

# La Belgique à l'offensive pour redresser son image

FÉDÉRAL Premier ministre, Affaires étrangères, diplomates, patrons : tous impliqués

- ▶ Le pays déploie un nouvel axe de communication : défendre la réputation du pays.
- ▶ Une prise de conscience est intervenue : oui, l'image est touchée.

L'adage est connu : une réputation, cela se construit en plusieurs années, mais cela se détruit en quelques secondes. La Belgique, qui avait redoré son blason après la crise communautaire de 2010-2011, est aujourd'hui à nouveau confrontée à un trou d'air. Il n'y a pas le feu, certes, mais ça sent quand même le roussi.

Aussi les forces vives belges, Premier ministre en tête, sont mobilisées. A l'occasion du sommet franco-belge de Bruxelles ce lundi, Charles Michel a multiplié les interviews dans les grands médias français et internationaux : *Le Monde*, *Europe 1* et *TV5*. Partout un message : non, la Belgique n'est pas plus laxiste qu'un autre Etat vis-à-vis des personnes radicalisées, et oui, l'image de Belgique est injuste. Dans *Le Monde* de lundi, cela donne : « *Je veux tordre le cou aux exagérations, aux caricatures, aux raccourcis, aux dérapages auxquels nous avons assisté. Mais je suis lucide : la Belgique et Bruxelles connaissent-elles des difficultés liées à la montée en puissance du fanatisme ? Oui. Mais pas plus que les banlieues françaises ou d'autres pays.* » Même propos sur *Europe 1*, lundi matin : « *Il y a un an, les services de sécurité belge étaient cités en exemple parce qu'ils avaient déjoué un attentat à Verviers. Nous ne sommes pas devenus en quelques mois des incompetents.* »

## Nouvelle stratégie de communication

Le cabinet du Premier ministre le confirme : il existe effectivement un nouvel axe de communication. « De-

*puis l'arrivée du gouvernement, le Premier ministre communique sur la relance économique et l'emploi. Mais nous sentons bien que nous avons souffert de caricatures : le Bel-gikistan, le "lockdown". Nous avons donc greffé à notre communication un volet sur l'image de la Belgique. »*

Le message a été passé aux ambassadeurs belges, la semaine dernière, à l'occasion des Journées diplomatiques. « *Je suis conscient que la Belgique a fait l'objet d'un fameux bashing dans certains pays à l'étranger suite aux attentats. Cette image négative, nous devons la redresser au plus vit.* », a dit le Premier ministre. Le sommet franco-belge est une autre occasion de concrétiser cette politique. « *La France, comme la Belgique ont été mises sur la carte du monde avec des événements affreux.*

*Nous sommes aujourd'hui unis avec la France pour faire passer un message positif* », indique-t-on au cabinet du Premier ministre. Dans cet esprit, Manuel Valls et Charles Michel s'exprimaient d'ailleurs ensemble sur RTL-TVI, lundi soir.

Les Affaires étrangères sont également partie prenante à l'entreprise de restauration d'une image écornée. Didier Reynders était déjà monté au créneau au moment du niveau quatre, à la fin de l'année dernière : il avait donné des interviews dans plusieurs médias. « *C'est le travail du ministre des Affaires étrangères et lors de nos entretiens bilatéraux, nous insistons sur ces aspects* », indique le cabinet du vice-Premier. Didier Reynders a également tenu des réunions informelles avec des correspondants de presse étrangers. Et

lors des journées diplomatiques, le ministre n'a pas nié le problème : « *Nous avons subi un véritable lynchage médiatique. Quelques articles ou tweets dévastateurs et sans nuances, largement relayés dans les médias et sur les réseaux sociaux peuvent en quelques minutes créer une image négative, il faut bien plus de temps et d'énergie pour reconstruire une image positive. C'est pourtant la tâche à laquelle nous devons tous ensemble nous atteler.* » Le ministre des Affaires étrangères donnera encore une série d'interviews (*RFI*, *TV5*) en poursuivant sur la même ligne : éviter la focalisation exclusive sur la Belgique.

Enfin, un dernier acteur de poids s'est également mobilisé pour redresser l'image du Royaume : le patronat. L'administrateur délégué de la FEB, Pieter Timmermans, mouille personnellement sa chemise. Il s'est lui aussi exprimé dans *Le Monde* et le *Wall Street Journal*. Il a également été porter le message du gouvernement belge à Davos. « *Le message que nous portons c'est que la Belgique n'est pas un failed state et que nous ne méritons pas ces critiques.* »

Nos interlocuteurs ne sont toutefois pas dupes : ils sentent que le redressement de l'image sera une affaire de longue haleine. « *Ce n'est pas en plaçant une affiche dans un pays que le problème va se résoudre* », appuie Pieter Timmermans. La tonalité est identique au Seize. Des plans de plus long terme sont d'ailleurs actuellement à l'étude, y compris au sein du patronat. ■

**BERNARD DEMONTY**

**DANS LA MAJORITÉ****N-VA, CD&V et VLD pas affolés mais inquiets**

La « campagne d'image » à laquelle Charles Michel veut s'employer est-elle jugée utile par ses partenaires de la suédoise ? Oui. Sont-ils inquiets ? Assez. Tous n'ont pas la même analyse pour autant. Côté VLD, c'est simple : « On ne peut pas dire que la Belgique n'est pas attaquée, alors, bien sûr, une bonne communication est nécessaire dans ces moments-là », commente un responsable. Qui précise : « Le problème, c'est qu'on manque de chauvinisme, tout le contraire des Français... Mais enfin, que l'on sache, Charlie Hebdo, ça s'est passé chez eux... Bon, soyons sérieux. Bien sûr, il a des choses à améliorer dans notre pays, c'est normal, nous devons montrer tout ce que nous faisons, et

mettre fin à une certaine tendance à l'autodestruction. »

L'antagonisme radical entre les majorités au sud du pays, MR-PS pour résumer, est-il dommageable pour l'image de l'Etat Belgique ? « Non, ça ne joue pas, prenez l'Allemagne, Angela Merkel a parfois des relations difficiles avec certains Länder où la CDU ne domine pas, et alors ? La Belgique est reconnue comme un petit pays où l'on finit toujours par trouver des solutions. » Au CD&V, on ajoute une dosette de scepticisme : « L'image, c'est important, c'est bien d'y travailler, mais on peut quand même s'interroger sur l'opportunité de mener campagne en expliquant que ce que l'on dit à l'extérieur à propos de la Belgique n'est pas la réalité et, en même temps, par exemple, maintenir le niveau 3 de la menace, avec des militaires dans la rue... », analyse-t-on off the record. Pour ajouter en termes de respon-

sabilités politiques : « L'affrontement MR/PS donne une impression négative de la Belgique à l'extérieur, certainement, car on croit alors que les Régions ne sont pas en phase avec l'Etat fédéral. Ce n'est pas bon. » La N-VA séparatiste, un souci pour l'image du pays ? « Pas de façon explicite. La N-VA travaille correctement dans le gouvernement, pas de problème, mais on ne peut nier que cela a une influence sur la façon dont certains regardent notre pays, c'est "dérangeant" parfois à l'étranger. » Commentaire des nationalistes flamands : « Après les attentats de Paris, il y a eu un Belgium bashing, nous devons en sortir, et le Premier ministre a raison de communiquer. » L'engagement séparatiste du parti est-il problématique ? « Rien à voir ! Les positions de notre parti sont connues, mais ce que nous faisons au gouvernement n'est pas en cause. »

DAVID COPPI

**l'expert** « Une campagne pour redorer notre image ? Une vraie gaffe ! »**ENTRETIEN**

André Duval est l'un des grands noms de la publicité belge. Il a fondé notamment l'agence Duval-Guillaume. Selon lui, une campagne de pub pour redorer l'image de la Belgique serait « une gaffe monumentale ».

**L'image de la Belgique a été fortement écornée à l'étranger ces derniers temps. C'est grave pour le pays ?**

*Je ne panique pas. La façon dont la Belgique a été traitée après les attentats de Paris et plus récemment par Donald Trump est injuste. Mais nous ne sommes pas les seuls à souffrir d'un problème d'image !*

*Les pays sont devenus de véritables marques, avec leur image propre, leurs propositions...*

**En termes de communication, comment réagir dans ce cas ?**

*La Belgique a un très gros problème de communication, c'est historique. Regardez la Suède ou le Danemark qui ont plus ou moins le même nombre d'habitants : ils communiquent sur leurs succès, sur leur philoso-*

*phie, vers l'étranger. Les Belges font preuve d'une certaine modestie. Du coup, on ne parle pas de nous. Et quand on communique, on le fait mal ou d'une façon trop hésitante.*

**On voit qu'au fédéral nos ministres essaient d'être plus présents dans la presse étrangère. C'est une bonne chose ?**

*Oui. Il faut bien commencer un jour puisque nous sommes en retard. La Belgique doit communiquer que ce soit par l'intermédiaire de ses dirigeants, de ses entreprises et surtout de ses citoyens. Mais bon... Regardez Obama. Force est de constater qu'il donne de l'allure aux États-Unis. Nécessaire. Surtout lorsque l'on pense à ce qu'il pourrait se passer là-bas avec la présidentielle. Nos politiques manquent un peu d'allure, de discours, de raffinement et parfois de contenu.*

**Du coup, que faut-il faire ?**

**Lancer une vraie campagne de communication pour redorer notre image ?**

*Ce serait une gaffe monumentale. Lancer une campagne de pub majestueuse frôlera avec le*

*ridicule, donnerait un message en patchwork. La Belgique est un pays complexe. On ne peut pas la résumer à un ensemble d'atouts. Nous avons par contre une personnalité, un pouvoir d'autodérision fantastique. Mais faire connaître tout cela nécessite une communication sur le long terme, une présence plus inscrite. Et puis la pub aujourd'hui ce sont les médias. Réseaux sociaux y compris.*

**Pourtant, la Région bruxelloise vient de lancer sa propre campagne...**

*Oui, mais il s'agit de city marketing, c'est très différent. On met en valeur la ville ou la région.*

**Du coup, pas de recette miracle ?**

*Comme je l'ai dit, plutôt un travail de longue haleine. Tout le monde est devenu média avec les réseaux sociaux. Les réactions sur ces derniers autour du « hellhole » sont fantastiques. Ce côté surréaliste de la Belgique, c'est à M. et M<sup>me</sup> Tout-le-monde de le revendiquer. ■*

Propos recueillis par  
AMANDINE CLOOT