union PRESSE

Quatre questions à Clotilde Berlencourt, cheffe de projet au Fonds de dotation Bayard - Agir pour une société du lien

lun 21/09/2026 - 15:46

“Faut qu’on parle” est une expérience invitant deux individus aux opinions divergentes à se rencontrer dans un lieu public pour échanger, sans chercher à se convaincre. Pour cette troisième édition, qui se tiendra le 21 novembre 2026, les inscriptions sont ouvertes du 1er octobre au 10 novembre. L’algorithme My Country Talks aura ensuite une dizaine de jours pour associer les participants aux idées opposées. Initiée par le Fonds Bayard, cette démarche est réalisée en partenariat avec cinq médias dont les noms seront révélés le 1er octobre.

Clotilde Berlencourt, cheffe de projet au Fonds de dotation Bayard - Agir pour une société du lien, chargée de l’initiative “Faut qu’on parle”, travaille pour la deuxième fois sur cette opération. Culture Presse et les marchands de presse soutiennent ce grand rendez-vous du débat d'idées pour la deuxième année consécutive. Clotilde Berlencourt explique comment s’incarne cet engagement.

Selon vous, “beaucoup de lieux de proximité ont disparu dans les territoires”. Les marchands de presse font partie intégrante des lieux de proximité encore présents aujourd’hui. Cette année encore, ils prennent part à “Faut qu’on parle”. Quelle forme prend leur soutien ?

Ils participent en rendant l’opération visible. Ils nous permettent, grâce à des affiches, d’aller toucher des publics qui ne sont pas forcément abonnés aux médias partenaires. Leur soutien, tout comme celui d’autres acteurs de la société civile et d’associations qui nous accompagnent,

fait partie de leur ADN : ils ont envie que les citoyens se parlent. Par leur implication, ils montrent qu'ils sont d'accord avec ce genre d'opérations. C’est un signe d’engagement fort parce qu’il n'y a pas de retour financier.

Aurez-vous la possibilité de mesurer l’impact de cette campagne de visibilité chez les marchands de presse ?

Pas précisément. Chaque média dispose de son propre canal de recrutement associé à un QR code. Grâce à ces dispositifs, nous serons en mesure de déterminer le nombre de participants recrutés par chaque média partenaire. Concernant les inscrits qui ne sont pas passés par ces derniers, ils s’inscrivent par le fonds Bayard. Parmi eux, une partie sera issue de la fréquentation des points de vente de presse. Même si je ne pourrai pas l’identifier précisément, je pourrai évaluer si ce volume est supérieur à celui de l’an dernier. Il me sera aussi possible d’observer à quel moment, les points de vente au sens large feront leurs opérations et donc de voir si dans les jours qui suivent, elles génèrent un regain d'intérêt ou pas.

Le principe de “Faut qu’on parle” est de ne pas “être derrière un écran”. Qu’ajoute une rencontre en face à face ?

Il y a plus de sincérité et de respect. Derrière un écran, un dérapage est toujours possible. Cela nous paraît important que ce soient des rencontres dans la vie réelle parce que l’idée est de refaire société. Vous savez, lors des éditions précédentes, très souvent, les participants ont proposé de se revoir ou bien ils ont fini par boire un verre ensemble, ce qui est un peu plus compliqué derrière un écran. L’idée est de faire comme avant dans les cafés, ou les bars-tabac où il était possible d'avoir des conversations spontanées tout en sortant de nos cercles habituels. Les différentes études scientifiques ayant étudié “Faut qu’on parle” ou ses déclinaisons ailleurs montrent un impact très fort quand les rencontres ont lieu en face à face pendant deux heures.

La conversation a toujours lieu en novembre. Y a-t-il une raison à cela ?

Le mois de novembre nous paraît propice aux échanges. Il ne tombe ni pendant le rush de la rentrée ni pendant les vacances scolaires et prend aussi place avant la préparation des fêtes de fin d’année et laisse, peut-être, plus de temps pour discuter. A priori, passer deux heures dans un café par un après-midi d'automne va plutôt bien avec le temps et les envies du moment.

© A. Mechin, collection personnelle