

Métier : chroniqueur automobile

par Jean-Pierre Bouchard

Moteur fougueux, aménagement intérieur soigné, détails de finition raffinés, comportement routier équilibré. Encore une publicité d'automobile ? Non. Plutôt un essai routier. Soyez les bienvenus dans l'univers des chroniqueurs automobiles !

« Que veux-tu faire dans la vie mon garçon ? », demande Jacques Duval, l'un des chroniqueurs automobiles les plus connus au Québec : « Je veux vous remplacer ! », répond le petit garçon venu le rencontrer. Projet fort ambitieux : Éric LeFrançois n'a que douze ans. Quelques années plus tard, à seize ans, Éric publie sa première chronique : un essai routier d'une Mazda RX7 prêtée quelques heures pour l'occasion par le concessionnaire de sa région. En 1983, Jacques Duval l'invite à travailler avec lui. Le rêve commence à prendre forme. Aujourd'hui, en plus de collaborer avec *Le Monde de l'Auto* et *Touring*, le magazine de CAA-Québec, Éric LeFrançois est rédacteur en chef de *L'Actualité automobile*, un journal pour les concessionnaires, et signe depuis peu la chronique automobile du quotidien *La Presse*.

Dévoilement et essai routier de la Jaguar S – Type 2000 à Beverly Hills en Californie, de l'Acura CL 2001 à Austin au Texas, et de la Mercedes-Benz S500 à Vitznau en Suisse : voilà un programme intéressant ! Invités par les constructeurs d'automobiles aux lancements des nouveaux modèles souvent plusieurs mois avant leur apparition sur le marché, les chroniqueurs parcourent le monde à la recherche des dernières nouveautés. Mais attention ! Primeurs, voyages, hôtels et limousines sont réservés à la crème des chroniqueurs : ceux des quotidiens et des magazines importants. Et au Québec, pour compter ces grands noms, les doigts des mains suffisent.

Essayer une voiture pour brosser un tableau de ses caractéristiques techniques, de ses points forts et de ses points faibles. Voilà l'un des rôles du chroniqueur automobile. La critique doit présenter aussi bien les qualités de la voiture que ses imperfections. C'est par des mesures rigoureuses que le chroniqueur valide ses impressions de conduite. Par exemple, la qualité des freins de la voiture peut sembler différente de celle d'une voiture de même catégorie essayée quelques semaines auparavant. Or, ce n'est qu'en mesurant les distances de freinage que le chroniqueur pourra les comparer et les qualifier.

Bien plus que quatre roues

« Pour écrire un bon essai routier, le chroniqueur doit se glisser dans la peau du conducteur à qui s'adresse le véhicule », explique Éric LeFrançois. L'acheteur d'un coupé sport s'intéresse davantage aux performances et à la tenue de route qu'à l'espace pour la tête et les jambes aux places arrière. Par contre, celui d'une mini-fourgonnette s'attend à ce qu'on lui parle du volume de chargement et de la polyvalence des sièges. Le chroniqueur doit se demander si l'acheteur en a pour son argent. Pour Raynald Côté, chroniqueur automobile du quotidien *Le Soleil*, « il faut se laisser imprégner par la voiture tout en demeurant attentif aux détails. » C'est ce qu'il appelle « avoir le sens de la voiture. » L'essai est-il réussi à tout coup ? « Je ne me suis jamais gêné pour dire ce que je pensais d'une voiture ! », rétorque Éric LeFrançois. Parfois, ajoute-il, « l'évaluation qu'en fait le chroniqueur peut déplaire et entraîner des insatisfactions chez le constructeur. » Existerait-il une liste noire de chroniqueurs rebelles ?

Bien qu'il soit impossible de connaître l'impact des chroniques automobiles sur les

ventes des véhicules essayés, Greg Young, directeur des affaires publiques de Mazda Canada, s'intéresse quand même au ton des articles écrits sur les véhicules en général. « Les chroniques sont un indicateur de l'opinion des consommateurs, explique-t-il. Elles mettent en valeur des attributs positifs et d'autres négatifs. Si tous les chroniqueurs critiquent négativement l'un de nos véhicules, on peut croire que le public sera peut-être moins disposé à l'adopter. » Chez BMW, on confirme : « les chroniques, lorsqu'elles sont élogieuses, peuvent améliorer l'image de marque », affirme Tobias Nickel, responsable des communications de la firme bavaroise au Canada.

Une route pavée d'embûches

Ne cherchez pas. Le cours « Journalisme automobile : rudiments du métier » n'existe nulle part. Devenir chroniqueur automobile n'est pas facile. Pourquoi ? « Au Québec, avance Michel Crépeau, éditeur d'*Auto Journal*, un mensuel adressé aux concessionnaires d'automobiles neuves et usagées du Québec, les médias importants sont peu nombreux. Comme les places sont rares, chacun défend son emploi. Par ailleurs, les constructeurs d'automobiles ne sont pas intéressés à prêter une voiture de plusieurs dizaines de milliers de dollars à n'importe qui. Un lien de confiance doit d'abord s'établir avec le chroniqueur. Et cela demande un certain temps. »

Alors, comment devient-on chroniqueur automobile ? Par où commencer ? Première règle : trouver une tribune. Un journal de quartier, un journal étudiant, un site Internet ou un magazine, qu'importe ! Les constructeurs d'automobiles veulent que l'on parle d'eux, de leurs produits. Des voitures sont prêtées aux chroniqueurs professionnels durant une semaine afin qu'ils puissent les essayer. Mais les novices n'ont pas accès à ces voitures. « Les journalistes qui essaient nos

voitures doivent être accrédités par une publication reconnue », explique Joanne Caza responsable des communications chez Mercedes-Benz Canada. C'est la même politique chez tous les constructeurs. Alors, comment les aspirants chroniqueurs font-ils pour écrire leurs textes ?

Le chroniqueur choisit ses sujets en fonction de l'actualité automobile. Pour débiter, le novice peut utiliser les dossiers de presse des constructeurs. « Obtenir ces dossiers ne nécessite pas les mêmes habiletés que la conduite d'une voiture haute performance, souligne Tobias Nickel de BMW. Nous sommes alors moins exigeants. » Ces dossiers contiennent des renseignements très utiles sur les voitures : fiches techniques, communiqués de presse et, de plus en plus, technologie oblige, des vidéoroms à l'intérieur desquels des photos sont disponibles. Les sites Internet, les responsables des relations publiques des constructeurs, les concessionnaires, les communiqués de presse diffusés par des agences spécialisées sont des références indispensables. Deuxième règle : travail, patience, persévérance et chance. C'est au fil des ans que le chroniqueur bâtit sa réputation et établit sa crédibilité. La notoriété n'est pas immédiate. « Il faut aussi une bonne plume, très bien connaître l'industrie automobile, chercher à innover », insiste Éric LeFrançois. Et, ajoute Michel Crépeau, « ne pas avoir peur de renouveler le genre. » Il cite en exemple l'essai routier d'une Jaguar présenté avec une intrigue de roman policier comme trame de fond.

L'écriture d'une chronique automobile peut être un bel exercice littéraire où se bousculent à la fois les images et les mots. Mais l'un de ces chroniqueurs donnera-t-il à son tour sa chance au jeune passionné que je suis ? C'est à lire !

