



**HAL**  
open science

**L'Europe saisie par l'information (1952-2001) : des professionnels du journalisme engagé aux content coordinators.**

Gilles Bastin

► **To cite this version:**

Gilles Bastin. L'Europe saisie par l'information (1952-2001) : des professionnels du journalisme engagé aux content coordinators. : Sociologie du monde de production de l'information européenne à Bruxelles.. Cahiers Politiques, 2003, pp.19-41. halshs-00104213

**HAL Id: halshs-00104213**

**<https://shs.hal.science/halshs-00104213>**

Submitted on 6 Oct 2006

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**Gilles Bastin**

*Version archivée d'un article paru dans Cahiers Politiques en mai 2003. Merci de vous référer à la version publiée pour toute citation.*

## **L'Europe saisie par l'information (1952-2001) : des professionnels du journalisme engagé aux *content coordinators***

Sociologie (économique) du monde de production  
de l'information européenne à Bruxelles<sup>1</sup>

La façon dont l'Europe est saisie par (et se saisit de) l'information peut être appréhendée de points de vue très variés et avec des optiques de focales très différentes selon que l'on s'intéresse à la médiatisation des thématiques européennes dans l'espace public, à la logique des engagements journalistiques sur la place de correspondance qu'est pour les médias nationaux la ville de Bruxelles ou encore au fonctionnement du dispositif européen dans cette ville en tant qu'il a à voir avec l'information. Cet article s'inscrit dans cette troisième perspective, résolument localisée sur le terrain bruxellois, qui consiste à essayer de comprendre comment l'Europe et ses institutions sont partie prenante d'une économie politique de l'information<sup>2</sup> qui s'est en quelque sorte développée à Bruxelles en même temps que se construisait le « district européen » dans cette ville.

Cette économie localisée de l'information européenne constitue en quelque sorte la part d'ombre de la place de correspondance qui, elle, est beaucoup mieux connue (c'est elle que traversent, le temps d'un séjour de courte durée en général, les journalistes chargés par leurs rédactions de suivre les sujets européens et de les commenter dans leurs médias ; ces mouvements sont pour partie redevables d'une économie élargie dans laquelle interviennent des facteurs extérieurs à la place bruxelloise elle-même).<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Ce travail a été présenté, à l'état d'ébauche, aux journées doctorales de la Société Pour l'Histoire des Médias (Paris, 18 janvier 2003) et au séminaire de sociologie économique de l'École Normale Supérieure de Cachan (5 février 2003). Certaines remarques des participants à ces séminaires m'ont été très utiles pour l'améliorer.

<sup>2</sup> Au sens où l'économie politique décrit la circulation de biens et de services et les acteurs qui les produisent, les font circuler ou les consomment.

<sup>3</sup> Consulter à ce sujet : V. Angeletti (1987), *Les journalistes italiens accrédités à la CEE*; O. Baisnée (2000), « Les journalistes, seul public de l'Union européenne? »; O. Baisnée (2001), « Les relations entre la Commission et le Corps de presse accrédité auprès de l'Union européenne: crise et renouvellement des pratiques »; G. Bastin (2001), « Bruxelles, correspondance. Géographie économique de l'information européenne à Bruxelles »; G. Bastin (2002b), « Les journalistes accrédités auprès des institutions européennes à Bruxelles. Quelques signes du changement dans un monde de travail »; G. Delannoy (1964), *Le journaliste de la presse imprimée à Bruxelles à l'heure du marché commun*; C. Schickel (1995), *Les journalistes accrédités auprès de l'UE*; E. Siapera (2002), *Read All About It: Journalism, Europe and Politics. A Study on Journalism*.

L'économie locale en revanche est née sur place et son mouvement est beaucoup plus endogène. Il me semble possible de la décrire en partant des hypothèses formulées par les économistes conventionnalistes et les sociologues de l'économie quant au fonctionnement des « mondes de production » (Salais et Storper, 1993). Comme les mondes sociaux, les mondes de production se définissent par une activité et par un produit plutôt que par des acteurs identifiables *a priori*. Ils supposent l'existence de conventions susceptibles de participer à la stabilisation des cours d'action individuelle et donc à la réalisation du produit. Ces conventions, comme les objets et les personnes qui participent au monde à un moment donné sont fragiles et se modifient avec le temps. Pour essayer de décrire celles qui sont constitutives du monde de production de l'information institutionnelle européenne à Bruxelles, je propose ici de partir de la comparaison de trois entreprises fondées dans ce monde à trois moments de son existence avec pour objectif de participer à la production de ce produit singulier.<sup>4</sup> Il s'agit de trois petites agences d'information dont la première, l'Agence Europe, a été fondée en 1952, la deuxième, Europe Information Service, en 1972 et la dernière, Euractiv.com, en 1998.

L'objectif que l'on peut fixer à une telle démarche n'est pas seulement une meilleure connaissance du district européen à Bruxelles, mais encore une bonne appréhension de ce que signifie produire de l'information, au plus près des mondes dans lesquels naît cette information. J'essaierai notamment de montrer que sur trois points au moins (le type de réseaux mobilisés, les conventions de qualité qui régissent la production offerte sur le marché, les conventions qui règlent le rapport à l'emploi) la comparaison signale un glissement majeur de l'économie de l'information européenne, d'une régulation professionnelle et engagée à la logique des « partenariats de contenu ».

## **Le monde de production de l'information européenne à Bruxelles**

On peut être tenté de se représenter le monde bruxellois de l'information européenne comme un monde de correspondants. Après tout, sur les quelques 813 professionnels accrédités auprès des institutions européennes au 1<sup>er</sup> janvier 1999 dont j'ai pu analyser le dossier,<sup>5</sup> un grand nombre peut être décrit à l'aide de cette figure classique de la

---

<sup>4</sup> Max Weber a beaucoup insisté, dans un projet d'enquête qu'il souhaitait mener sur les journaux et le journalisme, sur le fait que l'entreprise est au cœur de la production de l'information et qu'il serait donc dangereux de s'intéresser à cette production, de prime abord, selon un biais culturel, sans prendre en compte d'abord qu'il s'agit d'une activité économique structurée par l'existence d'entreprises capitalistes, c'est-à-dire devant s'adapter à des marchés et si possible dégager du profit de leur activité ; organisant la production de l'information dans des formes qui l'éloignent de l'artisanat, structurant les chances professionnelles des journalistes... (G. Bastin (2002a), « La presse au miroir du capitalisme. Une enquête de Max Weber sur les journaux et le journalisme »). J.-G. Padioleau a par ailleurs insisté sur la nécessité de faire porter sur les entreprises de presse un regard sociologique visant à les saisir comme des « configurations plus ou moins stables de flux de ressources » (J.-G. Padioleau (1986), « Un schéma d'analyse comparative des entreprises de presse »). Mais alors que lui considère que cette opération nécessite de poser le préalable selon lequel la presse n'est pas une « affaire commerciale banale », il ne me semble pas nécessaire de le faire.

<sup>5</sup> Toutes les données statistiques mentionnées dans cet article ont été constituées grâce au dépouillement d'un ensemble de 1655 dossiers d'accréditation de journalistes détenus par le Service du Porte-Parole de la Commission européenne. Soit 813 dossiers correspondant à des professionnels toujours actifs au moment de l'enquête (au 1<sup>er</sup> janvier 1999) et 854 archivés parce qu'ils concernaient des professionnels « partis » entre 1991 et 1998 (nous n'avons retenu que 842 d'entre eux parce que les autres étaient des dossiers de journalistes ayant redemandé une accréditation après y avoir renoncé et qui figuraient donc aussi dans le premier stock). Les détails de cette enquête statistique sont donnés dans mon mémoire de

sociologie du journalisme qu'est le correspondant. En général assez expérimenté, il forme avec ses collègues des autres médias qui couvrent le même sujet que lui un « corps » dont les règles relèvent de la profession journalistique et la pratique oscille entre concurrence et collégialité. Sa durée de séjour dans les places qu'il couvre est assez faible à l'étranger (entre trois et cinq ans en moyenne) et s'il parcourt cette place c'est uniquement à la recherche d'information : il ne s'implique pas localement dans des activités professionnelles. Toute sa carrière est d'ailleurs construite par rapport au média qui l'emploie (comme salarié en général) et à son pays d'origine.<sup>6</sup>

Pourtant la réalité est plus complexe. Comme j'ai essayé de le montrer par ailleurs, la « professionnalisation » (au sens de plus grande adéquation au modèle du monde de correspondants) est une donnée récente du monde bruxellois. Elle se manifeste notamment par une diminution de la capacité de ce monde de l'information à s'autoréguler par rapport à la régulation fournie par le cadre professionnel (Bastin, 2002b). L'étude des modalités concrètes de l'accréditation des journalistes montre par exemple que la marge de manœuvre dont disposait le monde local quant à la définition des attributs professionnels qui font le journaliste traitant d'affaires européenne diminue drastiquement depuis les années 1980. Certaines caractéristiques objectives de la population des accrédités vont aussi dans le sens d'une plus grande adéquation au modèle du monde de correspondants (normalisation de la présentation d'une carte professionnelle à l'entrée dans ce monde, raccourcissement de la durée moyenne de la carrière locale des accrédités et déplacement vers le haut de cette carrière dans le cycle de vie des journalistes...).

Mais dans le même temps, de nombreux signes dénotent la permanence d'un monde plus endogène, comme par exemple le taux très élevé de poly-emploi déclaré dans ce monde (30,9% des journalistes accrédités au 1<sup>er</sup> janvier 1999 ont eu plus d'un emploi sur la durée de leur carrière locale et la moyenne se situe à 1,56 emploi par personne).<sup>7</sup> Autre élément important : si la durée des carrières effectuées localement par ces professionnels a tendance à diminuer, un nombre assez importants d'individus est titulaire de la carte d'accrédité depuis très longtemps (26,9% des professionnels

---

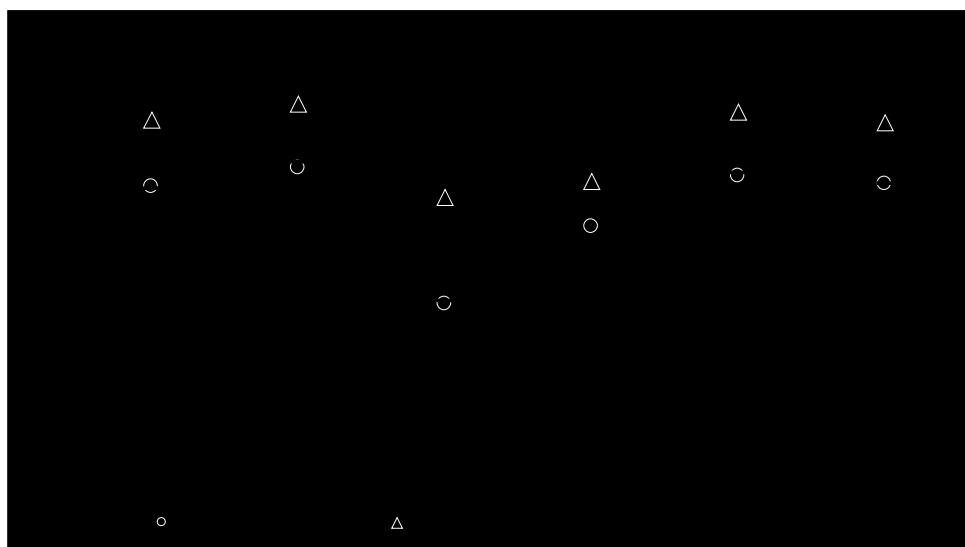
DEA (G. Bastin (1999), *Les journalistes accrédités auprès des institutions européennes à Bruxelles: groupe professionnel, carrières, travail*).

<sup>6</sup> La littérature sur les correspondants est assez importante dans la sociologie anglo-saxonne du journalisme. Voir par exemple T. E. Kruglak (1955), *The Foreign Correspondents*; L. C. Rosten (1937), *The Washington Correspondents*; J. Tunstall (1970), *The Westminster Lobby Correspondents: A Sociological Study of National Political Journalism*. L'imperméabilité du monde des correspondants — comme type idéal — à l'économie locale de l'information est bien illustrée dans le cas des correspondants d'agence par ce que O. Boyd-Barrett et Terhi Rantanen appellent le « Bureau System », une organisation hiérarchique et centralisée des flux d'information qui garantit la permanence de la présence de l'agence sur place et une routinisation optimale du travail de l'information. Les bureaux sont le plus souvent dirigés par des expatriés bien qu'ils emploient aussi à titre subsidiaire des professionnels locaux, là encore dans un but de non implication locale (« Non-local top-ranking journalists also reported that they had greater reporting freedom than locals, who might have more invested (property, family, relations, etc.) in the country and hence were more vulnerable to intimidation. In its original form, the bureau conforms to a colonialist outpost model, which privileges expatriate command and communications between the expatriate community and the mother country, and where the whites are surrounded by compliant servants. » O. Boyd-Barrett et T. Rantanen (2001), « News Agency Foreign Correspondents »).

<sup>7</sup> Ce chiffre est évidemment sous-estimé dans la mesure où l'enregistrement de ce type de caractéristiques des carrières professionnelles des accrédités n'est en rien obligatoire et que l'attitude générale de ces professionnels est plutôt, pour ce que j'ai pu observer, de se cantonner au strict minimum quant aux pièces fournies à l'administration pour l'accréditation (une seule déclaration d'employeur suffit pour l'obtenir). Il va de soi aussi que l'accréditation elle-même n'est pas indispensable (même si elle est très utile) pour pénétrer sur le marché du travail afférent au monde de production de l'information européenne. Les données statistiques présentées ici passent donc sous silence la partie la moins « professionnalisée » et la plus locale des acteurs de cette information. Ce point sera développé plus loin.

« partis » entre 1991 et 1998 avaient par exemple fait une carrière de plus de 5 ans sur place et 6,7% de plus de dix ans). Un facteur s'avère ici décisif, c'est la nature du média employeur. Le profil le plus distinctif est en effet celui des journalistes de bureaux d'information<sup>8</sup> qui entrent et sortent du marché beaucoup plus tôt que les autres actuellement tout en faisant des carrières locales plus longues dans le dispositif d'accréditation. Ce profil singulier apparaît très nettement dans le Document 1 qui représente les carrières locales en fonction du média employeur : agences (AG), audiovisuel (AV), bureaux d'information (BI), presse écrite spécialisée (PES), presse écrite généraliste (PEG).

Document 1 — Carrières par type de média employeur



	Age moyen des entrants 1991-1999 (N=1094)	Age moyen des sortants 1991-1999 (N=810)	Age à l'entrée des sortants 1991-1999 (N=810)
<b>AG (225 entrants)</b>	36,13	40,46	36,04
<b>AV (324 entrants)</b>	37,32	41,58	37,66
<b>BI (47 entrants)</b>	28,55	35,47	28,68
<b>PES (58 entrants)</b>	33,46	36,48	34,68
<b>PEG (440 entrants)</b>	36,84	41	36,94
<b>Ensemble</b>	36,3	40,34	36,27

La nature du média employeur est par ailleurs un élément important de structuration de la population des accrédités. Cela apparaît notamment dans les corrélations significatives entre cette variable et le sexe, l'adhésion à l'Association de la Presse Internationale<sup>9</sup> et la possession de la carte professionnelle (au sens du test du Khi2). La population la plus originale est à nouveau celle des journaliste de bureaux d'information (plus jeunes, arrivés plus jeunes, ayant occupé plus d'emplois, plus anciens<anciens> localement et largement plus féminisés et moins « professionnalisés »<professionnalisés> que la moyenne). La figure qui s'oppose le

<sup>8</sup> J'emploie ce terme pour désigner les agences d'information fondées à Bruxelles et traitant exclusivement l'information européenne. Numériquement, il s'agit essentiellement des deux premières agences étudiées plus loin dans cet article (Agence Europe et EIS) ainsi que de quelques petits bureaux n'ayant pas plus d'un ou deux journalistes chacun.

<sup>9</sup> Cette association participe pour ses membres aux procédures d'obtention de la carte de journaliste professionnel en Belgique et a aussi son mot à dire sur les nouveaux prétendants à l'accréditation (plus généralement, elle collabore avec le porte-parole de la Commission européenne sur divers éléments de régulation de l'interaction avec les journalistes).

plus à ce journaliste est celle du journaliste audiovisuel qui entre beaucoup plus tard sur le marché et fait une carrière courte, occupant relativement peu d'emplois et qui est très « professionnalisé » <professionnalisÉ>. Les journalistes de presse écrite généraliste et ceux d'agence sont quant à eux structurellement très proches (et très proches de la moyenne) sauf sur l'adhésion à l'API beaucoup plus forte pour les journalistes d'agences. À part leur très faible féminisation et des carrières décalées vers le haut, les journalistes de presse écrite spécialisée ont un profil assez proche de ceux de bureaux d'information (moins « professionnels » <professionnels>, moins membres de l'API, plus « anciens » <anciens>).

**Document 2 — Le singulier profil des professionnels travaillant pour des bureaux d'information et la presse écrite spécialisée (journalistes accrédités au 1<sup>er</sup> janvier 1999)**

	Age au 1/1/99	Age à l'entrée	Emplois occ.	Ancienneté	% Femmes	Mbres API (%)	Carte J (%)
AG	42,08	35,68	1,61	6,61	27,1	51,8	72,9
AV	41,93	37,59	1,36	4,39	34,7	43,7	85,9
BI	37,36	28,28	1,88	9,35	49	39,2	23,5
PES	46,13	38,12	1,98	8,55	17,5	20	65
PEG	43,32	37,54	1,62	5,98	29,1	40,5	78,5
Ensemble	42,27	36,47	1,56	5,99	30,8	42,9	75,1

Note: le test du Khi2 est très significatif pour le croisement Média/Sexe (khi2=14,5 avec ddl=4), Média/API (khi2=15,9 avec ddl=4) et Média/Carte J (khi2=90,5 avec ddl=4).

Ces données militent donc pour un examen plus approfondi de ces « bureaux d'information » et de ces organes spécialisés (*Newsletters...*) qui constituent en propre un monde local de production de l'information assez différent du monde des correspondants. C'est à cet examen que je vais me livrer maintenant à partir du cas des trois agences d'information mentionnées plus haut. Il ne me sera pas possible de faire, pour chacune d'entre elles, une monographie détaillée<sup>10</sup> ; je me concentrerai donc sur trois aspects qui me paraissent particulièrement riches dans l'optique de la description des mondes de production dans lesquels elles s'insèrent.

## Moments et personnages fondateurs

Si l'on s'intéresse à la construction sociale d'institutions économiques telles que des entreprises de presse et d'information, il est nécessaire de chercher à comprendre comment se créent ces entreprises et quels types de réseaux sociaux elles mobilisent pour ce faire. Le succès d'une entreprise a en effet été classiquement analysé comme une combinaison d'un facteur de couplage et d'un facteur de découplage de réseaux mobilisables dans des mondes variés (Granovetter, 1994; 2000). Ici, il ne s'agira cependant pas tant de se poser la question de la réussite des entreprises que d'analyser les moments fondateurs pour mieux comprendre quels types de réseaux ont été mobilisés à ces moments singuliers du monde de production et ce qu'ils nous disent donc de ce monde à ce moment-là.

<sup>10</sup> Notamment pour des raisons méthodologiques : les sources sont difficiles d'accès et lacunaires, particulièrement dans le cas de la dernière-née de ces agences. Je me fonde essentiellement sur des archives conservées à Florence pour le cas d'Agence Europe (les intitulés des fonds consultés sont alors donnés entre crochets), sur des archives personnelles et des entretiens pour celui d'EIS et d'Euractiv. La relative jeunesse de cette dernière agence m'a poussé à lui donner un statut à part dans la comparaison et son cas est traité à la fin de cet article.

*Des « professionnels du journalisme animés par l'esprit européen »*

Agence Europe a été fondée le 2 décembre 1952 à Luxembourg, le siège de la Haute Autorité de la CECA à l'époque. Le personnage clé dans l'histoire de cette agence est Emanuele Gazzo, un ancien journaliste de l'ANSA italienne (il dirigeait le bureau de l'agence à Gênes) qui avait été envoyé à Luxembourg par le Comte Lodovico Riccardi (le Président de l'ANSA) pour « voir ce qui s'y passait » et pour étudier la possibilité de monter sur place un bureau d'information que Riccardi imaginait d'abord comme un fournisseur de matière pour les grandes agences européennes qui auraient pu participer à son financement.<sup>11</sup> Ce projet devait échouer mais Riccardi (pour le capital) et Gazzo (pour le travail sur place) se lancèrent seuls dans l'aventure. La S.A. « Informations Internationales Europe » est fondée le 2 décembre 1952 avec pour objet « la diffusion d'articles, de nouvelles et d'informations par la presse, la radio et tout autre moyen de publication, soit dans le Grand-Duché de Luxembourg, soit à l'étranger et particulièrement dans le domaine des organisations internationales ». Le capital est avancé par Riccardi (20000 Flux) et très rapidement augmenté pour accompagner le développement de l'Agence (en 1955 il atteint 600000 Flux). C'est Riccardi qui préside le Conseil d'Administration et est administrateur délégué de la S.A., quand Gazzo s'investit dans la charge de rédacteur en chef (les premières années avec seulement un journaliste assistant, une secrétaire et des traducteurs occasionnels). Gazzo ne deviendra Directeur Général de l'Agence qu'en 1980. À sa mort, le 25 août 1994, c'est le fils du comte Riccardi qui reprend la tête de l'Agence alors que les deux filles de Gazzo y sont journalistes. L'agence comptait 8 rédacteurs en 1963 et une douzaine aujourd'hui.

L'histoire d'Agence Europe est donc intimement liée à celle de Gazzo et épouse les formes d'un modèle très familial et personnalisé de développement. Gazzo est une figure assez éminente de l'information européenne et des mouvements fédéralistes européens.<sup>12</sup> C'est d'ailleurs cette double « casquette » (on pourrait ajouter celle du manager) qui est systématiquement mise en avant par lui ou par ses proches dans tous les documents qui ont été produits sur sa vie. Une plaquette rédigée par un groupe de ses amis à l'occasion de sa mort est ainsi sous-titrée « l'aventure au cœur de l'Europe ». On y apprend notamment que Gazzo, né le 2 août 1908 à Gênes s'est, à seize ans, engagé comme mousse sur un bateau avant de faire des études d'économie et de commencer à s'intéresser à la littérature et à l'édition : « Il donne ses premières chroniques littéraires, puis fonde une maison d'édition dont il est le patron et le seul employé ».<sup>13</sup> Mais le portrait joue surtout sur deux registres : celui du journaliste professionnel et celui du fédéraliste convaincu. Les deux sont fondus dans la définition du « journaliste européen », c'est-à-dire capable de parler en européen pour l'opinion publique européenne.<sup>14</sup>

<sup>11</sup> Entretien de E. Gazzo in « Bon anniversaire à l'Agence Europe. 40 ans au service de l'Europe », *Tageblatt*, 4 décembre 1992.

<sup>12</sup> Sur Gazzo lui-même comme fédéraliste, cf. A. Lelu (2000), *L'action européiste de l'Agence Europe à travers les archives d'Emanuele Gazzo*. A. Lelu note bien que la plupart des analyses portant sur la construction européenne « sont surtout consacrées à l'œuvre de grandes figures historiques ou de gouvernements. » Et que donc, « nous oublions ainsi de manière régulière de nous intéresser à l'action d'hommes et de femmes, qui sont en retrait, dans l'ombre, mais qui par leur travail quotidien participent à faire progresser la construction européenne. » (p. 5) Cependant, elle élude les aspects matériels de l'entreprise menée par Gazzo et, au motif que celui-ci exerce sur l'Agence Europe une forme de « propriété morale », se concentre essentiellement à l'œuvre idéologique de ce journaliste et à sa « contribution » à la construction européenne.

<sup>13</sup> [CSM 7, p. 3]

<sup>14</sup> « Disons qu'au départ, il y avait chez moi, comme chez ceux qui m'ont fait confiance et qui sont devenus, en substance, mes complices, deux 'mobiles' pour agir dans ce contexte : (1) une conviction

Derrière l'engagement fédéraliste, c'est le professionnalisme journalistique qui fait le fond de la réputation de l'Agence, sur le modèle des grandes agences nationales dont sont issus et Gazzo et Riccardi. Aujourd'hui encore, l'Agence se présente comme une « agence de presse internationale », fondée par des « professionnels de l'information » et « indépendante de tout pouvoir national ou autre, politique ou économique ».<sup>15</sup> Gazzo était avant tout perçu comme un « bon artisan » et un « professionnel fiable », comme en attestent de nombreux acteurs de l'information européenne lors d'un hommage rendu au Parlement européen à l'occasion de sa mort.<sup>16</sup> Gazzo a d'ailleurs obtenu plusieurs prix, certains pour son activité de journaliste professionnel (Prix du journaliste européen en 1967), d'autres pour son activité politique (Prix Bech en 1980 et Prix Bentinck la même année). L'une et l'autre figures sont mobilisées pour en faire *le grand journaliste européen*.

Une telle figure tutélaire — d'ailleurs construite au fil du temps — ne suffit évidemment pas à assurer le succès d'une entreprise. L'Agence Europe a bénéficié dans ses premières années d'existence d'un soutien assez important des institutions européennes de l'époque par le biais de souscriptions systématiques d'abonnements aux bulletins. Le nombre d'abonnements au premier Bulletin édité à Luxembourg souscrits par les quatre institutions communes (Haute Autorité, Cour de Justice, Conseil des Ministres, Assemblée Commune) est de 29 en 1954 (pour 32000 F par mois). En 1957 l'Agence publie un deuxième bulletin « Marché Commun » en plus du bulletin CECA ; comme le note le rédacteur d'une note interne à la CECA, « Tous les lecteurs du bulletin CECA l'ont réclamé ».<sup>17</sup> La CECA négocie alors un abonnement pour 100 bulletins CECA et 100 bulletins Marché Commun au prix de 50000 FB par mois. À la date du 26 novembre 1958, les quatre institutions reçoivent 160 exemplaire de chaque bulletin pour 60000 FB par mois.<sup>18</sup>

L'effort est important : en 1953, le montant total consacré par le service d'information de la Haute Autorité de la CECA pour la souscription d'abonnements à des agences de presse est de 1,2 millions de francs et l'abonnement à l'Agence Europe représente le plus gros poste budgétaire, soit 300 000 F de l'époque.<sup>19</sup> Alors que cette administration s'engage dès 1954 dans la réduction de ces frais jugés trop importants, aucun des scénarii envisagés et dont les archives gardent la trace ne prévoit la suppression de l'abonnement à l'Agence Europe alors que toutes les autres agences sont mises sur la sellette.<sup>20</sup> Au contraire, les frais d'abonnement à l'Agence Europe augmentent

---

profonde, acquise pendant la guerre et dans la résistance, que l'union des Européens dans la liberté était la seule issue offrant un avenir à notre deuxième patrie, l'Europe ; (2) la conscience professionnelle qui nous imposait, en tant que journalistes, d'être en première ligne pour informer et expliquer. Et tout ceci juste au moment où un embryon de pouvoir européen prenait forme. Là où celui s'installait (sic), la presse devait être présente et surtout parler le même langage que ce pouvoir, c'est-à-dire 'penser européen' en s'adressant à l'opinion publique considérée dans sa dimension diversifiée bien sûr, mais, 'européenne'. » (« 40 ans au service de l'Europe », *Tageblatt*, 4 décembre 1992 [EG17].)

<sup>15</sup> Présentation de l'agence sur son site internet (janvier 2003).

<sup>16</sup> « Hommage à Emanuele Gazzo », Parlement Européen, 22 novembre 1994 [PVD 11, 36 pages]. L'expression est de P. Collowald.

<sup>17</sup> « Aide-mémoire » du Service Documentation de la CECA [CEAB 12/632, #63-64].

<sup>18</sup> « Aide-mémoire » du Service Documentation de la CECA [CEAB 12/632, #68]. L'Agence Europe bénéficie actuellement d'un contrat important pour la fourniture de ses informations en ligne sur l'intranet de la Commission.

<sup>19</sup> Note de la Division du Personnel, du Budget et des Services Généraux à M. Kohnstamm, secrétaire de la Haute Autorité, 6 décembre 1953 [CEAB 12/632]. Les autres services d'information auxquels est abonnée la Haute Autorité sont alors DPA, ANSA, AP, AFP et Belga.

<sup>20</sup> La question des abonnements est un enjeu très important pour la Haute Autorité de la CECA dans la mesure où, dans une situation d'inexistence du dispositif de l'information qui permettra aux institutions européennes à partir des années 1960 d'intéresser à leur activité un nombre toujours croissant de



régulièrement (la Commission Administrative réunie le 11 mars 1958 propose par exemple de les faire passer de 420 000 à 660 000 FB par an).<sup>21</sup> Quel que soit le motif de ce soutien (entregent personnel d'Emanuele Gazzo ou besoin du Bulletin exprimé par les fonctionnaires des institutions), il lie dès ses premières années d'existence l'Agence Europe aux institutions européennes.

Ce lien s'exprime de façon assez directe aussi quant au rôle de quasi-journal officiel rempli par le bulletin de l'Agence Europe dans les institutions. Le Commissaire européen Karel Van Miert se souvient ainsi de sa période de stage au Secrétariat Général de la Commission dans les années 1970 : « comme il fallait que je donne un coup de main pour confectionner le rapport général de la Commission, je devais m'occuper de la partie concernant les activités du Parlement européen. Je me rappelle fort bien mon conseiller de stage qui me disait à l'époque, 'De grâce, ne lisez pas tous ces textes du Parlement européen. Vous n'avez qu'à prendre l'Agence Europe. Cela vous épargne beaucoup de temps et en plus, c'est correct'. »<sup>22</sup> En somme, l'Agence Europe est devenue rapidement à Bruxelles une quasi-institution.

Vue de la Commission, l'Agence Europe est aussi un rouage essentiel du dispositif d'information mis en place à partir des années 1960. Bino Olivi s'exprime ainsi à propos des tensions qui ont pu à certains moments pousser des Présidents de la Commission à demander que l'on retire Gazzo et l'Agence Europe de la liste des accrédités à cause de fuites dans le bulletin : « En vérité, il fallait tout simplement faire savoir et faire comprendre que si on n'avait plus l'Agence Europe — au niveau de la Commission et de ses services —, l'information européenne commençant au milieu

---

professionnels de l'information, il lui est nécessaire de convaincre les agences mondiales de dépêcher un correspondant sur place et l'abonnement est un argument dans ce sens. Cf. par exemple le document coté 3903/54f dans [CEAB 12/632] : « En prenant donc des abonnements pour la fourniture d'informations distribuées à d'autres abonnés, la Haute Autorité pourrait stipuler, comme condition, que les fonds supplémentaires perçus à ce titre par les agences de presse soient affectés à la rétribution d'un correspondant à Luxembourg. » Cf. aussi sur ce point le PV de la 65<sup>ème</sup> séance de la Commission administrative de la HA (11 mars 1958) qui pose aussi la question de la réduction des coûts d'abonnement : « M. Potthoff est d'avis qu'une décision de réduire les frais d'abonnement à la VWD aurait une répercussion fâcheuse dans le cadre de la politique d'information générale de la haute Autorité : les 20 abonnements nous valent un correspondant permanent à Luxembourg. » [CEAB 12/632, #58]. Le document 3903/54f, prenant acte de l'importance des agences de presse pour la diffusion d'informations sur la CECA et de la difficulté de les persuader de venir à Luxembourg note que « d'autres solutions doivent être examinées, par exemple celle qui permettrait de rédiger nous-mêmes des textes d'information et de les diffuser parmi les agences de presse par la voie des bureaux établis dans les capitales. » Il est notamment question d'une Newsletter mensuelle... On voit bien dans ce document que la question de la mobilisation des professionnels de l'information est appréhendée dans un premier temps par l'institution sur une base d'échange bilatéral (accès à de nouvelles informations contre présence d'un correspondant). Mais ce sont bien les « autres solutions » mentionnées ici qui seront finalement développées sous la forme du « système Olivi » — du nom du porte-parole de la Commission entre 1962 et 1977 — qui consiste à déplacer la négociation sur un plan collectif et à l'inscrire dans un dispositif d'interaction en créant les conditions d'une coproduction généralisée de l'information, notamment par l'augmentation des attributions et des moyens du service d'information. Sur tous ces points, cf. G. Bastin (2001), « Bruxelles, correspondance. Géographie économique de l'information européenne à Bruxelles »; G. Bastin (2002b), « Les journalistes accrédités auprès des institutions européennes à Bruxelles. Quelques signes du changement dans un monde de travail » et la première partie de ma thèse en cours.

<sup>21</sup> L'importance de ces abonnements pour l'Agence elle-même apparaît clairement au fait que ces seuls flux financiers lui garantissent un chiffre d'affaire égal à son capital.

<sup>22</sup> Hommage à Emanuele Gazzo [PVD 11, p. 20]. L'article du *Tageblatt* titré « 40 ans au service de l'Europe » (4 décembre 1992) commence par ces mots : « La première chose que fait chaque fonctionnaire européen en arrivant le matin au bureau, c'est de se précipiter sur l'Agence Europe pour être au courant de ce qui se passe dans sa propre maison. »

même des ‘instruments’ de la construction de l’Europe, ces instruments auraient eu grande difficulté à fonctionner. »<sup>23</sup>

De ce rôle dans le dispositif administratif lui-même et aussi de l’intense activité diplomatique qui a caractérisé les années 1950 et 1960, l’Agence Europe a largement profité et son image s’est durablement établie comme celle d’une source quasi-diplomatique d’information. Le jugement porté par *Time Magazine* le 7 décembre 1962 est à cet égard éloquent : l’Agence Europe y est décrite comme « l’un des services d’information les plus appréciés du monde entier » et dont les performances « lui ont gagné la plus large audience dans les cercles financiers les plus importants du monde, ainsi que dans les chancelleries depuis le dernier coin jusqu’à Moscou. »<sup>24</sup> L’agence elle-même présente d’ailleurs son lectorat dans un ordre qui met en avant les cercles diplomatiques : « A l’heure actuelle, les Bulletins sont diffusés dans 35 pays, situés dans tous les Continents : Europe, Amérique, Asie, Afrique, Australie. Les lecteurs couvrent un très large éventail : Gouvernements et Institutions Internationales, Corps diplomatique, Organismes d’études, Agences de presse, Radios, Journaux, Groupements économiques, organismes syndicaux, entreprises des secteurs industriel, commercial, bancaire, des transports, etc. »<sup>25</sup>

### *Europolitique, une entreprise collective*

La fondation de l’Agence Europe est donc l’affaire d’un homme, porteur d’un projet venu *de loin* et elle se joue à l’intersection du journalisme professionnel et de l’engagement politique fédéraliste. Avec le bulletin *Europolitique* et la société Europe Information Service, on est dans une configuration toute autre : celle d’une entreprise « collective » fondée de l’intérieur du monde bruxellois et plus offerte aux forces et aux aléas du marché.

Le premier numéro d’*Europolitique* est sorti au mois de décembre 1972 du bureau bruxellois de l’agence de presse agricole Agra, éditrice de bulletins spécialisés tournés vers le monde agricole. Cette agence avait été fondée en 1948 par des journalistes spécialisés et des ingénieurs agronomes à partir de financements venant des milieux céréaliers et betteraviers français (ainsi que du Credit Agricole). En 1962, Agra Presse avait recruté un jeune diplômé de Sciences Po de retour de son service militaire en Allemagne (Philippe Lemaître) et lui avait confié la tâche de monter un bureau à Bruxelles pour suivre notamment la politique agricole commune. Celui-ci s’était installé en mai 1963 après avoir appris sur le tas à Paris les rudiments du métier. À la fin des années 1960, il fait la connaissance de Gérard Rousselot, l’assistant d’un Professeur d’études européennes de Genève, venu pour le compte de cet enseignant trouver de la documentation sur l’Europe. Il réussit à le convaincre de rester à Bruxelles et de le seconder à Agra (Philippe Lemaître est à ce moment en train de multiplier les piges pour des journaux et notamment pour *Le Monde* qui l’engagera comme correspondant salarié en 1969).

Or, Gérard Rousselot était à Grenoble une figure importante dans groupe de jeunes rapatriés d’Algérie d’origines assez modestes, tous à la recherche d’une voie politique et professionnelle et qui avaient monté autour de lui des activités physiques et une espèce d’université populaire qui les avait tous rapprochés intellectuellement des sujets européens (sur des bases politiques proches du gaullisme). Rousselot les fait venir à Bruxelles les uns après les autres : « *Donc je suis venu, je me suis installé, j’ai pris en*

---

<sup>23</sup> [PVD 11, p. 25]

<sup>24</sup> [EG 17]

<sup>25</sup> [EG 17]

main le bureau de Agra ici et puis mes amis grenoblois m'ont suivi. Parce qu'il y avait énormément de boulot. [...] tant qu'on voulait. Il suffisait d'arriver. C'était le plein emploi garanti. Il y en a comme ça qui sont venus. (...) Il y avait une sorte de groupe de Grenoblois ici: Bouchard, Marcel Scotto qui est au Monde, José Fralon qui est au Monde, Patrick Bonazza qui est au Point... D'autres sont arrivés comme Jacques Espérandieu qui est le directeur-adjoint du Parisien. Bref, tout un groupe... Au fond à l'époque ça se faisait par copinage comme ça. Donc on a créé ce petit groupe tout à fait informel. »<sup>26</sup> C'est dans ce petit groupe de gens occupés à Bruxelles à divers « petits boulots » liés à l'information européenne que naît au début des années 1970 l'idée de lancer un bulletin concurrent de celui de l'Agence Europe.<sup>27</sup>

Entre 1972 et 1977, le bulletin est édité depuis le bureau bruxellois d'Agra, avec une structure juridique autonome (la SEEM, Société d'Éditions Économiques Mondiales) mais sans réelle séparation des rédactions. Le succès assez rapide du bulletin qui devient rapidement bi-hebdomadaire fait même d'Agra le parent pauvre de ce bureau. Lorsque l'équipe qui rédige *Europolitique* décide de lancer un bulletin spécialisé dans l'environnement, *Europe Environnement*, les dirigeants parisiens d'Agra s'inquiètent de la possible concurrence avec leurs propres bulletins et décident donc de stopper leur soutien à la nouvelle structure. Après une période de flottement pendant laquelle G. Rousselot s'éloigne de l'entreprise pour éditer seul *Europe Environnement* et un autre bulletin sectoriel (*Europe Énergie*), Agra décide, en 1977, de revendre la SEEM, capitalisée pour zéro franc du fait de son endettement. C'est G. Rousselot qui rachète la majorité des actions, avec derrière lui trois rédacteurs du bulletin et son imprimeur.<sup>28</sup>

Au début des années 1980, avec le projet de grand marché porté par Jacques Delors, de nouvelles perspectives s'ouvrent pour l'information européenne, à destination des acteurs économiques notamment. Comme on verra plus loin, Europe Information Service a multiplié alors les produits susceptibles d'attirer ces nouveaux clients de l'information européenne. Pour pérenniser son développement, elle cherche alors à faire entrer de nouveaux investisseurs dans son capital.<sup>29</sup> Elle trouve d'abord le soutien d'une société d'organisation de salons professionnels (agricoles essentiellement) qui prend une petite partie du capital en échange de publicité dans le bulletin. Mais les synergies sont faibles et le partenariat fragile. À la même période, Marc Paoloni qui était à l'époque Rédacteur en Chef du bulletin et en même temps correspondant salarié de *La Tribune* entend parler d'un projet de groupe européen monté par le groupe L'Expansion.

---

<sup>26</sup> Entretien avec G. Rousselot (15 avril 2000).

<sup>27</sup> Certains motifs politiques ne sont pas étrangers à la décision, notamment la volonté de faire entendre une voix française à Bruxelles à une période où le gaullisme vit toujours dans la crise avec les « monnetistes » bruxellois dont l'Agence Europe est le porte-parole pour ces grenoblois. Le soutien du lobby céréalier doit ainsi à la figure de gaulliste « historique » de Henri Kerr (vérifier) et aurait aussi été garanti par une démarche de Jacques Chirac (alors ministre de l'Agriculture) selon un de mes interlocuteurs. Mais ce qui prime avant tout, c'est une opportunité économique, comme le dit bien G. Rousselot : « Et moi j'ai créé *Europolitique* parce que je sentais qu'il y avait un besoin... Il y avait un monopole ici qui était celui de l'Agence Europe, créée par un grand monsieur du métier comme on dit, c'était Emanuele Gazzo, qui est mort maintenant, et qui avait créé l'Agence Europe avec la CECA. En 1953 à Luxembourg. Et qui était quotidien. Et il y avait un monopole donc il y avait certainement deux places! Et j'ai fait l'autre. »

<sup>28</sup> « Il fallait une dose d'inconscience totale », comme me le dit un des acteurs de ce rachat.

<sup>29</sup> « Gérard et moi avions bien senti qu'avec l'arrivée de Delors il allait se passer quelque chose. On en était convaincus quand il a lancé l'idée du Grand Marché avec l'Objectif 92. On s'est dit que c'était le moment ou jamais parce qu'on sentait qu'*Europolitique* avait quand même résisté. En 89 ça faisait quand même douze ans qu'il existait ; il avait taillé quelques croupières à l'Agence Europe. L'Agence Europe était toujours probablement devant en termes de couverture de marchés mais on existait toujours et des gens continuaient à nous préférer. (...) On s'est dit ça va repartir et on a pas les moyens financiers de relancer. » (Marc Paoloni, Rédacteur en chef d'*Europolitique*)

Il présente *Europolitique* à Jean-Louis Servan-Schreiber qui décide de racheter l'entreprise en espérant en faire un fournisseur d'information pour l'ensemble des journaux qu'il est alors en train d'acheter en Europe. Le nouvel actionnaire impose une nouvelle équipe de direction à l'entreprise et force G. Rousselot au départ. Vue de loin, l'histoire de l'entreprise se confond alors avec celle du capitalisme médiatique français : passage dans le giron de Havas après le rachat par celui-ci du groupe L'Expansion (1994), puis dans celui de Vivendi (1998). Vue de près, les changements sont plus minces : l'échec (comme dans le cas de l'Agence Europe) de la stratégie visant à transformer l'agence en un moyen éventuel d'alimenter la presse généraliste en informations européennes conduit à se concentrer sur la production d'information spécialisée pour des clients exigeants. Mais à la différence de l'Agence Europe, ces clients appartiennent plus au monde économique que politique, comme le dit G. Rousselot en parlant du lectorat du bulletin : « *On va dire cinquante pourcent d'entreprises, vingt-cinq pourcent de groupements professionnels, des lobbies, des groupes d'intérêts, et puis le reste c'est assez divers. Ça peut être des consultants qui découpent tout ça..., ciseaux, colle..., pour leurs clients, qui font le tri, qui s'en servent comme source d'information pour un..., un consultant il informe. il fait pas que du..., des travaux juridiques où de lobbying... Il fait aussi de l'information. Il faut bien qu'il informe ses clients. Attention il se passe ceci... Ils le trouvent là-dedans. pas dans Le Monde, pas dans Le Figaro. (...) Donc des consultants, quelques universités mais très peu. C'est trop cher. Et puis des individus mais on ne sait pas très bien pourquoi. Mais c'est très peu. La moitié c'est des entreprises, et des grosses.* »<sup>30</sup>

## Les produits et la question des conventions de qualité

Les deux agences dont nous avons étudié la genèse offrent des services d'information relativement semblables sur le fond. Ceux-ci sont aujourd'hui disponibles en ligne mais la forme première de ce service est celle du bulletin. Des différences profondes apparaissent cependant entre ces deux agences quant aux conventions sur lesquelles elles reposent pour ce qui est de la « qualité » du service rendu.<sup>31</sup>

### *Le modèle : le bulletin Europe*

Comme on a vu plus haut, l'Agence Europe fut la première à s'installer sur le « marché » de l'information européenne et son bulletin peut de ce fait être considéré comme le plus ancien du genre. Il n'a d'ailleurs que très peu varié dans sa forme. Imprimé sur un papier très fin de couleur (bleu pour la version française, rose pour l'anglais...) et au format A4, il est de facture très austère et sobre. Seuls quelques passages importants dans le texte sont mis en valeur par un soulignement pédagogique. Comme l'écrit P. Lemaître : « une quinzaine de pages grand format, sans fard, sans

<sup>30</sup> Entretien avec G. Rousselot (14 avril 2000).

<sup>31</sup> Nous n'employons pas « qualité » au sens subjectif du jugement de valeur mais comme les économistes conventionnalistes qui considèrent que l'accord marchand (qui fait par exemple que l'on s'abonne à un service d'information) suppose, autant qu'une négociation sur les prix, un accord conventionnel sur les caractéristiques du service rendu, lesquelles sont toujours problématiques et construites localement dans le monde de production. Sur cette perspective, voir par exemple F. Eymard-Duvernay (1986), « La qualification des produits »; F. Eymard-Duvernay (1989), « Conventions de qualité et formes de coordination ».

espace perdu » dans lesquelles, quotidiennement, l'Agence Europe « passe en revue les coins et recoins de l'actualité communautaire ». <sup>32</sup>

Le premier bulletin lancé en 1952, quelques mois après l'installation de la CECA à Luxembourg a été complété par un deuxième à partir du 9 décembre 1957 (un mois avant l'installation des nouvelles institutions prévues par le traité de Rome : CEE et Euratom), consacré aux nouvelles communautés. C'est ce deuxième bulletin qui s'est imposé rapidement comme le plus important, et en 1968 les deux furent fusionnés en un seul. La périodicité est quotidienne et depuis 1953 le bulletin, fabriqué en Français, est proposé en traduction allemande et italienne. La traduction anglaise est disponible depuis 1955.

Le modèle choisi est donc celui d'un bulletin unique reproduisant dans sa forme et sa structure l'architecture institutionnelle européenne. Lors du lancement du nouveau bulletin, en 1957, deux autres produits furent cependant proposés aussi aux clients de l'Agence : des *Notes rapides* sur la situation économique et politique dans les pays de la Communauté (bimensuelles dans un premier temps avant de paraître tous les deux mois seulement à partir des années 1970 ; cette publication est aujourd'hui arrêtée) et des *Documents* qui mettent à la disposition des abonnés des textes originaux particulièrement importants pour le processus européen. Actuellement, l'Agence Europe vend deux autres produits en plus de son bulletin quotidien : une lettre sur l'élargissement à l'Est de l'Europe (*Uniting Europe*) et une autre, lancée en 1967, consacrée à la relation euro-américaine et à l'OTAN (*Atlantic News - Les Nouvelles Atlantiques*). Encore une fois, c'est l'architecture institutionnelle qui détermine la nature des produits offerts. D'autre part la diversification des produits est exceptionnellement faible depuis les années 1950.

La sobriété de présentation du bulletin de l'Agence Europe va de pair avec une réputation assez partagée de qualité des informations fournies. <sup>33</sup> La convention de qualité qui semble fonder le succès économique de l'Agence Europe est très fortement caractérisée par sa personnalisation autour de la figure de Gazzo. C'est ce nom qui garantit en quelque sorte la pertinence des informations produites. La question du nom est d'ailleurs intéressante dans la politique éditoriale de l'Agence. Alors que, conformément au modèle traditionnel du bulletin, les articles des premiers bulletins Europe ne sont pas signés, lorsqu'est lancée la nouvelle série le 19 janvier 1961, l'Agence lui ajoute une « feuille quotidienne » donnant le sommaire du bulletin d'un côté et de l'autre un commentaire de l'actualité par Gazzo. Ces commentaires sont intitulés dans un premier temps « Notes et Commentaires » et ne sont pas signés. Mais à partir du 3 octobre 1965, ils s'intitulent « Éditorial » et portent la signature de Gazzo (et ce, quatre fois par semaine, jusqu'à la mort de celui-ci). La force de cette convention de personnalisation se lit d'ailleurs dans l'attitude adoptée par l'Agence à la mort de Gazzo. Alors que dans un premier temps l'éditorial est abandonné au motif qu'il relevait d'un exercice trop personnel pour être imité et qui ne correspondait plus à la forme contemporaine de l'information européenne, <sup>34</sup> il fait son retour sous la plume de

<sup>32</sup> P. Lemaître, « M. Emmanuel Gazzo : vingt cinq ans d'Europe », *Le Monde*, 7 juin 1977.

<sup>33</sup> En attestent un certain nombre de documents d'archives qui font état de fuites dans le bulletin Europe de documents confidentiels ayant entraîné une réaction officielle de la HA (deux cas conservés pour 1955 et 1957 [CEAB 1/942 et 1/943]) ; d'une contrefaçon réalisée dans les années 1970 pour déstabiliser le gouvernement Grec et qui atteste de la réputation de qualité qu'a su capitaliser l'agence (cf. [EG 21]) et aussi du fait que Gazzo avait un accès direct à des notes personnelles de R. Giordano (l'attaché de presse et conseiller politique de la CECA à Rome) à Jean Monnet [EG 3].

<sup>34</sup> « Tout le monde aura compris, après ce que nous avons entendu, que notre rôle difficile sera de continuer, et de poursuivre son œuvre. Le problème est que nous voulons garder à l'Agence Europe cet esprit qui en fait, — du moins nous l'espérons, — quelque chose de différent d'une simple superposition de nouvelles. Bien sûr, l'éditorial d'Emanuele Gazzo était l'élément essentiel de cet esprit. Qu'est-ce

F. Riccardi après quelques temps, signe sans doute que cette convention ne pouvait être remise en cause sans risque pour le bulletin.

*Le bulletin comme « plateforme » et ses produits dérivés : Europe Information Service*

Le produit principal fourni par EIS est aussi un bulletin généraliste sur les affaires européennes (*Europolitique* ou *European Report*), plus épais que celui de l'Agence Europe mais bi-hebdomadaire. Il se distingue cependant de l'austérité pédagogique du bulletin *Europe* par l'utilisation plus massive d'une pagination de presse (titres gras, chapeau en caractères gras résumant l'article...) et par un système de classification des sujets abordés en cinq grandes catégories (institutions européennes, monnaie-finances-économie, affaires-entreprises, marché intérieur, relations extérieures) qui sont quasiment séparables dans le bulletin grâce à un système de pages coupées dans le coin. Le bulletin repose en fait sur une convention de spécialisation du lectorat beaucoup plus forte que dans le cas d'Europe.

Celle-ci est accentuée par le fait que dès l'origine de nombreux bulletins « dérivés » ont été lancés pour diversifier l'offre de l'agence. En 2001 ce ne sont pas moins de douze bulletins spécialisés qu'offre l'agence (en plus d'*Europolitique*) : la *Lettre européenne*, *Europe entreprise*, *Rapport mensuel sur l'Europe*, *Europe Environnement*, *La filière de l'environnement*, *Europe Agro*, *Europe Énergie*, *Tech Europe*, *Europe Transports*, *La lettre sociale européenne*, *Euro-est* et enfin *South-east Europe*. La plupart sont d'ailleurs formé à partir d'une sélection d'articles tirés d'*Europolitique* et parfois de document institutionnels originaux. Certains sont nés au sein de l'entreprise elle-même, mais d'autres ont été rachetés à des journalistes-entrepreneurs qui s'étaient lancés à un moment dans la production de *newsletters* (c'est le cas de la *Lettre européenne*, de la *Filière de l'environnement* et d'autres qui ont été fondus dans des bulletins maison).<sup>35</sup>

Par ailleurs, l'agence EIS s'est très tôt engagé dans une diversification encore plus grande de ses activités dans des domaines proches du service d'informations dans lesquels il était possible de réinvestir les compétences acquises dans l'entreprise : l'organisation de conférences, le *monitoring* d'information et la formation au *lobbying* et aux relations publiques. Du fait de la relative fragilité financière de l'entreprise, cette diversification s'est opérée en montant à chaque fois de nouvelles structures juridiques. Le « Club de Bruxelles » a par exemple été fondé en 1986 pour organiser des conférences et publier des études « sur les grands thèmes de l'actualité européenne et internationale ». <sup>36</sup> En 1996, le Club avait organisé une centaine de journées de conférences sur 59 thèmes différents et plus de cent études sur ces thèmes.<sup>37</sup> Les

---

qu'il fallait faire ? Maintenir l'éditorial, en remplaçant simplement l'auteur ? Non, on n'y a pas pensé un seul instant. (...) Dans la situation actuelle de l'opinion publique, nous estimons qu'informer, expliquer, clarifier, et bien sûr tout dire, c'est aussi important que de prendre position. » F. Riccardi, in [PVD 11, p. 32-33].

<sup>35</sup> Il ne m'est pas possible de détailler ici sur ce point mais le monde bruxellois de l'information européenne a connu à partir du début des années 1980 une floraison de *newsletters* fondées par des professionnels désireux de se lancer dans une forme d'entreprise qui permettait alors d'acquérir assez facilement une certaine indépendance (du fait de la forte demande pour cette information dans les milieux spécialisés) mais supposait aussi un investissement dans le *marketing* et la gestion que tous n'ont pas pu réaliser.

<sup>36</sup> Brochure intitulée « Club de Bruxelles, Septembre 1996 », 81 p. (archives personnelles de Gérard Rousselot) La brochure présente rapidement le Club puis la liste des conférences, des études et celle des orateurs, un véritable « Who's Who du monde des affaires internationales, des entreprises, des groupements professionnels, des gouvernements et des institutions internationales » qui prend 72 pages sur 81.

<sup>37</sup> La production d'« études » est avec celle de *newsletters* une des formes les plus classiques de la diversification d'activité pour les professionnels de l'information européenne. Ces études étaient le plus

conférences avaient alors attiré plus de 1200 orateurs et 30 000 participants.<sup>38</sup> Pour les animateurs de ces activités dans et autour de l'information européenne, les maîtres mots sont ceux de « plateforme » et de « synergie ».<sup>39</sup> Avec toujours l'objectif de coller au marché et de devancer ses attentes : « *On a toujours eu l'idée de plate-forme sans en avoir à l'époque trouvé le mot. Mais on faisait des études, on faisait des conférences, puisque c'est Rousselot et moi qui avons monté le Club de Bruxelles par exemple. On l'avait monté parce qu'on se disait EIS ça dit rien aux gens. Et l'idée c'était toujours de faire attention qu'en créant une nouvelle activité il fallait pas que l'échec éventuel de cette activité entraîne tout le bâtiment au fond. Donc on créait des sociétés différentes avec tout ce que ça peut constituer d'emmerdements d'avoir des sociétés différentes. (...) Le Club de Bruxelles par exemple il est né en voiture entre Paris et Bruxelles. Avec Rousselot dans la voiture..., 'bon dieu de bon dieu, qu'est-ce qu'on pourrait faire pour se développer ?' Et je lui dis 'tu sais moi il y a une chose qui me tracasse, qui me surprend'..., c'est qu'à l'époque il y avait une émission en France qui marchait très très bien, c'était « L'Heure de vérité ». (...) Et alors on s'est dit tiens c'est un truc qui existe pas, un 'face à la presse' européen. (...) On est allé voir la RTB de manière discrète, en se disant il ne faut pas qu'ils nous piquent le projet mais ils sont quand même là, ils ont des studios et tout, on va pas investir des milliards qu'on avait pas là-dedans. La RTB comme d'habitude a dit que c'était une idée qui était pas fausse mais il fallait qu'ils réfléchissent..., le quatrième conseil d'administration après la réunion du 25<sup>ième</sup>, etc. Donc c'est mort-né. Et donc si tu veux on a gardé le même principe en enlevant les caméras. Et on s'est dit ben voilà, on va faire des conférences à Bruxelles où il n'y a pas des gens qui viennent parler aux autres, il y a contradiction. Donc au début, si tu veux, tu avais une tribune avec des invités, une tribune avec deux-trois journalistes et puis un meneur et la salle. (...) Et comme on avait à l'époque des journalistes d'Europolitique dans la salle et qui tapaient à la machine au fur et à mesure des sortes de communiqués de presse, le résumé des débats, on les distribuait à la fin du débat suivant. Ça veut dire que toutes les deux heures ils avaient un truc. Il y avait un côté presse parce que les journalistes venaient, ils arrivaient à midi de la salle de presse et ils piquaient trois ou quatre trucs, ils se mettaient dans un coin et ils faisaient des papiers si tu veux. Donc on avait inventé les résumés sur place. On a toujours essayé d'inventer, de créer des trucs. »<sup>40</sup>*

C'est cette volonté d'inventer et de profiter des compétences acquises dans le domaine de l'information qui a aussi poussé EIS à créer une société de *monitoring* de l'information « sur mesure » (ECOS) qui la place à la limite de la consultance : « *ECOS, c'est le fruit de coups de colère. Mais de coups de colère qui continuent parce que si tu veux seize journalistes, ou quinze ou douze peu importe, d'Europolitique vont, fouillent, travaillent, restent tard, s'emmerdent, etc. Et tu avais nombre de consultants*

---

souvent commandées par les institutions européennes elles-mêmes qui durent faire face dès les années 1970 à l'élargissement de leurs compétence sans avoir les moyens en personnel correspondants et soustrairaient donc un ensemble d'activités. L'arrivée dans le monde bruxellois de bureaux de consultants professionnels a peu à peu tari cette source d'activité pour les journalistes.

<sup>38</sup> Le Club de Bruxelles a fait faillite en 1997 à la suite du rétrécissement du marché des conférences, de problèmes de santé personnels de G. Rousselot et du fait que la nouvelle direction d'EIS n'avait pas souhaité après 1991 continuer à soutenir cet type d'activités.

<sup>39</sup> Le Club de Bruxelles se présente par exemple comme très lié à la presse : « Par sa vocation même, le Club de Bruxelles est aussi un Club lié à la presse. Il entretient un réseau de relations privilégiées avec la presse internationale. Les débats des conférences du Club sont conçus et présidés par des journalistes éminents accrédités auprès des Institutions européennes ou par des animateurs qui sont des spécialistes reconnus des affaires internationales et des thèmes prévus dans le programme des conférences. » (« Club de Bruxelles, Septembre 1996 », p. 3)

<sup>40</sup> Entretien avec Marc Paoloni (9 février 2001).

qui parce qu'ils avaient la casquette de consultants et pas de journalistes faisaient ce qu'on appelle du monitoring. Alors souvent ils vont prendre un air très outré, très offensé si tu leur dis ça..., mais ils prennent, découpent et collent avec un beau papier à entête, etc, une analyse qui pique à droite et à gauche plus un petit truc à eux, et ils vendent ça... Un monitoring, c'est par mois quelque chose qui tourne entre 60 et 100 000 balles.<sup>41</sup> Ça voulait dire qu'ils recevaient par mois pour faire ça, à peu près le double de l'abonnement annuel d'Europolitique. Donc on s'est dit mais c'est quand même pas possible. Si les gens veulent que ça, c'est-à-dire pas de lobby, pas d'analyse de cas, pas d'analyse juridique ou technique, mais simplement surveillez-nous ce qui peut arriver dans le secteur, je sais pas moi..., de l'optique, s'il se passe rien vous nous dites : il s'est rien passé ; s'il s'est passé quelque chose, vous nous dites quoi, comment, comment vous l'interprétez à la limite et la documentation. Parce que ça nous coûtera moins cher de payer 200 000 francs par an que d'avoir un type qui va venir ici toutes les semaines ou tous les quinze jours ou d'avoir un type full time avec un bureau, un téléphone, une secrétaire, une bagnole, des frais, etc. Donc c'était ça ECOS. »<sup>42</sup> Le succès de cette entreprise est cependant limité du fait d'un manque d'investissement dans la prospection des clients et des difficultés pour EIS à imiter les standards de représentation en vigueur dans le monde de l'influence.

Depuis 1996, EIS s'est encore diversifiée en fondant à Bruxelles une école de *lobbying* en collaboration avec un institut universitaire britannique. Cette école propose différents programmes de formation faisant intervenir des universitaires mais aussi des professionnels de cette activité et des journalistes (de l'entreprise elle-même notamment) pour traiter des relations publiques et avec la presse.

En somme, on se rend compte que si la convention de qualité sur laquelle Agence Europe se fonde repose sur une très forte personnalisation de l'information produite (de l'information plus un éditorial) et sur un modèle de bulletin unique collant à l'architecture institutionnelle, celle qui anime EIS est tout autre. Il s'agit d'une convention de spécialisation sectorielle et de diversification des produits pour satisfaire la demande marchande pour l'information européenne dans toutes ses composantes (newsletters, études, conférences, conseil...).

## L'emploi et la gestion de la main d'œuvre

Le profil des deux agences est aussi très différent du point de vue des conventions qui régissent la relation d'emploi et qui permettent la mobilisation de la main d'œuvre des professionnels engagés. Les fichiers d'accréditation nous donnent là encore des indications précieuses (et qui ne sont pas biaisées dans ce cas puisque tous les professionnels actifs dans ces deux agences sont accrédités). Au 1<sup>er</sup> janvier 1999, 15 professionnels de l'Agence Europe sont recensés comme détenteurs de la carte et 5 figurent dans les archives de ceux qui l'ont eue mais sont « partis » depuis 1991. L'âge moyen de ces 15 professionnels est de 42,3 ans et leurs ancienneté moyenne de 13,1 années, pour un âge moyen à l'arrivée de 29,2 ans. Ils ont occupé en moyenne 1,3 emploi dans le monde de l'information européenne. On est donc face à un modèle d'emploi très stable dans le temps (très peu de *turn-over*), de monoactivité assez générale et de forte insertion dans le dispositif institutionnel (seuls deux professionnels sur les 15 recensés ne sont pas membres de l'API et plus de la moitié se sont vu conférer dès leur arrivée une carte permanente d'accréditation, soit 53,3%). 40% de ces

<sup>41</sup> Il s'agit de Francs belges, soit entre 10 et 15 000 Francs français de l'époque.

<sup>42</sup> Entretien avec Marc Paoloni (9 février 2001).



journalistes ont pu fournir une carte professionnelle ou une attestation d'employeur lors de la demande d'accréditation. D'autre part, et ce point est très important, les contrats proposés par l'Agence Europe sont des contrat de travail salarié.

Dans le cas d'EIS ce sont 32 dossiers que l'on trouve dans le stock des accrédités au 1<sup>er</sup> janvier 1999 (et 18 dans celui des accrédités partis depuis 1991). Le rapport indique déjà un *turn-over* plus important mais il faut encore le corriger parce que, du fait justement de ce *turn-over*, de nombreux professionnels figurent dans les dossiers comme accrédités pour EIS alors qu'ils ne le sont déjà plus. Si l'on utilise l'annuaire des accrédités au 1<sup>er</sup> octobre 1999,<sup>43</sup> on se rend compte que 16 des 32 accrédités ne travaillent plus pour EIS mais pour un autre média (ou sont partis dans 4 cas). Pour un groupe de rédacteurs de 16 personnes actives au 1<sup>er</sup> janvier 1999, 34 l'ont donc été dans le passé mais ont quitté l'agence depuis 1991. Ceux qui restent ont un âge moyen de 39,7 ans, une ancienneté moyenne de 10,1 ans et ont en moyenne occupé 2,75 emplois répertoriés par le SPP. Seuls trois d'entre eux sont membres de l'API (18,75%) et trois aussi sont arrivés avec une carte permanente). 25% ont pu fournir une carte professionnelle ou une attestation lors de leur accréditation. Le modèle est donc parfaitement inverse (emploi instable dans le temps, pluriactivité très forte, faible insertion dans le dispositif institutionnel). Par ailleurs, depuis la reprise de l'agence par ses fondateurs en 1977, les statuts sur lesquels sont employés les rédacteurs d'EIS sont des statuts d'indépendants. Aucun d'entre eux ne dispose donc d'un contrat de travail ; la rémunération est établie sur la base de factures pour prestation de services.

Un des points par lesquelles les deux entreprises se ressemblent, c'est qu'elles emploient des individus assez jeunes (l'âge moyen à l'arrivée est de 29,2 ans pour Agence Europe et de 29,6 pour EIS).<sup>44</sup> Dans un grand nombre de cas elles ont aussi participé à créer des formes de mobilité sociale (dans les deux cas les exemples ne sont pas rares de personnes engagées comme imprimeur ou traducteur et devenues journalistes) et ont participé à l'irrigation du tissu économique bruxellois autour des affaires européennes.

### **Vers un nouveau modèle de « partenariats de contenu » au service de la « communauté des acteurs européen » ?**

À la fin des années 1990, le développement des technologies de mise en ligne de données a passablement perturbé le face-à-face des bulletin d'Europe et d'EIS. De nombreux sites sont apparus pour mettre en ligne de l'information européenne, parfois d'ailleurs au sein même des institutions.<sup>45</sup> Une seule entreprise s'est cependant lancée dans le monde de l'information européenne de telle façon que l'on puisse la comparer avec ses deux ancêtres. Il s'agit de Euractiv.com, une entreprise fondée en 1998 par un ancien conseiller en gestion d'entreprise dans le cabinet McKinsey et fonctionnaire de la Commission européenne dans le secteur des telecoms qui s'est rapidement allié avec un ancien député européen belge (du groupe des Verts) qui avait fondé un site d'information politique en ligne à la fin de son mandat. L'entreprise se présente sur son site comme « *The leading online media on European Union policies* » et prend acte de

---

<sup>43</sup> Une source reconstituée chaque année et donc plus fiable.

<sup>44</sup> Alors que le bureau bruxellois de Reuters a par exemple un âge à l'arrivée de 32,9 ans et une ancienneté moyenne de 6,11 pour les présents et de 3,8 ans pour ceux qui sont partis.

<sup>45</sup> Ainsi du projet Rapid mis en place par le service du porte-parole de la Commission qui diffuse quasiment instantanément les notes de presse de cette institution.

ce que, comme le note son fondateur dans une interview à la *Libre Belgique* : « *Le problème auquel on doit faire face est une surabondance de données, non un manque d'informations. sans une transparence organisée, il subsiste un chaos d'informations que plus personne ne peut contrôler ou comprendre.* » Le modèle professionnel choisi n'est donc plus celui du journalisme engagé ou de la spécialisation sectorielle mais une forme nouvelle de capacité à trier et organiser le chaos informationnel, à organiser la transparence. Le public visé n'est pas l'opinion publique (comme dans l'idéal de gazzo), ni les acteurs économiques ayant besoin d'information sur l'Europe (comme aux débuts d'EIS) mais la « communauté des acteurs européens » (un quasi-néologisme *copyrighté* par Euractiv.com), c'est-à-dire des « professionals from EU institutions, countries & regions, industry & unions, NGOs, the press and consultants (law, lobbying, PR) ». On revient donc à une définition plus politique du public mais centré sur Bruxelles et ses acteurs.

L'entreprise émane d'ailleurs d'une certaine façon de cette communauté qu'elle veut servir. Ses bureaux sont par exemple fournis par le CEPS (un des *think tanks* les plus actifs à Bruxelles) et situés dans son immeuble. Le site affiche et manifeste par ailleurs tous ces liens avec la communauté européenne à Bruxelles. Ce sont ces acteurs qui fournissent par ailleurs le contenu du site puisque l'entreprise ne produit par elle-même que très peu d'information : elle active essentiellement des liens vers du contenu produit par ses partenaires (presse, lobbies, think tanks, institutions, ONG, entreprises privées...). La caractéristique fondamentale du modèle choisi par Euractiv.com, c'est que la « qualité » est donc entièrement prise en charge par ses « partenariats de contenu » (*content partnerships*) et sous-traitée en quelque sorte à l'ensemble de la communauté des acteurs européens. L'agence ne fait que signaler les produits d'information disponibles dans le monde social bruxellois (essentiellement) et conduire ses « clients » vers ces produits.

Du point de vue des conventions de mobilisation de la main d'œuvre, Euractiv se décrit comme « *une équipe de professionnels qui réunit des compétences diverses et complémentaires : affaires européennes, gestion d'entreprise, journalisme, communication en ligne et technologies Internet.* »<sup>46</sup> Il est plus difficile de mesurer le profil des rédacteurs de l'entreprise, notamment parce que sur les six personnes que j'ai pu identifier comme travaillant pour Euractiv en 2000, une seule était accréditée auprès des institutions européennes et avait une carrière locale comme journaliste préalable à son expérience pour cette entreprise (il s'agit d'une ancienne journaliste d'agence arrivée à Bruxelles en 1995 et ayant participé en 1998 à la création d'un petit bureau de pigistes spécialisés sur l'Europe de l'Est). Le *turn-over* semble cependant avoir été important au début de l'existence de l'entreprise puisqu'entre mai 2000 et décembre 2001 ce ne sont pas moins de dix offres d'emploi qui ont circulé pour Euractiv sur le réseau de diffusion par courrier électronique de la section bruxelloise du syndicat britannique NUJ (*National Union of Journalists*). Toutes ces offres proposent un statut de *free lance*. Le type de profil recherché nous renseigne précieusement sur les compétences recherchées par ce nouveau média. Aucune de ces offres ne mentionne le terme de « journaliste » ou de « rédacteur ». Dans une offre du 30 août 2000, l'entreprise annonce par exemple qu'elle est à la recherche de « *content coordinators* », un titre qui engage le professionnel vers l'animation des réseaux et partenariats de la « communauté d'acteurs » dans laquelle il se trouve pris plus que vers l'investigation et la « correspondance ».<sup>47</sup> Le profil recherché, outre son caractère fortement ancré dans le

<sup>46</sup> Interview de C. Leclerc sur [www.lobbying-europe.com](http://www.lobbying-europe.com).

<sup>47</sup> Les tâches retenues pour définir ce poste sont les suivantes : « *conceptual/creative (brainstorming 'hot-topics', innovative coverage, topics for forums), networking (developing & managing contacts with*

monde bruxellois, manifeste la dilution de l'identité de journaliste : est valorisée par exemple l'« *Experience of EU policies, e.g. EU institutions, or work in a lobby / media* », ainsi que « *journalist-like or information specialist writing skills + ability to make visual summaries* ». La différence est manifeste avec EIS qui, tout en recrutant aussi sur une base *free lance* reconduit encore le modèle professionnel du journaliste.

## Conclusion

L'économie politique du monde de production de l'information européenne à Bruxelles a donc connu des changements de grande ampleur. Fondée dans les années 1950 sur des réseaux mobilisant des compétences politiques et professionnelles liés au monde du journalisme, sur des conventions de qualité fortement personnalisées et sur un modèle salarial très stable dans le temps, elle s'organise aujourd'hui davantage autour de réseaux liés aux affaires européennes, de conventions de qualité reposant sur la sous-traitance et d'un modèle de travail *free lance* généralisé. Une évolution contraire à la direction du monde de correspondants prise par ailleurs.

Les causes de cette évolution sont sans doute à chercher dans les changements qui ont affecté le « district européen » à Bruxelles depuis les années 1950. Du côté des institutions d'abord, l'augmentation de leur taille s'est accompagnée aussi d'un engagement très net dans l'économie de l'information avec la publication de *Newsletters* dans un premier temps et les publications en ligne récemment. Cet engagement a pris les formes d'une économie de sous-traitance offrant des opportunités importantes de diversification de leur activité pour des professionnels de l'information et conduisant à la création d'entreprises (dont certaines, comme Euractiv, ne vivent que du soutien de cette économie puisque l'accès au site en soi est gratuit).

Le développement d'une économie de l'influence à partir des années 1980 : les cabinets, le conseil, le lobbyisme... Créations de newsletters, de bureaux d'étude, de think tanks... D'abord par des acteurs locaux puis installation des grands du secteur.

D'autre part, dans les années 1980 s'est largement développée toute une économie de l'influence (conseil, *lobbyisme*, *think tanks*...) dans laquelle certains acteurs de l'information européenne ont été (et sont toujours) très actifs, l'exemple d'EIS le montre bien. En somme se développait un secteur d'activité à part entière, celui des « EU affairs »<sup>48</sup> qui devenait indissociable du monde de l'information. Dans sa première

---

*information providers, gathering, validating and/or rewriting information, coordinating outside freelancers), web writing (added-value documents such as summaries, fact-sheets on specific EU topics), updating daily news monitoring service Polis (also in the morning, before 9.00am) »*

<sup>48</sup> Pour mesurer l'importance de ce secteur, on peut lire le rapport de Iris Consulting pour le Ministère des finances de la Région de Bruxelles-Capitale sur l'impact socio-économique des institutions européennes et internationales dans la Région de Bruxelles-Capitale Iris Consulting (1998), *L'impact socio-économique des institutions européennes et internationales dans la Région de Bruxelles-Capitale*. Le poids de cette économie des « affaires européennes » en terme de main d'œuvre employée est estimé en 1998 à 27997 personnes (20052 pour le personnel des institutions européennes et 7945 pour le « secteur entièrement dépendant de l'UE », c'est-à-dire les représentations permanentes des pays membres, le corps diplomatique des pays tiers, la presse internationale, les bureaux de représentation des régions et villes et les groupes d'intérêt). ce à quoi il faudrait ajouter une partie du « secteur influencé par l'UE » (19810 personnes), par exemple les bureaux de consultants (628), les organisateurs de congrès (266), les cabinets d'avocats (1311)... Ce secteur d'activité est très complet et autosuffisant puisque 54% des dépenses de fonctionnement des institutions restent en Belgique et que ce rapport est de 94% pour les dépenses totales dans le secteur « entièrement dépendant de l'UE » et de 93,5% pour celles du secteur « influencé par l'UE ». Dans ce sens on a bien un « monde » cohérent.

édition (1989), le *Répertoire des sources d'information européennes*, regroupait par exemple sous un même intitulé les « Press Agencies, News Agencies and other information bodies (without any political or socio-professional affiliations) » et distinguait nettement cette catégorie de celle, voisine, des « consultants specialising in community questions ». Dans son édition de 1999, les deux sont regroupées sous l'appellation de « Press agencies, journalists, conference organisers and think tanks specialising in EU affairs ». L'apparition du terme *EU affairs*, nouvelle catégorie indigène d'appréhension de l'objet même du travail des professionnels bruxellois participe à rendre plus flous les contours des plus classiques *information bodies*.<sup>49</sup>

L'économie de l'information reste cependant une économie périphérique par rapport à l'économie plus générale de l'influence et au « district européen ». D'ailleurs les trois agences analysées ici sont situées en périphérie géographique de ce district, notamment parce qu'elles vivent d'équilibres financiers assez instables. Mais si l'on s'intéresse au rôle joué par ce monde de l'information dans les « EU affairs », il faut replacer ces agences dans une position plus centrales. Elles ont notamment participé à former de nombreux transfuges qui ont ensuite animé les affaires européennes.

## Bibliographie

- Angeletti, V. (1987). — *Les journalistes italiens accrédités à la CEE*, mémoire dirigé par J.-M. Nobre-Correia, Bruxelles, ULB.
- Baisnée, Olivier (2000). — « Les journalistes, seul public de l'Union européenne? », *Critique Internationale*, 9.
- Baisnée, Olivier (2001). — « Les relations entre la Commission et le Corps de presse accrédité auprès de l'Union européenne: crise et renouvellement des pratiques », *Pôle Sud*, 15, pp. 47-60.
- Bastin, Gilles (1999). — *Les journalistes accrédités auprès des institutions européennes à Bruxelles: groupe professionnel, carrières, travail*, Lille, Université de Lille 1, DEA de Sociologie, 146 pages.
- Bastin, Gilles (2001). — « Bruxelles, correspondance. Géographie économique de l'information européenne à Bruxelles », in Dumoulin, Michel (Ed.) *Bruxelles l'europpéenne. Regards croisés sur une région capitale*, Bruxelles, UCL/Tempora.
- Bastin, Gilles (2002a). — « La presse au miroir du capitalisme. Une enquête de Max Weber sur les journaux et le journalisme », *Réseaux*, 109.
- Bastin, Gilles (2002b). — « Les journalistes accrédités auprès des institutions européennes à Bruxelles. Quelques signes du changement dans un monde de travail », in Georgakakis, Didier (Ed.) *Les métiers de l'Europe politique. Acteurs et professionnalisations de l'Union européenne*, Strasbourg, Presses Universitaires de Strasbourg, pp. 169-194.
- Boyd-Barrett, Oliver et Rantanen, Terhi (2001). — « News Agency Foreign Correspondents », in Tunstall, Jeremy (Ed.) *Media Occupations and Professions*, Oxford, Oxford University Press, pp. 127-143.

---

<sup>49</sup> Il n'est pas sans intérêt de noter que l'entreprise qui édite ce Directory a été fondée (et est toujours dirigée) par un des Grenoblois montés à Bruxelles dans la foulée de G. Rousselot. Celui-ci a travaillé un temps pour *Europolitique* et fait quelques études pour les institutions européennes avant de se lancer dans la production d'annuaires de sources d'information sur les affaires européennes.

- Delannoy, Geneviève (1964). — *Le journaliste de la presse imprimée à Bruxelles à l'heure du marché commun*, Mémoire pour la Licence, Louvain-la-Neuve, UCL, Département de sciences politiques et sociales.
- Eymard-Duvernay, François (1986). — « La qualification des produits », in Salais, Robert et Thévenot, Laurent (Eds.), *Le travail. Marchés, règles, conventions*, Paris, Economica, pp. 239-248.
- Eymard-Duvernay, François (1989). — « Conventions de qualité et formes de coordination », *Revue économique*, 40 (2).
- Granovetter, Mark S. (1994). — « Les institutions économiques comme constructions sociales: un cadre d'analyse », in Orléan, André (Ed.) *Analyse économique des conventions*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Granovetter, Mark S. (2000). — « The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs », in Swedberg, Richard (Ed.) *Entrepreneurship: the Social Science View*, Oxford, Oxford University Press, pp. 244-275.
- Iris Consulting (1998). — *L'impact socio-économique des institutions européennes et internationales dans la Région de Bruxelles-Capitale*, Bruxelles, Région de Bruxelles-Capitale.
- Kruglak, T. E. (1955). — *The Foreign Correspondents*, Genève, Librairie E. Droz.
- Lelu, Agathe (2000). — *L'action européiste de l'Agence Europe à travers les archives d'Emanuele Gazzo*, Mémoire de maîtrise (sous la direction de Robert Frank), Paris, Université de Paris I - Panthéon Sorbonne, UFR d'Histoire.
- Padioleau, Jean-Gustave (1986). — « Un schéma d'analyse comparative des entreprises de presse », in Maihofer, Werner (Ed.) *Noi si mura. Selected working papers of the European University Institute*, Florence, European University Institute, pp. 131-157.
- Rosten, Leo C. (1937). — *The Washington Correspondents*, New York, Harcourt, Brace.
- Salais, Robert et Storper, Michael (1993). — *Les mondes de production: enquête sur l'identité économique de la France*, Paris, EHESS.
- Schickel, C. (1995). — *Les journalistes accrédités auprès de l'UE*, DEA, Strasbourg, Institut d'Études Politiques.
- Siapera, Eugenia (2002). — *Read All About It: Journalism, Europe and Politics. A Study on Journalism*, PhD Thesis, Florence, European University Institute, Social and Political Sciences Department, 250 pages.
- Tunstall, Jeremy (1970). — *The Westminster Lobby Correspondents: A Sociological Study of National Political Journalism*, London, Routledge & Kegan Paul.