

Le 19 septembre 2015 à Vannes

Demat d'an Holl

E Kalifornia, e oa eur skingomz a lavare bemdez : « Ma ne blij ket deoc'h ar c'heleier, kit, da sevel ho re » met e c'heller kompren en eur mod all : « Ma ne blij ket deoc'h ar c'helaouiñ, savit ho keloù ho-unan ». On aurait pu traduire aussi par « kit, da sevel o rear ! »

Monsieur le chancelier,

Monsieur le maire ,

Messieurs les conseillers généraux,

Messieurs les députés Marc Le Fur et Paul Molac,

Chers amis et chers compagnons de l'ordre de l'hermine :

Je suis très fier de l'honneur que l'on me fait aujourd'hui.

J'ai eu la chance de me trouver au bon endroit au bon moment. En Californie au moment de la révolution internet dans les années 90. Quand j'habitais cet autre penn-ar-bed, ce far-west, il y avait une radio qui répétait souvent : « If you don't like the news ... go out and make some of your own ». Ce qui peut se traduire par : « Si vous n'aimez pas les nouvelles, sortez et faites-les », mais qu'on pouvait traduire aussi par, « Si vous n'aimez pas les média, créez le vôtre ». Du moins, je le compris aussi de cette manière.

L'Agence Bretagne Presse est née là-bas, bercée par cette philosophie californienne tout axée sur le futur : « *one person can change the world* » ou bien, « *you can create you own reality* » et dont la créativité peut se résumer par cette phrase de Steve Jobs : « *creativity is linking things together* ».

Au début l'agence bretagne presse était juste une rubrique du site web de l'association des Bretons de Californie... Un collectif qui s'appelait la CARB et qui défendait le sort des prisonniers politiques bretons de l'époque, nous envoyait régulièrement des communiqués en disant, « *Passez-les, SVP, car l'Agence France Presse ne les passe jamais* ». Par dérision j'ai créé, sur le site de l'association, la rubrique « Agence Bretagne Presse ».

Cette rubrique cartonnait bien plus que les autres. De retour en France et finalement en Bretagne, c'est cette rubrique qui, en octobre 2003, est devenue un média à part entière, le premier média en ligne *pure player* (sans tirage papier) en Bretagne. Depuis, on a publié 38 000 articles - en français, en breton, en anglais et même en gallo - et autant de photos ou de vidéos. Douze ans de lutte, sans subvention aucune, parmi une presse régionale qui, elle, est subventionnée ou des télévisions financées par l'État.

Les autres font certainement du bon travail à une exception près : ils ont fractionné la couverture du territoire historique de la Bretagne et, comme le dit Jean-Michel Le Boulanger, vice président du Conseil régional à la culture : « *Celui qui habite Nantes, ne sait pas ce qui se passe à Brest, celui qui habite Rennes, ne sait pas ce qui se passe à Quimper* ». ABP tente de répondre à cette situation. C'est l'internet qui a permis de créer un média breton pour les Bretons par les Bretons --tissant des liens sociaux et territoriaux sur les 5 départements et même au-delà touchant des milliers de Bretons

éparpillés à travers le monde.

Bien sûr, si ce nouveau média entre dans le vaste mouvement de la démocratisation de l'information, et dieu sait si l'information est nécessaire pour le bon fonctionnement de la démocratie, ABP fait aussi partie de la nouvelle économie, dite économie participative. On est en train de passer d'une économie plus ou moins dirigée ou super régulée à une économie participative une économie du partage dont blablacar en est un des fleurons. On passe aussi du capital bancaire à des crowdfunding et finalement d'une démocratie représentative à une démocratie participative dans laquelle la Bretagne aura toute la place qu'elle mérite et à laquelle elle a droit. ABP s'inscrit dans cette nouvelle économie participative.

Autrefois le pigiste ou le correspondant local du journal allait chaque matin faire le tour du garage des pompiers ou du poste de gendarmerie du village, mais, aujourd'hui tout a changé : ce sont les collectivités, les entreprises, les syndicats, les partis et les associations qui envoient les informations, qui participent au devoir d'information. Ils participent à la rédaction. Des milliers de porte-paroles et plus récemment d'éditorialistes participent à l'ABP. Les textes, en français et en breton, partagés sur le site Web, les réseaux sociaux et la newsletter sont devenus dynamiques : des détails ou des rectifications peuvent être apportés par des lecteurs eux-mêmes via des commentaires. On peut même assister parfois à une rédaction collective. Les lecteurs participent, envoient même des photos ou des vidéos. Il n'y a plus de rédacteur en chef qui décide chaque matin de la Une, ce sont les lecteurs qui le font. Bientôt, il n'y aura plus de médias structurés, juste des réseaux et des plateformes avec des rédacteurs identifiés, territorialisés et crédités par leur contributions passées et le nombre de fois que leur travail a été partagé sur les réseaux sociaux.

ABP entrevoit un nouveau système dans lequel le journaliste sera au centre. Il décidera lui-même du copyright ou du copyleft, de la gratuité ou du prix de son travail selon que l'information est divulgation, propagation, investigation ou, tout simplement, indignation citoyenne. Un reportage d'investigation, ça prend du temps, de l'argent et aussi du courage et cela quel que soit le média, internet ou pas, celui qui fait ce type de recherche doit être rétribué d'une façon ou d'une autre : le nouveau système que nous mettrons en place répondra à ce problème.

Pour conclure : Ce sont tous les participants, tous les rédacteurs et collaborateurs de l'agence Bretagne presse qui, aujourd'hui, reçoivent ce collier de l'Hermine.

Philippe Argouarch