



XXII^e SÉFOR

Ouagadougou

2013

Rapport final du SÉFOR

Ouagadougou, BURKINA FASO

25.11 – 29.11.13

Organisé par le
Conseil International des Radios-Télévisions d'Expression Française aisbl (CIRTEF)
et l'**Organisation Internationale de la Francophonie (OIF)**

À l'invitation de
La Radiodiffusion-Télévision du Burkina Faso (RTNB)

en partenariat avec

TV5MONDE

et le soutien de

Wallonie-Bruxelles International (WBI)



SOMMAIRE

PROGRAMME GÉNÉRAL	05
<hr/>	
THÈME GÉNÉRAL : Face à La concurrence, miser sur la production locale	06
<i>ANNEXE : Étude de cas</i>	<i>09</i>
<hr/>	
TEXTES DE RÉFÉRENCE POUR LES ATELIERS	
<hr/>	
<i>Les enjeux stratégiques de la production</i>	<i>11</i>
<i>Comment améliorer la relation entre chaînes publiques et partenaires privés ?</i>	<i>11</i>
<i>Pourquoi mettre en place une étude régulière des audiences radio-télévision en Afrique sub-Saharienne ?</i>	<i>12</i>
<i>La création radiophonique et les déclinaisons sur le web</i>	<i>13</i>
<hr/>	
LES ATELIERS	15
<hr/>	
SYNTHÈSE DES TRAVAUX EN PLÉNIÈRE	17
<i>Projection de « La Parole est au Sud »</i>	<i>22</i>
<hr/>	
RAPPORTS DES TRAVAUX EN ATELIER ET RECOMMANDATIONS ISSUES DES ATELIERS ET ACTIVITÉS DU SÉFOR	
<hr/>	
<i>Atelier Stratégies</i>	<i>26</i>
<i>Atelier Télévision</i>	<i>27</i>
<i>Atelier Radio</i>	<i>31</i>
<i>Radio SÉFOR</i>	<i>32</i>
<i>Bourse aux Coproductions Radio</i>	<i>34</i>
<i>Bourse aux Coproductions TV</i>	<i>35</i>
<i>Communication de Ousmane Laouali (ORTN) «Système AIMÉ : le bilan »</i>	<i>36</i>
<i>Communication de Pierre Barrot (OIF) «Capital numérique : un projet de renaissance du patrimoine audiovisuel africain»</i>	<i>42</i>
<i>Formations Radio et Télévision au profit de la RTB</i>	
➤ <i>Rapport sur la formation JRI</i>	<i>44</i>
➤ <i>Rapport sur la formation Radio : prise de son et montage numérique</i>	<i>45</i>
➤ <i>Rapport sur la formation Montage vidéo</i>	<i>50</i>
➤ <i>Rapport sur la formation Web</i>	<i>53</i>
<i>Groupe des producteurs radio</i>	<i>54</i>
<i>Réunion RFP-CIRTEF</i>	<i>55</i>
<i>Espace Virtuel</i>	<i>56</i>

DISCOURS, CONFÉRENCES ET EXPOSÉS

Cérémonie officielle d'ouverture

<i>M. Adama Barro, Secrétaire général du Ministère de la Communication</i>	57
<i>M. François Guilbeau, Directeur du Réseau France 3 et Président du CIRTEF</i>	57
<i>Mme Youma Fall, Directrice de la Diversité et du Développement culturels (Organisation Internationale de la Francophonie)</i>	59
<i>M. Alain Edouard Traoré, Ministre de la Communication et porte-parole du gouvernement représentant SEM Luc Adolphe Tiao, Premier ministre</i>	62

Conférences introductives.

<i>Dr Mahamoudou Ouédraogo, Conseiller à la Présidence du Faso</i>	63
<i>M. Jean-François Rioux, Directeur Radio-Canada Québec</i>	71

Conférence en Ateliers

<i>M. Michaël Néron, Directeur technique Radio-Canada « La production à travers les générations »</i>	76
<i>M. Jean-François Rioux « Le pouvoir de l'utilisateur de s'informer à sa convenance »</i>	77
<i>M. Henri False, Chargé de mission auprès du Président de Médiamétrie « La mesure d'audience de référence des médias audiovisuels »</i>	79
<i>M. Kouka H. Ouédraogo, réalisateur TV « Productions et Coproductions »</i>	88
<i>M. Frédéric-Louis Boulay, Directeur des programmes et de la programmation (TV5MONDE) « Productions et Coproductions »</i>	90
<i>M. Redo Porgo, Réalisateur (RTB) « Séries et documentaires : étude de cas de la RTB »</i>	93
<i>Mme Bénédicte Massiet, Directrice de la production (France Télévisions) « Organisation, cadre réglementaire et budgétaire de la production à France Télévisions »</i>	96
<i>« Relations avec les producteurs »</i>	98

Cérémonie officielle de clôture

<i>M. Alain Edouard Traoré, Ministre de la Communication et porte-parole du gouvernement représentant SEM Luc Adolphe Tiao, Premier ministre</i>	99
--	----

PARTICIPANTS

REMERCIEMENTS

PROGRAMME GÉNÉRAL

jeudi 21 -> vendredi 29/11	lundi 25/11	mardi 26/11	mercredi 27/11	jeudi 28/11	vendredi 29/11
9h00->18h00 Formations Radio TV Web JRI	9H00->10h00 CÉRÉMONIE OUVERTURE	9h00->11h00 ATELIERS STRATÉGIES TV RADIO	9h00->11h00 ATELIERS STRATÉGIES TV RADIO	9h00->11h00 COMMISSIONS TV ET RADIO	9h00->11h00 CONFÉRENCE GÉNÉRALE
	10h00->10h30 Pause	11h00->11h30 Pause	11h00->11h30 Pause	11h00->11h30 Pause	11h00->11h30 Pause
	10h30->12h30 CONFÉRENCES INTRODUCTIVES 12h30->13h00 LA PAROLE EST AU SUD	11h30->13h00 ATELIERS STRATÉGIES TV RADIO	11h30->13h00 1) ATELIER COMMUN STRATÉGIES-TV	11h30->13h00 1) COMMISSION FORMATION	11h30->13h00 CONFÉRENCE GÉNÉRALE
	13h00->14h30 Déjeuner	13h00->14h30 Déjeuner	13h00->14h30 Déjeuner	13h00->14h30 Déjeuner	13h00->14h30 Déjeuner
	14h30-16h30 ATELIERS STRATÉGIES TV RADIO	14h30->16h30 BOURSES AUX COPRODUCTIONS	14h30->16h00 ATELIERS STRATÉGIES TV RADIO	14h30->16h00 1) COMMISSION FINANCES	2) SESSION OUTILS ET SOLUTIONS
	16h30->17h00 Pause	16h30->17h00 Pause	16h00->16h30 Pause	16h00->16h30 Pause	16h30->18h30 1) BUREAU DE DIRECTION
	17h00->18h30 ATELIERS STRATÉGIES TV RADIO	17h00-18h30 CONSEIL DE COOPÉRATION TV5MONDE AFRIQUE	16h30->17h30 PLÉNIÈRE : LECTURE DES RECOMMANDATIONS	2) RENCONTRE GROUPE RADIO	
			17h30->18h00 CÉRÉMONIE DE CLÔTURE		

Toute la journée	Toute la journée	Toute la journée	Toute la journée	Toute la journée
Accueil- Secrétariat Radio SEFOR Espace Virtuel	Accueil- Secrétariat Radio SEFOR <i>Espace Virtuel</i>	Accueil- Secrétariat Radio SEFOR Espace Virtuel	Accueil- Secrétariat Radio SEFOR Espace Virtuel	Accueil-Secrétariat Espace Virtuel

	SEFOR
	Membres
	Participants concernés

THÈME GÉNÉRAL : Face à la concurrence, miser sur la production locale

Radios et télévisions de service public doivent faire face au même défi : face à la concurrence, il leur faut affirmer leur différence. Elles ont besoin de se démarquer de leurs concurrents privés en misant sur des programmes plus élaborés qui répondent à leur cahier des charges et à leur mission de service public. Service public que l'on peut qualifier, entre autres, d'offre de programmes et de contenus audiovisuels de qualité et diversifiés, contribuant au renforcement de la diversité culturelle, à la fois généralistes et spécifiques comprenant notamment des programmes d'information, de développement culturel, d'éducation et de connaissances, de divertissement, de sports, des programmes destinés à la jeunesse. Ceci sans oublier les partenariats autour des œuvres d'auteurs, producteurs, distributeurs, compositeurs et artistes-interprètes.

Plus spécifiquement pour la Radio, il faut assurer le financement de la diversification de ces programmes adaptés aux nouveaux supports. Tout investissement ou financement de la production devra tenir compte du transfert rapide des technologies au Sud vers les radios numériques, la baladodiffusion, etc. Pour l'Afrique par exemple, le temps est à la FM et à la diffusion Web, voir à l'accès à la Radio via son téléphone portable en analogique FM. Avec un développement fulgurant de ces modes en plus de l'arrivée récente d'accès par kiosque audio ou plateforme web avec le téléphone portable. Même si l'énorme quantité de téléphones portables qui circule en Afrique n'est pas homogène en matière de possibilités numériques ou de connectivité internet. Loin s'en faut. Quelques rares récepteurs radios numériques circulent pour la réception directe par satellite.

Faut-il aussi parler de la production de contenus spécifiques en complément du transport en sous porteuse de beaucoup d'autres informations multimédia destinées à la lecture sur les écrans des récepteurs numériques.

Et surtout, réinstaller la Radio, média qui reste dominant au Sud, dans les financements de la communication et de ses contenus. Sans oublier le cas des entités locales, associatives ou communautaires qui, à travers plusieurs études canadiennes, européennes et africaines ont vu mettre en évidence leur apport social, culturel, voire économique surtout dans le monde rural (rôle dans la résolution des conflits locaux, la promotion de la culture locale, des savoirs locaux, de l'éducation et de l'alphabétisation, l'appui au développement de la capacité d'absorption des projets liés à la santé, à la jeunesse, à la prise en charge de leurs destinées par les populations). Donc autant de matière pour la production de contenus locaux avec une ouverture sur le monde.

Quant aux télévisions, beaucoup de plateformes se développent, mais c'est surtout avec la généralisation prochaine de la diffusion numérique terrestre, qu'elles devront faire face à une concurrence de plus en plus forte et diversifiée. Dans ce nouveau paysage audiovisuel, les chaînes publiques ne pourront résister ou progresser que si elles rétablissent ou renforcent leur image et surtout leur identité de « chaînes nationales ». Cette consolidation devra passer logiquement par une augmentation de la part des productions locales dans les grilles de programmes, le terme « local » étant entendu au sens large (programmes nationaux ou de pays voisins, culturellement proches, par opposition aux programmes importés venus d'autres zones linguistiques ou d'autres continents). Les téléspectateurs ne resteront fidèles à leur chaîne nationale que si elle leur ressemble.

Une autre des réponses à ce futur besoin volumineux de contenus avec les réseaux numériques terrestres ou non (comme la TNT pour l'horizon 2015 pour l'Afrique) sera aussi d'exploiter la patrimoine audiovisuel existant, par exemple par sa numérisation qui va l'adapter à ces nouveaux réseaux et donner une nouvelle vie à ces œuvres, la production sur archives ou la

réutilisation de programmes de qualité via, entre autres, le sous-titrage en français pour bénéficier de la production en langues locales. Mais tout cela suppose de produire et/ou d'avoir produit.

DONC DÉJÀ UN DÉFI DE LA PRODUCTION.

Ce thème a déjà été abordé sous divers angles, il s'agit cette fois d'avoir une approche structurante qui fasse déboucher sur un renforcement de capacités, de politiques de production et de coproduction et de réalisations concrètes.

Il serait hasardeux d'oser un modèle unique de renforcement de la production, car les situations sont diverses, sans oublier de rappeler que les organismes produisent chaque jour dans des conditions difficiles selon des schémas qui leur sont propres en fonction de leurs moyens.

Cela peut constituer un plus de savoir produire malgré des situations matérielles et financières peu favorables.

L'environnement juridique et économique aussi a une grande importance pour le développement de la production.

Enfin, n'oublions pas qu'à la base, il y a les hommes pour la création et pour la fabrication.

Ainsi pour orienter les partenariats multilatéraux et les programmes de coopération il faut aussi identifier et exprimer les besoins en termes de formation et de renforcement de capacité.

Et que chacun apporte les bonnes réponses aux questions qui se posent.

Déjà **que produire et/ou pourquoi** ? Sans oublier : produisons nous et pourquoi ?

Ensuite **Comment et avec** quels moyens produire ?

Et en préalable, **existe-t-il un budget de production** ou une ligne de financement de la production dans le budget général? Pour un organisme donné, le budget général devrait indiquer le coût des grilles, dont la part de production (si le budget de production existe et est bien identifié) !

Alors dans ce cas, quelles **productions sont financées par ce budget** ?

Quelle **ligne éditoriale** en est déduite ? Ou inversement ?

Quelles **sources de financement** pour cette ligne éditoriale ?

Répondre positivement à plus d'une de ces questions suppose d'avoir une politique de production avec une ligne éditoriale et un budget de production.

Et si elle n'existe pas, pour établir une telle politique, l'on peut opter pour l'expression de la diversité culturelle et pour l'effet miroir. En fait, l'on devra probablement allier harmonieusement les deux.

Les réponses ne sont pas les mêmes pour la Radio et pour la Télévision. Mais la nécessité de productions locales est la même car, le besoin énorme en contenus des systèmes de l'Information, l'accessibilité quasi mondiale à certains de ces moyens de communication, les techniques de multidiffusion et surtout la multiplication des canaux créent des besoins, donc des appels à production. Privilégiant la production de programmes de stocks.

La Francophonie (OIF) s'est beaucoup investie pour l'avènement de la convention pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles qui donne des droits, mais il s'agit aujourd'hui d'amener les pays francophones du Sud à réaffirmer leur politique culturelle et de développement des industries culturelles ; donc de la production audiovisuelle, en particulier.

Ainsi, l'équilibre entre l'acceptation de la mondialisation et la recherche légitime d'identité est un des plus grands défis culturels de notre époque. Chacun voulant que le reflet de son identité soit porteur de sens et puisse **tous** nous atteindre.

Ainsi le défi est surtout de mettre à l'antenne davantage de programmes locaux, ce qui est à la fois plus facile et plus difficile que par le passé. En effet, même si leur capacité à produire en interne reste stable, les télévisions membres du CIRTEF peuvent de plus en plus se procurer aussi certains des programmes dont elles ont besoin auprès du secteur de la production indépendante, qui

ne cesse de se développer. Les coproductions avec des partenaires de ce secteur ou les achats de programmes auprès de ces mêmes partenaires deviennent plus faciles.

Mais, dans le même temps, la tentation de recourir à des productions importées est encore plus forte car on assiste à une mondialisation de l'offre de programmes de stock (fictions ⁽¹⁾, documentaires, animation).

Le défi de l'augmentation de la part des contenus locaux soulève de nombreuses questions :

CONCERNANT LES OBJECTIFS

- Comment mesurer l'audience de ces programmes ? (ils ont potentiellement plus d'impact que les programmes importés, encore faut-il pouvoir le démontrer aux annonceurs) ; Est-il souhaitable de mettre en place et de financer (par un fonds commun ou un fonds d'aide, national ou régional) les outils d'étude des publics et de la réception, de mesure des audiences, d'identification des besoins et des attentes ?
- Comment orienter la production locale dans le sens souhaité par les télévisions (par des coproductions, par la mise en place de véritables politiques d'achats ? Par des suggestions aux distributeurs ?)
- Comment accompagner une amélioration de la qualité (par une coopération régionale entre télévisions publiques ? Par des coproductions Sud-Sud et Nord-Sud ?)

CONCERNANT LES METHODES D'INTERVENTION

- Quels modèles financiers et quelles alliances pour quels bénéfices ?
- Quel rôle pour les partenaires multilatéraux ? Notamment, quel bilan pouvons-nous en faire et quelle orientation donner aux fonds et programmes internationaux de soutien à la production locale ?
- Comment avoir des critères objectifs pour renforcer le financement de la production locale :
 - en justifiant des financements publics
 - en présentant des projets bancables
 - ou en faisant appel à du financement privé ?
- Comment organiser les règles de l'économie des médias pour réguler le fonctionnement de l'existant mais aussi pour permettre l'arrivée harmonieuse de nouveaux projets ?

Le recours accru aux productions locales est en cours. On observe en effet une évolution dans ce sens dans plusieurs pays. Il y a donc déjà des expériences à échanger et des leçons à tirer. Ceci en répondant aux questions, mais aussi en étudiant des cas pratiques, quand les données sont disponibles, pour la Radio et pour la Télévision. Sans oublier que « *L'universel, c'est le local moins les murs*⁽²⁾ »

⁽¹⁾ Sur le marché des séries, feuilletons et téléromans, longtemps réservé au trio Brésil-Mexique-Etats-Unis, de nouveaux acteurs latino-américains sont apparus ces dernières années (Venezuela, Colombie, Chili), tandis que l'Asie (Inde, Philippines, en attendant la Chine) et l'Afrique anglophone (Afrique du sud, Nigeria, Kenya) faisaient une entrée en force).

⁽²⁾ Radio Canada vise cette citation de Miguel Torga en parlant de *local/régional*.

ANNEXE

ÉTUDE DE CAS

1 L'africanisation des grilles de programmes TV en Afrique sub-saharienne.

A) Sur les documentaires, on peut faire cas des informations fournies en juin 2013 par deux chaînes nationales africaines (ORTB Bénin, RTB Burkina Faso) et de l'examen de la grille hebdomadaire d'une (RTI-1 Côte d'Ivoire).

Par semaine L'ORTB diffuse environ 28 documentaires dont : 19 provenant de CFI, du CIRTEF ou de l'URTI, 7 de la production locale et 2 de la coopération hors francophonie.

Dans les tranches des Relations Publiques, se diffuse également une dizaine de productions nationales réalisées par des agences partenaires de l'ORTB. Ces productions n'ont pas une périodicité fixe. Pour ce qui est du financement, l'ORTB engage un montant compris entre 650 000 et 1 200 000 FCFA par production.

Pour la RTB, on note ce qui suit :

- 1- Nombre de Film Documentaires tout genre diffusés et rediffusés : 42 par semaine
- 2- Pourcentage de Films documentaires diffusés en heure de grande écoute (21h00) : 2 par semaine
- 3- Les Documentaires viennent peu des échanges mais ont surtout pour origine :
 - Les Productions Nationales
 - Canal France International (CFI) documentaires d'Afrique francophone et du Reste du monde
 - CIRTEF, documentaires francophones et coproductions
- 4- Pourcentage dans la grille : 100 %
 - Les programmes de la production nationale : 70 % de la grille.
 - Les programmes africains : 12% de la grille.
 - Les autres : 18 % de la grille.
- 5- Le montant annuel du Budget de production : de l'ordre de 60 millions FCFA.

Pour la RTI-1, 16 documentaires sont diffusés dans la semaine examinée, dont deux ivoiriens.

B) Pour les séries de fiction, l'analyse des grilles de trois chaînes nationales africaines (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire) sur une semaine ⁽²⁾ indique une présence des programmes de stock africains beaucoup plus importante que ce que l'on pouvait observer il y a quelques années ⁽³⁾. En juin 2013, il y a dans la grille de programmes de l'ORTB quatre séries africaines : Les séries « *Les brouteurs* » et « *La Saga des héritiers* » sont diffusées aux heures de grande écoute entre 19h et 22h30, « *Trois femmes, un village* » et « *L'histoire d'une vie* » entre 16h et 19h.

⁽²⁾ Semaine du 27 mai 2013. La grille du Burkina Faso n'était disponible que sur cinq jours et les cases ne donnant qu'une indication générique sans précision de titre (« série africaine » ou « série international ») n'ont pas été prises en compte.

⁽³⁾ Jusqu'en 2010, aucune série africaine ne figurait dans le catalogue de vente du principal fournisseur de programmes des télévisions d'Afrique francophone. Aujourd'hui, on en compte une dizaine, dont la moitié d'Afrique francophone.

Dans la semaine analysée, la RTB diffuse 17 épisodes de séries, dont 5 d'Afrique francophone (parmi lesquels 4 du Burkina Faso), soit 29% du total. Les 2 épisodes diffusés aux heures de grande écoute sont burkinabè, donc 100% de séries locales dans cette tranche. Un autre intérêt au niveau du Burkina Faso est le nombre de fournisseurs nationaux de séries de fiction qui atteint le chiffre de 10.

En Côte d'Ivoire, RTI-1 diffuse 82 épisodes de séries dans la semaine, 37 viennent d'Afrique, dont 13 d'Afrique anglophone et 24 d'Afrique francophone (29%). Sur 16 épisodes de séries diffusés entre 19h et 22h30, on en a trois de séries locales (18%).

L'origine des séries est très variable d'un pays à l'autre ; la part des productions d'Afrique francophone varie entre 15 et 29%. Elle est de 27% globalement. Mais aux heures de grande écoute, la proportion va de 0% au Bénin à 100% au Burkina, en passant par les 18% de la Côte d'Ivoire. La proportion sur l'ensemble des séries diffusées sur les trois pays est de 23,8%.

Au total, on compte 46 épisodes africains sur les 119 diffusés dans les trois pays (38,5%) parmi lesquels, 32 épisodes d'Afrique francophone (26,9%), dont 28 épisodes locaux (23,5%). Cinq épisodes locaux sont diffusés aux heures de grande écoute (soit 23,8% des épisodes diffusés sur ces tranches horaires).

Enfin, on constate une grande diversité d'origine des programmes : 10 pays fournisseurs, hors Afrique francophone.

2 Statistiques de connectivité des Radios : exemple de l'Afrique de l'Ouest

Pour impulser la déclinaison de la production des Radios vers les supports numériques, il est indispensable d'en maîtriser l'état des lieux. Voici quelques éléments pour donner du sens à la discussion sur la nécessité de production de contenus locaux adaptés aux supports numériques.

Les éléments les plus complets sur les radios et les technologies numériques de communication avec l'état des lieux de la connectivité des radios ouest-africaines aux TIC (internet, satellite, ordinateur, outils de stockage numérique, etc.) datent de 2008 avec une étude de l'IPAO (PANOS) sur 7 pays et 220 radios.

Les pays francophones concernés ont été : Bénin, Sénégal, Mali, Burkina Faso, Niger.

Les résultats révèlent que, de manière globale, les radios des sept pays ont un taux d'accès moyen à l'internet (51,8 %), avec une grande disparité selon les pays et les types de radios. En effet, d'une part, alors que le taux de connectivité est de 72,2% pour les radios privées commerciales, il se limite à 31,5% pour les radios communautaires ou associatives. D'autre part, au niveau des pays, les radios ghanéennes présentent 93,5% de taux de connectivité, les radios sénégalaises 89,7%, alors que seulement 20% des radios de la Sierra Leone sont connectées. Au Ghana et au Sénégal, pratiquement toutes les radios commerciales sont connectées. En outre, 72,7% des radios communautaires sénégalaises disposent de l'Internet, alors que seulement 8,3% des radios communautaires nigériennes sont dans ce cas. Les taux de connectivité, toutes radios confondues, au Burkina, Faso, au Bénin et au Mali, sont respectivement 61,5%, 55% et 34%.

C'est grâce à la technologie ADSL que la majorité des stations de la sous-région se connecte, en particulier au Sénégal, où plus de 92 % des stations accèdent au réseau mondial grâce à cette solution. La forte pénétration de la téléphonie mobile sur le continent permet aux stations d'en faire un outil incontournable de reportage et d'échanges avec les auditeurs ; cet usage remporte aujourd'hui l'adhésion de tous les auditeurs de radio.

Même s'il a été identifié environ 70 sites web de radios, celles-ci sont encore très faiblement et de manière très précaire présentes sur l'internet. Dans la plupart des pays, la diffusion en live sur internet est très instable (streaming régulièrement inaccessible) ou inexistante, bien que souvent annoncée. En outre, un grand nombre de ces sites web ont très peu - ou pas du tout - de contenus.

TEXTES DE RÉFÉRENCE POUR LES ATELIERS

1 Les enjeux stratégiques de la production

Si de nombreux défis attendent les chaînes de radios et de télévisions nationales africaines, notamment d'ici 2015, il en est trois qui sont plus particulièrement impérieux :

- Technique et organisationnel, pour réussir la migration technologique ;
- Économique, bénéficiant de la valorisation du dividende numérique par leur gouvernement et augmenter les ressources propres, notamment par la commercialisation des espaces publicitaires ;
- Créatif, pour préserver et accroître leurs parts de marché dans un environnement plus concurrentiel.

Ces enjeux ne peuvent s'envisager sans une réflexion approfondie sur l'offre de programmes dont l'un des leviers majeurs, en dehors de l'information, est la production, et notamment d'œuvres patrimoniales (stock).

En radio comme en télévision, si la production de flux (divertissements, variétés) est facilement intégrable dans le processus de production des chaînes nationales, la production de stock, et plus particulièrement les fictions, est complexe à mettre en œuvre, qu'il s'agisse d'unitaires, de mini-séries, de séries. Tout comme pour les documentaires.

Même si les conditions de production ne sont pas identiques en radio ou en télévision, le rythme de développement et de fabrication de ce genre de programmes, de même que les compétences professionnelles des talents requis, sont spécifiques et peuvent parfois exiger plus que la bonne gestion d'équipes permanentes et des structures des chaînes de radio et de télévision.

Les télévisions disposent de quatre méthodes pour se fournir en contenus de ce type : les achats, les préachats, les coproductions, les productions internes. Chacune présente des particularités éditoriales, économiques, ou juridiques.

Les radios, plus souples et moins coûteuses dans ce processus de création, se tourneront naturellement vers les productions internes et les coproductions avec d'autres radios publiques, associations ou institutions.

Le positionnement préférentiel des Directions générales sur ces méthodes est une décision hautement stratégique qui impactera non seulement l'organisation de la chaîne, son budget et sa ligne éditoriale, mais aussi l'économie du secteur culturel et industriel au plan national voir pan africain.

2 Comment améliorer la relation entre chaînes publiques et partenaires privés ?

Pour fonctionner, les radios et surtout les télévisions, ont besoin de faire appel à des entreprises du secteur privé : annonceurs, fournisseurs de programmes, prestataires ou partenaires de production. La relation entre un diffuseur et un fournisseur de programmes, qu'il soit distributeur ou producteur, n'est pas toujours facile. Mais si, en plus, le diffuseur est une chaîne publique, la

difficulté peut s'accroître du fait de la différence de culture entre secteur public et secteur privé. Les modes de fonctionnement et les objectifs peuvent paraître antagoniques ou inconciliables.

Or, diffuseurs publics et producteurs ou distributeurs privés ont besoin les uns des autres. Le public doit pouvoir trouver dans le privé la souplesse de gestion et la réactivité qui lui manquent. Le privé doit pouvoir trouver auprès des chaînes publiques une stabilité et un fonctionnement structuré lui permettant d'investir dans la durée et en toute confiance. Pour qu'une relation mutuellement bénéfique s'instaure, il faut, de part et d'autre, dépasser les stéréotypes :

- Dans le secteur privé, il n'y a pas que des affairistes cupides, il y a aussi des entrepreneurs audacieux et créatifs.
- Dans le public, il n'y a pas que des bureaucrates serviles, il y a aussi des agents Intègres et visionnaires qui croient à leur mission de service public.

La relation public-privé est parfois gérée via des relations individuelles et des contrats de gré à gré mais elle est plus saine si elle s'établit sur la base d'un cadre de travail transparent : normes affichées, politiques d'achats formulées explicitement ou implicitement (à travers des grilles de programmes aisément consultables), cahiers des charges ou lignes directrices dans le cas d'appels d'offres ou d'appels à projets.

En matière de programmes, quatre modes de relation sont possibles :

- L'achat ;
- Le préachat ;
- Le contrat de production exécutive, par lequel une télévision passe commande à un producteur privé, tout en gardant l'intégralité des droits sur le programme ;
- La coproduction (partage des investissements financiers, matériels ou humains et partage des droits).

Le SÉFOR de Ouagadougou permettra de débattre et d'échanger les expériences sur ces questions. L'échange avec des interlocuteurs du secteur privé sera d'autant plus facile que le Burkina possède un secteur de production audiovisuelle privée qui est l'un des plus dynamiques en Afrique francophone.

3 Pourquoi mettre en place une étude régulière des audiences radio-télévision en Afrique sub-Saharienne ?

L'Afrique sub-Saharienne connaît un retard important en matière d'évaluation des audiences des médias audiovisuels. Partout dans le monde, des études rigoureuses relèvent en permanence, seconde après seconde, le nombre d'auditeurs et de téléspectateurs des stations de radio et des chaînes de télévision ainsi que leur profil sociodémographique.

À l'heure où la concurrence est (quasiment) partout la norme et où les parts du marché publicitaire sont de plus en plus disputées entre diffuseurs, la mise en place d'un tel outil en Afrique sub-Saharienne est une démarche capitale car elle seule permettra aux diffuseurs publics de contrer les chaînes privées en développant une véritable industrie de la communication commerciale.

Les revenus publicitaires des chaînes de télévision sont en effet conditionnés par une mesure fiable et indépendante de l'audience et par l'établissement d'une référence tarifaire neutre des espaces publicitaires, unanimement acceptée par l'ensemble des parties, médias, agences et annonceurs.

L'évaluation précise et objective des audiences conditionne la possibilité pour les responsables des médias audiovisuels de mieux répondre aux attentes des populations en termes

d'offres de programmes.

En l'absence de ces données, rien ne leur permet de juger avec exactitude du succès ou non de leurs émissions. Comment et où investir dans la production interne, dans les coproductions ou les achats sans savoir si ces programmes ont du potentiel en termes d'audience et de recettes publicitaires ? Quelle grille de programmes proposer si l'on ne connaît pas les attentes de ses téléspectateurs ?

Une mesure permanente de l'audience de la télévision et de la radio permet enfin aux gouvernements de disposer d'éléments neutres et objectifs leur donnant la possibilité d'évaluer l'impact des moyens financiers qu'ils investissent dans la mise en œuvre et le développement de leurs médias audiovisuels, ou encore, de pouvoir mesurer les effets du processus de numérisation des médias audiovisuels actuellement en cours et ses conséquences sur la fragmentation de l'offre et la multiplication des chaînes qui ne manquera pas d'accroître la concurrence entre les opérateurs tant locaux qu'internationaux.

Cette mesure leur offre également la possibilité de mesurer l'efficacité et le ciblage des supports de communication qu'ils utilisent dans le cadre de la communication d'intérêt public.

Dans ces conditions, la connaissance de l'évolution de l'audience des chaînes de télévision doit devenir un enjeu crucial pour les pouvoirs publics et les chaînes nationales.

4 La création radiophonique et les déclinaisons sur le web

Il y a plus de cent ans que la radio est présente dans notre quotidien. Malgré tout, on annonce sa mort depuis près de 60 ans. L'arrivée de la télévision et l'avènement d'internet ont remis son existence et sa pertinence à rude épreuve. Les plateformes se multiplient à un rythme fou et les possibilités à la même vitesse. Le citoyen a maintenant à sa disposition plusieurs options. Il cherche celle qui répond le mieux à ses attentes et ses besoins. Tout est maintenant une question d'attention, d'émotion et d'expérience.

C'est probablement pour cette raison que la radio survie et se porte plutôt bien. Elle a tout ce qu'il faut pour s'adapter aux nouvelles tendances, que ce soit le phénomène de « Social, Local, Mobile » (SoLoMo), ou le fameux « hereness et nowness », le ici et maintenant. En fait, ces mouvements lui donnent l'occasion de pratiquement revenir à ses origines.

Le débat ne date pas d'aujourd'hui. La télévision vient alors de célébrer son troisième anniversaire. Lors d'une conversation avec son neveu de six ans, un oncle lui demande;

- Est-ce que tu préfères la télévision ou la radio
- Je préfère la radio, répond le garçon
- Pourquoi ? demande l'oncle
- Parce que les images sont plus claires.

La radio a quelque chose de magique parce qu'elle laisse notre imagination faire une grande partie du travail.

Le défi pour les gens de radio est de comprendre et de s'adapter à l'environnement médiatique actuel, aux tendances de consommation médiatique et de profiter des nombreuses possibilités qui s'offrent. D'ailleurs, nous avons souvent l'impression que ce nouveau monde des médias s'adresse à des gens avec un déficit d'attention. Tous les contenus doivent être courts et rythmés. On passe vite à autre chose.

La majorité du monde de la radio s'adapte plutôt bien à ces nouveaux concepts. D'ailleurs, ça n'empêche en rien de produire des contenus de très grande qualité qui peuvent ensuite être adaptés pour répondre aux réalités des plateformes sur lesquelles ils se retrouveront.

Ainsi, on peut réduire à sa plus simple expression les moments forts d'une longue entrevue, les promouvoir sur Twitter, les « pousser » sur le mobile pour accrocher les gens et les inviter à écouter la version originale à la radio ou sur le web.

La radio demeure la meilleure plateforme pour ralentir cette société où tout semble parfois aller trop vite. À la radio, on peut prendre le temps de raconter des histoires, des histoires passionnantes et cohérentes avec notre vie de tous les jours. La radio nous réveille. Elle est dans nos cuisines et surtout dans nos voitures. La radio demeure un médium intime et d'émotion. Elle a cette merveilleuse capacité de nous accompagner.

Dans un environnement où l'offre médiatique est toujours plus grande et diversifiée, la radio parlée possède déjà une niche extraordinaire, celle de la proximité. La radio parlée revient ainsi un peu à ses origines. Elle redevient un média de proximité tant dans un contexte d'urbanité que dans un contexte régional.

Ceci dit, nous vivons dans un monde médiatique fort différent, les artisans doivent maintenant comprendre les nouvelles plateformes et les outils pour les alimenter. La flexibilité et la polyvalence deviennent des éléments importants du succès. animateurs et journalistes doivent être présents sur Facebook et Twitter. Ils doivent être là où les citoyens sont. Ils doivent constamment répéter aux citoyens qu'ils existent et qu'ils ont de belles choses à raconter. En fait, il faut penser à un monde où le citoyen désire plus d'histoires passionnantes, sans oublier une diversité de déclinaisons pour offrir aux citoyens des contenus dans le format de son choix et au moment de son choix.

Les relations avec d'autres médias locaux sont aussi très importantes. Il faut des amis. Un partenariat ou une relation de proximité avec un quotidien peut devenir un atout judicieux. C'est une autre façon de faire rayonner la marque et les contenus. Tous les moyens sont bons pour être disponibles, tout en respectant les valeurs qui nous ont permis de construire notre notoriété.

L'avenir de la radio passe par la radio publique. Ce qui nous rend distinct des autres radios parlées est sans aucun doute, l'intégrité de nos contenus. Dans un monde médiatique aussi complexe et axé sur la rapidité, les citoyens recherchent des repères, des guides. La qualité, l'équité et la diversité des contenus ne doivent jamais être négociables.

C'est pour cette raison que la course aux résultats d'écoute à ses limites. Nous devons être rassembleurs, mais sans être racoleurs. Nous pouvons être populaires, sans être populistes et intelligents sans être intellectuels. Nous devons nous comporter avec humilité, comme des citoyens normaux.

La relation qui existe entre nos auditoires et nous est essentiellement construite sur la confiance, sur des valeurs communes.

Le défi de la radio demeure le même, nous présenter une image plus claire... de notre société.

LES ATELIERS

1 Stratégies

PARTICIPANTS : PDG, DIRECTEURS GÉNÉRAUX

SUJETS D'ÉCHANGES ET DE DÉBATS :

LUNDI 25.11

Présentations :

- Mme B. Massiet (FTV) : Organisation, cadre règlementaire et budgétaire de la production à France Télévisions.
- M. F-L Boulay (TV5M) : Production et Coproduction.
- M. M. Néron (RC) : La production à travers les générations.
- M. H. Michel (FTV) : Diversification des sources de financement pour un diffuseur.

MARDI 26.11

Présentations :

- M. P. Barrot (OIF) : Partenariat Public-Privé
- Mme B. Massiet (FTV) : Relations avec les producteurs.
- M. J-F. Rioux : Radio de création et web

MERCREDI 27.11

Étude de cas : l'audience

Panélistes :

- Mme S. Devi (MBC)
 - M. M. Faye (Fondation Hironnelle)
 - M. H. False (Médiamétrie)
- Restitution d'une réalisation de séries de fictions TV

Panélistes :

- M. J.R. PatouDEM (Patoufilm in action)
- M. P. Barrot (OIF)
- M. B. Zakowsky (Ambassade de France)

Élaboration des recommandations

2 Télévision

PARTICIPANTS : DIRECTEURS DE TÉLÉVISION, DIRECTEURS DES PROGRAMMES, PRODUCTEURS

SUJETS D'ÉCHANGES ET DE DÉBATS :

LUNDI 25.11

Étude de cas : l'audience

Panélistes :

- M. P. Jalladeau (CFI)
- Mme S. Devi (MBC)
- M. H. False (Médiamétrie)

MARDI 26.11

Productions et Coproductions

Panélistes :

- M. Kouka H. Ouédraogo (RTB)
- M. F-L. Boulay (TV5M)

Intervention :

- M. H. Michel (FTV) : Diversification des sources de financement pour un diffuseur.
Partenariat Public-Privé

Panélistes :

- M. J-M. Badot (RTB)
- M. P. Barrot (OIF)

Intervention :

Mme B. Massiet (FTV) : Organisation, cadre règlementaire et budgétaire de la production à France Télévisions.

Bourse aux coproductions

Panélistes 1 : M. R. Tiendrebeogo (RTB), M. L.C. Mohamed (RTI), M. Abass Traoré (ORTM Mali), M. Oumar Ndiaye (RTS Sénégal), M. Souleymane Mahaman (ORTN)

Panélistes 2 : M. C. Malherbe (INA), M. P. Barrot (OIF), M. O. Laouali (ORTN)

MERCREDI 27.11Étude de cas : les séries et les documentaires locaux*Panélistes :*

- M. R. Porgo (RTB)
- M. M.L. Cissé (RTI)
- M. P. Barrot (OIF)

Restitution d'une réalisation de séries de fictions TV*Panélistes :*

- M. J.R. Patoudem (Patoufilm in action)
- M. P. Barrot (OIF)
- M. B. Zakowsky (Ambassade de France)

Élaboration des recommandations

3 Radio

PARTICIPANTS : DIRECTEURS DE RADIO, DIRECTEURS DES PROGRAMMES, PRODUCTEURS

SUJETS D'ÉCHANGES ET DE DÉBATS :

LUNDI 25.11Radio de création et web*Panéliste :*

- M. J-F Rioux (RC)

MARDI 26.11Quels partenariats?*Panélistes :*

- M. M. Faye (Fondation Hironnelle)
- M. C. Ngangha (Africa n°1)

En présence de M. Daouda Mariko, Président de l'URTEL.

Productions et coproductions*Panélistes :*

- M. C. Ngangha (Africa n°1)
- M. M. Meddeb (Radio Tunisienne)

Bourse aux coproductions

Panélistes : Mme S. Bigaranya (RTNB), M. A. A. Niang (RTS Sénégal), M. A. Ndopata (CRTV)

MERCREDI 27.11Étude de cas: la connectivité web*Présentation :*

- M. J-F Rioux (RC)

Élaboration des recommandations

SYNTHÈSE DES TRAVAUX EN PLÉNIÈRE

Par Guila THIAM, Secrétaire général du CIRTEF

C'est à l'aimable invitation de la Radiodiffusion-Télévision du Burkina (RTB) que s'est tenu à Ouagadougou le 22^{ème} SÉFOR organisé par le CIRTEF et l'OIF.

Le Séminaire de Formation du CIRTEF a confirmé son rôle de cadre d'échange d'expériences entre professionnels de l'audiovisuel francophone des cinq (5) continents.

Ce sont plus de deux cent vingt (220) participants, composés de responsables d'organismes de radiodiffusion et de télévision, de Directeurs Généraux, de Directeurs Radio, de Directeurs de Télévision, de Directeurs de programmes, de Directeurs de production, de responsables informatiques et multimédia et de producteurs, dont quelques-uns venant de structures privées, qui ont échangé pendant ces quelques jours, leurs expériences et leurs préoccupations devant les nouveaux défis qui se posent aujourd'hui à l'audiovisuel de service public. Ils ont pu également visiter, dans l'espace virtuel, des stands de 14 exposants de matériel et de solutions technologiques pour mieux s'informer sur le développement de la technologie, en vue de trouver des réponses aux multiples interrogations qui se posent aux médias publics. Ceci dans le contexte du thème général « **Face à la concurrence, miser sur la production locale** ».

CÉRÉMONIE OFFICIELLE D'OUVERTURE

C'est dans le cadre du Centre de Conférences International de Ouagadougou que s'est déroulée le Lundi 25 novembre 2013 la cérémonie officielle d'ouverture du 22^{ème} SÉFOR. Le discours d'ouverture a été prononcé par **M. Alain Édouard TRAORE, Ministre de la Communication, porte-parole du Gouvernement, au nom de S.E.M. Béyon Luc Adolphe TIAO, Premier Ministre, Chef du Gouvernement du Faso**. La manifestation étant placée sous le Très Haut Patronage du **Président du Faso**.

Dans son allocution d'ouverture le **Ministre** commence par souhaiter la bienvenue aux illustres hôtes du monde de l'audiovisuel international en terre libre du Burkina Faso. Il leur dit : « *vous êtes ici chez vous* ».

Ensuite, il remercie le CIRTEF et l'OIF pour avoir choisi pour la 2^{ème} fois le Burkina pour abriter cet événement majeur de l'audiovisuel public francophone. « *Cela témoigne de l'intérêt que vous accordez à notre pays* ».

Il poursuit en insistant sur la nécessité d'une production de qualité qui reflète les préoccupations et attentes des populations et sur le fait que nous nous devons de conjuguer nos différents efforts pour relever ensemble les défis de la télévision numérique de terre (TNT).

Il indique que le Burkina est, à ce jour, parmi les plus avancés dans le processus de la transition en Afrique subsaharienne francophone.

« *Le thème de votre séminaire de cette année, « Face à la concurrence, miser sur la production locale » tire sur la sonnette d'alarme pour interpeller les responsables des médias audiovisuels sur leurs responsabilités face au tout numérique* ».

Il a l'espoir de propositions pertinentes et réalisables à même de faire de l'audiovisuel une force d'information et de communication au service du citoyen francophone en général et africain en particulier.

Le Ministre souligne que l'instauration de « RADIO SÉFOR » est également l'occasion pour nos populations de découvrir les potentialités culturelles et artistiques des pays membres du CIRTEF à travers leurs productions, puisées dans le marché des échanges de programmes.

Le Burkina Faso a entériné la déconcentration du secteur de l'audiovisuel public à travers la création des RTB dans les 13 Régions du pays. Ces structures de diffusion et/ou de production de proximité permettent de prendre en compte les préoccupations des populations à travers des programmes au niveau local, adaptés. Cela se traduit également par un soutien au secteur de l'information et de la communication à travers l'appui aux médias publics et privés, et aux acteurs du cinéma et de l'audiovisuel.

Auparavant, les personnalités suivantes avaient pris la parole, **M. Adama BARRO, Secrétaire général du ministère de la Communication** pour le mot de bienvenue, le Président du Cirtef, **M. François GUILBEAU** et la **Représentante de l'OIF, Mme Youma FALL**.

Après avoir souhaité la bienvenue à toutes et à tous à la 22^{ème} session du Séminaire de Formation du Conseil International des Radios-Télévisions d'expression française, Monsieur **Adama BARRO**, a précisé que la RTB est honorée d'être le radiodiffuseur hôte de cette rencontre et le Burkina Faso se réjouit d'accueillir cette importante manifestation qui regroupe pendant six jours à Ouagadougou, plus de 200 participants du Nord et du Sud, représentant plus de 50 chaînes de radios et de télévision.

Il trouve le thème « **Face à la concurrence, miser sur la production locale** », d'une brûlante actualité et souligne que la problématique de la production radiophonique et télévisuelle constitue assurément une préoccupation majeure à laquelle il faut apporter des solutions appropriées et dans l'urgence.

Il finira en indiquant aux participants que le Burkina Faso les accueille avec le cœur et que c'est tout dire et en leur souhaitant un bon séjour chez eux à Ouagadougou, et plein succès aux travaux.

Prenant la parole à son tour, **M. François GUILBEAU, Président du CIRTEF et Directeur du réseau de France 3**, a remercié au nom des participants les plus hautes autorités du Burkina. Il a également remercié la RTB pour l'accueil plein de chaleur et la parfaite organisation de ce 22^{ème} SÉFOR.

Il poursuit en soulignant que la thématique retenue pour ce SÉFOR – « **Face à la concurrence, miser sur la production locale** » – répond à la nécessité d'une réflexion approfondie sur nos offres de programmes dans un environnement profondément modifié par la mondialisation et le développement du numérique qui la favorise.

Pour la télévision, le passage à la TNT, planifié pour 2015 en Afrique, verra l'arrivée de nouvelles chaînes publiques, privées ou même internationales. Et à cette concurrence localisée s'ajoutera celle d'Internet et des réseaux satellitaires, où circule une production audiovisuelle abondante alimentée par des programmes bons marchés acquis sur les marchés internationaux.

La multiplication des supports et des modes de consommation des programmes audiovisuels crée de nouveaux besoins et suscite de nouvelles attentes pour notre public, auxquels nous devons répondre.

Dans ce nouveau paysage audiovisuel, la proximité est un atout maître à cultiver, quel que soit le genre : information, programmes de flux ou œuvres de création.

Et, par son histoire, ses valeurs et son savoir-faire, c'est le service public de l'audiovisuel qui peut le mieux s'engager sur la voie de cette proximité.

Il avance les pistes d'actions qui pourront être menées pour : la professionnalisation de la fonction de producteur au sein des chaînes publiques, l'acceptation du recours, si besoin, aux compétences de producteurs indépendants privés locaux, le développement des coproductions avec les chaînes

publiques des pays voisins, l'accompagnement des producteurs nationaux dans la commercialisation des programmes en les mettant en relation avec les chaînes des pays voisins, en s'appuyant si nécessaire, sur le CIRTEF ou l'OIF comme instance de coordination.

La Francophonie est l'espace naturel de développement des coproductions et des échanges de programmes.

Le rôle du CIRTEF est déterminant, notamment à travers la bourse aux coproductions, initiée lors du SÉFOR de Bujumbura l'an dernier ou le marché des échanges et dans le rayonnement international de ces productions en organisant leur présence sur TV5 Monde et leur large diffusion.

Il termine en indiquant que ces pistes montrent qu'un développement de la production locale est possible.

Ce fut au tour de **Mme Youma FALL, Directrice de la diversité et du développement Culturel** à l'OIF, de remercier pour leur accueil nos hôtes du Burkina et leur transmettre les salutations du Président Abdou Diouf, secrétaire général de la Francophonie.

Elle annonce être ravie que le thème choisi cette année nous amène à parler de contenu.

Elle indique qu'elle va s'appesantir sur les programmes de télévision, car même s'il y a un réel besoin d'amélioration des programmes des radios publiques, elles échappent à l'envahissement des antennes TV par des programmes importés.

Et ce qui est en jeu, c'est la question de la diversité culturelle et du droit de chaque peuple à exprimer sa propre culture ; le DEVOIR que chaque peuple a d'affirmer et d'exprimer sa culture.

En Afrique subsaharienne, les cases de programmes les plus importantes, celles qui attirent le plus d'audience, sont encore très souvent occupées par des programmes importés, notamment pour les fictions. Mais elle précise aussi que ce problème n'est pas spécifique à l'Afrique avec à l'appui l'envahissement des programmes américains dans des pays du Nord.

Les populations ont besoin de programmes qui leur soient familiers. Identification et Familiarité : c'est presque la définition de ce que doit être la télévision. Les téléspectateurs ont besoin d'une télévision qui leur ressemble et c'est bien naturel car la télévision a quelque chose d'intime. Elle entre dans les foyers, elle fait partie de la famille.

S'il est possible de relever ce défi avec des programmes fabriqués à des milliers de kilomètres du continent africain, pourquoi ne le fait-on pas avec des programmes africains ?

Il y a plusieurs raisons à cela : la qualité des fictions africaines, bien souvent, n'est pas encore à la hauteur. Et la quantité, même si elle a beaucoup progressé, n'est toujours pas suffisante.

Il y a les télévisions d'un côté et les producteurs indépendants de l'autre. Et les collaborations harmonieuses sont rares.

Et les vraies coproductions où les télévisions s'engagent restent trop rares.

Les coproductions permettent de mettre des moyens en commun pour aboutir à des projets plus forts. Il est souhaitable de le faire avec des partenaires privés mais les coproductions entre télévisions publiques sont également possibles. Je voudrais profiter de ce séminaire pour annoncer une autre bonne nouvelle. Le SÉFOR de l'an passé, qui s'est tenu à Bujumbura, a donné lieu à des discussions sur le principe d'une coproduction entre télévisions à partir des fonds d'archives existants. Cette idée a permis à l'OIF de lancer, avec le CIRTEF et cinq autres partenaires, un projet ambitieux appelé « **Capital numérique** ».

Ce projet va être mis en œuvre dès le début de l'année prochaine. Il fera l'objet d'une présentation détaillée demain lors de l'atelier intitulé « Bourse aux coproductions » mais je voudrais vous résumer les grandes lignes de ce projet car, dans toutes ses dimensions, il apporte des réponses au déficit actuel de contenus locaux en Afrique francophone.

Le projet « **Capital numérique** » a pour but de construire une mémoire audiovisuelle qui soit une mémoire vive, une source de créativité, rendre les fonds d'archives des télévisions consultables sur un même site, afin de permettre des échanges et la production en commun de séries documentaires

et la mise en place d'un cadre juridique propice à la sauvegarde du patrimoine audiovisuel. Ce dernier volet sera mis en œuvre avec l'UEMOA et il concerne en particulier l'instauration d'un système de dépôt légal audiovisuel.

LES CONFÉRENCES INTRODUCTIVES

La plénière du lundi 25 novembre 2013 a été présidée par **M. François GUILBEAU, Président du CIRTEF** et avec pour modérateur **M. Guila THIAM, Secrétaire général du CIRTEF**, pour traiter du thème général : « *Face à la concurrence, miser sur la production locale* ».

Pour introduire le thème, deux conférenciers ont été invités : **M. Mahamoudou OUEDRAOGO, Conseiller à la Présidence du Faso**, **M. Jean François RIOUX, Directeur de Radio Canada Québec**.

Le modérateur a introduit et présenté chaque conférencier avant son intervention.

M. OUEDRAOGO est présenté comme par **M. THIAM** :

Son cursus universitaire est sanctionné par un Diplôme Supérieur de Journalisme, le diplôme de l'I.F.P. et un D.E.A. en Sciences de l'Information et de la Communication ; dès 1981, sa vie professionnelle est entièrement consacrée aux médias et à la communication.

Un grand spécialiste de la Communication, journaliste que l'on peut présenter en commençant par la fin : aujourd'hui Conseiller à la Présidence du Faso, il a été Directeur de la Télévision Nationale du Burkina, successivement, Ministre de la Communication et de la Culture, Ministre des Arts et de la Culture et Ministre de la Culture, des Arts et du Tourisme. Il est membre de la Commission de l'Informatique et des Libertés (C.I.L).

Mais encore plus pertinent pour notre rencontre, il fut enseignant au Centre de Formation Professionnelle de l'Information, à l'URTNA et au département des Arts et de la Communication de l'Université de Ouagadougou. Et il a un Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication intitulée « Économie des Médias : le cas burkinabè de 2000 à 2006 ».

En résumé, **M. OUEDRAOGO**, dans sa communication, a fait l'histoire des médias en mettant en exergue ce qui participe de « l'impact de ce que l'on voit sur le soi ».

Entre autres, il a fait le tour des éléments relatifs à :

- La faiblesse structurelle des Télévisions africaines face aux programmes étrangers ;
- L'échec d'échange de programmes ;
- Les stratégies nécessaires, notamment à travers le cas de la Télévision du Burkina.

Les illustrations de son propos mettront en avant l'influence des médias des États-Unis au Canada et en Amérique latine, l'inspiration des formats américains pour le développement des séries en Amérique latine. Tout comme l'expérience au Soudan, avec les États-Unis et l'Égypte, qui a corrélié ce que l'on y voyait à l'équipement des ménages.

Sur l'échange de programmes, il établit que le caractère unilatéral ne le fait pas réussir en illustrant par les exemples du Centre d'échanges de Nairobi (dans le cadre de l'URTNA) et de celui de Lomé, au niveau sous régional.

Il finira par ce qu'il faut faire notamment pour la coproduction entre les Télévisions du Sud.

Et aussi en mettant en avant :

- La nécessité de quotas de production nationale ;
- L'implication des ensembles politiques sous régionaux dans le soutien à la production ;
- La formation aux métiers ;
- L'inspiration sur ce qui se fait ailleurs et la création d'un environnement favorable à la production locale de qualité (la qualité devant être la marque de fabrique du service public).

Le **président François GUILBEAU** remercie le conférencier et annonce les débats pour après la deuxième conférence introductive.

Pour cette deuxième conférence introductive, **M. THIAM** a présenté **M. RIOUX** en disant :

M. Jean François Rioux est spécialiste en communications et se penche particulièrement sur le rôle du service public dans un contexte de média global. Il possède une vaste expérience dans le monde des médias électroniques et du développement de la radio, de la télévision et d'Internet.

Ce qui est pertinent pour notre thème, mais s'y ajoutent des qualités adaptées à l'exercice que nous souhaitons avec lui : ses talents à titre de journaliste, d'animateur, de réalisateur, de gestionnaire et d'ancien directeur à l'Institut canadien de formation en radiodiffusion publique, une initiative de Radio-Canada qui a favorisé la création d'ateliers de formation au Maghreb et en Afrique de l'Ouest.

Aujourd'hui directeur de Radio-Canada à Québec, il a aussi été directeur de la Première Chaîne de Radio-Canada et directeur général de la Radio française à la Maison de Radio-Canada à Montréal.

En résumé, dans sa conférence, **M. RIOUX** a pris comme prétexte la station Québec de Radio-Canada pour montrer comment se fait l'évolution vers la station Média, voire le média global.

Pour ce faire, analysant la radio locale face à la concurrence, il mettra en avant le fait de devoir commencer par des services à l'auditoire, des services aux canadiens et d'offrir des possibilités de personnalisation via le site Web associé, voire, le cas échéant, la radio web. Avoir des contenus complémentaires à la Radio sur les plateformes pour les services, se baser sur la proximité et avoir par exemple un ordre du jour média pour des conversations avec le citoyen le matin, des jeux et de l'information en continu.

En cultivant l'instantanéité, la diversité et le multiplateforme et avoir un fil de marque qui permet toujours d'y revenir par une des portes d'accès à l'espace global.

En effet il a auparavant mis en évidence l'importance de la marque, comme outil de notoriété mais aussi comme signe de qualité pour le service public. C'est ainsi que les 3 E (Émotion – Expérience – Exclusivité) se traduisent pour le service public dans la marque Radio Canada par : Exactitude – Équité – Exclusivité.

Il mettra en exergue la posture mondiale pour le média global, avec le concept « ici et maintenant » dans un contexte (Social – Local – Mobile) qui installe la tendance de diversification des supports dans une démarche inter média.

Tout ceci en mettant en avant qu'il faut savoir exploiter le fait que l'on écoute la Radio en faisant autre chose dans le choix des offres et des services.

Le président **François GUILBEAU** remercie le conférencier.

Après les conférences introductives, le Président a ouvert les débats qui ont permis des échanges autour des questions suivantes :

- Dans le service public, les obstacles à la production de qualité que peuvent être le statut des producteurs et le mode de financement des Radios Télévisions ;
- Dans les relations avec les partenaires privés, les risques liés à l'inexistence parfois de budget de production dans le public et ceux liés au mercantilisme de la production avec le sponsoring en contradiction avec la mission de service public.
- Comment s'adapter au média global ?
- Comment se déclenche la couverture des événements à la station de Québec ?

Des précisions seront données :

- sur le partenariat public-privé :
 - o Arriver à des relations équilibrées aussi bien pour la production que pour la rentabilisation ;
 - o Faire valider tout le processus de partenariat suivant les valeurs du service public ;
 - o Rechercher la production de qualité ;
 - o Que le service public garde la responsabilité éditoriale en tant que diffuseur ;

- Renforcer la motivation des producteurs ;
- Indexer des rémunérations sur l'atteinte des objectifs en termes d'équilibre et d'augmentation des revenus ;
- Que des ensembles comme l'UEMOA financent des programmes publics et privés à l'instar de l'UE qui vise des quotas européens de production.

Après les précisions des conférenciers, le Président renverra les débats approfondis aux sessions d'ateliers dont les sous-thèmes abordent les différents aspects du thème général.

Le Secrétaire général du CIRTEF introduit la projection de

« LA PAROLE EST AU SUD »

M. **Guila THIAM** indique que nous allons, à présent, procéder à la projection de « **La Parole est au Sud** » qui est un aggloméré d'extraits des productions soutenues par le fonds francophone de production audiovisuelle du Sud, cogéré par l'OIF et le CIRTEF, des séries du CIRTEF ainsi que ses productions propres ou aidées par son fonds interne de renforcement de la production audiovisuelle des organismes membres du Sud.

Ce montage de 26 minutes présente un florilège des productions depuis le dernier SEFOR:

A. APPORTS TV :

MBC : « Le musée de la photographie »	De Stéphanie Mardi (Maurice)
CIRTEF : « Biennale Regard »	D'Anselme Awannou (Bénin)
CIRTEF : « Portraits par le menu »	De Wendy. Bashi et Katy Lena. Ndiaye

B. FONDS CIRTEF :

VIETNAM : « Dao rouge, le trésor de la forêt »	De Nguyen Quoc Xuan Quynh
CAMEROUN : « Un geste pour l'avenir »	De Y. Ekounou Samba
RWANDA : « Un défi de femme »	De E. Munyarukumbuzi
SÉNÉGAL : « Fatou et Fatou »	D'Aïcha Thiam
MAROC : « Génération Oum »	De S. Bensouda Koraichi

C. FRANC PARLER

CIRTEF : « Awa Sène Sarr »	De Wendy. Bashi et Katy Lena. Ndiaye
CIRTEF : « Pascale Obolo »	De Wendy. Bashi et Katy Lena. Ndiaye
CIRTEF : « Alain Gomis »	De Wendy. Bashi et Katy Lena. Ndiaye

D. OIF/CIRTEF

Longs Métrages

SÉNÉGAL : « Tey »	D'Alain Gomis
VIETNAM : « Sans Eve »	De Pham Nhué Giang
LIBAN : « Asfour »	De Fouad Alaywan
MAROC : « Le Sac de Farines »	De Kadija Leclere

Courts Métrages

TUNISIE : « Peau de colle »	De Kaouther Ben H'nia
------------------------------------	-----------------------

Documentaires

RDCONGO : « Kinshasa mboka té »	De D. Ntimasiemi et R. Aghekian
CAMBODGE : « Noces Rouges »	De Lida Chan et Guillaume Suon
ÉGYPTE : « Mohammad sauvé des eaux »	De Safaa Fathy

La salle ovationne la projection.

PLÉNIÈRE DES ATELIERS STRATÉGIES / TÉLÉVISION

Après les travaux en ateliers à la suite des conférences introductives, une plénière commune aux ateliers Stratégie et Télévision, a été formée pour écouter le panel constitué par **M. J.R. PATOUEM (producteur privé)**, **M. P. BARROT (OIF)**, **M. B. ZAKOWSKY (Ambassade de France au Burkina)** dans le cadre de la thématique d'une restitution d'une réalisation de séries de fictions TV. Sous la présidence de **M. François GUILBEAU**, cette session, à travers des questions réponses et une projection de programmes, a permis d'identifier certaines des contraintes pour le partenariat public-public.

Les préoccupations des producteurs privés et celles des chaînes publiques ont pu être évoquées rapidement ainsi que le fait que les relations doivent être transparentes et organisées dans des conventions de coproductions établissant les relations, les attentes et les apports des uns et des autres. De même que l'historique et la réalisation de quelques productions conjointes public-privé qui ont bien fonctionné.

PLÉNIÈRE DE CLÔTURE

Séance qui a noté la présence de la Présidente du Conseil Supérieur de la Communication et qui a été présidée par **M. Alain Edouard TRAORE, Ministre de la Communication, porte-parole du Gouvernement**, au nom de **S.E.M. Béyon Luc Adolphe TIAO, Premier Ministre, Chef du Gouvernement du Faso**.

Il y a eu d'abord la lecture des rapports des différents ateliers (Stratégie, Radio, Télévision), des formations Radio, Télévision et Web au profit de la RTB, de Radio SÉFOR et des deux Bourses aux Coproductions Radio et TV et la réunion RFP/CIRTEF pour le lancement de nouveaux projets.

L'échange d'expériences et d'idées a été permanent au cours de ce SÉFOR. Les recommandations ont été soumises aux participants et ont également été transmises aux membres des commissions spécialisées du CIRTEF (Formation, Radio et Télévision) qui se sont réunies par la suite.

M. Guila THIAM, Secrétaire général du CIRTEF, fait la synthèse suivante des travaux.

Nous avons entendu les rapports suivants :

- De l'atelier STRATEGIES, lu par M. Mohamed MAIGA, représentant le Directeur général de l'ORTM Mali,
- De l'atelier RADIO lu par M. Godefroy YOMBI, Directeur général de Radio Congo,
- De l'atelier TELEVISION, lu par M. Ali Oumarou, Responsable du Centre Cirtef de Niamey,
- De Radio SEFOR, lu par M. Pascal Goba, Chef de la Chaîne nationale de Radio Burkina,
- Des formations menées par Roger Roberts (RTBF), Bertrand VANVARENBERG (RTBF), Georges MINANGOY (France Télévisions) et Jacques MOLITOR (indépendant),
- De la rencontre RPF/CIRTEF, lu par M. Valéry Dikos Oumarou de la CRTV.

Les recommandations peuvent synthétisées comme il suit :

- au niveau stratégique :
 - la réforme des structures de production existantes pour une plus grande professionnalisation ;
 - la mise en place de statuts juridiques adaptés au développement de la production ;
 - l'organisation des relations avec les productions privées locales ;
 - la meilleure circulation de l'information sur les coproductions et les échanges entre les chaînes membres ;
 - le renforcement des capacités et la formation.

- au niveau opérationnel Radio :
 - renforcer les études d'audience et leur exploitation;
 - investir les nouvelles offres et les nouveaux formats;
 - poursuivre les actions de formation ;
 - initier des coproductions sur les thématiques identifiées en atelier ;
 - mettre en œuvre les projets avec les RFP autour des nouveaux talents en musique.
- au niveau opérationnel Télévision :
 - encourager le partenariat public-public et public-privé dans la production ;
 - meilleures politiques d'investissement et de formation pour une production de qualité ;
 - mettre en place des outils de mesures d'audience et en faire une exploitation professionnelle ;
 - meilleure exécution des conventions de coproduction mises en œuvre ;
 - impliquer les ensembles sous régionaux dans l'appui à la coproduction.

Ensuite M. **Guila THIAM**, Secrétaire général du CIRTEF, poursuit pour présenter un bilan succinct du SEFOR en déclarant ce qui suit.

Le bilan de notre rencontre est satisfaisant.

D'abord au niveau de l'accueil, de l'organisation et des conditions de travail, dans un contexte, je tiens à le rappeler et à en remercier le Burkina Faso, M. Alain Édouard TRAORE, Ministre de Communication PPG et la RTB, un contexte où notre session n'était pas initialement prévue ici.

On peut souligner encore l'appui déterminant de Monsieur le Premier Ministre et le Très Haut patronage du Président du Faso. Ces remerciements seront formalisés à votre nom en direction du directeur général de la RTB et de Monsieur le Ministre de la Communication.

Notre gratitude aussi encore à l'équipe d'accueil et d'organisation de la RTB avec Monsieur le Secrétaire général du Ministère de la Communication à sa tête. Merci également à l'équipe du CIRTEF pour l'engagement et à nos partenaires de soutien opérationnels pour la banque et les voyages.

Il nous faut remercier encore notre partenaire co-organisateur qu'est l'OIF, ainsi que ceux qui ont appuyé à savoir TV5Monde et la Fédération Wallonie Bruxelles. TV5Monde dont je salue la présence du Directeur général M. Yves BIGOT.

Je veux aussi marquer nos remerciements à M. Mahamadou OUEDRAOGO, Conseiller à la Présidence du Faso et à M. Jean François RIOUX, Directeur de Radio-Canada Québec, pour leurs excellentes conférences introductives qui ont permis de baliser nos travaux.

Je veux dire merci à l'OIF et à l'UNESCO pour la représentation de leurs responsables moraux, à la Secrétaire générale des RFP, au Secrétaire général du RAPAF et vous faire part des regrets du Secrétaire général de la CTF.

Merci aussi à l'Ambassade de France au Burkina Faso pour avoir facilité le voyage et la participation d'un producteur privé de renom de Patoufilms à nos travaux.

Nous pouvons aussi nous satisfaire de la participation de plus de 200 professionnels, dont les ¾ venant de l'extérieur ; les professionnels venant de 41 organismes membres de 28 pays et se composant de Directeurs généraux, de Directeurs généraux adjoints, de Directeurs d'organes Radio et/ou TV, de Conseillers de Directeurs généraux, de Directeurs de programmes et de production et de professionnels de la Communication. Nos remerciements à vous tous pour votre engagement.

Je vous demande aussi de saluer l'excellente conduite des travaux par le Président du CIRTEF (M. François GUILBEAU) et les présidents d'ateliers.

Merci aussi à tous ceux qui ont fait des présentations et à leurs organismes que sont RTB, SRC, France TV, TV5Monde, CFI, MBC, Fondation Hirondelle, Africa n° 1, Radio Tunisienne, RTI, RTS Sénégal, ORTN, INA, CRTV, RTNB, Médiamétrie, Patoufilms, l'Ambassade de France.

Merci à la CRTV, à SRC, à l'ORTM Mali et à la RTNB, d'avoir mené Radio SÉFOR avec la Radio Nationale du Burkina Faso.

Merci aux 14 exposants de matériel audiovisuels et de solutions technologiques pour leur confiance au Burkina Faso et au SÉFOR, offrant ainsi une occasion unique de contacts pour la plupart d'entre vous.

Merci à la RTBF et à France Télévisions pour avoir mis respectivement 2 et 1 formateurs au profit des équipes du siège et des régions de la RTB pour les formations prise de son et montage numérique, formation WEB et JRI.

Merci à Jacques MOLITOR aussi pour la formation Montage vidéo numérique.

Enfin, je ne peux oublier de remercier les hôtes, les personnes de soutien, les assistantes au Secrétariat, les chauffeurs, le personnel du Centre de Conférence, les techniciens et encore une fois les membres des Comité d'organisation de la RTB et du CIRTEF.

Nous avons eu beaucoup d'échanges stratégiques mais aussi et surtout beaucoup d'études de cas et de sessions pratiques et concrètes, autour, entre autres, de :

- Conseil de coopération TV5Monde Afrique, les Bourses aux coproductions Radio et TV, le capital numérique et AIMÉ, Radio SÉFOR, les formations, La Parole est au Sud, l'Espace virtuel, les marchés d'échange.

Nous avons été stratégiques, tacticiens et opérationnels. Continuons de mettre en œuvre les moyens d'un renforcement des capacités en production locale. Local pouvant être entendu au niveau national, sous régional, régional pour le Sud et de notre espace francophone.

Les commissions spécialisées du CIRTEF et la Conférence générale qui vont suivre nous aideront à mettre tout cela en musique le plus harmonieusement.

Je souhaite finir en ayant votre adhésion, par des applaudissements, au lancement par l'ONU de la Journée mondiale des journalistes, pour le 2 novembre de chaque année, principalement à la mémoire de nos deux collègues de RFI assassinés à cette date au Nord Mali. Je veux parler de Ghislaine DUPONT et de Claude VERLON.

La salle adhère par applaudissements.

Puis ce fut autour de M. **François GUILBEAU**, Président du CIRTEF, de remercier le Directeur Général de la RTB, son personnel et tout le comité d'organisation, les participants pour leur disponibilité pendant la tenue de ce 22ème SEFOR. Il adresse à nouveau ses remerciements au Ministre de la Communication pour avoir présidé l'ouverture et la clôture de nos travaux au Nom du Premier Ministre et pour l'accueil au Burundi.

Pour clôturer les travaux, au nom de Son Excellence **Monsieur le Premier Ministre**, Chef du Gouvernement du Burkina Faso, **M. Alain Edouard TRAORE, Ministre de la Communication, porte-parole du Gouvernement**, s'est réjoui de partager les retombées d'intenses travaux de haut niveau suite aux échanges constructifs dans le sens d'une production de contenus de qualité pour nos médias audiovisuels.

Il poursuit en disant qu'à l'heure où tombent les barrières de toutes natures, je vous exhorte à entretenir un réseau solidaire de partenariat Nord-Sud et Sud-Sud pour offrir des contenus reflétant les attentes de nos populations et que dans un monde global, production locale ne peut signifier production sur des sujets dignes d'intérêt pour mon seul pays, mais des contenus ouverts sur le reste du monde.

Il assure que le Gouvernement du Burkina Faso appuiera toutes les initiatives de coproduction, d'échange de programmes ou toute autre approche novatrice pour l'amélioration des contenus.

Il lance un appel pour un soutien plus accru au renforcement des capacités des organismes audiovisuels du Sud. A cet égard, il salue à sa juste valeur, les efforts soutenus de l'OIF, du CIRTEF, de TV5 Monde et de Wallonie Bruxelles International.

RAPPORTS DES TRAVAUX EN ATELIERS ET RECOMMANDATIONS ISSUES DES ATELIERS ET ACTIVITÉS DU SÉFOR

Atelier Stratégie : recommandations de l'atelier.

Considérant :

- Qu'il existe une forte attente du public pour des programmes de proximité ;
- que face à la concurrence des réseaux satellitaires et de l'internet, où circule une production audiovisuelle abondante alimentée par des programmes bon marché acquis sur les marchés internationaux, et conscients des enjeux de la migration vers le tout numérique à l'horizon 2015, avec la multiplication des offres et la fragmentation de l'audience, les chaînes qui proposeront une offre locale de qualité feront la différence ;
- que par son histoire, ses valeurs et son savoir-faire, le service public de l'audiovisuel peut le mieux s'engager sur la voie de cette proximité ;
- que les producteurs privés locaux disposent de la souplesse d'action nécessaire à la recherche de financements, et que leur action est complémentaire à celles des chaînes dans le suivi des productions ;
- qu'il est dans la mission du service public, quels qu'ils soient, et pour cela d'être présents sur l'ensemble des supports disponibles ;

L'Atelier recommande :

- d'accroître la part des programmes locaux sur les chaînes publiques ;
- de développer le recours aux producteurs privés ;
- de mettre en place un système d'aides sous la forme de fonds de soutien à la production audiovisuelle, incitant les télévisions publiques à travailler davantage avec les producteurs privés et favorisant la mise en place d'une véritable économie des médias ;
- de renforcer les échanges de productions nationales entre chaînes publiques ;
- d'élargir la présence des chaînes aux réseaux internet et mobile ;

- de recourir davantage aux mesures d'audience afin de mieux connaître les goûts, les attentes du public et les modes de consommation des téléspectateurs pour mieux valoriser nos espaces publicitaires.

A ces fins, l'Atelier considère que la mise en œuvre de ces recommandations passe par :

- La réforme des structures de production existantes, notamment par la professionnalisation de la fonction de producteur au sein des chaînes, en dégagant des budgets de formation pour les personnels concernés, et grâce au soutien et à l'accompagnement des partenaires tels que le CIRTEF, l'OIF, CFI, France Télévisions, etc. ;
- La mise en place d'un statut juridique donnant aux organismes diffuseurs l'autonomie budgétaire et éditoriale, la capacité d'engager les dépenses de production et percevoir des recettes commerciales qui pourront être réinvesties dans la production de programmes locaux ;
- L'organisation de la relation avec les producteurs privés locaux de manière à ce que les chaînes conservent la responsabilité éditoriale de l'ensemble des productions, notamment en privilégiant le contrôle direct par les chaînes de la commercialisation des espaces publicitaires plutôt que le processus d'échanges publicitaires ;
- Entre les chaînes membres, informer les partenaires des productions disponibles, des projets de productions en cours ou à venir qui pourraient susciter l'intérêt d'autres chaînes ; en s'appuyant notamment sur le marché des échanges de programmes et la bourse aux coproductions animés par le CIRTEF

L'Atelier Stratégies appelle les télévisions du Nord à faire preuve de solidarité par la mise à disposition de cadres de qualité pour renforcer les capacités de productions existantes et former les personnels du Sud.

Enfin, afin que les recommandations élaborées par les membres dans le cadre du SEFOR ne restent pas à l'état de discours, mais se traduisent par des réalisations concrètes allant dans le sens des progrès souhaités, l'Atelier recommande le soutien et le suivi du CIRTEF dans la mise en œuvre par les membres des présentes recommandations.

Atelier Télévision : rapport et recommandations de l'atelier

Président : Adama Barro

Rapporteurs :

R. TIENDREBEOGO

Ali OUMAROU

Échanges approfondis sur le thème général.

Les travaux de l'atelier Télévision ont débuté dans la Salle Samandin 1 du Centre de Conférence de Ouagadougou avec des échanges sur le thème général du SÉFOR qui est « *Face à la concurrence, miser sur la production* ».

Pour mieux s'imprégner du thème et susciter les débats, un panel de conférenciers a été invité à parler des expériences de leurs chaînes respectives en matière d'organisation de la production et de la coproduction avec le privé.

Les participants à cet Atelier ont pu ainsi partager avec intérêt les réussites amorcées par la Télévision malienne (ORTM), celles de la Télévision ivoirienne (RTI) et de la Télévision mauricienne MBC.

Avec ces expériences, il a été noté que si la production locale peine à donner satisfaction, cela est en partie dû à la gestion des ressources humaines et au renforcement de leur capacité, les conditions de travail des techniciens de l'audiovisuel restant en deçà des attentes. À cela s'ajoute le déséquilibre observé entre la production et l'information, cette dernière mobilisant en permanence les ressources matérielles et humaines au détriment de la première.

Des problèmes subsistent donc, même si leur importance varie d'un organisme à un autre, mais la résultante demeure la baisse continue de la qualité de la production qui se reflète jusqu'au niveau de la programmation dans la fenêtre « **Reflets Sud** » de TV5MONDE.

L'une des solutions identifiée, à l'exemple de la MBC, serait la formation à l'interne par une mise à niveau permanente du personnel dans les organismes et la collaboration avec les privés où les jeunes talents pourraient être mis à contribution pour produire des émissions de qualité.

Il appartiendrait alors à chaque organisme d'adopter une meilleure stratégie pour conserver les acquis ainsi obtenus et gérer au mieux de leur possibilité les outils dévolus à la production.

Étude de cas : la mesure d'audience.

Le deuxième panel a développé la question de la mesure d'audience, conséquence immédiate de la question relative à la production. Autant le premier panel avait tenté des réponses à la question « *quelle stratégie pour quelle production* », autant l'on pourrait être tenté de se poser la question « *pourquoi des mesures d'audience régulière* » ?

Les panélistes Madame DEVI de la MBC et Messieurs Pierre JALLADEAU et Henri FALSE, respectivement de CFI et de Médiamétrie, ont tenté tour à tour d'apporter des réponses à cette question. À travers des études de cas sur Médiamétrie (France), Marocmétrie et CIAUMED (Maroc), ils ont souligné plusieurs intérêts liés à cette nécessité.

D'abord parce que les organismes ont une mission de service public et par conséquent doivent connaître leur public qui ne cesse de se diversifier (âge, catégorie socioprofessionnelle etc.).

Ensuite parce que les mesures d'audience permettent de mieux exploiter les opportunités commerciales et donner une photographie de l'évolution des chaînes. La mesure d'audience est donc non seulement un outil de fidélisation du public cible, mais renferme surtout une stratégie commerciale.

La question fondamentale serait donc « *comment organiser cette mesure pour intégrer tous les acteurs concernés ?* ».

Le maître mot serait alors la transparence dans la méthode à travers le périmètre de la mesure et qui tiendrait compte de la dimension statistique du système etc.

Les organismes du Sud auront donc tout intérêt à créer une structure de mesure d'audience associant par exemple les représentants de l'ensemble des acteurs, tout en ayant préalablement défini les approches appropriées. Mais dans tous les cas, une telle structure ne serait efficace que lorsqu'elle ferait l'objet d'un contrôle permanent à travers des audits réguliers.

Production et coproduction.

La production et la coproduction ont été l'objet des débats de la matinée du 26 novembre, avec pour panélistes Messieurs Kouka H. OUEDRAOGO de la RTB et Frédérick-Louis BOULAY de

TV5MONDE et Monsieur Hervé MICHEL de FTV comme intervenant sur la « *Diversification des sources de financement pour un diffuseur* ».

Les enseignements tirés par les participants indiquent que la production tout comme la coproduction est un processus qui mobilise des moyens de tous genres, humains, matériels, financiers et logistiques.

Cependant, la coproduction elle, est une mutualisation de ces moyens, souvent avec des partenaires de différents statuts et modèles économiques mais dont la finalité est d'aboutir à un produit de qualité. Elle n'est donc pas sans défis, liés souvent aux possibilités de financement ou de préachat et de réactivité qui permet un positionnement de la chaîne.

Mais pour tout organisme, il est important de retenir qu'en matière de coproduction, ce sont les conventions qui déterminent les différentes conditionnalités qui se négocient avant la production.

C'est dire que s'agissant des coproductions entre les organismes de service public et les privés, les moyens techniques seuls ne peuvent suffire, une certaine participation financière serait donc essentielle et constituerait peut-être un facteur impactant positivement sur le volume et la qualité de la production. C'est donc un impératif de savoir diversifier les sources de financement.

Mais quelles sont les pistes de diversification des sources de financement pour un diffuseur ?

C'est la question à laquelle a tenté de répondre Monsieur MICHEL de FTV dans son exposé. Il y a d'abord les moyens avec à la base l'obligation de se faire connaître par les partenaires potentiels et créer progressivement des réseaux. Ces réseaux peuvent être constitués de chaînes publiques ou des Associations communes d'organismes où le maître mot serait « **Coopération** ». Mais ce qui serait important, c'est surtout d'établir des contacts en vue d'un meilleur partenariat.

Partenariat Public-privé.

Le partenariat public-privé a été le thème développé par les panélistes Jean-Marc BADO de la RTB et Pierre BARROT de l'OIF, avec en supplément une intervention de Mme Bénédicte MASSIET de France Télévisions sur « L'organisation, le cadre réglementaire et budgétaire de la production » de cet organisme.

Selon les intervenants, il est plus intéressant pour un diffuseur d'être en coproduction parce qu'ayant droit aux retombées financières que le préachat qui limite même le nombre de diffusions. Toutefois, cette option étant laissée au libre choix des organismes du Sud, force est de reconnaître que la coproduction entre le public et le privé ne s'est pas beaucoup développée dans les pays du Sud. Cela se traduit par un volume faible des productions audiovisuelles fruits d'un partenariat public-privé.

Mais de l'avis de tous, pour promouvoir le partenariat public-privé, c'est d'abord aux pouvoirs publics de définir un cadre réglementaire qui donne certaines obligations aux chaînes publiques. Ainsi, dans un cadre contractuel, la chaîne publique tire le meilleur bénéfice par une bonne négociation avec le privé. C'est grâce à ce cadre réglementaire que la chaîne publique pourra définir en termes de pourcentage les productions à l'interne, les achats et les coproductions avec les privés.

La bourse aux coproductions.

Sous la présidence de la Radio Télévision Suisse (RTS), cette session était composée de deux panels.

Le premier panel était animé par quatre réalisateurs (R. Tiendrébéogo du Burkina Faso, M. Lamine Cissé de Côte d'Ivoire, A. Traoré du Mali, O. N'Diaye du Sénégal et S. Mahamane du Niger) qui feront l'expérience d'une grande coproduction sur le chemin de fer Dakar-Niger traversant les quatre pays et le Bénin.

Ce projet qui sera dirigé par le CIRTEF lancera la première coproduction entre organismes du Sud et de l'avis de tous les participants, le long parcours des réalisateurs et leur capital d'expériences sont déjà un gage de réussite.

Toutefois, les débats ont fait ressortir la nécessité d'explorer toutes les possibilités de financement possible pour garantir cette réussite. Mandat a donc été donné au CIRTEF d'approcher par exemple des ensembles comme l'UEMOA qui seraient intéressés par le projet. Rendez-vous est donc donné au prochain SÉFOR pour la découverte du résultat.

Le second panel avait concerné la situation du système d'Archivage AIMÉ et son développement. Il a été animé par C. MALHERBE de l'INA, P. BARROT de l'OIF et L. OUSMANE de l'ORTN.

À travers les exposés, on retiendra que cette étape n'est rien d'autre que le prolongement du projet de mise à disposition d'archives pour la production déjà amorcée lors de l'atelier de télévision au SÉFOR de Bujumbura en 2012.

Le développement du système AIMÉ se fera autour de trois (3) composantes et 6 partenaires (CIRTEF, INA, UEMOA, Imagine, Soon et Côte Ouest Audiovisuel de l'île Maurice) sont concernés par ce projet. Il est prévu pour démarrer en 2014 avec un financement composé de ACP Culture et l'Union Européenne où chacun de ces partenaires aura un rôle précis. Pour les questions de Dépôt Légal des œuvres numérisées, la Bibliothèque Nationale de France (BNF) en aura la responsabilité.

Quant à l'INA, il interviendra à trois niveaux, la création du Site ARCHIBALD avec une mise à niveau des stations AIMÉ (version 4), une formation complémentaire du spécialiste du Sud et la mise en circulation des images entre les télévisions porteuses du projet.

Jusqu'à cette date, 21 pays ont été équipés du système AIMÉ pour la numérisation des archives dans les télévisions du Sud. Aussi, les participants ont estimé que les organismes qui sont en retard dans la numérisation des archives doivent absolument passer cette étape afin de pouvoir participer pleinement au projet.

Étude de cas : Séries et documentaires locaux

Cette session a été animée par trois panélistes, Messieurs Redo PORGO de la RTB, M. Lamine CISSÉ de la RTI et Pierre BARROT de l'OIF.

Il s'était agi, pour la RTB comme la RTI, de faire l'historique de l'évolution de l'environnement médiatique national avant de développer la situation de la production dans ces chaînes. De l'expérience observée par chacun des panélistes, la recherche de la satisfaction du public a fortement contribué au choix des types de programme qu'il fallait sans cesse adapter aux réalités socioculturelles. Ces programmes varient entre les séries, les sitcoms et les documentaires.

Ainsi, il n'y aurait pas de modèle à copier, les organismes de service public évoluant chacun dans un environnement spécifique, avec des réalités qui sont fonction du goût du public cible et de la réglementation en vigueur.

Il appartiendrait donc aux différentes télévisions de service public d'adopter les meilleures politiques de production, mais tout ceci ne peut se réaliser qu'avec des budgets conséquents.

Pour innover dans le genre documentaire, l'OIF a mis en place le réseau AFRICADOC afin d'impulser ce qui est appelé aujourd'hui le documentaire de création. À travers ce réseau, des structures de production françaises et belges devraient permettre de lever des fonds pour la réalisation des projets avec de bons montages financiers.

Mais ce système a montré ses limites, les documentaires réalisés dans ce cadre étant très peu diffusés par les télévisions publiques. Les raisons de cet état de fait varient entre l'inadaptation probable des formats de durée aux grilles de programmes des télévisions de service public, mais surtout, de l'avis des participants, de l'inadéquation des contenus aux préoccupations des publics africains. Sans compter que ces films, du fait qu'ils soient montés en France, le rythme et la forme ne font pas l'unanimité au niveau des téléspectateurs africains.

Aussi, les nouveaux projets doivent tenir compte de cette réalité socioculturelle pour permettre aux réalisateurs de toucher leurs publics cibles et respecter les lignes éditoriales pour intéresser les télévisions publiques.

La session 7, commune avec l'atelier STRATEGIES, a vu l'intervention d'un panel constitué par J.R. PATOUEM (producteur privé), P. BARROT (OIF), B. ZAKOWSKY (Ambassade de France au Burkina) dans le cadre de la thématique d'une restitution d'une réalisation de séries de fictions TV. Sous la présidence de François GUILBEAU, cette session, à travers des questions réponses et une projection de programmes, a permis d'identifier certaines des contraintes pour le partenariat public-public.

Des recommandations ont été élaborées à la session suivante de l'atelier sous la Présidence de M. Adama BARRO.

Au terme de ces échanges, les participants recommandent :

Aux ORGANISMES DE TELEVISION

1. développer la production et la coproduction de projets audiovisuels tout en encourageant le partenariat public- public et public- privé
2. adopter des politiques d'investissements et de mise a niveau des ressources humaines afin de favoriser des productions de qualité
3. créer des outils de mesures d'audience au sein des organismes
4. respecter la convention de coproduction dans le cadre des projets soutenus par le fonds Cirtef pour le renforcement de la production télévisuelle du sud

Au CIRTEF

1. travailler à élargir le partenariat avec l'UMEOA pour l'appui aux coproductions à caractère sous régional

Atelier Radio : rapport et recommandations de l'atelier

L'atelier Radio a eu 7 sessions de 1h30 à 2h chacune dans la période du 25 au 27 novembre 2013. Dont une session consacrée à la bourse aux coproductions Radio et une autre à l'élaboration des recommandations.

La première session a été présidée lundi 25 novembre par Mme Emna LOUZIR de la RADIO TUNISIENNE pour un échange approfondi sur le thème général du ÉEFOR.

Les échanges ont porté sur le thème général de la conférence, à savoir : « *Face à la concurrence, miser sur la production locale* ». Il ressort des débats que la plupart de nos chaînes publiques font face à de sérieux problèmes qui freinent leur évolution. Ces problèmes ont pour noms : manques d'équipement et absence de financement pour la production. La plupart doivent recourir à toutes sortes d'artifices pour assurer la production des émissions. Une situation qui explique la pauvreté des contenus et par conséquent leur vulnérabilité face à la concurrence.

À ce propos, les participants se sont interrogés : pourquoi nos supposés concurrents ont-ils autant de succès auprès du public ?

Sur la base de ce constat, les participants ont tous convenu que les chaînes publiques ne devraient pas de manière servile, imiter ce style aux antipodes des normes professionnelles.

Plusieurs intervenants ont indiqué que ce succès résidait pour l'essentiel, dans la recherche du sensationnel à travers ce qui a été qualifié de théâtralisation de certains programmes des radios

privées. D'autres recettes utilisées par les chaînes privées peuvent se résumer en deux mots : musique tous azimuts et téléphone ouvert.

Au contraire, disposant des infrastructures nécessaires et d'un potentiel humain mieux formé, les chaînes publiques devraient reprendre l'initiative aux chaînes privées et s'imposer dans le paysage médiatique. Sur cette question, les participants ont estimé que tout en capitalisant l'existant, il était nécessaire d'aller au-delà et de réfléchir sur des formats adaptés aux réalités africaines. En d'autres termes, il faut engager une vaste réflexion afin de revoir l'écriture radiophonique, pour l'adapter aux schémas de communication qui tiennent compte de nos réalités.

La deuxième session a porté sur une présentation de M. Jean François RIOUX de Radio Canada, qui a conduit les échanges avec la salle, sur le thème « *Radio de création et Web* ».

La session 3 a vu l'intervention d'un panel animé par M. Martin FAYE (Fondation Hirondelle) et M. Crépin NGANGHA (Africa N°1) sur le thème « *Quels partenariats en Radio ?* »

La session 4 a vu l'intervention d'un panel animé par M. Crépin NGANGHA (Africa N°1) et Mme Emna LOUZIR (La Radio Tunisienne – chaîne RTCI) sur le thème « *Les productions et coproductions en Radio* »

La session 5 a été transformée en bourse aux coproductions et l'exemple de la coproduction en montage entre La CRTV, la RTNB et la RTS Sénégal y a été présenté. Cet exemple qui entend déboucher sur la production de 6 émissions par les 3 radios participantes consiste à mettre l'accent sur trois populations spécifiques d'Afrique, populations présentes dans trois régions distinctes du continent et de mettre en évidence leurs points communs et leurs différences, leurs atouts et leurs difficultés. Les 3 réalisateurs ont présenté le projet et l'angle de traitement ; les populations choisies étant : Les peulhs du Sénégal, les Mbororos du Cameroun et les Batwa du Burundi.

Les échanges conséquents ont permis d'avancer d'autres idées et thématiques de coproduction.

Dans la session 6, M. Jean François RIOUX est revenu présenter de manière didactique une étude de cas sur le thème « *la connectivité web* » et a conduit les échanges avec les participants.

Des recommandations ont été élaborées à la session suivante.

Au terme de ces échanges, les participants recommandent au CIRTEF :

1. la poursuite des séminaires sur les études d'auditoire afin de mieux comprendre les attentes des auditeurs et élaborer des grilles de programmes qui répondent aux attentes du public et qui soient plus conformes à leurs besoins ;
2. Doter les chaînes publiques de moyens de productions conséquents pour leur permettre de faire face aux impératifs d'une production de qualité ;
3. la nécessité de s'orienter vers de nouveaux genres et formats de production plus attractifs ;
4. de poursuivre la politique d'accompagnement des formations liées à la production.

Radio SÉFOR

Radio SÉFOR a fêté ses 10 ans

Après plusieurs échanges par mails appuyés par une conférence téléphonique, c'est finalement le Vendredi 22 Novembre 2013 que Radio SÉFOR 2013 a amorcé son dernier virage de réalisation.

Tout a commencé dans la matinée par une rencontre à quatre (4) à Pacific Hôtel de Ouagadougou entre Oumarou Valéry DIKOS (CRTV), Mathias NDAYIRAGJE (RTNB), Boubacar TOURE (ORTM Mali) et Nadowo Pascal GOBA (RTB), pour se connaître physiquement, échanger sur le contenu de la grille des programmes et s'entendre sur le rôle qui incombe à chacun des encadreurs ; avant d'envisager une réunion dans la soirée avec l'ensemble des membres nationaux de l'équipe de Radio SÉFOR pour une prise de contact, expliquer le projet et le rôle que chacun des acteurs aura à jouer. Cette première journée s'est terminée par l'audition suivie de l'amendement des bandes annonces et des éléments sonores de l'habillage de l'antenne. Et avant de se quitter aux environs de 18H30, l'équipe a convenu de se retrouver dans la matinée du dimanche 24 Novembre sur le site de Radio SÉFOR situé dans l'enceinte de la salle de conférence internationale de Ouaga 2000 pour la première conférence de rédaction et préparer le menu du lendemain.

Le dimanche comme annoncé, tout le monde était au rendez-vous. Techniciens comme journalistes. Le car de retransmission, le studio et la cabine avaient été apprêtés la veille. Néanmoins, il restait à faire les derniers réglages. On notait la présence de Michaël NERON de Radio Canada encadreur lui aussi, venu renforcer l'équipe des techniciens. À noter que dans la répartition des tâches, TOURE devait s'occuper du journal, DIKOS de la rubrique Échos franco, Mathias de Destination Burkina et GOBA de la coordination de toute l'équipe.

Radio SÉFOR Ouaga s'est étalée sur quatre jours du 25 au 28 Novembre 2013, tous les jours de 08H00 à 11H00 ; soit une grille des programmes de douze (12) heures de tranche d'antenne. Elle émettait sur les fréquences de Radio Burkina à Ouagadougou : 88.5 et 99.9 F.M et sur l'ensemble de ses émetteurs implantés sur le territoire national ; ainsi que sur le réseau des radios RTB2. RTB2 Centre (Ouagadougou), RTB2 Gaoua, RTB2 Dori, RTB2 Bobo et RTB2 Fada.

En ce qui concerne la grille des programmes, les rubriques suivantes ont été retenues : « **Destination Burkina** » de 08H04 à 09H00, « **Échos franco** » de 09H00 à 10H00 et « **Cadences** » de 10H45 à 11H00, avec un flash à 08H01 et un Journal (session d'information) de 15 mn, à 10H00.

- **Le Journal** abordait à chaque session, une ou deux nouvelles nationales, ouvrait une page internationale, faisait écho des nouvelles de la 22^{ème} édition du SÉFOR, consacrait quelques minutes au sport et terminait toujours par la météo. Mais bien avant le journal, il y a le flash 3 mn maximum suivi d'une revue de presse de quelques quotidiens burkinabè.
- **Destination Burkina** qui comprend cinq (5) parties à savoir « *Burkina à la carte* » pour parler de l'art culinaire ; « *Carte postale* » pour évoquer les aspects touristiques du Burkina ; « *Les expressions francophones* » qui essaie de voir comment le français est parlé dans l'espace francophone ; « *Splendeur de chez nous* » qui donne la parole aux participants de présenter ce qu'il y a de merveilleux à découvrir dans leur pays et « *starting blog* » pour recueillir les impressions et les sentiments des participants au 22^{ème} SÉFOR. Cette sous-rubrique a consacré sa tranche du Mercredi 27 Novembre à la série « *3 visages d'Afrique* » et a eu comme invités Schola BIGARANYA, journaliste à la RTNB (Burundi), Anselme NDOPATA, Chef de Service des Programmes de la CRTV et Abou Alassane NIANG, Chef département Programmes Radio de la RTS (Sénégal). Mais bien avant les responsables suivants ont été reçus : Salaye PRAVEENA, Responsable Multimédia à la MBC (Ile Maurice), Priscillia Marie AVIZARA, Directrice de la Communication à l'ORTM Madagascar et Khalilou TOURE, Directeur de la RTS (Sénégal)
- **Échos franco** comprenait deux (2) parties. Une première partie qui consiste à écouter une émission ou des extraits d'une émission qui feront l'objet de débat dans la deuxième partie avec des acteurs bien avisés autour des problématiques soulevées dans les extraits écoutés. C'est ainsi que le premier jour le lundi 25 Novembre 2013 a été consacré aux jeunes pour débattre de leurs préoccupations et de leurs attentes. Le 26 Novembre, aux femmes et précisément à deux dames qui œuvrent dans la prise en charge et la réinsertion des femmes victimes de fistules obstétricales. Le 27 Novembre, aux anciens avec une fenêtre ouverte sur la thématique générale de la 22^{ème} édition du SÉFOR. Et pour en parler, les premiers responsables de quelques médias francophones ; notamment Freddy NZEYIMARA, Directeur

de la Radio Nationale du Burundi, Crespin LOÏC, Directeur Général de l'Office de Radio Télévision du Niger (ORTN), François GUILBEAU, Directeur du Réseau France 3 et Président du CIRTEF, Jean François RIOUX, Directeur de Radio Canada Québec et Soulémane OUEDRAOGO, Directeur Général de la Radio Télévision du Burkina (RTB)

- Le Jeudi 28 Novembre, dernier jour de Radio SÉFOR a vu aborder la problématique de la vitalité de la langue française dans le monde. Pour parler de ce thème majeur Radio SÉFOR a ouvert ses micros à Mohamed MAÏGA de l'ORTM (Mali), Nelson TAWÉ de la CRTV et Pierre BARROT de l'OIF.
- **Cadences** qui se veut un espace de détente et de divertissement, était consacré à la musique et aux jeux radiophoniques. Dans la première partie, et pour rester dans la dynamique retenue dans « Echos franco », cet espace a été réservé le premier jour à de jeunes rappeurs issus de deux groupes Duny Yam et Kylé. Le deuxième jour à des femmes artistes musiciennes en l'occurrence Safoura Delta et Maria Bissongo. Le troisième jour à deux doyens de la musique burkinabè, Joseph SALEMBERE dit Salambo et Ferdinand KABORE pour évoquer la musique burkinabè des années 60, 70. Le dernier jour le Jeudi 28 Novembre fut un numéro spécial « Cadences » consacré aux dix (10) ans de Radio SÉFOR. Autour du micro tous les encadreurs de Radio SÉFOR 2013 ainsi qu'au téléphone depuis Bruxelles Kerstin CLAEYS. Que de souvenirs partagés depuis SÉFOR 2000 à Ouagadougou où l'idée de la création de Radio SÉFOR a germé, à sa naissance effective à Bamako en 2003, en passant par Yaoundé, Niamey, Bujumbura, etc...Et c'est par le traditionnel chant consacré « JOYEUX ANNIVERSAIRE.... » que SÉFOR 2013 à Ouagadougou a refermé ses portes sous le coup de 11H00 avec l'espoir de poursuivre cette belle aventure radiophonique l'année prochaine dans un autre pays francophone.

L'équipe de Radio SÉFOR :

Conception, production, coordination : Valéry DIKOS OUMAROU (CRTV), Mathias NDAYIRAGJE (RTNB), Boubacar TOURÉ (ORTM Mali), Michaël NÉRON (Radio-Canada), Nadowo Pascal GOBA (RTB), Kerstin CLAEYS (CIRTEF)

RTB programmes : Hélène SEBOGO, Désiré YAMÉOGO, Kassazounou BONOU

RTB 2 : Rokia OUATTARA, Randolphe DAMANA, Charles SIMPORÉ

Production : Mathieu SOMDA, Clémence TUINA

Maintenance : Edmond TRAORÉ, Thomas BAYILI, Boureima COMPAORÉ

Techniciens : Saïdou Siradiou TIENDREBEOGO, Clément CONSEIBO, Harouna OUÉDRAOGO, Théodore ZONGO, Aïcha BOUNDAONE, Alou BATABASSOU, Rosalie CONGO, Souleymane BANDÉ

Bourse aux Coproductions

RADIO

La Bourse aux coproductions Radio s'est tenue sous la présidence de Ronald THEUNEN (CIRTEF) le mardi 28 novembre de 14h30 à 16h30.

À son ouverture, elle a été marquée par la présentation de la série « Trois visages d'Afrique » coproduite par le Radio-Télévision Nationale du Burundi (RTNB), la Cameroon Radio Television (CRTV) et la Radiodiffusion- Télévision du Sénégal (RTS), coproduction dont la postproduction est prévue en début d'année prochaine au CRPF de Yaoundé. A cette occasion, les coproducteurs, Schola BIGARANIA, Anselme NDOPATA et Abou Alassane NIANG, ont fait l'historique du projet qui répond à l'appel du CIRTEF lancé en février dernier dans le souci d'appuyer les organismes membres dans leurs actions de coproductions dans le domaine de la radio. Les trois ont parlé des différentes étapes du

projet en partant de l'idée de la coproduction, du choix du thème, mais aussi des difficultés rencontrées. Mais la grande interrogation était de savoir comment des producteurs que séparent terres et montagnes, qui ne se sont jamais rencontrés donc, ont pu travailler à distance et arriver à concevoir, élaborer et réaliser un projet d'une telle envergure ?

Il faut dire que toute cette magie orchestrée à distance par Kerstin CLAEYS, responsable du secteur production Radio du CIRTEF a charmé plus d'un et a suscité au cours des débats qui ont suivi, un intérêt tout à fait particulier.

Cet engouement a débouché sur une bonne quantité de proposition sur les sujets de coproductions suivants :

- La cola et sa fonction sociale (intérêt marqué par Bénin, Mali, Burkina Faso, Sénégal, Niger, Côte d'Ivoire)
- Les rites liés à la naissance des jumeaux (intérêt marqué par Madagascar, Bénin, Togo, Burundi, Cameroun, Burkina Faso)
- Les albinos (intérêt marqué par Côte d'Ivoire, Mali, Burundi, Cameroun, Burkina Faso)
- La culture et la consommation du riz (intérêt marqué par Vietnam, Madagascar, Seychelles, Mali)
- La symbolique des attributs vestimentaires dans la danse (intérêt marqué par Côte d'Ivoire, Cameroun, Mali, Congo B, Togo)
- La scarification (intérêt marqué par Bénin, Togo, Burkina Faso, Niger, Cameroun)
- La circoncision, symbolique de l'initiation (intérêt marqué par Bénin, Mali, Africa n°1)
- Les effets du climat sur les sources d'eau (intérêt marqué par Vietnam, Madagascar, Seychelles, Comores, Ile Maurice, Togo)
- La femme et la terre en Afrique (Bénin, Togo, Madagascar, Burundi, Burkina Faso)
- Les proverbes (intérêt marqué par Burkina Faso)

Les intéressés se sont donné rendez-vous à la fin du SÉFOR pour échanger sur les thèmes retenus dans le but d'aboutir à l'élaboration de ces projets communs. Le CIRTEF sera tenu informé de l'évolution des concertations.

TÉLÉVISION

La session consacrée à la bourse aux coproductions du SÉFOR 2013 s'est tenue de 14h30 à 16h30 le mardi 26 novembre sous la présidence de madame Chantal Bernheim de la RTS (Radio-télévision suisse).

L'ordre du jour portait sur deux panels, un débat général et des propositions.

Le premier panel animé par l'INA, l'OIF et l'ORTN s'est penché sur les coproductions à base d'archives qui sont en cours, avec une mutualisation des documents des organismes membres et des productions soutenues par le fonds.

L'exposé s'est refermé sur une présentation succincte du programme AIMÉ et de ses potentialités. Les réalisateurs présents dans la salle ont salué l'initiative. Le représentant de la cinémathèque de Ouagadougou a regretté n'avoir pas été sollicité pour le projet.

Le deuxième panel de cette session a porté sur la coproduction internationale sur le Chemin de fer en Afrique de l'ouest, initiée par le CIRTEF et menée par des réalisateurs de 5 organismes membres (RTS-Sénégal, ORTM-Mali, ORTN, RTI, RTB). L'occasion a été donnée aux réalisateurs d'expliquer la philosophie et la démarche adoptée lors d'une première réunion.

Il en ressort que ce projet permettra d'aboutir sur un documentaire unitaire de 90' dont le titre provisoire est : « *Chemin de fer en Afrique de l'ouest : entre histoire et espoir* ». La réalisation sera assurée par les 5 réalisateurs des organismes participants et la production étalée sur une année. Au moins la maquette sera présentée au prochain SÉFOR.

Les participants au panel ont salué cette première expérience de coproduction internationale pilotée par CIRTEF.

Mais des inquiétudes liées au nombre de réalisateurs, au traitement, aux défis de collaboration entre plusieurs organismes, à la diffusion et au choix du format 90', au délai relativement court d'exécution du projet ont été exprimées.

L'ORTB séance tenante a marqué son intérêt pour le sujet retenu, et exprimé son souhait de participer à cette première expérience de coproduction internationale des membres du CIRTEF.

À la fin de la session les réalisateurs ont présenté au CIRTEF leurs résolutions qui se résument comme suit :

- Que la coordination soit assurée par Mahamane Souleymane de l'ORTN
- Que la phase de recherche documentaire soit entamée juste après le SÉFOR
- Que des démarches soient prévues auprès de l'INA pour l'accès à des images d'archives sur le chemin de fer en Afrique de l'Ouest
- Qu'une correspondance officielle du CIRTEF parvienne dans les meilleurs délais aux organismes pour les impliquer ;
- Qu'une réunion des réalisateurs soit envisagée en fin janvier afin de finaliser le scénario.

Le chronogramme établi prévoit :

- le repérage en décembre, janvier,
- l'écriture en fin janvier début février,
- le tournage en mars avril,
- le maquettage en juin, juillet,-
- la postproduction en septembre, octobre.

L'annonce d'un PAD au prochain SÉFOR en novembre 2014, serait un objectif à atteindre.

Ils ont pris bonne note de l'absence du réalisateur de l'ORTM et son remplacement par son organisme.

L'idée d'une coproduction internationale sur les anciens combattants (tirailleurs sénégalais) a aussi été lancée et le CIRTEF encouragé à consulter ses membres en vue d'une manifestation d'intérêt.

Communication de Ousmane Laouali, Chef du Service Informatique (ORTN) «*Système AIMÉ : le bilan*»

AIMÉ, pour « Archivage Interactif MultiMedia Évolutif » est un logiciel développé et mis en place grâce au CIRTEF et l'OIF avec la contribution de l'INA.

AIMÉ a pour but de gérer les archives radiophoniques et télévisuelles des membres du CIRTEF qui le souhaitent en facilitant l'échange et la réutilisation de ces documents et de leurs données documentaires, et en garantissant la pérennité de ces archives, le tout de manière économique.

Le matériel livré avec AIMÉ se compose du matériel de numérisation et d'indexation.

La numérisation consiste à la transformation des médias analogiques en médias numériques.

La numérisation se décompose en deux phases, l'acquisition et l'encodage.

L'acquisition consiste à transformer la bande en un fichier numérique de qualité équivalente. Ce fichier numérique, appelé essence, sera conservé sur un support de stockage après l'indexation, il est l'archive principale.

Une fois l'acquisition terminée, nous devons obtenir un fichier bas débit, appelé sélectionnel, qui nous servira d'une part à indexer l'émission, et d'autre part à consulter les émissions à partir d'ordinateurs.

L'indexation est l'étape qui vient après la numérisation et se compose des étapes suivantes :

- L'étiquetage
- L'indexation
- La gravure (export)
- L'import des archives

L'étiquetage consiste à déclarer une nouvelle émission dans la base AIMÉ.

C'est la dernière tâche technique avant qu'un documentaliste ne l'indexe.

L'indexation est l'étape qui consiste à décomposer l'émission en sujet et séquence. Au cours de cette étape, le documentaliste doit donner une description précise des thèmes, acteurs et contributeurs de l'émission pour permettre de comprendre tous les sujets traités dans l'émission. L'ensemble des informations liées à l'émission constitue les métadonnées et sont stockées dans la base de données, et facilite la recherche.

AIMÉ se compose d'une architecture client-serveur

Machine serveur

La machine serveur utilisé pour le fonctionnement de l'application d'indexation doit permettre le fonctionnement simultanément des applications suivantes :

- Tomcat
- Apache
- Mysql

La configuration à choisir est celle d'un serveur, dans ce cas il est important de disposer d'une machine robuste et rapide.

Machines Clients

Les machines client doivent permettre la consultation des enregistrements réalisés, ainsi que l'indexation des vidéos enregistrées par la plate-forme de numérisation. Ces vidéos sont accessibles sur le réseau par le biais d'un navigateur internet tel qu'Internet Explorer ou Mozilla Firefox.

Déploiement AIMÉ :

Les opérations d'installation du système AIMÉ et/ou de formation ont été menées dans les 22 pays suivants : Bénin, Burkina Faso, Burundi, Cameroun, RCA, Côte d'Ivoire, RDC, Djibouti, Gabon, Guinée, Haïti, Madagascar, Mali, Maroc, Maurice, Mauritanie, Niger, Sénégal, Togo, Tunisie, Liban, Vietnam.

Cinq télévisions ACP membres du CIRTEF n'ont pas encore été équipées (Comores, Rwanda, Seychelles, Tchad et Vanuatu).

La première version de AIMÉ a été installée en 2004 mais la plus part des pays ont reçu AIMÉ en 2006. Aujourd'hui la version utilisée est AIMÉ version 3.2.2

Plan de sauvegarde des archives :

Méthodologie

- Trier les archives à conserver
- Définir la priorité pour ces archives par rapport à leur support ou leur contenu

1	Restauration & Contrôle de Qualité	Nettoyer les supports appliquer les techniques de restaurations pour récupérer la meilleure qualité d'image et de son
2.	numérisation-	Numérisation des contenus
3	Indexation	Indexation des émissions
4.	Sauvegarde	Sauvegarde des émissions indexées sur des supports fiables et

Les ressources techniques, humaines et durée

L'effort et le temps dont on aurait besoin pour compléter le traitement d'une heure d'émission dans chacune des étapes mentionnées ci-dessus est comme suit:

Processus	Temps pour compléter processus	responsables	Besoins
1. numérisation 2. Indexation 3. Sauvegarde	3 X durée de programme	documentalistes	Lecteurs + serveur de numérisation
			Poste d'indexation
			Serveur de stockage + système de sauvegarde

Temps total pour traiter une heure de programme = 3 h.

Si nous partons sur la base de 30.000 heures d'archives, le temps et le personnel requis pour compléter 30.000 heures d'archives audiovisuelles est résumé dans le tableau qui suit :

3 personnes qui travaillent et arrivent à archiver 6 heures par jour, avec une équipe de 12 personnes nous pourrions aller à 24 heures par jour.

Nombres de personnels par jour		temps pour compléter le processus ((30 000 hrs d'archives)
Processus	Total	
1 personne	1	+ de 50 ans
3 personnes	3	+ de 15 ans
12 personnes	12	5 ans

De cette situation nous pourrions conclure que le travail de récupération des archives nécessite beaucoup de ressources humaines.

Il y a aussi nécessité de prioriser la numérisation des archives en fonction des enjeux nationaux, en donnant la priorité aux productions locales.

Bilan à mi-parcours :

Pays	Année Installat-AIME	Archives Vidéo analogiques	Archives audio analogiques	Archives Vidéo numérisées	Archives Audio numérisées	Archives Indexées AIME	Connexion internet	Plan sauvegarde	Matériel disponible	Nbre Total d'agents
Bénin	Avril 2006	20580H		16261H		315h	1 Mo	oui	-1 DVCAM -1 Betacam -1 Umatic	02
Burkina Faso	2006	75000h	250 000 h	1750h	776 h	80h	non	non	3 PC 4 disques durs 1 dat	04
Burundi	2007	12100		7500			non	non	-1 DVCAM -1 betacam -2 serveurs	04
Cameroun	Juillet 2007	35000h		150h		1610h	256 k	oui	-1 dvcam -1 Betacam -2 serveurs -5 pc	03
Côte D'Ivoire	Mai 2012	30 000 h	3600 h	1500h	150h	-bug	10Mbit	oui	-2 serveurs -1 pc -1 Umatic -1 Nas 5 TO	02
Djibouti	Avril 2006	17970 h	3000h	300h	6500 h		oui	non	-1 Umatic -1 serveur -2 PC 2 disques durs	07
Guinée Conakry	2008	16716 h	22382 h	1542 h	3057 h	40 h	non	non	-2 serveurs -2 magnétos	10

SEFOR 2013

Pays	Année Installat-AIME	Archives Vidéo analogiques	Archives audio analogiques	Archive Vidéo numérisées	Archives Audio numérisées	Archives indexées	Connexion internet	Plan sauvegarde	Matériel disponible	Nbre Total d'agents
Mali	2006	80 000 h	100 000 h	200 h	10 h	200 h	08 Mbit	non	-1 Serveur -2 Umatic -2 betacam -2 pc	03
Niger	Février 2006	35000 h	30000h	12 000 h	200h	3000h	04 mbit	oui	-2 serveurs -1 Umatic -3 Betacam -2 Dvcam -2 PC -35 Disques durs -30 bandes LTO -2 télé cinéma	03
RD Congo	2011	17500 h	2500h	6000 h	500 h	1000 h	128 kbit	oui	-2 serveurs -6 Pc	25
Rép du Congo	2012			1200 h	500 h	300 h		Non	-3 Serveurs	04
Sénégal	2005	22500 h	15000 h		50h	20h	5 Mbit		-2 serveurs -2 Pc	04
Togo	2008	9000h		1620 h		360 h	1 Mbit	non	-2 serveurs	02

Sur les 13 pays interrogés dans le mois de novembre 2013, par rapport à la numérisation et l'indexation nous avons :

-371.366 heures d'archives vidéo analogiques qui attendent la numérisation.

Ces archives sont stockées sur différents formats à savoir :

- Bétacam
- Umatic Secam ou Pal
- Dvcam
- Dvcpro
- Vhs
- Film 19mm

-50.023 heures d'archives numérisées soit 13,47% des archives vidéo analogiques.

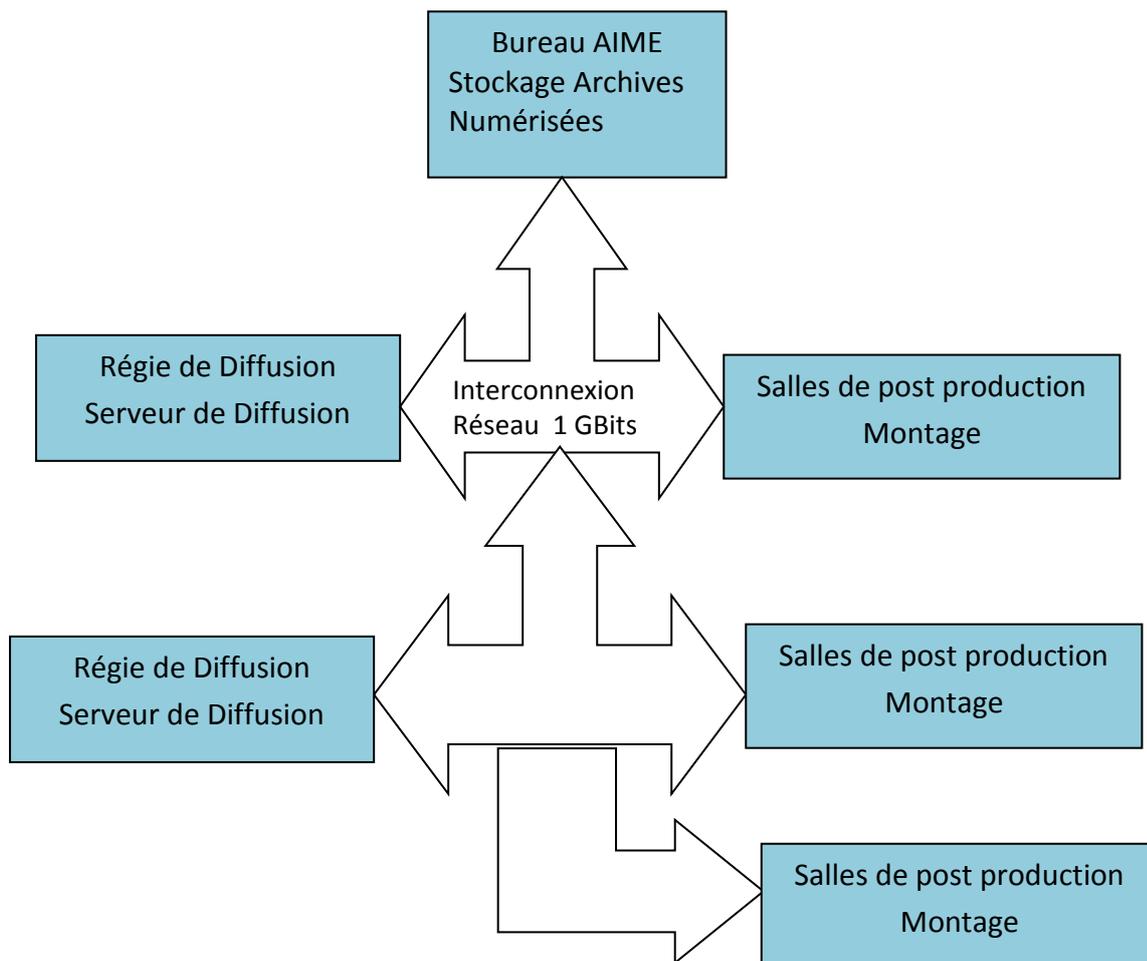
-6.925 heures d'archives indexées avec AIMÉ.

Beaucoup de pays ont priorisé la numérisation par rapport à l'indexation qui peut se faire à tout moment contrairement à la numérisation qui n'attend pas.

Aussi la version AIMÉ 4 est attendue pour apporter quelques corrections aux anomalies constatées avec la version 3.

Le manque de certaines machines (Umatic, Betacam) qui deviennent rares sur le marché a freiné considérablement l'avancé de beaucoup de pays par rapport à la numérisation.

Schéma de réutilisation des archives numérisées (exemple du Niger).



Le Bureau AIMÉ qui numérise les archives courantes et anciennes se charge d'alimenter les serveurs de diffusion des 2 chaînes de télévisions en coordination avec le service des programmes. Les archives sont stockées sur disque ou bande magnétique LTO et sont accessibles en mode fichier.

Les conditions de stockage des archives contribuent souvent à la dégradation des archives à savoir le manque de la climatisation et dans certains pays, la moisissure due à l'humidité dans les pays côtiers.

Conclusion :

La numérisation des archives dans les pays ACP a véritablement commencé avec l'installation du système AIMÉ. Les différents pays concernés doivent accompagner l'effort fournis par le CIRTEF en mettant les moyens financiers et humains pour aboutir à un résultat positif.

Une centralisation des archives à l'image de certains pays du Maghreb est indispensable pour faciliter les échanges d'une part et d'autre part éviter le risque de perte de données comme certains pays ont déjà été victimes.

Pour aboutir à la mise en réseau des différents centres une connexion internet adéquate est indispensable.

Pour une meilleure coordination des travaux une équipe d'informaticiens doit être adjointe aux documentalistes pour la bonne marche du système.

Une solution doit être trouvée par rapport au manque de support de lecture des cassettes Umatic et betacam et aussi numériser toutes ces archives dans les 5 ans à venir au risque de perdre ce patrimoine qui a déjà souffert.

Communication de Pierre Barrot, spécialiste de programme chargé de l'audiovisuel et de la promotion de l'image (OIF)

«Capital numérique : un projet de renaissance du patrimoine audiovisuel africain»

Grâce à un cofinancement de 500 000 euros du Secrétariat des ACP, l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF) lance un projet voué à la renaissance du patrimoine audiovisuel d'Afrique francophone, avec le CIRTEF, l'INA, l'UEMOA, l'Institut Imagine, les diffuseurs Côte Ouest et Africafilms.tv/Mobiciné et la Bibliothèque nationale de France.

Le projet « Capital numérique », qui démarrera en 2014 grâce à des financements du Secrétariat des ACP, de l'OIF et de l'UEMOA comprendra trois volets :

- **La remise en circulation de certaines d'œuvres numérisées par la Bibliothèque Nationale de France.** Il s'agit d'œuvres soutenues par le Fonds francophone de production audiovisuelle du Sud depuis 25 ans. Beaucoup de ces œuvres étaient devenues indisponibles, faute de copie numérique. Dans la perspective d'une remise en circulation de ces œuvres, les détenteurs des droits se verront proposer la signature de contrats avec des distributeurs. La société Côte Ouest Audiovisuel, premier fournisseur de programmes d'Afrique francophone assurera la promotion des œuvres auprès des chaînes de télévision. Les droits seront également exploités par la société sénégalaise Soon, à la fois pour le portail de vidéo à la demande Africafilms.tv et le réseau de projections publiques Mobiciné.
- **La mise en place d'un cadre juridique propice à la sauvegarde du patrimoine audiovisuel.** Dans cette perspective, le projet permettra de soutenir le plan d'action de l'UEMOA (Union Économique et Monétaire Ouest-Africaine), qui doit permettre à la fois d'harmoniser les législations sur le droit d'auteur dans les huit États membres et d'adopter une directive

instaurant le dépôt légal audiovisuel. Pour cela, l'institut National de l'Audiovisuel (français) apportera son expertise à l'UEMOA. Ce volet du programme comportera également un appui à l'Institut Imagine de Ouagadougou, dont le pôle Archives audiovisuelles sera renforcé, ce qui permettra, à terme le « rapatriement » et la consultation sur place d'une partie des œuvres numérisées par la BNF, qui apportera également son expertise à cette occasion.

- **Enfin, un troisième volet concerne la sauvegarde des archives des télévisions nationales.** Dans vingt pays (dix-neuf pays d'Afrique sub-saharienne et Haïti), les télévisions nationales ont été équipées au cours de la décennie écoulée de matériel et d'un logiciel de numérisation et d'indexation appelé AIME (Archivage interactif multimédia évolutif), mis au point par le CIRTEF (Conseil International des Radios et Télévisions d'Expression Française) avec l'appui technique de l'INA. L'une des télévisions africaines les plus avancées en matière d'archivage est celle du Niger, qui est parvenue à numériser à ce jour 11 000 heures d'images, dont 3000 ont déjà été indexées. Beaucoup de pays sont loin d'atteindre ce stade, faute de prise de conscience de la ressource que constituent les archives. Afin de donner plus de valeur au fonds des différents pays, le projet « Capital numérique » va permettre la mise en place d'un site baptisé « Archibald » assurant une mise en réseau des fonds d'archives des vingt pays concernés. La possibilité de consulter les archives d'autres pays d'Afrique ou des Caraïbes débouchera sur des échanges et des perspectives accrues de valorisation des images. Deux séries de programmes à base d'archives feront l'objet de coproductions entre télévision. La série de capsules « Flashback » sera la vitrine quotidienne du programme. Chaque jour, un élément de quelques minutes évoquant une page de l'histoire politique, économique, sociale, culturelle ou sportive du continent africain sera proposé aux téléspectateurs sous une forme dynamique et attractive. La production de cette série de programmes courts, orchestrée par le CIRTEF, servira de banc d'essai à un programme plus ambitieux consistant à développer la production de documentaires à base d'archives. Des formations de journalistes et de réalisateurs et des ateliers d'écriture encadrés par l'INA et le CIRTEF permettront d'aboutir à une série panafricaine intitulée « Mémoire vive ».

La soudaine réapparition de programmes anciens, ajoutée à la multiplication des œuvres à base d'archives pourrait être perçue comme une menace pour les nouvelles productions et notamment celles proposées par les producteurs indépendants, qui peinent parfois à trouver acquéreurs pour leurs œuvres. Loin de menacer les producteurs, le projet « Capital numérique » devrait, au contraire, contribuer à leur ouvrir de nouveaux espaces. En effet, le secteur audiovisuel en Afrique francophone ne souffre pas d'un excès de programmes mais plutôt d'une pénurie. Augmentez l'offre et vous verrez la demande se développer. Utopie ? Assurément non !

Prenons l'exemple d'un directeur des programmes d'une chaîne de télévision qui aurait le souci de satisfaire son public, friand d'histoires et de personnages proches de ses réalités quotidiennes. Si ce directeur des programmes souhaite remplacer une telenovela brésilienne de 300 épisodes par des fictions d'Afrique francophone, il lui faudra programmer cinq, six ou dix séries différentes, les feuilletons d'Afrique francophone dépassant très rarement le cap des cinquante épisodes. Africaniser le rendez-vous fiction quotidien, dans ces conditions, c'est prendre un énorme risque : notre directeur des programmes sera inévitablement amené à programmer des séries en cours de production. Il est probable, dans ces conditions, qu'il finisse le bec dans l'eau, les épisodes programmés n'étant pas livrés à temps suite aux aléas de telle ou telle production. Face à ce risque, notre directeur des programmes a toutes les raisons de renoncer.

Mais s'il sait qu'il peut compter sur un « stock-tampon » d'œuvres qui avaient disparu mais qui redeviennent disponibles grâce à la numérisation, notre directeur des programmes n'hésitera plus. Il sait que « *Kadi Jolie* », « *A nous la vie* » ou « *Taxi Brousse* » ont fait leurs preuves. Le public adulte s'en souvient et en a gardé la nostalgie. Le public plus jeune pourra aussi être conquis par ces œuvres, dont la qualité surpasse celle de beaucoup de feuilletons récents car elles ont été créées à une époque où des professionnels venus du cinéma s'investissaient dans la production audiovisuelle, ce qui est devenu plus rare aujourd'hui.

Si le même directeur des programmes souhaite créer une case documentaire hebdomadaire, avec les nouvelles œuvres mises sur le marché ces dernières années, il court le risque de ne pas pouvoir l'alimenter une semaine sur deux, faute d'œuvres adaptées à sa ligne éditoriale ou à ses exigences techniques ou artistiques. En revanche, s'il peut aussi piocher dans un catalogue d'œuvres produites depuis dix ou quinze ans, il lui sera plus facile de pérenniser cette nouvelle case et il hésitera moins à sauter le pas.

Enfin, il est un genre particulièrement rare en Afrique francophone : le téléfilm. Inaugurer une case « téléfilm » dans une grille de programmes est aujourd'hui suicidaire en Afrique francophone, étant donné la faiblesse de la production. Pourtant, le public est friand de ce type de fiction, tout simplement parce que les Nigériens ont imposé le format « film vidéo », qui fait fureur partout en Afrique (Nollywood s'est imposé dans toute l'Afrique noire, y compris en Afrique francophone). Sur les dix dernières années, les auteurs de films de fiction d'Afrique francophone pouvant se targuer d'un succès populaire se comptent sur les doigts des deux mains : **Boubakar Diallo, Kollo Sanou, Michael Kamuanga, Missa Hébié, Abdoulaye Dao, Fanta Regina Nacro, Appoline Traoré, Owell Brown** (les oubliés sont invités à se manifester et à accepter nos excuses). Impossible de proposer un rendez-vous fiction hebdomadaire à des téléspectateurs sans « rafler » toute la production de ces auteurs.

Pour tenir le rythme, il faudra même remonter jusqu'aux années 90 et piocher dans la production cinématographique, riche de cinéastes populaires comme **Henri Duparc** ou **Cheik Doukouré**. Aujourd'hui, faute de la moindre case ad hoc dans les grilles de programmes, très peu de producteurs s'aventurent dans la production de téléfilms. Si demain la disponibilité de catalogues remontant aux années 90 permet de créer et d'alimenter ce type de case, la production pourrait en être stimulée. Remettre de bons vieux programmes sur le marché, un risque pour les producteurs d'aujourd'hui ? Certainement pas ! Pas besoin d'être passéiste pour admettre qu'abondance de bien ne nuit pas.

Formations Radio, Télévision et Web au profit de la RTNB

Rapport sur la formation JRI

La formation s'est déroulée du 25.11 au 29.11.2013.

On peut la décomposer en trois périodes distinctes.

Lundi matin au mardi midi :	formation théorique
Mardi après-midi au mercredi :	prise en main de la caméra, formation pratique
Jeudi au vendredi :	tournages et analyse critique images / sons

Ce découpage n'était pas choisi au départ, mais les conditions matérielles du stage l'ont imposé. En effet, le lundi matin, aucune unité de tournage (caméra, pied caméra, microphone) n'étant à disposition, j'ai décidé de commencer par exposer les notions de base (optique, photométrie et colorimétrie) nécessaires à la compréhension de la prise de vue.

Lundi. Étude de notions techniques : optique, colorimétrie et luminance

Mardi. Définition de la notion de « plan » : cadrage, différents types de plans, mouvements caméra, séquence comme écriture image.

Mardi / Mercredi. Applications pratiques : la mise au point, le diaphragme, la balance des blancs, utilisation du trépied, la prise de son pour l'interview et exercices pratiques en extérieur.

Jeudi / Vendredi. Tournages suivi de derushages critiques

- Le marché de Ouaga
- Portrait d'un petit cireur de chaussures avec interview
- Portrait d'un manucure et pédicure ambulante avec interview
- Un fabricant de chariot avec interview

Au regard de la semaine écoulée, plusieurs points auraient pu être améliorés.

Avec Monsieur Roland ILBOUDO, Directeur Général Adjoint Technologies de la RTB, nous avons constaté :

- qu'une préparation en amont aurait été souhaitable : matériel à disposition dès le premier jour du stage. Cela aurait permis d'être moins abstrait dans les notions théoriques,
- que le matériel étant limité, il aurait été plus efficace de faire venir les stagiaires de régions avec leur propre unité de tournage.

Par ailleurs, j'ai pu noter :

- la présence importante des stagiaires (14) rapporté au matériel de tournage utilisable (2 caméras) n'a pas permis un apprentissage plus personnalisé,
- la baisse d'attention des stagiaires au-delà de 16 h, ce qui s'explique par leur présence sur le site dès 8h du matin. En rajoutant une journée sur la période de stage (samedi) on diminuerait l'amplitude horaire de la journée.
- Un stage de montage pour les JRI serait aussi envisageable, pour leur donner une plus grande autonomie, mais certains des journalistes présents avaient des connaissances déjà affirmées dans ce domaine.

Dans l'ensemble, la plupart des stagiaires n'avait de connaissance pratique de la caméra. En fin de stage, ils étaient capables de découper une séquence en différents plans tout en respectant les contraintes techniques. Je leur ai vivement conseillé de continuer à pratiquer la caméra dès la semaine suivante pour consolider les connaissances acquises.

Stagiaires : Siriki MILLOGO, Christophe DA, Dramane DADIAN, Jean-François DABIRE, Yacouba BAGAYIRI, Francis TIEN B., Jacques Lamissa TARPAGA, Marcel Amadou TO, Kassoum SORI, Gérard SOME, Vincent KIENDREBEOGO, Bienvenue MEDAH B.I.D., Moussa KI, Mahamadou BA.

Georges MINANGOY

France Télévisions

Rapport sur la formation Prise de son et montage audionumérique

Contexte

En parallèle au SÉFOR 2013 à Ouagadougou, le CIRTEF a organisé une série de formations à la RTB (Radiodiffusion-Télévision du Burkina Faso). Trois formations ont été dispensées en télévision et une formation en radio. Cette formation s'est tenue du 22 au 28 novembre 2013.

Le thème en était « Prise de son et montage audionumérique », avec une volonté de s'attarder sur le côté pratique de l'utilisation du numérique dans le quotidien de la radio, à travers les outils disponibles sur place (logiciels de montage et de diffusion Nétia, matériel de reportage et de studio). Principale difficulté avant le départ, nous disposions de peu d'informations à propos des stagiaires eux-mêmes (nombre, fonction, connaissances), et à propos du matériel utilisé. Il était donc évident que la formation allait se préciser une fois arrivé sur place, quand un contact direct serait établi.

Dans ce contexte, et sur base de mes expériences précédentes, j'ai préparé un grand nombre de modules, sur une série de thèmes qui sortaient largement du thème de base, prise de son et audionumérique, ce afin d'être prêt à répondre à tout questionnement des stagiaires concernant le son, numérique ou pas.

Mon idée de base était d'alterner les séances d'utilisation pratique de leur matériel avec des séances où nous aborderions une théorie simplifiée. Pour les parties théoriques, je partirais sur une base de questions-réponses afin d'évaluer les connaissances, avant de développer la théorie. Pour la partie pratique, je commencerais par une courte démonstration avant de laisser la place aux stagiaires pour un exercice pratique correspondant à leur méthode de travail, chacun à son tour.

Quelques jours avant le départ, j'ai appris que quinze stagiaires participeraient, sans aucune précision de leurs fonctions au sein de la RTB. J'ai demandé à réduire ce nombre, une dizaine me semblant un maximum pour une formation efficace. J'ai également demandé à la direction d'obtenir un local dans lequel se trouveraient plusieurs postes de montage Nétia équipés de haut-parleurs. À cette occasion, j'ai appris que la RTB est équipée de 13 postes Nétia en version 7.5 (ancienne version), mis en réseau autour de trois serveurs. Il me fut également précisé que certains postes étaient en panne, terrassés par des virus. Il était clair que la remise en service de ces ordinateurs serait un défi parallèle à la formation elle-même.

Déroulement de la formation

Prise de contact à la RTB -le 21/11/2013

Durant la matinée, un premier contact fût pris avec M. Christian ZONGO, conseiller du DG de la RTB et M. Roland ILBOUDO, DGA (directeur technique) de la RTB. Dans un deuxième temps, nous avons rencontré Mme Alimata FARTA, directrice de la radio, étaient également présents M. Roland ILBOUDO et M. Abdoul Salam OUEDRAOGO, responsable technique à Radio Burkina. Durant ces entrevues, nous avons pu mettre au point les modalités pratiques :

- mise à disposition d'un local (avec un seul poste de montage Nétia malheureusement, mais il était impossible de priver la production de postes supplémentaires).
- nombre de stagiaires, leur nombre avait été réduit à 9 (tous techniciens, 4 stagiaires travaillant à Ouagadougou pour Radio Burkina, 5 stagiaires venant des régions et travaillant pour RTB2).
- matériel supplémentaire nécessaire (haut-parleur, enregistreur de reportage et micros utilisés sur place).
- Étant donné que les agents des régions n'arrivaient à Ouagadougou que le dimanche 25, nous avons décidé ensemble de scinder le groupe en deux : première formation avec les 4 Ouagalais, les vendredi 22/11, samedi 23/11 et lundi 25/11, deuxième formation du mardi 26/11 au jeudi 28/11 pour les autres.

Premier groupe - du 22/11 au 25/11

Le groupe était constitué de 4 jeunes techniciens : Ousmane OUEDRAOGO, Christophe YAMEGO, Amour YAMEGO et Romain BOUDA. Tous les quatre ont suivi une formation initiale dans l'enseignement supérieur à l'ISTIC (Institut des sciences et techniques de l'information et de la communication), sont habitués à l'informatique et utilisent le logiciel Nétia au quotidien. En discutant avec eux, le groupe m'a semblé homogène, j'ai senti chez eux un réel intérêt pour le son et le travail de radio. Leurs études leur ont apporté des connaissances de bases, plutôt théoriques que pratiques.

J'ai décidé d'axer la plus grande partie de la formation sur la prise de son et la résolution de problèmes pratiques rencontrés au quotidien. Pour la partie audionumérique, étant donné leur bonne maîtrise du logiciel Nétia, j'ai prévu un module « trucs et astuces du logiciel Nétia ».

J'ai donc commencé la formation par les modules suivants :

- **Le son aérien**

Définition du son, onde sonore, fréquence, amplitude, réverbération, écoute de différentes fréquences, écho naturel, notions d'acoustique.

L'objectif est de comprendre de quoi nous parlons, de tenter de dégager un langage commun, de donner des repères, d'évoquer les problèmes liés aux phénomènes acoustiques.

- **Le microphone**

Le deuxième sujet abordé découle du premier, c'est la première étape où intervient le technicien son, la transformation du son aérien en un signal électrique, qui se fait à travers le microphone.

Transducteur, principe de base du microphone, différents types de microphones (dynamique et électrostatique), directivité (omnidirectionnel, cardioïde, hyper-cardioïde, fusil), effet de proximité, choisir son micro en fonction des circonstances, plosives, sifflantes. Cette partie théorique a été complétée par des tests de divers micros parmi lesquels des micros prêtés par la RTBF.

- **L'audio numérique**

Pourquoi numériser, échantillonnage, fréquence d'échantillonnage, quantification, bits, saturation numérique versus saturation analogique, formats numériques, différence entre format linéaire et format compressé, qualité du mp3, effet de masque (caractéristique de l'oreille exploitée dans la compression mp3) avec exemple sonore, quand travailler en mp3/quand travailler en linéaire, mise en évidence des défauts liés à la compression en mp3 par des exemples (une série de passages de wav à mp3 et inversement).

- **Cas concret**

Durant ces trois modules, nous avons beaucoup discuté des problèmes pratiques rencontrés dans le travail quotidien, en analysant la cause des problèmes et en essayant de trouver ensemble une réponse à chacun d'entre eux. Exemple : les problèmes liés au local de prise de son ou à l'ambiance sonore, les « pops », les sifflantes, les bruits de vent et de manipulation, etc.

Lors des discussions, les stagiaires ont beaucoup insisté pour que nous analysions ensemble un cas pratique délicat auquel ils sont souvent confrontés : un enregistrement d'une émission en public avec petite sonorisation. Nous avons donc passé une demi-journée à monter le matériel utilisé et décortiquer ensemble les fonctions de la table de mixage qui est mise à leur disposition pour ces captations d'émissions et à chercher comment améliorer la qualité de ce qui sera enregistré ainsi que la qualité du Public Adress.

Trucs et astuces Nétia

Nous avons passé en revue toute une série d'astuces qu'on trouve dans Nétia, mais qui ne sont pas forcément visible directement, telles que les raccourcis clavier, des astuces pour chercher plus vite un son dans la base de données, etc. L'objectif étant d'être plus performant, plus rapide dans l'utilisation du logiciel, sans pour autant diminuer la qualité du travail.

Deuxième groupe - du 26/11 au 28/11

Petite surprise pour démarrer la formation avec ce groupe, une seule personne était présente à l'heure convenue. Finalement, deux autres personnes arriveront par la suite, mais des cinq stagiaires annoncés, trois seulement furent présents. Et sur les trois présents, un seul fut vraiment assidu, les deux autres adaptant les horaires à leur convenance. Le groupe était constitué de : Alexis OUEDRAOGO (qui fut donc le seul des 5 à être présent de manière assidue), Dramane TABORE et Fousséni TRABORE (présent de fait moins de la moitié du temps, au point que j'ai renoncé à lui donner son attestation de participation).

Ce deuxième groupe n'avait aucune expérience du logiciel Nétia. J'ai donc axé la formation sur l'utilisation de Nétia. Ce qui en pratique ne fut pas aisé, puisque nous ne disposions qu'un d'un seul poste de montage pour trois personnes.

- **Programme suivi**

Présentation générale des outils Nétia utilisés à la RTB (radio-assist et Air DDO), avantages, inconvénients et particularités du système par rapport à d'autres systèmes.

Ensuite, nous avons passé en revue les différentes fonctionnalités de Nétia avec exercice pratique pour chaque étape (enregistrement, base de données, montage, import, multipiste, export).

Les moments de tête à tête avec Alexis OUEDRAOGO furent mis à profit pour parler rapidement du son aérien et des microphones (voir premier groupe), discuter des problèmes rencontrés au quotidien, et visiter les installations de RTB2 Centre afin d'avoir accès à une table de mixage et en revoir les fonctionnalités en détails.

Les « à côtés » de la formation

En parallèle à cette formation, nous avons tenté de ressusciter quatre ordinateurs équipés de Nétia qui étaient à l'arrêt depuis quelques temps, terrassés par des virus informatiques. La maintenance informatique a travaillé d'arrache-pied, épaulée par Marc BAWOL, de la firme Nétia, présente à Ouaga 2000 dans le cadre du SÉFOR, malheureusement sans résultat. Mais une impulsion fut donnée, qui je l'espère finira par porter ses fruits.

Conclusion

Deux choses m'ont marqué lors de cette formation :

Premièrement, nous avions là 5 personnes (si on exclut ceux qui n'ont suivi que partiellement la formation) jeunes, motivées, ayant étudié les techniques du son, soucieuses du travail bien fait, sensibles au domaine sonore, maîtrisant assez bien l'outil informatique, échangeant beaucoup entre eux ou avec moi, désireux de partager leurs connaissances,... Ces personnes ne travaillent pas à la radio par hasard, il y a chez eux une réelle passion pour ce métier. Et cette passion a dynamisé la formation, lui insufflant un rythme rapide et efficace.

J'ai senti chez eux un grand potentiel. Mais intérêt et dynamisme ne font pas tout. J'ai le sentiment que leur formation initiale fut purement théorique, aucune pratique ne leur permettant de fixer des cas concrets sur la théorie abordée. Durant leur carrière, même problème : le matériel auquel ils ont accès est très limité, il n'y a personne pour leur donner d'explication sur le nouveau matériel afin de l'exploiter au mieux. En clair, ils se rendent compte des problèmes qu'ils ont mais sont dépourvus des armes nécessaires pour pouvoir les identifier et/ou les solutionner.

Deuxièmement, j'ai constaté un grand contraste entre le premier groupe et le deuxième groupe. Premier groupe toujours au complet et motivé, deuxième groupe jamais au complet et montrant un intérêt limité. Quelles en sont les raisons ?

Pour moi, les premiers stagiaires ont reçu une formation au sein de leurs locaux, sur leur matériel, sur leur logiciel, en partant de cas concrets que j'ai moi-même pu éventuellement observer. Pour les stagiaires, il est aisé de voir l'intérêt de suivre une telle formation s'ils se projettent dans le futur : je pourrais être plus performant, plus rapide, on pourra faire appel à moi pour des travaux plus délicats, on aura de moi une image meilleure, celle d'un spécialiste, d'une personne ressource. De plus, le groupe était soudé, ils représentent la jeune génération, ensemble, ils veulent faire bouger les choses.

On le sait, le second groupe est issu des régions, ils travaillent pour une nouvelle structure, la RTB2. On leur demande de travailler autant pour la radio que pour la télévision. Ils ne possèdent pas de système Nétia (il est prévu de les en équiper). Ils sont venus suivre une formation dans des locaux

qui ne sont pas les leurs, sur du matériel qui n'est pas celui auquel ils sont habitués (en grande partie). Ils ne se connaissent pas. Il est donc difficile pour eux de se projeter dans l'avenir et de voir quel est l'apport de la formation qu'ils ont reçue. Leur préoccupation, leur défi pour l'avenir passe plutôt par l'image (apprendre à se servir d'une caméra, faire du montage), ce qui est totalement nouveau pour eux.

Ce contraste entre les deux groupes nous montre à quel point le choix des stagiaires est primordial quant à la réussite d'une formation.

Troisièmement, en 2000, j'ai pu donner une formation à la RTB. Treize ans plus tard, je suis frappé par le développement de l'informatique : chaque local est équipé d'au moins un ordinateur. Plusieurs stagiaires sont équipés d'un ordinateur portable personnel. Le mouvement est lancé, on peut dire sans se tromper que ce n'est que le début d'une révolution. C'est une bonne chose, l'informatique est là pour nous aider, rendre les tâches plus simples, plus accessibles, etc.

Et pourtant, dans la pratique, ce n'est pas toujours le cas : les ordinateurs sont infestés de virus, tombent en panne, et parfois finissent délaissés dans un coin. J'ai pu discuter de ce problème avec un informaticien de la RTB, M. Sié Amhed BARRO. Il se sent démuni face aux problèmes importants. Souvent, il n'ose pas agir par peur d'aggraver le problème, et ce par manque de connaissance et de maîtrise de l'informatique. D'autre part il m'a semblé qu'il manque un véritable projet quant au développement de l'informatique au sein de la RTB.

Recommandations

Pour éviter les surprises en début de stage et pouvoir mieux préparer la formation, il aurait été nécessaire de communiquer plus d'informations au préalable, c'est à dire une liste complète et définitive des stagiaires, ainsi que leur fonction et une auto-évaluation de leurs connaissances. Pour aider l'organisme hôte à constituer cette liste, je recommande l'envoi d'un document dans lequel figureraient : les dates du stage, les horaires, un descriptif de la matière abordée, les prérequis, le public visé, le nombre maximum de stagiaires, le matériel à fournir sur place (ordinateur, projecteur, etc.) et toute autre information utile. Le but de ce document ne serait pas de figer les choses, on sait qu'il faut pouvoir s'adapter aux conditions et changements qui surviennent toujours sur place.

Je recommande également de toujours former les stagiaires sur leur lieu de travail, pour que la formation colle à leur habitudes de travail, de manière à ce que les stagiaires puissent se projeter dans l'avenir et se représenter concrètement quel sera le bénéfice de la formation dans leur travail quotidien.

Vu le peu de temps que nous avons eu ensemble, nous n'avons pu faire beaucoup d'exercices. De plus, tout le monde sait que si on ne s'exerce pas régulièrement, on oublie rapidement. Afin de ne pas perdre le bénéfice de la formation, je recommande, pour l'ensemble des stagiaires (en particulier pour les stagiaires issus des régions), de leur donner accès rapidement et régulièrement à un ordinateur équipé du logiciel Radio Assist 8.01 de Nétia. Éventuellement, les programmer par deux autour d'une machine, pour qu'il y ait une mise en commun des connaissances et des notes prises durant les cours.

Je pense qu'il faut prolonger la formation au-delà du départ du formateur. Je propose deux pistes :

- demander à certains stagiaires de devenir formateurs à leur tour. Pour moi, deux personnes sont sorties du lot lors de ces formations, Romain BOUDA et Ousmane OUEDRAOGO. Idéalement, il faudrait prévoir de former ces deux personnes de manière plus poussée, en faire des experts qui auraient pour mission de transmettre à leur tour leur savoir et leur savoir-faire, mais serviraient également de personne ressource en dehors des périodes de formation.
- organiser un contact périodique entre formateur et stagiaires via internet (mail, skype).

On l'a dit, le fonctionnement d'une radio repose de plus en plus sur l'outil informatique. Le parc informatique est en augmentation constante, la maintenance informatique devient donc un élément critique : virus, pannes, mises-à-jour, ... doivent être effectuées régulièrement par du personnel compétent. Plus que compétent même, il s'agit pour le technicien d'avoir la certitude que son intervention va améliorer les choses et qu'il n'y a aucun risque de dégradation supplémentaire. D'autre part, la notion de projet informatique est importante : que veut-on faire, avec quel matériel, avec quel logiciel, avec quel budget, et dans ces conditions quelles solutions pratiques peut-on proposer ?

Je recommande donc de lancer des formations en informatique, axées sur les problèmes rencontrés tels que gestion des virus, gestion d'un réseau informatique, etc., mais aussi former des agents sur la gestion de projet informatique. Dans ce cas également, il s'agirait de former un ou des experts qui auraient pour mission de transmettre leur savoir et leur savoir-faire et serviraient de personne ressource en dehors des périodes de formation.

Remerciements

Je tiens à remercier la RTB pour son accueil, en particulier Mme Alimata FARTA, M. Christian ZONGO et M. Roland ILBOUDO. Merci également aux stagiaires que j'ai eu plaisir à rencontrer. Merci au CIRTEF et à M. Guila Thiam pour sa confiance renouvelée.

Bertrand VANVAREMBERGH

Ingénieur du son Musiq'3, RTBF

Rapport sur la formation montage vidéo

Avant-propos

Une visite de la télévision du Burkina a été réalisée le jeudi 21 novembre.

Dans l'ensemble, l'équipement de la RTB est d'excellente qualité.

La régie finale est récente et équipée de matériel de pointe. Si le côté 'SON' n'a pas été oublié, il faut reconnaître que l'utilisation de la console est limitée par manque de connaissance des équipements. Les cellules de montage vidéo numériques sont nombreuses et récentes équipées pour la majorité du logiciel Adobe CS6 Première. Certaines sont toujours dotées de Final Cut.

La formation au montage numérique, initiation à Adobe CS6 Première

La mise en place logistique et l'évaluation du matériel et du travail a été effectué le jeudi 21 novembre. Le vendredi, 3 techniciens étaient présents.

Le lundi 25 novembre, 9 stagiaires supplémentaires provenant de divers services régionaux de la RTB étaient présents.

Les conditions de travail étaient excellentes.

Deux postes de travail étaient à disposition dans un local de la télévision situé sur le site de la RTB radio. Les deux unités de montage étaient neuves et équipées du logiciel Adobe CS6, comprenant : Première, Audition, Photoshop, After Effects et Illustrator.

Une écoute sur haut-parleurs était disponible.

Le local, climatisé, était parfait pour le travail simultané de deux groupes de 3 participants.

Les participants

Madame Lompo Rufine, RTB Centre
Madame S. Rosalie Trawina, RTB Centre
Sawadogo Noregma, RTB Centre
Ouoba K. Frédéric, RTB2 Nord
Compaore D.C. Léa, RTB2 Sud-Ouest
Wanga Moumouni, RTB2 Hauts-Bassins
Kabore Delwende Jacques, RTB2 Nord
Ouedkaogo Alexis, RTB2 Sahel
Traore Fousséni, RTB2 Est
Barro Salifou, RTB2 Hauts-Bassins
Kombeleme Bernard, RTB2 Sud-Ouest
Ouarma Salifou, RTB2 Centre

Le programme:

Vendredi 22/11 : 09:00 à 13:00, 14:00 à 17:30

Prise de contact, évaluation rapide du niveau des participants.

Projection de quelques courts reportages. Analyse et ,questions-réponses. Les bases du montage numérique, en général, sans référence à un logiciel spécifique. Petits rappels pratiques.

Samedi 23/11 : 09:00 à 13:00

Avec des images existantes à la RTB, réalisation d'un reportage.

Les participants réaliseront ensemble ce reportage. Toutes les étapes du travail seront analysées, corrigées, discutées, tant du point de vue des images que du son.

Lundi 25/11 : 14:00 à 18:00

Le matin, participation à la séance d'ouverture du Séfor.

A 14 heures, prise en charge du groupe des participants venant des centres de régions.

Surprise, 10 techniciens sont présents !

Prise de contact, évaluation rapide du niveau des participants.

Visionnage de 2/3 courts reportages. Analyse et ,questions-réponses'. Les bases du montage numérique, en général, sans référence à un logiciel spécifique. Petits rappels pratiques.

Mardi 26/11 : 09:00 à 13:00, 14:00 à 18:00

matin : groupes 1 et 2, après-midi : groupes 3 et 4 montage/formation

Mercredi 27/11 : 09:00 à 13:00, 14:00 à 18:00

matin : groupes 1 et 2, après-midi : groupes 3 et 4 montage/formation

Jeudi 28/11 : 09:00 à 12:30, 12:30 à 15:30

matin : groupes 3 et 4, après-midi : groupes 1 et 2 montage/formation

Vendredi 29/11 : 09:30 à 11:30

Projection des reportages

Debriefing

Remise des certificats

au total : 40 heures de formation.

La formation.

La formation a débuté avec 3 monteurs n'ayant jamais travaillés sur Adobe mais qui étaient opérationnels sur Final Cut. Le lundi, 9 autres monteurs nous ont rejoint en provenance de divers centres régionaux. Ces techniciens effectuent un travail mixte de montage radio et télévision. Plus de montage son que d'images car tous les centres régionaux ne sont pas encore tous équipés de cellules Adobe Première.

Les monteurs avaient de 3 mois à 27 ans de pratique.

Après une projection de reportages, nous avons discuté de divers aspects du montage et du travail des images et du son. Cela a permis de déterminer la suite de la formation. Il a été fait un premier tour d'horizon des possibilités d'Adobe Première.

La première chose qui est apparue est que le son est un des aspects du montage qui est le moins « soigné ». Donc, un chapitre important a été consacré au travail du son. Le gain, les filtres audio, les transitions audio, l'égalisation du volume du son d'un clip audio ...

En deuxième lieu, les sous-titres, les titres et les ,cartons' comme ils disent à la RTB.

Cet aspect du montage a été longuement discuté et travaillé.

D'autres aspects du montage ont été étudiés comme les effets de transition entre clips, le ralenti, l'inversion de plan, organisation du travail des vignettes, la compression d'un clip, l'importation d'images fixes, depuis un DVD, une clef USB ..., le dérushage, etc ...

Il a été facile de travailler avec les différents groupes car les postes de montages étaient parfaitement opérationnels. Pas un seul problème tout au long de la semaine.

Les participants étaient attentifs et très interactifs.

La découverte de l'interface Adobe a focalisé la plus grande partie du temps de la formation.

A la fin des quelques jours avec les monteurs, ils étaient capables d'utiliser les bases du logiciel ,Adobe' et de découvrir d'autres fonctionnalités.

Conclusions.

Il existe toujours deux problèmes récurrents au niveau des radio-télévisions africaines : la formation interne et la documentation technique.

Lors des formations, j'ai remarqué que le personnel technique était intégré dans les différents services sans aucun écolage. L'apprentissage du métier se fait sur le tas en comptant sur la bienveillance des anciens. La transmission professionnelle se fait donc tant bien que mal en incorporant les erreurs des anciens eux-mêmes non formés.

Il y a, bien sûr, des formations externes de courtes durées et qui, malheureusement, ne touchent pas forcément les personnes qui devraient en bénéficier!

Il y a aussi des techniciens qui montrent une aptitude certaine dans leurs fonctions et qui malgré les obstacles enrichissent leurs connaissances par tous les moyens. Ces jeunes, ou moins jeunes, ont un réel potentiel pour former leurs collègues.

Lors de la formation, j'ai remarqué **Ouarma Salifou**, RTB2 Centre.

Il maîtrisait parfaitement l'outil Adobe et avait la manière pour expliquer à ses collègues les secrets de ce logiciel. Il pourrait devenir une personne de référence.

Il lui manque cependant une formation adaptée et un accès à de la documentation technique à Adobe CS6 Première et After Effects.

Le manque de manuels, livres, syllabus, magazines techniques en français est un immense problème au sein des radios et télévisions.

Le CIRTEF dispose de syllabus Formation son, Formation animation Radio, Formation

Télévision numérique, Formation Techniques numériques, Formation mixage

audionumérique, Formation numérique en Radio, Formation prise de son ... ne serait-il pas possible de mettre ces syllabus à disposition des radios et télévisions de façon plus systématique ?

Ces syllabus pourraient être distribués via les centres CIRTEF de Cotonou, Yaoundé et Niamey.

L'utilisation d'internet pour la recherche d'informations sur l'équipement est mal connue. De plus, la plupart des infos sont en anglais, langue ignorée par la majorité des techniciens africains. La connexion à internet est souvent aléatoire et si elle existe et que la documentation est trouvée et chargée, l'impression des textes est souvent impossible vu le manque d'imprimantes et de consommables, papier ou encre.

J'ai laissé sur place mes manuels sur le montage et j'ai envoyé aux participants à la formation RTB le cours Son que j'avais écrit pour la RTNB.

Vu la demande, je rédige en ce moment un syllabus « Adobe » que j'espère terminer et envoyer fin de cette année.

Jacques MOLITOR

Indépendant

Rapport sur la formation Web

Direction : Dona Coulibaly

Participants : 6 personnes chargées de la mise en forme des programmes de la RTB sur le réseau Internet (Idani Salif, Daniel Ouédraogo, Arnaud Koulibaly, Abel Ouédraogo, Noé Ouédraogo et Wilfrid Hien).

L'objectif de cette formation était de démontrer l'avantage des technologies numériques et surtout sémantiques (issues des recommandations du W3C) dans la mise en œuvre de la production, de l'exploitation et de l'archivage des productions audiovisuelles.

Dès la naissance, un être humain est confronté avec l'apprentissage de « mots » dans une ou plusieurs langues. Enfant, l'école lui apprend à maîtriser une syntaxe et une grammaire (la phrase). Adolescent, c'est la maîtrise du texte (ensemble de phrases) qui constitue l'objectif de la scolarité ! C'est ainsi que nous devenons capable de gérer la communication (l'échange de sens) sur la base de relations et de propriétés que nous représentons avec l'aide d'une formalisation (le signifiant).

La sémantique observe les mécanismes propres à la construction du sens (signifié) au niveau d'une phrase ou d'un texte.

L'industrie audiovisuelle a adopté le terme Média, mais reste viscéralement attachée à la production d'essences (son et de vidéo) ... une fascination hypnotique pour le signal ! Des technologies de rupture pour la production et l'échange entre des systèmes de données hétérogènes sont pourtant disponibles !

La publication de médias requiert une exploitation simultanée des chaînes de production numérique et des systèmes informatiques de gestion. Une usine Média implique des processus (Prescription, Acquisition, Authoring, Expression, Support, Archivage) et des modalités de représentation (objets, événements, faits, ...).

Dans une nouvelle architecture média, il est essentiel d'échanger de l'information (du sens) et non plus des données (basés sur des mots clés). La gestion de l'information implique de prendre en considération les différents niveaux de représentation de la connaissance. D'un point de vue philosophique et scientifique, il n'existe que 4 niveaux dont un seul est accessible à la machine informatique (la sémantique) et trois à des humains (texte, tagging, et les Thésaurus/taxonomies).

Pour une réelle interopérabilité dans l'espace et le temps des outils de production et d'exploitation, il est indispensable de cesser prendre en considération l'interprétation humaine pendant le transfert de données ou de tableur sur une reconstruction dans un futur indéterminé. Pour l'échange dans l'espace (entre les outils actuels) et dans le temps (l'archivage), il est indispensable de traiter simultanément la représentation (le signifiant) et la signification (le signifié).

Les normes de représentation de la sémantique (normalisées via le W3C sous le label Web 3.0) sont nativement interoperables ce qui permet aux connecteurs et au stockage d'un système d'utiliser toute la puissance informatique et du raisonnement via les systèmes logiques. L'information est manipulable directement par les services via une ontologie (la modélisation des propriétés et des relations entre les termes) et l'interprétation des règles d'inférence (c'est un raisonneur qui gère le système). Il s'agit donc de mettre en place une véritable intelligence distribuée en réseau en vue de permettre une navigation dans le « big data » et surtout entre des « Média ».

Cette formation « Web » a donc permis de nombreux échanges sur la manière de mettre en œuvre de nouveaux développements liés à la gestion de la connaissance dans la création, la production et l'exploitation de contenus audiovisuels.

Roger ROBERTS

RTBF

Réunion du groupe des producteurs Radio

Comme convenu, les encadreurs de **Radio SÉFOR**, en compagnie de Madame **Katy NDIAYE** ont rencontré les producteurs de la série « **Trois visages d'Afrique** » le jeudi 28 novembre 2013 dans une des salles du Centre de Conférence de Ouaga 2000 à Ouagadougou.

Au menu des échanges, une déclinaison radio du projet de série du CIRTEF sur les « **VIOLENCES FAITES AUX FEMMES** » et la mise en route d'une production sur sujet d'intérêt commun aux participants : « **LE DEVELOPPEMENT DES VILLES AFRICAINES** ».

Madame NDIAYE a présenté le projet de série sur les « **VIOLENCES FAITES AUX FEMMES** » et ses articulations. Il est en effet question d'aborder la thématique des violences faites aux femmes sous le prisme des réalités vécues dans chacun des pays des participants à la réunion. Tous ont attesté de l'existence du phénomène et marqué leur accord de principe à la production radio d'au moins une émission de 26 minutes, selon les moyens qui pourraient leur être accordés.

À propos des moyens justement, les participants à la réunion souhaitent travailler en dehors des centres urbains. Ils envisagent un travail en zone rurale où le phénomène des violences fait beaucoup de dégâts.

Le second sujet, « **LE DÉVELOPPEMENT DES VILLES AFRICAINES** », a également retenu l'attention de l'assistance qui est unanime sur sa pertinence. C'est ainsi que chacun a donné son accord de principe pour la participation de son organisme au projet.

Il est à présent attendu une coordination du CIRTEF pour le sujet sur les femmes. Quant au sujet sur le développement des villes africaines, une concertation régulière entre le Mali, le Burundi, le Sénégal, le Burkina Faso et le Cameroun devrait conduire à sa concrétisation. Un plan de travail sera soumis à tous pour un démarrage dès les premiers mois de 2014.

Ont pris part à la réunion :

Katy NDIAYE (CIRTEF)

Pascal GOBA (Burkina-Faso)

Mathias NDAYIRAGIJE (Burundi)

Schola BIGARANYA (Burundi)

Anselme NDOPATA (Cameroun)

Valéry DIKOS OUMAROU (Cameroun)

Boubacar TOURE (Mali)

Abou Alassane NIANG (Sénégal)

Réunion CIRTEF-RFP

Après la coproduction « *Si jeunesse pouvait* » qui a vu la réalisation de 10 séquences de +/- 5 min. et la participation au final de 6 radios membres du CIRTEF, un nouveau projet de coproduction **RFP** (Radios Francophones Publiques) – **CIRTEF** est proposé aux Radios.

Rapport

Réunion du 27 novembre au SÉFOR de Ouagadougou, 25 participants, plus d'une vingtaine de radios.

Objectif : Mise en chantier d'une série d'émissions destinées à mettre en valeur les nouveaux talents les plus populaires et les plus prometteurs dans nos pays respectifs en matière de chanson, de musique...un domaine particulièrement fédérateur.

Durée de chaque émission : 6 min. maximum, chaque radio étant libre de poursuivre, après la diffusion de l'épisode de 6 min. en diffusant d'autres titres du même artiste.

Cela sous-entend notamment, qu'il faudra trouver la meilleure solution pour faire parvenir aux radios les CD des artistes choisis ou quelques-uns de leurs titres, sur un autre support (clé USB) ou par Internet.

Structure : 6 min. réparties en 3 ou 4 min. pour la diffusion du titre, précédées par un portrait de l'artiste ou du groupe : une belle histoire radiophonique... De préférence, chaque titre musical sera diffusé intégralement.

On privilégiera les musiques émergentes, la nouvelle scène, sans s'enfermer dans un seul genre.

Cette coproduction radiophonique devra participer à aider les artistes à rayonner dans le monde francophone, à enrichir nos antennes, à promouvoir la diversité de l'espace francophone musical.

Chaque radio choisit deux artistes (ou deux groupes) et envoie le plus rapidement possible un titre de chacun aux 3 contacts suivants:

dikosv@crtv.cm

rth@rtbf.be

f.dost@radiofrance.com

Un premier choix sera établi : 15 à 20 titres au total, par les 15 à 20 radios correspondantes.

Commande sera faite alors aux radios - par les RFP et le CIRTEF – des présentations de deux ou trois minutes de chacun des artistes.

La forme en sera flexible... Pas de traduction...

Au choix selon la sensibilité de chaque pays, de chaque radio... : une seule voix pour un portrait de l'artiste, ou pour raconter son histoire...qui sera aussi choisie pour son originalité. Quelques mots du chanteur (courte interview), éventuellement aussi un court résumé de ce qui est dit dans la chanson qui va suivre...

La réalisation de la série sera harmonisée ...

L'essentiel est de séduire l'auditoire en 2 ou 3 minutes pour lui donner envie d'écouter ce nouvel artiste qui lui est proposé...

[Pour mémoire : Certaines radios ont souhaité pouvoir isoler le titre musical lui-même pour permettre, au-delà de cette série, l'échange de ces titres de façon plus importante et une diffusion sur d'autres formats de radios, musicales exclusivement par exemple. Avec ou non, selon les moyens, la fabrication d'un CD et d'un livret d'accompagnement.]

Les RFP adresseront, par mail, une note récapitulative des différents échanges à tous les participants à la réunion de travail.

Espace Virtuel

L'Espace Virtuel du SÉFOR 2013 fait « un tabac » !

Dans le langage maritime du XIXe siècle, on appelait « un coup de tabac » une tempête soudaine qui endommageait la coque des bateaux. Cette expression s'est étendue au « tonnerre d'applaudissements » qui se faisait entendre lors d'une représentation théâtrale réussie. « Faire un tabac » signifie aujourd'hui avoir du succès.

En effet, avec 15 exposants l'Espace Virtuel du SÉFOR a battu tous les records ! Pour expliquer cela, il y a bien sûr la « robustesse », la pérennité de l'événement, et surtout une atmosphère qui métisse allègrement le travail en atelier et le contact direct avec des fabricants qui offrent une large gamme de produits dans les processus d'acquisition, de production et de diffusion du monde audiovisuel. Dans ces exposants, il a bien sûr les fidèles, des revenants, mais aussi pour la première fois la présence d'industriels via le soutien d'une Agence d'aide à l'exportation (à savoir l'AWEX : Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers). L'Espace Virtuel du SÉFOR fait désormais partie des « Foires et Salons » reconnus par cette Agence.

Les sociétés présentes cette année étaient : DV INTERNATIONAL, GLOBECAST, GRASS VALLEY France, INTERNATIONAL NUMERIQUE SYSTEME (INS), ISOVISION, NETIA, PERIACTES BROADCAST SOLUTIONS, SONY PROFESSIONAL SOLUTIONS MES, STUDIOTECH SA, SITIE SPA, WINMEDIA EUROPE. Via le Cluster Twist (Technologies Wallonnes de l'Image, du Son et du Texte) : AXIS-ONE, ETILUX, EVS BROADCAST et TSF.be.

De plus sur le thème « Outils et Solutions » deux ateliers animés par les représentants des sociétés ont permis de partager un concentré de l'état de l'art des technologies de l'univers audiovisuel.

Décidemment, la terre délicieusement fertile du Burkina Faso est porteuse de projets ... c'est ici dans une abbaye moderne logée aux confins du désert (Ouaga 2000) que le projet AIME est né (avec tout le travail sur l'archivage numérique), c'est également à Ouagadougou que le concept d'une production « Radio Séfor » a vu le jour avec l'aide technique et pédagogique de la société NETIA !

Que vive la collaboration Nord-Sud et Sud-Nord !

Roger ROBERTS

RTBF

DISCOURS ET EXPOSÉS

CÉRÉMONIE OFFICIELLE D'OUVERTURE.

Discours prononcé par Adama BARRO, Secrétaire général au Ministère de la Communication.

J'ai le grand honneur et le privilège de prendre la parole en cet instant, pour souhaiter la bienvenue à toutes et à tous à la 22^{ème} session du Séminaire de Formation du Conseil International des Radios-Télévisions d'expression française.

La RTB est honorée d'être le radiodiffuseur hôte de cette rencontre et le Burkina Faso se réjouit d'accueillir cette importante manifestation qui regroupe pendant six jours à Ouagadougou, plus de 200 participants du Nord et du Sud, représentant plus de 50 chaînes de radios et de télévision.

« **Face à la concurrence, miser sur la production locale** », c'est sur ce thème général d'une brûlante actualité que la réflexion sera axée tout au long des travaux.

En effet, la problématique de la production radiophonique et télévisuelle constitue assurément une préoccupation majeure pour les chaînes de radiodiffusion-télévision à laquelle il faut apporter des solutions appropriées et dans l'urgence.

Je suis persuadé que la somme de compétences que constituent les participants saura apporter de pertinentes réponses aux questionnements que soulève cette problématique.

Des voix plus autorisées que la mienne viendront sans doute suggérer quelques orientations afin que les résultats des travaux soient à la hauteur des attentes.

Pour ma part, je voudrais solliciter l'indulgence de chacun de nos hôtes pour les insuffisances organisationnelles qui ne manquent pas en de pareilles circonstances.

Le Burkina Faso vous accueille avec le cœur et c'est tout dire.

Bon séjour chez-vous à Ouagadougou, plein succès à vos travaux.

Discours prononcé par François Guilbeau, Directeur du Réseau France 3 et Président du CIRTEF

Monsieur le Premier ministre,

Monsieur le président du Conseil supérieur de la communication,

Monsieur le ministre de la communication,

Mesdames et messieurs les membres du gouvernement,

Mesdames et messieurs les membres du corps diplomatique,

Monsieur le représentant du secrétaire général de l'Organisation internationale de la Francophonie,

Mesdames et messieurs les représentants des organisations internationales,

Mesdames et messieurs les présidents et directeurs généraux,

Monsieur le directeur général de la RTB,

Monsieur le secrétaire général du CIRTEF,

Mesdames et messieurs,

Je tiens avant tout à exprimer mes remerciements aux autorités du Burkina-Faso pour leur invitation et l'organisation de la 22^{ème} édition du SÉFOR, ainsi que pour la qualité de leur accueil.

Je tiens en particulier à remercier chaleureusement Monsieur le Premier Ministre, dont la venue ce matin témoigne de l'intérêt qu'il porte à nos travaux.

La thématique retenue pour ce SÉFOR – **Face à la concurrence, miser sur la production locale** – répond à la nécessité d'une réflexion approfondie sur nos offres de programmes dans un environnement profondément modifié par la mondialisation et le développement du numérique qui la favorise.

Concernant la télévision, le passage à la TNT, planifié pour 2015 en Afrique, transformera profondément les paysages audiovisuels nationaux, avec l'arrivée de nouvelles chaînes publiques, privées ou même internationales, dont les programmes viendront concurrencer ceux des chaînes publiques existantes.

Cette concurrence localisée s'ajoutera à celle d'Internet et des réseaux satellitaires, où circulent une production audiovisuelle abondante alimentée par des programmes bons marchés acquis sur les marchés internationaux.

La multiplication des supports et des modes de consommation des programmes audiovisuels crée de nouveaux besoins et suscite de nouvelles attentes pour notre public, auxquels nous devons répondre.

Face à ces défis, les médias publics disposent de nombreux atouts.

C'est en cultivant leur singularité de service public que nos chaînes pourront conserver et élargir leur public. Nos missions de service public demeurent essentielles face à la multiplication de l'offre audiovisuelle. Elles s'appuient sur un socle de valeurs qui nous distingue des chaînes privées.

C'est également dans la valorisation de nos cultures et la préservation de la diversité culturelle que les chaînes publiques trouveront une expression originale.

Dans ce nouveau paysage audiovisuel, la proximité est un atout maître à cultiver, quel que soit le genre : information, programmes de flux ou œuvres de création.

Par son histoire, ses valeurs et son savoir-faire, c'est le service public de l'audiovisuel qui peut le mieux s'engager sur la voie de cette proximité.

Les précédents SÉFOR de Niamey en 2011 et de Bujumbura l'an passé ont mis en évidence les difficultés rencontrées par les chaînes du Sud pour le développement d'une production locale. L'insuffisance du financement, en particulier, a été mise en avant.

Les difficultés économiques et les contraintes budgétaires auxquelles sont aujourd'hui confrontés l'ensemble de nos organismes doivent nous conduire à faire preuve de pragmatisme et à renforcer la collaboration entre nos membres.

La mise en œuvre des recommandations adoptées lors des précédents SÉFOR participe de cette démarche volontariste, afin que nos discours et réflexions ne restent pas à l'état de discours et se traduisent par des réalisations concrètes.

La professionnalisation de la fonction de producteur au sein des chaînes publiques et l'acceptation du recours, si besoin, aux compétences de producteurs indépendants privés locaux sont les conditions du développement en qualité et en quantité de la production nationale.

Le développement des coproductions avec les chaînes publiques des pays voisins doit être encouragé, en informant systématiquement nos partenaires sur les projets en cours, en identifiant des sujets communs pouvant susciter des coproductions, en accompagnant les producteurs nationaux dans la commercialisation des programmes en les mettant en relation avec les chaînes des pays voisins, en s'appuyant si nécessaire, sur le CIRTEF ou l'OIF comme instance de coordination. Enfin, il me semble également important de favoriser la circulation de nos programmes, par

l'établissement, dans chaque chaîne, d'un catalogue des productions disponibles, mis à jour annuellement.

Parce qu'en son sein nous partageons des valeurs communes, la Francophonie est l'espace naturel de développement des coproductions et des échanges de programmes.

Le rôle du CIRTEF est déterminant, comme instance de coordination nous l'avons vu, mais également à travers la bourse aux coproductions, initiée lors du SÉFOR de Bujumbura l'an dernier ou le marché des échanges, qui donne accès au catalogue des programmes libres de droits de nos antennes.

Le CIRTEF joue également un rôle prépondérant dans le rayonnement international de ces productions en organisant leur présence sur TV5 Monde et leur large diffusion.

Ces pistes montrent qu'un développement de la production locale est possible.

Nos travaux cette semaine permettront j'en suis sûr de trouver les voies pour y parvenir.

Discours prononcé par Youma Fall, Directrice de la Diversité et du Développement Culturels à l'Organisation Internationale de la Francophonie

Excellence Monsieur le Premier ministre du Burkina Faso,

Monsieur le président du Conseil supérieur de la communication

Monsieur le ministre de la communication,

Mesdames et messieurs les membres du gouvernement,

Mesdames et messieurs les membres du corps diplomatique,

Mesdames et messieurs les représentants des organisations internationales,

Mesdames et messieurs les présidents et directeurs généraux,

Monsieur le directeur général de la Radiodiffusion-Télévision Burkinabè,

Monsieur le Président du CIRTEF,

Monsieur le secrétaire général du CIRTEF,

Mesdames et messieurs,

Je voudrais d'abord remercier nos hôtes burkinabè pour leur accueil et leur transmettre les salutations du Président Abdou Diouf, secrétaire général de la Francophonie.

C'est un plaisir pour moi de participer pour la première fois aux travaux du SEFOR. Je suis d'autant plus ravie que le thème choisi cette année nous amène à parler de contenu. Les gens de radio voudront bien m'excuser car je vais m'appesantir sur les programmes de télévision. Non pas que la radio ne soit pas prioritaire : il y a un réel besoin d'amélioration des programmes des radios publiques. Mais il y a une menace à laquelle les radios échappent, contrairement aux télévisions, c'est l'envahissement de l'antenne par des programmes importés. Je voudrais aborder cette menace et c'est ce qui m'amène à parler de télévision.

Mais avant d'entrer dans le vif du sujet, je voudrais faire une mise au point. Ce qui est en jeu, ce n'est pas tellement une question de frontières, d'identité nationale ou de balance commerciale, c'est la question de la diversité culturelle et du droit de chaque peuple à exprimer sa propre culture. J'irai même jusqu'à dire LE DEVOIR qu'à chaque peuple d'affirmer et d'exprimer sa culture.

Dans cette perspective, il est inquiétant qu'en Afrique subsaharienne, les cases de programmes les plus importantes, celles qui attirent le plus d'audience, soient encore très souvent occupées par des programmes importés. C'est le cas en particulier pour les fictions. C'est une réalité qu'il faut regarder en face mais sans faire de complexe car le problème n'est pas spécifique de l'Afrique francophone. La France, malgré la force de son industrie cinématographique, est l'un des pays d'Europe où les séries américaines occupent le plus de place. Le public français les préfère nettement aux fictions nationales, ce qui n'est pas le cas, par exemple, en Allemagne ou en Angleterre.

En Afrique francophone, la situation évolue dans le bon sens mais on a encore une nette prédominance des feuilletons importés et pour illustrer ce phénomène, je vais vous parler de la passion africaine pour les feuilletons latino-américains.

Est-ce que la mission principale d'une télévision publique est de divertir les ménagères en leur fournissant leur dose quotidienne de telenovela brésilienne? Vous allez me dire : NON. Et, par esprit de contradiction, j'ai presque envie de vous dire : pourquoi pas ? Notre doyen Hervé Bourges qui est un grand homme de télévision et un grand Monsieur de la Francophonie a cité un jour cette phrase de l'écrivain Umberto Eco : « La télévision abrutit les gens cultivés et cultive les gens qui mènent une vie abrutissante. » Je trouve cette phrase très éclairante. Elle nous dit que la télévision ne doit pas avoir honte de divertir, même si elle est une télévision de service public. On peut cultiver en divertissant et il y a eu une époque où le meilleur divertissement possible en Afrique était la telenovela quotidienne. Et c'est encore vrai en grande partie, qu'on le veuille ou non.

La question que l'on doit se poser est : pourquoi ces telenovelas d'Amérique latine ont-elles un impact aussi fort? Parce que le public s'y retrouve. Parce que les histoires touchent les téléspectateurs. On m'a rapporté un jour ce commentaire d'une téléspectatrice béninoise devant son feuilleton brésilien. La dame était si fascinée qu'elle a dit à sa voisine : « Cette Leonella est tellement méchante ; je suis sûre qu'elle est de Ouidah. » Je ne crois pas que Ouidah ait le monopole de la méchanceté ; en tout cas, nos amis béninois pourront certainement démentir. Mais ce qui est intéressant dans la réaction de cette dame, c'est qu'elle s'identifie aux personnages de la telenovela. Ils lui sont familiers. Identification et Familiarité : c'est presque la définition de ce que doit être la télévision. Les téléspectateurs ont besoin d'une télévision qui leur ressemble et c'est bien naturel car la télévision a quelque chose d'intime. Elle entre dans les foyers, elle fait partie de la famille.

S'il est possible de relever ce défi avec des programmes fabriqués à des milliers de kilomètres du continent africain, pourquoi ne le fait-on pas avec des programmes africains ?

Il y a plusieurs raisons à cela : la qualité des fictions africaines, bien souvent, n'est pas encore à la hauteur. Et la quantité, même si elle a beaucoup progressé, n'est toujours pas suffisante. S'il y a ce déficit qualitatif et quantitatif, c'est que tout le monde ne tire pas dans le même sens. Il y a les télévisions d'un côté et les producteurs indépendants de l'autre. Et les collaborations harmonieuses sont rares. Il y a des incompréhensions, des malentendus et même des jalousies mutuelles. On peut sortir de ce schéma et il est indispensable d'en sortir. Si les télévisions publiques veulent des programmes de meilleure qualité, plus ambitieux et plus efficaces, elles doivent s'allier aux producteurs indépendants.

La première sitcom d'Afrique francophone a été produite il y a quinze ans. Elle s'appelait « A nous la vie » et elle n'aurait pas pu exister sans une alliance entre la télévision burkinabè et un producteur indépendant. Ce genre d'alliance s'appelle coproduction. Et les vraies coproductions où les télévisions s'engagent restent trop rares. Quand il y en a, les résultats sont presque toujours positifs. Dans le domaine de la production, il est évident que l'union fait la force. En mettant des moyens en commun, on devient plus crédible et on parvient à obtenir encore plus de moyens. Le meilleur exemple récent est la série « Les rois de Ségou ». Série écrite et tournée par un réalisateur de la télévision malienne mais coproduite avec deux sociétés de production indépendantes sans lesquelles elle n'aurait pas pu avoir la même dimension.

Ce cas a déjà été cité lors du précédent SEFOR mais il mérite de l'être à nouveau car il est véritablement exemplaire. Non seulement la série Les Rois de Ségou a eu un grand succès au Mali et dans beaucoup de pays d'Afrique francophone mais elle a été mise en valeur par TV5 comme aucune autre série africaine. Et, tout dernièrement, elle a été achetée par le groupe sud-africain M-Net. C'est la toute première fois dans l'histoire de la télévision africaine qu'une série d'Afrique francophone est diffusée en zone anglophone. C'est une brèche qui vient d'être ouverte et elle sera agrandie dans les années qui viennent.

Les coproductions permettent de mettre des moyens en commun pour aboutir à des projets plus forts. Il est souhaitable de le faire avec des partenaires privés mais les coproductions entre télévisions publiques sont également possibles. Je voudrais profiter de ce séminaire pour annoncer une autre bonne nouvelle. Le SEFOR de l'an passé, qui s'est tenu à Bujumbura, a donné lieu à des discussions sur le principe d'une coproduction entre télévisions à partir des fonds d'archives existants. Cette idée a permis à l'OIF de lancer, avec le CIRTEF et cinq autres partenaires, un projet ambitieux appelé « Capital numérique ».

Ce projet va être mis en œuvre dès le début de l'année prochaine. Il fera l'objet d'une présentation détaillée demain lors de l'atelier intitulé « Bourse aux coproductions » mais je voudrais vous résumer les grandes lignes de ce projet car, dans toutes ses dimensions, il apporte des réponses au déficit actuel de contenus locaux en Afrique francophone. Le projet « Capital numérique » a pour but de construire une mémoire audiovisuelle qui soit une mémoire vive, une source de créativité.

Le premier volet du programme consiste à remettre en circulation des centaines de documentaires et de fictions produits il y a dix ou vingt ans. Il s'agit de programmes qui avaient besoin d'être numérisés pour redevenir disponibles. Ces programmes seront présents sur un site de vidéo à la demande mais ils seront également proposés aux télévisions par le distributeur Côte Ouest, qui est partenaire de ce projet et qui, dans les années qui viennent, pourra mettre à votre disposition des dizaines de séries, de téléfilms ou de documentaires africains que le public a apprécié il y a dix ou vingt ans mais qui étaient devenus introuvables.

Le deuxième volet du programme concerne les archives. Il s'agira de rendre les fonds d'archives des télévisions consultables sur un même site, afin de permettre des échanges et la production en commun de séries documentaires. Ce volet du programme sera géré par le CIRTEF, en partenariat avec l'Institut National de l'audiovisuel français.

Enfin, un troisième volet visera la mise en place d'un cadre juridique propice à la sauvegarde du patrimoine audiovisuel. Ce volet sera mis en œuvre avec l'UEMOA et il concerne en particulier l'instauration d'un système de dépôt légal audiovisuel.

Que ce soit avec ce programme « **Capital numérique** » ou avec le développement des coproductions, il y a un vaste chantier à démarrer en ce qui concerne la production africaine. Il y a une reconquête des grilles de programme à faire. Les études d'audience prouvent que le public africain préfère les fictions africaines mais cette préférence ne joue qu'à qualité égale. Les programmes africains ne doivent pas compter sur un réflexe de préférence nationale, ils doivent s'appuyer sur leur qualité car pour lutter à armes égales avec des fictions exportées dans le monde entier, il faut atteindre une qualité exportable.

Autrement dit, pour conquérir le public local, il faut avoir l'ambition d'atteindre aussi des téléspectateurs lointains. Et ce pari sera gagné quand le public brésilien pour regarder une série africaine. L'objectif sera atteint le jour où la téléspectatrice de Rio de Janeiro pourra dire devant son poste de télévision :

« Vraiment, cette Fatoumata est trop gonflée, on dirait une fille de Brasilia ! »

Je vous remercie de votre attention.

Discours de Alain Édouard Traoré, Ministre de la Communication,
porte-parole du gouvernement représentant Son Excellence Monsieur
Beyon Luc Adolphe TIAO, Premier Ministre, chef du gouvernement du
Burkina Faso

Mesdames et Messieurs, avant tout propos, je voudrais souhaiter la bienvenue à nos illustres hôtes du monde de l'audiovisuel international en terre libre du Burkina Faso. Vous êtes ici chez vous. Cela dit, j'aimerais, au nom du Gouvernement du Burkina, et en mon nom personnel, dire sincèrement merci au Conseil International des Radios et Télévisions d'Expression Française (CIRTEF) et à l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF) pour avoir choisi pour la 2^{ème} fois notre pays pour abriter cet événement majeur de l'audiovisuel public francophone. En effet 13 ans après nous nous retrouvons à nouveau à Ouagadougou pour célébrer nos médias. Cela témoigne de l'intérêt que vous accordez à notre pays.

Mesdames et Messieurs, soyez rassuré que mon gouvernement et moi-même ne ménagerons aucun effort pour vous apporter notre concours.

La maîtrise du secteur de l'information, elle-même véhiculée par des canaux de communication de plus en plus diversifiés, détermine le rôle et le poids de chaque État dans le concert des nations.

La Révolution technologique fait de l'univers un système planétaire. Cette guerre sur le front de la connaissance de l'information et de la communication des citoyens ne peut être gagnée sans les outils modernes de communication et surtout sans une production de qualité qui reflètent les préoccupations et attentes des populations.

Au moment où les médias audiovisuels ont amorcé un grand virage, je veux parler de la migration vers le numérique, nous nous devons de conjuguer nos différents efforts pour relever ensemble les défis de la télévision numérique de terre, (TNT).

Mesdames et Messieurs, les enjeux sont multiples et les défis de taille. Le Burkina Faso a pris à bras le corps la question. C'est pourquoi la dynamique conjuguée des différentes institutions, ministères et structures concernés, a permis d'atteindre des résultats probants qui placent notre pays à ce jour, parmi les plus avancés dans le processus de la transition en Afrique subsaharienne francophone.

Mesdames et Messieurs le thème de votre séminaire de cette année, « **Face à la concurrence, miser sur la production locale** » en dit long car il tire sur la sonnette d'alarme pour interpeller les responsables des médias audiovisuels sur leurs responsabilités face au tout numérique.

Je me réjouis à double titre du choix de ce thème. D'abord en tant que communicateur (journaliste), car la réflexion porte sur les professionnels des médias, ensuite en tant que chef du Gouvernement, parce que la rencontre place au cœur des échanges les préoccupations des populations acteurs de développement.

Je vous félicite et fonde l'espoir qu'au sortir de vos travaux des propositions pertinentes et réalisables à même de faire de l'audiovisuel une force d'information et de communication au service du citoyen francophone en général et africain en particulier. En effet, la concurrence est omniprésente et seuls ceux qui excellent auront les meilleurs résultats. Face au coût de production de plus en plus élevés et face à la modicité des moyens de nos organismes audiovisuels il est impératif de trouver des solutions palliatives à même de non seulement permettre de supporter la concurrence mais aussi de satisfaire un public de plus en plus exigeant.

Ce séminaire de formation offre une grande opportunité pour les professionnels de l'audiovisuel de pouvoir se frotter et d'échanger leurs expériences. Il permet également de renforcer leurs capacités à travers les ateliers de formation thématique.

L'instauration de « RADIO SÉFOR » est également l'occasion pour nos populations de découvrir les potentialités culturelles et artistiques des pays membres du CIRTEF à travers leurs productions, puisées dans le marché des échanges de programmes.

Mesdames et messieurs, le Burkina Faso est en phase avec le développement des médias, c'est pourquoi mon gouvernement a entériné la déconcentration du secteur de l'audiovisuel public à travers la création des RTB dans les 13 Régions du pays. Ces structures de diffusion et/ou de production de proximité permettent de prendre en compte les préoccupations des populations à travers des programmes au niveau local, adaptés. Cela se traduit également par un soutien au secteur de l'information et de la communication à travers l'appui aux médias publics et privés, et aux acteurs du cinéma et de l'audiovisuel.

Les médias audiovisuels sont de nos jours à enjeux très stratégiques dans l'avancée démocratique mais aussi un puissant levier de développement économique de nos états. C'est pourquoi nous devons redoubler d'inventivité et de créativité pour favoriser le développement de nos médias à travers les coproductions, les échanges de programmes et d'expériences.

Durant 6 jours vous allez chercher et trouver des solutions à la problématique de la concurrence, en mettant un accent particulier sur l'opérationnalisation de la production locale, je vous y encourage et vous exhorte à tracer les pistes dans ce sens pour que rayonnent nos organismes audiovisuels du monde francophone.

Tout en souhaitant plein succès à vos travaux, je déclare ouvert le 22^{ème} Séminaire de formation des Organismes de Radiodiffusion-Télévision du Monde francophone.

Je vous remercie !

CONFÉRENCES INTRODUCTIVES.

Conférence du Dr Mahamoudou Ouédraogo

Ancien Ministre de la Communication, de la Culture et du Tourisme, Conseiller à la Présidence du Faso. Commandeur de l'Ordre National, Commandeur de l'Ordre de la Pléiade de la Francophonie, Chevalier des arts et des lettres de la République Française

« FACE À LA CONCURRENCE, MISER SUR LA PRODUCTION LOCALE »

SOMMAIRE

INTRODUCTION

- I. *L'Internationalisation des programmes T.V*
 - a. *De la primauté des programmes américains*
 - b. *De la faiblesse plurielle des T.V africaines face aux programmes étrangers*
 - c. *L'échec des centres d'échange des programmes en Afrique au sud du Sahara*

- II. *Quelle stratégie pour quelle production locale ?*
 - a. *Une production locale pour quoi faire ?*
 - b. *De la production et des producteurs.*
 - c. *Le cas burkinabè.*

CONCLUSION

INTRODUCTION

De 1929, date de l'invention du procédé permettant la transmission d'une image d'un point à un autre par Barthélemy et Henri de France en passant par l'innovation en 1936 par la première retransmission télévisuelle en 1936 par la BBC jusqu'à nos jours où trône le téléviseur-roi, on peut retenir la prépondérance initiale du monde occidental. Concomitamment les Etats-Unis d'Amérique et l'Europe sont passés du prototype à la commercialisation des récepteurs T.V à partir de 1936 avant que les U.S.A ne décollent en premier lieu en 1941 suivis 9 ans plus tard par les pays européens.

Cette longueur d'avance, les occidentaux allaient la capitaliser en matière de savoir-faire technique dans le Hardware et de confection dans le Software en matière de programmes. Ce faisant, ils allaient contribuer plus que nul autre, à nourrir les tubes cathodiques à travers le monde au détriment, le plus souvent, des productions locales qui peinent à être visibles sur leurs propres chaînes.

I - L'Internationalisation des programmes T.V.

Très vite, les États-Unis d'Amérique et les pays européens, surtout la Grande-Bretagne et la France, allaient développer une véritable industrie des programmes audiovisuels. Cette industrie répondait ainsi aux besoins suscités par une société à peine sortie des affres de la Seconde Guerre Mondiale et qui avait placé sur un piédestal les loisirs. Les publics étaient étudiés par segments allant de la femme au foyer à l'élite en passant par les ouvriers et les cadres moyens.

a. De la primauté des programmes américains.

À mi-chemin entre une science et un art, la manière de concevoir et de produire les contenus audiovisuels adossée à des moyens colossaux tant financiers que techniques, allait créer un marché international acquis, au début, aux programmes surtout américains, lesquels, non seulement remplissaient les grilles des programmes des chaînes américaines, mais inondaient toutes les chaînes T.V du reste du monde. C'est ce que Herbert I. Schiller dans « *Mais Communications and American Empire* » publié en 1969, qualifie de « *Global American electronic invasion* ». Il nous dévoile une à une les voies de la stratégie de Washington aboutissant à un système transnational des médias marqué par un flux inégal des programmes au profit des U.S.A. Selon Schiller, les Américains investissent dans les Networks à l'étranger, se spécialisent dans des activités de conseils, exportent par la suite les programmes fabriqués à Hollywood, internationalisent les agences publicitaires de Madison Avenue et offrent le savoir-faire commercial « Made in U.S.A » à tous ceux que cela intéresse. Pour se faire une idée de ce marché inégal des programmes, l'étude intitulée « *La télévision circule-t-elle à sens unique ?* » de Kaarle Nordenstreng et de Tapio Varis de l'université de Tampere en Finlande, de 1974, reste d'actualité.

Cette étude indique les principaux pôles d'exportation des programmes :

U.S.A = 100 000 h à 200 000 h/an

G.B = 30 000 h/an

France = 15 à 20 000 h/an

L'Amérique Latine importe 50 % de ses programmes de divertissements des U. S.A

L'Asie = 1/3 à 50 % de ses programmes des U.S.A

L'Afrique et Proche Orient 50 % de leurs programmes des U.S.A

L'Europe 1/4 à 1/3 de ses programmes des U.S.A

Ce n'est pas seulement quantitatif mais qualitatif. Le chercheur bolivien Ramiro Beltran indique qu'il y a la domination des petits écrans par les valeurs U.S.A :

l'individualisme, la primauté des besoins et aspirations de l'industrie sur ceux de la collectivité ; l'élitisme, croyance en un ordre social naturel commandant la prédominance des uns et l'obéissance des autres ; le matérialisme, les principaux objectifs des êtres humains sont l'acquisition des richesses et l'accumulation des biens ; le conservatisme, le capitalisme constitue le seul et naturel ordre social qu'il faut accepter avec résignation.

Le paradigme des valeurs cardinales à mettre en valeur dans les productions locales pour contrer celles des productions transnationales déculturantes sont : sauvegardes de l'identité culturelle, de l'identité nationale de la culture nationale, de l'autonomie culturelle de la souveraineté culturelle, de la souveraineté nationale. Ainsi, on peut défendre un espace culturelle, une économie politique nationale anéantir les efforts de raccourcissement des distances du village global.

Il faut donc éviter la synchronisation du produit offert par les télévisions puissantes et la dissociation des TV des pays pauvres menacés par l'ubiquité d'une culture déterritorialisée en provenance de territoires à vocation conquérante.

Le monde est donc un village global dans le sens où partout sont diffusés les mêmes programmes de télévision. L'offre des U.S.A, c'est l'ancienneté du savoir-faire et du talent américain en matière de programmes télévisuels, leur talent à générer de l'audience, l'importance de leurs budgets de production, la faiblesse des prix d'achat de leurs productions aux MIPCOM et MIPTV de Cannes, par exemple et la demande en face, l'appétit insatiable du monde et du Tiers-monde pour des programmes bien faits selon les formats et les normes marchandes internationales fixés par les USA, inventeurs de la télévision commerciale. C'est cependant vrai qu'il y a une nouvelle cartographie des flux des programmes TV avec, à partir des années 70 à 80, les programmes d'animation Japonais (Goldorak, Candy, Albator). Le conglomerat audiovisuel mexicain Télévisa et brésilien Globo pour les telenovelas, l'Egypte, l'Inde, Hong Kong...

La géographie des courants télévisuels concerne également l'aspect Sud-Sud avec une tendance croissante aux échanges régionaux. Les programmes américains exportés diminuent, il y a des flux au sein du flux principal, la route n'étant plus vraiment à sens unique mais avec des routes secondaires. Pour Michaël Tracy de la BBC, *« la télévision du futur n'est plus à représenter sous la forme d'une seule et même robe sans coutures tissée à Hollywood, mais sous la forme d'un patchwork, dont certaines pièces sont plus grandes que les autres, mais qui sont caractérisés par la diversité et les teintes, en de très très nombreuses couleurs »*.

Au Soudan, les programmes de la télévision égyptienne contribuent à modeler de nouveaux rapports dans le couple, à faire adopter de nouveaux mots et à chercher à acquérir de nouveaux appareils électro-ménagers. La production n'a-t-elle pas une capacité supérieure sur la réception empêchant des lectures préférentielles pouvant déboucher sur des lectures dominantes, négociées ou oppositionnelles. Pour Elihu Katz et Tamar Liebes, l'hégémonie (culturelle) n'est pas pré-conditionnée à Los Angeles, expédiée dans le village global et absorbée par des esprits innocents (Expert of meaning) mais les populations du

Tiers-monde développent des mécanismes d'auto-défense alors que les populations américaines se reconnaissent dans leurs produits donc perdent tout esprit critique.

b. La faiblesse plurielle des T.V africaines face aux programmes étrangers.

Les T.V africaines souffrent des maux divers de nature structurelle. Mais c'est surtout le legs culturel qui doit être tout d'abord soldé. Roger Gérard Schwartzberg écrivait : *« Le décolonisé commence par copier l'ancien colon »*. Nous le copions en tout. Nous souvenant parfois de manière insidieuse que nos ancêtres étaient des Gaulois, des Occidentaux, nous nous retrouvons dans leurs programmes plus que dans les nôtres, nous oublions qu'il faut

aussi bien décoloniser nos esprits que nos ventres et que le slogan « produisons et consommons burkinabè » (local) vaut aussi bien pour l'agriculture que pour la télévision. Ce contexte ainsi planté on peut maintenant passer en revue les autres problèmes.

Tout le monde le sait, la télévision coûte cher mais les budgets de fonctionnement et de production sont dérisoires en Afrique. Il faut sans doute comparer les choses comparables mais les chiffres que je vais donner sont juste illustratifs.

En 2006, le budget de France 2 était de 613 millions d'Euros soit 402 Milliards de F.CFA à l'époque pratiquement la moitié de tout le budget du Burkina, contre 6 Milliards 678 Millions 336 000 F.CFA pour toute la Radio et Télévision du Burkina en 2013, soit la 67e partie du budget de France 2 sans parler de TF1.

Il faut noter également le matériel technique obsolète et insuffisant, le petit nombre de personnel qualifié. Et cerise sur le gâteau, les programmes étrangers coûtent beaucoup moins chers à acheter que de produire localement.

Ainsi, en 2010, sur un budget de production de la TNB de 383 027 000 F.CFA, 47,88 % étaient consacrés à l'achat de programmes étrangers, y compris la retransmission d'événements sportifs soit 183 425 000 F.CFA. Au marché International de Programmes de TV de Cannes (MIPTV) les vendeurs proposent aux TV africaines des prix de programmes pour Pays Moins Avancés (PMA) défiant toute concurrence mais quand vous les achetez, vous prenez en même temps la culture qui va avec.

À noter également, les programmes offerts gratuitement soit par Canal France International surtout, soit par le biais de la coopération. C'est le cas récent de programmes japonais donnés à la T.N.B. Ce qu'on peut reprocher ici, c'est l'absence de réciprocité permettant aux téléspectateurs japonais d'apprécier les programmes audiovisuels burkinabè.

c. L'échec des centres d'échange de programmes en Afrique.

Assez tôt, les Africains ont senti la nécessité d'échange de programmes régionaux, c'est ainsi que dans les années 70, deux centres ont été créés. Le centre de Nairobi au Kenya pour les pays membres de l'Union des Radios Télévision Nationales d'Afrique (URTN) et le centre d'Échange de Programmes des pays membres du Conseil de l'Entente à Lomé au Togo. Malheureusement ces deux centres ont vivoté avant de sombrer corps et programmes ;

II– Quelle stratégie pour quelle production locale ?

Il va sans dire que tout téléspectateur souhaite et préfère voir les images de chez lui, les problèmes de sa société à l'écran plutôt que les séries et feuilletons d'au-delà des mers, des telenovelas qui charrient des réalités qui lui sont étrangères. Mais, il n'est pas prêt, pour autant, à se satisfaire des navets parce qu'ils sont produits localement chez lui ; c'est pourquoi il faut réfléchir aux voies et moyens à même d'assurer une production de qualité en nombre suffisant par les chaînes locales et les producteurs locaux.

a. Une production locale pour quoi faire.

Une production qui répond aux besoins de ses consommateurs, voilà l'enjeu. On ne peut concurrencer les programmes étrangers si l'on ne connaît pas par sondages, enquêtes et observations, ses publics, si l'on ne s'organise pas pour fidéliser les téléspectatrices et les téléspectateurs.

Certes, de la même façon que la ville de Paris ne s'est pas construite en un jour, il faut du temps au temps, faire beaucoup de programmes, laisser se sédimenter l'expérience. Pendant longtemps, dans cette partie de l'Afrique on se moquait des produits « made in Japan » et à l'époque dire qu'un produit est japonais signifiait qu'il était mal fait, pas de qualité et donc à éviter. Aujourd'hui, à force de persévérance, le matériel technologique japonais est plus utilisé que celui de tout autre pays au monde. Il faut atteindre un seuil quantitatif pour déboucher sur du qualitatif, telle est la leçon à retenir.

Il faut également protéger la production locale. Les Français qui ont inventé *l'exception culturelle* le savent bien qui ont fixé des quotas et créé plus d'une dizaine de fonds d'aide pour des productions d'expression française. L'expression *marché libre* est ici aussi, une chimère. Des programmes de toutes factures et de coûts différents ne peuvent pas faire une compétition honnête et équilibrée. C'est comme, dans un local fermé, y mettre un chat libre avec des poussins libres. Imaginez la suite, les poussins seront tous dévorés !

À titre d'exemple, au Burkina toutefois, la grille compte en 2013, 70% de production nationale, 12% de programmes africains et 18% de programmes des autres régions du monde. Félicitations !

b. De la production et des producteurs

François Jost dans « *Penser la télévision* » Ed Nathan 1998, classe les programmes en trois catégories.

1^{ère} : Le mode authentifiant qui comprend les émissions qui parlent de la réalité et tiennent de vraies assertions sur le monde comme les journaux télévisés et les retransmissions en direct.

2^e : Les émissions qui parlent de fiction, ne s'appuient pas sur la vérité du discours comme les films, les séries et les téléfilms.

3^e : Le mode intermédiaire qui est ludique obéissant à ses propres codes et règles comme les jeux, les émissions de divertissement et les spectacles joués.

Toutes ces émissions doivent répondre à des formats de diffusion internationale et être de qualité technique irréprochable, bâties sur des concepts attractifs.

En ce qui concerne les producteurs, les pays africains peuvent s'inspirer de plusieurs modèles dont les plus connus en Europe sont le britannique et le français.

Le cas anglais d'abord. 50% des émissions T.V. de la BBC sont faits à l'interne. 25% sont confiés à des producteurs indépendants, c'est-à-dire des producteurs où la BBC a tout au plus 14,99% d'actions. Les 25% de programmes restants sont mis en compétition entre les indépendants et les non indépendants.

En France, France 2 ayant un statut à part, les autres chaînes ont obligation dans un système assez complexe, de produire des œuvres en fonction de leur chiffre d'affaire. Par exemple, en 2013, TF1, doit produire 12,5 % d'œuvres européennes ou françaises et 9,5 % de production indépendante.

Il y a à signaler une initiative intéressante de l'UEMOA qui date de 2004 mais que l'Union Économique et Monétaire Ouest Africaine et ses pays membres ont du mal à concrétiser. Il s'agit de l'adoption du programme d'actions communes pour la production, la circulation et la conservation de l'image au sein de l'UEMOA, à Lomé au Togo le 10 septembre 2004. Cela, contraste avec le silence assourdissant de la Commission de l'Union Africaine sur ce terrain.

Intéressons-nous, pour terminer au cas pratique d'un pays, le Burkina.

c. Le cas burkinabè

Le Centre National de la Cinématographie du Burkina Faso qui est un établissement à caractère administratif, doté de la personnalité juridique et disposant de l'autonomie financière et étant sous la tutelle du Ministère de la Culture, du Tourisme et de la Communication devrait gérer le compte de soutien à l'industrie des programmes audiovisuels et cinématographiques. Ces fonds de soutien pourraient aider à alimenter les programmes des chaînes audiovisuelles. Ainsi, les aides soutiendraient la production audiovisuelle telle que les fictions, les documentaires, les animations, les magazines, etc. Les aides concernant les émissions comme l'information, le sport, les émissions de divertissements devraient être automatiques ou sélectives. Les aides automatiques génèreraient un soutien pour le producteur dont le montant serait fonction de la nature de l'œuvre, de sa durée, de sa diffusion à la télévision, de son budget et de la structure de son financement. Ainsi, cette aide automatique serait mobilisée pour d'autres productions. Quant aux aides sélectives, elles permettraient d'aider les nouveaux producteurs. Elles viendraient soutenir également des projets innovants qui favoriseraient ainsi la diversité de projets. Ces dispositifs renforceraient le pouvoir de marché des producteurs à l'égard des chaînes de télévision, leur garantissant ainsi l'appui financier des aides automatiques qui stimulent le développement d'une activité de production dynamique et diversifiée.

Les collectivités régionales burkinabè devraient aussi s'organiser pour mettre en place des fonds d'aide à la production audiovisuelle et cinématographique. Ainsi, elles disposeraient de fonds qui interviendraient dans la production d'œuvres, cinématographiques de court métrage, de fictions télévisuelles, de documentaires et d'œuvres multimédias. Et le fonctionnement de ces fonds varierait selon les critères de chaque collectivité. Et avec ces fonds, ces collectivités aideraient des projets destinés à la production cinématographique ou télévisuelle (fictions, documentaires).

Les collectivités territoriales devraient développer des initiatives afin d'appuyer la production audio-visuelle et cinématographique. Cela leur permettrait de devenir des partenaires privilégiés des producteurs. En outre, le Centre national de la Cinématographie devrait accompagner les collectivités territoriales burkinabés dans cette démarche en signant de multiples conventions favorisant le développement des fonds régionaux. Aussi, les collectivités régionales burkinabés devraient créer des fonds d'aide afin d'attirer des tournages dans leur région et de bénéficier de retombées économiques. Cette politique dynamiserait le tissu local de production.

Elle offrirait aussi des débouchés aux politiques locales de formation. Un tournage serait un moyen de promouvoir une région auprès des téléspectateurs.

Quant aux acteurs de la production tels que les scénaristes, les réalisateurs, les metteurs en scène, les compositeurs de musique, les artistes interprètes, ils devraient pouvoir négocier des contrats d'engagement dont ils assurent le suivi et la bonne exécution. Ils pourraient gérer la demande d'interviews, de séance photo, la participation des auteurs ou des artistes à des manifestations (festivals). L'artiste fournirait ainsi son expertise financière et juridique aux auteurs et artistes dans leurs relations avec leurs employeurs. Il apporterait également sa connaissance du secteur audiovisuel et cinématographique pour faire travailler les artistes qu'il représente. Il se rémunérerait avec un pourcentage du cachet de l'artiste.

Parlant des entreprises techniques, elles devraient fournir aux producteurs les moyens matériels pour produire des œuvres: louer des matériels de tournage (caméras, éclairage, cars), les plateaux, Elles devraient également fabriquer les décors, offrir des prestations de laboratoire (développement de pellicules, encodage), de montage et de sonorisation permettant la création d'un univers sonore, prendre en charge la réalisation des effets spéciaux visibles ou invisibles, offrir des prestations de doublage, de sous-titrage, de

duplication, de tirage de copies, Cependant, les entreprises techniques de l'audiovisuel et du cinéma connaissent une situation économique fragile au Burkina Faso; elles sont confrontées à des investissements fondamentaux pour suivre les évolutions technologiques, singulièrement en matière de production et de post-production numérique. Cette nécessité d'investir constamment dans les dernières technologies ne permet pas toujours d'amortir le matériel. Cette difficulté place certains prestataires dans des situations financières catastrophiques voire critiques alors qu'elles se doivent de faire face à la concurrence.

Benoît DANARD et Rémy LE CHAMPION soulignent: *« Cette branche doit aussi faire face à la concurrence étrangère qui propose des prestations avantageuses en raison du coût de main-d'œuvre moins élevé comme au Portugal ou dans les pays de l'Europe de l'Est. Ce pays dispose parfois d'installations de bonne qualité. Une même prestation peut être proposée à des tarifs de 10 à 30% inférieurs à ceux pratiqués en France. Il existe donc un risque de délocalisation des tournages et de postproduction des fictions audiovisuelles »*. D'où la nécessité d'élaboration d'un cadre juridique favorable à la production audiovisuelle. Les autorités devraient créer un dispositif législatif et réglementaire qui préserverait et développerait un tissu diversifié de producteurs indépendants de chaînes audiovisuelles afin d'encourager la diversité culturelle burkinabè. Les législateurs devraient créer des conditions juridiques du développement d'un marché de la production audiovisuelle en obligeant toutes les chaînes audiovisuelles à faire appel à des prestataires burkinabè pour la fabrication d'une partie de leurs programmes.

Le cadre juridique devrait créer et entretenir une demande de production de programmes audiovisuels burkinabè. Cela permettrait d'éviter que les chaînes de radio et de télévision privées élaborent et alimentent leurs grilles de programmes en majorité avec des programmes extérieurs. En effet, déjà amortis sur leur marché national, les programmes étrangers arrivent au Burkina dans des conditions financières singulièrement compétitives pour les chaînes audiovisuelles internationales avec un effet d'éviction des productions nationales.

Les chaînes publiques et privées devraient avoir l'obligation de respecter un équilibre entre les programmes burkinabè et non burkinabè. Elles devraient consacrer une partie de leurs productions à la diffusion de programmes burkinabè afin de favoriser la diversité culturelle sur la chaîne nationale. Et comme le soulignent toujours Benoît DANARD et Rémy LE CHAMPION, *« pour les œuvres audiovisuelles, ils s'appliquent sur l'ensemble de la journée et à certaines heures de manière à diffuser les productions nationales aux heures de grande écoute. Ainsi, les chaînes de télévision doivent consacrer 60% du temps d'antenne réservé à la diffusion d'œuvres audiovisuelles à la diffusion d'œuvres nationales, dont au moins à des œuvres d'expression originale nationales. Les œuvres audiovisuelles d'expression originale nationales sont des programmes réalisés intégralement ou principalement en langue française ou dans une langue nationale. Les chaînes thématiques du câble et du satellite sont aussi soumises aux quotas de diffusion. Les seuils de diffusion d'œuvres audiovisuelles peuvent être atteints en plusieurs années pour ces chaînes selon une montée en charge progressive. Les heures de grande écoute ne sont pas appliquées à ces chaînes compte tenu de leur audience limitée. Les chaînes locales sont également soumises à ces quotas de diffusion. En réalité, ces chaînes diffusent essentiellement des émissions de plateau, des magazines d'information, des reportages et des journaux télévisés.*

Elles diffusent peu d'œuvres audiovisuelles. Par conséquent, le respect de leurs quotas ne concerne qu'une part infime de leur programmation ».

Outre les obligations de diffusion, les chaînes audiovisuelles devraient investir dans la production de nouvelles œuvres audiovisuelles en vue de dynamiser l'industrie de la production burkinabè. Les chaînes hertziennes devraient consacrer une part de leur chiffre d'affaires à la production d'œuvres audiovisuelles et d'expression originale burkinabè.

Et le montant calculé à partir du chiffre d'affaires de l'année précédente (recettes de publicité, de parrainage, d'abonnement et de redevance). Ce qui signifie que les chaînes devraient contribuer au préfinancement d'œuvres audiovisuelles.

Canal+, chaîne consacrée au cinéma et au sport, écrivent Benoît DANARD et Rémy LE CHAMPION, « *bénéficie d'un régime d'investissement allégé dans les œuvres audiovisuelles. En revanche, elle doit investir 20% de son chiffre d'affaires dans le cinéma alors que les chaînes hertziennes n'investissent que 3,2% de leur chiffre d'affaires dans la production cinématographique* ».

Le financement nécessaire au développement et à l'écriture des œuvres audiovisuelles pourrait être également obligatoire. Ces réalisations aideraient à acheter des droits de diffusion ou à investir dans le domaine de la coproduction.

L'audiovisuel burkinabè pourrait investir dans un programme de deux manières; par l'achat du programme sous forme de préachat ou d'achat, ou sous forme de part en coproduction. Le préachat étant un préfinancement de l'œuvre réalisée avant le début du tournage alors que l'achat intervient après. Quant aux achats de droits, ils correspondent à un droit de représentation, c'est-à-dire à un droit de diffusion dans un cadre précis (territoire, mode de diffusion, langue, durée, nombre de diffusions).

L'objectif économique des obligations de production des chaînes audiovisuelles au Burkina Faso, c'est une incitation et un développement des sociétés de production audiovisuelle. Des commandes seront ainsi encouragées. Toutefois, afin d'éviter qu'elles soient réalisées uniquement au profit des chaînes audiovisuelles, le législateur devra réserver l'essentiel de ces obligations aux sociétés de production indépendantes et les deux tiers des commandes des œuvres audiovisuelles des chaînes hertziennes passées à des sociétés de production indépendantes. Car, depuis de nombreuses années, les chaînes audiovisuelles investissent dans la production indépendante, le plus souvent en achetant l'ensemble des droits de diffusion des œuvres pour deux, trois ou quatre diffusions, limitant ainsi la possibilité pour les producteurs de récupérer des droits après leur utilisation par les chaînes. Avec de telles pratiques, les producteurs burkinabè ne peuvent pas envisager de revendre leurs œuvres à d'autres diffuseurs tant que leur premier client n'a pas épuisé des droits figurant au contrat. L'émergence d'un marché secondaire de diffusion des œuvres burkinabè devient donc quasi impossible. D'autant plus que les chaînes audiovisuelles ne souhaitent pas financer, même pour une deuxième ou troisième diffusion. Afin de favoriser la fluidité des droits des producteurs burkinabè, leurs œuvres doivent être préservées réglementairement. Dans le cadre d'un investissement dans une production indépendante, une chaîne ne peut acquérir les droits de plus d'une diffusion. La chaîne peut toutefois bénéficier d'une priorité sur des diffusions supplémentaires limitées à trois, à condition que le prix d'achat en soit fixé à l'avance et que la durée d'exclusivité soit limitée après la livraison de l'œuvre à la chaîne.

Conclusion

Les écrans de télévision ne donnent pas à voir des images neutres ou innocentes. Ils sont des vecteurs de culture, des porteurs d'objectifs de ceux qui nourrissent les tubes cathodiques. L'indépendance, l'autonomie culturelle se mesurent aussi et surtout à l'aune des productions audiovisuelles endogènes qui enracinent suffisamment les publics dans leur terroir avant de les ouvrir avec pertinence au reste du monde. Et s'il est vrai qu'il faut donner aux téléspectatrices et téléspectateurs ce qu'elles et ce qu'ils veulent, il faut savoir aussi les intéresser à ce qui est utile et positif afin d'éviter que ne s'applique à la télévision la fameuse loi de Gersham, pour que la mauvaise télévision qui flatte les bas instincts de l'homme (sexe et violence) ne chasse la bonne télévision notamment culturelle qui demande parfois, sinon souvent, de l'effort et de l'attention.

Conférence de Jean François Rioux, Directeur de Radio-Canada Québec

LA RADIO... ICI, MAINTENANT...

Bonjour,

Je me présente, Jean François Rioux, je viens du Canada, un très grand pays qui s'étend sur 7 fuseaux horaires, j'habite le Québec et plus particulièrement la capitale Québec où 97 % population est francophone et où les températures varient entre 30 l'été et -30 l'hiver et où on reçoit en moyenne 350 cm de neige... et ces données sont importantes... j'y reviendrai... je suis présentement directeur de Radio-Canada Québec. Je travaille à Radio-Canada depuis 25 ans. Je suis gestionnaire depuis une quinzaine d'année. En fait, je suis devenu gestionnaire dans le cadre de l'une des plus importantes restructurations financières de notre entreprise. Nous devons réduire notre budget d'opération de 25 % sur trois ans. Évidemment après le choc, il y a la réalité du lendemain... Il fallait trouver des solutions à long terme pour offrir à nos auditoires une programmation à la hauteur des standards du service public.

La technologie numérique faisait alors son entrée. D'ailleurs comme réalisateur, j'avais eu l'occasion l'année précédente d'expérimenter avec Dalet et ProTools. La station où j'œuvrais était la première à produire l'ensemble de sa programmation sur support numérique... sans ruban, cassette ou cartouche... 1996... Donc dans mon nouveau rôle de directeur, j'ai énormément profité de cette expertise pour trouver des solutions afin de maximiser les efficacités... Nous avons mis en place une structure qui a été reprise dans plusieurs petits centres de productions locales...

Fort de cette expérience, on m'a offert la possibilité de créer une station de radio avec studio sur la rue... avec un budget... restreint... et où les nouvelles technologies et structures de travail seraient au cœur du projet... Encore là, succès...

Court séjour d'une année à la direction des Nouveaux médias, où trois projets m'occupent et confirment une certaine vision... la première un service de manchettes sur téléphone mobile... octobre 2000... trois manchettes (écran de 4 ou 5 cm)... une première en Amérique du nord... lancement du premier site web complètement dédié aux groupes émergents de musique francophone (Bande à part.fm) un site où cohabite captations vidéos de performances musicales et une web radio programmable selon nos préférences... février 2001... et première ébauche d'un site web d'information à point d'entrée régionale... donc un site d'information qui à votre demande inclut les informations de votre région à l'actualité nationale et internationale... il faudra dans ce cas plus de 10 ans pour réaliser complètement cette transformation... mais les résultats sont fort concluants... augmentation de plus de 30% de circulation sur nos pages régionales...

Ce cheminement s'est fait par un passage dans cinq régions complètement différentes avec des besoins et des réalités quotidiennes aussi différentes les unes que les autres... une en marché minoritaire, où les francophones représentent à peine 5% de la population, un autre où nous diffusons à travers un affilié qui n'offrait pas un service à la hauteur de nos standards... et où nos résultats d'auditoire représentait à peine 2%... avec la nouvelle station sur la rue... pointe de 23 % et moyenne de 18% ... les autres Montréal à la direction de la Première chaîne nationale et à la direction générale de la radio et de Radio Canada internationale... Québec et Ottawa, de grands marchés de concurrence... 2 capitales... une fédérale... l'autre provinciale... à Québec et Ottawa, nous avons accordé beaucoup d'importance à la programmation de proximité... (Service de météo, circulation, info) et à l'efficacité des méthodes de travail avec beaucoup de succès... les deux émissions du matin de ces stations sont premières dans leur marché respectif... avec des résultats d'écoute qui tournent autour de 20%... Ceci dans un contexte où la radio privée joue un rôle important au niveau de la proximité dans ces régions et où la concurrence est féroce... Nous avons ajusté notre mandat mais en respectant une chose fondamentale... la marque Radio-Canada !!!

Aujourd'hui, j'entends régulièrement des gens qui disent que la survie de la radio passe par le web, l'ajout d'images... rien de neuf là... on appelle ça de la télé... d'autres soutiennent que sa survie passe par un rajeunissement de nos auditoires... peut-être mais pas si certain qu'on pourra y arriver en faisant de l'information, de l'analyse, de l'entrevue de fonds en parlant de météo, de circulation, de politique et autres turcs du genre. Dans le fond pour reprendre les paroles de mon ancien patron, Sylvain Lafrance, facile de construire une radio à succès, 3 ou 4 vedettes connues des jeunes... un gros budget de promotion... moins d'obligations réglementaire sur la diffusion de contenus musicaux... et voilà... mais ce n'est pas nous...

Quand je pense à ce que je consommait comme médias à 16 ans... et mes parents étaient de grands consommateurs de radio publique... j'écoutais la radio musicale surtout rock... les matches de hockey des Canadiens de Montréal... probablement pas très différent d'un jeune à Paris à la même époque qui écoutait le Paris St-Germain... et ça c'était dans un contexte où le seul jeu vidéo qui existait s'appelait « Pong »... la télévision nous offrait peut-être 13 chaînes... aujourd'hui... nos filles écoutent de la musique sur leur mobile... regardent de la vidéo sur leur mobile... ont plus de 200 chaînes de télévision à leur disposition... je passe sur les possibilités du web... des réseaux sociaux pour communiquer avec leurs amis...

C'est dans cette optique que j'ai eu la chance de participer aux RadioDays à Copenhague... Je me souviens de la présentation d'une sociologue suédoise à qui on demandait... qui sont les jeunes... et comment les intéresser à la radio... elle nous avait dit... trouver une façon de créer FaceRadio... beau défis...

La survie de la radio est remise en question depuis l'arrivée de la télévision. En 2005, le magazine américain « Wired » en fait même sa première page... « THE END OF RADIO »... il y a 8 ans déjà... et la radio existe toujours et se porte plutôt bien.

Le débat ne date pas d'aujourd'hui. La télévision vient alors de célébrer son troisième anniversaire. Lors d'une conversation avec son fils de six ans qui joue avec son camion en écoutant la radio, son père lui demande;

- Est-ce que tu préfères la télévision ou la radio
- Je préfère la radio, répond le garçon
- Pourquoi ? demande le père
- Parce que les images sont plus claires.

C'est ça la radio, un environnement que les autres médias n'ont pas... la liberté de faire autre chose tout en écoutant... exemple conduire sa voiture... marché librement dans une grande ville sans se préoccuper de ce qui se passe autour... préparer le repas... ou tout simplement vaquer à nos occupations...

Aujourd'hui, on répète régulièrement que le succès des médias passe par les trois E ... **Émotion, Expérience et Exclusivité**... c'est vrai... j'ajouterais pour le service public... en tout cas c'est le cas à Radio-Canada... c'est dans notre ADN, nos trois E sont; **Exactitude, Équité, Équilibre**... donc, nos priorités devraient être basées sur 6 E... donc plus d'audace en respectant nos valeurs !

À travers une offre média toujours grandissante et diversifiée où cohabitent des sources d'informations crédibles et d'autres... un peu moins... exemple... dans une étude américaine, on demandait aux adolescents qu'elle était leur source d'information préférée... une majorité a répondu : Facebook...

Dans un tel environnement, nous avons le devoir de suivre nos valeurs, et d'être des curateurs qui remettent en contexte les enjeux de notre monde... local et global... le fameux glocal.

Il y a 3 ans, Louis Lalande m'a donné le mandat de transformer le centre de production de Québec, une station de radio et une station de télé... en station média où la radio, la télé et le web offre une couverture intégrée de l'actualité locale... dans un contexte de SoLoMo... Social – Local – Mobile... notre slogan est devenu; Québec ma ville maintenant... Le local est devenu notre priorité média...

Pourquoi ? Parce qu'aujourd'hui, on ne consomme plus les médias de la même façon... on attend plus le Radio journal de 6h ou 7h pour s'informer... on consulte son mobile ou sa tablette... l'information y est présente plus rapidement... Twitter, est devenu notre nouveau fil de presse... on a accès à l'actualité en tout temps...

C'est dans ce contexte que nous avons entrepris de régionaliser nos antennes locales... c'est d'ailleurs l'un des trois grands chantiers du Président de Radio-Canada...

Ça se traduit, comment à la radio de Québec, une offre de service de base qui s'ancre dans la quotidienneté... circulation et météo... résultats des équipes locales... suivi en informations de ce qui définit Québec... grande agglomération... siège de la capitale provinciale...

Par exemple, l'émission du matin « *Première heure* »... nous avons restructuré l'équipe... première décision ajout d'un poste de chroniqueur à la circulation... pour répondre à un besoin réel dans notre marché... Le chroniqueur à la circulation se retrouve régulièrement dans notre journal télévisé de 18h lorsque les problèmes de circulation s'étirent... Il contribue même à la production web avec photos et courts textes... et on peut suivre l'évolution des problèmes de circulation sur le web...

Dans le cadre de notre météo, nous avons développé depuis trois ans une offre radio et web où dans le cadre de tempêtes de neige nous ajustons bien sûr notre carte de circulation web pour les circonstances... mais en plus nous communiquons à la population la liste des écoles fermées... à la radio et sur le web alors qu'à la télé nous présentons une bande défilante... la radio et le web demeurent le premier intervenant...

Éliminée la revue de la presse écrite... l'animateur parcourt le web, tout comme le journaliste aux informations... nous avons décidé de remplacer ce poste par un « balladeur urbain »... il parcourt la ville à la recherche de sujet d'intérêt ou du « talk of the town »... il se concentre sur les problèmes et les besoins des citoyens... résultats, plusieurs citoyens nous contactent pour nous lancer sur différentes pistes... des histoires où on retrouve de l'émotion... souvent de l'exclusivité... parce qu'on nous fait confiance... ce qui fait vivre aux auditeurs une expérience média... dans un contexte d'équilibre, d'équité et d'exactitude... et j'y tiens.

Les sports sont axés sur les équipes locales... et les athlètes locaux... même chose... on nous contacte pour des histoires... donc plus d'histoires de chez-nous...

L'animateur Claude Bernatchez est en constante conversation avec les auditeurs par le biais de Facebook, notre page web, le téléphone ou Twitter... d'ailleurs, Facebook, nous offre toute sorte de possibilités... la tenue de concours comme ce fut le cas cet automne, où Claude demandait aux auditeurs de nous faire suivre une photo d'un coin méconnu de notre ville... plus de 1500 photos différentes en 10 jours... il y a bien sûr les questions pour les invités... il faut d'ailleurs être prêts à changer sa feuille de route parfois... je me souviens... le premier ministre Charest était de passage dans nos studios un matin pour une entrevue... et les citoyens ont commencé à nous écrire... le premier ministre a accepté de rester plus longtemps et de répondre aux questions... Facebook et au téléphone... ce qui devait être une entrevue de 7 ou 8 minutes est devenu un échange de 25 minutes avec les citoyens qui ont beaucoup apprécié...

Le midi, nous offrons une tribune aux citoyens... rien de neuf là-dedans... l'émission est diffusée simultanément à la radio et sur le web en vidéo... ceci dit, une diffusion vidéo web d'une émission radio... ça vaut ce que ça vaut... en fait rien d'extraordinaire... sauf que ça nous permet d'utiliser certains extraits d'échanges avec les invités sur le plateau pour notre web info ou le journal télévisé de 18h...

On pourrait dire la même chose sur l'émission d'après-midi... encore là, on donne du temps aux intervenants de bien mettre en contexte l'événement, la nouvelle...

Dans le cadre des dernières élections municipales, nous avons demandé aux citoyens de suggérer des projets rassembleurs aux candidats, des projets ancrés dans un avenir positif. L'équipe de l'émission du matin choisissait un projet par semaine. Le citoyen qui avait soumis le projet, était

invité à le présenter à notre antenne. Un journaliste préparait un reportage pour la télévision sur le projet soumis en analysant sa faisabilité. Puis l'équipe du matin s'engageait à soumettre toute la liste au maire élu.

Un jeu web a même été créé dans le cadre de la campagne municipale...on pouvait devenir maire d'une petite municipalité...

Aujourd'hui, notre défi n'est plus de maintenir un fil d'antenne, faire le lien entre les émissions... mais un fil de marque, c'est-à-dire faire le lien entre toutes nos plateformes... . Nous devons trouver le moyen d'intéresser le plus grand nombre d'utilisateur à l'ensemble de nos plateformes... créer une plus grande circulation...le défi après les avoir intéressés est de les garder et de créer le désir de consommer l'ensemble de nos services... Entrer par le mobile... découvrir la radio et s'y attacher... mais si nos produits sont les mêmes sur toutes nos plateformes, que notre web devient une énorme photocopieuse et que notre radio ne fait que répéter ce qu'il y a sur le web et à la télé et vice-versa... Ça ne fonctionnera pas...

Et dans cet univers, le pari de Radio-Canada Québec est d'offrir une programmation locale de proximité à la radio... De plus, j'ajouterais que la radio publique profite d'un superbe avantage, sa notoriété... Notre couverture de l'actualité régionale se fait en respectant nos 3 E... en intégrant le citoyen sans tomber dans l'opinion.

Le défi pour les gens de radio est de comprendre et de s'adapter à l'environnement médiatique actuel, aux tendances de consommation médiatique et de profiter des nombreuses possibilités qui s'offrent. D'ailleurs, nous avons souvent l'impression que ce nouveau monde des médias s'adresse à des gens avec un déficit d'attention. Tous les contenus doivent être courts et rythmés. On passe vite à autre chose.

En 2001, le 11 septembre pour être plus précis, la planète se rive aux écrans de télé... d'ailleurs les mesures d'auditoire de l'époque confirment la nette domination de la télé... la radio ne semble pas trop bouger... très peu d'augmentation... mais dans les mois qui ont suivi... on a remarqué à la radio publique une augmentation constante... pourquoi... les gens voulaient comprendre... désiraient qu'on leur explique... prendre du recul... se faire raconter...

La radio demeure la meilleure plateforme pour ralentir cette société où tout semble parfois aller trop vite. À la radio, on peut prendre le temps de raconter des histoires, des histoires passionnantes et cohérentes avec notre vie de tous les jours. La radio nous réveille. Elle est dans nos cuisines et surtout dans nos voitures. La radio demeure un médium intime et d'émotion. Elle a cette merveilleuse capacité de nous accompagner.

Dans un environnement où l'offre médiatique est toujours plus grande et diversifiée, la radio parlée possède déjà une niche extraordinaire, celle de la proximité. La radio parlée revient ainsi un peu à ses origines. Elle redevient un média de proximité tant dans un contexte d'urbanité que dans un contexte régional.

Ceci dit, nous vivons dans un monde médiatique fort différent, les artisans doivent maintenant comprendre les nouvelles plateformes et les outils pour les alimenter. La flexibilité et la polyvalence deviennent des éléments importants du succès. animateurs et journalistes doivent être présents sur Facebook et Twitter. Ils doivent être là où les citoyens sont. Ils doivent constamment répéter aux citoyens qu'ils existent et qu'ils ont de belles choses à raconter. En fait, il faut penser à un monde où le citoyen désire plus d'histoires passionnantes, sans oublier une diversité de déclinaisons pour offrir aux citoyens des contenus dans le format de son choix et au moment de son choix.

Les relations avec d'autres médias locaux sont aussi très importantes. Il faut des amis. Un partenariat ou une relation de proximité avec un quotidien de Québec peut devenir un atout judicieux pour une station comme la nôtre. C'est une autre façon de faire rayonner la marque et les contenus. Tous les moyens sont bons pour être disponibles, tout en respectant les valeurs qui nous ont permis de construire notre notoriété.

Ceci dit, depuis peu, nos amis des médias écrits deviennent nos compétiteurs... lors des dernières élections municipales au Québec, le quotidien de la Capitale « Le Soleil » présentait sur le web une émission en direct dans le cadre du dépouillement des boîtes de scrutins... avec analyse et journalistes sur le terrain... une émission de télé sur le web produite par un quotidien écrit... tout ça en même temps que nous... mais avec une différence importante... nous avons la radio et pas eux...

Je suis aussi de plus en plus convaincu que la radio publique est un joueur important et essentiel dans la survie de la radio. Ce qui nous rend distinct des autres radios parlées est sans aucun doute, l'intégrité de nos contenus. Dans un monde médiatique aussi complexe et axé sur la rapidité, les citoyens recherchent des repères, des guides. La qualité, l'équité et la diversité des contenus ne doivent jamais être négociables.

C'est pour cette raison que la course aux résultats d'écoute à ses limites. Nous devons être rassembleurs, mais sans être racoleurs. Nous pouvons être populaires, sans être populistes et intelligents sans être intellectuels. Nous devons nous comporter avec humilité, comme des citoyens normaux.

La relation qui existe entre nos auditoires et nous est essentiellement construite sur la confiance, sur des valeurs communes.

La radio possède toujours de formidables avantages... elle est gratuite... elle est économique et très agile. Dans le fond, le sort de la radio est entre ses propres mains...

Le défi de la radio demeure le même, nous présenter une image plus claire... de notre société.

CONFÉRENCE EN ATELIERS

Mémo de la conférence de Michaël Néron, Directeur Technique,
Radio-Canada
« *La production à travers les générations* »

Copie des textes de la présentation Power Point

**L'ÉVOLUTION DES TECHNOLOGIES
DANS NOS MODES DE PRODUCTION**
Michaël Néron

Présentation

- La production dans le passé
- Les nouvelles règles du jeu
- La démocratisation des outils de production
 - La confrontation

La production dans le passé

- Productions à gros budget
 - Équipes imposantes
 - Tâches définies
- Beaucoup de temps alloué à la production

Les nouvelles règles du jeu

- Productions à petit budget
 - Petites équipes
 - Personnel multi-tâches
 - La rapidité!
- Innover et faire preuve d'imagination

La démocratisation des outils de production

- Pour ou contre?
- Est-ce inévitable?
- Les professionnels sont-ils laissés de côté?
 - Le talent est-il dilué dans la masse?
- La technologie au service de l'artisan

La confrontation

- La confrontation des idées
- L'inévitable évolution technologique

Conclusions

- Revoir régulièrement les moyens de production
 - Être à l'écoute des suggestions
 - Savoir reconnaître le talent
- Faire confiance aux nouvelles générations

Le futur ?



Mémo de la conférence de Jean-François Rioux, Directeur Radio-Canada Québec
« Le pouvoir de l'utilisateur de s'informer à sa convenance »

Copie des textes de la présentation Power Point

Bonjour – Bonne nuit

Le pouvoir de l'utilisateur de s'informer à sa convenance

Vivre le fil de marque « Radio-Canada » du lever au coucher: Proximité et accompagnement - Pour se renseigner, se divertir, développer & échanger durant toute la journée avec la plateforme disponible du moment.

Défis...

- Poursuivre l'évolution du « workflow » de la station et mieux intégrer notre diffusion média arrimée aux procédures du centre de distribution numérique de Montréal (méthode a/v V2) branché sur les applications (twitter », »Youtube).
- Évaluer notre inventaire pour bien gérer la capacité d'hébergement et de distribution

- Formation et encadrement pour développer une meilleure scénarisation de nos interventions web et mobiles.
- Être dans les réseaux pour se créer un réseau et obtenir de l'information de ces réseaux afin d'entretenir une réelle conversation..

Objectifs

« Brander » le concept « bonjour – bonne nuit » ... C'est un produit !
Scénariser l'amplitude de l'information pour offrir un service régional du lever au coucher.
Développer une approche multiplateforme (R-I-T-M) en soirée.
Intégrer les tablettes et téléphones intelligents comme une offre multiplateforme, configurable par alerte et qui permet à l'utilisateur de personnaliser.

Bonjour Québec !

C'est d'abord un service de radio réveil qui nous réveille avec le show du matin localisé, peu importe où je suis au pays, c'est l'émission de radio de la Première chaîne qui me réveille.

Page écran : premier contact info

- Bandeau avec la face de l'animateur + affichage de la fréquence géolocalisé + streaming de la PC
- Services pratico-pratiques (alerte Écoles fermées + météo + circulation et trafic (feed automatisés))
- Trois manchettes locales
- Boîte Actualité en direct (Twitter + Scribble live)
- Snooze OU Fermer
- L'utilisateur peut rester sur l'écran d'accueil et continuer l'écoute ou poursuivre son exploration sur le reste de l'application mobile tout en écoutant la PC. Il peut évidemment fermer le stream à tout moment.
- La boîte Actualité en direct permet aux gens sur le terrain de publier rapidement photo, clip de 6 sec ou texte et répond à un besoin d'instantanéité

Bonne nuit Québec

- Bulletins vidéo de 30 secs – suivis des événements & nouveaux développements en fin de soirée. Pas de RDV, ça arrive quand c'est prêt sur le web en premier et en 2e diffusion à la télé dans un bloc défini (vers 21h30? Ou 22h30). Promu dans un Twit (6 sec) – dans les blogues, FB et sur le fil d'actualité web (Scribble) et dans le compte RC_Québec (10k abonnés)

Québec express

- Format (durée) adapté au mobile – Système d'abonnement facultatif (Push) « Votre Québec express est arrivé! » Wrap up des événements majeurs de la journée en 30 secs si aucun nouveau développement

Mémo de la conférence de Henri False, Médiamétrie
 « *La mesure d'audience de référence des médias audiovisuels* »



La mesure d'audience : pourquoi faire ?

Fonctions de base	Dimension programmes	Dimension Publicité
Comptage, Identification, Qualification, Analyse des comportements	Constitution d'une grille de programmes Emissions écoutées ou regardées : combien d'auditeurs, de téléspectateurs. Qui sont-ils ? Transferts d'audience : qui, comment (pourquoi) ? Stabilité/fidélité de l'auditoire Analyse de la concurrence Attraction des genres, croisement genres tranches horaires	Valorisation de l'espace publicitaire Établissement des tarifs médiaplanning

Une mesure d'audience de référence unique et consensuelle

Les familles d'acteurs concernés

- Les chaînes de télévision et leurs régies
- Les opérateurs
- Les annonceurs
- Et les agences conseils

Toutes les familles d'acteurs concernés doivent être impliqués dans

- La définition
- La mise en œuvre
- Le suivi
- Et le financement

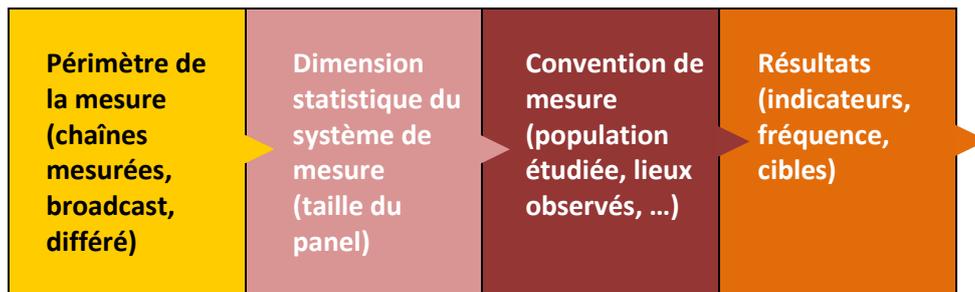
... de la solution de mesure d'audience et ses évolutions futures

Pourquoi ?

C'est la condition nécessaire pour obtenir le consensus sur les résultats d'audience qui constitueront la monnaie unique du marché

La transparence

Chaque acteur doit connaître les critères de choix qui ont déterminé la définition et la mise en place du système de mesure :

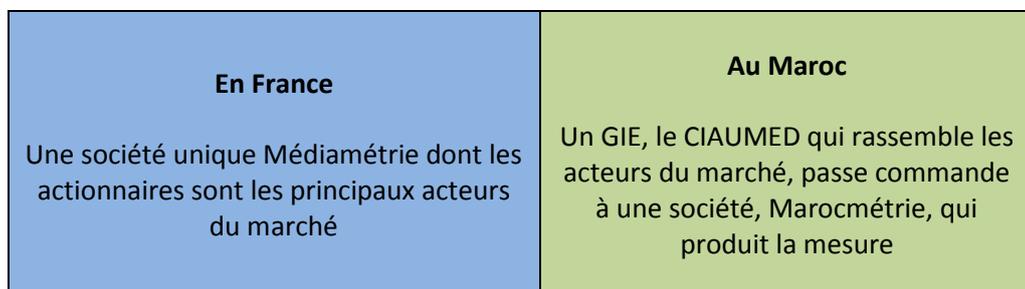


Certains choix sont guidés aussi par des critères économiques (financement) ou statistiques (effectif du panel et des cibles)

Quelle organisation ?

La Charte Mondiale des Annonceurs recommande la création d'une structure associant des représentants de l'ensemble des acteurs

Deux exemples



En France : Médiamétrie

Société anonyme

3 catégories d'actionnaires

- Agences Annonceurs 25
- Télévision 25
- Radio 27

Des comités professionnels

- Télévision
- Radio
- Internet
- Cinéma...

Au Maroc



Le Ciaumed

GIE rassemblant les chaînes de télévision, Al Aoula, 2M, et leurs règles, le GAM et l'UACC

Marocmétrie

Société anonyme de droit marocain avec trois principaux actionnaires : CSTO, LMS-CSA et Médiamétrie

11/02/13 | 4

Les savoir-faire nécessaires



Données de cadrage
décrivant la population à représenter

Gestion de panel
recrutement, installation, animation

Sondage
conception de l'échantillon du panel

Technologie
identification des chaînes, horodatage

Informatique
chaîne de production et plateforme de Restitution des résultats

11/02/13 | 7

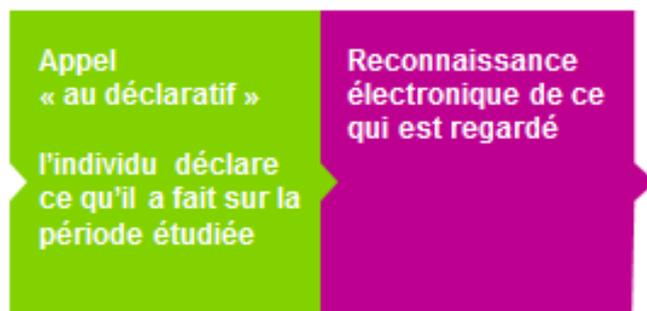
Les grandes approches



Suivi des foyers ou des individus ?

Comptage et identification des consommateurs médias et reconnaissance des chaînes/supports consommés

Deux approches :



11/02/12 | 8

La mesure déclarative



Historiquement, la première méthode

Repose sur la mémoire et la capacité à restituer le comportement récent

Enquêtes auprès d'échantillons d'individus faisant reconstituer le comportement de vision/d'écoute sur une période d'étude, avec une granularité pré-définie

Période : elle va d'une journée à un petit nombre de semaines (2, 3 ...)

Granularité : le quart d'heure

Mode de recueil de l'information : enquêtes « classiques » en face-à-face, ou par téléphone (« Day After Recall »), ou avec un carnet d'écoute auto-administré

11/02/12 | 8

La mesure automatique



L'audimètre facilite la reconnaissance de la chaîne regardée (pas d'appel à la mémoire, possibilité de panels de longue durée)

Les évolutions technologiques des téléviseurs et liées au numérique rendent cette identification de plus en plus complexe

... ainsi que les nouveaux usages et comportements : Personal Video Recorder, écrans mobiles, broadcast ou différé, individu **ATWAD** (Any Time, Any Where, Any Device)

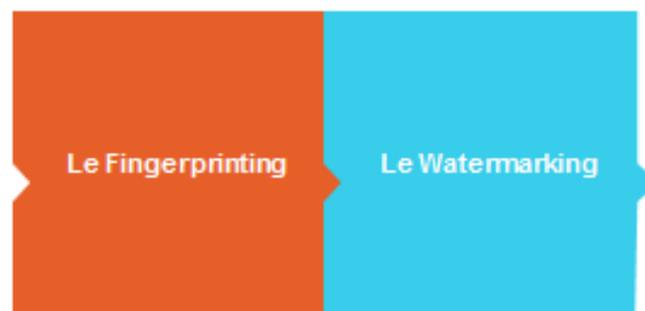
⇒ Nécessité d'une évolution technologique

11/02/13 | 10

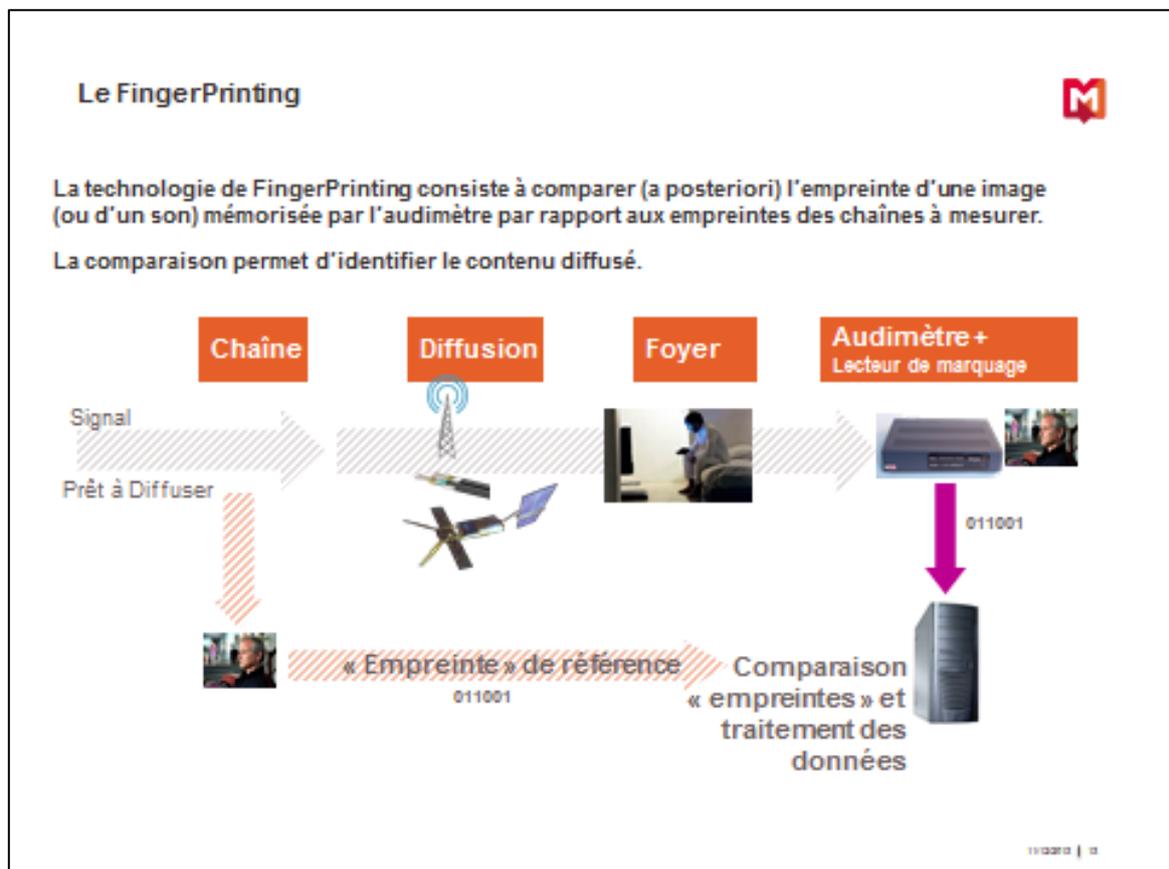
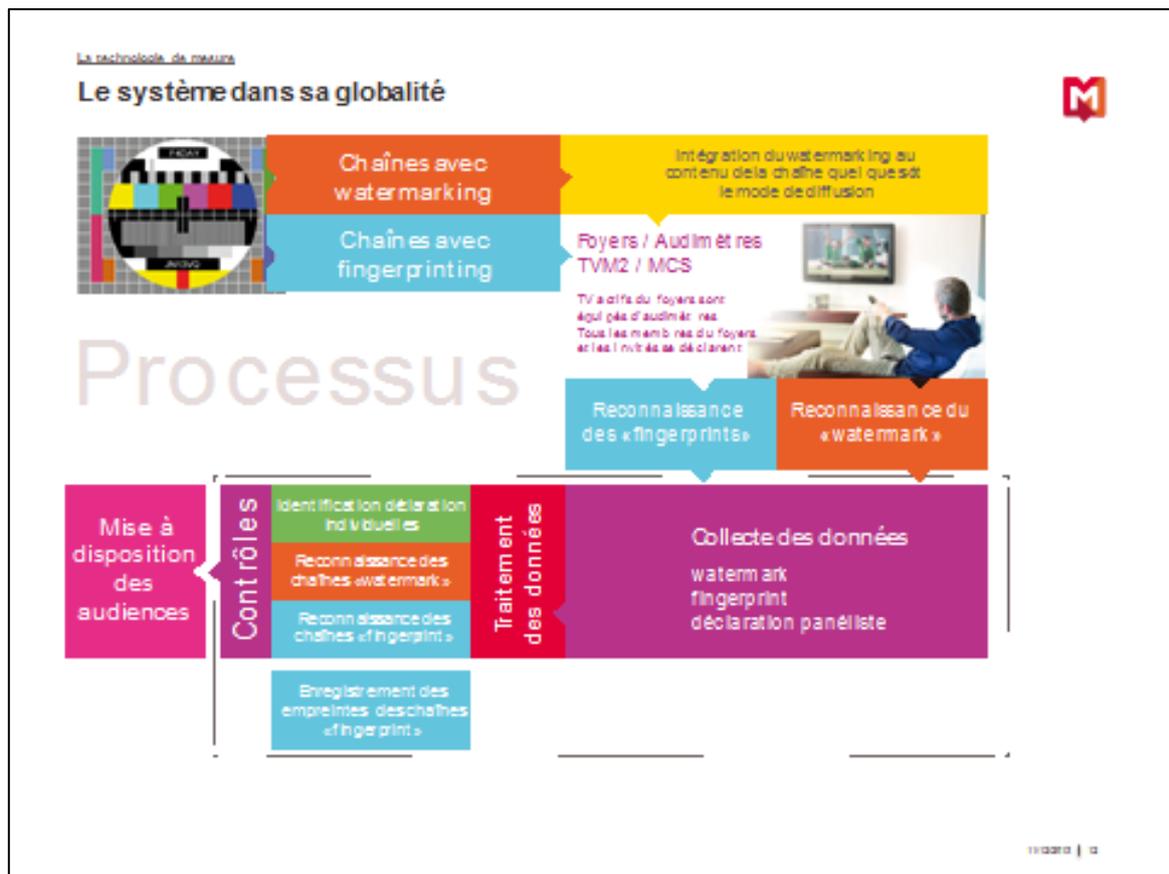
La mesure automatique



Deux principales méthodologies pour identifier les chaînes regardées :



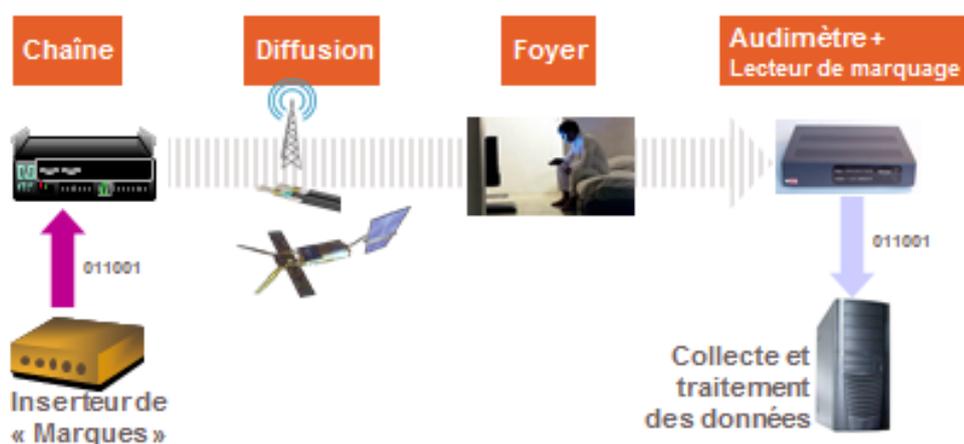
11/02/13 | 11



Le WaterMarking



La technologie de WaterMarking consiste à insérer une « marque » dans l'audio (ou la vidéo) du flux regardé par le pénaliste. Cette marque est ensuite détectée par l'audimètre qui identifie le flux diffusé.



11/02/10 | 11

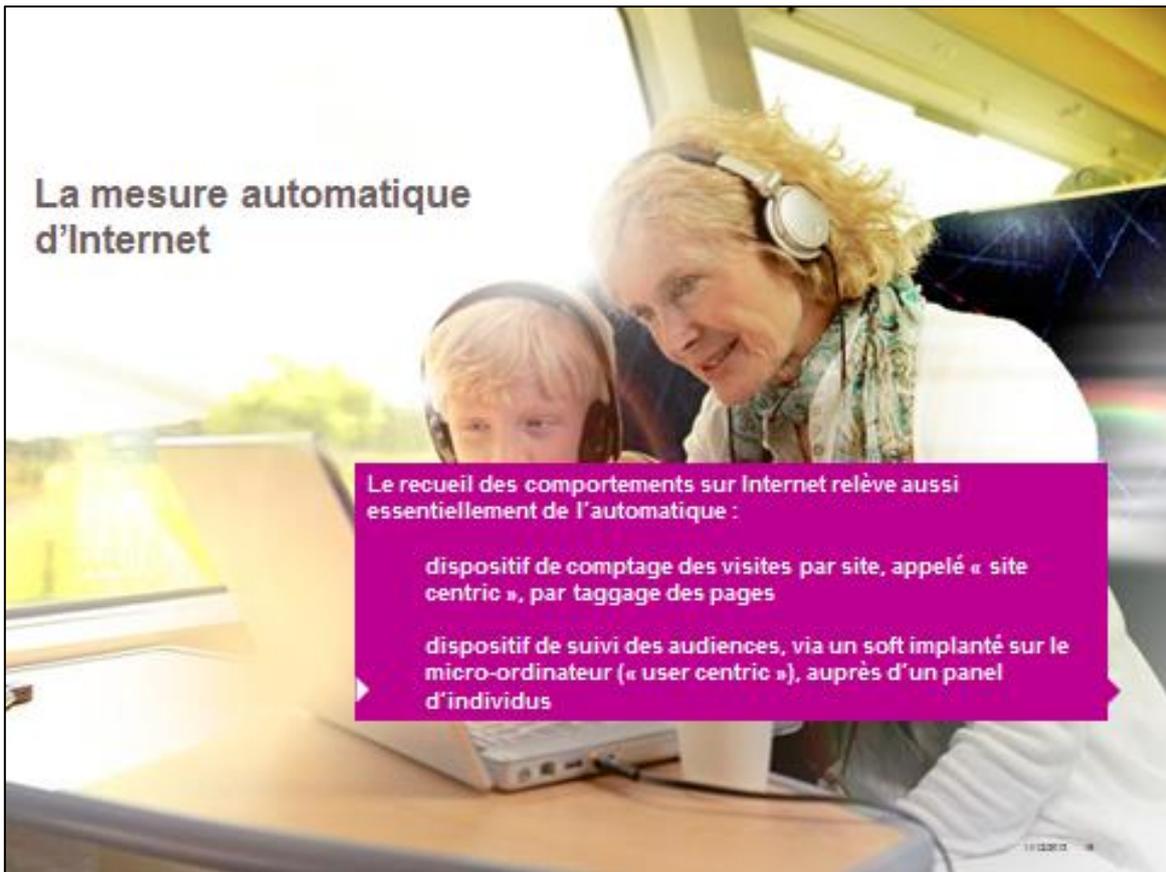
Avantages et inconvénients de ces deux technologies



Technologie	Avantages	Inconvénients
WaterMarking	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Indépendance vis-à-vis des modes de diffusion ▶ Possibilité d'insertion de « time stamp » datant la « marque » (facilitant la mesure en Time-shift ou des programmes enregistrés). ▶ Possibilité de différencier les canaux de distribution 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Nécessité d'installer des équipements de marquage chez tous les diffuseurs
FingerPrinting	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Indépendance complète du système vis-à-vis des chaînes, stations, opérateurs,... 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Constitution d'une base de référence importante ▶ Forte complexité et limitations pour gérer les audiences en différé. ▶ Impossibilité d'identifier la source de diffusion en cas de contenus identiques.

11/02/10 | 12

La mesure automatique d'Internet



Le recueil des comportements sur Internet relève aussi essentiellement de l'automatique :

- dispositif de comptage des visites par site, appelé « site centric », par taggage des pages
- dispositif de suivi des audiences, via un soft implanté sur le micro-ordinateur (« user centric »), auprès d'un panel d'individus

La mesure de référence exige un contrôle permanent



Par exemple, en France et au Maroc, des audits et des contrôles sont réalisés régulièrement pour :

- La représentativité du panel
- Les fonctionnements des audimètres, des transmissions et de la codification des programmes
- La participation des panélistes
- Les informations recueillies

Des contrôles
- quotidiens
- mensuels
- annuels



11/2013 | 17

Et « demain » ?



La mesure d'audience est un domaine en perpétuelle évolution.

Les mots-clés pour demain ?

Voies de retour

Cross Médias

Miniaturisation et audimètre porté

ATAWAD

Exposé de Kouka H. Ouédraogo, réalisateur TV
« *Productions et Coproductions* »

Messieurs les Directeurs des chaînes de télévisions

Messieurs les Directeurs et chefs de programme

Chers participants à ce présent atelier PRODUCTIONS COPRODUCTIONS

L'honneur me revient ce matin de prendre la parole devant vous pour introduire la problématique de la production et de la coproduction.

Une introduction qui va nous amener à échanger autour de ce sous-thème.

Et je base mon intervention sur la Télévision Nationale du Burkina qui reste une structure publique à l'image de toute autre chaîne publique des pays de l'UEMOA, avec ses forces et ses faiblesses.

La production et la coproduction constituent la locomotive d'une chaîne comme la TNB et plus elles fonctionnent et plus la grille de programmes arrivent à fidéliser les téléspectateurs.

Nous allons donc aborder cette problématique PRODUCTION COPRODUCTION en trois points :

- Dans un premier temps il conviendrait de rappeler la définition des concepts de production et de coproduction.
Il s'agit bien d'un rappel car les différents intervenants d'hier sont largement revenus sur la définition de la production et de la coproduction.
- Ensuite faire l'état des lieux de la production et de la coproduction sur la TNB
- Et enfin nous ferons des recommandations pour une meilleure production et coproduction (d'un point de vue quantité et qualité) pour répondre aux diverses attentes des téléspectateurs.

LA PRODUCTION

La **production** est le processus de fabrication des programmes TV et elle concerne la gamme des émissions télévisées tous genres confondus, les films, les jeux, le théâtre et autres vidéos.

Elle mobilise des moyens humains, financiers et matériels et l'importance de ces moyens mis pour fabriquer des programmes varie selon les genres.

LA COPRODUCTION

La **coproduction** c'est la mutualisation de ces moyens par deux ou plusieurs chaînes de TV publiques en vue de produire en qualité et en quantité, un ou plusieurs programmes pour alimenter leurs différentes grilles.

La coproduction peut mettre en relation:

- Des chaînes publiques et des structures chargées de la cinématographie
- Des chaînes publiques et les différents Festivals
- Des chaînes publiques et des structures de formations
- des chaînes publiques et des chaînes privées
- des chaînes publiques et des sociétés de production.

ETAT DES LIEUX DE LA PRODUCTION ET COPRODUCTION.

Jusqu'en 1994, on ne parlait pas de production en tant que telle à la TNB, même si de temps en temps, la chaîne était sollicitée pour faire des documentaires de commande ou d'enregistrement de pièces de théâtre.

À partir de 1994, le sitcom-VIS-A-VIS a vu le jour. Sans budget, ce sitcom qui a pu se faire à un rythme irrégulier et cela grâce à l'engagement du réalisateur et de quelques comédiens, a reçu néanmoins un accueil favorable ;

Exemple à DORI, localité située à plus de 200 kms de Ouagadougou, les téléspectateurs avaient mis en place un système de cotisation pour charger la batterie du préfet afin de pouvoir suivre l'épisode qui était diffusé tous les jeudi soir.

Ce projet montre qu'avec un peu de moyens financiers les chaînes peuvent fabriquer des programmes de proximité qui plaisent aux téléspectateurs.

Ainsi la production de la TNB a évolué jusque-là en dents de scie car n'ayant jamais disposé de budget.

Mais en 1998, à la faveur de la CAN 98, la TNB acquiert un car multcaméras, et avec ce car **la production TNB** a commencé à prendre de l'ampleur. La direction de la TNB de l'époque prend conscience de la possibilité de produire localement et elle obtient un budget pour l'achat des programmes et la production.

La production de séries comme *VIS – à VIS* se voit renforcée, des émissions tous genres confondus sont réalisées, elle lance alors la série des adaptations littéraires.

À la fin de l'année 2001, la production locale qui était de 15 % en 1997 est passée à 65%. Toute chose qui renforce la grille au bonheur des téléspectateurs.

Entre 2002 et 2012, La TNB change de Statut et de dirigeants et cela porte un coup dur à la production locale qui est retombée à moins de 20%.

Aujourd'hui, ce taux de production nationale de la TNB est de 70 %, mais l'on se rend compte que beaucoup de ces programmes sont vraiment des produits maison pour la plupart. Les documentaires et les séries et autres fictions représentent tout au plus 12%.

La TNB devra veiller à diversifier les productions de sorte que les différentes couches sociales puissent trouver leur compte.

La TNB n'avait pas de liquidité pour mettre dans des coproductions mais elle avait un personnel et un matériel technique et de la logistique.

COPRODUCTION SUR LE PLAN NATIONAL

La TNB a coproduit en 1999 *A NOUS LA VIE* avec PYRAMIDES FILMS, et la série *LES JEUNES BRANCHES* en 2001 avec la société les FILMS DU MOGHO en mettant à la disposition de la production son car multi caméras et tous les techniciens nécessaires.

Ces 2 coproductions nationales sont arrivées à termes malgré quelques difficultés au niveau de la mobilisation du **budget** et du **chronogramme de réalisation**.

Depuis 2012, la RTB s'est engagée dans une nouvelle dynamique de coproduction avec les sociétés privées de production du Burkina. Elle encourage les producteurs indépendants en leur apportant une participation financière en fonction de la qualité des scénarii et des budgets présentés.

À ce jour elle a coproduit en plus des séries harmonisées du CIRTEF :

- La série *3 FEMMES UN VILLAGE* avec Jovial Production ;
- La série *LE TESTAMENT* avec les Films SELMON ;
- *L'ECOLE PAR LA CHANCE* du réalisateur Célestin ZONGO

COPRODUCTION SUR LE PLAN INTERNATIONAL

Le fonds francophone pour la production audiovisuelle du Sud de l'OIF et du CRTEF avait encouragé en 2000 les coproductions Sud-Sud et plusieurs projets avaient été développés mais ceux-ci sont restés dans les tiroirs de certaines TV.

Il s'agit de :

La scarification. Burkina / Tchad

La route de l'ignon, Niger / Burkina / Cote D'Ivoire

Si ces projets n'ont pas abouti, il a dû manquer sûrement un mécanisme de suivi et une réflexion approfondie doit être menée en vue de voir ces genres de projets respecter leur chronogramme de réalisation et voir le jour.

Au vu de ce qui précède, je peux dire que la RTB, a connu et connaît des difficultés dans la fabrication des programmes parmi lesquelles :

- Une contrainte budgétaire qui fait qu'elle se limite à la production pour sa propre consommation ;
- Des problèmes de formation des personnels ;
- Un problème réel de matériel technique de post-production ;
- une instabilité de la structure qui porte parfois des coups durs à la production.

Mais la nouvelle équipe dans sa dynamique actuelle travaille à trouver les voies et moyens pour stabiliser et pérenniser la production et la coproduction.

- **Les recommandations en vue d'aboutir à une meilleure production et coproduction pour la TNB.**

Les pouvoirs publics doivent travailler à :

- Stabiliser les organigrammes ;
- À renforcer continuellement les capacités des personnels ;
- Adopter une politique cohérente en matière de production et de coproduction en dotant la TNB de Budget conséquents ;
- Étudier et mettre en place des mécanismes de financements pour la production ;
- Renforcer le partenariat public / privé ;
- Renforcement d'un partenariat entre chaînes publiques ;
- S'investir dans les bourses de coproductions développées par le CIRTEF car l'union fait la force et quand plusieurs professionnels se mettent ensemble pour fabriquer des programmes, le produit qui en sort est de bonne qualité.

Le domaine de la production et de la coproduction est vaste et il s'agit là de quelques points que j'ai introduits autour desquels nous allons échanger et dégager des pistes pour une meilleure production et coproduction pour nos chaînes africaines.

Je vous remercie.

Synthèse de l'exposé de Frédérick-Louis Boulay, Directeur des programmes et de la programmation (TV5MONDE)
« Production et coproduction »

ACHAT - PRECHAT – COPRODUCTION

A) POSITIONNEMENT D'UN DIFFUSEUR

Plus un diffuseur intervient tôt, plus il peut influencer le contenu et plus il obtient des droits.

Du plus tard au plus tôt...

1/ Achat :

Le développement et la production sont terminés

- La chaîne ne négocie que des **droits de passage** d'un programme terminé

2/ Préachat :

Le développement est finalisé et la production ou la post-production ne sont pas terminées.

- L'obligation de résultat est assumée par le producteur indépendant (garantie de bonne fin)
- Le(s) diffuseur(s) obtient en contre partie de son **apport en argent frais** des droits de diffusion (et de multidiffusion)
- La chaîne peut demander des modifications lors de la post-production
- Les fenêtres de diffusion par territoire et par diffuseur sont partie intégrante du contrat
- Les recettes nettes des ventes futures sont au seul bénéfice du producteur et/ou du distributeur (si MG)

3/ Coproduction :

Le développement est en cours (écriture) et la production n'a pas débuté

- L'obligation de résultat est assumée par tous les coproducteurs (garantie de bonne fin)
- La chaîne coproductrice principale peut demander des modifications éditoriales et artistiques (si très importantes, il peut y avoir un impact sur le budget de production > à négocier)
- La chaîne coproductrice peut apporter de l'industrie en plus d'argent frais
- Le diffuseur obtient en contre partie de son apport des droits de diffusion (et de multidiffusion) et une part de copropriété
- Les fenêtres de diffusion par territoire et par diffuseur sont partie intégrante du contrat
- Les recettes nettes des ventes futures sont partagées (%) entre les coproducteurs et le distributeur (si MG)

B) BUDGET DE PRODUCTION ET PLAN DE FINANCEMENT

➤ Budget de production :

4 parties distinctes => 4 valorisations distinctes

1) Apport immatériel (droits artistiques)

- Concept, sujet
- Écriture, adaptation, dialogues
- Rémunération producteur
- Réalisateur (auteur)
- Musique
- Frais afférents

Les apports artistiques ne sont pas valorisables selon des barèmes rigides. Ils sont fonction de l'importance du projet, de la cote des intervenants sur le marché et de leur expérience.

2) Personnel technico-artistique (salaires)

- Réalisation (technique)
- Casting
- Production exécutive
 - o Direction de production / administration
 - o Photographie
 - o Lumière
 - o Décoration

- Son
- Maquillage, coiffure, costumes Etc...
- Post-production
 - Monteur
 - Mixeur
 - Étalonneur

3) Matériel

- Frais techniques
- Matériel
- Post-production, laboratoire
- Énergie, transport, hébergement

4) Les frais de gestion et les charges

- Charges sociales
- Assurances
- Divers (% frais généraux, frais financiers et imprévus)

Ces apports sont valorisables et contrôlables selon des barèmes précis d'unité d'œuvres et d'unité de valeur

➤ Plan de financement

A) Financement national

1. Producteur délégué national
 - Apport investi par le producteur
 - Numéraire
 - Industrie
 - Préventes droits
 - Concours privé (parrainage, placement de produit)
2. Coproducteur délégué national
 - Apport investi par le coproducteur
 - Numéraire
 - Industrie
 - Préventes droits
 - Concours privé (parrainage, placement de produit)
3. Autre coproducteurs nationaux
4. Apport(s) diffuseur(s) national(ux)
 - 1^{er} diffuseur
 - Part antenne
 - Part copro
 - 2^e diffuseur (etc.)
 - Part antenne
 - Part copro

5. Aides régionales ou nationales

B) Financement international

1. Apport 1^{er} pays

- Apport coproducteur
 - Apport propre
 - Soutien de son Etat
- Apport diffuseur
- Préventes (cession de droits)
- Autres financements

2. Apport 2^e pays

- ...

3. Apport 3^e pays

- ...

C) Aides internationales de soutien (OIF, UE par ex)

Exemple synthèse présentation d'un plan de financement

A/ Report budget total	1 000
B/ Report financement total	
- Apport diffuseur(s) national (ux)	350
- Aides et soutien	50
- Apport diffuseur(s) international (ux)	150
- MG et préventes distribution	100
- Apport producteur	350

A = 1 000

B = 1 000

A – B = 0

Exposé de Redo Porgo, réalisateur (RTB)

« Séries et documentaires : étude de cas de la RTB »

Mesdames, messieurs, chers panélistes,

J'interviens ce matin pour parler de la production de séries et documentaires locaux de ma télévision, la RTB, face à la concurrence. Que doit-elle faire avec l'avènement du numérique pour toujours faire face à une concurrence qui sera plus rude. Je dirai que la production est l'essence, la raison d'être d'une télévision. C'est la production qui alimente la grille en programmes de nos chaînes.

L'enjeu pour les télévisions africaines et celle de la RTB en particulier, est chaque fois d'assurer des programmes qui répondent aux attentes des téléspectateurs, plaçant ainsi la problématique de la production au centre de leurs préoccupations. C'est ainsi que depuis sa création en 1963, la RTB, alors la Volta Vision, pour répondre à ses missions de service produisait des programmes sur la vulgarisation de nouvelles méthodes agricoles, l'hygiène et la santé, et autres émissions de sensibilisation pour renforcer la cohésion et l'unité nationale de la jeune nation.

La RTB jouissait alors du monopole de production.

Chaîne généraliste, en dehors de sa mission de service public, elle va diversifier les genres de productions pour répondre aux attentes des publics de plus en plus exigeants, causées par l'élévation du niveau d'éducation des populations.

La libéralisation de l'espace audiovisuel et l'ouverture au secteur privé en 1991 va donner naissance à des chaînes privées et des sociétés de production indépendantes, ce qui va accroître l'offre des programmes diversifiés et instaure du même coup une forme de concurrence. La RTB, pour faire face à cette concurrence et répondre aux attentes des téléspectateurs par le contenu des programmes, va commencer à produire sa propre série télévisée et entrer en coproduction avec des sociétés de production privées dès 1994.

« VIS-À-VIS » produit par la RTB et réalisé par Abdoulaye DAO ;

« À NOUS LA VIE » coproduit par Pyramides films, la TNB et réalisé par Dani Kouyaté ;

« LES JEUNES BRANCHÉS » d'Issouf TAPSOBA.

En 1989 -1990, la RTB a lancé la production d'une série de documentaires intitulée « IDENTITE CULTURELLE » d'une périodicité mensuelle et d'une durée de 26 minutes qui visait à faire connaître les différents groupes socioculturels vivant au Burkina Faso. Le budget de production varie de 2 à 5 millions. Repérages, tournage et postproduction. Cette émission a connu une production régulière jusqu'en 2010 ;

La RTB a toujours cherché et cherche encore à réduire le pourcentage des programmes étrangers diffusés sur sa chaîne. Ainsi en 1995, elle était à 25% de productions nationales diffusées sur la chaîne.

En 2009, selon le rapport du service production et création de la RTB, 259 émissions ont été réalisées en direct (31 magazines ou grands événements), ce qui représente 11,97% du total de la production

228 émissions ont été réalisées en extérieur et en différé soit 88% du total : il s'agit des documentaires, grands reportages et magazines. Le budget annuel affecté à la production est estimé à 227.370.000 FCFA et plus de 90.000.000 FCFA pour l'achat des programmes.

Toujours dans le souci de réduire le pourcentage des productions étrangères sur la grille des programmes et répondre aux attentes des publics, la RTB a produit en 2010 sa propre série intitulée « AFFAIRES PUBLIQUES » qui traite de l'administration publique et de ses dysfonctionnements. Chaque saison a coûté plus de 100 millions et elle en a produit trois et ambitionne de poursuivre l'aventure. La RTB, dans sa politique de programmes participe aussi à la coproduction de séries télévisées avec les sociétés de production qui ont des projets pertinents pouvant répondre aux attentes des publics.

Ainsi la RTB a soutenu la production de « TESTAMENT » d'Apolline TRAORE à hauteur de 20.000.000 FCFA et 25.000.000 FCFA à « 3 FEMMES ,1 VILLAGE » de Mimi GLEZ DIALLO de Jovial Productions. La télévision participe aussi en coproduction avec le CIRTEF à la réalisation de documentaires unitaires ou séries harmonisées qui occupent une bonne place dans la grille des programmes de la RTB.

On voit bien qu'une politique de programmes est active pour produire par des moyens propres ou en coproduction, des œuvres dont le contenu dépeint les réalités et vécus socioculturels des destinataires de nos programmes : les téléspectateurs.

En 2013, l'analyse de la grille des programmes de la RTB nous indique que le nombre de films documentaires diffusés et rediffusés tout genre confondu est de 42 par semaine.

Le nombre de films documentaires diffusés en heure de grande écoute (21H) est de 2 par semaine. Il faut noter que les documentaires souffrent d'une faiblesse dans la conception, réalisation et postproduction et souvent il y a une confusion dans la définition des genres.

Le nombre de séries télévisées nationales diffusé par semaine est de 6.

POURCENTAGE DES EMISSIONS DIFFUSEES SUR LES ANTENNES DE LA RTB

Les productions nationales occupent 70% de la grille.

Les programmes africains occupent 12% de la chaîne.

Les autres programmes occupent 18%.

Pour la RTB, la production et diffusion des programmes locaux restent son crédo, en ce sens que la grille des programmes, chaque année fait l'objet d'une révision pour qu'elle réponde aux attentes des téléspectateurs et pour se préparer à l'avènement du numérique et réaliser des offres de programmes à destination des populations des régions, la RTB a créé 13 RTB2-Régions qui vont fabriquer des programmes qui vont tenir compte de la vision du monde, de la dimension culturelle, des préoccupations du moment et des aspirations des populations des différentes régions.

L'avènement du numérique va entraîner une multitude et une diversité de chaînes publiques et privées qui vont rendre la concurrence plus rude, sans compter l'offre des programmes des bouquets satellitaires. Que doit faire la RTB face à la concurrence et gagner les défis technologiques du passage au numérique ?

La RTB doit avoir une politique de programmes axée sur le contenu en se positionnant comme une chaîne inventive et novatrice avec une offre de programmes qui sont les reflets des identités de nos sociétés. S'adapter à cette mutation technologique et gagner les défis du passage au numérique, c'est changer les équipements, recycler les personnels.

Les créateurs doivent choisir des sujets de films pertinents en rapport avec nos réalités socioculturelles.

Faire des coproductions sur des sujets transversaux avec les télévisions membres du CIRTEF

Échanger des programmes entre les télévisions membres du CIRTEF.

Tout cela suppose un budget digne et conséquent pour la réalisation des œuvres de qualité. C'est à ce prix que nous pourrions honorablement faire face à la concurrence et nous placer dignement sur le marché international des programmes de l'audiovisuel.

Je vous remercie

Mémo de l'exposé de Bénédicte Massiet, Directrice de la production (FTV)
« Organisation, cadre réglementaire et budgétaire de la production à France Télévisions »

INTRODUCTION : définition et périmètre de la production

I. RÔLES ET ORGANISATION DE LA PRODUCTION À FRANCE TÉLÉVISIONS

1. Mission de la DGA PMDA : mise en œuvre de la stratégie éditoriale de chacune des chaînes et du Groupe

- DGA PMDA : 2 directions complémentaires
 - Direction des moyens des antennes, chargée de piloter et d'optimiser l'allocation des ressources au service de la stratégie de l'entreprise
 - Direction de la production, chargée d'optimiser la gestion des budgets de programmes de chacune des chaînes

- DGA PMDA : positionnement au sein de FTV

2. Missions spécifiques de la production :

- Mission opérationnelle au sein de chaque chaîne en collaboration avec les équipes programmes et en relation avec les producteurs :
 - Optimisation budgétaire
 - Optimisation des moyens de fabrication internes
 - Respect des obligations réglementaires (quota)

- Mission d'expertise sur des sujets transverses

**3. Ces missions nécessitent une organisation spécifique :
à la fois transverse et dans les chaînes à proximité des programmes**

L'organisation dans les chaînes :

- Les différents métiers de production
- Les relations avec les autres directions

L'organisation transverse :

- Une coordination centralisée
- Des outils communs

II CADRE REGLEMENTAIRE ET BUDGETAIRE DE LA PRODUCTION

1/ Un cadre réglementaire à plusieurs niveaux : loi, décret, CMC, COM, accords interprofessionnels :

- Contraintes d'investissement dans la production
- Contraintes de diffusion
- Missions de service public

2/ Un cadre budgétaire contraint :

Cadre économique des grilles de programmes :

- Allocation budgétaire par MDA en fonction des contraintes d'investissement dans la production et de la stratégie éditoriale des chaînes
- Pour une meilleure optimisation : stratégies de multidiffusion, rediffusion et circulation des programmes

Suivi budgétaire des programmes par la direction de la production :

- Étude de faisabilité/Mandat d'engagement/Négociation financière + droits/Engagement/Contractualisation
- Suivi de la production : relations avec le producteur, alimentation des bases internes
- Remise des comptes/politique d'audits

Mémo de l'exposé de Bénédicte Massiet, Directrice de la production (FTV)

« Relations avec les producteurs »

Des relations interprofessionnelles fixent le cadre des relations au quotidien entre les chaînes et les producteurs

1. EN TRAVERSE : NEGOCIATIONS INTERPROFESSIONNELLES

- Dans la perspective de nouvelles règles
- Pour des accords par genre

2. PAR CHAINE : NEGOCIATIONS AU QUOTIDIEN POUR L'INVESTISSEMENT DANS LES PROGRAMMES EN LIEN AVEC LES EQUIPES PROGRAMMES

➤ **Plusieurs types de relations contractuelles :**

- . Achats
- . Préachats
- . Coproductions
- . Production exécutive

➤ **Deux types d'investissements :**

- . En cash
- . En industrie

➤ **Dans les limites des contraintes réglementaires :**

- . Règles quotas
- . Règles CNC

DISCOURS

CÉRÉMONIE OFFICIELLE DE CLÔTURE

Discours prononcé par Alain Édouard TRAORE, Ministre de la communication, porte-parole du gouvernement, représentant Son Excellence Monsieur Beyon Luc Adolphe TIAO, Premier Ministre, chef du gouvernement du Burkina Faso

Madame la Présidente du Conseil Supérieur de la Communication ;

Monsieur le Président du CIRTEF,

Messieurs les représentants de l'O.I.F, C.F.I, TV5 Monde ;

Monsieur le Secrétaire Général du CIRTEF ;

Mesdames et Messieurs les Directeurs généraux des Radiodiffusions Télévision, membres du CIRTEF ;

Distingués invités ;

Chers participants ;

Mesdames et messieurs,

C'est un honneur pour moi de prendre la parole en cette cérémonie de clôture de la 22^e session du Séfor, ce cadre fécond et incontournable pour le rayonnement des organismes de radiodiffusion télévision d'expression française.

Je me réjouis, de partager les retombées d'intenses travaux de haut niveau. En effet, au sein des trois ateliers inscrits au programme du 22^e Séfor, à savoir les ateliers Stratégie, Radio et Télévision, vous avez mené des échanges constructifs dans le sens d'une production de contenus de qualité pour nos médias audiovisuels.

Au regard de la qualité des débats, selon les échos qui me sont parvenus, je ne doute pas de la portée des conclusions de vos travaux.

La thématique qui vous a mobilisé durant ces trois jours à Ouagadougou est d'une grande actualité et d'une pertinence certaine. Dans un contexte de mondialisation et au moment où s'amorce la transition vers la Télévision Numérique de Terre (TNT) dans les organismes de radiodiffusions et télévisions du Sud, se pencher sur la question de la production de contenus est une tâche salubre.

La culture d'une mutualisation des moyens et la dynamique de coproduction offrent des voies certaines vers le renforcement de la production de contenus riches et culturellement adaptés à nos organismes audiovisuels.

À l'heure où tombent les barrières de toutes natures, je vous exhorte à entretenir un réseau solidaire de partenariat Nord-Sud et Sud-Sud pour offrir des contenus reflétant les attentes de nos populations. Sur la question, il convient de souligner que dans un monde global, production locale ne peut signifier production sur des sujets dignes d'intérêt pour mon seul pays, mais des contenus ouverts sur le reste du monde. Le Burkinabè consomme les séries ivoiriennes et les congolais raffolent de « Commissariat de Tamy », une série du Burkina Faso.

SEFOR 2013

Au cours de vos échanges, le triptyque idée-projet - financement de production – marché, a longuement été abordé et les difficultés y relatives soulevées. Je puis vous assurer que le Gouvernement du Burkina Faso appuiera toutes les initiatives de coproduction, d'échange de programmes ou toute autre approche novatrice pour l'amélioration des contenus.

Je lance un appel pour un soutien plus accru au renforcement des capacités des organismes audiovisuels du Sud. À cet égard, je salue à sa juste valeur, les efforts soutenus de l'OIF, du CIRTE, de TV5 Monde et de Wallonie Bruxelles International.

Tout en vous renouvelant les remerciements du gouvernement burkinabè, la tenue du 22^e Séfor au Burkina Faso, je vous souhaite un bon retour chez vous avec l'espoir que le rendez-vous de Ouagadougou propulse les organismes de radiodiffusion télévision d'expression française vers des lendemains de progrès durables.

Sur ce, et au nom de Son Excellence Monsieur le Premier Ministre, Chef du Gouvernement du Burkina Faso, je déclare close la 22^e édition du SÉFOR.

Je vous remercie

PARTICIPANTS.

BELGIQUE (FWB)	RTBF	BRIQUEMONT	Jacques	Directeur des Relations Internationales
		SAELENS	Christian	Délégué Wallonie-Bruxelles à Dakar
	WBI	SAWADOGO	Anselme	Chargé de programme à Ouagadougou
BÉNIN	ORTB	TODOME	Stéphane	Directeur général
		OROU OUAGOUSSOUNON	Bio	
		AHOULIHOUA	Pascaline	Chargé de mission
		ADELAKOUN	Brigitte	Chef du Service des programmes de la Télévision
		ADJE	Daniel	Chef du Service Production de la Télévision
		GBEGONNOUDE	Lionel	Chef du Service Multimédia
		CRPF	AWANNOU	Anselme
BURUNDI	RTNB	NDAYIRAGIJE	Mathias	Chef des Programmes de la 2e chaîne
		NINZIGAMIRE	Stella Lise	Réalisatrice TV
		BANKUMUKUNZI	Nestor	Directeur TV
		NZEYIMANA	Freddy	Directeur de la Radio Nationale
		BIGARANYA	Schola	Journaliste
CAMEROUN	CRTV	BOTEN	Othon Célestin	Directeur des programmes et de la production Radio
		TAWE	Nelson Kongnyu	Webmaster
		DIKOS OUMAROU	Valéry	Chef de chaîne
		NDOPATA	Anselme	Chef de service des Programmes
		PAPALE KOUNG	Jean-Claude	Sous-directeur de la Production TV
	CRPF	ATANGANA	Hubert	Responsable
CANADA	SRC	NERON	Michaël	Directeur Technique
		RIOUX	Jean-François	Directeur Radio-Canada Québec
		HARDY	Isabel	Directrice des Opérations Internationales
CENTRAFRIQUE	TVCA	DOTE KOIMARA	David	Directeur général
		NGOE-BENGUE	Alfred	Directeur des Programmes
CONGO	RNC	YOMBI	Godefroy	Directeur général
	TNC	NGOMBE - MA - LOTITA	Georges	Chef de Service des Programmes
CONGO RD	RTNC	NZUZI ZOLA	Emile	Assistant Principal du DG
		MULEY BULAMUNE	Faustin	Formateur NTIC
CÔTE D'IVOIRE	RTI	IMBOUA	Degny Maixent	Conseiller Spécial du DG, Chargé des Antennes
		SOUMAHORO	Ahamed	Chef du département Programmes RTI 2
		MAMADOU	Touré	Chef de Département Production Radio
		MOHAMED	Lamine Cissé	Réalisateur, producteur, directeur fictions et docus
DJIBOUTI	RTD	SAAD HOUSSEIN	Meraneh	Conseiller du Directeur général
		IDRISS	Abdoulkader Ahmed	Directeur général

SEFOR 2013

FRANCE	INA	MALHERBE	Clément	Chef de projet
		SANSON	Maxima	Chargé d'Affaires Internationales
	France 3	GUILBEAU	François	Directeur du réseau France 3 et Président CIRTEF
		SCIRPO	Bertrand	Secrétaire général
	Patoufilms in action	PATOUDEM	Jean Roke	Producteur privé
	France Télévisions	MICHEL	Hervé	Directeur des Affaires Internationales
		MASSIET	Bénédicte	Directrice de la Production
		SAINT-CRIQ	Fabienne	Déléguée à la Francophonie
		MINANGOY	Georges Michel	Journaliste Reporter d'Images
	RFI	BELCHI	Jean Marc	Directeur du Développement Afrique
		MAGUIRE	John	Directeur des relations internationales et de la coopération
	Médiamétrie	FALSE	Henri	Chargé de mission auprès du PDG
Min. Aff. Etr.	TAYAH-GUENEAU	Latifa	Rédactrice Coopération Médias	
CFI	JALLADEAU	Pierre	Directeur Afrique	
GABON	RTG 1	SAUTHON BARRAULT	Jean Marcel	Directeur des Programmes
	Africa n°1	NGANGHA	Crépin	Directeur de l'Antenne
GUINÉE	Fondation Hirondelle	FAYE	Boukar Martin	Représentant national
ILE MAURICE	MBC	SOBORUN	Soondaree Devi	Directrice générale adjointe
		BOODHNA	David	Responsable de la production Télévision
		RAMEN	Corbalen	Responsable de la production Radio
		SALAYE	Hemowtee	Responsable du Multimédia
ILES COMORES	ORTC	NASSILATA	Ali Saïd	Chef du service de l'information
		ALI	Ibrahim	Chef adjoint de la production
MADAGASCAR	ORTM	RAMANANTSOA	Zafinjoelina	Directeur des Infrastructures Techniques
		RAZANAMANDA	Rasoarizaka	Producteur Réalisateur
		AVIZARA	Priscilla Marie	Directeur Interrégional de la Communication
MALI	ORTM	KONE	Mamary	Directeur de la production
		TOURE	Boubacar	Directeur Information (+ Radio Séfor)
		COULIBALY	Lamine Tiékouva	Journaliste réalisateur
		MAIGA	Mohamed	Coordinateur Projets Partenariat
		SANOGO	Youssef	Ingénieur Maintenance TV
		BA	Moussa Amadou	Journaliste réalisateur
	URTEL	MARIKO	Daouda	Président
MAROC	SNRT	BELGHITI ALAOUI	Abdelouahad	Chef Département de la Coopération
MAURITANIE	TVM	DEIDA	Ahmed Salem	Conseiller
NIGER	ORTN	CRESPIN	Loïc	Directeur général
		IDI DAN BADAOU	Abdourahaman	Directeur des programmes
		SIDIBE MOHAMADOU	Aboubakar	Directeur de la Radio Nationale
		MAHAMAN	Souleymane	Réalisateur TV
		LAOUALI	Ousmane	Chef du Service Informatique
	CRPF	OUMAROU	Ali	Responsable

SEFOR 2013

ORGANISAT. INTERNAT.	TV5MONDE	EPOTE	Denise	Directrice Marketing Afrique
		BIGOT	Yves	Directeur général
		BOULAY	Frédéric-Louis	Directeur des programmes et de la programmation
		DUCHEMIN-SEYRAL	Sophie	Directrice adjointe des Programmes
		KABORE	Gilbert Lam	Directeur des Programmes Afrique
	RFP	DOST	Françoise	Secrétaire générale
	UNESCO	ILBOUDO	Jean-Pierre	Conseiller régional pour la Communication et l'Information
	OIF	BARROT	Pierre	Spécialiste de programme chargé de l'audiovisuel
		FALL	Youma	Directrice de la diversité et du développement culturel
	SÉNÉGAL	RTS	DIOP	Seynabou
DIOP			Elhadji Malick	Responsable de la production TV
TOURE			Papa Khalilou	Directeur de la Radio
NIANG			Abou Alassane	Chef Département programmes Radio
NDIAYE			Oumar	Réalisateur
SEYCHELLES	SBC	ONEZIME	Joseph Antoine	Directeur général
		JULIENNE	Jeannette Régina	Responsable de la Production Radio
SUISSE	RTS	BERNHEIM	Chantal	Directrice des Relations extérieures
TOGO	TVT	AGBEMADON	Kokou Mawuena	Réalisateur, Chef de Production et Échange
		YOVODEVI	Kouessan	Directeur
	Radio Lomé	TELOU	Pitalounani	Directeur
		TAKOU	Takouda Abalo Komla	Chef Division Chargé de la Production et des Échanges
TUNISIE	ETTV	TAHAR Ep. MRAD	Rebeh Raoudha	Journaliste reporter, productrice TV
	Radio Tunisienne	MEDDEB	Mohamed	Président Directeur général
		LOUZIR	Emna	Productrice Animatrice RTCI
VIETNAM	VOV	TRAN	Manh Hung	Chef du Bureau du Protocole, Département Coopération Internationale
		NGUYEN	Thu Huong	Reporter du Service langue Française
	VTV	NGUYEN QUOC	Xuan Quynh	Réalisateur

SEFOR 2013

Exposants	BELGIQUE	STUDIOTECH	TARDIEU	Nicolas
			SALIFOU	Oumarou
			BONTE	Arnaud
		PÉRIACTES	DE BEMELS	Baptiste
			STOYANOV	Alexander
			JETATI.	V.
		AXIS-ONE	DE SCHAETZEN	Chrisitain
		ETILUX SA	DE GERADON	Olivier
		EVS	RORIVE	Jean-Yves
	IRIS	DELVA	Jean-Pierre	
	TWIST	COLLIN	Pierre	
	DUBAÏ	SONY PROFESSIONAL	PONTOIREAU	Jean-Marie
			ANNABI	Ridha
	FRANCE	ISOVISION	JOLLY	Olivier
			LANLENOU	Constance
			LANCRENON	Gaël
		DV INTERNATIONAL	JEUFFRAIN	Christophe
			CHUKURIAN	Alain
		INS	VIGUIE	Dominique
			TESORIERE	Stéphane
		WINMEDIA Europe	CIMA	Pascal
			NETIA	BAWOL
		GLOBECAST	ANTOINE	Lionel
			TIZAOUI	Samir
		GRASS VALLEY FRANCE	MARTIN	Thierry
			GORI	Olivier
		VIACCESS ORANGE	BOSCHET	Laurent
SAGGIORI			Jan	
ITALIE	SITIE SPA	SOPRANI	Gianni	
		ATANGANA	Jean Bosco	
		CARBONI	D.	

Équipe CIRTEF	CIRTEF Bruxelles	THIAM	Guila	Secrétaire général
		THEUNEN	Ronald	Chargé mission
		SANOGO	Mafarma	Conseillère
		HERMAN	Alexandre	Assistant de production
		MAES	Isabelle	Comptable
		NDIAYE	Katy Lena	Réalisatrice
		RTBF	VANVAREMBERGH	Bertrand
	ROBERTZ		Roger	Responsable Moyens Culturels
	CBC	VERHEYEN	Rudi	Trésorier
	FCM	NUTELET	Eddy	Agent de voyage
	Indépendant	MOLITOR	Jacques	Formateur TV

BURKINA FASO

RADIODIFFUSION-TELEVISION DU BURKINA (RTB)			
1.	Soulémane OUEDRAOGO	Directeur Général de la RTB	Cabinet DG
2.	Christian ZONGO	Cabinet DGRTB	
3.	Mounkaïla MAÏGA	Chef de Projet	
4.	Roland ILBOUDO	DGA/Technologies	DGA/Technologies
5.	Batouré LAMIZANA	DGA/Régions	DGA/Régions
6.	Alfred Léopold NIKIEMA	Directeur de la Télévision	Direction de la Télévision du Burkina
7.	Max Alain Roland YAGO	Chef de Sce des Programmes	
8.	Jean Marc BADO	Chefs de Sce des Productions	
9.	Adjima David THIOMBIANO	Rédacteur en Chef Télé	
10.	Alimata FARTA	Directeur de la Radiodiffusion	Direction de la Radiodiffusion du Burkina
11.	Brahima OUEDRAOGO	Rédacteur en Chef Radio	
12.	Pascal GOBA	Chef de Sce des Programmes	
13.	Aminata REGTOUMDA	Chef de Sce des Productions	
14.	Abdoul Salam OUEDRAOGO	Chef de Sce Prise de Son et de Traitement Audionumérique	
15.	Saïdou Ahmed TAPSOBA	Directeur du Patrimoine	Direction du Patrimoin
16.	Mahoua HIEN	Chef de Service	
17.	Dona COULIBALY	Directeur du Multimédia	Direction du Multimédia
18.	Laurentine BAYALA	Rédacteur en Chef	
19.	Mahamane LOMPO	Directeur de la Diffusion	Direction de la Diffusion
20.	Constant KABORE	Directeur de la Maintenance	Direction de la Maintenance

SEFOR 2013

21.	Bourèma YODA	Directeur de la Documentation et des Archives A.V.	Direction de la Documentation et des Archives Audiovisuelles
22.	Léon Etienne DALLA	Chef de service	
23.	Noé OUANGO	Chef de service	
24.	Philippe KAHOUN	Directeur de la Prospective	Direction de la Prospective
25.	Germain ILBOUDO	Chef de service	
26.	Bernard BATIONO	Directeur des Ressources Humaines	Direction des Ressources Humaines
27.	Augustine SANDWIDI	Chef de service	
28.	Maïmouna DAO	Directrice Commerciale et Marketing	DCM
29.	Hermann KOANDA	Chef de Service de Suivi des Contrats	
30.	Boukary OUEDRAOGO	Chef de Service Marketing	
31.	Diane SAMA	Directrice de l'Administration et des Finances	DAF
32.	Sévérin Aristide OUEDRAOGO	DCMEF	DCMEF
33.	Safiatou TAMBOULA	Directrice RTB2 Centre	RTB2 Centre
34.	Barnabé KIEMTAREMBOUM	SIG	
35.	Ismaël OUEDRAOGO	Personne Responsable des Marchés	
36.	Moussa SANA	Docteur	
37.	Mariama BONKOUNGOU	Secrétariat	Secrétariat
38.	Amandine SERE	Secrétariat	
39.	Lucien SANOU	Secrétariat	

SEFOR 2013

40.	Martine KANDOLO	Secrétariat	Secrétariat
41.	Julienne KABRE	Secrétariat	
42.	Théodore KOUDOUGOU	Secrétariat	
MINISTERE DE LA COMMUNICATION			
43.	Alain Edouard TRAORE	MCOM, PPG	Ministère de la Communication
44.	Adama BARRO	Secrétaire Général	
45.	Victorien SAWADOGO	Coordonnateur du SIG	
46.	René OUEDRAOGO	DGM	
47.	Kadidia SAWADOGO	DGESS	
48.	Marguerite BLEGNA	DCPM	
49.	Noël DAH	D/ISTIC	
50.	Inoussa KINDA	IGS	
51.	Constant SIMPORE	Conseiller Technique	
52.	Seydou DRAME	Conseiller Technique	
53.	Mariam KABORE	Chargée de Missions	
54.	Hermann TOE	Directeur de Cabinet	
PARTENAIRES			
55.		DGCN	DGCN
56.		UNCB	UNCB
57.		ISIS-Studio École	ISIS-Studio École
58.		INSD	INSD
59.		FESPACO	FESPACO
60.		BBDA	BBDA

REMERCIEMENTS



CONSEIL INTERNATIONAL DES RADIOS-TÉLÉVISIONS D'EXPRESSION FRANÇAISE - AISBL

Monsieur Alain Edouard TRAORE
Ministre de la Communication
MINISTÈRE DE LA COMMUNICATION
03 B.P. 7045

OUAGADOUGOU 03 (BURKINA FASO)

Bruxelles, le 2 décembre 2013

Nos réf. : GT/v/2013.305

Objet : Remerciements après le XXII^{ème} SEFOR 2013 de Ouagadougou

Monsieur le Ministre,

De retour à Bruxelles, je tiens à vous remercier au nom du CIRTEF et de l'ensemble des membres pour l'aimable invitation de la RTB qui a reçu à Ouagadougou le XXII^{ème} SEFOR et aussi pour l'accueil et la parfaite organisation de la manifestation. Ce qui a été déterminant pour le succès de nos travaux.

La Conférence générale qui a suivi les travaux du SEFOR a adressé, par une résolution, ses remerciements au peuple et au Gouvernement du Burkina.

Votre soutien pour assurer la tenue d'une manifestation qui n'était pas prévue originellement à Ouagadougou, en plus de votre constante disponibilité personnelle, a permis de mener à bien tous les travaux prévus avec des résultats tangibles.

C'était le moins que nous pouvions faire avec l'ouverture et la clôture de nos travaux par vos soins au nom de SEM le Premier Ministre et le placement de notre manifestation sous Le Très Haut Patronage de SEM le Président du Faso, qui de surcroît, a honoré l'espace virtuel, donc le SEFOR, d'une visite.

En vous assurant de notre engagement pour le suivi des recommandations et du fait que nous continuerons le renforcement du partenariat avec la RTB.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de ma haute considération.

Le Secrétaire général,

Guila THIAM



CONSEIL INTERNATIONAL DES RADIOS-TÉLÉVISIONS D'EXPRESSION FRANÇAISE - AISBL

M. Soulémane OUEDRAOGO
Directeur général
RADIODIFFUSION TELEVISION DU BURKINA FASO
955, bld de la Révolution
01 B.P. 2530

OUAGADOUGOU 01 (BURKINA FASO)

Bruxelles, le 2 décembre 2013

Nos réf. : GT/lv/2013.304

Objet : Remerciements après le XXIIème SEFOR 2013 de Ouagadougou

Monsieur le Directeur général,

De retour à Bruxelles, je tiens à vous remercier au nom du Président du CIRTEF et de l'ensemble des membres pour l'aimable invitation de la RTB qui a reçu à Ouagadougou le XXIIème SEFOR et aussi pour l'accueil et la parfaite organisation de la manifestation du 25 au 30 novembre 2013.

Vous me permettez, à travers vous, de remercier le Comité d'organisation de la RTB et toute l'équipe d'organisation, de participation, de Radio SEFOR, de secrétariat et de soutien de la RTB. Cette équipe a rempli ses obligations pour que tout se passe très bien.

Tout cela, en plus de votre constante disponibilité personnelle, a permis de mener à bien tous les travaux prévus avec des résultats qui font un succès de ce SEFOR.

C'était le moins que nous pouvions tous faire avec l'ouverture et la clôture de nos travaux au nom de SEM le Premier Ministre et le placement de notre manifestation sous Le Très Haut Patronage de SEM le Président du Faso, qui de plus, nous a fait l'honneur de visiter l'espace virtuel.

J'espère que les 4 formations menées en parallèle seront d'un soutien certain pour la consolidation des activités de la RTB et de son réseau des régions.

En souhaitant un renforcement continu de notre partenariat et en vous renouvelant nos remerciements, je vous prie d'agréer, Monsieur le Directeur général, l'expression de ma considération distinguée.

Le Secrétaire général,

Guila THIAM

