

Compte rendu de la rencontre entre Pouvoir Citoyen en Marche et les journalistes

-
Mercredi 1er février 2017

Présents :

Claude Alphandéry / Corinne Ducrey / Patrick Viveret / Jean-Baptiste de Foucauld / Jean-Pierre Worms / Laurence Baranski / Martine Parant / Bénédicte Fumey / Grégoire Bienvenu

Caroline Broué (France Culture) / Aurélien Colly (France Inter) / Bénédicte Magnier (AFP) / Vittorio De Filippis (Libération) / Marc Cantarelli (Explicite) / Anne Rodier (Le Monde) / Catherine Pétilon (France Culture)

Patrick Viveret : Réunion pour faire face à un défi vital pour les démocraties. Il existe un double volet : d'un côté une polarisation négative autour des peurs d'aujourd'hui, de l'autre une polarisation créative qui est exceptionnelle sur le terrain mais reste trop peu visible. Ce défi est commun aux mouvements citoyens et aux médias, pour une co-construction d'une meilleure démocratie. Comment les rédactions abordent-elles les mouvements citoyens et quelles sont leurs difficultés ?

Aurélien Colly : La question des mouvements citoyens est très abstraite, on ne sait pas comment la « vendre » sur France Inter. Le 7/9 ou le Téléphone sonne sont des émissions politiques mais la question qui se pose est « comment intéresser les auditeurs ? ».

Jean-Baptiste de Foucauld : Les mouvements citoyens racontent plein de belles histoires, qui nécessairement entraînent une forme de dispersion. Le dilemme de l'unité est de passer par l'abstraction.

Caroline Broué : Sur France Culture, une émission mensuelle pour raconter une histoire citoyenne, mais a trop peu connaissance des mouvements citoyens.

Anne Rodier : Avant il y avait dans Le Monde un espace pour l'économie sociale et solidaire. Mais les histoires donnaient l'impression de se répéter, il est plus facile de médiatiser un événement, qui peut être une porte d'entrée pour un sujet plus large.

Aurélien Colly : Le positivisme des mouvements citoyens agace aussi une partie de la population et alimente le décrochage.

Bénédicte Magnier : Il faut montrer que la société civile peut apporter des solutions, c'est le début du récit à tisser. Il faut valoriser les initiatives locales pour montrer l'importance du réseau. Une grande difficulté des mouvements citoyens c'est de montrer leur ampleur nationale.

Aurélien Colly : Les problématiques sont différentes pour chaque média : un produit radiophonique, une image télévisuelle, ... Chacun dispose d'un support spécifique.

Marc Cantarelli : Les émissions de débat à la télé sont faciles à intégrer et peuvent offrir de la visibilité mais aujourd'hui les mouvements citoyens ne sont pas répertoriés. Il faut se faire connaître des journalistes et devenir un bon client. La télé doit continuellement trouver des intervenants.

Vittorio De Filippis : C'est difficile de mettre les mouvements citoyens dans des cases.

Bénédicte Fumey : Les mouvements citoyens refusent de mettre en avant une seule personne.

Marc Cantarelli : Gros déficit de relations presse. Pourquoi les auditions citoyennes ne sont pas couvertes ? Elles sont un bon moyen de faire parler de nous !

Catherine Pétilon : On peut aussi prendre le sujet sous un autre angle afin de montrer que le mouvement est déjà présent chez les citoyens, à l'échelle individuelle. Il faut voir plus large et ne pas s'enfermer uniquement dans les médias spécialisés. Il faut s'imposer dans la mécanique médiatique, accepter le jeu et persister. Il faut aussi accepter d'élargir le débat, de changer les termes

utilisés, de revoir les éléments de langage pour être audible.

Patrick Viveret : Comment les médias s'organisent dans le contexte actuel de montée des extrêmes et de post-vérité ?

Marc Cantarelli : Retour au terrain, les journalistes retournent en région pour chercher à comprendre ce qu'il se passe.

Aurélien Colly : On ne pense pas assez à la puissance de feu de l'internet qu'on a abandonné à la fachosphère. Le nouveau combat se passe sur internet. Le fact-checking n'est pas ce qu'il y a de plus efficace, il faut surtout occuper le terrain : les mouvements citoyens doivent se positionner sur le terrain de la ré-information.

- Il faut travailler les éléments de langage
- La vidéo est un outil très puissant si pédagogique, humoristique, simple
- Importance des réseaux sociaux où il est nécessaire d'être très présents
- Se réapproprié et s'inspirer des acteurs qui produisent déjà des contenus originaux

Corinne Ducrey : Est-il intéressant que nous travaillions ensemble, mouvements citoyens et médias ?

Caroline Broué : Dans un temps plus long. Pour l'instant il faut d'abord exister en tant que collectif et gagner en visibilité, après nous pourrions véritablement travailler avec les médias.

Tour de table de conclusion

Aurélien Colly : Il serait intéressant de salarier une personne à plein temps afin de travailler la communication de Pouvoir Citoyen en Marche. Un(e) attaché(e) de presse par exemple ?

Caroline Broué : Il est nécessaire que les mouvements citoyens travaillent ensemble pour acquérir une véritable force de frappe et provoquer un relai médiatique. Il faut développer une image marketing.

Vittorio De Filippis : Les réseaux sociaux sont un véritable chaos, pas sûr que marche.

Marc Cantarelli : Il faut d'abord être plus visibles sur les médias traditionnels. Ne pas hésiter à faire de l'opportunisme électoral.

Catherine Pétillon : Il faut prendre exemple sur la communication du site <http://expertes.eu/> qui recense toutes les « expertes », pour améliorer la visibilité des femmes dans les médias. Il faut également événementialiser nos messages, pour leur donner un intérêt médiatique. Enfin il faut occuper le terrain des mots pour avoir une place dans le débat médiatique. Les mouvements citoyens disposent de nombreuses ressources pour peser dans beaucoup de sujets, il faut arriver à renvoyer les actualités aux associations qui ont voix au chapitre.

Débriefing interne à Pouvoir Citoyen en Marche

Il y a un problème intrinsèque de communication chez PCEM. Pour exister dans les médias il faut savoir clairement se définir, pouvoir se nommer, faire de notre diversité un tout. Les mouvements citoyens n'ont pas encore atteint le stade de maturation qui leur permette d'exister médiatiquement. Il faut fédérer une dynamique. Les journalistes ont une sympathie pour nous mais ne nous connaissent pas, la balle est dans notre camp.