

Experts ou chiens de garde ?

Ils s'appellent Bruno Colmant ou Pascal Delwit, sont économistes ou politologues, interviennent en permanence dans la presse, à la radio ou sur les plateaux télé pour décoder l'actualité, donner leur avis, faire et défaire les opinions. Comment en sont-ils arrivés là pour devenir aussi incontournables dans les médias ? PAR PIERRE JASSOGNE

Avec la crise économique et financière, les experts ont tout dit, tout écrit sur le retour de la croissance, les remèdes de l'austérité ou l'importance du modèle allemand. La plupart n'ont pas vu venir la crise, ils se sont trompés parfois, ont changé d'avis souvent, et pourtant, ils sont encore là dans les médias, toujours dans l'air du temps. C'est vrai qu'ils n'ont pas leur langue dans leur poche, et c'est ce qui fait qu'ils soient aussi souvent sollicités par les journalistes.

« Aujourd'hui, le curseur a été déplacé, c'est le public qui désigne les experts, plus le monde académique », constate avec lucidité et froideur Jean Hindriks, économiste à l'UCL.

Ainsi, le plus emblématique de ces experts médiatiques est sans conteste Bruno Colmant. Outre un blog qu'il alimente tous les deux jours pour le journal *L'Echo*, il est constamment interrogé dans les journaux, à la radio ou en télé. Sans compter qu'il est aussi chargé de cours dans sept universités, où il enseigne la gestion financière et la fiscalité des sociétés. C'est sous cette étiquette d'universitaire qu'il est présenté la plupart du temps dans les médias comme économiste de l'UCL.

Mais c'est oublier que Bruno Colmant a été administrateur délégué d'ING, chef de cabinet de Didier Reynders, initiateur des intérêts notionnels, président de la Bourse de Bruxelles ou encore conseiller pour le hol-

ding d'assurances Ageas (ex-Fortis Holding).

Rien de critiquable, c'est vrai. Mais comment peut-on encore avoir un avis éclairé sur la crise économique quand on a autant mis ses mains dans le cambouis ? Où placer le curseur quand on est à la fois juge et partie ? Du côté de l'analyse, des positions idéologiques ou des intérêts privés ? N'est-on pas alors le chien de garde d'un système financier, si décrié ?

Bruno Colmant avoue être un économiste controversé. « C'est vrai qu'on a tendance à m'affubler d'une casquette libérale et on m'attaque

« Aujourd'hui, c'est le public qui désigne les experts, et non plus le monde académique. »

là-dessus, cela me fatigue. Mais un économiste ne peut pas être membre d'un parti, il n'a pas à prendre des positions idéologiques, c'est le rôle des politiques. Même s'il y a des messages à faire passer auprès d'un président de parti ou d'un

ministre des Finances, simplement pour partager une intuition qu'on peut avoir sur certains sujets. »

Bruno Colmant l'admet : ses interventions dans la presse le fragilisent plutôt que cela ne le renforce. « En passant dans les médias, on s'expose à la critique, au risque d'erreurs. On devient malgré soi un contrepoids politique ou le représentant d'un système. Ce qui permet de résister à cela, c'est l'analyse. »

C'est vrai qu'après avoir soutenu les premières mesures d'austérité du gouvernement Di Rupo, Bruno Colmant insiste désormais pour en arrêter avec cette politique d'austérité. « Il y a des choses que j'ai pu dire il y a deux ou trois ans que je ne dirais plus aujourd'hui. L'essentiel pour moi, c'est de décoder, pas de prendre position. »

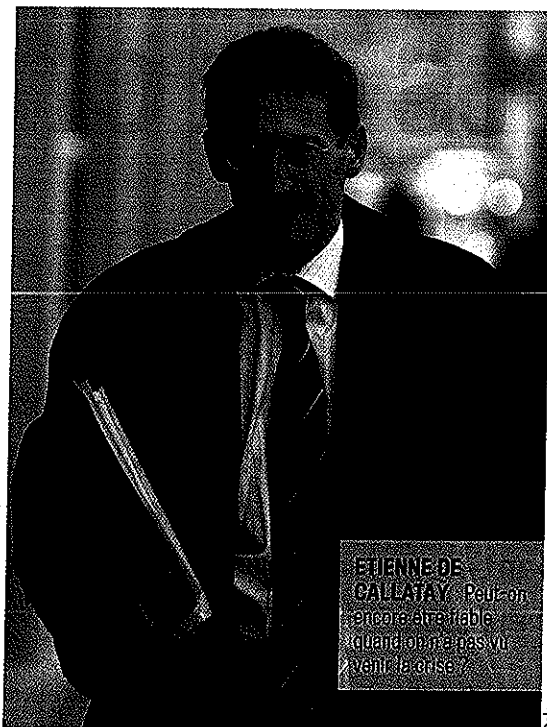
« Mieux vaut communiquer que de ne rien dire »

Autre expert interrogé dans les médias, Etienne de Callatay, *chief economist* à la Banque Degroof, une institution bancaire active dans la gestion de patrimoine, les marchés financiers ou la finance d'entreprise.

C'est à ce titre qu'Etienne de Callatay intervient dans les médias, en prônant quelques remèdes pour sortir de la crise : l'austérité, les bienfaits du modèle allemand ou la fin de l'indexation automatique des salaires. Ces remèdes sont-ils vraiment fiables, quand l'économiste avoue lui-même ne pas avoir vu venir la crise ? « Intervenir dans les médias me permet d'exposer une grille

d'analyse sur la situation économique, tout en donnant une image positive de la banque pour laquelle je travaille. Le risque à assumer, c'est celui que votre communication soit mal comprise. Cela pourrait déranger certains de nos clients. Mais mieux vaut communiquer que de ne rien dire. Car c'est en tapant sur le même clou que les idées commencent à rentrer dans la tête des gens. »

Comme Bruno Colmant, Etienne de Callatay a aussi été chef de cabinet : il fut celui de Jean-Luc Dehaene entre 1996 et 1999. Bref, ses avis d'économiste sont attendus par les responsables politiques. Ainsi, lors de la révision de la loi de financement, l'économiste était à la table des négociations parmi les experts interrogés. « J'ai cru comprendre que mes prises de position étaient écoutées par les politiques, mais je n'ai pas de contact direct avec eux. Jamais je ne me suis permis d'aller frapper à la porte d'un ministre pour lui faire part de mes opinions. C'est vrai que cela serait gratifiant et utile, mais il n'y a pas lieu de le faire. »



ETIENNE DE CALLATAY. Peut-on encore être fiable quand on n'a pas vu venir la crise ?

Décollés de la réalité ?

Souvent, les économistes médiatiques se connaissent, signent dans les mêmes publications, se répondent d'un média à un autre. Tout cela donne l'impression d'une pensée qui tourne en rond. Ainsi, outre Bruno Colmant et Etienne de Callatay, on retrouve par exemple Eric De Keuleneer ou Jean Hindriks parmi les économistes les plus souvent interrogés par les médias.

Ces quatre experts font d'ailleurs partie d'Itinera, un groupe de réflexion soutenu par des entreprises privées. Pensions, finances, sécurité sociale, à eux quatre, ils couvrent la plupart des questions économiques et financières soulevées dans les médias, cha-

cun dans des domaines bien spécifiques. Pourtant, on oublie de rappeler au public qu'ils font partie de ce groupe de réflexion que certains comparent à un lobby libéral.

Mais alors où sont les voix alternatives pour parler de la crise ? L'une d'elles a émergé il y a quelques années, celle de Paul Jorion, cet ancien trader devenu aujourd'hui pour les médias un prophète de la crise. Avec son blog, lancé en 2007, cet intellectuel belge attire chaque jour des centaines de milliers de personnes à travers le monde, à tel point qu'entre 2009 et 2012, il vivait uniquement des dons tirés de son site, soit à peu près 2 000 euros par mois. « C'est surtout par les réactions que vous provoquez que vous mesurez votre influence. On me donne aujourd'hui de la visibi-

lité, mais je ne sers pas d'alibi. Il me semble que le discours que je tiens est vacciné contre ce genre de risques. »

Quant aux avis des experts, Paul Jorion est catégorique : ils sont à côté de la plaque. « Être expert en économie, c'est être expert d'un savoir mal bâti. Ce n'est pas par hasard qu'ils n'ont pas vu venir la crise, c'est parce qu'il y a une cécité incroyable autour de ce savoir. Les économistes ne voient pas apparaître les choses importantes, ils sont décollés de la réalité. »

Déjà prêts pour 2014

Autres experts incontournables du paysage médiatique, les politologues. Il faut dire que les 541 jours de crise les ont aidés à se faire connaître du public, mais surtout à multiplier leurs interventions médiatiques. Presqu'en boutade, ils disent se préparer pour les élections de 2014.

Ils avouent être constamment appelés par les journalistes pour réagir sur tel sondage, telle déclaration. Avec le risque, selon eux, que leur analyse se limite à un simple commentaire de l'actualité, voire même qu'elle contribue à la spectaculatisation de l'information.

« Même si on est vigilant, on y participe quand nous commentons des sondages d'opinion. On fait souvent du commentaire sur l'image d'un politique, sur les effets d'annonce, les petites phrases, tout ce qui concerne la communication, avec le piège pour nous de ne plus parler de contenu », admet Pierre Verjans, politologue à l'ULg.

« Ce qui compte, c'est de décoder et d'expliquer une situation politique, pas de prendre une position comme le font certains économistes », insiste Pascal Delwit. Le politologue de l'ULB est l'exemple le plus emblématique de cette médiatisation des experts. Depuis 2006, il est consultant pour les soirées électorales

« ÉTONNÉ DE LEUR OMNIPRÉSENCE... »

Pour Marc Lits, directeur de l'Observation du récit médiatique (UCL), l'apparition des experts n'est pas un phénomène neuf, même si leur présence s'est amplifiée. En plus, il y a un effet de facilité et d'entraînement, qui fait qu'on va retrouver les mêmes experts sur les mêmes sujets. Tout cela donne

une circularité de la pensée. « On sait plus que jamais que les médias s'observent les uns les autres. Si vous êtes appelé par un média, vous êtes certain de l'être encore par d'autres sur un même sujet. En politique, on va prendre Delwit, Verjans... En économie, de Callatay, Colmant... Je suis étonné de leur omniprésence car on se dit que le

public pourrait se lasser. On a l'impression qu'ils sont parfois plus présents dans le journal que les journalistes eux-mêmes. Finalement, ajoute Marc Lits, le paradoxe des experts, c'est qu'au moment où ils deviennent de plus en plus experts dans les médias, ils commencent à perdre leur crédibilité au sein de l'université. » ■

sur RTL. Cette médiatisation, Pascal Delwit l'explique assez simplement : « Au fond, on n'est pas beaucoup à travailler sur la vie politique belge et à accepter les contraintes médiatiques. »

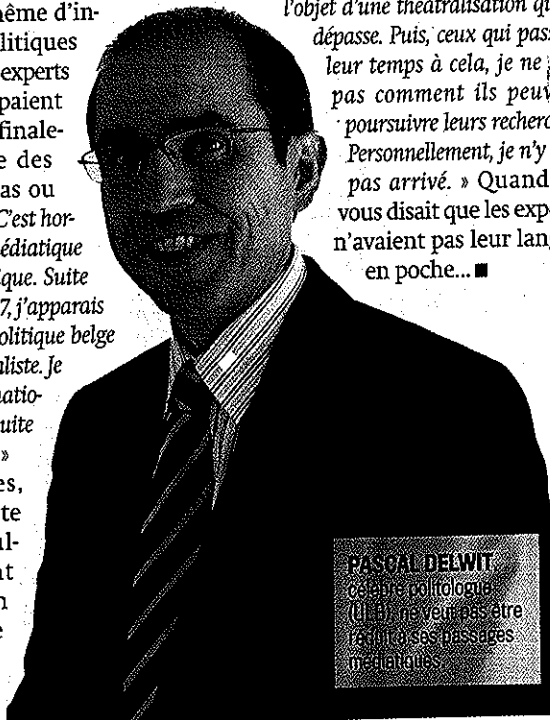
Une médiatisation accrue qui lui aurait même coûté, selon l'avis de certains, le poste de recteur de l'ULB en 2010. Pourtant, pour le principal intéressé, la priorité reste l'enseignement et la recherche. « Même si, dans la société, je suis considéré comme un expert parce que

« Pour être expert, il faut que votre travail universitaire soit reconnu par vos pairs. »

je passe dans les médias, mon métier, ce n'est pas d'être dans l'actualité, c'est d'abord l'université. Pour être expert, il faut une vraie valeur ajoutée, c'est-à-dire qu'il faut que votre travail universitaire soit reconnu par vos pairs. »

Pourtant, c'est qu'avant même d'intervenir sur les questions politiques belges dans les médias, certains experts comme Pierre Verjans s'occupaient d'un tout autre sujet. Alors finalement, l'expertise vient-elle des interventions dans les médias ou des travaux universitaires ? « C'est horrible à dire, mais mon expertise médiatique a précédé mon expertise académique. Suite au blocage communautaire de 2007, j'apparais dans les médias pour parler de politique belge alors que je n'en étais pas un spécialiste. Je m'occupais de gouvernance internationale. Je vais seulement le devenir, suite à mes interventions médiatiques. »

Quelques universitaires, comme le constitutionnaliste Hugues Dumont, des Facultés Saint-Louis, dénoncent cette médiatisation intensive de certains de leurs confrères, mais aussi le manque de pluralisme que cela engendre, à force



PASCAL DELWIT, célèbre politologue (ULB) ne veut pas être l'acteur des passages médiatiques.

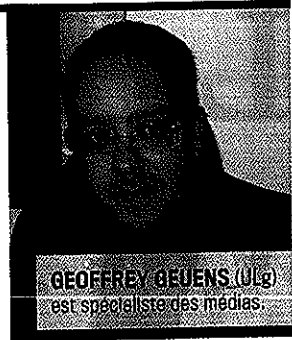
ULB

« UNE PENSÉE MAINSTREAM »

Pour Geoffrey Geuens, spécialiste de socioéconomie des industries de la communication à l'ULg, le terme d'expert est mal approprié. Selon lui, il faudrait parler plutôt d'intellectuel médiatique. « Ces intellectuels s'engagent dans le débat public et ont des positions dans l'espace économique et politique. » Un engagement militant, notamment pour les économistes qui sont passés par des cabinets ministériels, par des banques ou des compagnies d'assurance.

« Aujourd'hui, pour la presse, un bon économiste, c'est d'abord un intellectuel médiatique. Car malgré la carrière universitaire qu'ils peuvent avoir, ils ne sont jugés dans l'espace médiatique que selon des critères non scientifiques comme la réactivité, la capacité de communiquer... »

Toujours selon Geoffrey Geuens, ces économistes sont pour les médias des interlocuteurs ressources qui cadrent les débats économiques et financiers. « On pourrait qualifier leur pensée de "mainstream" : ils sont



GEOFFREY GEUENS (ULg) est spécialiste des médias.

ULg

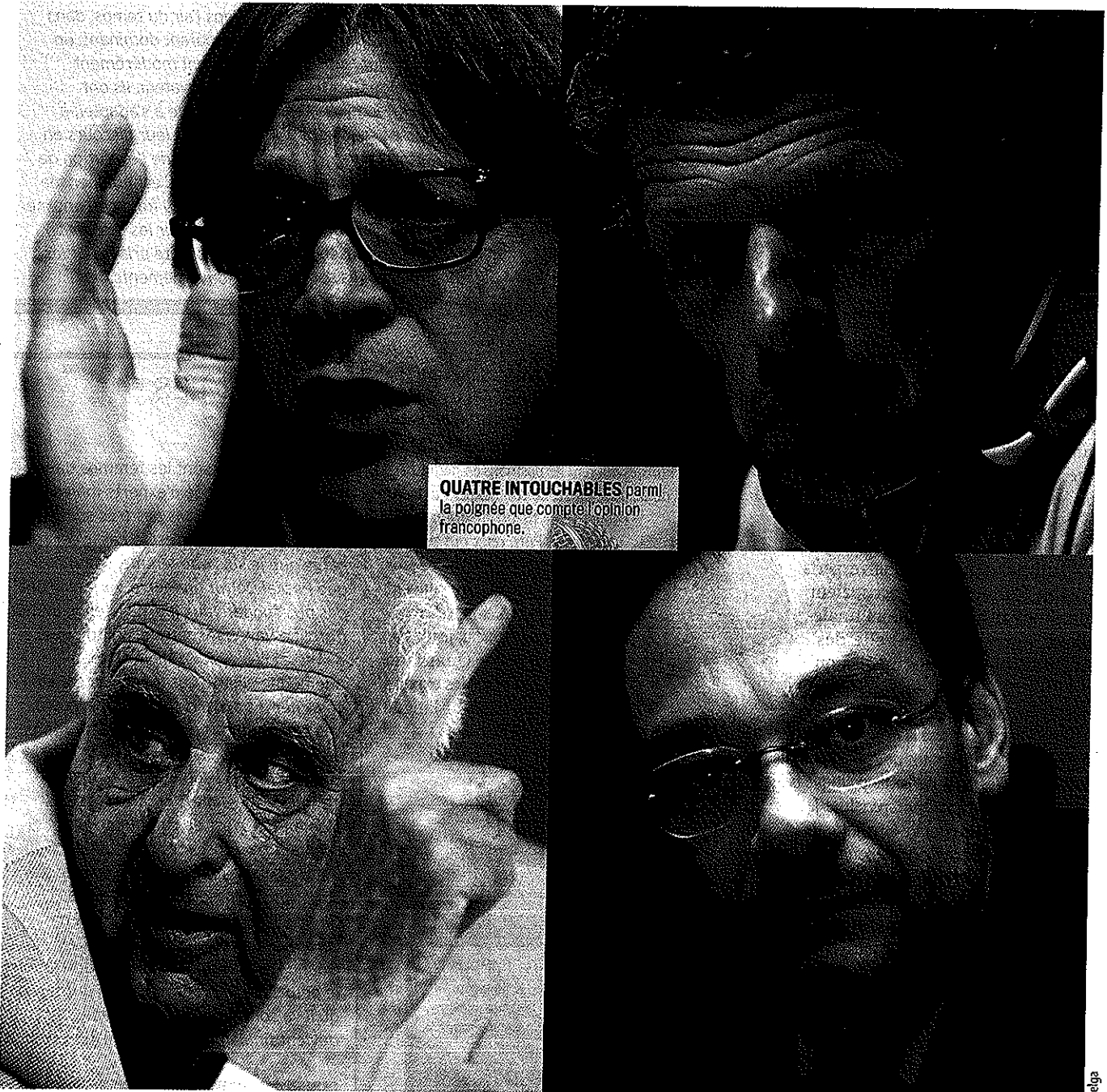
dans l'air du temps, dans le courant dominant, un courant modérément conservateur. Ils ont tendance à s'adapter, à modifier leur discours en fonction de l'évolution de la crise. C'est une pensée qui est au fond peu encline à critiquer les mesures d'austérité prises par les gouvernements. » ■

de voir toujours les mêmes. Selon lui, la légitimation des universitaires par les médias a pris une proportion excessive. « Les positions nuancées ne sont pas médiatiques, les journalistes adorent les positions en flèche, c'est de la mise en scène car l'expert devient l'objet d'une théâtralisation qui le dépasse. Puis, ceux qui passent leur temps à cela, je ne sais pas comment ils peuvent poursuivre leurs recherches. Personnellement, je n'y suis pas arrivé. » Quand on vous disait que les experts n'avaient pas leur langue en poche... ■

OÙ SONT LES FEMMES ?

Mais où sont les femmes dans ce monde d'experts mâles ? « Je ne suis pas très sollicitée, et quand c'est le cas, c'est soit parce que je suis une femme, soit parce que Pascal Delwit ou Pierre Verjans n'ont pas pu répondre aux journalistes », admet Caroline Van Wynsbergh, politologue à l'UCL. Elle l'avoue : elle n'est pas une bonne cliente des médias. « On va chercher les experts juste pour trouver une caution, pour crédibiliser les propos des journalistes. Ils te contactent pour dire une phrase, souvent celle qu'ils attendent. Ce qui est problématique. Mon métier, c'est de commenter l'actualité. » Ainsi, lors du décès de Guy Spitaels, la politologue a été interrogée sur... l'organisation des funérailles du ministre d'Etat. « Je ris parfois de certaines demandes de journalistes. Quand j'entends telle ou telle déclaration, je peux faire charger mon gsm parce qu'il va sonner toute la journée. Cela devient finalement très prévisible... » ■

La face cachée des vaches sacrées



QUATRE INTOUCHABLES parmi la poignée que compte l'opinion francophone.

Belga