

## UN CERTAIN REGARD

Philippe Bertrand, chroniqueur à France Inter, Président du jury Cap'Com 2009

# «Il faudrait redéfinir la réussite»

Dans son émission quotidienne *Carnets de campagnes*, le chroniqueur de France Inter laisse, entre 12h30 et 12h45, la parole aux acteurs locaux, régionaux voire internationaux. Loin des mauvaises nouvelles, Philippe Bertrand y valorise les petites régions souvent stigmatisées. Originaire d'Aignay-le-Duc, petit village de Bourgogne, le quinquagénaire blagueur à la voix grave connaît son sujet sur le bout des doigts. Après avoir fait ses premiers pas sur les ondes pour Radio Dijon Campus il entre, par une branche locale, à Radio France. L'année dernière, Philippe Bertrand a présidé le jury Cap'Com qui a décerné le 1<sup>er</sup> prix à la campagne de communication sur la plainte déposée à la HALDE par Gilles Poux.

« La campagne sur la Halde était la plus réussie. C'était choc. Il y avait bien sûr d'autres clips de qualité sur le développement durable ou la qualité de vie. J'ai découvert par cette expérience que certaines collectivités locales pouvaient souvent avec de petits moyens être audacieuses.

Mais avec la campagne courneuvienne on avait un point politique très fort. Tous les membres du jury [Cap]Com ont pris le clip en pleine poire. On aurait pu croire à une bande-annonce de film. D'ailleurs on s'est demandé par quels moyens il avait été réalisé. Le rendu est très impressionnant. Au départ, on s'est dit que communiquer sur cet événement était peut-être un peu surfait. Mais finalement la parole est donnée aux citoyens sous forme de micro-trottoirs, on les sent acteurs et propriétaires de leur territoire, de leur espace de vie. Il y avait dans cette campagne de communication dénonçant les discriminations territoriales, une sorte de solidarité populaire qui a séduit l'ensemble du jury. Cap'Com est très réceptif aux discours politiques comme c'était le cas là.

Ce projet visait à combattre l'image ghettoïisée de La Courneuve, souvent montrée dans les médias. Le souci est que l'on pourra toujours critiquer



les médias, mais ils ne peuvent donner qu'une version des faits. L'autre problème est que ces mêmes médias donnent une image très arrêtée d'un événement. Les gens sont figés dans une réalité et finalement jouent le jeu

**«C'est une erreur de systématiser le malheur ou la désespérance à un endroit»**

On nous montre en train de flamber une voiture, flambons en une autre ! De toute façon c'est l'étiquette qu'on nous a collée ! Pour changer il faudrait faire un travail de fond. Faire entendre, faire voir différemment, laisser d'avantage parler, montrer le côté positif. Le rôle de l'information n'est pas de dramatiser, aujourd'hui elle profite du drame, mais elle devrait relater tous

les dysfonctionnements ou les grandes décisions qui changeraient le quotidien. Les jeunes de cette génération posent des problèmes. Au lieu de dire « on n'a pas de ble, on s'en prend plein la tête, on se fout de nous » il faut avancer ! Créer des choses à partir de ses savoirs faire. Ça c'est positif et constructif. Il y a de quoi désespérer mais il y a de quoi désespérer pour tout le monde. Moins on a de ble plus on désespère, c'est une évidence. Mais plus on en a plus on le gaspille inutilement.

C'est une erreur de systématiser le malheur ou la désespérance à un endroit. Parfois il vaut mieux vivre dans une banlieue sensible qu'une campagne reculée. La qualité de vie n'est pas la même. Pas de loisirs, pas d'équipements sportifs, pas de culture et moins d'opportunités professionnelles que partout ailleurs. Je n'exagère pas les choses. La jeunesse des campagnes est foudroyée là-bas, mais les

jeunes d'aujourd'hui sont les mêmes. Ils ont les mêmes aspirations. Aujourd'hui on veut être chanteur, danseur, artiste, mais menuisier ou maçon, hors de question. Bourgeois comme banlieusards font la queue pendant trois heures un jour de soldes pour un polo Lacoste. Ils sont tous victimes de la consommation. Pour eux exister c'est ça.

Donc il faut de l'argent. L'image compte énormément pour les jeunes et je trouve ça assez inquiétant. Il faut les responsabiliser. La solution passe par cet esprit là. Il faut redéfinir la réussite. Si réussir c'est avoir de l'argent, être une star à la TV, si ça en reste là dans les esprits, c'est pas la peine ! Se construire, avoir du plaisir à faire ce qu'on fait, l'important est là. Quand on aura autre chose que de la connerie à la télévision, qu'une pseudo-culture de banlieue à nous proposer ou à proposer à la banlieue, on avancera. »

Propos recueillis par Isabelle Meurisse