

Sixième forum

Les médias francophones

Président

Patrick Imhaus
Président de TV5 Europe

Intervenants

Jean-Baptiste Placca
*Directeur de la Rédaction
"Jeune Afrique Économie"*

M. Mikailov
Directeur Europe du "Mékong"

Patrick Pépin
Président du réseau Théophraste

Philippe Sainteny
Directeur des programmes de RFI

François Gross
Rédacteur en chef de RSI

Mohamed Yessoufou
Rédacteur en chef d'Africa N°1

François-René Christiani
Secrétaire général de la CRPLF

Micheline Vaillancourt
*Directeur général de la planification
Radio-Canada*

Catherine Tasca
Président de Canal Horizons

Claude Esclatine
Directeur général de CFI

Mactar Silla
Directeur de TV5 Afrique

Michel Guillou
Directeur général de l'AUP ELF, Recteur de l'UREF

Patrick Pépin
Président du réseau Théophraste

Le nouvel ordre médiatique : les nouvelles technologies, les nouveaux acteurs, les nouveaux langages

Bienvenue dans ce forum axé sur : « Les médias francophones ». Nous aurions pu donner plusieurs titres à notre colloque. « Le nouvel ordre médiatique » qui a été retenu serait peut-être utilement remplacé par « La francophonie sera médiatique ou ne sera pas ». Ce titre sans doute un peu plus mobilisateur, provocant, devrait, à mon sens, être une sorte de fil dans nos travaux. Nous allons parler, certes, de secteurs professionnels, la presse écrite, la radio, la télévision, mais dans un cadre qui est celui de la Francophonie. Les « États généraux de la francophonie scientifique » dans lesquels s'inscrit notre rencontre, poursuivent en effet un objectif très concret. Il s'agira, à la fin de nos travaux, que nous soyons parvenus à un certain nombre de propositions qui pourront être répercutées auprès des différents gouvernements appartenant à la famille francophone, et notamment au prochain Sommet des Chefs d'État francophones, qui doit se tenir à Cotonou, en décembre prochain. Ces propositions devront être aussi attractives et aussi pertinentes que possible. Les chefs d'État seront sans doute sensibles à l'aspect médiatique des choses, eux qui sont, je crois, très convaincus que la francophonie se joue assez largement sur ce thème ; peut-être nous entendront-ils et nous fourniront-ils des moyens supplémentaires pour consolider l'espace médiatique francophone.

Les trois grands volets de nos travaux sont la presse écrite, la radio, la télévision : nous dialoguerons à propos de chacun d'eux avec l'assistance et nous terminerons par un débat plus général et une sorte de mise en perspective pragmatique de ce que pourraient être les perspectives de notre action. les propositions à soumettre aux différentes instances francophones.

Quelques repères introductifs, d'entrée de jeu : deux dates, tout d'abord, celle de 1980 et celle de 1995. À quoi correspondent-elles dans les différents champs médiatiques ? Quelle était la situation il y a quinze ans et quelle est-elle aujourd'hui ?

Évidemment, les réalités sont très différentes selon que l'on est dans le Nord ou dans le Sud, que l'on est professionnel de la presse écrite, ou de la télévision. On peut observer

des évolutions globales. En 1980, nous sommes, en ce qui concerne les médias, placés pour l'essentiel sous le signe de *la rareté*. Les vecteurs de diffusion sont très peu nombreux dans la plupart des champs médiatiques, en tout cas en ce qui concerne la radio et la télévision. La télévision dans les pays francophones du Nord est entièrement de service public et sous monopole ; la situation est différente pour la presse écrite dans le Nord.

Dans le Sud, en revanche, cette situation affecte non seulement la télévision et la radio, mais aussi la presse écrite.

Rareté également des moyens de production. À cette époque, on produit dans des conditions extraordinairement compliquées, onéreuses, qu'il s'agisse du livre ou des écrits qui nécessitent des imprimeries complexes, qu'il s'agisse de la radio ; rappelez-vous au début des années 80 encore, les énormes émetteurs qu'il fallait et plus encore dans le domaine de la télévision qui impose des moyens de production très lourds – c'était bien avant la Betacam – il fallait des équipes très importantes pour parvenir à produire un petit nombre d'images.

À l'époque, en outre, les moyens de réception étaient rares, eux aussi. Je pense qu'en 1980, il devait y avoir sans doute un peu moins de cinq cents millions de téléviseurs ; certains pays francophones en étaient pratiquement démunis. Je pense qu'un pays comme le Cameroun par exemple, qui possède aujourd'hui une des plus belles télévisions dans tout le continent africain, a démarré voici seulement sept ou huit ans. Telle était donc la situation en 1980.

Une deuxième caractéristique, parallèlement à la rareté, était celle du *contrôle*. Le monopole était pratiquement de mise dans tous les domaines et les contraintes, directives et interventions de l'État étaient fréquentes.

Troisième caractéristique enfin : les médias étaient avant tout un *phénomène national*. Phénomène national parce que les télévisions hertziennes n'émettaient pas à plus de cent kilomètres, phénomène national parce que le satellite, le câble, etc. n'existaient pas.

Quinze ans plus tard, nous sommes dans une situation nouvelle. On parle d'explosion sans cesse en histoire, mais cette explosion a été particulièrement marquée dans le domaine des médias au cours de cette période.

Explosion au niveau des technologies : la diffusion, désormais, dispose dans tous les domaines médiatiques de moyens de diffusion extrêmement simples, depuis l'impression avec la PAO, l'informatique, etc. Les radios s'installent avec un minimum de moyens ; quelques milliers de francs suffisent pour pouvoir émettre : en matière de télévision, ce n'est pas tellement différent. Et les technologies comme le MMDS par exemple, qui est en train de proliférer en Afrique, étaient totalement inimaginables il y a seulement quatre ou cinq ans, alors qu'elles sont aujourd'hui complètement maîtrisées et probablement à la portée financière de la plupart des populations du monde.

En matière de réception, la banalisation a été symétrique. Celle des téléviseurs évalués à 1 milliard par exemple, banalisation absolue des paraboles aussi au Maghreb notamment : deux tiers des foyers algériens en sont équipés aujourd'hui. Et en matière de production, avec les ordinateurs et la Betacam notamment, nous disposons d'instruments complètement banalisés qui permettent de produire sur tous les fronts médiatiques.

Libéralisation de la diffusion par ailleurs : après le contrôle des années 1980, c'est à une libéralisation très grande que l'on assiste pour tous les vecteurs de communication avec l'apparition de secteurs privés partout, soit dans l'ordre, soit en général dans le désordre, avec les radios libres, les télévisions libres, etc. Et une quasi impossibilité pour les États d'éviter cette prolifération. Je suis très frappé, comme vous sans doute, pour ne prendre qu'un exemple, du fait qu'en Iran, qui est un pays ouvert sur le large comme chacun sait, où il y a beaucoup de paraboles, le Parlement a fini, non sans mal, par voter une loi pour interdire les paraboles. La Cour suprême, qui elle aussi est attachée à certaines traditions, a ensuite cassé cette loi, et les paraboles sont toujours vendues dans les magasins en Iran, alors même qu'il y avait une sorte de volonté gouvernementale d'enrayer ce problème.

Enfin troisième caractéristique en 1995, claire pour tout le monde : l'internationalisation dans tous les domaines. Internationalisation évidemment de la circulation des programmes radio et télévision. Internationalisation à travers les nouvelles technologies du satellite. Dans tous les pays maintenant, on a la possibilité de capter trente, quarante chaînes satellitaires et de les rediffuser.

C'est à cette sorte de révolution que nous avons assisté dans le monde entier.

En Afrique, vous êtes bien placés pour savoir que le téléviseur est l'instrument le plus spectaculaire, sans doute, des médias dans l'imaginaire des populations. Les téléviseurs dans les villes africaines sont maintenant pratiquement partout. C'est un phénomène qui a six ans, sept ans, pas beaucoup plus. Un chiffre significatif : il y avait à la fin des années 80, cinq millions de téléviseurs en Chine ; on en compte aujourd'hui cent millions. Donc, ce processus, qui avait été bloqué par les autorités chinoises, est non seulement un phénomène alimenté de l'extérieur mais aussi de l'intérieur, puisque tous ces téléviseurs sont fabriqués en Chine.

Telle est donc la situation. Nous y reviendrons sûrement, à l'intérieur des trois grandes rubriques de ce débat. Je propose d'évoquer en premier lieu le volet intitulé « Permanence et novation dans le domaine de la presse écrite ». Je devrais donner la parole pour commencer à Monsieur Gros, qui est le secrétaire général de l'Union internationale des journalistes de langue française et qui devrait nous présenter très rapidement quelques grandes données sur la presse écrite dans les pays francophones : nombre de journaux, tirages, etc. Vous voudrez bien y suppléer par l'imagination. Nous aurons l'occasion d'y revenir pendant le débat que nous aurons au terme de cette première partie du forum. Nous commencerons par l'exposé de Jean-Baptiste Placca, directeur de la rédaction à

Patrick Imhaus

Jeune Afrique Économie qui va nous parler d'un des continents où la presse a connu sans doute la plus grande révolution, puisqu'elle a démarré de très peu de choses et qu'elle est aujourd'hui très présente.

Presse africaine et évolution récente

Presse africaine. Cette terminologie recouvre des réalités diverses et bien complexes, que l'on pourrait répartir en trois catégories. Je vais essayer, le plus brièvement possible, de brosser le portrait de ces catégories, en tentant d'analyser la vocation de chacune d'elles, notamment à travers leur contenu. Puis j'évoquerai les difficultés spécifiques qui déterminent les limites des unes et des autres.

En premier lieu, je citerai **la presse privée**, la plus active, aujourd'hui, sur le continent. Elle est aussi la plus récente, puisque la plupart des titres qui s'inscrivent dans cette catégorie sont nés au début de cette décennie. Presqu'en même temps, d'ailleurs, que les processus de démocratisation engagés dans les pays africains, et qui ont plus ou moins échoué, un peu partout.

Vient ensuite **la presse d'État**. Cette presse gouvernementale existe, pour l'essentiel, depuis les indépendances des États. Suivant les pays, elle a connu un parcours plus ou moins stable avant la démocratisation. Mais elle a été secouée, sérieusement ébranlée par les nouveaux venus que constituent les titres de la presse privée.

Enfin, cette autre presse privée – dans laquelle je travaille – qui a une vocation (géographique) un peu plus étendue, et qui se désigne parfois comme **presse panafricaine**, même si son contenu et son audience ne correspondent pas toujours à cette dimension panafricaine qu'elle revendique.

Presse privée, Presse d'État, Presse panafricaine. C'est au moins ces trois réalités que recouvre la terminologie Presse africaine.

LA PRESSE PRIVÉE

Pour en revenir à la Presse privée, je dirai qu'elle est née véritablement à la fin des années 1980. Jusque-là, la presse, dans la plupart des pays francophones du continent, était un monopole d'État. Presque partout, cette presse privée a servi de support au

mouvement de démocratisation. Une presse souvent spontanée, puisque nombre de ces journaux sont nés sans préparation, aussi subitement qu'est arrivé le mouvement démocratique dans les pays. Au fil du temps, elle a révélé ses limites avec, parfois, une intolérance que lui envieraient les journaux des partis uniques. A ce titre, la presse privée a sa part de responsabilité dans les échecs que l'on a pu observer ici ou là dans la démocratisation des pays. Cette presse se voulait polémique mais, malheureusement, elle n'avait pas les moyens de l'être en restant professionnelle. Dans la plupart des cas, elle a donc versé dans la détraction stérile. Mais il y a, à cette absence de métier, une raison historique : au moment où cette presse privée voyait le jour, les journalistes professionnels, qui avaient véritablement une formation pour exercer ce métier, travaillaient presque tous dans la presse d'État, alors en situation de monopole. Parfois, il suffisait, pour devenir patron de presse privée, de posséder une imprimerie, ou d'avoir les moyens de payer l'impression d'un journal. Nombre de « journalistes » de cette presse privée-là n'avaient, avant la démocratisation, jamais touché de près ou de loin au journalisme, ni même rêvé d'exercer un jour ce métier. Journalistes par accident, exactement comme beaucoup sont devenus démocrates par pur hasard...

Les lacunes de départ de cette presse privée, tout comme ses premières difficultés, ensuite, découlaient donc de ce qu'elle était faite par des personnes qui, pour la plupart, n'étaient pas formées pour cela. Le contenu des journaux privés s'en ressentait d'ailleurs. Tant qu'il s'agissait de « taper » sur les dictateurs, les choses étaient simples, presque faciles pour ces « journalistes ». Les populations, longtemps bâillonnées, étaient naturellement friandes d'informations agressives sur les systèmes en place. Dans cette première phase de son existence, la presse privée avait donc des lecteurs, un marché suffisant pour la faire vivre, même si l'on a très vite atteint la saturation.

Mais, un jour ou l'autre, les dictateurs tombent, s'amendent ou changent de méthodes. Et là, il faut du métier, de l'imagination et une certaine créativité pour espérer garder les lecteurs. C'est en général à ces moments-là que sont survenus les véritables problèmes de la presse privée en Afrique. D'ailleurs, à cette phase, beaucoup de journaux ont disparu ou ont été réduits à leur plus simple expression. Et ceux qui continuent de paraître (en assez grand nombre, malgré tout) vivent difficilement. D'abord parce que, sur la plupart des marchés, il y a plus de titres qu'il n'y a de marché réel. Ensuite parce que l'information qui fidélise les lecteurs n'est pas toujours présente dans cette presse, trop habituée à faire une certaine forme de militantisme politique, au lieu de devenir de véritables journaux. Je me dois cependant de souligner, pour être juste et honnête, qu'il existe, dans l'ensemble de l'Afrique francophone, quatre ou cinq titres de la presse privée qui ont su être de véritables journaux, mettant l'accent sur l'information plutôt que sur le combat politique véhément. Ces titres-là, d'ailleurs, s'en sortent beaucoup mieux, financièrement, que les autres. Pour ne donner qu'un seul exemple, je citerai *Sud (Quotidien)*, à Dakar. La vérité

historique impose de préciser que *Sud (Magazine)*, dès le départ, était fait par des professionnels, dont l'initiative a d'ailleurs précédé de quelques années la mode née avec la démocratisation. Encore que le Sénégal était concerné à un degré moindre que les autres pays, pour ce qui est de la démocratisation.

Pour conclure sur la presse privée en Afrique, je dirais qu'elle est, dans son immense majorité, peu professionnelle et s'est laissé enfermer dans le militantisme politique. Les titres qui se défendent le mieux sont ceux qui ont su devenir des journaux d'information.

LA PRESSE D'ÉTAT

Tout comme les gouvernants ont été surpris par le mouvement démocratique, les journalistes de la presse gouvernementale ont été pris de court, et par les événements et par la presse privée. Cette presse d'État, instrument de propagande au service des régimes de parti unique, vivait jusqu'alors de subventions, sans aucun souci de bonne gestion, encore moins de rentabilité. Là où la transition démocratique a été conduite par des « hommes nouveaux », ces subventions ont été, sinon totalement coupées, du moins sensiblement réduites. Du coup, la presse d'État s'est trouvée, pour ainsi dire, dans la situation de devoir faire des résultats. Un journal privé de subventions ne peut vivre que de ses ventes et de ses recettes publicitaires. Or, cette presse d'État traînait un énorme capital de discrédit, découlant de son rôle passé de support de propagande pour les régimes combattus. Les lecteurs lui préféraient donc les journaux privés, agressifs, violents à souhait. Partout, la presse d'État a perdu de son audience, même si certains titres ont su rester leaders sur leur marché, justement parce que les professionnels qui les faisaient ont su s'adapter aux réalités nouvelles. Dans un pays comme la Côte d'Ivoire, *Fraternité Matin*, le quotidien national (gouvernemental), dont le tirage, à l'époque – j'allais dire à la belle époque –, dépassait 80 000 exemplaires, se situait, fin 1994, aux environs de 50 000 exemplaires. En face d'elle, au milieu de la multitude de titres de la presse privée traditionnelle, une presse d'opposition qui a su combiner le militantisme politique et le journalisme. *La Voix*, par exemple, est un journal à part entière, qui informe correctement, tout en défendant les idées du Front populaire ivoirien.

Si *Fraternité Matin* garde malgré tout la tête haute. L'on ne peut pas en dire autant de *Cameroon Tribune*, le quotidien gouvernemental qui était naguère un des cinq meilleurs titres du continent. Jusqu'à l'avènement de la presse privée et du mouvement démocratique. Aujourd'hui, ce « grand quotidien national » est réduit à sa plus simple expression. A la belle époque, cette publication comptait rarement moins de 32 pages, avec un contenu très professionnel et honorable. Le titre compte péniblement 8 pages aujourd'hui, et celles-ci doivent être réparties entre les éditions en français et en anglais, alors que les deux éditions étaient naguère bien distinctes. Le journal se vend moins bien

et gagne donc moins d'argent. Il a donc besoin de plus de subventions, et c'est ce moment que le pouvoir choisi pour lui couper presque totalement les subventions.

Si le pouvoir politique, surtout là où il n'a pas été emporté par la démocratisation, rechigne à subventionner, c'est parce que lui-même ne croit plus en cette presse qui l'a longtemps soutenu, au point de se compromettre, de se discréditer. Mais avait-elle le choix, cette presse dont la mission première, dans l'esprit des gouvernants, était d'être à leur service comme autrefois les griots dans les sociétés traditionnelles ? Le plus curieux, c'est que les mêmes dirigeants, découvrant les vertus de la presse privée, se retrouvent en train de financer (en catimini) des publications dites privées, à qui ils assignent la mission de donner la réplique à l'autre presse privée. Tout ce petit jeu se fait naturellement aux dépens de la presse gouvernementale, plus délaissée que jamais.

Et pourtant, cette presse gouvernementale est probablement celle qui avait les meilleurs moyens de s'affirmer comme une presse professionnelle véritable. Encore fallait-il lui en laisser la liberté et lui donner les moyens. Les journalistes, généralement bien formés, étaient fonctionnaires dans ces publications et le demeurent pour la plupart. Ils perçoivent leur salaire – quand il est payé – et se disent que, peut-être dans une vie future, ils auront un jour l'occasion d'exercer le métier de journaliste qui est le leur.

LA PRESSE PANAFRICAINE

Je termine par la presse dite panafricaine. En Afrique francophone, elle est essentiellement basée hors du continent. Cela a une histoire : les dictatures qui ont régi le continent depuis les indépendances n'appréciaient que modérément l'existence d'une presse qui prenne quelques libertés avec leurs régimes plus ou moins autoritaires. C'est donc par réalisme et par instinct de survie que la presse panafricaine, très tôt, a dû s'exiler et continue de se faire aujourd'hui à partir, notamment, de l'Europe. Il y a quelques titres qui restent basés en Afrique, mais avec des difficultés et des handicaps encore plus grands que ceux de la presse en exil... Cette presse panafricaine a ses défauts, qui sont, d'une manière générale, ceux de toute situation de monopole. Pendant une trentaine d'années, deux ou trois titres se sont partagé le marché d'Afrique francophone. La concurrence, quand elle est apparue, n'a pas souvent tenu longtemps. Et nous savons tous que dans ce métier plus qu'ailleurs, le monopole ne favorise pas forcément la qualité. Surtout que cette presse panafricaine devait en même temps compter avec la pression des gouvernements. Celle-ci pouvait prendre la forme de saisies ou d'interdictions. Quel cauchemar pour le patron de presse qui dépense son argent en Occident pour fabriquer un journal qu'il expédie par avion vers les différents pays d'Afrique et qui, un matin, apprend que son journal ne peut être vendu, parce que saisi ou interdit par l'autorité politique du pays de distribution. Quand on a subi ce type de vexation – c'est d'ailleurs bien plus qu'une

vexation – un certain nombre de fois, on finit par se surveiller. Et à sombrer dans une forme d'autocensure qui, dans certains cas, peut confiner à la complaisance. La démocratisation a un peu décomplexé les dirigeants, mais la presse panafricaine semble encore un peu traumatisée. Avec ou sans traumatisme, certains titres de la presse panafricaine continuent de se surveiller, quand ils ne versent pas tout simplement dans la complaisance, y compris quand ils n'ont rien à craindre et que rien ne les oblige à se surveiller. Cette presse basée à l'extérieur a, elle aussi, été en partie délaissée au profit de la presse privée nationale.

La presse panafricaine aussi connaît donc des difficultés financières. Celles-ci se sont particulièrement aggravées depuis un peu plus d'un an. A quelque quatre ou cinq pays près, le monde francophone, en Afrique, fait partie d'une zone monétaire qui est la zone franc. Sa monnaie, le franc CFA, a subi, en janvier 1994, une forte dévaluation de sa valeur : 50 %. Autant dire que le pouvoir d'achat des gens qui achètent des journaux dans ces pays a, de ce fait, été subitement divisé par deux. Pour ceux qui fabriquent leurs journaux en Occident, où il n'y a pas eu de dévaluation ni du papier, ni des salaires, ni du tarif du fret, ni des diverses autres charges, cette dévaluation a eu l'effet d'un tremblement de terre. Un véritable casse-tête car, pour continuer à livrer leurs journaux sur ce marché africain en espérant en vivre, les éditeurs de cette presse se devaient, au moins, de doubler le prix de vente du numéro. Mais c'était pénaliser les lecteurs. Très peu de publications ont fait le choix de continuer à se vendre en Afrique au même prix qu'avant la dévaluation. C'est en tout cas ce que la publication dont je dirige la rédaction a choisi, en ayant conscience que cela constitue un manque à gagner pour ses finances. Mais il fallait faire un choix qui prenne en compte la situation des lecteurs.

Cette situation nouvelle accroît d'autant les difficultés économiques de cette presse panafricaine, dont les limites n'ont jamais été aussi nombreuses. Le trop long monopole, hier ; le manque de diversité, aujourd'hui, qui fait que les journaux qui se vendent aujourd'hui sur le continent sont presque tous les mêmes que ceux qui existaient déjà il y a quinze, vingt ou trente ans, et qui n'ont manifestement aucune envie de se remettre véritablement en cause. Autant de limites qui, ajoutées à la raréfaction des moyens financiers, n'aident pas à un réel développement et à l'épanouissement de la presse panafricaine.

Manque de professionnels formés dans la presse privée, qui a encore du mal à sortir du militantisme politique pour devenir tout simplement une presse d'information ; d'énormes difficultés financières, non seulement au niveau de la presse privée, mais aussi à celui de la presse d'État, qui n'est plus subventionnée, et au niveau de la presse panafricaine, qui a des contraintes et des coûts de fabrication qui sont plus importants que ce qu'elle peut espérer gagner sur ses marchés. Le tableau, à l'évidence, n'est pas des plus reluisants. L'avenir de cette presse appelle une réflexion de fond. Cela doit se faire en

Jean-Baptiste Placca

évitant les solutions de facilité qui consistent par exemple à faire sans cesse appel à des subventions internationales. Les lois du marché doivent jouer, mais avec des règles du jeu claires, quelques principes et un peu de déontologie, pour rendre à la Presse africaine un peu de crédibilité et donner une réelle chance à la qualité et au sérieux.

Faire revivre une presse de langue française en Asie du Sud-Est

Vous m'avez demandé de venir témoigner de la renaissance d'une presse en langue française en Asie du Sud-Est à travers *le Mékong*. Pour ceux qui ne connaissent pas notre journal, ce mensuel est né il y a maintenant près de deux ans, précisément le jour de la visite présidentielle de François Mitterrand au Cambodge et au Vietnam, qui était une visite historique, puisqu'elle symbolisait un petit peu le retour de ces pays sur la scène internationale. Donc, à événement historique, nous avons décidé de lancer ce journal, qui était lui aussi historique, puisque les derniers titres de langue française avaient disparu totalement du Cambodge en 1975, intellectuellement et physiquement avec l'arrivée des Khmers rouges. Quant au Vietnam, c'est aussi à peu près à cette époque où toute la presse en français, en tout cas ce qu'il en restait, avait disparu. Donc on a trouvé justement une excellente occasion de lancer ce titre.

Le Mékong est né dans un contexte politique et médiatique en pleine mutation puisque les troupes des Nations unies étaient encore présentes au Cambodge, puisqu'il est né précisément à Pnom Penh où s'opérait à l'époque une certaine libéralisation de la presse, qui a permis, depuis 1992-1993, l'éclosion de très nombreux titres, notamment en langue khmère, mais aussi deux titres en langue anglaise : *Le Cambodian Time* qui est un hebdomadaire et le *Plantan Post* qui est un bimensuel. Donc en langue anglaise et toujours rien en langue française à l'époque, ce qui était plutôt paradoxal pour un pays, le Cambodge, et pour un groupe de pays, une région, francophones.

Donc, on a constaté qu'il y avait véritablement un vide qu'il convenait de combler et nous avons décidé, un petit groupe d'amis d'origine professionnelle assez diverse et d'origines culturelle et nationale également très diverses puisqu'il y avait des Cambodgiens, des Français, un Canadien, un Belge, de fonder ce journal.

Le concept de journal se veut moderne et innovant dans sa formule puisque ce n'est pas un journal khméro-khmer, strictement cambodgien, mais c'est un journal à vocation régionale au sens géopolitique du terme. Donc *le Mékong* comme son nom l'indique traite

de l'ensemble des pays traversés par le fleuve nourricier du Sud-Est, le Cambodge, le Vietnam, le Laos, qui sont effectivement traditionnellement des pays dits francophones, en tout cas avec un passé francophone, mais aussi de la Thaïlande et de la Birmanie, c'est-à-dire l'Indochine, mais l'Indochine au sens large. Ce titre veut traiter de l'ensemble de l'actualité politique, économique et culturelle de la région et permet, à cet effet, une ouverture de chacun de ces pays vers son voisin. Parce que la presse, que ce soit la presse cambodgienne ou vietnamienne ou laotienne – un petit moins la presse thaïe – sont des presses extrêmement repliées sur elles-mêmes, qui parlent relativement peu de leur entourage politique. Donc à travers *le Mékong*, aussi bien les Cambodgiens, les Thaïs, les Vietnamiens peuvent avoir une information indépendante, proche du terrain sur les pays qui entourent leur pays d'origine.

C'est un journal aussi qui se veut un trait d'union puisqu'il est à la fois vendu en Asie du Sud-Est, effectivement principalement destiné à cette région, mais il est aussi vendu ici en France et dans d'autres pays francophones comme la Belgique, la Suisse ou le Canada et il permet aux Français ou aux francophones d'avoir une connaissance plus approfondie de cette région malheureusement souvent sous traitée par les médias européennes ou nord-américaines.

Heureusement c'est une région que l'on redécouvre mais, malheureusement, en général quand on parle de cette région, c'est souvent sur des sujets récurrents. Le Cambodge, quand on en parle, c'est quasiment toujours pour parler des Khmers rouges, le Vietnam, pour parler du décollage économique, la Thaïlande pour parler du tourisme ou du tourisme sexuel, la pédophilie. Le Mékong aborde des sujets beaucoup plus concrets et vivants, actuels.

Cela permet également à toutes les diasporas asiatiques, qui sont présentes en Europe, en France, et elles sont très nombreuses, puisque la diaspora vietnamienne en France compte environ 250 000 membres, de se tenir au courant de l'évolution de leur pays d'origine. Bien que la majorité des Asiatiques qui vivent à l'étranger lisent peu et lisent peu de presse en français, on est quand même de plus en plus lu par cette diaspora et notamment par les jeunes, les jeunes Cambodgiens, les jeunes Vietnamiens en France, qui ne lisent en général pas le khmer ou le vietnamien, pas la langue d'origine de leurs parents mais qui peuvent lire le français.

L'environnement linguistique du *Mékong* est relativement difficile, parce que la langue française n'a plus en Asie du Sud-Est la même place qu'elle peut avoir en Afrique. Sa place a été depuis de très nombreuses années sérieusement attaquée, notamment par l'anglais, qui a une tendance à dominer l'ensemble du Sud-Est asiatique, appuyé je dois dire par une certaine propagande – en tout cas on l'a constaté au Cambodge – une certaine propagande anti-francophone ou anti-française – des Anglo-Saxons, particulièrement des Australiens. On a pu le constater – ce qui était assez édifiant à ce sujet – c'était pendant la période des

Nations unies au Cambodge où les deux langues officielles étaient donc le français et l'anglais et progressivement le français s'est retrouvé à un rang secondaire.

Donc, un contexte linguistique difficile, un environnement régional plutôt anglophone. Il convient toutefois de souligner une présence médiatique francophone notable, notamment par l'intermédiaire de Radio France Internationale qui diffuse des programmes en langue laotienne, en langue khmère, en langue vietnamienne qui sont très écoutés, ainsi que la télévision qui est présente également, qui est un excellent relais au niveau culturel, Canal France International, et puis maintenant TV5. Mais elle est encore malheureusement légère face à l'influence des autres médias, notamment anglo-saxons. De plus en plus de Cambodgiens ou de Vietnamiens s'équipent de paraboles et donc reçoivent des programmes américains, britanniques ou des programmes de Hong Kong.

Les personnes qui lisent le français en Asie sont généralement des cadres, des intellectuels, des politiques, des étudiants, puisque le français est redevenu une langue d'enseignement au Cambodge, d'enseignement universitaire, donc on assiste à un certain renouveau du français, à un nouvel attrait du français. On le constate un petit moins au Vietnam où le français n'a pas une place aussi privilégiée qu'au Cambodge ou au Laos. Donc *le Mékong* est lu par des intellectuels, des étudiants asiatiques mais aussi par tous les membres de la communauté francophone expatriée, les corps diplomatiques, les ONG et tous les chefs d'entreprise, cadres, présents sur place.

Je voudrais dire que nous avons été les premiers, en tout cas, au Cambodge. Depuis deux ans, d'autres médias sont nés. Certains au Vietnam étaient même nés avant nous, mais ils ont un concept beaucoup plus national, comme le *Saigon Echo*, le *Vietnam Scoop*, qui sont plutôt à tendance économique, alors que nous sommes un mensuel généraliste. Au Cambodge, malheureusement, un autre mensuel était né *La Voix du Cambodge* qui n'a pas survécu plus de trois, quatre mois. Cela dit, le journal *le Mékong* veut être un acteur médiatique francophone important et s'apprête à lancer en coopération avec l'AUPELF-UREF – c'est presque un *scoop* – un quotidien en français, au Cambodge qui sera le premier quotidien en français du Cambodge, et s'appellera probablement *Cambodge Matin*. Lancé courant mars, il fera quatre pages de format tabloïd et sera réalisé par des journalistes cambodgiens, qui ont été récemment formés, une nouvelle élite francophone encadrée par les journalistes actuels du *Mékong*.

Donc, on voudrait aussi participer à la création d'une élite journalistique francophone, notamment au Cambodge mais aussi au Vietnam et au Laos et pourquoi pas en Thaïlande. A travers la création de ce quotidien, nous espérons amorcer la fondation d'un groupe de presse francophone régional qui pourrait avoir d'autres activités diverses et pourquoi pas radiophoniques, qui viendraient compléter la présence de Radio France Internationale, qui est assez adapté par ses programmes en langue locale au pays, mais qui diffuse beaucoup d'informations, qui ne touchent pas véritablement les populations locales.

Pour conclure, je dirai que notre intime conviction et notre certitude aujourd'hui, c'est que si *le Mékong* sert la Francophonie, c'est parce qu'il ne fait pas œuvre de militantisme forcené. On ne se bat pas contre les Anglo-Saxons, mais on commence à avoir une certaine crédibilité, un certain poids parce qu'on a joué la carte de l'indépendance, ce qui est plutôt rare dans la zone puisque beaucoup de périodiques sont de qualité, je dirais, très moyenne et sont souvent extrêmement politisés, ont une approche très particulière de la déontologie journalistique. Nous essayons d'apporter une indépendance, une qualité à la française et, en tout cas, j'espère que l'on témoigne d'un amour certain pour cette langue. On s'est mis en phase avec une région extrêmement dynamique et culturellement passionnante, sans vouloir donner de leçons à qui que ce soit, même si on sait qu'on est porteur de quelques idées nobles. Nous avons une approche curieuse, humble, amoureuse d'une région qui a été tenue trop longtemps à l'écart du monde et qui, en tout cas, a une très grande soif de le redécouvrir.

Le réseau des centres francophones de formation au journalisme comme moteur dans la formation des professionnels en langue française

Je commencerai par citer trois chiffres : en 1965, nous étions environ 10.000 journalistes en France, en 1980, nous étions 16.000, et en 1990, selon la Commission de la carte professionnelle, un peu plus de 26.000. Je cite ces chiffres parce que je veux dire, par là, que les métiers du journalisme et les métiers de l'information, qui participent à la transformation des connaissances en informations, sont des métiers en plein développement, et constituent probablement le ou les métiers du XXI^e siècle.

Je souhaiterais ensuite vous raconter la manière dont nous avons abordé la question du développement international de l'École supérieure de journalisme de Lille. Lorsque nous avons posé les valeurs qui nous semblaient constitutives de notre développement, la première idée retenue a été celle de la Francophonie. La deuxième, celle de la démocratie, et la troisième, celle du partage Nord-Sud et Ouest-Est. En fait, nous nous sommes rendu compte que la Francophonie était le dénominateur commun de toute notre stratégie. Ce qui signifie que nous n'avons pas posé la Francophonie comme un outil de défense mais que nous en avons fait un argument offensif pour pouvoir développer notre École à l'international. J'apporte cette précision car je pense qu'autour du journalisme et de la formation au journalisme d'une part, autour de la Francophonie d'autre part, il est possible de raisonner en termes de développement et non pas uniquement en termes de résistance et de défense.

Deuxième élément, il nous a fallu penser en termes de territoire. Nous nous sommes demandé : "La Francophonie, est-ce uniquement ces territoires où l'on parle français ?". Et nous avons conclu que la Francophonie, c'est le monde entier. Par conséquent, nous nous sommes donné trois espaces de travail que l'on va retrouver dans l'ensemble des pays sur lesquels nous intervenons : des espaces clairement affirmés comme francophones, des espaces où la Francophonie est très vivante – je pense à la Roumanie, à la Bulgarie, pour l'Europe centrale et orientale – et enfin des espaces où la Francophonie était en difficulté, voire en grande difficulté – c'est le cas de la Pologne où nous intervenons également.

Dès lors, nous nous sommes interrogés : selon quelle idée pouvons-nous avancer ? Et nous avons eu la conviction que nous ne servirions et le journalisme et la Francophonie que si nous prouvions que le français a une valeur qualifiante forte. Or, le principe sur lequel nous fondons notre développement international est le suivant : si vous voulez devenir de bons journalistes, il est important – et ce notamment dans les pays où la langue française est en difficulté – que vous appreniez le français, parce que le français vous donnera la possibilité d'accéder à des filières de formation au journalisme. Et précisément, le journalisme est un métier en pleine croissance, en plein développement. Le ministère des Affaires étrangères, en prenant la décision, il y a longtemps maintenant, d'aider à la création de filières francophones de journalisme dans le monde, a fait un bon choix, parce que se former au journalisme revient à se former à un métier d'avenir.

Si l'on considère le panorama mondial des formations au journalisme, on se rend compte qu'il faut distinguer entre deux grands modèles : le modèle américain – je ne dirais pas anglo-saxon, mais très précisément américain – et le modèle français. Et ce sont là les deux seuls modèles en concurrence. Nous avons, en France, un modèle de formation qui repose sur une conception plus citoyenne que technicienne de ce métier.

En termes de stratégie, l'ESJ s'est simplement définie comme École au service du développement de la coopération culturelle française et des pays francophones, et ensuite nous avons jugé qu'il était important de développer des relations qui ne soient pas à sens unique, et de tisser également une toile qui permette aux équipes, aux hommes, aux femmes, aux institutions avec qui nous avons travaillé de ne jamais disparaître de notre paysage, et qui nous permette de continuer à travailler ensemble. Très souvent en effet, dans les actions de coopération culturelle, un gros effort et un gros investissement sont fournis au départ, on reste pendant trois, quatre ans dans le pays considéré, on y effectue un travail important, et ensuite, lorsque les partenaires savent faire, savent s'organiser, on quitte ce pays, où d'autres s'installent et occupent le terrain... et c'en est fini de la Francophonie.

C'est pour cette raison que nous avons constitué – et nous nous sommes battus pour sa mise en œuvre – le réseau Théophraste, réseau de centres francophones de formation au journalisme : il faut que tous ceux avec qui nous avons travaillé, à qui nous avons transféré des compétences, avec qui nous avons partagé des valeurs professionnelles, puissent se retrouver autour d'idées simples, sur ce métier, et autour d'une langue, en l'occurrence le français.

Je prendrai quatre exemples de coopération parce qu'ils sont tout à fait représentatifs de notre façon de "faire".

Premier cas de figure : la Roumanie.

Comment sommes-nous intervenus en Roumanie, pays à la Francophonie vivante ? Pendant trois ans, nous avons aidé la faculté de Journalisme de Bucarest à créer un

département de journalisme reflétant notre conception de l'enseignement de ce métier. Nous l'avons fait en français et nous l'avons fait de telle façon que les Roumains adaptent ce que nous savions de la pédagogie à leur histoire, à leurs méthodes et à ce qu'allait être la presse dans leur pays.

Deuxième cas de figure : l'exemple polonais.

En Pologne, nous intervenons de trois façons :

- en formation continue : l'an dernier, l'École supérieure de journalisme de Lille a participé à la formation de 323 journalistes polonais. Il existe à Varsovie un centre anglo-saxon, qui en l'espace de trois ans a fait deux fois moins de formation. Nous avons montré que nous avions une efficacité en matière de formation.

- en formation première : nous aidons les filières romanistiques, c'est-à-dire les filières d'enseignement de la langue française, à créer des unités de valeurs autour du thème du journalisme.

- en formation première toujours : nous sommes en train de bâtir, avec la Fondation France-Pologne et l'Université de Varsovie, un troisième cycle de journalisme, ouvert principalement aux étudiants en romanistique.

Que ce soit en intervenant auprès des étudiants de la filière romanistique, ou en leur proposant un débouché sous la forme d'un troisième cycle de journalisme, nous montrons ou nous prouvons – du moins nous essayons de le faire – que la langue française a une valeur qualifiante, puisque pour accéder à des études de haut niveau en journalisme, il faut, au moins, parler convenablement le français.

Troisième cas de figure : la Chine.

En Chine, nous avons, pour des raisons que vous pouvez imaginer, cessé une déjà ancienne action de coopération, après les événements de la place Tian an men. Nous n'y sommes revenus qu'il y a trois ans. On nous y attendait sur un registre plutôt littéraire, nous avons répondu que nous pouvions aider les Chinois à se former dans deux domaines : l'information financière et boursière et l'encadrement des médias en économie de marché. Depuis 1993, nous participons tous les ans à la formation de soixante à soixante-dix journalistes et cadres de la presse chinoise en français, autour de questions sur lesquelles on ne nous attendait pas.

Quatrième exemple de coopération : le projet que nous sommes en train de monter conjointement avec nos amis de l'Université Laval à Québec, qui a pour objet la création d'un troisième cycle de journalisme international, ouvert à des francophones mais bilingues (français-anglais).

Nous bâtissons également cette filière – ce troisième cycle – avec nos amis de l'Université de Louvain-la-Neuve en Belgique et, par la suite, avec nos amis du Centre Romand de Formation au Journalisme de Lausanne, parce que déjà nous vivons dans un espace francophone, dans le cadre des filières de haut niveau, dites de troisième cycle.

Dès lors, comment le réseau Théophraste est-il apparu ? Il est né au mois de mars de l'an dernier. Il s'agit d'une réalisation extrêmement récente, et Madame Catherine Tasca, présente à cette tribune, nous avait à l'époque beaucoup aidés à sa mise en place. La création d'un réseau mondial d'Écoles francophones de journalisme nécessite en effet un travail important et de nombreux déplacements. Le réseau compte aujourd'hui quatorze centres, qui représentent la Francophonie dans ses différents aspects :

- la Francophonie des pays du Nord : le réseau comporte deux écoles françaises, un centre en Suisse, à Lausanne, un centre en Belgique, à Louvain-la-Neuve, trois centres au Canada, soit deux au Québec et un au Nouveau Brunswick, à Moncton (nous ne nous sommes pas limités au Québec, nous sommes allés, plus largement, vers la Francophonie vivante).

- la Francophonie du Maghreb : nous travaillons avec deux centres en Tunisie et un centre au Maroc.

- la Francophonie de l'Afrique sub-saharienne : les écoles de Yaoundé et de Dakar font partie du réseau.

- la Francophonie d'Europe centrale et orientale : la Faculté de Journalisme de Bucarest ainsi que l'embryon du centre que nous créons actuellement à Varsovie sont également membres fondateurs du réseau.

Comment le réseau Théophraste est-il conçu ? Tout d'abord, comme un potentiel professionnel, technique et humain : nous avons considéré que quatorze écoles ou centres de formation au journalisme, qui utilisent principalement – ou pour certains tout le temps, ou pour d'autres souvent, ou pour d'autres enfin assez régulièrement – la langue française dans leur enseignement, constituent après tout un véritable potentiel. Théophraste, c'est 400 journalistes qui se consacrent à des activités de pédagogie dans le monde, et qui le font en langue française. Il y a là un niveau d'expertise pour le moins intéressant. Le réseau représente également 6.000 journalistes diplômés d'écoles francophones de journalisme dans le monde, ce n'est pas rien non plus.

A quoi le réseau peut-il servir ? Nous avons essayé de le construire plutôt sous l'angle d'un cercle de résolution de problèmes capable de se mettre à la disposition, non seulement de la profession, mais aussi des écoles elles-mêmes. Il nous semble en effet important que, les uns et les autres, nous revisitions nos programmes et les contenus de nos activités.

Voilà donc comment se constitue le réseau : d'abord, il essaie de faire en sorte que les quatorze centres échangent entre eux des expertises qui sont acquises ; ensuite, dans un deuxième temps, il a pour objet de mettre cette expertise au service de la profession, dans le cadre de projets de coopération.

Comment adapter une radio à vocation universelle aux contextes nationaux et internationaux

Compte tenu de l'heure avancée et avec votre permission M. le Président, je renoncerais à toute forme d'exposé formel, pour me lancer dans une improvisation dont je vous prie de me pardonner les probables imperfections. D'abord, je voudrais féliciter l'AUPELF-UREF de la pertinence de la question posée. «Comment adapter une radio à vocation universelle aux contextes nationaux et internationaux ? ». Cette question là, à R.F.I., nous nous la posons tous les matins, ce qui ne veut pas dire que nous ayons, à l'heure qu'il est, trouvé les bonnes réponses. Interrogation extrêmement complexe pour une radio, qui, ces dernières années, se considérait essentiellement comme une radio à vocation mondiale, pouvant diffuser partout un message en français de nature identique, et qui doit aujourd'hui faire face, non pas seulement, à l'explosion de la télévision, mais comme il a été justement dit, au foisonnement des radios, domaine qui bouge beaucoup, notamment en Afrique, où se créent régulièrement des radios privées, associatives, commerciales, avec en prime, la présence des radios nationales et des radios internationales. Donc, nous devons absolument tenir compte de ce climat de grande concurrence dans lequel nous sommes.

COMMENT DONC S'ADAPTER À CES CONTEXTES NATIONAUX ET D'ABORD EN TERME DE MESSAGES ?

Premièrement, s'agissant de la langue française, je pense que nous avons vocation, et que nous aurons toujours vocation, à diffuser dans le monde entier, par les moyens que nous offre la diffusion, (j'en dirai un mot plus tard), des messages à contenu universel. Et puis, que nous devons compléter cette action là par des décrochages régionaux en créant autant de chaînes qu'il y a de continents. Et encore ! Il faudra au cœur de ces chaînes, avoir cette finesse qui permet de distinguer les attentes, non pas pays par pays, je crois qu'on n'y parviendra jamais, mais par regroupement, afin de respecter des réalités qui sont souvent très différentes.

Et pour que ce propos soit bien perceptible, je voudrais, puisque j'aperçois dans la salle, mon excellent collaborateur, Yvan AMAR, qui, tous les jours, assure une émission quotidienne sur la langue française et rendra compte de notre réunion sur nos antennes, prendre l'exemple de l'Afrique. Son émission, **"Parler au Quotidien"**, nous la diffusons dans le monde entier, nous la diffusons aussi en Afrique, mais il m'a semblé que, pour nos auditeurs africains, il fallait compléter cette action là par une autre proposition d'émission sur la langue française, *Façon de Parler*, qui s'appuie sur le français, langue d'Afrique, qui s'appuie sur la façon qu'ont les Africains de pratiquer notre langue. Donc, on voit bien, un **"Parler au Quotidien"**, à vocation universelle, un *Façon de Parler*, sur le même sujet, sensibilisation à la langue française, mais qui s'appuie sur la réalité africaine. Cette réponse, ce type d'ajustement, nous pouvons le faire encore une fois en direction de l'Afrique, des Amériques, de l'Europe, et puis bien sûr, puisqu'on en parlait tout à l'heure, de l'Asie. Je fais juste une incidente pour dire à Monsieur qui est intervenu tout à l'heure – peut-être ne l'ai-je pas suffisamment dit – que comme lui, je regrette infiniment qu'à Douala et à Yaoundé, R.F.I. ne peut être écoutée en modulation de fréquence. Nous négocions avec les autorités locales.

Alors, si nous voulons bien revenir à notre propos, il y a donc les émissions en langue française, qui sont pour certaines d'entre elles à vocation universelle et doivent être entendues partout, et puis des décrochages régionaux qui permettent de se rapprocher des auditeurs dans un contexte de concurrence dont nous nous réjouissons, cette concurrence nouvelle voulant tout simplement dire que des pays qui étaient sous dictature politique ou gravement sous-développés du point de vue économique sont maintenant en mesure de créer leurs propres radios. Donc, vive la concurrence dans le cas présent !

Donc, programmes en langue française qui nous permettent de nous rapprocher de nos auditeurs, sans toutefois, – et la langue française est ici précieuse –, faire de la radio de proximité. Je pense, en effet, qu'une radio généraliste à vocation universelle, comme la nôtre, ne doit pas tomber dans les délices et les pièges de la radio de proximité, tentation qu'il faudra sans aucun doute éviter.

Deuxièmement, je dirai que pour être plus proche des réalités nationales, nous avons une facilité qui nous a été accordée par le législateur, celle de pouvoir émettre également en langues étrangères, c'est-à-dire de compléter notre action en langue française par des émissions en langues étrangères, qui par le fait même, nous rapprochent de certains de nos auditeurs. Je précise tout de suite qu'on ne peut pas imaginer là un débat Francophonie/non-Francophonie, car lorsque nous émettons en langues étrangères, au même moment nous émettons aussi en langue française, c'est-à-dire que jamais les langues étrangères ne se substituent à la langue française qui est notre vaisseau amiral et notre carte de visite, bien entendu.

Troisièmement, et j'en terminerai avec ce court exposé, le problème de la diffusion ?. Bien évidemment, le Recteur Guillaou, a raison de dire que nous devons nous donner des armes pour être présents ici ou là. Je rappelle simplement, et Madame le Ministre, qui est à notre table, sait de quoi il s'agit, que cela fait quatorze ans que Radio France Internationale attend d'avoir en Asie un centre émetteur relais qui lui permettrait de couvrir raisonnablement cette zone, en français universel, en français spécifique, c'est-à-dire avec des contenus adaptés à la demande asiatique – et en anglais – Je ne sais pas si on peut, Monsieur le Président, aborder un tel sujet devant cette noble assemblée mais enfin que voulez-vous ? si nous n'émettions pas en anglais vers l'Asie du Sud-Est, cela voudrait dire que nous devrions émettre en autant de langues qu'il y a de pays. Donc, l'anglais comme raccourci, puisque très présent dans cette partie du monde, et bien évidemment, en un maximum de langues asiatiques, – je dis bien en un maximum -, car l'optimum ne sera jamais atteint puisque tout cela coûte cher, à la fois en diffusion et en production.

Alors, pour conclure, pas de recettes miracles, mais une interrogation quotidienne : comment s'adapter à ces réalités nouvelles ? C'est ce qui fait tout l'intérêt des métiers qui sont les nôtres et en même temps toute l'immense difficulté d'une telle réflexion.

Radio Suisse internationale Un bouquet de chaînes plurilingues

En bonne et simple logique, l'abréviation de Radio suisse internationale devrait être RSI. Mais la complexité helvétique s'accommode mal de la bonne et simple logique. RSI, en Suisse, c'est Radio della Svizzera de lingua italiana. Donc Radio suisse internationale c'est SRI : Schweizer Radio International ou, plus couramment, Swiss Radio International. C'est dire que la Francophonie y est vécue dans un environnement bigarré. Il faut le rappeler : 70 % des Suisses sont de langue allemande et utilisent dans la conversation l'un ou l'autre des dialectes alémaniques. De surcroît, l'argent qui alimente par la redevance et les subventions de l'État la caisse de SRI provient en majeure partie de la poche des contribuables les plus aisés, qui ne sont pas en Suisse romande.

Longtemps, SRI a été dirigée par un Suisse de langue française. De plus, le responsable du service en français ne maîtrisant pas l'allemand, le français – seule langue nationale à être simultanément langue internationale – était la langue de travail. Ce qui – soit dit en passant – mérite un hommage à nos collègues alémaniques qui, lors des conférences internes, s'exprimaient tous en français. Les temps ont changé. Il s'en suit une perte de l'influence francophone. Ce qui m'amène à une première réflexion. La Francophonie – on l'a dit ici – n'est pas uniquement l'usage du parler français. Elle est aussi un mode de pensée, une façon d'être, une manière de vivre. Pourquoi, à l'instar des Anglais à la BBC, ne pas faire entendre ces différences dans d'autres langues ? On pourrait ainsi offrir à des auditeurs parlant d'autres langues des programmes sur la Francophonie.

Prenant le chemin de Paris, j'ai fait un bout de route en compagnie du directeur de l'Agence télégraphique suisse. Quand je l'ai informé du but de mon voyage, il m'a déclaré : 'Vous allez parler de quelque chose qui n'a pas d'avenir. Dans cinq ans, SRI n'aura plus de raison d'être. Tous les Suisses établis à l'étranger pourront, s'ils le veulent, être instantanément au courant de ce qui se passe dans leur pays d'origine grâce au réseau Internet'. Il ne fait pas de doute que les possibilités offertes dès maintenant par Internet ou par d'autres réseaux informatiques conduiront SRI comme d'autres radios

internationales à explorer des voies nouvelles. On peut notamment imaginer que le service de SRI en langue française s'insère plus étroitement que ce n'est le cas actuellement dans un ensemble francophone.

Puisque nous sommes dans un forum où il est question de science, je saisis l'occasion de plaider pour le maintien de fortes émissions en français sur les ondes courtes. La mode est au satellite. Il est de bon ton de verser une larme sur ces ondes courtes qui appartiendraient au passé. Je demande aux chercheurs francophones : les ondes courtes ont-elles véritablement dit leur dernier mot ? Nous avons l'obligation d'être entendus de tous et partout sur la planète. Or, le satellite n'est pas partout à la portée de tous. Nous allons vers un monde dangereux où le libre flux de l'information se heurtera aux nationalismes renaissants, aux intégrismes, aux autoritarismes locaux. Ici et là, on éradique les antennes paraboliques. Dans ce paysage, les ondes courtes sont, et resteront sans doute, le seul, l'unique moyen, pour l'individu attaché à la liberté de l'information de puiser à la source de son choix pour étancher, sans les contraintes du câble ou de l'antenne parabolique, sa soif de nouvelles non contaminées.

Nos programmes en langue française sont placés sous le slogan : "Un autre accent". Nous n'entendons pas par là ces savoureux accents du terroir vaudois ou valaisan qui excitent la malice des Parisiens en vacances. Au nom de cet "autre accent", je dois vous confesser avoir un frisson d'effroi quand il est question du "nouvel ordre". Il y a eu l'**Ordre Nouveau** et l'on sait, hélas ! ce qu'il a entraîné d'horreurs. Il y a, depuis la Guerre du Golfe, le **nouvel ordre international** et l'on devine aisément quelle hégémonie il cache. Franchement, ne serait-il pas préférable que la Francophonie se présentât sous une autre étiquette, moins chargée d'écrasantes réminiscences ? Il devrait y avoir, dans la Francophonie, un quête de l'**harmonie des désordres** où la diversité trouverait à s'épanouir dans un climat de liberté, conforme aux génies propres de chacun des pays où le français est hôte privilégié quand il n'est pas chez soi.

Comment une radio du Sud monte-t-elle au Nord

On dit dans le jargon de notre métier que : “La presse écrit, la radio dit et la télévision montre”. Je tâcherai pour ma part, à travers mon exposé, de vous montrer comment une radio du Sud monte au Nord. Pour commencer je vous dirai qu’Africa N° 1 vient de fêter le quatorzième anniversaire de sa création. Un anniversaire qui nous a permis de mesurer le chemin parcouru, de faire notre autocritique et d’adapter notre nouvelle grille au goût du jour. Cela dit, je tiens à le dire ici parce que beaucoup de gens ne le savent peut-être pas, surtout les Français, les Occidentaux d’une manière générale, pour beaucoup d’Africains, il n’est un secret pour personne qu’Africa N°1 est un rêve de l’Afrique qui est devenu une réalité grâce au Président Omar Bongo du Gabon. Et si nous sommes présents sur la FM à Paris depuis septembre 1992, c’est grâce à la volonté du président Omar Bongo et de nos partenaires de la SOFIRAD, représentés ici aujourd’hui par Monsieur Coquerelle, qui n’ont ménagé aucun effort pour gagner cette bataille de la communication Nord-Sud. Et quand on parle de Francophonie aujourd’hui, je me réjouis que la réussite de cette Francophonie multilatérale soit représentée par la synergie qui existe entre Africa N°1 et Radio France Internationale. Car, vous le savez, pour la plupart, les émetteurs d’Africa N°1 qui sont implantés à Moyabi au Gabon, permettent à RFI de diffuser ses émissions en Afrique. Je pense que c’est là le symbole même d’une synergie, d’une coopération entre les pays francophones qui devraient être encouragée.

Ce qui fait le succès d’Africa N°1 aujourd’hui à Paris, c’est avant tout sa vocation panafricaine. Car tous les Africains de France se reconnaissent à travers cette radio. Une radio du Sud, qui en dépit de ses moyens financiers très limités informe les Africains sur l’actualité de leur continent 24 heures sur 24. Mieux, elle donne la parole à travers de nombreuses émissions au nombre desquelles la plus audacieuse, *Le journal des auditeurs* de mon ami, M’Baye Thiam, un rendez-vous quotidien de l’information où tout le monde s’exprime sur tous les sujets d’actualité africaines ou internationales, avec une liberté d’expression totale. Une liberté de parole sans commune mesure avec celle des années 60,

70, 80. Monsieur Placca en disait un mot tout à l'heure, où un mot de trop pouvait coûter très cher à son auteur. Avec le processus de démocratisation qui s'est opéré en Afrique en 1990, Africa N° 1 a compris que les Africains ont besoin de s'exprimer, de penser, de réfléchir sur la vie politique, économique, sociale et culturelle de leur continent, sans être inquiétés. Grâce au *Journal des auditeurs*, les Africains peuvent aujourd'hui critiquer à haute et intelligible voix leurs dirigeants, les chefs d'État, les ministres, les diplomates, les journalistes, les intellectuels qui le méritent.

Et puis, grâce à l'émission de la rédaction d'Africa N°1, *Une heure pour convaincre* que j'anime, chaque samedi avec la collaboration de certains confrères africains et français, des auditeurs d'Africa N°1 arrivent à mieux comprendre les problèmes politiques et économiques du continent, voire des problèmes socioculturels. Avec une bonne dose de musique africaine, antillaise, afro-cubaine et américaine, tout le monde se sent proche de ses racines africaines. Ajoutez à cela la fiction, le rêve et les conseils des animateurs de certaines émissions, telles que *l'Aventure mystérieuse de Patrick Gémandong*, *Tranche de vie de notre ami Célestion NDongou*, ou *Docteur Africa*, vous comprendrez qu'Africa N°1 marche très bien en France, en Belgique, au Canada et aux États-Unis, même si nous ne sommes pas présents sur la FM dans toutes les capitales africaines, voire occidentales, pour des raisons financières. Et puisque nous parlons aujourd'hui des problèmes de la Francophonie, je souhaite que le Canada représenté ici par notre consœur puisse nous aider à nous implanter sur la FM au Québec, parce que c'est très important pour nous. Il existe une communauté africaine au Canada, qui souhaite avoir le même confort d'écoute que nous avons ici à Paris, et nous sommes en train de nous battre en ce moment pour qu'en Belgique, nous soyons également présents sur la FM, à Genève également. Je pense que notre collègue de Radio Suisse Internationale sera notre interprète là-bas parce que la voix de l'Afrique doit porter un peu partout dans le monde. Et je tiens également à remercier les autorités françaises qui nous aident considérablement. Parce que sans l'apport du gouvernement français, sans l'appui de Madame Tasca, de monsieur Bourges, qui a beaucoup fait pour le journalisme africain, je pense qu'Africa N°1 ne serait pas une réalité aujourd'hui en France. Et je tiens également à dire, à haute et intelligible voix ici, que la Francophonie, à travers Africa N°1 est une réussite parce ce sont tous les pays africains d'expression francophone – et je vous dirais même qu'il y a des pays anglophones – parce que la langue d'Africa N°1 étant le français, qui sont obligés de s'exprimer en français, à travers *Le journal des auditeurs*, qui donne la parole aux auditeurs. Je pense que cette synergie doit être encouragée et soutenue par les autorités françaises, par les gouvernements européens et d'une manière générale par l'ensemble des pays membres de la Francophonie.

Synergies et émissions conjointes entre radios nationales francophones

Si l'AUPELF-UREF est une communauté d'institutions d'enseignement supérieur et de recherche, la CRPLF, la Communauté des radios publiques de langue française, est une communauté de quatre sociétés nationales de radiodiffusion. Elle a été créée en novembre 1955, il y aura donc quarante ans cette année. Ces quatre sociétés représentent un "gros morceau" de la Francophonie radiophonique autrement dit une forte activité de coproduction radiophonique, d'échanges de programmes, d'échanges de personnels. Quand je dis "quatre", il s'agit en réalité de toutes les chaînes de Radio France, toutes les chaînes de la radio française de Radio-Canada, celles de la Radio suisse romande et celles de la RTBF-la Radio-Télévision belge de la Communauté française (de Belgique naturellement.) L'ensemble représente 21 chaînes ou réseaux de radio qui "arrosent" 70 millions d'auditeurs francophones potentiels, de ce côté-ci et de ce côté-là de l'Atlantique. Les quatre sociétés sont tout simplement réunies sous la forme d'une association à but non lucratif, selon la loi de 1901, et elles se sont dotées pour la mise en œuvre de cette coopération d'une structure extrêmement légère : un secrétariat général, qui a un effectif non moins léger de deux personnes.

Les échanges et les diverses formes de collaboration se font de chaîne à chaîne, par exemple entre chaînes généralistes (France Inter avec ses trois homologues), culturelles (France Culture avec ses trois homologues), musicales (France Musique et ses homologues), mais aussi entre les stations locales et les radios régionales, puisque la Radio française de Radio-Canada a treize stations régionales, la RTBF en a cinq, Radio France a 39 radios locales, etc. C'est ainsi, – pour vous donner un exemple très concret –, que tout le travail des journalistes de chacun des quatre grands ensembles est mis deux fois par jour, tous les jours de l'année, à la disposition des trois autres. C'est ainsi que, chaque semaine – et cela fait dix ans ce mois-ci que cela dure – ils concoctent ensemble une revue de presse hebdomadaire de la presse francophone du Québec, de France, de Belgique et de Suisse romande. Ceci pour les journalistes. Les gens des programmes, ne ménagent pas

non plus leur peine : un magazine culturel hebdomadaire, un magazine de la chanson francophone chaque semaine également, des centaines d'heures de programmes échangées ou coproduites chaque année.

L'objectif, naturellement, n'est pas que ce sigle un peu bizarre – "CRPLF" ce n'est franchement pas facile à communiquer – soit connu, mais il est de faire en sorte qu'on puisse – tous ces échanges, toutes ces coproductions, tous ces programmes – les donner à entendre aux auditeurs des quatre sociétés nationales en question, en France, au Canada, en Belgique francophone et en Suisse romande.

Bien sûr, au delà de l'information elle-même, ce sont la langue française, la culture, la musique, la chanson qui sont de tous ces échanges, de toutes ces coproductions. Je citerai par exemple les vingt émissions d'une heure que nous avons consacrées à la langue française telle qu'elle est parlée en différents lieux ou pays de la planète francophone – et j'indique par parenthèse que ces vingt heures – une série baptisée "*Parlé français*" – nous venons d'ailleurs de les proposer à la FIPF, la Fédération internationale des professeurs de français, à destination, si elle le souhaite, de ses adhérents dans le monde entier.

On peut citer aussi les huit heures d'une série que nous avons coproduite en 1993, consacrée à Simenon, ou les huit heures que vous entendrez l'été prochain dans les quatre pays, et qui – centenaire du cinéma oblige – vont parler du cinéma, mais du cinéma "qui parle français".

Je veux aussi évoquer le *Grand Dictionnaire*, un jeu radiophonique plutôt drôle sur les mots et les expressions de la langue des quatre pays. Où l'on s'aperçoit d'ailleurs que, finalement, on ne parle pas tout à fait la même langue. Mais plutôt que de prolonger cette énumération, je voudrais vous lire très rapidement un bref bilan chiffré – un peu froid comme tous les chiffres – mais éloquent, de cette collaboration radiophonique, tel qu'il a été établi pour l'année dernière, au bord du Saint-Laurent, à la Radio française de Radio-Canada :

Appui ou participation à trois coproductions hebdomadaires :

48 coproductions spéciales avec les radios de la Communauté.

- Diffusion hebdomadaire d'émissions culturelles sur France Culture Europe : (qui est le programme par satellite de Radio France, diffusé sur une sous-porteuse audio de TV5).
- Participation de la radio de Radio-Canada à neuf festivals prix et concours de la CRPLF.
- Production et distribution de *Micro 4* (notre lettre d'information mensuelle).
- Accueil du "soliste CRPLF" de l'année.
- Accueil de représentants de la Radio suisse romande à l'occasion de 48 heures d'émissions communes et en direct (Montréal-Lausanne), les chaînes musicales ayant été jumelées pendant 48 heures.
- Participation de représentants de la radio de Radio-Canada, à 21 réunions de la CRPLF.

- Importation de 51 heures 30 d'émissions culturelles en provenance des radios de la CRPLF et de 238 bobinos d'information en provenance des autres radios de la CRPLF, pour une durée totale de 15 heures 20 minutes.
- Organisation de 223 multiplex de travail

J'arrête là. Ceci vous donne un peu l'ampleur de cette coopération entre nous quatre, avec, dans le cas précis, la vision de nos amis canadiens.

Tout à l'heure Mohamed Yessoufou (Africa N°1) parlait de la radio du Sud qui était "montée" au Nord. Nos quatre radios nationales, publiques, du Nord sont au Nord et y restent, du moins pour l'instant. Non par je ne sais quel monstrueux désintérêt pour le Sud, mais on vient de l'entendre avec le représentant de RFI, la France, la Suisse et le Canada aussi, ont déjà leur propre radio internationale.

Pour ce qui est des quatre sociétés de radio de notre Communauté, on peut quand même les entendre ensemble, une heure par jour, sur cette sous-porteuse audio de TV5 que j'évoquais à l'instant, avec l'émission *Quatre à quatre* qui, insérée dans le programme France Culture Europe", permet d'entendre du lundi au vendredi une émission culturelle d'une heure en provenance de chacune des quatre radios, le vendredi, étant consacré à une coproduction des quatre radios. Ceci donc, chaque jour, de 10 heures 30 à 11 heures 30.

Évidemment, les patrons – les directeurs, les p.d.g.- des quatre sociétés ont pensé faire un peu plus. Ils ont bien dans leurs cartons, et depuis un moment, un projet de radio commune, en somme, un décalque radio de TV5, en somme, qui pourrait s'appeler "Radio 4", pourquoi pas ? Et qui trouverait sans doute très bien sa place sur une des sous-porteuses encore libre de TV5. Mais les compressions budgétaires qui frappent, ici ou là, les radios de service public ne créent pas pour l'instant, comme on dit, les conditions favorables.

J'ai parlé de "radio de service public". La Communauté des radios publiques a aussi voulu prendre le temps de réfléchir à son avenir. Au delà de tous les échanges, de toutes les coproductions et, il y a quelques mois, dans cette maison même, quarante cadres responsables – des cadres des quatre sociétés se sont réunis pour un séminaire qui traitait de ces perspectives d'avenir, en particulier en termes de programmes, mais aussi en termes de techniques nouvelles de production comme de diffusion ; d'ailleurs, un groupe de travail de notre communauté a pour objet *La radio de demain*". Ainsi, les expertises des uns viennent-elles enrichir en permanence les travaux, les stratégies des autres.

Actuellement, les grandes questions à l'ordre du jour, ce sont bien sûr, la radio numérique, le fameux DAB, le combat, qui s'annonce sévère, entre la téléphonie et la radio, notamment lorsqu'il va être question du dossier des services associés à ces nouveaux outils audionumériques ; et bien sûr, un peu plus tard, les satellites de diffusion directe. Dans ces domaines, les échanges entre les quatre sociétés sont accompagnés par un groupe de "veille technologique" commun, que les plus qualifiés des experts des quatre

sociétés mettent actuellement sur pied, car les enjeux sont d'importance.

Enfin, j'en terminerai – impossible d'en faire autrement dans une maison de radio et devant une telle assemblée – en rappelant que la Communauté des radios publiques attribue plusieurs prix de création par an et que ces prix portent le nom de Paul Gilson, qui fut un auteur, un poète – et le premier directeur des programmes de la RTF, à organiser des échanges entre les quatre radios publiques. Et à ce titre, dès la création, en 1955, il en a été le premier président (il avait déjà, comme certains le savent bien ici, été associé peu de temps auparavant à la création du prix Italia).

Et c'est ainsi que, depuis quarante ans, la culture, l'état d'esprit que confère l'usage de la langue française et la création en français restent les maîtres mots de notre Communauté de quatre radios, puisque la majorité des programmes échangés ou des coproduits font appel aux auteurs, aux artistes, aux compositeurs, aux intellectuels, aux scientifiques des quatre pays.

Les stratégies internationales d'opérateurs nationaux. Radio-Canada

Avant de vous parler de l'implication de la société Radio-Canada sur la scène internationale, j'aimerais situer brièvement la société et ses principales activités.

La société Radio-Canada est le radiodiffuseur public national canadien, elle a été créée en 1936.

Nous opérons :

- 2 réseaux de TV (français, anglais)
- 4 réseaux de radio (AM, FM français ; AM, FM anglais)
- 2 réseaux spécialisés information (RDI et Newsworld)
- 2 services spécialisés de nos anglophones sont offerts par satellite sur le marché américain (Newsworld International et Trio en partenariat avec l'industrie privée)

Quelques détails sur le réseau français de télévision. Nous diffusons annuellement près de 7000 heures d'émissions sur un territoire immense : 10 provinces canadiennes sur 6 fuseaux horaires.

Nous produisons près de la moitié de ces heures de diffusion au centre de production de Montréal.

Nous avons développé une expertise reconnue dans les secteurs de l'information, de la fiction et des émissions jeunesse.

Nous avons un budget annuel de 250 M\$, soit approximativement 1 MFF et il diminue année après année comme bon nombre de radiodiffuseurs publics.

Le bassin de population et de créativité est limité et concentré au Québec – 6 millions de francophones – un autre million est éparpillé partout au Canada

Nous avons une structure fortement intégrée : comme la plupart des télévisions conventionnelles, nous sommes producteur, programmeur, diffuseur.

Le cadre dans lequel nous opérons est très réglementé tant à l'interne qu'à l'externe : loi de la radiodiffusion, conventions collectives, etc. Nous avons un mandat et des obligations de service public qui nous sont confiés par le législateur canadien.

Nous opérons dans un univers multichaînes où la concurrence est vive. Plus d'une cinquantaine de chaînes dans les principaux marchés. Partout au Canada, le câble est très développé (près de 80 % des foyers sont câblés et dans les grandes villes, plus de 90 %).

Comment, dans un tel contexte, développer une stratégie d'implication internationale avec des obligations de service public national avant tout, et des ressources humaines, financières, somme toute fort limitées ?

Comment donc, avec nos maigres moyens, si on les compare avec ceux de nos puissants voisins du sud, contribuer au rayonnement international de la Francophonie nord-américaine ?

Traditionnellement, notre implication a été "traditionnelle". Elle s'est limitée aux organisations regroupant les radios et télévisions du monde francophone : comme le nom de ces organisations l'indique – communauté, conseil... – il s'agissait d'abord et avant tout d'échanges professionnels et dans une moindre mesure de coproductions.

Nous étions et nous sommes toujours présents aux grands festivals et marchés internationaux. Nous avons, bien sûr, remporté de nombreux prix pour l'excellence de nos productions : qui ne connaît pas *Frédéric Back et l'homme qui plantait des arbres* ?

Mais cette stratégie, pour sage qu'elle était et bien adaptée à nos moyens, s'ajuste difficilement aux nouvelles réalités.

Les développements technologiques récents ont bouleversé l'ordre établi : les règles du jeu ont changé. Avec le développement du câble, de la fibre optique et avec l'arrivée des satellites, la prophétie de Mc Luhan's s'est avérée vraie : la télévision ferait du monde un "village global". Et ceci s'est produit à un rythme effréné : depuis 1980, le nombre d'appareils de télévision a triplé et a débordé le cadre des seuls pays industrialisés : le nombre de chaînes de télévision satellitaire est passé de 0 à 300 et on rapporte que d'ici 1997, 70 nouveaux satellites seront lancés.

Des multinationales de la télévision sont apparues : CNN, TBS, TNT, NBC, Star TV, World Service Télévision (de la BBC) et depuis peu, les autoroutes de l'information "Internet, Compuserve, America on Line". Comment dans ce nouveau tourbillon de mondialisation mettre en valeur notre expertise et notre spécificité ? Encore une fois, une réponse bien modeste mais astucieuse : nous avons décidé d'être présent de l'intérieur dans la nouvelle dynamique télévisuelle. Pour ce faire, nous avons lancé au réseau français de Radio-Canada une chaîne d'information continue, le Réseau de l'Information (RDI). Fort de notre expertise en information, nous avons conçu un CNN mais à l'envers. Je m'explique : au lieu d'exporter notre chaîne à l'échelle de la planète, nous avons opté pour un modèle où l'on importerait sur notre chaîne le monde, et plus particulièrement une vision francophone de l'information.

Pour ce faire, nous avons conclu dans un premier temps des accords de collaboration avec les chaînes francophones européennes : FR2, FR3, TSR, RTBF, Euronews, RFO,

TV5. Un autre projet nous tient à cœur : offrir un magazine d'information du monde francophone du sud. Nous en sommes à développer un projet avec le CIRTEF. Ce projet devrait être opérationnel fin 95. Ces projets de la SRC sont bien modestes si l'on pense aux stratégies planétaires des chaînes américaines. Les multinationales médias américaines ne se contentent plus de vendre leurs produits, ils vendent des chaînes entières. La stratégie qu'ils ont mis au point :

- Détenir des droits exclusifs sur les programmes car il s'agit pour le moment du lieu pouvoir. Il y a abondance de moyens de distribution et rareté des contenus.
- Disposer de moyens financiers gigantesques.

Et il faut leur reconnaître :

- L'audace et l'innovation : ils sont les premiers à occuper le terrain : par exemple, CNN, HBO (chaîne cinéma), MTV.

Comme vous êtes familiers avec ces multinationales, car elles sont pour la plupart présentes en Europe, j'aimerais plutôt vous dire quelques mots sur une stratégie de globalisation originale, celle de Sega. Je vous rappelle que Sega est une multinationale de jeux vidéos interactifs.

Pourquoi parler de cette entreprise ?

Parce qu'il s'agit là d'un secteur de pointe des nouvelles télévisions : langage universel, celui des manettes et des boutons, informatique d'avant-garde dans la conception des jeux et, bien sûr, l'interactivité.

Parce que cette industrie se développe à un rythme insoupçonné pendant qu'on a les yeux fixés sur le cinéma et la télévision traditionnelle qui ont été les industries dominantes mais qui commencent à montrer des signes d'essoufflement. Cette nouvelle industrie connaît une croissance phénoménale.

Je vous cite quelques chiffres :

- 10 K\$ investis dans Sega en 1985 vaut aujourd'hui 110 K\$.
- Aux États-Unis, l'industrie des jeux vidéos est plus importante que celle du cinéma : un marché de \$ 5,3 milliards contre \$ 5 pour le cinéma.

Une marge de profit considérable (4 fois plus)

Paramount	\$ 4,6 mill.	285 M\$	6 %
Sega	\$ 3,6 mill.	817 M\$	23 %

Quels sont les plans de développement de Sega ?

- Multiplier les arcades de jeux interactifs et de parcs thématiques qui, dit-on, font déjà trembler Mickey Mouse et ses Disney World.
- Tester les nouveaux produits dans ces arcades avant de les lancer sur le marché domestique et en même temps faire de l'argent (\$1 milliard/an dans les arcades).
- Dominer le monde du divertissement virtuel par la "simulation" (partir en navette spatiale, conduire une formule 1...).

Les éléments d'une stratégie média pour la Francophonie

Ces exemples et les précédents nous amènent à réfléchir sur les éléments d'une stratégie média de la Francophonie. Cette stratégie devra s'articuler autour de pôles d'activités névralgiques.

Pour maintenir les médias francophones dynamiques, il nous faudra :

- Demeurer des producteurs importants de contenus télévisuels (produire à coûts compétitifs, être novateurs).
- Contrôler les droits de nos productions.
- Se regrouper : développer des partenariats, bâtir un catalogue des productions francophones.
- Être présent, être un joueur actif dans tous les nouveaux développements télévisuels.
- Faire preuve d'audace, être novateurs comme nos voisins du sud. On peut bien sûr les critiquer, mais on peut s'en inspirer.

Les enjeux sont importants pour notre francophonie et la concurrence est vive, donc stimulante.

Les stratégies internationales d'opérateurs nationaux. Canal Horizons

Je dirai juste quelques mots sur cet opérateur. Canal Horizons est une filiale commune de Canal + et de la SOFIRAD. Nous avons commencé à diffuser en Afrique et en Amérique du Nord :

- depuis le mois de décembre 1991, à Dakar ;
- depuis novembre 1992, en Tunisie ;
- depuis janvier 1994, en Côte d'Ivoire, (janvier 1994, c'est le mois de la dévaluation du franc CFA),
- depuis novembre 1994 au Gabon, à Libreville et à Port Gentil, en diffusion hertzienne

Canal Horizons est également reçu par des usagers sur le continent en réception satellitaire directe. Cela représente à mi-février au total 66 000 foyers dont 36 000 en Tunisie. Je voudrais juste marquer les quelques points d'originalité de cette entreprise. Il y en a un qui est évident mais dont on ne mesure pas toujours l'importance. C'est qu'il s'agit d'une entreprise privée, commerciale et qui, en plus, a choisi comme mode de diffusion le cryptage et le système de l'abonnement. On voit donc que c'est déjà dans le paysage de la Francophonie internationale audiovisuelle un cas de figure encore très, très exceptionnel, puisque tout ce que nous avons évoqué jusqu'ici relève du secteur public, des interventions publiques, à l'exception de la radio Africa N°1. Mais dans le domaine de la télévision, la circulation des images francophones, et en particulier dans l'hémisphère sud, est actuellement la mission, la préoccupation du secteur public et non du secteur privé. Donc la première originalité de l'entreprise Canal Horizons, c'est d'être une entreprise privée, tout à fait classique à but commercial.

Pour situer sa dimension, je vous ai dit le nombre de foyers qui sont actuellement touchés par Canal Horizons, qui sont donc abonnés. Il faut savoir aussi :

- que les investissements lourds sur le continent africain, puisque c'est le seul continent pour le moment de présence de Canal Horizons, ont été au total de l'ordre de 180 millions ;

- que la chaîne elle-même, puisqu'il s'agit d'un programme unique qui est fabriqué à Paris, tourne avec 90 millions par an ; les responsables des télévisions publiques à vocation internationale savent que cela ne représente pas beaucoup d'argent puisque je crois que leurs propres budgets sont le plus souvent de l'ordre de 200 millions voire 250 ou 300 millions,
- Et j'ajouterai que Canal Horizons a créé à peu près 300 emplois sur le continent africain, puisque dans les sociétés affiliées, il n'y a guère plus qu'un ou deux salariés expatriés et que tous les autres emplois sont confiés à des nationaux.

C'est donc une entreprise qui, à première vue, je dirais "à courte vue", comme en son temps la création de Canal + dans l'Hexagone, a pu paraître et paraît sans doute encore à quelques uns comme une folie, dans la mesure où toutes les analyses économiques aujourd'hui donnent le continent africain perdant. Comme nous l'a dit Monsieur Placca, le niveau de vie dans l'Afrique francophone a été dramatiquement atteint par la dévaluation du franc CFA. Le montant de l'abonnement mensuel à notre chaîne représente pour chaque foyer une dépense de loisir lourde, puisque c'est – on ne peut parler qu'en équivalence, bien sûr, cela ne se traduit pas de la même manière en termes de pouvoir d'achat – de l'ordre de 180 francs (18 000 francs CFA) par mois pour un foyer abonné à Canal Horizons en Afrique sub-saharienne

Donc, première grande différence, le caractère commercial de l'entreprise. Je ferai un seul commentaire sur cette originalité. Je pense, pour ma part, que le développement de la communication dans l'avenir, ne pourra pas être porté uniquement par des initiatives publiques. La preuve a été faite largement dans le monde développé depuis plusieurs années. Je pense que ce développement ne se fera pas non plus dans le monde pauvre, en voie de développement, uniquement par les initiatives publiques. D'abord parce que les initiatives publiques portent tout de même le poids du soupçon qui plane toujours sur toute action dépendant des financements publics, et ensuite parce que l'immensité de la tâche, l'immensité de l'appétit de la demande d'images dans ces pays, qui sont actuellement extraordinairement sous-alimentés en images, et qui ne participent que très marginalement aux grands fruits de la communication moderne, ces appétits ne pourront pas être satisfaits par les seuls moyens des finances publiques. Il me paraît donc tout à fait fondamental qu'un certain nombre d'entreprises, d'investisseurs privés, interviennent dans le champ de la communication. Simplement, aujourd'hui, tous ceux qui travaillent dans cette partie du monde, je pense aussi bien à l'Asie du sud-est, à l'Afrique ou à l'Europe centrale savent que les investisseurs privés se portent plus volontiers sur des secteurs immédiatement rentables que sur des secteurs qui demandent une longue marche, une longue patience, pour devenir rentables.

Deuxième originalité du projet que Canal + a monté à travers Canal Horizons, c'est qu'il a fallu l'initiative, je dirais même une volonté d'ordre politique, d'un grand président

qui était André Rousselet, qui a demandé à Hervé Bourges d'examiner les possibilités de développement d'une télévision commerciale en Afrique, puis à un autre professionnel, Serge Adda, qui est Tunisien, et qui a vraiment porté depuis l'origine le projet de Canal Horizons. Je pense que ce faisant, il a fait preuve de la même inventivité et de la même prescience qu'en créant la première chaîne sur abonnement dans l'Hexagone

Troisième originalité de cette entreprise, c'est que d'emblée, elle s'inscrit – même si c'est modestement – dans une politique de partenariat puisque les sociétés créées dans tous les pays que je viens d'évoquer sont des sociétés dans lesquelles se sont rejoints des investisseurs sénégalais au Sénégal, ivoiriens en Côte d'Ivoire, tunisiens en Tunisie, et des investisseurs français. Pour l'essentiel Canal Horizons, qui réunit Canal + et la SOFIRAD, est accompagné dans cette démarche par des banques et par la PROPARGO, qui est vous le savez un des organismes de la Caisse de Développement. Cet esprit de partenariat, on ne le retrouve pas seulement dans la structure des sociétés, on le retrouve aussi dans la philosophie de programmation.

Pour la ligne générale, le programme de Canal Horizons se fonde sur les mêmes ingrédients que Canal+, c'est-à-dire cinéma, sports, jeunesse et variétés. Deux différences importantes : pas d'informations et pas de films X mais à partir de cette grille, qui est donc le concept de Canal+, nous avons pour principe d'insérer autant que faire se peut des émissions du Sud produites par le Sud, voire des émissions du Nord sur le Sud, mais de préférence des émissions produites au Sud. Pour vous donner une idée, depuis la création de la chaîne, nous avons projeté 150 films originaires du Sud, subsaharien ou maghrébin, ou moyen-oriental, ce qui représente la quasi-totalité de l'actuelle production de ces pays sur le marché international du film. C'est une orientation que nous souhaitons soutenir et je pense que c'est une orientation qui s'imposera, qui a commencé d'ailleurs à s'imposer aussi à d'autres opérateurs dans ces échanges francophones : faire place dans nos grilles de programmes à la création audiovisuelle des pays partenaires de la francophonie, et notamment de la francophonie du Sud.

Je terminerai en disant que nous avons aujourd'hui des perspectives de développement renouvelées comme le disait Patrick Imhaus par l'évolution des techniques, des technologies : à côté des diffusions hertziennes que je viens d'évoquer, nous sommes, bien entendu, partie prenante du développement satellitaire dans le monde. J'indiquai déjà que notre satellite Intelsat qui transporte le signal sur le continent nous permet de faire de la réception satellitaire directe, et nous sommes actuellement dans la perspective de monter sur un nouveau satellite, Eutelsat, qui devrait être lancé avant le printemps et qui couvrira tout le Maghreb, le Proche et le Moyen Orient.

Cela impliquera pour notre société des investissements d'un nouveau type, des méthodes commerciales d'un nouveau type, mais je crois qu'aujourd'hui, c'est une clé de la présence audiovisuelle dans le monde. J'espère qu'un jour d'ailleurs, nous pourrons

aussi aller rejoindre nos partenaires francophones de l'Asie du sud-est, mais ceci ne sera évidemment possible que quand les investissements satellitaires deviendront à la portée, sur le plan économique, de petites entités comme la nôtre. Les chiffres que je vous ai donnés tout à l'heure prouvent qu'on en est encore très loin, et je pense qu'une des solutions pour le développement conjoint des programmes publics et privés dans le monde francophone serait un effort des pouvoirs publics – soit à titre national, soit sur un plan unilatéral – pour prendre en charge au moins le transport des signaux. Pour vous donner un ordre du grandeur, pour une chaîne comme la nôtre, la location annuelle d'un satellite, dans la nouvelle génération de satellites, représente une charge budgétaire de 27 millions de francs par an. Vous pouvez comprendre que cela n'est pas à la portée de petites entreprises et je crois qu'il y a là un créneau d'intervention des pouvoirs publics très important. On ne peut pas continuer de dire que *“la Francophonie sera médiatique ou ne sera pas”* et se contenter des instruments actuels de diffusion de l'audiovisuel, surtout si l'on veut que cette diffusion ne soit pas unilatérale dans le sens Nord-Sud, mais qu'elle se fasse aussi avec des retours Sud-Nord. Or, comme tout à l'heure je le disais pour les médias de presse écrite, l'accès aux sources d'images est aujourd'hui absolument bloqué par le décalage qu'il y a entre les moyens des opérateurs à titre individuel et le coût du recours aux nouveaux moyens.

Je termine pour refaire le lien entre cette entreprise privée de taille moyenne et le paysage audiovisuel francophone public. Nous développons sur deux pays actuellement une coopération avec TV5, nous avons passé une convention qui autorise Canal Horizons à offrir à ses abonnés à Dakar, et j'espère dès le printemps prochain à Abidjan, le programme de TV5 en parallèle au programme de Canal Horizons. Nous le faisons aujourd'hui à Dakar depuis le mois de novembre sans que la preuve soit faite que cela puisse véritablement accroître le parc d'abonnés de Canal Horizons puisque ça n'a pas eu d'incidence sur le recrutement. Mais nous le faisons d'une part parce que c'est certainement un élément de fidélisation de nos abonnés, c'est-à-dire de plaisir, de satisfaction pour eux, et aussi parce que nous pensons que c'est un début de démonstration de ce que des stratégies liées entre les différents programmes francophones, donc un début de constitution de bouquets, pourraient rendre plus tangible la politique de présence audiovisuelle dans la Francophonie.

La télévision au service d'une politique de la France

Je vais vous demander votre indulgence parce que bien qu'étant l'avant-dernier intervenant, je suis aussi très débutant, puisque je suis directeur général depuis quelques semaines seulement. J'ai mis à profit ce délai de quelques semaines pour découvrir le paysage audiovisuel et télévisuel en particulier international. Et j'en retire très rapidement trois conclusions majeures pour ce débat de ce soir.

Évidemment, c'est un truisme que je vais indiquer ici : une explosion de l'offre et de la demande de programmes télévisuels dans le monde entier. Madame Vaillancourt a parlé tout à l'heure de l'Amérique du Nord. Aussi bien qu'au delà des pays occidentaux Amérique du Nord, Europe occidentale, et Japon, partout dans le monde, on peut caractériser aujourd'hui l'offre et la demande de programmes de télévision de manière extrêmement exponentielle.

Nous assistons au développement et à une explosion tant au niveau des télévisions hertziennes que des télévisions câblées, de l'émergence des télévisions micro-ondes qu'elles soient privées ou publiques, voilà donc un univers qui se développe d'une manière extrêmement rapide.

La deuxième caractéristique porte sur la qualité d'une offre qui, à mon sens, est un peu préoccupante. La concurrence est exacerbée pour nous Français et francophones face à une offre américaine extrêmement puissante, chaque jour un peu plus offensive. Face à TV5, à Canal France Internationale, cette offre américaine est omniprésente. On trouve aussi la BBC, on trouve la Deutsche Welle avec des moyens financiers largement supérieurs aux nôtres. Et bien sûr au total, c'est une part du rayonnement de la France qui ne cesse de se réduire comme peau de chagrin dans l'offre et la demande de programmes.

Cependant, et ceci mérite d'être souligné, la demande de programmes français est forte mais l'offre quant à elle, est toujours à ce jour encore imparfaite et quantitativement insuffisante. Aujourd'hui, le nombre d'heures diffusées reste à l'échelle mondiale relativement faible, même si on additionne tout ce que fait TV5, tout ce que fait Canal

France International et ce que font l'ensemble des diffuseurs français. On vient de parler de Canal Horizon sur l'Afrique également. Et puis c'est une offre, à mes yeux, encore quelque peu désordonnée et manquant de cohérence et de coordination.

La troisième caractéristique que je retire de ces premières semaines, c'est quand même un certain nombre d'espairs bien évidemment. Je l'ai souligné, il existe une forte demande de programmes français. Chaque jour tout autant à TV5 qu'à Canal France International nous recevons des demandes émanant de tous les continents, qu'ils soient d'Europe centrale, d'Afrique, d'Asie, d'Amérique latine ou du Proche et du Moyen-Orient. Il y a également une très forte envie des producteurs français, des producteurs audiovisuels et des producteurs de cinéma d'être présents sur l'ensemble de ces marchés émergents et puis, je pense de la part des pouvoirs publics, une volonté d'adaptation forte avec des stratégies qui commencent à s'esquisser, en particulier celles auxquelles j'ai l'honneur de participer à Canal France International. Une nouvelle stratégie de cette société plus ciblée dans les mois et années qui viennent, plus régionalisée, puisque le mot d'ordre de l'avenir de Canal France International va porter sur la régionalisation de ses programmes. Et il s'agira aussi de mettre en œuvre une meilleure coordination avec l'ensemble des opérateurs français présents sur ces marchés internationaux.

Pour conclure, je dirais que j'ai une conviction profonde : c'est que nous avons des capacités de réussir une augmentation de notre pénétration sur ces continents. Mais que cette réussite nécessite quelques changements de comportements :

- Premièrement, il faut éviter les concurrences intra-françaises, un peu trop franco-françaises, et s'engager vers une recherche concrète de complémentarités – on a parlé tout à l'heure de satellites et de réseaux satellitaires – on a parlé de création de bouquets, je crois que c'est mon illustre prédécesseur à ce siège qui évoquait cette nécessité,
- Deuxièmement, c'est cette volonté je crois fondamentale qui est de chercher sans cesse à s'adapter à la demande, et c'est d'abord de privilégier la demande de nos interlocuteurs, de nos téléspectateurs, plutôt que de vouloir imposer systématiquement notre produit et notre offre de programmes français.

TV5, une télévision multilatérale à vocation mondiale

Le fait que ce soit le directeur de TV5 Afrique qui parle d'une chaîne multilatérale à vocation mondiale, est je crois est plus qu'un symbole. Cela démontre que nous sommes véritablement au cœur des télévisions multilatérales. TV5 effectivement, est une télévision multilatérale à vocation mondiale, d'abord dans son concept – je ne vais pas vous raconter une nouvelle fois l'histoire, mais c'est parti il y a onze ans. Cinq télévisions européennes, trois françaises, une belge, une suisse, et nous sommes ainsi passés de "TV5 chaîne" à ce que j'appelle "TV5 continent". Depuis onze ans, ce que nous pouvons qualifier aujourd'hui de réussite d'aucuns diront un miracle, à la fois professionnel et diplomatique – continue toujours à fonctionner.

La deuxième idée, c'est que TV5 est une chaîne multilatérale à vocation mondiale dans sa montée en puissance avec un réseau mondial. Nous sommes partout présents aujourd'hui et allons l'être d'une manière plus forte en Asie dans les jours et les mois qui viennent avec des avancées géographiques tout à fait significatives, diversifiées qui nous feront passer à un bassin d'audience potentielle élargi, en dehors des frontières de la Francophonie. Les développements en Europe de l'Est, notamment en Pologne, dans la République tchèque, en Slovaquie, en Bulgarie, en Roumanie ou ailleurs en Israël, en témoignent aujourd'hui.

Troisième volet : cette montée en puissance s'accompagne de l'attention que nous portons à toutes les innovations technologiques. Aujourd'hui à l'époque numérique, nous sommes la première chaîne dans le monde à avoir été diffusée en numérique. Sur l'Amérique latine, nous sommes diffusés en numérique depuis bientôt trois ans.

Concernant la programmation également, où on peut dire que nous sommes à la fois la chaîne des regards croisés mais aussi du véritable partenariat qui fédère les initiatives et les émissions qui viennent des différents membres. L'émission sur les enfants par exemple où

il y a des apports de l'Afrique. Oui, l'Afrique fait des émissions enfantines, notamment avec une série très connue, avec des émissions qui viennent de l'Amérique du Nord, notamment du Québec Canada et des partenaires européens traditionnels.

Autre idée qui fait un peu notre originalité, c'est que TV5 a essayé de fédérer également les différents supports, non seulement parce que nous avons des sous-porteuses de son, mais également lors de très grandes opérations avec *le Monde*, avec *le Figaro*, *l'Expansion*, nous le faisons en Afrique. Nous avons pu monter des opérations qui mettent ensemble radio, presse écrite et télévision.

Je voudrais conclure en disant que comme il faut que nous arrivions à des conclusions très pratiques sur cette idée de plan médias du Sud, de plan médias Afrique, de plan médias francophone, qui intègre tout à fait le Sud, je crois qu'il faudrait effectivement prendre en compte d'abord l'environnement institutionnel et juridique global, les problèmes de droits d'auteurs, tels que Micheline Vaillancourt les a par exemple évoqués, ou les questions fiscales. Toute la question aujourd'hui pour la presse écrite est de pouvoir bénéficier d'un régime favorable : parvenir à des coûts réduits du papier, mais également dans un environnement comme le disait parfaitement Madame Tasca, qui, notons le, a porté à bout de bras TV5 et TV5 Afrique notamment, donc arriver à la coexistence d'un secteur privé dynamique face à un secteur public, qui suit un certain nombre de moyens et de cahiers de charges préalablement déterminés.

S'agissant de la presse écrite, peut-être également, l'idée d'avoir des centrales d'achat pour le papier, pour le matériel etc. et pour la radio, l'idée déjà développée d'un fonds de coproduction, je l'appelle maintenant Fonds de coproduction radiophonique qui permette de produire, non seulement en français mais dans les langues nationales pour que les télévisions et les radios nationales puissent être des relais de ces émissions, et là je crois aussi bien RFI, Radio Canada, la Radio Télévision belge, la Radio belge, et d'autres partenaires, la Radio suisse peuvent tout à fait y contribuer.

Également, en même temps, un appui aux opérateurs privés qui, aujourd'hui, de plus en plus, interviennent, aussi bien au niveau de la presse écrite qu'au niveau de la radio. Je pense, par exemple, à un groupe du Sénégal, le Groupe sub-hebdo qui, parti d'un trimestriel à un mensuel est parvenu à éditer un quotidien, aujourd'hui et qui a créé la première radio privée. Ou également au Bénin, *la Gazette du Golfe* qui veut suivre exactement la même voie.

Mais tout cela suppose effectivement que nous réglions deux questions clés. Premièrement, la question de la production. Les Fonds de soutien qui existent doivent être réaménagés, et subir les adaptations nécessaires. Une place vide a par ailleurs été laissée par la disparition malencontreuse, et en tout cas malheureuse pour nous autres, gens du Sud, d'Ecrans du Sud. Aussi bien en amont qu'en aval de la production, il est indispensable qu'il y ait des aides à l'écriture, des aides au développement de projets, et

une fois que les projets sont faits, des aides à la diffusion et à la distribution. C'est une lacune que la Francophonie a l'impératif devoir de combler.

Également en matière de formation des journalistes, nous en avons beaucoup parlé, soulignons que la Francophonie et de manière générale la presse écrite offrent une diversité de métiers. Il faudrait que tous ces métiers de la presse et de l'audiovisuel puissent être pris en charge en termes de formation. Les chefs de plateau de télévision, les réalisateurs radiophoniques, les compositeurs de la presse écrite etc. mais également les professionnels du *marketing*, ou plutôt de la mercatique ont besoin de formation : je pense que donc il faudrait véritablement que dans tous ces domaines soient englobés à travers un plan médias.

Les médias francophones : un impératif pour la Francophonie scientifique

Je souhaite expliquer succinctement les raisons pour lesquelles la Francophonie scientifique s'intéresse aux médias. Tout d'abord, il est clair que parce que nous ne pouvons rien faire sans vous. La Francophonie, partout, particulièrement en Europe centrale et orientale et en Asie, la Francophonie est globale. Et il ne sert pratiquement à rien aujourd'hui de déployer beaucoup d'efforts sur l'éducation, le français appris dès le primaire comme une langue seconde, si le francophone ne trouve pas dans son pays la possibilité de lire, de s'informer, de voir, d'écouter en français, si en d'autres termes il est privé de médias francophones. C'est la première raison pour laquelle l'AUF-URF, dans la mission qui est la sienne, demande des médias francophones. Sans médias francophones, nous allons droit au suicide culturel. Il y a donc urgence ! Nous avons tendance, nous les francophones, ce qui est une qualité, à réfléchir beaucoup et à agir après. Eh bien je voudrais que dans cette affaire nous soyons plutôt comme les Anglo-Saxons, un peu "boutiquiers" et que nous mettions en place des médias francophones.

La deuxième chose – ce point de vue a été exprimé – c'est le rêve francophone. Il est temps que les francophones comprennent qu'ils sont porteurs collectivement d'un rêve, c'est-à-dire d'un certain nombre de valeurs : à la fois un mélange de libertés individuelles et de sens du collectif et du communautaire. Appelons ça l'humanisme.

Enfin, cette notion de valeurs existe et qui mieux que les médias peut transmettre une certaine conception de la société, une certaine conception finalement de l'avenir ?

Quand on annonce ces deux grandes motivations, mon constat n'est pas de dire : il faut telle ou telle structure. Mais je voudrais mentionner deux ou trois choses sur des fonctions qui ne sont pas remplies. Prenons le problème de la presse : il est tout de même invraisemblable aujourd'hui, après huit ans, neuf ans de Francophonie multilatérale, que dans certains pays francophones, il n'y ait pas de presse. Il n'y avait pas de quotidiens en français au Vietnam – il y en a un depuis six mois, mais nous n'y sommes pas étrangers à l'AUF-URF. Il n'y avait pas de quotidien au Cambodge. Deux quotidiens vont

paraître : un quotidien qui s'appelle *Cambodge Matin*, dont on vient de vous parler, l'autre qui s'appelle le Quotidien du Cambodge. Dans de nombreux pays, il n'y a pas encore de quotidien en français. Et on pourrait multiplier les exemples. J'affirme qu'il y a une lacune et que le multilatéral francophone doit y remédier ! Quelle structure doit s'en occuper ? Qui doit financer ? Ce n'est pas à moi d'apporter la réponse, mais il y a je crois une fonction politique essentielle à assumer c'est-à-dire là où il y a lacune, de voir quels sont les partenaires possibles et de faire que les francophones puissent avoir des journaux en français.

C'est vrai que, pour reprendre rapidement l'exemple du Vietnam, le fait que maintenant tous les enseignants, tous les étudiants des filières francophones puissent chaque matin avoir un quotidien en français n'est pas sans effet sur la Francophonie.

Sans vouloir épiloguer sur les problèmes de diffusion des journaux, en particulier de la grande presse francophone, n'est-il pas possible d'avoir une structure capable d'organiser des tours de table, que l'on ait l'équivalent d'un journal international francophone qui recevrait chaque matin par la voie télématique, peut-être par l'AFP, peut-être autrement, un corpus de nouvelles internationales et qui intégrerait, bien sûr, des composantes locales ? C'est vrai, je reprends ici le concept du *Herald Tribune*. Sans doute, mais enfin, c'est évident ; ce n'est pas une question d'argent, c'est une question d'imagination et de volonté politique.

Parlons maintenant de la radio et de l'audiovisuel. Personnellement je suis un des "fans" de TV5, donc je ne vais pas du tout considérer que là il n'y a pas une réalité, mais regardons les faits. Regardons cette multiplicité de radios anglo-saxonnes, de télévisions anglo-saxonnes. Vous allez en Haïti, vous êtes submergés, en Asie aussi. Je pense que le temps presse. On parle de bouquet, mais faisons le ce bouquet et faisons en sorte que TV5 ne soit pas dans beaucoup de pays seule, et qu'à côté de TV5, il y ait réellement des bouquets de chaînes qui donnent des images en français.

Je pense que cet effort doit être multilatéral. Ce doit être aussi un effort national, régional. Africa N°1 en Afrique a fait beaucoup pour la radio. Est-on sûr d'avoir fait la même chose pour la télévision ? La France a fait beaucoup avec RFI, est-ce qu'elle a fait autant au niveau de la télévision internationale ? Je n'en suis pas sûr. J'ai l'impression que si nous regardons ce que fait l'Angleterre avec la BBC, la solution actuelle pour CFI n'est pas une solution stable. CFI doit faire beaucoup plus et nous avons besoin d'une véritable télévision internationale.

Dans ce monde, tout va très vite. A une vitesse inimaginable et l'émulation et la concurrence sont de mise. Et si vous permettez, ce que je souhaiterais de ce forum, c'est qu'on se dise qui va faire quoi ? C'est qu'on essaie d'imaginer une structure souple, un collège. Un groupe de travail qui permettrait aux francophones, en dehors des conflits d'intérêts et par comparaison, de répondre à la question suivante : comment doit-on faire

pour rester dans la course et que l'écart avec les médias anglophones n'atteigne pas un niveau qui serait, en définitive, mortel dans les cinq ans qui viennent pour la Francophonie. Merci de m'avoir écouté.

Synthèse

En tout début de séance, M. Imhaus a déclaré que la Francophonie sera médiatique ou ne sera pas. Vous nous avez fixé un objectif pour cette journée de travail qui consisterait à définir une palette de propositions pour le Sommet des Chefs d'État, et vous nous disiez également que tout cela serait assez difficile car nous sommes dans un monde en plein bouleversement.

Explosion technologique, explosion des supports, banalisation de la réception, internationalisation, telles sont les questions que vous avez évoquées... ou encore développement d'Internet, arrivée d'entreprises nouvelles de télévision avec un langage universel, celui des manettes – c'est la compagnie Sega, dont nous parlait Micheline Vaillancourt –, une presse écrite africaine naissante mais en difficulté, du fait de problèmes financiers et du manque de professionnalisme, et puis une presse d'État qui souffre également nous disait Jean-Baptiste Placca.

Aussi me suis-je efforcé de dresser un catalogue des propositions que j'ai pu entendre et l'on se rend compte que, manifestement, nous devons nous situer dans une logique de l'offre si nous souhaitons une Francophonie vivante.

- Première idée : participer à la renaissance des journaux de langue française. C'est possible : le cas du *Mékong* a été évoqué, ainsi que le cas de deux quotidiens à venir au Cambodge – dont un, si mes souvenirs sont bons, s'appellerait *Cambodge Matin*. Cette première question, formulée par Messieurs Mikailov et Guillou, repose sur le constat que la presse constitue un débouché tant naturel qu'indispensable pour toutes les filières francophones dans le monde : en effet, après la filière francophone, il faut que le français continue de vivre, d'où l'importance d'une presse écrite vivante dans le monde de la Francophonie ;

- Pour maintenir une presse écrite vivante, il faut la traiter en fonction de ses besoins et de ses difficultés. Il faut donc probablement imaginer un traitement "inégalitaire" pour la presse écrite. Quand je dis "inégalitaire", je veux dire favorable à la presse écrite. Il faut

mettre en place des systèmes d'aide spécifiques et adaptés, nous disait Agnès Rico tout à l'heure depuis la salle ;

- Pour que la presse écrite francophone soit de qualité et fiable, il faut veiller à ce que l'accès aux sources soit lui-même de bonne qualité, rappelait Catherine Tasca ;

- Quatrième idée : la présence radiophonique passe par un rapprochement vis-à-vis de l'auditoire. Être proche ne veut pas forcément dire radio de proximité. Assurer la pérennité de la Francophonie, c'est aussi émettre dans un nombre plus important de langues étrangères et disposer d'émetteurs dans certaines zones, notamment en Asie, comme l'évoquait Philippe Sainteny tout à l'heure ;

- Selon François Gross, il faut, primo, faire entendre la différence francophone en d'autres langues que le français et, secundo, maintenir les ondes courtes, qui sont indomptables par rapport aux autres systèmes d'émission ;

- Il faut savoir transformer les produits radiophoniques en outils à vocation pédagogique et penser à une offre de programmes radiophoniques francophones qui seraient conçus, ensemble, par des pays francophones, ainsi que le suggérait François-René Cristiani ;

- Être dans une logique d'échange de la Francophonie, ce n'est pas seulement Radio France Internationale à Douala, c'est aussi Africa N° 1 à Paris, nous disait Mohamed Yessoufou ;

- Par ailleurs, il faut, pour que la Francophonie soit vivante, une offre d'informations. Radio Canada insistait sur la capacité à importer le monde en français, et ce pour les téléspectateurs de langue française. C'est ce qu'évoquait Micheline Vaillancourt tout à l'heure. De surcroît, nos amis canadiens jouent le rôle de vigie vis-à-vis des interventions des nouveaux opérateurs, et je pense en particulier à ce qui a été dit au sujet de Sega et de cette espèce de langage du poussoir qui présente des aspects pour le moins inquiétants ;

- Il faut également prendre en compte, soulignait Catherine Tasca, le coût du signal pour tout ce qui concerne l'envoi d'émissions ;

- Il conviendra en outre de redéfinir l'offre de programmes et de repenser les orientations stratégiques, c'est ce que nous disait le directeur général de CFI, Claude Esclatine ;

- Enfin, d'après le directeur de TV5 Afrique, Mactar Silla, le problème de la formation pour les hommes et les femmes de production est central ;

- Vous me permettrez de me citer en fin de parcours : effectivement, la formation au journalisme constitue une question essentielle, primo, pour donner vie aux médias francophones, secundo, pour bien montrer que la langue française a une utilité, que c'est une langue qualifiante. Le ministère des Affaires étrangères et CFI, de par les actions de formation mises en place, participent pleinement à ce projet.

Éditions Eric Koehler
pour l'AUPELF-UREF

Achevé d'imprimer
sur les presses de l'imprimerie IBP
à Fleury Essonne 91 (1) 69.43 16.16
Dépôt légal : Novembre 1995
N° d'impression : 6339

Universités francophones



Agence
francophone
pour l'enseignement
supérieur et la recherche

Prospectives francophones est une série de la collection Universités francophones de l'AUPELF-UREF dans laquelle paraissent des ouvrages portant sur les problèmes de l'université, de la recherche, des langues, de la science dans la Francophonie d'aujourd'hui.

La Francophonie des Sommets fêtera en 1996 sa première décennie d'existence. Dix ans au cours desquels elle a défini les enjeux stratégiques qui conditionnent l'avenir d'un espace commun d'accès au progrès.

Confrontée aux bouleversements que subit la planète, aux révolutions technologiques et scientifiques, cette Francophonie doit se positionner face à une évolution mondiale pour faire entendre sa voix dans le concert des régions et recrutements politiques, économiques ou culturels.

Partant, les États généraux de la Francophonie scientifique ont réuni les spécialistes des sujets définis comme autant de priorités pour l'avenir du français comme langue de communication internationale.

Cet ouvrage qui présente l'ensemble des interventions de personnalités politiques, scientifiques et universitaires, propose des solutions concrètes à la définition d'une politique globale en faveur de la promotion de la langue française dans les secteurs d'activité stratégiques : les autoroutes de l'information, l'économie, l'enseignement, l'ingénierie linguistique, les médias, la science.



9 782920 021570

I.S.S.N. 0993-3948

Diffusion EDICEF

ou ELLIPSES selon pays

59/4691/8

Imprimé en France

Prix Europe, Amérique du Nord, Japon : 100 FF

Prix Afrique, Amérique latine, Asie du Sud-Est, Haïti, Maghreb et Moyen-Orient : 50 FF