

NI JOURNALISTE NI PIGISTE

Bernard Cottin

raconter la vie

Mon engagement : le fruit d'une rencontre improbable

Comment, ce jour d'automne 2006, mes yeux ont-ils rencontré une annonce de recrutement dans un journal que je ne parcourais qu'une dizaine de fois dans l'année ? Je me poserai la question encore longtemps. J'ignorais alors que cette opportunité modifierait le rythme de ma vie quotidienne pendant sept ans. Si j'ai fait acte de candidature, c'est que j'ai pensé que ce job me permettrait de mieux connaître les habitants de ce village où je venais de m'installer. Ce que je n'ai pas deviné un instant, c'est que je me « prendrai au jeu » pour servir son image et sa notoriété. Et puis, comme j'ai toujours travaillé, tout au long des 36 ans de ma vie professionnelle, dans la communication et l'information, j'ai pensé aussi que ce serait dans mes cordes. Au journal, on m'a accueilli à bras ouverts, et ce n'est que récemment que j'ai enfin compris pourquoi.

Me voilà donc parti à la découverte de Y, mon nouveau village, et du quotidien régional X pour lequel j'allais désormais travailler.

X, un grand quotidien régional français

Il couvre 6 départements, avec 18 éditions différentes, une diffusion totale d'environ 250 000 exemplaires. La majorité d'entre eux est vendue au détail, très peu par abonnement. 1 700 correspondants environ collaborent à sa rédaction. Le journal appartient à un énorme groupe financier.

Y : un village très accueillant, voire attachant

C'est un village de la « France profonde », qui compte plus de 1 000 habitants. On y trouve deux écoles élémentaires, des gendarmes, des pompiers, des commerçants, des agriculteurs, une maison de retraite réputée, deux médecins généralistes, quelques bonnes sœurs, et même une fanfare ! On y rencontre aussi un garde-forestier, en charge de la grande forêt communale voisine.

Le challenge : publier un article par jour

Ce défi ne m'a jamais été signifié précisément par le journal. Il s'est, au contraire, imposé de lui-même au fil de la collaboration quotidienne et des encouragements de la rédaction. Il peut paraître ambitieux pour un aussi

petit village. L'expérience montre qu'on peut même faire mieux si l'on s'en donne la peine : cet objectif a été largement dépassé, puisqu'il est paru plus de 600 articles et autant de photos chacune des trois dernières années. Une coïncidence est aussi à l'origine de ce bon résultat : une expansion remarquable des activités économiques, culturelles, et de la démographie de la commune pendant la période de ma collaboration. (cf annexe à la fin de ce document). Ce « rythme de croisière » devrait pouvoir perdurer si un nouveau correspondant prenait ma succession dans un proche délai.

Mais que relatent ces articles ?

Il peut être intéressant pour les néophytes d'en faire un court exposé. Il existe trois catégories d'articles : l'annonce d'un événement, le compte-rendu après un événement, et l'article dit « magazine », qui n'est pas lié à l'actualité quotidienne.

L'annonce est d'un intérêt évident pour l'organisateur de l'événement : elle doit contribuer à attirer le maximum de public, quelquefois en complément d'une action publicitaire simultanée. Cette démarche, a priori élémentaire, n'est pas aussi simple qu'il y paraît pour le CLP. Trop souvent les organisateurs oublient de le prévenir, ou le font trop tard. J'ai pris conscience, dès la première année, de la fréquence de cette négligence. Celle-ci présente deux inconvénients : ne pas informer à temps le public concerné, et empêcher le CLP d'en faire un compte-rendu puisqu'il n'a pas assisté à l'événement.

Après avoir pris conscience que X « larguait » ses CLP dans la nature avec un minimum d'information et de formation, et sans aucune aide matérielle, j'ai écrit en 2010 un document intitulé « correspondant de presse mode d'emploi » à l'attention des divers responsables concernés, et notamment des associations. Avec la bénédiction de la mairie et celle de ma hiérarchie au journal, j'ai organisé en septembre une séance de présentation de cet outil. Avec comme résultat un échec à deux niveaux : l'absence d'un représentant du journal pour me « parrainer » et cautionner mon action, et un désintérêt patent du public concerné, avec quatre ou cinq auditeurs seulement. Je me suis donc contenté de distribuer quelques exemplaires du document ici ou là de manière aléatoire. Résultat, les informations ont continué de m'être transmises « au compte-goutte » dans un premier temps.

Petit à petit, au fur et à mesure que je « faisais mes preuves », la situation s'est améliorée. Globalement je ne peux compter les fois où je n'ai été prévenu qu'au hasard d'une rencontre lors d'une réunion, ou même simplement dans la rue, ce qui encourage à ne jamais se déplacer sans son agenda et un crayon !

Le compte-rendu est aussi une fonction importante du CLP. Il permet d'amplifier l'impact d'une initiative ou d'un événement auprès des rares lecteurs individuels, et, mieux encore, de tous les organismes institutionnels qui lisent le quotidien systématiquement pour se tenir au courant des informations qui concernent le territoire géographique de leur compétence. Plus globalement, il permet d'informer des lecteurs empêchés d'assister à une manifestation qui, a priori, les intéressait. C'est un exercice souvent délicat parce qu'il interdit au rédacteur de trop entrer dans les détails puisque l'espace disponible est toujours contingenté. L'exemple-type est le conseil municipal. Les décisions votées sont souvent trop techniques pour intéresser les lecteurs, à moins de les assortir de nombreuses lignes d'explication. Il faut extraire celles qui sont faciles à comprendre parce qu'elles sont « terre-à-terre », et traduire les autres en langage courant. Cela représente un travail très long, donc peu rentable : 2 ou 3 heures de présence, le plus souvent le soir, plus un temps équivalent de retranscription.

Le magazine, lui, constitue un moyen appréciable de combler les périodes creuses, sans informations, qui sont récurrentes. En contrepartie, certaines autres proposent trop d'infos, comme la plupart des week-ends et les périodes saisonnières d'activités intenses et multiples, ou tout simplement en raison des effets de la fameuse « loi des séries ». Une rubrique fortement encouragée par le journal est constituée d'un portrait avec photo d'un personnage remarquable de la commune. C'est un exercice délicat : il faut être documenté, précis, diplomate.

Les photos méritent aussi quelques explications. Elles représentent un complément quasi-obligatoire des textes. Quand elles sont en couleurs, elles rendent moins austère l'allure générale du journal, et attirent l'attention du lecteur sur le contenu de l'article illustré. Credo de X, et sans doute de tous les titres similaires : si on prend soin de photographier ensemble

plusieurs individus qui assistent à un événement, et qui peuvent se reconnaître à la sortie du journal, eux-mêmes, ou leurs proches, auront envie, par fierté, d'en acheter un exemplaire, même s'ils ne sont pas des lecteurs assidus. Avec une mention spéciale pour les enfants, pour lesquels il faut, d'ailleurs, une autorisation spécifique des parents. Expérimenté sur le terrain, ce postulat ne paraît pas avéré, surtout en raison du caractère éphémère de ce media, retiré de la vente au détail chaque soir de la parution. À partir du lendemain, cela devient plus compliqué : il faut faire une commande spécifique pour se le procurer.

Un site internet spécialisé

Grâce à la vulgarisation de l'internet et de la photo numérique, c'est évidemment beaucoup plus simple et rapide aujourd'hui qu'au début de ce siècle. Il fallait alors porter au bureau de la rédaction un exemplaire-papier du texte et le négatif de la photo correspondante. Fin 2012, un nouveau site internet dédié exclusivement aux CLP a été mis en place. Cette fantastique banque de données reçoit en permanence, et souvent simultanément, les articles et photos de l'armée de tous les CLP du groupe. Certes, il n'est pas évident de s'en servir, surtout pour des retraités pas très doués pour ces techniques « révolutionnaires ». Ceux-ci arrivent quand même à s'y habituer cahin-caha.

Conséquence pratique de ce système informatique : un article accompagné d'une photo peut techniquement paraître dans le numéro mis en vente dès le lendemain au tabac-presse du village. Celui-ci sera imprimé le soir-même par la grosse rotative hypersophistiquée du journal, et être livré au petit matin dans les multiples points de vente du département concerné.

Les plaisirs du métier

Comme j'avais été recruté pour remplacer un correspondant gravement blessé lors d'un accident de voiture, on m'a vite mis à l'ouvrage. Cela a été un très gros boulot de défrichage en solo, car je ne pouvais demander de l'aide à mon prédécesseur. Il a fallu que je j'apprenne à connaître progressivement qui siégeait au conseil municipal, à la communauté de communes, qui étaient le conseiller général du canton et le député de la circonscription. Quelles étaient la vingtaine d'associations actives de la commune, leurs actions, leurs dirigeants. Même topo pour plusieurs

structures présentes au village : les commerçants et leurs activités, les 2 écoles, la brigade de gendarmerie, celle des pompiers, le centre de pèlerinage, etc. Cette commune est aussi le chef-lieu du canton, et appartient à une communauté d'une vingtaine de communes.

Cette phase de la collaboration est passionnante : on y découvre tous les aspects humains et techniques de la profession. En plus des innombrables contacts que l'on a dans le village, on apprend à connaître peu à peu le fonctionnement du journal lui-même, et à travailler avec les collaborateurs salariés proches géographiquement. Et c'est alors qu'on découvre l'envers de ce décor, beaucoup moins idyllique.

L'envers du décor ou les quelques déplaisirs du métier

Un CLP débutant sait pertinemment qu'il sera très mal payé, puisque cela devient de notoriété publique. Il sait aussi qu'il devra aussi utiliser son propre matériel de photo et informatique, et prendre en charge la totalité de l'abonnement indispensable au téléphone et à internet, de même que la maintenance, voire le dépannage de ces matériels. Il sait aussi qu'il sera payé 45 jours après la remise de la facture mensuelle, c'est-à-dire plus de 60 jours après les remises d'articles de début de mois. Ce dont il ne prend conscience que plus tard, c'est le caractère chronophage de cette activité. Cette caractéristique rend encore moins attrayante sa maigre rémunération.

La plupart des observateurs sont d'accord pour reconnaître qu'elle correspond, quand on tient compte du temps passé, à un tiers de SMIC environ. Un article de 20 lignes, plus une photo sont facturés exactement 7, 32 €. Cela peut représenter 2 à 3 heures de travail si l'on comptabilise le temps passé pour assister à l'événement. Le comble, c'est que cette rémunération est restée inchangée depuis 1999, alors que, depuis cette date, le taux de l'inflation est évalué à 28 % environ, et le SMIC a augmenté de 48 % ! Même le taux kilométrique de remboursement des frais de déplacement est inférieur au barème officiel mis régulièrement à jour par le fisc.

La dernière mauvaise nouvelle à ce propos est arrivée quand les CLP ont découvert leur nouveau site internet en 2012. L'une des rubriques du sommaire est intitulée « honoraires ». On a tous compris que le propos était d'uniformiser les rémunérations des CLP de plusieurs journaux dont la grille de tarifs varie d'un titre à l'autre, afin de faire, encore, des économies d'

échelle. Voici un extrait d'un message officiel d'un directeur, à ce propos : « X travaille maintenant à la mise en place de l'outil « honoraires » ... et, comme certains correspondants locaux de presse s'inquiètent déjà des conséquences de cette mise en place sur le montant de leurs honoraires, disons-le tout net : rien ne va changer ». Les CLP sont restés abasourdis par un tel cynisme... et, effectivement, rien n'a changé : 18 mois plus tard, l'outil « Honoraires » est toujours là, vide de contenu, et totalement inutile, en tout cas, pour X ! Reculade ou sursis ? On ne le saura peut-être jamais...

Prétexte avancé par la plupart des journaux pour refuser systématiquement toute augmentation : les difficultés économiques du secteur. Cela est de bonne guerre : tous les patrons avancent couramment le même argument, surtout en début de négociations. Et, en l'occurrence, cela est avéré. La presse écrite n'arrête pas d'avoir des problèmes depuis le début des années 1970, avec la prolifération d'un nouveau concurrent, la presse gratuite, puis le démarrage de la publicité à la télévision, et les crises économiques trop nombreuses depuis des décennies. Pourtant, dans le cas de X, le prétexte devient quelque peu indécent, quand on sait qu'il est possédé par un mastodonte des banques et assurances françaises.

Ce qui est aussi remarquable, c'est l'ambiance délétère dans laquelle se passe cette collaboration. Tous ces journaux se complaisent dans une opacité quasi-paranoïaque. Il suffit de surfer sur internet pour constater à quel point il est difficile de trouver des informations sur ces entreprises de presse, leurs résultats financiers, leurs personnels... et même leurs tarifs de publicité ! Conséquence concrète sur le terrain : alors que les CLP travaillent in fine pour augmenter les ventes du titre dans leurs villages, il leur est interdit de connaître les statistiques de sa diffusion, au prétexte qu'ils ne sont que des simples fournisseurs extérieurs de l'entreprise.

Heureusement, à l'échelle d'un village, il est facile de demander au tabac-presse le nombre d'exemplaires vendus, et au facteur celui des exemplaires distribués par la poste aux abonnés. Il est vrai que les résultats sont navrants : on a pu lire dans le *Nouvel Economiste* en mai dernier que la chute de la diffusion des quotidiens régionaux était de 5,7 % en 2012. Le recul des recettes publicitaires est l'autre fléau de ces journaux. (plus d'info en annexe à la fin de ce document).

Les CLP sont aussi méprisés à un point inimaginable. Voici deux

expériences que j'ai vécues au tout début de ma collaboration. Je m'aperçois, en vérifiant le montant du virement du paiement de ma facture, que celui-ci avait été amputé de 30 €. J'ai réagi vivement au téléphone. Il m'a été répondu que j'avais surfacturé une prestation. On a eu l'air étonné que je sois outré par cette décision unilatérale arbitraire, sans même m'en parler au téléphone. Jamais au cours de ma vie professionnelle, je n'ai été victime d'une telle désinvolture !

Même topo quand, un peu plus tard, je me suis aperçu que je n'avais pas reçu le virement correspondant à ma dernière facture, alors que celle-ci avait été transmise dans les délais. On m'a répondu qu'on avait oublié de la faire suivre au service comptable compétent et qu'il faudrait donc attendre le 15 du mois suivant. Ah bon ! J'aurais quand même apprécié qu'on décroche alors le téléphone pour me prévenir de ce contretemps.

Ces anecdotes sont significatives de l'existence de 2 principes omniprésents dans la collaboration des CLP avec le journal : il n'y a pas de petites économies pour gérer le budget, trop important à leur gré, des honoraires ; la pratique d'amputer en douce les factures des CLP est monnaie courante et certains d'entre eux n'y voient que du feu. Autre principe de base : on ne téléphone jamais à un CLP pour le féliciter ou l'encourager ! On le fait seulement pour lui faire des reproches, ou lui demander un service... Par exemple pour remplacer au pied levé un autre CLP empêché ou malade, ou, plus rarement, un journaliste défaillant. Il est rare que le CLP refuse de faire exceptionnellement le boulot d'un journaliste. En général, le sujet est plus intéressant, et cela le change de la routine quotidienne du village. Le journal y gagne aussi en termes de dépense, car, même si leurs collaborateurs salariés ne gagnent pas des fortunes, le coût de l'article en question diminue de moitié, voire des trois quarts s'il est rédigé par un CLP !

C'est aussi à cause du prix de revient des articles que tous ces journaux emploient de plus en plus de CLP , en dehors des villages, pour des fonctions attachées directement aux bureaux de rédaction des localités plus grandes. Cela concerne le plus souvent les sports, la culture, ou des faits divers. Pour la seule agence d'une ville moyenne, on compte une soixantaine de correspondants, dont la moitié seulement s'occupent des petits villages. C'est un abus d'usage qui s'est installé progressivement au fil des années.

En tout cas, on ne téléphone jamais non plus quand on change le texte ou le titre d'un article, ou encore la légende d'une photo. Le secrétaire de rédaction chargé de la mise en page a la mission délicate de caser les articles et photos des villages dans l'espace réservé par la rédaction en chef. Parce que les effectifs de personnels salariés sont de plus en plus réduits, le préposé à la mise en page est « surbooké » : il a juste le temps de modifier unilatéralement, sans concertation, le travail préparé par les CLP. On trouve ainsi des articles insensés, parce qu'on a fait sauter une ou deux phrases indispensables à la compréhension de l'ensemble. On part aussi du principe qu'une grande majorité des CLP est incapable d'écrire un titre convenable. Il est donc remplacé systématiquement par un autre titre, parfois moins opportun que le premier, quelquefois parfaitement abscons par rapport au contenu de l'article.

Autre incident assez fréquent : on change le cadrage d'une photo sans changer la légende correspondante. Du coup cette dernière peut indiquer le nom d'une personnalité qui a été coupée au recadrage.

Les bavures de ce genre sont légion, et, à chaque anicroche, c'est évidemment le CLP qui est aux premières loges pour en endosser la responsabilité. L'instauration progressive de ce système bancal, et maladroit psychologiquement, nuit terriblement, in fine, à la qualité rédactionnelle du journal.

La boucle est bouclée

L'expérience que j'ai vécue pendant ces quelques années a été extrêmement positive sur le plan des contacts humains. Comme prévu, et au-delà même de mes espérances, j'ai constitué un réseau de relations nombreuses et d'une extrême variété, aussi bien dans le village qu'au sein du journal. J'ai eu un réel plaisir à travailler avec les journalistes de la proche agence de la rédaction, malgré les inconvénients du système de fonctionnement inhérent à notre statut.

J'ai voulu témoigner pour aider les CLP à se faire connaître et reconnaître, en dépit de l'indifférence affichée par les dirigeants de « la France d'en haut ».

J'ai quitté le job début janvier 2014, comme je l'avais prévu depuis au moins

un an. J'ai proposé au moins à une vingtaine de personnes de prendre ma succession. En vain. X a échoué aussi dans son recrutement. Actuellement, c'est une collègue d'un village voisin, déjà responsable de 3 localités, qui vient, quand elle le peut, couvrir tel ou tel événement. Le nombre d'articles par mois est passé de 50 à 10 environ. Beaucoup d'habitants du village déplorent cette dégradation et se désintéressent de X.

Globalement, le recrutement des CLP est de plus en plus difficile, et cela n'est pas près de s'améliorer tant que leur statut ne sera pas revu à la hausse sur le plan financier, et tant qu'ils seront traités avec autant de désinvolture, voire de mépris.

Et, maintenant, je comprends enfin pourquoi on avait accueilli ma candidature avec autant d'enthousiasme il y a 7 ans... La boucle est bouclée !

POUR EN SAVOIR PLUS

Annexe 1 : le village Y

Liste non exhaustive des principaux événements que j'ai « couverts » en 7 ans.

Celle-ci démontre l'extraordinaire dynamisme du village et de ses habitants dans des domaines d'une très grande variété. Cette caractéristique est à l'origine de la plupart des très nombreux articles que j'ai pu écrire.

inauguration de 3 hôtels-restaurants, 1 restaurant, et 1 pizzeria

réhabilitation de 2 hôtels-restaurants anciens

reprise et relancement de 3 magasins : la boulangerie, l'épicerie, le tabac-
presse

ouverture d'une bouquinerie et d'une poterie

démarrage d'une couturière et d'une esthéticienne

installation d'un distributeur de billets et destruction par un attentat 3 ans
plus tard

installation de 8 éoliennes et de 4 toitures photovoltaïques

création de nouveaux locaux techniques de la mairie

divers travaux de voirie et d'enfouissement de lignes électriques

création d'une salle des associations

création d'un jardin d'enfants

changements successifs de propriétaires du camping 4 étoiles
créations successives de 2 poulaillers de plus de 10 000 poudeuses
création d'un élevage de canards
lancements successifs de 2 lotissements de maisons individuelles
création et installation d'un espace pédagogique forestier
etc.

Annexe 2 : le journal X

Son histoire est la même que celle de la plupart de ses confrères de la presse quotidienne régionale. Fondé en 1944 par d'anciens membres de la Résistance, ce journal s'est développé à un rythme soutenu pendant un quart de siècle, dans un contexte quasi-mopolistique. Ensuite, des ennuis successifs sont venus troubler l'essor du media presse écrite : la prolifération de nouveaux journaux gratuits, puis l'arrivée de la publicité à la télévision, et enfin l'essor d'internet. Tout cela au travers de plusieurs crises économiques qui ont bousculé le marché de la publicité.

À leur demande, via le lobbying de leur puissant syndicat professionnel, les pouvoirs publics ont consenti des aides diverses pour sauvegarder leur action dans les régions, et les milliers d'emplois qu'ils représentent. C'est dans ce cadre que le législateur a inventé le statut du CLP.

Qui écrit quoi dans le journal : analyse du contenu d'un numéro choisi au hasard : celui du 26 février 2014.

36 pages dont 2 seulement en noir et blanc, le reste en 2 couleurs ou quadrichromie

Page 1 : quelques publicités et une photo d'accroche d'actualité internationale, nationale, régionale, ou même très locale

Pages 2 à 8 : région – faits divers loisirs, culture, programme des cinémas

9 à 11 : actualités de la ville proche

11 à 17 : actualités des villages et petites villes

18 à 20 : carnet, annonces légales, petites annonces

21 et 22 : résultat des courses pour l'hexagone

23 et 24 : sports nationaux

25 et 26 : sports régionaux

27 à 30 : infos France-monde

31 : rubrique périodique : « vie quotidienne » = courrier des lecteurs + animaux domestiques

32 : météo

33 : programme TV + jeux

34 : « 24 heures d'infos » nationales et internationales + magazine régional

nombre de pages écrites par des CLP : 8 environ

nombre de pages écrites par des journalistes locaux ou régionaux salariés : 8 environ

nombre de pages écrites par des journalistes nationaux : 4 environ

Les CLP ont en charge le recueil des infos, l'écriture des textes + les photos de 40 % des articles écrits par le journal.

Annexe 3 : statut des CLP

Les CLP sont des « sous-journalistes », (sans carte de presse évidemment), méconnus dans les grands centres urbains, qui ne travaillent que pour la presse quotidienne régionale, notamment pour la plupart, dans des petits villages ou villes. Comme ils ne sont pas salariés, puisqu'ils ont un statut de travailleur indépendant, ils n'intéressent pas les organisations syndicales. Et comme ils sont très dispersés géographiquement, il leur est très difficile de se regrouper pour défendre leurs intérêts. Et les journaux, forts de leur quasi-monopole sur l'information locale et régionale, n'ont de cesse de les en empêcher.

Beaucoup d'entre eux sont retraités, puisqu'ils ont du temps libre, et un revenu régulier qui permet de subvenir à leurs besoins essentiels. Ce sont quelquefois des adultes, notamment des femmes, pour qui la maigre rémunération proposée aide quand même à boucler les fins de mois. Les jeunes, qui seraient tentés éventuellement par la profession de journaliste, ne sont pas volontiers accueillis car leur collaboration est trop éphémère.