

Audition BFMTV

- *Marc-Olivier Fogiel, directeur général de BFMTV depuis 2 ans*
- *Céline Pigalle, Directrice de la rédaction*

La chaîne compte environ 300 journalistes.

BFM TV est une chaîne d'informations en continu qui est très exposée à des risques de diffusion de fausses informations, d'erreurs journalistiques.

Comment sont sélectionnés les experts qui interviennent sur la chaîne ?

Les experts sont sélectionnés **selon leur capacité d'expertise**.

Lors de l'épidémie du coronavirus, le service santé de la chaîne a constitué une liste de médecins validée par APHP. Cette base de données a ensuite servi à nourrir les plateaux.

Il y a eu un véritable travail à tâtons et **une adaptation au fur et à mesure** ; des experts ont pu être retirés de la chaîne à mesure que le contexte évoluait.

Cette évaluation de la capacité d'expertise se fait selon **des critères de pédagogie, de capacité à l'antenne**. Il peut arriver que certains continuent d'avoir une présence à l'antenne non en tant qu'expert mais en tant que personnalité publique (Didier Raoult par exemple).

Ce protocole d'évaluation est effectué pour tous les sujets d'expertise. Par exemple sur des sujets d'antiterrorisme, la chaîne va demander l'avis de la DGSI sur les experts.

Il y a **3 niveaux d'invités** :

- les invités d'actualité : acteurs de sujets d'actualité, qui demandent le moins de vérification
- Les experts ponctuels : ceux qui interviennent sur des sujets ponctuels
- Les experts « estampillés » BFMTV: ceux qui vont intervenir en cas de grand sujet d'actualité, tels que la pandémie ou des actes terroriste. Ce sont des experts qui nécessitent une lourde vérification

La rationalisation de ce protocole de vérification (avec l'aide d'institutions scientifiques ou publiques) pour tous les sujets **est difficilement réalisable** en raison de la réalité du rouleau compresseur de l'information

Est-ce qu'il y a une analyse/bilan qualitative : est-ce qu'on a bien traité ce sujet ?

BFMTV ne fait pas d'analyse qualitative en tant que telle mais **fait un travail quotidien de rétrospective** avec des comités éditoriaux spécialisés, des cellules de fact-checking etc.

La **chaîne se responsabilise quotidiennement** : sur les questions climatiques, elle ne va pas inviter à dessein un climatosceptique. Les propos problématiques restent rarement non commentés ou non contredits.

De plus, la chaîne a **le souci d'avoir une démarche journalistique qui converge avec la démarche scientifique**. La chaîne fait attention à compter des journalistes spécialisés dans ses rangs, ce qui permet de rendre justice aux vérités scientifiques établies et de réagir aux erreurs/mensonges qui peuvent être exprimés.

Question de l'influence du buzz des réseaux sociaux sur les sujets à traiter

La chaîne ne peut pas passer à côté des buzz sur les réseaux sociaux mais **essaie de prendre du recul en analysant ces sujets** pour décider si l'information a une place à l'antenne ou non. Ce n'est pas le spectaculaire qui guide la démarche.

Le "buzz" permet d'attirer le regard de BFM sur un sujet, puis ils s'en saisissent de manière journalistique.

Le risque est amplifié en raison du fait que des personnes ont compris que le buzz permet d'influencer les médias : ils relayent des vidéos pour que les chaînes s'emparent de ces sujets.

La chaîne continue à surveiller les réseaux de manière proactive pour dénicher des sujets intéressants à mettre à l'antenne.

Différentes logiques de vitesse:

On dit des chaînes d'information en continu qu'elles se doivent d'aller trop vite, mais en réalité, elles ne cessent de ralentir la cadence par souci de vérification des faits. Ce sont finalement les réseaux sociaux qui sont les plus rapides puisqu'ils s'affranchissent de ces règles de vérification des faits.

Au moment des attentats de Charlie Hebdo et de la crise des médias qui s'en est suivie, il y a eu une prise de conscience de la nécessité pour la profession de ralentir, par risque de commettre de graves erreurs.

- **Sur les campagnes de désinformation.** BFMTV ne se sent pas forcément visée par des campagnes de désinformation. Ils ont toutefois besoin de plus d'outils techniques pour analyser et lutter contre les deep fake.
- **Vis à vis de Cnews,** ils considèrent que ce n'est pas une chaîne d'information mais une chaîne militante.
- **La chaîne adopte une démarche journalistique et pédagogique**
 - Une cellule dédiée au *fact checking* a été créée, ainsi qu'une émission appelée « A l'épreuve des faits » le samedi qui fact check les sujets de la semaine. Ils font toutefois attention à ce que le fact checking ne devienne pas le seul lieu d'énonciation de la vérité, le but est de repartir sur une démarche journalistique.
 - Elle participe aussi au CLEMI.
 - Pour regagner la confiance, ils font des vidéos virales pour montrer les coulisses de la fabrication de l'information.
 - Ils vont sur Twitch pour dialoguer avec le grand public et les jeunes.
- **Articulation entre BFM TV mère et les chaînes régionales BFM :** Le niveau des chaînes BFM est solide. Ce sont de petites rédactions qui sont relativement autonomes, bien qu'elles réfèrent aux bureaux parisiens.
- Ils sont confrontés **aux refus de GAFAM de retirer certaines vidéos BFMTV** qui sont partagées sur leurs plateformes, et qui pourraient porter atteinte à l'image professionnelle de la chaîne.
- Le « BFM Bashing » les oblige à faire preuve de beaucoup de professionnalisme.
- **Sur le conseil de déontologie et de médiation du journalisme :** la chaîne ne croit pas du tout à cet organisme. Ils considèrent que la régulation est importante et qu'ils sont déjà contrôlés par le CSA.
- Les journalistes qui commettent des erreurs sont sanctionnés par la chaîne comme dans n'importe quelle entreprise.