



Vous parcourez > Toutes les actualités > Médias et L214 : de la sympathie... au partenariat

ARTICLE

MÉDIAS ET L214 : DE LA SYMPATHIE... AU PARTENARIAT

"Brut", "Konbini" et Hugo Clément dans ce 2e volet de notre enquête

éthique & animaux
L214

ABATTOIR
MADE IN FRANCE

NOUS SOUTENIR
PAR UN DON

Une enquête commentée par
HUGO CLÉMENT

**ON NE PEUT PAS TUER
AVEC RESPECT**

Ces images vous révoltent ?

➔ **STOP AU MASSACRE**

f PARTAGER **🐦 TWITTER**

Konbini

Réservé à nos abonné.e.s

Au nom de l'engagement en faveur de la cause animale, certains journalistes et médias semblent mettre de côté la nécessaire indépendance journalistique. On peut pourtant, comme le montrent d'autres médias, traiter les informations importantes issues du travail de L214 sans devenir des relais de communication.

Dans [le premier volet de cette enquête](#), nous vous racontions comment *Charlie Hebdo*, *Paris Match* et *Libération* s'étaient faits les relais de communication de l'association antispéciste L214 depuis de nombreuses années. Habités aux mélanges acrobatiques entre publicité, communication et journalisme, les médias viraux *Brut* et *Konbini*, ainsi que le journaliste Hugo Clément, ont rejoint le petit club des médias qualifiés de "sympathisants" par L214 à partir de la fin des années 2010, selon des documents internes obtenus par ASI.

Ces documents témoignent de la transformation de L214 en contre-lobby puissant, sachant manier les médias avec une habileté que ne renierait pas, par exemple, la plus grande agence de communication française, Havas, [dont nous décrivons ici les méthodes](#). Comme Havas, L214 commande des sondages pour faire parler de sa cause, par exemple le fait que les Français seraient [favorables à l'interdiction du gavage](#) des oies et canards (nécessaire à la production du foie gras), dans le cadre d'une bataille de sondages avec [le lobby des éleveurs](#). En 2015, la cofondatrice et codirigeante de L214 Brigitte Gothière répond ainsi aux scrupules de certains membres à propos de ce sondage : "Un sondage, c'est de la fabrication de com' [...] Les médias s'en foutent de la méthodologie tant que c'est estampillé par un institut de sondage. C'est un jeu de dupes." Elle commente auprès d'ASI : "Penser qu'un sondage est une étude scientifique, c'est se voiler la face."

LIRE AUSSI

DIS, HAVAS, DESSINE-MOI UN PLAN COM' (À 191 000 €)

Plongée dans les méthodes de l'agence pour manipuler les médias

Sur son rapport aux médias, Brigitte Gothière ajoute : "L214 n'est propriétaire d'aucun groupe de presse, n'a aucun intérêt économique et n'a aucun moyen de pression sur une quelconque rédaction. Nous accuser de «manipuler les médias» relève du pur fantasme et de l'erreur factuelle". En tout cas, L214 coordonne ses campagnes en collaboration étroite avec des médias de type Konbini ou Brut, organisant à l'avance le partage mutuel de tel ou tel contenu. Même si ces plans ne fonctionnent pas toujours : rien n'est ainsi sorti de l'opération "Corned Beef" sur les lobbys agroalimentaires à l'école. Selon un document d'octobre 2020, L214 prévoyait un "projet d'enquête pour Elise Lucet", ou "associant trois médias", en l'occurrence Hugo Clément sur France 5, Libération et Paris Match. L'association avait prémâché le travail journalistique, de son angle à sa structure en passant par les interlocuteurs prévus, évidemment tous favorables à ses propres positions.

UNE VIDÉO "BRUT"- L214 SE RETROUVE SUR FRANCEINFO

Décembre 2017 : pour son enquête sur les élevages de lapins Orylag, l'association envisage de monter sa vidéo "à la manière" du média Brut – "images brutes, musique, montage dynamique et des éléments textuels animés" –, expose dans un courriel le cofondateur Sébastien Arzac. Il précise alors que Brigitte Gothière "a eu l'idée qu'on puisse carrément demander à Brut s'ils voudraient pas faire un partenariat avec nous". Qu'il envisage ainsi : "On leur filerait une bonne sélection des images et on proposerait un texte à amender avec eux [...] ça serait génial puisque non seulement on profiterait de leur force de diffusion mais en plus, ils pourraient s'occuper du montage." Le résultat [est diffusé par Brut le 19 décembre](#), la vidéo est directement intégrée [au communiqué de presse de L214](#), ainsi [qu'à la page web créée](#) pour faire signer une pétition contre l'usage de fourrure. Sur le site de Brut, [aucune mention d'un partenariat](#).



**DIOR, FENDI,
DOLCE & GABBANA,**

**DITES NON À
LA FOURRURE !**

JE SIGNE LA PÉTITION

Quand un média est partie intégrante d'un plan com'

L214, 19 décembre 2017

Un an plus tard, bis repetita. *Brut* conserve sa liberté de montage, mais n'a pas accès à la totalité des images tournées par l'association [au sein d'un élevage intensif de dindes](#). "L'idée c'est de prémâcher le travail à Brut en leur donnant que du bon, que des images qu'on veut potentiellement voir être diffusées, explique ainsi en interne Sébastien Arzac. Quand ça sera fait, il faudra affiner la sélection. La difficulté va être d'affiner assez pour faciliter la sélection par Brut (et limiter le risque) mais de façon à ce qu'on soit tous d'accord sur ce qui est gardé et jeté." La vidéo de Brut fait par ailleurs l'objet d'une reprise telle quelle [par le site web de la chaîne Franceinfo](#), dans le cadre [du partenariat](#) entre la chaîne publique et le jeune média privé – Brut n'a pas répondu aux sollicitations d'ASI.

"KONBINI" COPRODUIT UNE VIDÉO DE L214

Mais Brut n'est pas le seul média vidéo jeune et viral à être entré de plain-pied dans les plans com' de L214 : son concurrent *Konbini* est tout aussi empressé. Jusqu'à se faire coproducteur, par exemple, d'une vidéo portant sur un abattoir de chevaux en décembre 2018. "On est en train de voir avec Konbini s'ils seraient d'accord pour un partenariat sur l'enquête chevaux, écrit alors une salariée de L214. Ils feraient la vidéo, en accord avec nos axes de com et on la diffuserait tous ensemble, nous y compris sur le mini-site." Dans un autre courriel, elle évoque "la délégation de la vidéo publique à Konbini". À l'instar de la vidéo de Brut, [celle de Konbini](#) est utilisée [pour la page web](#) destinée à faire signer une pétition.

Un document récapitulatif détaille le plan de communication de l'association sur cette "enquête chevaux". Il révèle que la vidéo de *Konbini* est montée à partir de séquences présélectionnées par L214, avec un angle correspondant très exactement à ce que souhaitait mettre en avant l'association, qui demande à voir la vidéo avant mise en ligne. Le média, de son côté, prodigue des conseils de communication à l'association qui partagera sa vidéo sur Facebook : "Attention aux mots trop violents ou aux formules type «attention images difficiles» qui seraient susceptibles d'entraîner un écran noir". Des éléments que dément dans un premier temps *Konbini* auprès d'ASI, jusqu'à ce que nous indiquions l'identité de l'auteur et destinataire de la plupart de ces échanges : Hugo Clément, alors journaliste-star à *Konbini*. La directrice de la rédaction nous assure alors qu'elle n'était pas au courant. "Il s'agit d'un simple souhait exprimé au conditionnel par l'association, commente pour sa part Hugo Clément auprès d'ASI. Je ne fais jamais valider mes vidéos par quiconque avant leur diffusion."

The image shows a video player interface with a dark background. In the top left corner, there are two logos: "éthique & animaux L214" and "ABATTOIR MADE IN FRANCE". In the top right corner, there is a white box containing the text "NOUS SOUTENIR" with a red heart icon and "PAR UN DON". The main content area features a video player with a play button icon. To the left of the video, the text reads "Une enquête commentée par HUGO CLÉMENT" and the "Konbini" logo is visible at the bottom left. To the right of the video, the text reads "ON NE PEUT PAS TUER AVEC RESPECT" and "Ces images vous révoltent ?". Below this text is a white button with a right-pointing arrow and the text "STOP AU MASSACRE". At the bottom right, there are two blue buttons: "PARTAGER" with a Facebook icon and "TWITTER" with a Twitter icon.

Travail journalistique ou partenariat de communication ?

L214, décembre 2018

QUAND HUGO CLÉMENT BALANCE JEAN-MICHEL APHATIE

Le journaliste de *Quotidien* passé chez *Konbini*, puis en 2019 chez France Télévisions, assume par ailleurs auprès d'*ASI* un engagement total, y compris en jouant le rôle de stratège en communication auprès des ONG sujets de ses reportages et interviews. "Je soutiens à 100 % le combat des associations qui défendent les animaux, notamment L214, répond-il sans ambiguïté à *ASI*. Nous partageons nos retours d'expérience face aux attaques des géants de l'agro-industrie et des lobbies [...] Cet engagement pour un monde plus respectueux du vivant, dont je suis fier et que je revendique, est connu du grand public et de tous les journalistes qui m'interrogent."

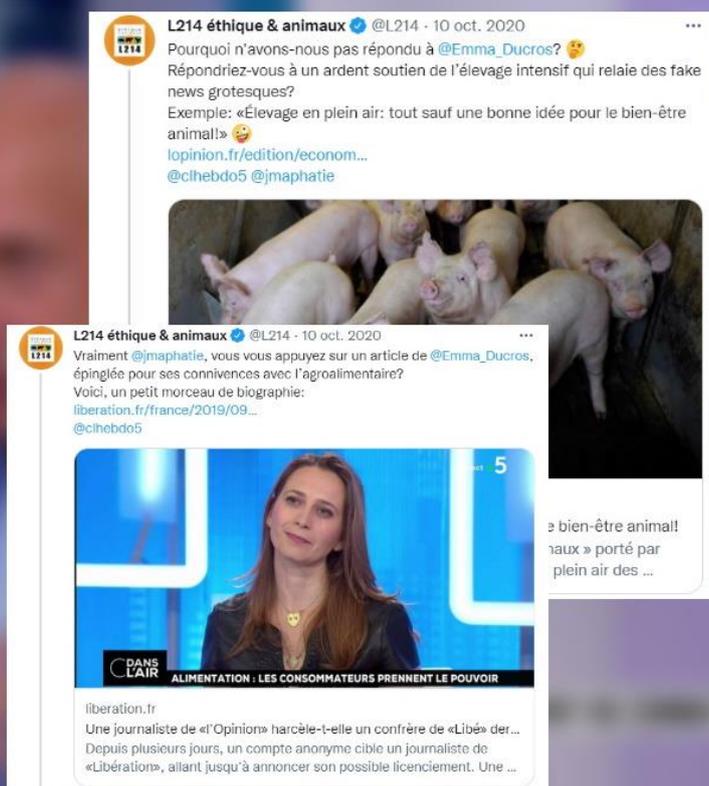
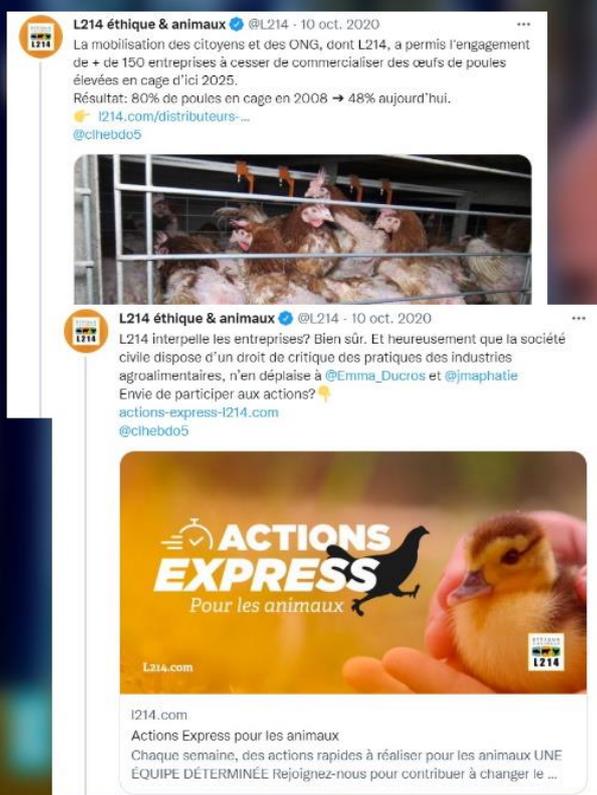
Cet engagement le mène cependant plus loin que ce soutien idéologique, qu'il revendique publiquement depuis plusieurs années. Ainsi, le 9 octobre 2020, Hugo Clément est invité de l'émission *C l'hebdo*, sur France 5, chaîne qui diffuse alors son émission *Sur le front*. En plateau, le commentateur politique Jean-Michel Apatie, chroniqueur de l'émission, évoque une enquête [à propos de L214, qui "harcèle les entreprises"](#), dont l'autrice est Emmanuelle Ducros de l'*Opinion*. Face à Apatie, son collègue de France 5, s'étonnant que L214 ait refusé de répondre à Emmanuelle Ducros, Hugo Clément répond vertement en évoquant les ["ménages" de la journaliste pour l'industrie agroalimentaire](#) (voir l'extrait ci-dessous).



Deux collègues en désaccord

C l'hebdo, France 5, 10 octobre 2020

Mais l'émission n'est pas en direct : elle sera diffusée le lendemain 10 octobre. "Apathie (sic) a fait toute une chronique pour relayer le torchon de Ducros sur vous", écrit le journaliste à L214, en décrivant la teneur de l'échange en plateau. "Préparez peut-être une réponse d'ici la diffusion demain soir, pour poster au moment de l'émission. Ça vous donne un peu d'avance pour préparer du matos pour les réseaux", suggère Clément, selon un document interne dédié à cette riposte numérique. Résultat: au moment même où C l'heβδο est diffusée, L214 met effectivement en ligne une série de tweets léchés dénonçant la chronique d'Apathie.



Une riposte rondement menée sur Twitter

L214, Twitter / Montage ASI

SALOMÉ SAQUÉ, JOURNALISTE... ET COMMUNICANTE

LES MÉDIAS QUI GARDENT LA DISTANCE, OU ENQUÊTENT

Selon les courriels que nous avons pu consulter, d'autres médias montrent une plus grande distance avec L214. C'est par exemple le cas du *Monde*, dont la journaliste Audrey Garric, chargée de couvrir le bien-être animal jusqu'en 2018, n'hésite pas à questionner les faits que lui présente l'association, et à lui demander ses sources afin d'en vérifier elle-même l'exactitude. Tout comme le journaliste du *Point* Clément Pétreault, lorsqu'il publie fin 2015 [l'enquête de L214 sur l'abattoir d'Alès](#). Il a "refusé le principe d'un montage fourni par L214", préférant réaliser le sien, se souvient-il auprès d'ASI : "Ils m'avaient proposé un reportage clés en main, j'ai demandé les rushes et passé des heures à regarder des égorgements de chevaux, c'était affreux." Pétreault avait aussi trouvé un expert sans lien avec L214 afin de recueillir une analyse extérieure. Il était resté succinct lorsqu'il a indiqué à L214 la teneur de son article à venir... ce qui avait déplu à l'association, au point qu'un de ses salariés envisageait de solliciter l'ex-directeur de l'hebdomadaire Franz-Olivier Giesbert, soutien de L214, pour qu'il intervienne. Cette idée finalement avortée reflète cependant la manière dont L214 voit son rapport aux médias.

"MEDIAPART" DÉVOILE UNE DE SES SOURCES

Avec [Causette](#) et [Loopsider](#), Mediapart est le seul média de gauche à avoir produit un travail journalistique critique à propos de L214 (à droite, l'[Opinion](#) et le [Point](#) l'ont fait). "Burn-out réguliers, départs contraints, forte charge de travail, accusations de harcèlement moral, mais aussi relatif aveuglement sur les questions de violences sexistes et sexuelles", [décrit ainsi Mediapart](#) dans une longue enquête publiée en mai 2021. Dans cet article, toutes les sources livrant un témoignage critique le font de manière anonyme. Mediapart ajoute à son article, par "transparence", explique l'auteur Dan Israel à ASI, l'intégralité des questions et (très longues) réponses échangées avec L214. Problème, l'une des sources anonymes de Mediapart apparaît alors sous son vrai nom ; Israel le remplace rapidement par son pseudonyme, mais le texte avant correction se balade toujours sur internet. "Je regrette mon erreur", commente Dan Israel auprès d'ASI. Il précise cependant que cette source, même sous pseudonyme, était déjà reconnaissable des militants gravitant autour de L214.

Conflit d'intérêts : le journaliste de Mediapart Dan Israel est un ancien journaliste d'ASI, et un membre de notre conseil consultatif, mis en place dans le cadre du don par Daniel Schneidermann de la société à ses salariés.