

Star Economy

Crise oblige, les économistes squattent les médias. Nicolas Bouzou, 32 ans, a profité de l'été pour s'imposer dans l'ascenseur cathodique.



180 / SIPA

L'essentiel : durer ! Pour cela, il s'applique des règles simples : "Ne pas mentir aux gens en dramatisant inutilement la situation."

Nouveau venu dans le paysage des économistes médiatiques, 32 ans, gérant et actionnaire de la société d'études Astères, Nicolas Bouzou est également professeur à Sciences-Po et à Assas. Sa société établit un diagnostic économique en fonction du climat politique et international afin d'aider les entrepreneurs à prendre leurs décisions en connaissance de cause. Fort de son passage rue Saint-Guillaume, ce jeune Turc joue la carte du franc-parler et d'un langage compréhensible par le commun des mortels. En plein ouragan économique, les médias font toujours

appel à des experts afin de décrypter les événements. Présent à Paris au mois d'août dernier, Nicolas Bouzou a écumé radios, télévisions et journaux pour analyser la crise des subprimes. Notoriété soudaine qu'il ne renie pas. Bien au contraire. Il estime bénéficier "d'un saut de génération, les économistes ayant par le passé beaucoup parlé aux économistes". Et de citer les

ronds de serviettes dans les JT et autres émissions détenues par "Les Lorenzi, Artus, Pastré, de Boissieu". Lucide, il constate : "Les médias sont venus à moi par le bouche-à-oreille." La publication d'un premier essai lui a permis "d'asseoir une forme de légitimité". La France exige de ses élites l'écriture d'un ouvrage afin d'exister, socialement parlant. Pour cette jeune pousse, "les gens sont en attente de décryptage, le retraité de Clermont-Ferrand comme des chefs d'entreprise qui ont le nez dans le guidon et pas le temps de s'informer". Il reprend pas à la légère ses invitations : "Je bosse

"Si demain, j'envoie à l'AFP un communiqué disant que je prévois une baisse de 30 % dans l'immobilier, je serai invité partout"

avant chaque émission : mahantise, dire une bêtise." Et de citer l'exemple de "la crise de 1929 lancée par Jacques Attali dans le Journal du Dimanche", rapprochant "qui s'apparente à un one-shot." L'essentiel, à ses yeux cerclés de lunettes : "durer !" Pour cela, il s'applique des

règles simples : "Ne pas mentir aux gens en dramatisant inutilement la situation, savoir dire non à des émissions plus généralistes où je n'ai pas à donner mon opinion sur le cas de Chantal Sébire." Très au fait des moeurs journalistiques, il livre une clef pour devenir célèbre en 24h : "Si demain, j'envoie à l'AFP un communiqué disant qu'Astères prévoit une baisse de 30 % dans l'immobilier, je serai invité partout." Mais, "pour durer, ce genre de fusil à un coup est contre-productif".

"Je peux remercier les subprimes et Sarkozy"

Le contexte lui est favorable : "En un an et demi, les Français ont dû ingurgiter Freddie Mac et Rannig Mac, le pétrole, la crise immobilière aux Etats-Unis, les annonces quotidiennes du Président en matière fiscale..." Gavage intensif des rouages les plus subtils de la science économique. "Lorsque j'ai passé 30 minutes sur RTL, dans Les auditeurs ont la parole, je me suis rendu compte que les gens acceptent la vérité et s'intéressent à l'actualité la plus complexe." Pour autant, ce trentenaire ne hante pas les dîners en ville et les cercles divers et variés : "Je souhaite que mon entreprise gagne des clients, fasse des affaires." Seule médaille glanée, "le prix Turgot pour mon premier bouquin". Et donc, de facto, fréquente ce cercle, point final. Quant à la caste des cartes de presse, il répond poliment qu'il "n'a pas eu de mauvaises surprises". "Cela ne me dérange pas d'avoir en face de moi des journalistes qui ne maîtrisent pas le décodage de l'actualité : ils sont comme les patrons dont je m'occupe, la tête dans le quotidien, avec peu de temps pour creuser un sujet." Et de noter que sa société Astères reçoit beaucoup de demandes de formation en macro-économie.

benoit.delmas@nouveleconomiste.fr