

Journalistes et fiers de l'être

Discours de Catherine Alexandre (présidente ABPE) en 2000, à l'occasion des 50 Ans du journalisme d'entreprise en Belgique

Entreprendre une relation historique sur une époque, sur un personnage ou -comme c'est le cas ici- sur une association professionnelle, c'est toujours être tenté d'écrire le mot fin au bas de la dernière page. Idée choquante! Notre quinquagénaire se porte à merveille et le groupe francophone, une jeunesse d'à peine 26 ans, n'est pas prêt à déposer le bilan.

Comment s'y prendre alors pour faire comprendre ce que fut la vie de l'ABPE pendant ce quart de siècle? Se limiter à la stricte chronologie souvent fastidieuse risquerait de lasser le lecteur. Alors pourquoi pas un abécédaire qui permette de faire le tour des thèmes qui ont constitué le centre des préoccupations du groupe tout au long de ces années?

Certes ces sujets ne sont pas l'apanage du groupe francophone. Certains d'entre eux sont communs aux deux ailes de l'Association. Mais l'ABPE a marqué pour eux un intérêt tout particulier et une sensibilité peut être différente comme en témoigne d'ailleurs le contenu des bulletins de liaison du groupe depuis les origines jusqu'au dernier numéro de Rédactuel. La liste qui suit est forcément subjective et naturellement non exhaustive.

Assemblées : les assemblées régionales de l'ABPE sont évidemment l'occasion pour les membres de se rencontrer et pour le Comité de direction de faire le bilan des actions entreprises. Elles se déroulent le plus souvent dans une des entreprises membre et donnent l'occasion à des orateurs de marque d'exposer leurs idées sur un sujet en rapport avec le métier.

Belge : l'Association est restée belge envers et contre tout et malgré des tensions parfois vives entre les deux groupes. Mais le métier de journaliste d'entreprise est le même des deux côtés de la frontière linguistique même si les sensibilités sur certains sujets varient quelque peu et nombre des journaux des membres paraissent dans l'une et l'autre des langues régionales. Les nouvelles structures dont s'est dotée l'ABPE/BVB en 1999 ont été conçues pour que se poursuive une collaboration enrichissante entre les deux groupes tout en leur garantissant une large autonomie : une solution typiquement belge.

Communication : évidemment ! Même si le sens de ce mot devient de plus en plus flou à force de recouvrir un nombre croissant de domaines, la Communication reste un des grands thèmes débattus au sein de l'Association. Communication et information sont-elles compatibles? L'Association doit-elle s'ouvrir à la Communication interne dans son sens le plus large? La Communication est-elle un outil de management? Des thèmes qui ont fait l'objet de débats passionnants et passionnés au sein du groupe.

Crise : c'est clair, les journalistes d'entreprise se sentent directement concernés par la crise quand elle survient dans leur entreprise. Comment réagir? Avec quels moyens et surtout quelle autonomie fonctionner lorsque l'entreprise se retrouve dans l'œil du cyclone. De quel côté se situe alors le journaliste d'entreprise? Celui du patron ou celui des travailleurs?

L'attention du groupe francophone s'est régulièrement penchée sur ces questions. Et plus particulièrement lorsque, dans les années 80, le personnel des ACEC s'est mis en grève avec le droit à l'information comme principal sujet de revendication. Ou lors de la lamentable fermeture de Renault-Vilvorde, lorsqu'à l'initiative du Comité de direction le Conseil d'administration publia un communiqué de presse pour stigmatiser l'attitude des dirigeants de l'entreprise face à l'absence d'information des travailleurs. En organisant enfin, en avril 98, une journée d'étude sur la communication en période de crise qui, par son intérêt et le succès qu'elle rencontra, restera dans les annales de l'Association.

Déontologie : un sujet qui mobilisa l'énergie du Comité de direction pendant près d'une décennie pour arriver enfin à l'adoption par l'ABPE/BVB en 1997 du *Code de déontologie du journaliste d'Entreprise*, charte fondamentale à laquelle les membres peuvent se référer dans l'accomplissement de leur tâche.

Droit : droit de la presse, droits d'auteur, statut juridique du journaliste d'entreprise, loi sur l'utilisation des langues : l'aspect légal de la profession suscite un vif intérêt chez les membres qui n'ont jamais boudé les séances d'informations qui y furent consacrées, surtout quand elles étaient animées par de brillants juristes comme Alain Berenboom, Marc Grossmann ou François Tulkens.

Enquêtes : "connais-toi toi-même" disait le philosophe. L'ABPE a fait sienne cette maxime en interrogeant régulièrement ses membres : qui sont-ils, que font-ils, quelles sont leurs attentes... Par ailleurs, l'enquête est un des seuls moyens dont dispose le journaliste d'entreprise pour mesurer la pertinence de son travail. L'Association s'est interrogée à plusieurs reprises sur les techniques et les limites de ce mode d'investigation.

Français : à la lecture des numéros de *Rédactuel* et de ses prédécesseurs, la langue française apparaît comme le cheval de bataille de l'ABPE. A de multiples occasions, elle s'est penchée sur le respect de la langue, la nouvelle orthographe, les erreurs à ne pas commettre... Point d'orgue de cette démarche, l'organisation en 1999 d'une "journée de la langue française" au cours de laquelle un des orateurs souligna que les francophones de Belgique avaient tendance à sacraliser la langue française. Alors, bien belge l'ABPE?

Formation : un des grands soucis du groupe francophone, qui depuis le début de son existence organise pour ses membres des formations et des ateliers toujours très appréciés. Des techniques d'écriture à l'organisation d'une équipe de rédaction en passant par la mise en page, la photo ou l'élaboration d'un plan de communication, l'ABPE aide ses affiliés à se perfectionner.

Glasnost : transparence et journaux d'entreprise peuvent-ils cohabiter ou la presse d'entreprise reste-t-elle définitivement classée comme "la voix de son maître"? Une question de fond que se pose l'ABPE avec régularité.

Illustration, dessin, photo, mise en page... Attentive au fond, l'ABPE l'est aussi à la forme. Les journalistes d'entreprise ne disposant pas toujours de spécialistes pour réaliser ces tâches, ils trouvent conseils pratiques et règles d'utilisation auprès de l'association.

Journaliste et fier de l'être : tel est le credo du groupe francophone. Même si de nombreuses interrogations viennent se greffer sur cette affirmation. Sommes-nous de "vrais" journalistes, la presse d'entreprise peut-elle se comparer à l'autre presse? Pour en parler, l'ABPE a souvent invité des hôtes de renom: Dominique Wolton, Jean Rebuffat, Albert du Roy, Yves Agnès, Jean-Jacques Jespers, Gabrielle Lefèvre... Quoiqu'il en soit, l'Association est et reste une association professionnelle dont le but est la défense du métier de journaliste d'entreprise.

Liberté : le journaliste d'entreprise jouit-il d'une certaine liberté dans l'exercice de sa fonction? Entre indépendance quasi totale et action sous influence, toutes les réalités se côtoient dans la profession. Par ses actions, notamment la publication du code de déontologie, le groupe francophone tente d'aider ses membres à se constituer un espace de liberté.

Médias : si le journal reste un des piliers de la presse d'entreprise, d'autres médias se sont développés au cours des dernières années. Vidéo, radio, téléphone, intranet... l'ABPE n'a pas manqué d'explorer ces nouvelles techniques d'information des travailleurs. Dès 1995, le groupe francophone s'intéressait d'ailleurs déjà à l'intranet qui n'en était pourtant qu'à ses débuts en Belgique.

Membres : le fondement de l'Association. Leur fidélité, leur enthousiasme et leur dynamisme confèrent sens et légitimité aux actions des Comités de direction successifs. A ses débuts, le groupe francophone comptait seulement quelques dizaines de membres. En 1989, le cap des 100 affiliés était franchi. Actuellement, le groupe en totalise plus de 180, représentant 121 entreprises.

Prix : le groupe francophone a milité pour que soient réunis les Prix du fond et de la forme, les deux aspects lui semblant indissociables. C'est chose faite depuis 1999 : l'ABPE décerne annuellement le Prix de la Presse d'entreprise pour la Belgique francophone.

Rédactuel : est le trimestriel du groupe francophone. Il succède, depuis 1988, au "Bulletin d'informations pour journalistes d'entreprise" publié sous différentes formes, depuis les débuts du groupe. Cette publication, entièrement rédigée par des membres, est le journal d'entreprise de la presse d'entreprise. Son contenu est le reflet fidèle de la vie de l'Association, de ses combats, de ses idées. C'est pourquoi sa parution tient particulièrement au cœur du Comité de direction qui le considère comme un lien indispensable entre les membres.

Travailleurs : sans eux, pas de presse d'entreprise. Ils représentent in fine l'unique raison d'être de l'Association. Ces dizaines de milliers de lecteurs (spectateurs) sont notre justification ultime. Que l'emploi soit concentré sur un seul site ou sur plusieurs, parfois même à travers tout le pays, que l'entreprise soit de taille moyenne ou grande, cela n'y change rien. Aujourd'hui bien plus qu'hier, les collaborateurs demandent à comprendre les raisons qui motivent l'entreprise à prendre telle ou telle direction. A cet égard, la presse d'entreprise a de beaux jours devant elle.