

Le 5 février dernier, le Cercle Humania, sous l'égide de l'Apéc et de Kurt Salmon, invitait Nicolas Beytout, Président-fondateur de *L'Opinion*. Le thème de la soirée portait sur **le lien entre le social et les médias**.

Personnalité remarquable, la vie professionnelle de Nicolas Beytout est consacrée à la presse et à l'univers économique. Diplômé de l'Institut d'études politiques de Paris, il « écoute son ADN » et oriente sa carrière vers le journalisme. Il officiera à *L'Économie*, *La Correspondance Économique*, *la Lettre des Échos*, *Les Échos*, dont il est nommé rédacteur en chef, puis directeur de la rédaction en 1996. Il sera, par la suite, Directeur de la rédaction au *Figaro* de 2004 à 2007 puis Président Directeur Général du Groupe *Les Échos* jusqu'en 2011.

En 2013, Nicolas Beytout crée un nouveau journal, *L'Opinion*, qu'il définit comme d'orientation « libérale, probusiness et proeuropéenne ».

Fort de la richesse de son expérience, il a livré à l'auditoire de DRH réunis pour l'écouter (85 DRH représentant plus de 1,4 million de salariés), ses convictions sur le lien entre le social et les médias ainsi que sur l'évolution du métier de journaliste.

La traditionnelle séquence des questions-réponses a donné l'occasion à Nicolas Beytout et aux DRH d'échanger sur ces thèmes clés.

L'équipe de Kurt Salmon présente, était constituée, pour la circonstance, de Claude Bodeau, Associé, Maud Ayzac et Laurent Friedmann, Seniors Managers. Vincent Chaudel, Directeur communication et marketing et Quentin Hacquard, Assistant de communication.

Le premier thème développé est le lien entre le social et les médias. Si Nicolas Beytout a la conviction que la thématique sociale est intrinsèquement « noble » d'un point de vue journalistique, il constate que les jeunes qui démarrent le métier ne choisissent jamais cette spécialité (reléguée loin derrière le journalisme de guerre ou le journalisme politique). La réalité est que la « matière sociale » est complexe, difficile à couvrir et à hiérarchiser objectivement. Nicolas Beytout nous montre qu'elle laisse souvent peu de place à la rationalité et qu'elle est, le plus souvent, appréhendée au travers de partis pris.

Traiter des questions sociales, c'est avant tout se pencher sur l'humain, parler des femmes et des hommes et souvent basculer dans l'émotion au risque d'altérer son objectivité. Dans les contextes de crises sociales, les journalistes se font un devoir de donner une tribune aux « sans voix » et de leur apporter leur protection sous la forme d'un soutien implicite. Le traitement de l'information sociale est ainsi déséquilibré nous dit Nicolas Beytout, phénomène accentué encore par le silence qu'observent en général les dirigeants des sociétés françaises.

Chacun se sent directement ou indirectement concerné par l'actualité sociale. A ce titre, elle constitue une information de proximité, ce qui démultiplie encore son impact et l'intérêt qu'elle suscite. Nicolas Beytout nous rappelle « la loi du mort kilométrique » (qui explique l'importance d'une information en fonction de son ampleur et de sa proximité avec ses destinataires) pour illustrer cette spécificité.

L'évolution du métier de journaliste est le deuxième thème sur lequel s'exprimera Nicolas Beytout.



Il nous rappelle que le métier de journaliste consiste traditionnellement à trouver, sélectionner et hiérarchiser l'information. Les technologies de l'information de ce début de siècle mettent cette démarche à la portée de tous. L'information est largement disponible sur Internet où chacun peut la trouver, elle est sélectionnable grâce aux moteurs de recherche et hiérarchisée en direct par les internautes. Dans ce contexte, les journalistes ont le sentiment que leur savoir-faire est en train de leur échapper. Notre intervenant perçoit une grande inquiétude au sein de la profession qui tend à se refermer sur elle-même.

Les journalistes doivent aujourd'hui prendre en compte des changements majeurs de leur profession sur plusieurs registres. D'abord, sur le fond de leur métier : « qui attend la parution d'un journal pour connaître le résultat d'une épreuve sportive majeure ? » interroge Nicolas Beytout, le canal Web est devenu incontournable. Ensuite, il nous interpelle sur l'impact de l'information. Il remarque que les médias exclusivement Web changent leur « une » plusieurs fois par jour. Comment marquer l'esprit des lecteurs, démarquer l'essentiel de l'accessoire avec une information fluctuante ? Il démontre ainsi que l'édition papier reste, elle aussi, indispensable. C'est par elle que le media peut préserver une forme d'impact et d'influence.

Enfin, notre intervenant attire notre attention sur le registre des modalités de travail des journalistes qui, selon lui, doivent impérativement évoluer, qu'il s'agisse d'accepter de ne plus recourir, de la même manière, aux métiers qui n'ont pas le même sens que par le passé (secrétaires de rédaction, par exemple) ou, tout simplement de remettre

en cause des avantages acquis (comme le nombre de semaines de vacances) qui, aujourd'hui, obèrent l'équilibre financier des médias traditionnels et menacent leur pérennité.

La mise en perspective de ces constats et de ces analyses conduisent naturellement le directeur du journal *L'Opinion* à nous expliquer comment et pourquoi il a fondé son quotidien. Logiquement, il s'est adapté aux différentes évolutions qu'il a mises en exergue. *L'Opinion* est à la fois un média on line, pour répondre à la demande d'instantanéité de notre époque, et un média papier, qui a vocation à préserver une forme d'influence.

Nicolas Beytout ne se contente plus de trouver, de sélectionner et de hiérarchiser une information accessible par ailleurs, il croit que la véritable plus value de *L'Opinion* est, d'une part, de proposer des articles de fond, consacrés à la politique, l'économie et l'international, et, d'autre part de se livrer à une analyse critique de l'actualité selon un positionnement clairement affiché, en l'occurrence, « libéral, probusiness et proeuropéen ». Par cette posture résolument engagée, il ambitionne de créer une communauté qui affiche un point de vue particulier, argumenté au gré de l'actualité.

La clé de voûte du métier de journaliste est devenue, selon lui, son engagement et sa capacité à exposer ses convictions, qui conduisent les lecteurs à la réflexion.

« Un média doit être engagé car ce qui n'est pas engagé n'est pas visible » nous dira Nicolas Beytout en guise de conclusion.



Claude Bodeau

Associé
claude.bodeau@kurtsalmon.com

Maud Ayzac

Senior Manager
maud.ayzac@kurtsalmon.com

Laurent Friedmann

Senior Manager
Tél.: 06 21 54 16 22
laurent.friedmann@kurtsalmon.com