

Collectifs de journalistes : la revanche des précaires

Écrit par Maéva Louis

Ces dernières années, portés par le développement d'internet, les collectifs de journalistes rédacteurs se sont multipliés. Certains optent pour un statut associatif, d'autres vont jusqu'à monter leur propre agence de presse. Un point commun : tous tiennent à leur indépendance.



« Quitte à travailler beaucoup pour pas grand-chose, autant que ce soit sympa ! » Qu'il paraisse un brin désenchanté ou résolument optimiste, Pierre Tessier partage cette philosophie avec dix collègues. Enfin, vrais-faux collègues. Journaliste pigiste, le trentenaire est membre du collectif [Le Terrier d'Hégésippe](#), niché dans le 18^e arrondissement de Paris depuis maintenant cinq ans et demi. Les sièges et les bureaux ? De la récup'. Le matériel ? Chacun amène son ordinateur personnel. L'idée ? Un groupe d'amis journalistes qui bossent ensemble... mais chacun de leur côté.

Si le concept peut sembler étrange, il faut pourtant s'attendre à le voir se développer. On connaissait les collectifs de photographes, en vogue depuis les années 1990. Ces dernières années, portés par le développement d'internet, ce sont les collectifs de journalistes rédacteurs qui se sont multipliés. Le premier s'appelait [La Rédac Nomade](#). Créé en 2002, il existe toujours et compte sept membres. Souvent, tout commence par une discussion à la terrasse d'un café. Lassitude du travail en solo, difficulté à constituer un réseau... Autant de raisons qui poussent les pigistes à se regrouper, accompagnés parfois de photographes, de cadres-monteurs ou d'illustrateurs. Reste juste à trouver un nom qui en jette, à fonder une association loi 1901, à créer un site web vendeur, voire à dénicher un local, et le tour est joué.

Echange, entraide, solidarité

« C'est plus facile de se motiver quand on ne travaille plus chez soi, témoigne Pierre Tessier. Avec le collectif, il y a une vraie séparation entre la vie privée et le boulot. » Pour les sept membres du collectif parisien [Yopress](#), l'aventure a même débuté dans la chambre d'un appartement en colocation, avant de déménager dans de vrais bureaux avec vitrine. D'autres collectifs ne ressentent pas ce besoin de regroupement physique. C'est le cas de [Presse-Papiers](#), association de cinq journalistes basés entre Aix et Marseille, et dont Laure Guiserix fait partie : « On reste chacun chez soi, c'est un choix. On se réunit souvent, on a des échanges quotidiens

via les mails, les réseaux sociaux. On fait circuler les infos, les communiqués, les contacts. On peut se faire relire les papiers. On fait au moins une réunion par mois. »

Les valeurs prônées par ces collectifs sont l'échange, l'entraide, la solidarité. Les pigistes ne sont plus ici des concurrents, mais des alliés, qui n'hésitent pas à partager leurs tuyaux. « Pour les contacts, ça aide, confie Pierre Tessier. On partage nos réseaux respectifs. » Il en va de même pour les piges : lorsqu'un membre n'est pas en mesure d'honorer une commande, il la refile à son voisin. Un moyen de conserver la confiance des « clients réguliers », pour Ariane Puccini, membre de Youpress : « On arrive toujours à assurer les commandes. » Ces pigistes sont payés en salaires, de manière individuelle, directement par les rédactions. L'association, elle, tourne grâce aux cotisations des membres : 75 euros par mois chez Youpress, entre 75 et 150 euros au Terrier d'Hégésippe. De quoi payer le loyer (700 euros pour Youpress, 830 euros pour Le Terrier), l'hébergement du site web, et les paquets de café.

Travailler à deux, trois voire quatre mains

Chez certains collectifs, au-delà du partage de locaux, c'est le partage du travail qui prime. Rédiger à deux, trois voire quatre mains, tel est le crédo de La Rédac Nomade ou de Youpress. L'idée : mutualiser les compétences, proposer aux rédactions des dossiers « clés en main », diviser les grosses commandes afin de produire dans des délais records. « On ne voulait pas être un collectif comme il existe parfois, où on partage juste des bureaux et une imprimante », raconte Ariane Puccini, de Youpress. Il faut dire que l'histoire de Youpress est particulière : le collectif a été lancé par un groupe d'anciens camarades de l'Institut pratique du journalisme (IPJ), un an tout juste après leur sortie d'école. C'était en 2007. « On avait appris à travailler en groupe à l'école. On avait le goût du travail d'équipe. » Tous étaient jeunes, débutants dans le métier, et avaient envie « de tester plein de choses, plein de médias. On n'était pas du tout spécialisés. On a assumé le fait de tout faire. » Aujourd'hui, Youpress produit pour la presse internationale, généraliste, régionale, professionnelle, pour internet et pour des chaînes de télévision en France et à l'étranger. Quand il s'agit de presse écrite, Juliette Robert, la photographe du groupe, accompagne souvent les rédacteurs sur le terrain. Le sujet est ainsi produit en autonomie. « On vend le travail d'équipe à certaines rédactions : on leur dit qu'on est

un groupe de personnes, qu'on communique, qu'on est comme une petite rédaction détachée.
» Quitte à marcher un peu sur les plate-bandes des véritables agences de presse ?

Associations et agences de presse, des concurrents ?

En effet, parallèlement à ces collectifs associatifs, il existe des collectifs qui sont en fait des agences de presse. D'après le Guide de la pige 2011-2012, on en comptait 303 en France début 2010, dont une centaine spécialisées dans la presse écrite, les autres fournissant photos, vidéos ou contenus web*. Ces agences de presse sont donc des entreprises, employant des journalistes salariés, dont la rémunération mensuelle est fixe. Pas question ici de pigistes. L'agence [Rue des Pommiers](#), située à Pantin, en Seine-Saint-Denis, est l'une d'entre elles. Son slogan ? « Une rédaction au service de votre rédaction ». Reconnue en octobre 2008 par la Commission paritaire des publications et agences de presse, elle regroupe sept journalistes expérimentés. Leur job : rédiger - souvent à plusieurs - des articles pour la presse nationale, régionale, magazine... Des missions qui ressemblent comme deux gouttes d'eau à celles de leurs confrères membres d'associations loi 1901.

Un exemple : les suppléments thématiques. Rue des Pommiers produit régulièrement ce type de contenu pour Le Dauphiné Libéré, Les Dernières Nouvelles d'Alsace ou encore Sud Ouest. Youpress, de son côté, a réalisé le mois dernier un supplément développement durable pour Le Figaro. Dans les deux camps, même tactique : on organise une conférence de rédaction, on se répartit les missions, on désigne un journaliste référent... La méthode de travail est identique, le produit final est de même nature. La différence, c'est que les journalistes de Rue des Pommiers seront payés en facture, quand les pigistes de Youpress seront rémunérés avec des fiches de salaires séparées. Pour une entreprise de presse, faire appel à un prestataire extérieur comme une agence de presse est plus rentable que d'employer des pigistes. En effet, ces derniers entrent en compte dans la masse salariale et contribuent à alourdir les charges.

Profit or not profit ?

Philippe Serieys, l'un des fondateurs de Rue des Pommiers, semble voir dans ces collectifs associatifs des concurrents déloyaux : « Sur les sites internet, il est très difficile de faire la différence entre une association et une agence de presse », avance-t-il. Selon lui, ces collectifs « font croire qu'ils sont une société, se vendent sous son nom, et se font payer comme pigistes. » Une pratique qu'il juge « border line » : « Une association n'est pas faite pour générer du business », énonce-t-il.

Il est vrai que ce mode de fonctionnement interroge. Par définition, une association loi 1901 a pour principe l'absence de lucrativité. Or, à travers le nom de l'association qu'ils brandissent comme une marque, les pigistes membres de ces collectifs gagnent leur vie. Mais il n'y a là rien d'illégal. « L'intérêt de l'agence de presse est de faire du profit. Ce n'est pas le cas de l'association. » explique maître Bruno Cinelli, avocat spécialisé en droit du travail et droit de la presse. Un point de vue partagé par Sophie Maréchal, de La Rédac Nomade : « Nous n'avons pas d'objectifs commerciaux. Quand un dossier se présente et que nous pouvons le partager, nous avons plaisir à le faire. Ce n'est pas encore une pratique courante et c'est souvent vu comme une curiosité par les rédactions. »

La liberté comme priorité

Quant à transformer leurs collectifs associatifs en agences de presse, certains y songent déjà, comme Ariane Puccini, de Youpress : « Pourquoi pas à terme. C'est une option que l'on n'exclut pas. » Mais la plupart n'y pensent pas. Pour Pierre Tessier, du Terrier d'Hégésippe, pas question de « se compliquer la vie avec une structure administrative lourde ». Pierre Lorimy, de La Rédac Nomade, préfère rester fidèle au « positionnement de départ, c'est-à-dire être un réseau de journalistes indépendants. Nous aimons ce statut qui nous permet de nous concentrer sur l'essentiel : nos relations, nos projets. »

Pigistes ou salariés, membres d'une association ou d'une agence de presse, tous ces journalistes ont en commun l'amour de leur liberté. Y renonceraient-ils pour un poste rassurant au sein d'une rédaction ? Pas sûr. « Je n'ai aucune envie d'entrer dans une rédaction, affirme Ariane Puccini. Youpress ne doit pas servir de tremplin. Là, j'ai l'impression de maîtriser où je vais. » Même réticence chez Pierre Tessier : « Humainement, je ne me verrais pas retravailler chez moi. » Et ce n'est pas non plus le CDI d'iconographe à temps partiel qu'il vient de décrocher chez Sciences et Vie Découvertes qui le fera changer d'avis : « Même si ç'avait été un temps plein de rédacteur, ça m'aurait emmerdé de quitter le Terrier ! »

Il paraît que l'union fait la force ; à l'heure où les entreprises de presse externalisent toujours plus la rédaction d'articles, contribuant à précariser la profession, le dicton pourrait trouver un nouveau sens.

Sur le même sujet :

Libération, [« Quand les pigistes la jouent collectif »](#) .