

Entreprises, médias et opinion publique : comment s'aimer ?

Première concernée, l'Afrep n'a pas de solutions miracles.

Journalistes, communicants, entreprises et vox populi : entre dire la vérité, l'auto-proclamer et la dénigrer, qui croire, quand, et pourquoi ? Depuis que l'économie est devenue un sujet d'intérêt médiatique, la bataille fait rage, dans un milieu où l'on travaille pourtant côte à côte quotidiennement.

L'échange d'informations est devenu si dense que le journaliste seul ne maîtrise plus la situation. Et se voit reprocher d'être partisan, s'il ne suit pas le discours stéréotypé dicté par les chefs d'entreprise. Publicité, sponsoring, multiplication des émetteurs, internet, l'info s'accoquine avec la communication, voire la promotion, et toutes les parties prenantes se considèrent comme lésées...

Vaste sujet que ce débat mené par Jacques Gautrand, journaliste économique et



Jacques Gautrand, " chaînon manquant " entre journalisme et entreprise, auteur de " L'empire des écrans ", un essai sur le pouvoir de l'image dans les médias.

consultant éditorial indépendant, à l'invitation de l'Afrep: une double-casquette qui le place au cœur de la problématique actuelle, où l'opinion publique se positionne en source de légitimité.

Un exposé plein d'humour où les professionnels de la communication, venus nombreux, se sont reconnus... et peut-être enfin compris. Qui sait ?

Isabelle Auzias