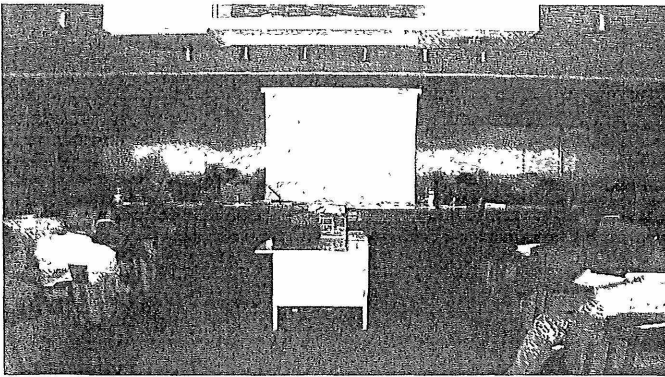


II SEFOR 2006



Texte de présentation du thème général du SEFOR prévu du 2 au 6 décembre en Mauritanie

« Service public : Produire plus et mieux »

Produire plus et mieux, c'est, avant tout, stimuler la **création**.

C'est donc tenir compte du facteur humain qui reste primordial dans la réussite d'une entreprise audiovisuelle et s'approprier les nouvelles technologies qui permettent une meilleure gestion des moyens de production.

Pour encourager l'épanouissement du potentiel créatif, il conviendra d'assurer des stratégies pour, entre autres, une **formation professionnelle** adaptée dans toutes les strates de l'entreprise, une mise en place d'un cadre cohérent (élaboration des grilles de programmes, choix des formats, **gestion des contenus...**), une mise à disposition de **moyens financiers** répondant aux besoins de la production et une **gestion des ressources humaines** (valorisation du travail et de la personne, construction de projets d'équipe...).

Mais produire plus et mieux, c'est aussi un défi supplémentaire pour des services publics pourtant déjà fort sollicités.

Pour poursuivre, au mieux, leur activité spécifique, ces radios et ces télévisions ont pour objectif de **renouveler les formats** qui ont fait leur succès par le passé et qui se déclinent en information, sport, divertissement, culture et éducation permanente... afin de toucher toujours plus de public, en respectant les **valeurs** qui sont celles du service public. Ceci en utilisant au mieux les nouveaux moyens de la communication audiovisuelle pour apporter des contenus conformes à leur mission.

En effet les besoins en contenus ont été multipliés par l'évolution technologique, en même temps que les supports de consommation de l'audiovisuel et la concurrence.

Produire plus (et mieux), c'est donc bien sûr aussi s'inscrire de façon radicale dans l'utilisation des

nouveaux outils numériques qui sont prometteurs. Par exemple, aujourd'hui, la coproduction basée sur des fichiers permettant une distribution instantanée par des réseaux bon marché, ne pourrait-elle pas accroître les échanges et la productivité dans l'univers audiovisuel de la francophonie ?

Quand il s'agit pour des radios et télévisions publiques de produire plus et mieux se pose à l'évidence la question de l'autorité susceptible de mettre en place les outils à la fois qualitatifs et quantitatifs permettant de juger de l'évolution de leur production propre et de leur diffusion.

Malheureusement, aujourd'hui, le baromètre est unique et peu significatif puisqu'il se nomme « audience »...

D'autres moyens d'évaluation, plus performants, peuvent-ils voir le jour dans un proche avenir ? Plus encore, quels moyens et quelles modalités pour la **gestion de la qualité** dans le service public ?

D'autre part, en termes de production, de nouvelles dynamiques se mettent en place entre le service public et la production indépendante.

Cette interaction provoque un appel d'air créatif non négligeable mais aussi des mutations au sein du service public dues à la délocalisation des moyens techniques et humains et à une gestion financière différente. Sans occulter le besoin de cette approche pour initier ou soutenir une **industrie de l'audiovisuel**.

Mais en parlant de coproduction, ne pourrait-on pas aussi envisager les avantages d'une collaboration renforcée entre services publics ? Collaboration qui permettrait une économie de moyens et la valorisation de la diversité des savoir-faire professionnels. Il faut donc pouvoir **échanger sur nos différentes expériences** et sur les cas concrets (restructurations, nouvelles approches de production, nouveaux formats à la Radio et à la Télévision, réalisations, projets...).

On le constate donc, en matière de production, l'emploi de nouvelles technologies et la fin du fonctionnement en autarcie du service public posent de nouvelles questions :

- Comment penser la production en fonction de l'avènement du **multimédia** ?
- Quel contrôle aura-t-on encore sur le financement, **la ligne éditoriale, la problématique des droits d'auteur, l'archivage...** ?
- Les moyens du **financement de la production du service public** ?
- Les économies générées par l'emploi de l'outil numérique peuvent-elles être réinvesties dans la production ?

- La situation actuelle et les perspectives d'avenir sont-elles les mêmes au **Sud qu'au Nord**, sachant que les publics n'ont pas tous accès de la même manière aux nouvelles technologies et que les demandes en terme de contenus sont différentes ?
- Quelle est l'influence des produits proposés par les **opérateurs de télécommunications** sur la façon dont nous envisageons nos contenus ?

Quelles que soient les réponses que l'on pourrait apporter à ces questions et les progrès du service public dans le domaine de la production, il ne faudrait pas oublier que « bien communiquer » c'est transmettre mais aussi et surtout partager la connaissance, c'est donner et recevoir.

Les vraies questions que peut se poser le service public, s'il se veut fort et concurrentiel, ne sont-elles donc pas : comment mieux maîtriser ce que nous communiquons et comment communiquer pour que le **public** reçoive l'information de manière adéquate ?

Il ne faudrait en aucun cas oublier que le public n'est pas une masse indistincte mais bien un groupe d'individus ayant chacun une sensibilité, un cadre de références culturelles, une capacité de compréhension personnelle et des centres d'intérêt différents.

Ce n'est qu'en tenant compte de ces paramètres que la communication entre le média et le public sera de qualité.

II TÉLÉVISION

La 2^{ème} Commission 2006 du Fonds Francophone de Production audiovisuelle du Sud s'est tenue à Paris du 4 au 6 juillet

Gérée conjointement par l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF) et le CIRTEF, cette commission a examiné 34 dossiers de Télévision dont 12 ont été retenus pour bénéficier d'une contribution financière.

II RADIO

Le désert sur les ondes de la RSR

Dans le cadre de l'année internationale des déserts et de la désertification, la Radio Suisse Romande a consacré quelques-unes de ses émissions, cet été, à ce sujet. Le désert a été traité sous plusieurs angles par la chaîne généraliste La 1ère et par la chaîne culturelle Espace 2. Espace 2 a invité les auditeurs à visiter quatre déserts - au Maroc, en Ethiopie, en Mongolie et au Soudan - en compagnie d'un invité spécialiste de la région. David Collin, journaliste à Espace 2, est responsable du projet ; nous le rencontrons à son retour de Mongolie.

Pourquoi des émissions sur le désert, d'où vient l'idée ?

David Collin : J'en ai eu l'idée suite à la parution du *Livre des déserts* chez Bouquins -Laffont. Cette anthologie a permis d'introduire la série d'émissions

Déserts, rêves habités sur Espace 2. Et 2006 est l'année internationale du désert et de la désertification instaurée par l'ONU.

Comment ont été conçus les reportages ?

D.C. : Il s'agit d'une approche un peu plus documentaire qu'un carnet de route : une traversée des désert avec un guide, le spécialiste de la région, la description du trajet et des témoignages sur place. Les interviews et les rencontres se font aussi bien en voiture, sur la route que dans la rue.

C'est une manière peu courante de réaliser une émission, comme si on avait une caméra et que l'on filmait. Il faut rendre l'ambiance du documentaire avec uniquement le son.

Quelles sont les sujets abordés ?

D.C. : En ce qui concerne la Mongolie et le désert de Gobi, on parle entre autre du nomadisme qui est beaucoup plus important que dans les autres déserts : sur deux millions et demi d'habitants, la moitié habite la capitale et l'autre moitié vit dans des yourtes, même aux portes d'Oulan Bator.

Et puis, il y a les enjeux liés au désert comme l'épuisement des ressources, l'écologie : la recherche de minerais a des conséquences environnementales importantes.

Pourquoi avoir choisi ces trois déserts en particulier ?

D.C. : Je voulais parler des plus grands : le Sahara, le Khalahari, le désert Afar et le désert de Gobi. Nous avons eu quelques soucis techniques dans certains pays, c'est pour cette raison que nous avons abordé le Sahara par le Maroc, car il y avait des problèmes avec l'Algérie. Cela n'a pas été facile non plus avec le Soudan. Nous avons choisi le Sahara pour introduire la série d'émission, car c'est le désert le plus grand. Et puis le désert de Gobi est le désert le plus froid (-45 °, mais aussi +45°), les chameaux ont le poil long en hiver.

Il y a un événement important, cette année en Mongolie.

D.C. : 2006 est l'année des 800 ans de la création de l'Empire mongol par Genghis Khan. On le voit partout, surtout dans la capitale Oulan Bator. Après avoir été ignoré par le communisme, il est devenu le héros de la nation. L'Empire, sous Genghis Khan, était énorme, il n'y a que le Japon qui a échappé à sa soif de conquête à cause d'une tempête, les bateaux n'ayant pu approcher les côtes japonaises.

Propos recueillis par Josette Farine
Radio Suisse Romande

II Nominations

CENTRE DE MAURICE : En application des accords signés avec le CIRTEF, la MBC a désigné Mr. Harold Essoo comme responsable du centre..