

## Encart de présentation

### Bloomberg LP, vainqueur du Blitz de l'information

- **Dénomination du media:** Bloomberg LP
- **Type de media:** information économique et boursière multisupport
- **Nombre d'employés (dont nombre de journalistes):** 13 000 employés dont 142 journalistes à Washington, 196 à Tokyo et 30 à Paris.
- **Diffusion, audience:** Tout actif dans le secteur public ou privé qui se trouve dans le système financier : banques centrales, investisseurs institutionnels, assurances, banques commerciales, etc. ainsi que les agences gouvernementales.
- **Parution (presse écrite):** *Bloomberg Businessweek* et *Bloomberg Markets*

### Notre Lycée

- **Dénomination exacte de l'établissement:** Lycée Rochambeau, à Bethesda MD, EUA
- **Nombre d'élèves:** 1050
- **Niveaux d'enseignement:** de la maternelle au baccalauréat
- **Adresse courriel "contact":** [torresc@rochambeau.org](mailto:torresc@rochambeau.org)
- **Adresse du site Internet de l'établissement:** [www.rochambeau.org](http://www.rochambeau.org)



### Notre équipe de rédaction :

- **Nom et prénom de responsable:** TORRES Claudia
- **Classe ou groupe participant:** SADEGHI Noushine et BOULEAU Alice (classe de 1<sup>ère</sup>)
- **Age moyen et nombre d'élèves:** 2 élèves de 16 ans

### Notre environnement

- **Ville de résidence:** Washington DC.
- **Nombre d'habitants:** 581 530 habitants (2005)
- **Position administrative de la ville:** Capitale des Etats-Unis d'Amérique
- **Nom du pays:** Etats-Unis d'Amérique
- **Superficie du pays (en km<sup>2</sup>):** 9 826 675 km<sup>2</sup>
- **Nombre d'habitants:** 308 745 538 habitants (avril 2010)
- **Capitale:** Washington DC
- **Principales ressources:**
  - ✓ Interview avec Sandrine Rastello, journaliste a Bloomberg LP, Washington DC Bureau
  - ✓ Photos fournies directement par Bloomberg LP avec autorisation d'utilisation.
  - ✓ Information officielle pourvue par Bloomberg LP
  - ✓ <http://beginnersinvest.about.com/od/research/qt/bloomberg.htm>
  - ✓ <http://www.c-spanvideo.org/program/Bloom>
  - ✓ [http://www.nytimes.com/2009/11/15/business/media/15bloom.html?\\_r=1&pagewanted=2](http://www.nytimes.com/2009/11/15/business/media/15bloom.html?_r=1&pagewanted=2)
  - ✓ <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/Bloomberg-LP-Company-History.html>
  - ✓ [http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune\\_archive/1997/05/12/226240/index.htm](http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/1997/05/12/226240/index.htm)
  - ✓ [http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune\\_archive/2007/04/16/8404302/index.htm](http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2007/04/16/8404302/index.htm)
  - ✓ [http://en.wikipedia.org/wiki/Bloomberg\\_Terminal](http://en.wikipedia.org/wiki/Bloomberg_Terminal)
  - ✓ [http://en.wikipedia.org/wiki/Dow\\_Jones\\_%26\\_Company](http://en.wikipedia.org/wiki/Dow_Jones_%26_Company)

# Bloomberg L.P., vainqueur du Blitz de l'info

Bloomberg, a été créée en 1990 par Michael Bloomberg, qui a laissé les commandes à ses associés en 2001 lorsqu'il est devenu maire de New York City. Nous avons visité les bureaux de la compagnie à Washington DC et nous avons découvert le métier de journaliste grâce à Sandrine Rastello qui travaille à Bloomberg depuis dix ans.



L'entrée des locaux : au fond la cuisine, à droite l'aquarium. Photo fournie par Bloomberg LP

Dès notre arrivée nous avons été ébahies devant la beauté du décor moderne et luxueux : autour de nous se trouvent des aquariums de poissons d'eau salée et des coraux vivants. Nous avons visité la cuisine et nous avons été surprises de nous trouver face à des stocks de nourriture et de boissons variées, saines et surtout gratuites.

Même dans la salle de conférence, dans laquelle nous avons procédé à notre interview, il y avait un écran, des magazines bien en vue et à portée de main.

## **Le journaliste, une espèce en voie d'extinction.**

Aujourd'hui, le journaliste a de plus en plus de difficulté à trouver un travail; avec l'essor de l'Internet, les lecteurs de journaux n'ont qu'à taper sur un clavier pour trouver toutes les informations dont ils ont besoin.

Lors de notre interview, nous avons cherché à comprendre le métier de journaliste et comment ils rédigent leurs articles. Ils ont tous une spécialité pré attribuée qui détermine leur domaine de prédilection au sein de l'agence. Sandrine se spécialise sur le FMI, la Banque Mondiale et le G20.

Pour débiter l'écriture d'un article, le journaliste doit d'abord trouver un événement à traiter et choisir son fil directeur. Ensuite il cherche des informations dans les précédents articles car ceux-ci constituent le contexte factuel et formel du sujet à traiter. De même, il a parfois la chance d'interviewer des «sources» en personne qui peuvent compléter avec des informations qui ne sont pas disponibles ailleurs et qui font toute la richesse de l'article. Ces sources peuvent aussi le fournir en citations qui, si elles présentent des opinions différentes, permettent aux lecteurs de se positionner. Une fois toutes ces informations acquises, un tri est nécessaire, comme Sandrine le dit : « il faut éviter d'être naïf » et d'utiliser des informations obsolètes qui pourraient compromettre la qualité de l'article. Mais ce n'est pas le seul obstacle à contourner.

Les agences journalistiques et la presse écrite, frappées par la crise actuelle et la réduction de revenus provenant de la publicité, licencient de plus en plus de journalistes : par exemple, en 2008, ABC News a licencié 400 personnes du jour au lendemain. Mais pas à Bloomberg L.P.

## **Journaliste à Bloomberg : le couronnement d'une carrière**

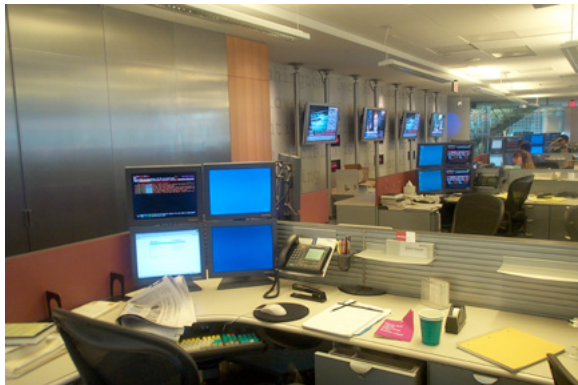
Sandrine est arrivée « par hasard » à Bloomberg; une opportunité extraordinaire pour une jeune journaliste sans expérience professionnelle. Bloomberg lui permet de voyager et de couvrir des événements tellement importants qu'elle n'aurait pas eu la possibilité ni la responsabilité dans un journal français. Depuis 2001, elle travaille à Bloomberg encouragée par le dynamisme de l'entreprise, les nombreux voyages et un accès privilégié aux événements d'envergure mondiale : « Je ne m'ennuie pas; j'utilise mon cerveau et j'apprends des choses tous les jours ». Par contre, des insatisfactions peuvent survenir concernant la rapidité exigée qui selon elle, « angoisse mais ne frustre pas ». Cette rapidité forcée est amenée par le fait que « l'info meurt très vite ». De même, « le manque d'interviews », le manque de transparence de la part des interviewés et leur réticence à divulguer des informations peuvent « entraver le travail ». Tous les critères qui entrent en ligne de compte pour écrire un article à Bloomberg se résument en un seul mot : « accuracy », qui s'avère être le slogan de M. Winkler, éditeur en chef. En effet, l'exactitude est primordiale car les lecteurs de Bloomberg sont des clients variés, tels que courtiers, investisseurs institutionnels, etc., dont les décisions dépendent de la véracité et

de la disponibilité de l'information instantanée. Sandrine ressent « beaucoup de stress : on ne veut pas avoir la responsabilité de faire perdre de l'argent aux gens ». Mais l'écriture de l'article affecte aussi Sandrine qui doit manipuler les mots avec précision et surtout, comme elle le dit : « on ne peut pas se cacher derrière des mots ». Il faut être le plus objectif possible pour laisser le choix au lecteur de se forger un avis grâce aux citations des sources; c'est pour cela que Sandrine affirme que « la critique ne vient pas de nous frontalement ». Même si le contenu doit être calibré au millimètre, l'apparence doit mettre le travail en valeur.

### **Bloomberg détenteur de l'arme secrète ...**

D'après l'article At Bloomberg, Modest Strategy to Rule the World (2009), 85% du chiffre d'affaires de Bloomberg provient de ses terminaux.

Ces terminaux, dont l'abonnement mensuel environne les 1300\$ par unité, permettent d'accéder à un univers d'informations financières, économiques, commerciales, d'exploitation de données, d'actualités, de GPS sur des navires commerciaux, etc. Ils requièrent des années de formation continue pour pouvoir être utilisés au maximum, et comme Sandrine le dit, elle n'est « pas sûre de pouvoir exploiter 10% de ce qui est disponible », à savoir les plus de 30 000 fonctions utilisables.



Terminaux Bloomberg aux bureaux de DC. Photo fournie par Bloomberg LP

Lors de notre parcours dans les locaux, les terminaux étaient brillants, dépoussiérés et nombreux. Nous avons eu la chance d'assister à une démonstration en direct. Pour déverrouiller l'unité, les employés doivent se servir de leur empreinte digitale, qui, si validée, donne accès au réseau. Une fois connecté, il faut précéder toute recherche d'un code appris par cœur tapé sur des claviers spéciaux et dirigés par des joysticks

faisant office de souris. Les employés disposent de trois ou quatre écrans, leurs clients, de deux. Tout employé est obligé de participer à des séminaires pour apprendre à s'en servir. Ce n'est qu'après des années d'utilisation que les employés parviennent à exploiter les terminaux dans leur domaine.

Même si le prix du service est élevé, la possibilité de manipuler les informations à l'infini est la raison pour laquelle le nombre de terminaux loués dépasse le seuil des 300 000. Le chiffre d'affaires de Bloomberg, estimé par certains experts aux environs de 6,9 milliards de dollars en 2010 est gargantuesque comparé à celui des autres agences journalistiques : par exemple, Dow Jones and Co. (propriétaire du Wall Street Journal) a déclaré un revenu total de 1,5 milliards de dollars en 2006, c'est-à-dire un quart des revenus actuels de Bloomberg. Ceci explique le fait que Bloomberg peut se permettre de s'orienter vers le journalisme, une branche en voie d'extinction à cause de l'essor de l'Internet.

C'est pour cela que Bloomberg, quelques mois après la déclaration de la fin de la récession, a racheté Businessweek, un nouveau joyau parmi sa couronne médiatique comprenant la radio, le support numérique et la télévision.

Non seulement Bloomberg peut se permettre d'investir dans le journalisme, mais il peut aussi se payer des locaux dans le quartier le plus huppé de Washington, D.C, à proximité des sièges de la Banque Mondiale, du F.M.I. et des principales institutions gouvernementales. La vue imprenable des bureaux donne sur la maison Blanche et l'Obélisque, un atout rare et prisé.

Pendant la fin du tour, nous avons visité la salle de tournage avec son équipement de technologie de pointe et son miroir sans teint qui nous ont frappées. Un espace de travail ouvert marqué par le sérieux et le silence a été repeint et redécoré récemment car il arbore un article portant sur l'investiture de M. Obama à la présidence des E.-U. A.

Pour conclure, Bloomberg semble faire partie des compagnies qui n'ont pas été frappées de plein fouet par la crise. Ainsi, nous estimons que Bloomberg est une entreprise différente et avant-gardiste.

L'interview se termine car Sandrine doit s'envoler pour Paris...Sa vivacité est à l'image de son employeur : « on sent qu'on est dans une entreprise dynamique ». Le dynamisme américain va-t-il faire renaître le journalisme de ses cendres ?