

AGENCE DATAS

L'investigation au cœur de la démarche

Spécialisée dans les enquêtes et les reportages, une nouvelle agence de presse a été créée en août dernier par deux journalistes genevois. Portrait avec l'un des fondateurs, Gilles Labarthe.

Joueur, le journaliste Gilles Labarthe l'est peut-être mais, en l'occurrence, il n'estime pas avoir lancé un pari en l'air en créant, avec son confrère Philippe de Rougemont, une nouvelle agence de presse baptisée Datas. « Cette initiative comble un vide. A ce jour, il n'existait aucune structure indépendante spécialisée dans les enquêtes et les reportages. » Un créneau répondant à une véritable demande. La preuve? Avant son lancement officiel, Datas a déjà exploré le domaine. Avec succès. Au cours du premier trimestre, l'agence – qui bénéficiera tout prochainement d'un bureau à Genève – a placé une centaine d'articles dans la presse romande. Parmi ses principaux clients: « La Liberté », « Le Courrier », « 24 Heures » et la « Tribune de Genève » mais aussi des médias étrangers à l'image du « Courrier international », de la BBC, de la RAI ou encore de Radio France internationale. Parallèlement, Datas a réalisé pour le compte de deux organisations non gouvernementales de l'Hexagone une enquête fouillée sur les réseaux politiques et mafieux au Togo, publiée aux éditions Agone.

Forgée par un journalisme de terrain et d'investigation, l'identité de l'agence s'exprime aussi à travers la diversité et l'originalité des sujets proposés. Criminalité financière, limites de la politique fédérale face aux déchets nucléaires, bradage de la sécurité sociale aux Etats-Unis, développement de l'agriculture transgénique en Irak, OGM et toxiques alimentaires dans nos assiettes... Datas s'est donné pour mission de livrer une « information utile ». En d'autres termes, l'agence entend par ses contributions offrir aux lecteurs des clés favorisant la

«Souvent, l'article publié représente seulement 10% d'un cahier noirci de notes.»

compréhension du quotidien. Sans jamais omettre l'importance du facteur de proximité. Un exemple: l'agence s'intéresse-t-elle à la catastrophe survenue en Louisiane? Elle en fera une lecture en relation avec la Suisse. « Nous pourrions enquêter pour savoir si des Suisses se trouvaient sur place, dépendre leur situation. Nous pourrions aussi aborder le sujet en analysant le dispositif qui serait mis en place par la Confédération dans un scénario similaire, la manière dont elle gérerait la crise... » précise Gilles Labarthe, rappelant le rôle de « traducteurs » rempli par les journalistes. « Notre travail consiste à vulgariser des dossiers souvent complexes. » Proposant hebdomadairement aux médias suisses un service de nouvelles, d'investi-



Agence Datas, trio de choc. De g.à dr.: Gilles Labarthe, Olivier Chambrial et Philippe de Rougemont. Photo: Olivier Chambrial / Datas

gations ou de reportages photos, Datas mise aussi sur la situation géographique de ses deux responsables pour débusquer des informations inédites: avec Gilles Labarthe, basé à Paris, et Philippe de Rougemont, au Québec, l'agence entend approfondir les implications de la Suisse dans différentes affaires qui défraient la chronique à l'étranger. « Lors du procès Elf, par exemple, de nombreux points du dossier concernaient des banques helvétiques. » Outre l'avantage que représentent ses deux antennes de correspondants et l'originalité des thèmes choisis, Datas tire aussi un premier bilan positif lié à la légèreté et à l'autonomie de sa structure. Des conditions propres à limiter les frais administratifs. « Nous fonctionnons un peu comme une coopérative formée de quatre permanents dont un photographe. Chacun gère ses relations et commandes, selon les

Datas s'est donné pour mission de livrer une «information utile aux lecteurs».

dossiers qu'il traite. Mais nous nous concertons, relisons nos textes. La mention « Datas » sert de garantie de qualité », explique le journaliste, précisant encore que l'agence travaille aussi ponctuellement avec des collaborateurs externes. Du point de vue des tarifs, les responsables pratiquent les prix de la Convention collective. « Viable? Oui mais il est parfois difficile de faire comprendre à nos interlocuteurs qu'une enquête peut prendre du temps. Souvent, l'article publié représente seulement 10% d'un cahier noirci de notes. L'ensemble du travail qu'il a généré n'est pas

apparent. » Une donne indissociable de la qualité des contributions de Datas. Qui n'entend pas se substituer aux reporters ou enquêteurs

intégrés dans des rédactions mais bien renforcer et diversifier le paysage médiatique suisse par son travail d'investigation. Bienvenu.

Sonya Mermoud

Informations supplémentaires : www.DATAS.ch