

# Un milanais dans la ville de Goethe : Beda Romano, correspondant italien à Francfort-sur-le-Main

***Il arrive, a un regard, un mot pour chacun. Sa voix est douce, mais affirmée. Il ne parle pas fort, mais se fait entendre. Lorsqu'il s'assied, il pose délicatement un petit carnet bleu sur la table : son « carnet de notes », nous dira-t-il au cours de l'entretien. Nous le filmons. Il s'interroge sur l'opportunité d'être filmé, sur la destination de ces images. Il ne semble pas confiant envers ces images vidéo dont il nous dira qu'elles seront peut-être, à l'horizon de 2025, un média journalistique incontournable.***

## Son parcours



Photo de Beda Romano, par Luc André Baracat lors de l'interview du 5 février 2010

Beda Romano est correspondant en Allemagne depuis dix ans pour un journal économique italien nommé *Il Sole / 24 Ore*. Ce quotidien traite d'informations politiques, économiques et financières, à l'instar du *Financial Times* en Angleterre, des *Echos* en France ou de *Handelsblatt* en Allemagne. Environ 300 000 exemplaires sont vendus par jour en Italie. Le métier de journaliste n'était pas une vocation. Il y viendra à travers le goût de l'écriture qu'il découvrira lors de la rédaction de sa thèse.

Après des études de droit international et de politiques comparées qui le destinaient à la diplomatie, il débute dans ce métier en tant que pigiste. Rémunéré à l'article, il collabore à plusieurs journaux en Italie, en France et aux Etats-Unis. De retour à Milan, il poursuit sa carrière en tant que correspondant pour l'agence américaine *Knight-Ridder*, puis pour l'hebdomadaire français *Le Point*.

Ce n'est pas sans humour que Beda Romano évoque ses débuts. Rédigeant des articles ayant trait à l'informatique mais n'ayant pas de connaissances techniques dans le domaine, il reconnaît avec un sourire qu'il contournait la difficulté en développant les aspects économiques.

Sa passion s'affirmait déjà : pointer à travers les mailles du politique, de l'économique et du financier les changements de la société.

## Son métier

C'est dorénavant en Allemagne qu'il exerce cet art pour un lectorat italien. De ce pays, pour lequel sa passion est sensible, il nous dit vouloir en saisir les tendances. Pour écrire ses articles, notre journaliste italien aime se rendre sur le terrain : "C'est bien plus intéressant d'écrire un article en étant présent. C'est bien plus inspirant et cela le rend plus vivant", précise-t-il, ajoutant qu'il aime rencontrer les gens, parler avec eux, découvrir un pays. Ses sources sont diverses et parfois inattendues : les résultats d'une entreprise, les communiqués ou les conférences de presse,

les interviews mais aussi les visites d'exposition, de librairie, le théâtre...

Beda ROMANO a un emploi du temps bien chargé : il écrit 7 à 10 articles par semaine, participe à des émissions de radio en tant que correspondant, anime un blog d'actualités. Souvent en déplacement en Allemagne, accaparé par son travail, c'est un homme passionné par son métier. Il privilégie les articles qui développent un thème et montrent une tendance. Ainsi, il nous parle et aime parler de ces "faits qui n'apparaissent pas immédiatement", comme par exemple le développement de l'aéroport de Bonn-

Cologne. Ce dernier, malgré le changement de statut de la ville de Bonn (Berlin devenant la Capitale en 1999), a su doubler sa

fréquentation (de 5 à 10 millions de passagers) à travers l'essor des compagnies « Low cost ».

## Journalisme et Internet

Quand nous lui posons la question des changements introduits par l'arrivée d'Internet et l'évolution du journalisme, Beda Romano avoue n'avoir pas d'idées précises sur ce que sera le panorama des médias en 2025-30. Cependant, c'est un « journalisme multi-média » qu'il évoque, non « la mort du journalisme » malgré les défis à relever.

Pour lui, le journalisme consiste à analyser et développer une idée afin qu'elle soit mieux comprise par le lecteur : « Il y a 20 ou 30 ans, les gens devaient allumer une radio, la télévision ou s'acheter un journal pour s'informer, et cela, à certains moments de la journée. Maintenant ce n'est plus le cas : on peut s'informer sur ce qui se passe en Allemagne, en Europe ou dans le monde à n'importe quel moment de la journée ou de la nuit ». C'est pourquoi, « il faut convaincre le lecteur que le journal est totalement différent d'Internet ». Ainsi, « je ne peux pas me limiter à raconter un fait qui s'est déroulé aujourd'hui, et le retransmettre à la rédaction ce soir à Milan pour qu'il soit publié demain [...]. Le fait, tel quel, sera déjà connu par tout le monde ». Donc il s'agit pour un « média-papier » de donner des informations en plus, une clé de lecture de l'actualité, une analyse, pour que la même nouvelle soit mieux comprise et mieux interprétée par le lecteur.

Beda Romano n'est pas pessimiste. Il parle d'une nécessaire « phase d'adaptation » des journaux face à ce nouveau concurrent qu'est Internet. C'est encore avec malice que notre journaliste cherchera à nous rassurer en nous disant que, lorsqu'il était débutant, il y avait déjà l'ordinateur.

Au départ, l'utilisation d'Internet consistait surtout à recevoir les données des agences de presses.

Paradoxalement, Internet est devenu à la fois un concurrent et l'outil incontournable pour le journaliste qui l'utilise comme un instrument de travail.

Beda Romano fait notamment un parallèle et une mise en perspective de la situation de la presse écrite aujourd'hui avec le développement de la radio aux Etats-Unis dans les années 1920-30. La concurrence de la radio, diffusant des nouvelles instantanément, a provoqué une crise d'identité des journaux américains : la question de la survie était posée, mais la presse écrite a survécu.

« Paradoxalement, le but du journal, avec Internet, c'est de survivre au-delà des 24 heures ». Dès lors, « le journal d'aujourd'hui ne peut pas se permettre d'avoir des articles qui ne soient pas profonds et analytiques ». Gageons qu'à travers *Il Sole / 24 Ore*, Beda Romano saura faire briller l'information durablement.

Alice-Anne Parisot  
Luc André Baracat  
Salomé Roland-Grayer

## Son espace de travail

- Dénomination du média : Il Sole / 24 Ore
- Type de média : Presse écrite
- Fonction du journaliste dans le média : Correspondant
- Nombre d'employés (dont nombre de journalistes) : 300
- Diffusion, audience : 300 000
- Parution (presse écrite) : Quotidien

## Notre lycée

- Dénomination exacte de l'établissement : Lycée Français Victor Hugo
- Nombre d'élèves : 864
- Niveaux d'enseignement : de la Maternelle à la Terminale
- Adresse courriel « contact » : ic@lfvh.net
- Adresse du site Internet de l'établissement : <http://www.lycee-francais-francfort.com/>
- Caractéristiques de l'équipe qui a écrit l'article : ALS
- Nom et prénom du responsable : CONTE Ibrahim
- Classe ou groupe participant : 3<sup>ème</sup>
- Âge moyen et nombre d'élèves : 14 ans / 3 élèves



Copyright Lfvh

## Notre environnement

- Ville de résidence : FRANKFURT/MAIN
- Nombre d'habitants : 700 000
- Position administrative de la ville : Land de Hesse
- Nom du pays : ALLEMAGNE
- Superficie du pays (en km<sup>2</sup>): 450 000 km<sup>2</sup>
- Nombre d'habitants : 80 Millions
- Capitale : BERLIN
- Principales ressources : industrie lourde, automobile, chimie, secteur bancaire, export