

un film réalisé par
SALHIA BRAKHLIA & MOULOUD ACHOUR

SERVICE PUBLIC

UNE RÉDACTION FACE À UNE ÉLECTION

LES LOULOUS PRESENTENT

SERVICE PUBLIC

Un film de Salhia Brakhlia et Mouloud Achour

1h16 – France – 2022 – 1.85 – 5.1

AU CINÉMA LE 23 NOVEMBRE

RELATIONS PRESSE

LA PETITE BOITE

Audrey Le Pennec & Leslie Ricci

audrey@la-petiteboite.com

leslie@la-petiteboite.com

DISTRIBUTION

Zinc.

9 rue Pierre Dupont

75010 - Paris

RELATIONS PRESSE DIGITALE

CARTEL

Lucile Astesana

lucile.astesana@agence-cartel.com

SYNOPSIS

Salhia Brakhlia a posé sa caméra pendant un an sur le plateau et dans les coulisses de la matinale de France Info.

Comment informer à l'heure des réseaux sociaux et des fake news ?

Quelles précautions prennent les journalistes ?

Quelles relations avec les politiques en coulisses en pleine élection présidentielle ?

Cette plongée unique dans l'envers du décor de l'information apporte des éléments de réponse.

ENTRETIEN AVEC SAHLIA BRAKHLIA CO-RÉALISATRICE

Comment est né ce projet ?

Il est apparu au terme d'une discussion avec Mouloud Achour, avec qui je suis amie et qui coréalise ce film. Lors de mes débuts à la matinale de France Info, je lui racontais mon quotidien et bien qu'il évolue dans les médias, il a découvert encore certaines choses, comme la réalité du rythme des matinaliers ou la rigueur particulière de la rédaction de France Info.

Avec la campagne présidentielle qui s'annonçait dans un contexte de défiance croissante envers les médias, avec un poids de plus en plus important des réseaux sociaux, on s'est dit qu'il devenait nécessaire de montrer les coulisses d'un média aussi important que France Info. Une manière de couper court aux fantasmes, de déconstruire les théories du complot, notamment sur les liens étroits entre journalistes et politiques. En ouvrant les portes d'une antenne du service public, en étant transparent, on peut permettre aux gens de comprendre où va l'argent de leurs impôts, quelle est notre mission et comment nous le menons à bien.

En quoi le cinéma vous semblait-il être un bon support ?

C'est un moyen d'aller plus loin, car le cinéma événementialise le sujet, il permet d'organiser des débats à l'issue des projections. En décalant un peu le film de la campagne, on laissait aussi le temps aux spectateurs d'absorber la présidentielle et de revenir à leur quotidien avant de leur montrer comment on avait vécu ce moment de l'intérieur. D'une certaine manière, c'est la même démarche que celle du réalisateur Cédric Jimenez lorsqu'il montre, dans Novembre, comment la DGSJ a traqué les terroristes : c'est un retour sur ce qu'on a vécu et ce qui s'est passé en off. Et puis ce documentaire a une valeur éducative, le cinéma va nous permettre de le présenter aux écoles. Bref, pour toutes ces raisons (timing, support, moyen de faire vivre le film), le cinéma est devenu une évidence.

La rédaction a-t-elle tout de suite adhéré à l'idée ?

La direction de France Info a tout de suite accepté le projet. Évidemment au sein de l'équipe de la matinale, cela a suscité quelques petites inquiétudes, notamment sur le fait que les caméras soient présentes tout le temps... (Et oui, personne n'a forcément envie d'être filmé tous les jours à 4h du mat') Mais on leur a expliqué que l'idée était d'être en immersion, peu importe l'actualité, peu importe l'humeur et le moral des journalistes, pour raconter le quotidien. Finalement, tout le monde a joué le jeu.

La matinale est un monde à part. En quoi y êtes-vous à l'aise ?

C'est une petite société parallèle qui est agréable à vivre parce qu'on n'est pas nombreux, on est tous globalement dans le même état de fatigue donc il y a certaine solidarité, une bienveillance qui se crée... Et puis la bonne humeur, elle est indispensable quand on se réveille au milieu de la nuit pour aller bosser.

A l'antenne, on ne s'exprime pas de la même manière qu'en pleine journée. Partant du principe que l'on réveille les gens ou qu'on les accompagne dans leur début de journée, il faut choisir les mots pour que ce ne soit pas trop anxieux et surtout veiller à garder un équilibre entre mauvaises et bonnes nouvelles. Le but de l'opération n'est pas que les gens aient envie de se recoucher immédiatement.

Quelle complicité vous lie à Marc Fauvel ?

Nous nous aimons beaucoup. J'adore travailler avec Marc car j'ai une confiance totale en lui et j'apprends tous les jours à ses côtés. Nous avons la même vision du métier car on a en commun d'avoir fait, avant, beaucoup de terrain. Quand on a fait le tour de France, couvert plusieurs élections et suivi tous les partis politiques, on ne pose pas les mêmes questions que les autres.



Qu'impose l'exercice du duo ?

C'est un jeu d'équilibriste car en 30 minutes d'interview, nous devons nous répartir équitablement le temps de parole. Comme on respecte mutuellement notre travail, quand l'un tient une idée, l'autre ne l'interrompt pas et le laisse relancer. Avec Marc, l'équilibre se fait assez naturellement et de manière plutôt fluide car nous avons aussi nos domaines de prédilection : lui est plutôt sur l'économie et l'écologie, moi, sur la sécurité, l'immigration et les questions d'identité.

Vérifiez-vous réellement vous-mêmes les infos ?

Bien-sûr, c'est nécessaire. Les politiques venant avec leurs infos, leurs chiffres, leurs éléments de langage et leurs messages, il est essentiel d'arriver armés face à tout cela. C'est pourquoi la préparation d'une interview nous prend, à chacun, entre trois et quatre heures. Une assistante met sur papier tous les thèmes choisis en amont, lors d'une réunion, et y ajoute le maximum d'infos mais il arrive qu'il n'y en ait pas assez ou que d'autres éléments nous parviennent après. Voilà pourquoi Marc et moi faisons un mini point juste avant de prendre l'antenne pour réactualiser.

Que représente une campagne présidentielle pour des journalistes de matinales ?

C'est notre coupe du monde ! Pendant un an, on tient un rythme soutenu car on ne décroche jamais : on se lève politique, on mange politique, on dort politique... Et tous les cinq ans, on vit cette compétition avec son lot de surprises. Cette fois, on a assisté à l'irruption de Zemmour sur la scène politique, à la guerre en Ukraine, à la candidature d'un président sortant et à un taux d'abstention grandissant. Notre défi, à ce moment-là, était donc d'intéresser les Français à une élection à laquelle ils ne croient plus vraiment parce qu'ils ne se sentent pas représentés.

Et l'enjeu, lors d'une campagne présidentielle, est de bien gérer le casting de vos invités car c'est un luxe d'avoir 30 minutes d'antenne le matin sur France Info. Sachant cela, on ne laisse pas parler n'importe qui et on fait bien la différence entre les personnalités politiques qui ont des choses à dire, à proposer, et les commentateurs. Notre ligne est de choisir ceux qui sont légitimes, qui ont vocation à agir et qui peuvent aborder des sujets qui concernent les Français en faisant avancer le débat. Cela nous oblige à refuser beaucoup de gens...

Quel est le moment opportun pour recevoir un candidat ?

Le timing est subtil. Ça ne sert à rien de recevoir un candidat s'il a déjà donné plusieurs interviews car il ne fera que répéter ce qu'il a dit ailleurs. En revanche, un candidat qui arrive avec ses propositions sur un thème précis, que l'on pourra développer ensemble pour essayer de comprendre son projet, est intéressant. Mais il y a toujours une réflexion à avoir. Le cas Zemmour a fait débat, par exemple, car il a mis du temps à officialiser sa candidature et disait partout qu'il était boycotté par le service public. La logique aurait voulu qu'on le fasse mentir en l'invitant mais on ne voulait surtout pas tomber dans le piège de la promotion du livre qu'il publiait alors. Lorsqu'il a dit, sur BFM, « tout est prêt, il n'y a plus qu'à appuyer sur le bouton », on s'est décidé à lui donner la parole... en considérant qu'il était candidat.

Les grands thèmes de chaque campagne s'imposent-ils naturellement ?

Ce sont les Français qui les imposent. Lors d'une campagne, il est essentiel de faire entendre les électeurs et cette fois, leur préoccupation était le pouvoir d'achat. Mais la guerre a éclaté et elle a tout bouleversé. C'était une première pour moi et j'ai découvert que sur des faits aussi puissants, il fallait être encore plus vigilant sur le choix des invités et la façon dont on posait les questions. Or sur un tel sujet, on a rapidement vu comment les candidats se comportaient – certains se discréditaient tout seul, d'autres prenaient de l'envergure.

Comment maintenir l'équilibre entre les questions de l'électeur et celle du journaliste politique ?

Avant de poser les questions d'initiés, il y a un devoir de pédagogie à faire. On doit remettre en perspective chaque annonce, décision ou proposition. Par ailleurs, on consacre 25 ou 26 minutes sur les 30 au programme – avant de faire de la « politique politicienne », c'est-à-dire de parler des alliances, etc. Et il ne faut pas oublier qu'on est des messagers. Or quand on a la chance d'avoir chaque jour, face à soi, quelqu'un qui prend des décisions pour les Français, on doit répondre aux interrogations de chacun. D'ailleurs, lorsque j'annonce les prochains invités sur Twitter, beaucoup de gens me livrent leurs questions et il arrive que cela mette en lumière des problématiques que je décide d'intégrer à l'interview. A chaque présidentielle, on constate qu'il y a une vraie demande d'information, de décryptage. Notre mission est

donc de donner aux auditeurs un maximum de clés, pour leur permettre de comprendre ce qu'il se passe en France et à l'étranger et quelles sont les propositions de chacun avant de décider pour qui voter.

D'où vient cette méfiance grandissante envers les journalistes ?

Certaines erreurs ont été faites par le passé. Il y a eu des connivences et l'époque veut que les journalistes donnent leur sentiment sur tout et n'importe quoi. Cette prolifération d'éditorialistes, de polémistes et de commentateurs fait le lit de cette méfiance. C'est normal, après, de penser que l'info est orientée. Or ce n'est pas notre rôle : quand France Info aspire à ne donner « Les faits, rien que les faits », c'est une ligne qui invite à défendre la valeur de l'information.

Le devoir d'impartialité dans le service public est un thème qui revient souvent dans le film. Est-il totalement réalisable ?

A partir du moment où l'information est délivrée par des êtres humains, des citoyens, des gens qui pensent, elle n'est pas 100% neutre mais il y a, vis-à-vis du service public, une confiance qu'il ne faut pas trahir. Ayant toujours exercé mon métier avec un maximum de neutralité, je me plie à cette exigence avec d'autant plus de force. Je fais attention au choix des mots dans mes questions, j'adopte la même attitude face à tous les candidats, quel que soit leur parti. C'est pour cela que lorsqu'une interview se transforme en débat comme c'est arrivé avec l'écologiste Julien Bayou, on se fait remonter les bretelles par notre chef. C'est rare mais sur ce coup-là, nous étions fatigués, agacés par ses éléments de langage et sa langue de bois et on l'a bombardé d'arguments. On a fini par sortir de notre rôle.

Souffrez-vous de l'essor de la com' en politique ?

Oui. Beaucoup d'hommes politiques se servent des médias dans le seul but d'exister mais ils n'ont pas grand-chose à proposer. Sans idée de fond, on assiste à un concours de punchlines et c'est désolant car la politique doit rester une affaire de convictions ; peu importe l'échelle, elle doit venir d'une envie de servir sa commune ou son pays et être considérée par ceux qui en font comme une mission. Dans la classe politique, beaucoup y croient encore et quand ils viennent défendre leurs idées sur un plateau, c'est génial parce que ça vient du fond. Mais les commentateurs, il y en a aussi de plus en plus, et les Français ne s'y trompent pas. Or c'est en faisant la différence entre les deux et en n'invitant que ceux qui ont des convictions à défendre qu'on peut montrer notre exigence et se démarquer.



Certains candidats montrent-ils parfois des tentatives de connivence ?

Connivence, non. Lorsqu'ils arrivent dans le studio, tous nos invités sont a priori sympathiques – Dupond-Moretti a beau jouer la pression, quand on connaît le personnage, on ne se laisse pas impressionner et il se révèle très gentil. Après, si l'interview leur déplaît, ils peuvent repartir en râlant, mais c'est le jeu. Quoi qu'il en soit, je n'ai aucun problème à leur expliquer à l'issue de l'émission s'ils n'ont pas compris pourquoi j'ai posé certaines questions.

Les candidats sont-ils toujours meilleurs en off ?

Le plus souvent, oui. La plupart se restreignent et ce qui est dommage c'est que beaucoup, en étant plus naturels, gagneraient une image plus positive.

Lorsqu'Emmanuel Macron soulève la question du nouveau traitement de l'information, qu'est-ce que ça vous inspire ?

Cette réflexion est liée aux états généraux de l'information et de la presse qu'il souhaite organiser. C'est un sujet qui le préoccupe, notamment à cause des ingérences étrangères via les réseaux sociaux. Cette perte de crédibilité des journalistes et des médias mainstream devient un problème démocratique.

Le nouveau traitement de l'information par les réseaux sociaux rend, en tout cas, la tâche des journalistes plus compliquée. Les gens faisant face à des infos non vérifiées, à des rumeurs et à des théories complotistes, nous, en plus de vérifier nos propres informations, nous devons démonter celles qui sont fausses.

Quel usage faites-vous de Twitter ?

Habituellement j'ai beaucoup de recul par rapport aux réseaux sociaux. On peut m'adresser des messages sur la plupart et je sais mettre de la distance par rapport à ce que je reçois. Mais il peut m'arriver, en fonction de mon état de fatigue, d'être plus sensible aux critiques, notamment quand je lis, après avoir reçu un ministre de la majorité que je suis macroniste, un candidat de gauche que je suis gauchiste, ou soutien de Marine Le Pen quand je la reçois...

Cette élection a marqué vos premières soirées électorales en plateau. Comment les avez-vous vécues ?

C'est assez grisant. Il faut savoir que nous, journalistes, avons les résultats vers 19h30... Pendant une demi-heure, on dispose donc d'une information que 67 millions de Français attendent avec impatience ! Complicé de tenir sa langue. Tout est extrêmement réglementé. En tout cas en revoyant le film, je réalise tout ce qu'on a vécu et je me dis que toujours fou de vivre ce moment historique.

ÉQUIPE MATINALE SERVICE POLITIQUE

Marc Fauvelle
Brunissende Desordons
Philippe Poulenard
Anne le Gall
Julie Verne
Isabelle Labeyrie
Paul Plumet
Fanny Guinochet
Olivier Chauve
Christine Peña

Lucie Barbarin
Céline Bayt-Darcourt
Lorrain Sénéchal
Olivia Leray
Solène Cressant
Mathilde Jullien
Renaud Dély
Jean-Christophe Thomas
Marion Lagardère
Maureen Suignard

Jean-Jérôme Bertolus
Audrey Tison
Julie Marie-Leconte
Yannick Falt
Hadrien Bect
Neila Latrous
Benjamin Mathieu
Victoria Koussa

LISTE TECHNIQUE

REALISATION	SALHIA BRAKHLIA ET MOULOU D ACHOUR
IMAGE ET SON	CHARLOTTE VAUTIER
MONTAGE	MAËLIA LENOIR
MIXAGE	MARCO CASANOVA, STUDIO KGB
MUSIQUE	MOULOU D ACHOUR
PRODUCTION	LES LOULOUS, PREMIERE FOIS
DISTRIBUTION FRANCE	ZINC