis octobre 2010 par le site [Slate.fr](#).

27etc, qui se situe, selon Samuel Faure, entre le blog et le site internet³ entend proposer un texte par jour sur l’actualité européenne. Ces textes sont rédigés en plusieurs langues par des blogueurs, contributeurs réguliers, mais aussi par des contributeurs ponctuels, d’autres blogueurs et également des experts. Partant du constat de l’insuffisante couverture médiatique de l’actualité européenne et de l’insuffisante appropriation par les citoyens des enjeux européens, 27etc se donne pour objectif de « politiser l’Europe pour se l’approprier » par une démarche de type bottom-up en partant des citoyens et des États, plutôt que des institutions européennes et de leur agenda.

1. <http://europeanelection2009.blog.lemonde.fr/>

2. <http://europeanelection2009.blog.lemonde.fr/2010/07/04/appel-du-4-juillet-pour-la-fondation-dun-blog-collectif-europeen/>

3. <http://etoile.toutteleurope.eu/index.php/post/2010/10/27/Lancement-de-27etc-sur-Slatefr-:politiser-lEurope-pour-se-lapproprier>



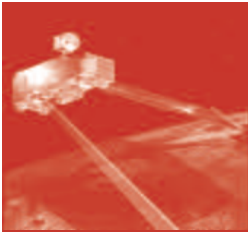
Europe : nouvel espace pour le « journalisme citoyen »

C'est donc ce que l'on pourrait appeler un « journalisme citoyen européen » comme il a été question d'un journalisme citoyen à propos du développement des blogs et de sites internet de journalisme participatif tels que [Agoravox](#). Cette notion de journalisme citoyen est souvent très décriée par les journalistes professionnels qui revendiquent la spécificité de l'activité et des pratiques journalistiques. Les frontières entre journalistes et blogueurs semblent néanmoins moins étanches en ce qui concerne l'actualité européenne d'autant que nombre de journalistes professionnels ont eux-mêmes un blog et tendent à considérer que cette activité fait désormais intrinsèquement partie de leur métier. C'est le cas bien entendu du plus célèbre blogueur francophone sur l'Europe, Jean Quatremer, lui-même correspondant de *Libération* à Bruxelles.

Le rôle d'intermédiaire entre le fait brut européen et le public n'est donc plus monopolisé par le journaliste et l'expert professionnel. Cela montre à quel point les journalistes et les rédactions ont largement échoué de ce point de vue. Leur fonction principale est, en effet, de faire en sorte de décrypter une actualité souvent complexe, mais importante, à destination d'un public dont l'intérêt n'est pas toujours acquis d'avance. Or, sur l'actualité européenne, deux options semblent avoir été privilégiées par les médias jusqu'à présent. La première est celle des grands médias. Elle consiste à très largement délaisser l'actualité européenne au nom des arguments avancés par Franz-Olivier Giesbert : l'Europe est une corvée, une figure imposée. La seconde est celle des médias ultraspécialisés. Elle consiste à choisir la facilité en opérant une couverture de cette actualité d'une façon très technique à destination d'un public déjà très informé et captif. L'Europe est donc considérée par ces médias comme un marché, une niche économique.

L'existence de ce « journalisme citoyen européen » apparaît donc plutôt comme une bonne nouvelle pour la « démocratie européenne » car il est le symptôme d'un « espace public européen » naissant via des blogs collectifs ou des sites internet participatifs où interviennent des euroblogueurs et, au-delà, l'ensemble des parties prenantes au débat européen, du citoyen éclairé au politique, en passant par l'expert, le représentant de la société civile et le lobbyiste. Il vient également combler un vide, celui qui existe entre, d'un côté, la masse des citoyens passifs et largement indifférents vis-à-vis de l'actualité européenne qui sont informés par les grands médias et, de l'autre, des professionnels de l'Europe informés par une presse spécialisée très technique, institutionnelle et bruxelloise, c'est-à-dire entre d'un côté TF1 et les tabloïds et de l'autre une presse ultraspécialisée et les services de communication des institutions européennes. ■

* * *



Information européenne : les raisons d'un mauvais traitement

*par Jean-Sébastien Lefebvre, journaliste français installé à Bruxelles,
spécialiste de l'Europe et des affaires européennes*

La démonstration du désintérêt des médias nationaux pour les affaires européennes n'est plus vraiment à faire. Les statistiques parlent d'elles-mêmes. Dans une étude de l'INA datant de juin 2008, il est relevé que la part dédiée aux informations européennes ne dépasse pas les 2,7% en 2007 dans les journaux télévisés français. Le chiffre tombe même à 1,8% si la chaîne franco-allemande Arte est décomptée. En parallèle, le Centre pour la Communication politique européenne (Center for European Political Communication) a conclu au terme d'une étude menée en Allemagne¹ (ARD) et au Royaume-Uni (BBC1) que ce chiffre était respectivement de 4% et de 3% dans les JT. Même chose en Italie² avec 3% ou au Danemark³ avec 3,7%.

Comment expliquer un si faible intérêt alors que les décisions prises à Bruxelles ont la même importance que celles qui peuvent l'être dans les capitales nationales ?

Il faut d'abord y voir la conséquence d'un a priori existant dans les rédactions au sujet de tout ce qui touche à l'UE : cela serait trop technique et donc ennuyeux pour le lecteur. Ainsi, dans une logique de recherche de l'audience et de crise de la presse, l'information européenne ne rentrerait pas dans le cahier des charges. Si le côté « spécialiste » du travail législatif bruxellois est indéniable, il ne fournit pas non plus une raison valable pour l'ignorer. Des dossiers nationaux peuvent être tout autant techniques sur le fond comme les réformes des retraites, ce qui ne les empêchent pas pour autant de faire la Une des journaux et de provoquer un débat dans toute la société.

Les spécificités de l'information européenne

En réalité, ce qui pénalise le plus l'information européenne, c'est sa nature même. Elle est bien plus complexe que celle en provenance du champ politique national. Cette particularité, nous pourrions la conceptualisée sous le concept allemand de « *Ungleichzeitigkeit des gleichzeitigen* » ou « la non simultanéité du simultané » ou bien « la non contemporanéité du contemporain ».

Alexandre Escudier, du CEVIPOF (Centre de recherches politiques de Sciences Po) définit ce concept de cette façon : « *L'ambition panoramique spatialisante de l'Universalhistorie sert à penser les différentes genèses possibles de l'actualité en telle ou telle partie du globe. Elle débouche sur une perception simultanée (par repérage des identités et des différences) de ce que Koselleck a depuis appelé la « non contemporanéité du contemporain » (Ungleichzeitigkeit des Gleichzeitigen). Autrement dit, l'analyse comparée des états dissemblables d'avancement des Lumières sur le globe est une mise à plat des différences culturelles, de leurs conditions de possibilité, mais sans qu'il y ait nécessairement d'ontologie différentialiste sous-jacente* ».

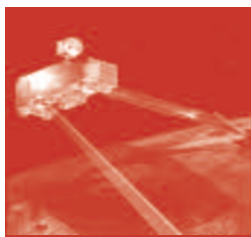
Adapté à l'information européenne, ce concept prend une autre forme, permettant d'exprimer le décalage chronologique, d'intérêt et d'angles des sociétés européennes concernant l'information, résultant de l'inexistence d'une opinion publique unifiée.

1. Centre for European Political Communications, Television news and the European public sphere: A preliminary investigation,

2. Irene Privitera sur le blog de Mario Mauro, vice président du Parlement européen, Radio e tv, quanto parlano di Europa?

3. DR svigter sit ansvar, Af Thomas Nystrøm Tandrup & Torsten Sørensen, Kronik fra Politiken d.31 marts 2008

4. Adequate Information Management in Europe, Understanding the logic of the EU reporting from Brussels, ProjektVerlag, 2007. p.37.



Ainsi, les sociétés européennes, tout en étant à des stades de développement très similaires connaissent des rythmes médiatiques non synchronisés pour les mêmes thématiques. Par exemple, au printemps 2008, la France débattait de l'euthanasie autour du cas Chantal Sébire. Si les médias européens en ont fait état, il ne s'est transporté au Luxembourg qu'à l'automne 2008 lorsque le Grand Duc Henri refusa de signer la loi l'autorisant partiellement et en Italie qu'à l'hiver 2009 lorsque le pays se passionna pour le cas d'Eluana dans lequel l'Eglise catholique intervint. Les Européens parlent donc bien de la même chose, mais pas au même moment.

De plus, cela se traduit aussi par une géométrie variable de l'intérêt des opinions publiques sur ce qui se fait à Bruxelles. En effet, tout ce qui s'y fait n'intéressera pas pas de la même façon les 27 pays. Un exemple relativement simple : lors de la discussion concernant la réglementation de l'appellation « vodka », les débats furent largement repris et discutés dans les pays d'Europe Centrale et de l'Est, car producteurs traditionnels de cet alcool. En revanche, l'Europe de l'Ouest a totalement éclipsé la nouvelle puisque n'entrant pas dans un cadre culturel connu. Les cas pourraient être multipliés à l'infini : huile d'olives, nucléaire, énergie, pêche, agriculture, vin rosé. Ainsi, il existe un filtre à toute tentative de débats paneuropéens. Ces divers degrés d'intérêts font que les médias nationaux pratiquent une sélection réductrice de l'information bruxelloise en fonction de critères nationaux qui ne prennent nullement en compte les enjeux à l'échelle européenne.

Le deuxième élément découle directement de ce qui est nommé le « consensus européen ». Cette culture du compromis qui règne à Bruxelles, aussi bien dans le Conseil qu'au Parlement européen est néfaste à la diffusion de l'information européenne. Comment quelque chose de policé pourrait concurrencer les débats nationaux souvent passionnés et virulents ou une actualité internationale brûlante ?

Le peu de fois que nous voyons une information européenne descendre vers les sphères médiatiques c'est lorsqu'elle est « non consensuelle » comme le rejet par le Parlement européen de l'accord Swift sur les échanges de données bancaires avec les États-Unis ou l'intervention énergique de Daniel Cohn Bendit en pleine session, attaquant violemment José Manuel Barroso juste avant sa réélection. Le cas plus récent de Vivianne Reding est révélateur. Une semaine durant, l'ensemble des médias européens ont couvert les échanges houleux entre la Commissaire européenne et la France, ce qui ne s'était pas vu depuis longtemps.

Dernier point : le décalage des préoccupations. Les problématiques qui sont traitées par Bruxelles ont l'inconvénient d'être issues d'agendas prédéfinis à l'avance, conditionnées à de longues négociations et dépendantes des compétences dont disposent les institutions européennes. Ce manque de flexibilité et de marge de manœuvre fait que le travail réalisé est souvent en décalage complet avec l'attente des citoyens sans que l'UE ne puisse rien y changer.

Alors qu'un débat fait rage dans les opinions publiques, il n'est pas possible pour l'UE d'y prendre part, engluée dans ses propres dossiers, pouvant alors susciter l'incompréhension des citoyens. Nous l'avons bien vu lors des élections européennes de 2009. La crise venait de frapper les économies européennes, les électeurs étaient inquiets pour la situation de l'emploi. Or, en matière de politique de l'emploi, les compétences et leviers sont encore largement dans les mains des États membres. Ainsi, est né un sentiment d'inutilité de ces élections (comme le démontrent les taux de participation) suscitant le désintérêt pour le citoyen et le journaliste, le débat européen n'étant pas en phase avec les préoccupations nationales.

Information européenne : les initiatives qui marchent

Mais avons-nous besoin de solutions ? L'information européenne ne pourrait-elle par perdurer de cette façon ? Tout dépend de la manière de percevoir l'UE. Si cette dernière ne reste qu'un ensemble économique, ces contraintes n'en sont pas puisqu'il s'agit pour chaque pays, chaque opinion publique d'y voir ses intérêts. Dans ce sens, la presse britannique est la plus cohérente avec elle-même.

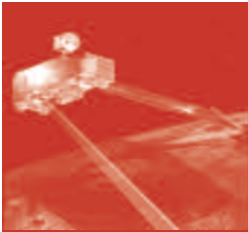


A l'inverse, si la construction européenne est aussi considérée comme la mise en place d'un espace politique commun aux 500 millions de citoyens, cela nécessite la création – même au stade embryonnaire – de nouveaux mécanismes de traitement de l'information.

Des initiatives existent déjà. Parmi elles, nous pouvons citer Cafebabel.com et Euractiv.fr, qui existent tous deux depuis 10 ans. Mais malgré cette longévité, ils restent des médias inconnus du grand public. Le premier a pour difficulté de devoir jongler avec six langues et un aspect participatif/bénévole très aléatoire. Quant au second, il s'adresse clairement à un public de techniciens et est totalement dénué de débats politiques. Il est intéressant de noter que c'est sur Internet que ces projets se développent, support refuge pour une information qui ne trouve pas sa place dans les médias traditionnels.

Un autre point commun bien plus important existe entre Cafebabel.com et Euractiv.com : ils possèdent tous les deux un réseau (que nous pourrions juger insuffisamment exploités pour diverses raisons). Euractiv est présent dans 12 pays, Cafebabel dans 21. Et une des solutions aux défis de l'information européenne réside là : dans la mise en réseau des journalistes, travaillant dans différents pays. A l'heure où les titres nationaux ferment leurs bureaux à l'étranger, les médias européens doivent au contraire miser sur cette décentralisation de leur rédaction pour pouvoir faire remonter et adapter au mieux le traitement de l'information, trouvant le compromis entre les préoccupations nationales et les enjeux européens. ■

* * *



Petit dictionnaire des principaux médias européens

par *Pierre-Yves Castagnac, secrétaire de rédaction à l'IRIS*

Vivre l'Europe ! Oui, mais comment ? La question paraît simple, la réalité journalistique est beaucoup plus complexe tant les médias « européens » sont nombreux et différents. Certains sont très institutionnels, d'autres au contraire beaucoup plus critiques... Mais si, sur la forme, ils diffèrent, ils poursuivent cependant sur le fond une même vocation : faire connaître l'Europe et ses mécanismes à ses habitants. Pour mieux comprendre « qui » fait « quoi », nous vous proposons une courte présentation des principaux médias européens.

Agence Europe

L'Agence Europe est une agence de presse européenne dont le siège est à Bruxelles. Fondée en 1953 au Luxembourg, elle est considérée aujourd'hui dans le monde comme la principale source d'information sur l'Europe. Certains observateurs n'hésitent pas à parler de « bible » européenne tant les dépêches publiées sont complètes. L'Agence Europe joue en réalité un rôle de quasi-agence de presse officielle des Institutions européennes.

L'Agence Europe publie le *Bulletin Quotidien Europe* (en français et en anglais) ainsi que l'*Europe Diplomatie & Défense*, deux fois par semaine. Le *Bulletin Quotidien Europe* existe également en deux versions électroniques : *DanteNet* et *DanteWeb*. Le *Bulletin Quotidien Europe* possède un lectorat majoritairement constitués de décideurs (diplomates, industriels, consultants, etc.). Le site web de l'Agence Europe est accessible en quatre langues (Français, Anglais, Allemand et Italien). Côté tarifs, il faut compter 1580€/an pour le *Bulletin Quotidien Europe* version papier et 530€/an pour *Europe Défense & Diplomatie*.

Bien qu'étant considérée comme une source quasi-diplomatique, l'Agence Europe veille à garder sa neutralité et son indépendance vis-à-vis des politiques nationales et du pouvoir économique.

Site : www.agenceeurope.eu

* * *

Europolitique

Europolitique (et son équivalent anglais : *Europolitics*) est un organe de presse indépendant qui analyse l'actualité de l'Union européenne et de ses institutions. Cette publication a été fondée en 1972 à Bruxelles. Le journal publie aujourd'hui cinq numéros par semaine au format papier et web. Chaque numéro fait en moyenne une vingtaine de pages. Deux versions sont disponibles : l'une en français, l'autre en anglais.

Europolitique n'est vendu que par abonnement. Les tarifs vont de 640€/an pour 11 numéros (mensuel) à 1785€/an pour 223 numéros (quotidien). Cette publication s'adresse à une élite composée principalement de décideurs. Europolitique se positionne comme un relais entre ceux qui prennent les décisions au sein de l'Union européenne et ceux qui veulent en influencer les processus d'élaboration.

Cette publication quotidienne est divisée en six rubriques : politique sectorielle, business et compétitivité, social et santé, politiques externes, fiscalité et économie, et institutions européennes. A tout ceci s'ajoute un agenda permettant de connaître les grands rendez-vous de l'Union européenne. D'après le site internet du journal, Europolitique possède des lecteurs fidèles puisque 75% d'entre eux ont plus de quatre ans d'ancienneté. Site : www.europolitique.info

* * *



European Voice

European Voice est un journal hebdomadaire anglophone qui a été créé en 1995. Il appartient au puissant groupe britannique *The Economist*. European Voice se définit comme « *le seul hebdomadaire avec un point de vue indépendant sur l'UE* ». Sur le plan éditorial, le journal se concentre sur les activités des Institutions européennes (Parlement européen, Commission européenne, Conseil européen,...)

Le site [EuropeanVoice.com](http://www.europeanvoice.com) est actualisé quotidiennement. La version papier n'est accessible que dans quelques kiosques à Strasbourg, Bruxelles, Luxembourg. Le journal revendique une distribution d'un peu moins de 20.000 exemplaires.

European Voice est également connu pour décerner chaque année The EV awards des Européens de l'année. Il récompense les personnes qui ont le plus influencé l'agenda politique et législatif européen. Ainsi, par exemple, en 2008, la commissaire européen chargée de la protection de la consommation, Meglena Kuneva, a été désignée Européenne de l'année. Dans les autres catégories, Jean-Claude Trichet a été désigné officiel de l'UE de l'année, et Nicolas Sarkozy, homme politique national de l'année. Parmi les lauréats, on trouve également le commissaire de l'année et le député européen de l'année, même si les catégories peuvent changer d'une année à une autre.

Site : www.europeanvoice.com

* * *

Euronews

Euronews est une chaîne européenne d'information lancée à Lyon en janvier 1993. Elle diffuse simultanément en neuf langues : français, anglais, allemand, espagnol, arabe, italien, russe, portugais, et turc depuis le début de l'année 2010 (une dixième langue est prévue pour 2011 avec une diffusion en ukrainien). La grille des programmes comporte des bulletins d'information complets sur l'actualité politique, économique et sportive, mais le point de vue adopté est volontairement euro-centré. Euronews se distingue des autres grandes chaînes d'information internationale par une absence de plateau de télévision. C'est la seule chaîne d'information qui ne dispose pas de présentateur vedette. L'analyse de l'actualité y est très factuelle. Les grands titres sont présentés en bref durant la journée et sont approfondis le matin et le soir. L'équipe éditoriale est composée de plus de 200 journalistes.

Euronews dispose d'une couverture mondiale. La chaîne est reçue par près de 300 millions de foyers à travers 150 pays via le câble, le réseau hertzien et le satellite. Cette couverture a quasiment doublé en l'espace de cinq ans.

Euronews choisit d'informer un public élitiste en visant des leaders d'opinion. En effet, les téléspectateurs sont, d'après une étude, plutôt des hommes (68%) âgés en moyenne de 47 ans et disposant d'un revenu personnel moyen de 472 000 euros. Ils occupent des postes de direction et voyagent beaucoup.

Site francophone : <http://fr.euronews.net>

* * *

Euractiv

Euractiv est un réseau de journaux en ligne qui existe depuis 1999. Il se consacre exclusivement aux politiques de l'Union européenne, plus particulièrement aux prises de positions des « acteurs européens » avec l'optique d'en influencer les politiques. Il existe en tout dix sites nationaux - France, Allemagne, Slovaquie, République Tchèque, Hongrie, Espagne, Roumanie, Bulgarie, Turquie et Pologne - et un site global, euractiv.com, basé à Bruxelles. Ce dernier est disponible en trois langues : anglais, français, allemand. Ce réseau de 11 rédactions à travers l'Europe a un lectorat estimé à 590.000 personnes. Le site français revendique de son côté 14.000 abonnés aux newsletters (quotidienne, hebdomadaire et thématiques).

Le modèle économique d'Euractiv.fr repose sur un modèle commercial basé sur les partenariats, la publicité, l'événementiel et la cession de droit de republication. Tous les contenus d'Euractiv sont ainsi en libre accès sur Internet. Juridiquement, la maison mère EurActiv.com est une entreprise britannique "Public Limited Company", équivalent de la Société Anonyme (SA).

Site : www.euractiv.fr



ARTE

ARTE est une chaîne de télévision franco-allemande créée en 1991. Son siège social est basé à Strasbourg à proximité des Institutions européennes. Deux autres bureaux existent : le premier en France à Issy-les-Moulineaux (92), le second en Allemagne à Baden-Baden dans le Bade-Wurtemberg. ARTE est l'acronyme d'« Association Relative à la Télévision Européenne ».

ARTE est une chaîne « culturelle » internationale. La grille des programmes va dans ce sens. Pour l'année 2009, par exemple, les documentaires représentaient 43% des programmes suivis des films pour 18%. Pour le reste, 17% des émissions traitaient de l'actualité, 10% de fictions comme de spectacles et 2% étaient des programmes courts. La part de nouvelles productions est particulièrement importante puisque 75 % des programmes de soirée d'ARTE étaient des inédits en 2008. Les programmes d'ARTE sont disponibles en numérique 24h/24 et 7j/7 en France comme en Allemagne sur la télévision numérique terrestre (TNT), le câble, le satellite et l'ADSL. ARTE est également diffusée à partir de 19h00 sur le réseau hertzien en France. Il existe en tout deux canaux : l'un en français, l'autre en allemand.

Bien qu'ayant de nombreux soutiens politiques et intellectuels, le choix d'une ligne éditoriale principalement axée sur la culture explique sa faible audience. D'après Médiamétrie, qui mesure la part d'audience des chaînes de télévision en France, ARTE ne représentait sur la période 2007-2009 que 1,8 % environ de l'audience moyenne globale. En 2009, cette part d'audience nationale moyenne était même inférieure à celle de plusieurs chaînes de la TNT, telles que TMC, W9 ou Gulli. En Allemagne, cette part est encore plus faible car la chaîne n'est pas diffusée sur un canal hertzien.

Sur le plan économique, cette chaîne est gérée par un Groupement Européen d'Intérêt Economique (GEIE). Il s'agit d'une entité juridique fondée sur le droit européen. ARTE est détenue à part égale par ARTE-France (représenté à 45% par France Télévision, à 25% par l'Etat français, 15% par Radio France et 15% par l'INA) et par ARTE-Deutschland TV GmbH (représenté à hauteur de 50% par ARD et 50% ZDF, les deux principales chaînes de télévision publiques allemandes).

Site : www.arte.tv

* * *

Cafebabel

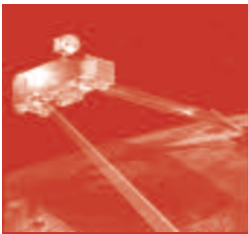
Cafebabel.com est un site internet multilingue dédié à l'actualité européenne. Créé en 2001 par deux étudiants italiens en Erasmus à Strasbourg, ce magazine au format web est publié aujourd'hui en six langues (français, allemand, anglais, espagnol, italien et polonais). Il propose une nouvelle approche de l'Europe à travers un journalisme participatif.

Cafebabel se donne pour objectif de contribuer à l'émergence d'une opinion publique européenne. Le contenu du site est rédigé, puis traduit par une communauté de « babéliens » bénévoles. Il ne s'agit pas de journalistes stricto sensu, mais d'internautes spécialisés dans un domaine en particulier. Le site possède également des blogs multilingues ainsi que des forums qui proposent de poursuivre le débat paneuropéen sur la toile. Juridiquement, cafebabel est une association à but non lucratif répondant au nom de Babel International. Bien que strasbourgeoise de naissance, l'association coordonne aujourd'hui l'ensemble de ses activités depuis Paris et possède un réseau de rédacteurs répartis dans toute l'Europe. Cafebabel dit porter à sa façon la voix d'une certaine « eurogénération ».

Cafebabel a reçu le « Prix de l'Initiative européenne » en 2004 pour récompenser son dynamisme et son implication dans les affaires de l'UE. Ce prix a été décerné par le Club de la Presse européenne, la Maison de l'Europe et le Parlement européen. Cette même année, Cafebabel avait accédé à la reconnaissance internationale grâce à l'obtention d'un statut consultatif auprès du Conseil de l'Europe.

Site : www.cafebabel.com

* * *



Euranet

Euranet est un consortium de radios européennes qui existe depuis avril 2008. Il regroupe dix-sept radios européennes. Certaines ont clairement une vocation internationale comme Radio France Internationale (RFI), d'autres ont une couverture seulement nationales ou même régionales. En tout, quatorze pays européens sont représentés : la France, la Belgique, la Bulgarie, la République Tchèque, le Danemark, la Hongrie, la Grèce, l'Italie, les Pays-Bas, la Pologne, la Roumanie, le Portugal, l'Espagne et la Slovénie.

Euranet diffuse des programmes quotidiens de 30 à 60 minutes sur les radios participant à ce projet, ce qui correspond à 110.000 heures d'émissions chaque année. La grille des programmes permet d'aborder tous les aspects de l'actualité (culturelle, sociétale, économique et politique). Mais bien qu'indépendant sur le plan éditorial, Euranet est née d'une volonté politique, plus exactement d'un projet de la Commission européenne qui visait à créer des réseaux d'information européens multilingues sur les principaux supports (audio, vidéo et papier). Euranet est ainsi activement soutenue par la Commission européenne.

Site francophone : www.euranet.eu/fr

Liste des radios participant à l'Euranet : Radio France International (F), Radio Télévision Belge Francophone (B), Bulgarian National Radio et RFI Sofia (BG), Czech Radio Praha (CZ), Radio Mælkebøtten (DK), Skai Radio (GR), Hungarian Radio (HU), Radio24-Ilsole24Ore (I), Radio Netherlands Wereldomroep (NL), Polskie Radio S.A et Polskie Radio Szczecin S.A. (PL), Europa Lisboa (PT), Radio Romania International et RFI Romania (RO), Radio Slovenia International (SI), Punto Radio Castilla y León (E).

* * *

PressEurop

PressEurop est un portail d'information multilingue sur Internet qui existe depuis mai 2009. Ce site propose chaque jour une sélection d'articles de presse nationale et internationale. Ces articles sont sélectionnés, traduits puis mis en ligne par une équipe de journalistes et de traducteurs. Le contenu web est disponible en dix langues (français, allemand, anglais, roumain, polonais, espagnol, italien, portugais, tchèque et néerlandais). Il s'agit en fait de l'équivalent de ce que fait l'hebdomadaire *Courrier international* à l'échelle de l'Europe. *Courrier international* est d'ailleurs l'une des principales parties prenantes de cette entreprise.

PressEurop est né suite à une initiative de la Commission européenne. Il fonctionne en synergie avec Euranet et Euronews, mais garde une ligne éditoriale neutre et indépendante. Sur le plan économique, PressEurop est un GEIE – Groupe Economique d'Intérêt Européen – dont le siège social est basé à Paris. Ce GEIE regroupe en tout quatre médias : *Courrier international* (France), *Internazionale* (Italie), *Forum-Polityka* (Pologne) et *Courrier internacional* (Portugal). PressEurop accueille 250 000 visiteurs uniques chaque mois sur son site web. . Site : www.presseurop.eu/fr ■

* * *