



Office de Radiodiffusion et Télévision du Bénin

XXIV^e SÉFOR
C O T O N O U
B E N I N

Rapport final du SÉFOR 2019

Cotonou, BENIN

Du 11 au 13 novembre 2019

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
L'Office de Radiodiffusion Télévision du Bénin (ORTB)
Et le soutien de
Wallonie-Bruxelles International(WBI)



SOMMAIRE

PROGRAMME GENERAL 05

CÉRÉMONIE OFFICIELLE D'OUVERTURE

Maître Alain Sourou OROUNLA, Ministre de la Communication et de la Poste 07

DISCOURS INTERVENANTS

M. Erick ABRAHAM, Directeur général de l'ORTB 09

M. Pascal THIOMBIANO, Président du CIRTEF 11

M. Pierre BARROT, Responsable de programme chargé de la coopération audiovisuelle et de la promotion de l'image à l'OIF 12

ATELIER STRATEGIE

Conférence 1 : «Comment penser la production et l'information pour les Radios-TV de service public à l'ère d'Internet» (Issiaka SOULE - Bénin) 15

Conférence 2 : «Médias et numérique : les mutations dans l'organisation des Radios-TV de service public du Nord» (Laurent FINET et Daniel BROUYÈRE, RTBF - Belgique) 20

Conférence 3 : «Animation 3D, réalité augmentée, décors virtuels... des solutions pour les télévisions publiques» (Thibault BARAS, Dreamwall - Belgique) 35

Conférence 4 : «Médias et numérique : les mutations dans l'organisation des Radios et Télévisions publiques du Sud» (Emmanuel MBEDE, CRTV - Cameroun) 47

Conférence 5 : «Du broadcast aux réseaux sociaux : le marketing de l'information» (Guillaume KUSTER, Tarkka Media – France/Finlande) 52

Conférence 6 : «Fonds Image de la Francophonie : l'enjeu des coproductions et l'accès aux financements ACP-UE» (Pierre BARROT, OIF et Alain MODOT, DIFFA - France) 59

ATELIER DE FORMATION 1

<i>Produire l'info pour les réseaux sociaux avec son smartphone</i>	66
<i>- Rapport du formateur</i>	68
<i>- Formulaires d'évaluation individuelle des stagiaires</i>	71

ATELIER DE FORMATION 2

<i>Audio-numérique : prise de son numérique et post-production audio numérique</i>	78
<i>-Rapport des formateurs</i>	79
<i>- Formulaires d'évaluation individuelle des stagiaires</i>	84

ESPACE VIRTUEL

PARTICIPANTS

REMERCIEMENTS

PROGRAMME GENERAL

Dates	Heures	Grande Salle	Salle 1			ORTB	Hall	Secréta riat		
SA 09/11	Journée					Atelier Formation 2 Prise de son, post prod son	Espace Virtuel	Accueil Serétariat		
DI 10/11	Journée									
LU 11/11	08h30	Grande salle : Arrivée des délégués								
	09h00	Ouverture officielle du SEFOR par le Ministre de la Communication et de la Poste Maître Alain SOUROU OROUNLA								
	09h45	Cocktail de bienvenue								
	10h15	Plénière : Comment penser la production et l'information pour les radios-TV de service public à l'ère d'Internet ? (<i>Conférencier : Issiaka SOULE</i>)								
	11h15	Atelier Stratégie	Grande salle Médias et numérique : les mutations dans l'organisation des radios-TV de service public du Nord. (<i>Conférenciers : Laurent FINET et Daniel BROUYERE-RTBF</i>)							
		Atelier Formation 1	Salle 1	Produire l'info pour les réseaux sociaux avec son smartphone						
		Atelier Formation 2	ORTB	Prise de son, post prod son						
	13h00	Déjeuner								
	14h30	Atelier Stratégie	Grande Salle : Animation 3D, réalité augmentée, décors virtuels, etc... des solutions pour les tv publiques (<i>Conférencier : Thibault BARAS Dreamwall-Belgique</i>)							
		Atelier Formation 1	Salle 1	Produire l'info pour les réseaux sociaux avec son smartphone						
		Atelier Formation 2	ORTB	Prise de son, post prod son						
	16h00	Pause								
	16h30	Atelier Stratégie	Grande salle Médias et numérique : les mutations dans l'organisation des radios-TV de service public du Sud (<i>Conférencier : Emmanuel MBEDE - CRTV</i>)							
		Atelier Formation 1	Salle 1	Produire l'info pour les réseaux sociaux avec son smartphone						
		Atelier Formation 2	ORTB	Prise de son, post prod son						
	18h00	Fin des travaux de la 1ère journée								

MA 12/11	09h00	Atelier Stratégie	Grande salle Du Broadcast aux réseaux sociaux : le marketing de l'information (Guillaume KUSTER-TARKKA M.)		
		Atelier Formation 1	Salle 1	Visite exposants et/ou visionnage	
		Atelier Formation 2	ORTB	Visite exposants et/ou visionnage	
	11h00	Pause			
	11h30	Atelier Stratégie	Grande salle Fonds Image de la Francophonie, l'enjeu des coproductions et l'accès aux financements ACP-UE. (Conférenciers : Pierre BARROT et Alain MODOT)		
		Atelier Formation 1	Salle 1	Produire l'info pour les réseaux sociaux avec son smartphone	
		Atelier Formation 2	ORTB	Prise de son, post prod son	
	13h00	Déjeuner			
	14h30	Atelier Stratégie	Grande salle Réunion de réflexion sur le futur de CIRTEF adressée aux directeurs généraux et présentation du nouveau projet pour le CIRTEF		
		Atelier Formation 1	Salle 1	Produire l'info pour les réseaux sociaux avec son smartphone	
		Atelier Formation 2	ORTB	Prise de son, post prod son	
	16h00	Pause			
	16h30	Atelier Stratégie	Grande salle Réunion de réflexion sur le futur du CIRTEF (suite) et BUREAU DE DIRECTION DU CIRTEF (1ère partie)		
		Atelier Formation 1	Salle 1	Produire l'info pour les réseaux sociaux avec son smartphone	
Atelier Formation 2		ORTB	Prise de son, post prod son		
18h00	Fin des travaux de la 2e journée				
19h30	Dîner de gala offert par l'ORTB				
ME 13/11	09h00	Atelier Stratégie	Grande salle BUREAU DE DIRECTION DU CIRTEF (2ème partie)		
		Atelier Formation 1	Salle 1	Produire l'info pour les réseaux sociaux avec son smartphone	
		Atelier Formation 2	ORTB	Prise de son, post prod son	
	11h00	Pause			
	11h30	Atelier Stratégie	Grande salle CONFERENCE GENERALE		
		Atelier Formation 1	Salle 1	Produire l'info pour les réseaux sociaux avec son smartphone	
		Atelier Formation 2	ORTB	Prise de son, post prod son	
	13h00	Déjeuner			
	14h30	Atelier Stratégie	Grande salle CONFERENCE GENERALE (suite)		
		Atelier Formation 1	Salle 1	Produire l'info pour les réseaux sociaux avec son smartphone	
		Atelier Formation 2	ORTB	Prise de son, post prod son	
	16h00	Pause			
	16h30	Atelier Stratégie	Visite guidée de l'ORTB et du Centre CIRTEF de Cotonou		
		Atelier Formation 1	Salle 1	Produire l'info pour les réseaux sociaux avec son smartphone	
Atelier Formation 2		ORTB	Prise de son, post prod son		
18h00	Fin des travaux				

Espace Virtuel
Accueil Serétariat

Espace Virtuel
Accueil Serétariat

CEREMONIE OFFICIELLE D'OUVERTURE

Allocution du Ministre de la Communication et de la Poste à l'occasion de l'ouverture du SEFOR 2019 à Cotonou, Maître Alain Sourou OROUNLA

Monsieur le Président de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication,
Mesdames et Messieurs les Ministres,
Mesdames et Messieurs les Chefs de Missions Diplomatiques et Représentants des Organisations Internationales,
Monsieur le Représentant du Secrétaire général de l'Organisation Internationale de la Francophonie,
Monsieur le Président du Conseil International des Radios-Télévisions d'Expression Française,
Monsieur le Vice-Président du Conseil International des Radios-Télévisions d'Expression Française,
Mesdames et Messieurs les Directeurs généraux,
Mesdames et Messieurs les participants,
Chers invités,

C'est avec une grande joie et une immense fierté que je procède à l'ouverture officielle du Séminaire de Formation (SEFOR), rencontre majeure des professionnels de l'audiovisuel public du Nord et du Sud qu'organise le Conseil International des Radios et Télévisions d'Expression Française (CIRTEF) et l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF).

Joie et fierté, car c'est pour la 3^e fois que mon pays, le Bénin accueille la grande famille de l'audiovisuel public de l'espace francophone après deux sessions tenues à Cotonou respectivement en 1995 et en 2009. Cela constitue une grande marque de confiance du CIRTEF à l'égard du Bénin et de son Président, son Excellence Monsieur Patrice Athanase Guillaume TALON, et je voudrais exprimer ici, la gratitude du Gouvernement béninois au CIRTEF pour l'honneur qui est fait au Bénin pour abriter vos travaux.

Le SEFOR est un cadre privilégié pour les professionnels francophones de l'audiovisuel public d'échanger leurs points de vue, de s'informer et de se former dans divers domaines importants pour le développement des Télévisions et des Radios, tels que la production, la programmation, les nouvelles technologies ou des questions juridiques. Le SEFOR permet également de jeter les ponts dans le domaine de la coproduction, et de réfléchir sur des sujets de préoccupation commune.

Cette année, le SEFOR qui dure quatre (04) jours et qui rassemble les participants de plus d'une vingtaine de pays francophones, est placé sous le thème « Comment penser la production et l'information pour les Radios et Télévisions de service public à l'ère d'internet ? » ; une thématique plus que d'actualité dans un paysage audiovisuel en pleine mutation, où ce qu'il est convenu d'appeler les fake news relayées par les réseaux sociaux gagnent le terrain de l'information.

Au cours de ce Séminaire, vous aurez en effet à vous pencher dans les ateliers stratégiques, sur les mutations dans l'organisation des Radios et Télévisions de service public. Vos réflexions porteront également sur l'information et la désinformation et l'éthique dans l'utilisation des médias et réseaux sociaux, la liberté d'expression et la régulation des médias. Ce sera également l'occasion pour les professionnels du sud de suivre des formations dans les domaines de la réalisation, de la prise de son et de l'utilisation de smartphone pour produire l'information.

Mesdames et Messieurs les Directeurs généraux, chers invités, mon pays accorde un intérêt particulier à votre réunion de réflexion sur le futur du CIRTEF qui représente pour le Bénin un précieux outil d'appui technique aux télévisions du Sud, à sauvegarder à tout prix.

En effet, le CIRTEF est déployé en Afrique sur trois sites à savoir Cotonou au Bénin, Niamey au Niger et Yaoundé au Cameroun. Le Centre de Cotonou, le tout premier implanté en Afrique a contribué au renforcement des capacités techniques de nombreux acteurs des Radios et des télévisions de la sous-région. A cet égard, je vous convie à une réflexion profonde sur le destin de ces centres et je puis d'ors et déjà exprimer le souhait de mon Pays, le Bénin, de voir se maintenir le Centre CIRTEF de Cotonou ; ceci pour permettre de continuer d'assurer la formation dans le domaine de la production, car au moment où se tiennent vos assises, le Bénin est résolument engagé dans la mise en œuvre de la télévision numérique terrestre. Dans sa vision pour une presse libre et de qualité, le Président de la République Monsieur Patrice TALON et son Gouvernement sont prêts à accompagner tous les efforts du CIRTEF dans sa quête d'un meilleur devenir.

La rencontre de Cotonou devra donc être un nouveau départ pour le CIRTEF.

Mesdames et Messieurs, en souhaitant plein succès à vos travaux, je déclare officiellement ouverts, ce jour, lundi 11 novembre 2019 les travaux du 24^e SEFOR.

Vive le CIRTEF
Vive le SEFOR
Vive le partenariat Nord-Sud

DISCOURS INTERVENANTS

Monsieur Erick ABRAHAM, Directeur général de l'Office de Radiodiffusion Télévision du Bénin

Monsieur le Président de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication,
Monsieur le Ministre de la Communication et de la Poste,
Mesdames et Messieurs les chefs de missions diplomatiques et représentants des organisations internationales,
Monsieur le représentant du Secrétaire général de l'Organisation Internationale de la Francophonie,
Monsieur le Président du Conseil International des Radios-Télévisions d'Expression Française,
Mesdames et messieurs les Directeurs généraux,
Mesdames et Messieurs les participants,
Chers invités,

Avant tout propos, je voudrais m'acquitter d'un devoir : celui de remercier et de rendre hommage au Chef de l'Etat le Président de la République M. Patrice TALON et son Gouvernement pour avoir autorisé l'organisation du présent séminaire de formation et donné à l'ORTB les ressources nécessaires pour la tenue effective de la présente rencontre.

A présent, Je voudrais au nom de l'Office de Radiodiffusion et Télévision du Bénin (ORTB), au nom du comité d'organisation et en mon nom propre souhaiter la bienvenue à nos illustres hôtes en terre hospitalière du Bénin. Notre pays se réjouit d'accueillir pour la troisième fois le Séminaire de Formation qui rassemble les responsables des radios et télévisions francophones du nord et du sud, à l'initiative du Conseil International des Radios-Télévisions d'Expression Française (CIRTEF) et de l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF).

Le Bénin est honoré de vous accueillir. Pendant quatre jours, nous aurons à mener des réflexions nourries sur le thème central de cette 24ème édition du SEFOR à savoir : « Comment penser la production et l'information pour les radios et télévisions du service public à l'ère de l'internet ». Cette rencontre sera marquée par un atelier stratégique réservé aux directeurs généraux des organismes membres ou à leurs représentants. Des interventions de spécialistes invités parmi lesquels figurent d'éminents journalistes béninois, prendront part à cet atelier stratégique et des formateurs qualifiés choisis par le CIRTEF partageront leurs expériences avec les techniciens de l'audiovisuel dont des agents de l'Office de Radiodiffusion et Télévision du Bénin. C'est vous dire combien ce séminaire représente un enjeu capital pour l'ORTB et pour le Bénin.

Je suis également heureux de savoir que des fournisseurs ou manufacturiers d'équipements techniques sont invités à exposer des innovations techniques et les particularités de nouvelles technologies dans le domaine de l'audiovisuel à un moment où le Bénin entre de plein pied dans l'ère du numérique.

Mesdames et Messieurs, c'est le lieu d'exprimer notre gratitude au CIRTEF et à l'OIF pour tous les efforts consentis pour rendre effective la tenue de cette session du SEFOR. C'est également le lieu de remercier tous ceux qui ont fait le déplacement de Cotonou. Vous pouvez être rassuré de ce que le comité d'organisation que je préside ne ménagera aucun effort pour rendre votre séjour agréable et fructueux.

Sur ces mots, je souhaite plein succès à nos travaux.

Vive le CIRTEF

Vive le SEFOR

Vive le partenariat Nord-Sud

Monsieur Pascal THIOMBIANO, Président du CIRTEF

Monsieur le Président de la Haute Autorité de la Communication,
Monsieur le Ministre de la Communication,
Messieurs les Directeurs généraux des radiodiffusions et télévisions,
Messieurs les délégués,
Chers participants,

Je me réjouis de la tenue de séminaire de formation ici même à Cotonou en terre hospitalière du Bénin.

Je voudrais avant toute chose remercier le Directeur Général de l'ORTB, le Ministre de la communication, le gouvernement et l'ensemble du Peuple Béninois, pour l'accueil qui nous a été réservé depuis notre arrivée.

Depuis Namur en Belgique où s'est tenu le premier SEFOR en 1991, à Mahé aux Seychelles pour le dernier, que de chemins parcourus. L'aventure SEFOR malgré des difficultés rencontrées ici et là, malgré des interruptions, se poursuit avec le même leitmotiv : la quête de l'excellence dans les médias publics à travers le partage d'expérience et la vulgarisation des bonnes pratiques.

La thématique choisie pour ce SEFOR de Cotonou est sans conteste en phase avec les grandes mutations du moment. Les médias audiovisuels publics baignent depuis plus d'une décennie dans un environnement qui a fortement muté du fait d'une nouvelle ère, celle du numérique en l'occurrence.

Comment alors rester au sommet de la chaîne informative en n'ayant plus le monopole de la collecte, du traitement et de la diffusion de l'information ? Le constat est palpable : les smartphones et autres équipements numériques ont fait leur entrée dans le monde des médias qui est longtemps resté du seul apanage des initiés. Il faut désormais faire preuve de résilience ou tout simplement disparaître.

Le CIRTEF avec l'organisation de ce SEFOR se propose d'apporter des réponses à ces interrogations légitimes du moment ; traiter et diffuser l'information à la vitesse imprimée par l'ère du numérique commande de nouveaux réflexes, de nouvelles pratiques. La qualité et diversité des contenus proposés en atelier permettront aux participants d'étoffer leur bagage pour mieux faire face aux défis qui s'annoncent. Les télénavigateurs remplacent nos téléspectateurs avec leurs exigences à satisfaire.

Avec l'avènement de la TNT, ces exigences se sont également accrues et cela doit amener les médias publics à plus de professionnalisme dans la production de contenus pour éviter un décrochage qui mettrait en péril l'avenir même de nos organismes.

Je voudrais au nom du CIRTEF remercier l'OIF pour son soutien habituel qui nous permet de nous retrouver une fois de plus pour ce rendez vous

Plein succès à vos travaux, je vous remercie.

Monsieur Pierre BARROT, Responsable de programme chargé de la Coopération audiovisuelle et de la promotion de l'image OIF

Monsieur le Ministre de la Communication,
Monsieur le Président du CIRTEF,
Monsieur le Directeur général de l'ORTB,
Mesdames, Messieurs,

C'est un grand honneur pour moi de représenter ici l'Organisation Internationale de la Francophonie et sa secrétaire générale, Mme Louise Mushikiwabo. Un grand honneur mais aussi un grand bonheur car cela m'a permis de retrouver le Bénin, auquel je suis très attaché parce que ce pays m'a accueilli pendant sept années, de 1995 à 2002 et parce qu'il est resté longtemps mon deuxième port d'attache.

Si je me permets d'évoquer mon parcours personnel, c'est parce que ma relation avec le Bénin s'est inscrite dès le début dans le cadre de la coopération francophone. Elle est même née d'une relation privilégiée avec le CIRTEF. Je ne me serais probablement jamais installé dans ce pays pour y produire des émissions de télévision si le CIRTEF n'avait pas implanté en 1994 à Cotonou son tout premier Centre régional de post-production et de formation. J'ai donc suivi de très près et j'ai même vécu, d'une certaine façon, cette page de l'histoire du CIRTEF qui a couvert un quart de siècle et qui s'achève aujourd'hui. Qui s'achève, quoi qu'il arrive. Car, pendant ce SEFOR et pendant la conférence générale qui va suivre, la page va être tournée et nous aurons affaire à un nouveau CIRTEF ou bien ce sera la fin du CIRTEF et le début d'autre chose.

Mais, avant cela, je vous propose de revenir en arrière pour quelques instants. Dans les années qui ont suivi son implantation à Cotonou, il y a 25 ans, le CIRTEF y a produit de plus en plus de programmes. Il a également favorisé indirectement l'activité de sociétés de production indépendantes, parmi lesquelles celle que je représentais.

Lorsque, en 2017, le CIRTEF est entré dans une crise grave, dont il essaie, aujourd'hui, de sortir, j'ai proposé qu'un atelier de réflexion se tienne dans les locaux de l'OIF et tente d'identifier des solutions. Malheureusement, aucun remède miracle n'est sorti de cet atelier mais si on devait n'en retenir qu'une chose, pour moi, c'est cette phrase prononcée ce jour-là par l'un des intervenants. « En matière de télévision, le contenu est roi ».

On ne peut pas reprocher au CIRTEF de s'être désintéressé des contenus. Il en a produit en quantités et, longtemps, cela a même été son activité principale. Mais, bien souvent, la valeur ajoutée de ces programmes, le contenu de ces contenus, est resté discutable. Il y a eu, parfois, des productions excellentes, qui auraient dû être marquantes mais qui n'ont pas marqué, qui sont même passées inaperçues, parce qu'elles n'ont pas été suffisamment mises en valeur, parce qu'elles ont été noyées dans la quantité, à une époque où la priorité était au volume et non à la qualité.

Le schéma qui a structuré jusqu'à ces dernières années l'activité du CIRTEF date du début des années 90. A l'époque, la grande majorité des télévisions francophones considéraient qu'elles avaient pour mission de produire elles-mêmes leurs programmes. Mais leurs capacités étant limitées, ces télévisions ont presque toutes été amenées à se tourner vers l'extérieur. Et, au lieu de miser prioritairement sur les producteurs locaux, la plupart sont allées à la facilité, c'est-à-dire aux programmes importés, en particulier les fictions venues d'Amérique latine ou des Etats-Unis. Quand je dis « la plupart d'entre elles », je ne pense pas seulement aux télévisions francophones du Sud. Je ne pense pas seulement au Bénin dont la passion pour les téléromans est légendaire. Je pense aussi aux chaînes françaises qui, il n'y a pas si longtemps, étaient les plus grosses consommatrices de séries américaines de toute l'Europe. Je pense aussi à la RTS suisse où, il y a dix ans, moins de 3 % des fictions mises à l'antenne étaient des productions locales. A la même époque, la proportion était même de 0,7 % pour la RTBF.

Toutes les télévisions, du Nord ou du Sud, qui ont réussi à renverser cette tendance, en offrant à leur public des programmes qui leur ressemblent, toutes ces télévisions se sont appuyées sur des sociétés de production indépendantes, en leur achetant des programmes, en pré-achetant, en commanditant ou en coproduisant. C'est ce qu'ont fait, de plus en plus, ces dernières années la RTS, la RTBF, France Télévisions, TV5 Monde mais aussi la RTI en Côte d'Ivoire et la CRTV au Cameroun. J'ai même appris, pas plus tard qu'hier que l'ORTB s'était engagée, elle aussi, tout récemment, dans une politique d'achat de programmes locaux. Pour la première fois de son histoire, me dit-on.

On ne peut pas dire que le CIRTEF ait encouragé cette évolution. Au contraire, on peut dire qu'il lui a plutôt tourné le dos en entretenant l'illusion d'une télévision publique capable de se suffire à elle-même, qui fonctionne en vase clos, qui prétend produire seule l'ensemble des programmes dont elle a besoin et qui, s'il faut coproduire, le fera avec d'autres télévisions publiques francophones. Mais il n'y a pas vraiment de projets convaincants qui soient nés de ce schéma. Le bilan productif du CIRTEF est surtout fait de séries documentaires dites « harmonisées » : habitat traditionnel, instruments de musique traditionnels, patrimoine, pièces de musées. Pas spécialement innovant, pas vraiment original. Comme si la coopération internationale ne pouvait se faire que sur la base du Plus Petit Dénominateur Commun. Comme si on ne pouvait pas faire autrement. C'est faux. On peut faire autrement.

Il est clair que si l'on recherche à tout prix les consensus, les terrains d'entente, les points communs, on aboutit justement à des lieux communs, des banalités, des choses tièdes, moyennes, voire médiocres.

Mais il y a une autre voie en matière de coopération internationale, c'est celle où chacun vient partager ce qu'il fait de mieux, ce qu'il a et que les autres n'ont pas. C'est la voie qui amène à confronter les différences, les singularités, les traits culturels particuliers, les expériences les plus atypiques, les plus imaginatives. La grande richesse de l'espace francophone, c'est sa diversité. N'ayons pas peur de cette diversité. Ne recherchons pas coûte que coûte nos points communs. Nous avons une langue commune : cela suffit pour échanger. A partir de là, échangeons plutôt nos différences, c'est beaucoup plus stimulant, beaucoup plus productif et plus enrichissant que des dénominateurs communs qui seront toujours trop petits.

J'ai envie de croire à un nouveau CIRTEF qui mettra sur des échanges créatifs et non plus sur une pseudo-communion autour de projets consensuels mais sans saveur.

J'ai envie de croire à un CIRTEF qui stimulera ses membres au lieu de les conforter dans leurs certitudes.

Et, pour conclure, j'ai envie de dire : sinon, à quoi bon ?

Merci de votre attention.

ATELIER STRATEGIE

Conférence 1 :

« Comment penser la production et l'information pour les Radios-TV de service public à l'ère d'Internet » par Monsieur Issiaka SOULE

Mesdames, Messieurs et illustres invités,
Chers professionnels des médias déjà confirmés par la pratique et l'expérience,
Chers confrères des médias en devenir,
Chers confères membres du CIRTEF,

Je vous salue...

Et je le fais avec un certain plaisir voire une certaine complicité si je considère que, debout devant vous, je fais face à une audience avertie, dans laquelle je distingue des visages connus d'autorités au plus haut niveau de la gestion de nos médias, mais aussi des visages de professionnels qui animent tous les jours le paysage audiovisuel de nos pays en pourvoyant en productions et autres contenus appropriés.

Ce qui me réjouit particulièrement c'est le melting pot des spécialités que l'on peut aisément affirmer avec des responsables des médias de service public assis ensemble avec des responsables des médias privés et non gouvernementaux.

Car le service public n'a jamais été l'apanage des seules chaînes des radios et télévisions exclusivement financées par l'argent du contribuable. Ce qui a toujours d'ailleurs amené l'Etat à les considérer comme des chaînes au service du gouvernement.

(Une clarification qui mérite d'être faite... si cela peut contribuer à éviter ici et là des décisions et autres nominations intempestives de nature à bouleverser les structures et les hiérarchies de nos organes dits d'Etat).

Nul ne peut aujourd'hui dans notre profession ne pas tenir compte des travaux et des conclusions d'un séminaire de ce type, qui à la fin de cette année 2019 s'interrogent sur la manière de repenser la production et l'information pour les radios et télévisions de service public à l'heure d'internet. Mon expérience m'a déjà amené à accorder la priorité à la Production, dès qu'il s'agit des médias, et par atavisme des médias de service public, car quelle que soit la typologie, les radios et les télévisions sont au service du public pour l'informer, le distraire mais aussi, au nom de ce service au public, l'éduquer.

Ce qui a déjà changé, change et va changer encore plus, c'est le bouleversement de civilisation que la technologie de l'internet va induire.

D'éminents penseurs, de Mac Luhan à Bourdieu nous ont convaincu que le recours à la technologie n'a jamais été un chèque en blanc...Chaque nouvelle technologie exerce un impact considérable dans tous les aspects du fonctionnement social. Quant aux nouvelles innovations, elles sont mêmes perçues comme les facteurs clés du changement social.

La technologie, lorsque nous prétendons la dominer, la manipuler, la servir presque, c'est en fait la technologie qui nous impose notre comportement.

A mon avis, l'internet nous oblige à réorganiser les modes de production, de promotion, de distribution et de consommation des produits des médias. Ce qui nous oblige, nous professionnels à modifier tout simplement nos modes de conception pour rendre compte des concepts traditionnels chargés de significations nouvelles ou rendre compte de nouvelles réalités qui en disent long sur la profondeur des changements introduits par les médias numériques.

Si nous considérons la technologie pour ce qu'elle est, il n'est pas illusoire de dire que l'internet a fait la preuve de ce qu'il est aujourd'hui une force motrice du changement social. Et c'est ici que la confrontation s'établit.

Pour certains, si les médias numériques n'étaient pas en résonance avec leur contexte d'émergence ils n'y prendraient pas pied et ne seraient pas vite adoptés par le public.

Pour d'autres, la convergence entre les technologies des télécommunications et de l'informatique, le processus de mondialisation ou de globalisation sont au contraire des facteurs de l'émergence et de la diffusion de ces médias. N'oublions pas que ce techno déterminisme va nous renvoyer à des spécialistes comme Jacques ELLUL et avant lui le canadien Mac LUHAN pour qui, ce qui est véritablement structurant ce sont les médias en tant que dispositifs techniques, et non des contenus qu'ils véhiculent. D'où le célèbre aphorisme, le médium est le message.

Il y a un peu plus de vingt ans, nous nous interrogeons déjà sur le choix à faire entre la tendance souvent portée par une vision de démiurges des outils techniques et la priorité presque fétichiste à donner au contenu.

Ce sont les anglophones qui savent si bien le résumer par la formule :

Are we technology driven or content driven ?

(Excusez l'entorse anglophone faite au protocole alors que je suis devant un parterre de francophones, de confrères francophones comme moi).

D'où l'obligation, non pas de traduire, mais de formuler en français ce que je viens de dire : l'interrogation primordiale qui doit sous-tendre nos décisions de professionnels concerne la définition de nos priorités...

L'outil technique ou le contenu ?

Ce n'est pas une simple querelle de posture, car, je n'ai personnellement enrobé d'une autre interrogation.

Quel peut être le résultat de l'influence de la technologie de l'internet sur la culture orale ?

Ayant surtout fait de la radio, et très impliqué dans la formation des futurs jeunes confrères dans la production pour les médias de proximité, je privilégie le contenu. Car, pour le producteur, la vision du monde, la vision de la cible, c'est d'abord la vision de sa proximité... De la proximité. Si bien qu'à un moment donné toute ambition de globalisation ou de mondialisation relève de la supputation. Car, il n'y a plus de certitude. Il reviendra alors de privilégier le « Publier vrai » au « Publier vite ». Ce sera notre rôle de professionnels face à l'information et même face à la technologie tourbillonnante de publier vrai. Cela, nous avons appris à le faire et nous devons le faire.

Parce que :

Nous savons recouper l'information avec au moins deux ou trois sources.

Nous savons rechercher les témoignages

Publier vrai, parce que le numérique ou l'internet a déjà libéré la parole citoyenne. A eux de publier vite pour répandre l'information sans prendre de gants, sans chercher à savoir les conséquences de leurs actes, car, ils sont des victimes de nouvelles formes de dépendance et d'assujettissement qui brident la liberté d'expression dans une corruption que je considère être la conséquence de l'usage de la technologie.

Néanmoins, à l'ère de l'internet, et à cause de cette technologie, le service public fait face à une double concurrence : la concurrence inter médias et la concurrence intra médias.

Inter médias, parce que l'internet a fait tomber toutes les frontières. Aujourd'hui le journal papier, sur son site web fait de la radio, fait de la télévision et du multimédia et doit même en faire s'il veut être rentable ou tout simplement exister.

Que dire par exemple de la structure hôte de ce SEFOR 2019 ? Je veux nommer l'ORTB qui sur sa principale cible, le Bénin....Disons même cette ville de Cotonou, s'est vu obligé au nom de la concurrence intra médias de diffuser 24 heures sur 24 alors qu'il n'a que des moyens financiers très réduits de production maison. C'est le cas aussi des radios et télévisions de service public ici présentes.

Toutes doivent désormais faire face à la concurrence intra médias que représentent sur leur sol la présence permanente d'autres chaînes mieux loties comme : RFI, BBC, TF1, ARTE, qui émettent en continu et sont accessibles au citoyen lambda grâce au bouquet numérique d'excellente qualité mis à leur disposition par les fournisseurs contre une somme modique qui s'apparente désormais à du dumping audiovisuel. Nous avons donc trop d'heures de diffusion pour très peu d'heures de production.

Du coup, inutile de s'interroger sur combien parmi nous ici, respectent en Afrique francophone, la prescription des lois sur la radiodiffusion qui impose souvent de diffuser au moins 40% de production locale ?

Que personne ne lève le doigt, car nous nous contentons pratiquement de faire défiler des rediffusions ou plus simplement des clips de musique qui ne sont d'ailleurs pas le fait des médias de service public, mais plutôt de l'innovation des privés.

Pour le service public, la production de contenu est à privilégier. Et le modèle économique qu'impose la technologie numérique mérite d'être exploré malgré ses risques. La bataille pour

le contenu original doit être la mère de toutes les batailles pour la qualité de nos productions, donc pour la survie.

Pour les optimistes, la nouvelle économie qu'impose le numérique est favorable aux médias. Ils se basent sur la création des fonds d'aide à la production dont le financement sera assuré par un modeste prélèvement sur chaque appel téléphonique via GSM.

Une fois les sources de financement assurées, reste maintenant le savoir-faire...

L'internet vient aussi bouleverser le profil exigé pour le personnel audiovisuel. Parce que de nouveaux métiers ont fait leur apparition dans l'univers audiovisuel à travers de nouvelles activités. Beaucoup de métiers vont aussi disparaître. Et pour gagner la bataille du contenu, le producteur ou le journaliste devra avoir un profil multimédia ou une multi compétences avérée.

La radio et la télévision de service public, devront donc s'appuyer sur des piliers que sont : l'innovation, la formation continue (désormais incontournables) pour espérer tenir face à la concurrence. Je ne dis pas gagner face à la concurrence, car, si nous avons actuellement l'illusion que nous tenons la dragée haute face à la concurrence, c'est tout simplement parce que nous sommes encore en transition de l'analogique vers le numérique que nous sommes souvent les seuls à couvrir tout le territoire.

Cette approche très présente parmi les médias de service public ne tient pas de la DELINEARISATION qui progresse à grand pas et qui s'installe dans la durée dans nos villes de l'intérieur et dans nos campagnes, à la faveur de la pénétration de l'internet.

Ce qui nous amène à ne nous voir qu'à travers le prisme de la caisse de résonance de l'Etat, de l'Exécutif et autres pouvoirs essentiellement temporaires et renouvelables.

Déjà sur le plan des informations, la désaffection d'une partie du public est notoire. La compétition ne venant pas seulement du ciel, mais de l'intérieur avec le journalisme citoyen qui alimente à une vitesse vertigineuse le public grâce aux réseaux sociaux dont les contenus sont propulsés par l'internet.

Le journalisme citoyen est ainsi venu démystifier le service public qui n'a plus la souveraineté de l'information.

Face à l'information devenue marchandisable, seule la maîtrise des formats adaptés à chaque média et une professionnalisation poussée pourront nous assurer la part d'audience qui nous revient puisque l'ère du monopole est terminée. Le numérique risque de nous ringardiser et couvrir tous nos efforts d'obsolescence.

La réflexion a poussé certains acteurs et professionnels des médias à suggérer qu'au lieu de courir derrière l'acquisition d'équipements techniques, les radios et télévisions de service public devraient exploiter au mieux les opportunités qu'offrent encore aujourd'hui leurs nombreuses stations régionales ou leurs équipes délocalisées à l'intérieur du pays. Ainsi, pourront-elles associer les membres de ces équipes à la production de contenus de proximité qui pourront multiplier et enrichir les productions pour le bonheur de nouvelles niches d'audience.

D'autres acteurs plus libéraux recommandent aux médias de service public d'EXTERNALISER une partie de la production afin de tenir face à la concurrence extérieure désormais installée dans la durée. Ce qui permettrait de faire face aux conséquences du caractère insuffisant ou inadapté du financement actuel de service public auquel les gouvernants assignent souvent des objectifs contradictoires, puis réduire les coûts d'exploitation technique encore trop élevés pour les résultats fournis.

J'ajouterai personnellement, que le CIRTEF trouve ici dans cette même optique, une place incontournable dans l'enrichissement du contenu des grilles des programmes par de plus importants échanges de productions dont le contenu et la qualité diffusables amélioreront la crédibilité des organes des pays membres.

Le CIRTEF pourrait s'atteler à faire découvrir ce qui existe et faire savoir ce qui est fait dans les pays membres.

J'avais opposé tout à l'heure, le « Publier vite » au « Publier vrai ». Si le « Publier vite » est induit par la technologie... C'est-à-dire que c'est l'internet qui a instauré l'instantanéité et le partage, le « Publier vrai », lui est une obligation déontologique qui n'a rien à voir avec la technologie.

Hier comme aujourd'hui le journaliste des médias de service public, plus que les autres, doit chercher, veiller, s'interroger, fouiller, creuser, se remettre en question, contacter, interviewer, rencontrer, débattre, filmer, écrire pour fournir du contenu original et de qualité. C'est la condition sine qua non pour que nos organes assurent l'idéal de leur mission.

Si vous croyez la mission impossible, demandez-vous comment les autres du même secteur se débrouillent, s'adaptent, s'en sortent, s'enrichissent, allant jusqu'à pourrir le secteur en se livrant sans vergogne au plus offrant.

Un dernier mot...

Qui en fait est un conseil.

Un conseil du vieux briscard de plus de 50 ans de carrière audiovisuelle que je suis et qui a blanchi sous le harnais...

Un conseil, donc pour finir

Préparez-vous au pire, dans les années à venir : en espérant que le meilleur se produise...

A tous les praticiens de l'audiovisuel réunis ici dans le cadre du SEFOR 2019, je vous souhaite plein succès dans vos travaux...

Merci à Joël HOUNDOLO et au Directeur Général Eric ABRAHAM et son équipe pour m'avoir offert cette opportunité.

Conférence 2 :

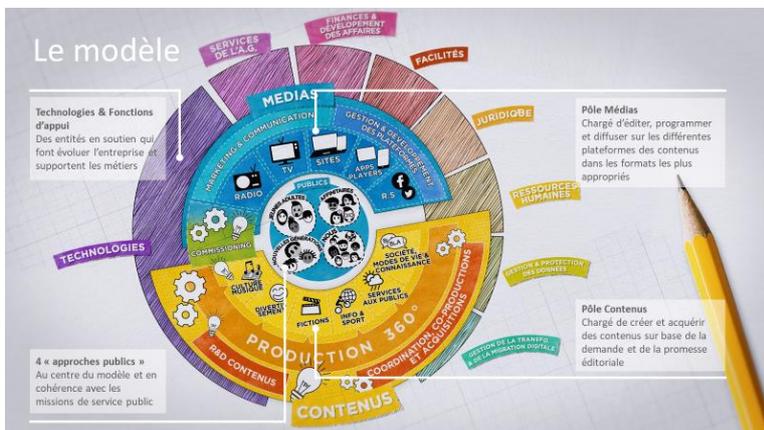
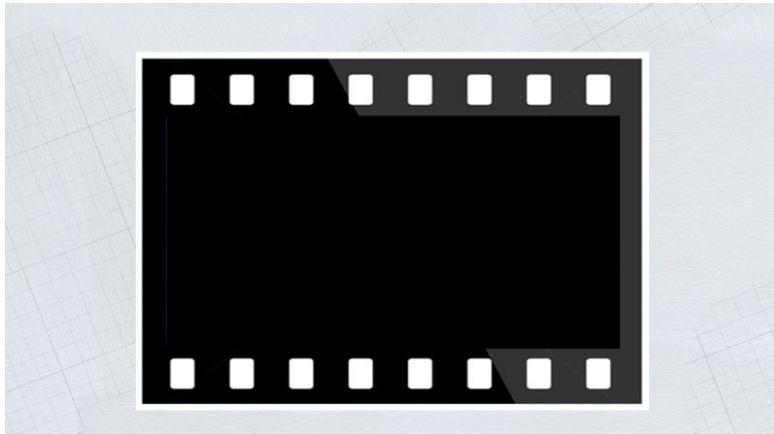
«Médias et numérique : les mutations dans l'organisation des Radios-TV de service public du Nord » par Monsieur Laurent FINET



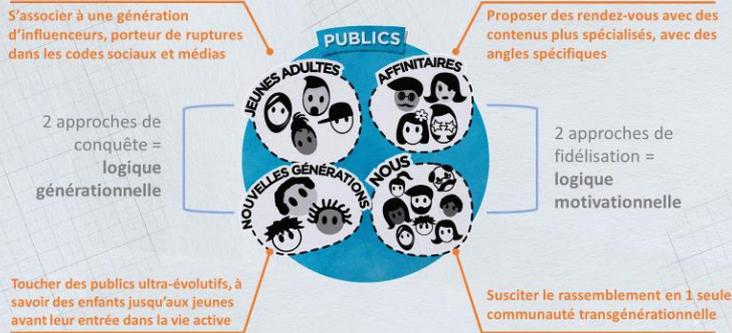


Quelles sont nos ambitions ?

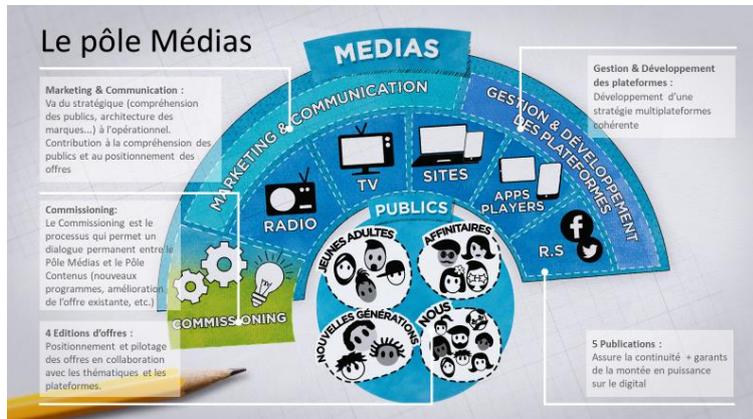
- Porter largement **les valeurs du service public**, au sein d'une société de plus en plus **numérique**.
- Être **leader dans la production de contenus audiovisuels belges francophones** et le premier ambassadeur des artistes et créateurs wallons et bruxellois.
- Faire de la RTBF une « **entreprise apprenante** » en travaillant notamment sur sa culture et son leadership, le bien-être et le développement des compétences de ses collaborateurs.



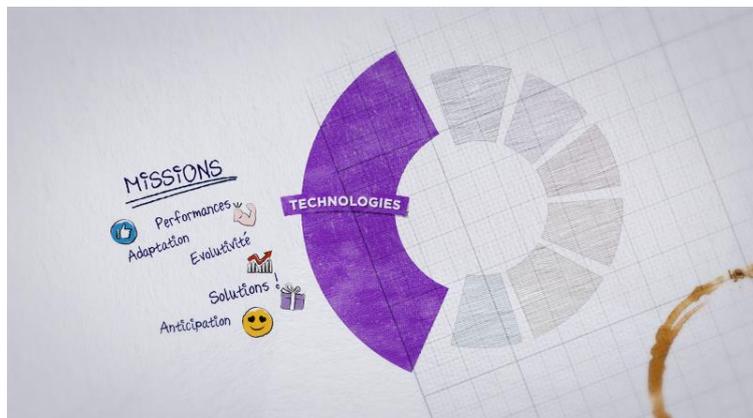
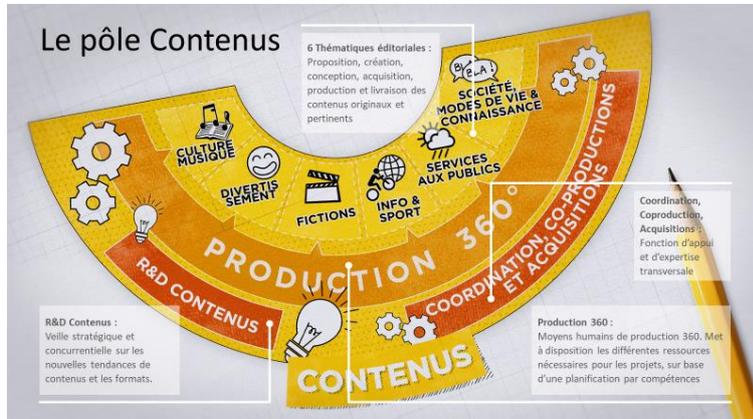
Les 4 approches publics



Le pôle Médias



Le pôle Contenus





rtbf.be
La nouvelle organisation de l'entreprise

Questions
-
Réponses

rtbf.be GIREF SEFOR 2019 - Colonou

FlexiProd

Comment produire plus à moyens constants

rtbf.be GIREF SEFOR 2019 - Colonou

FlexiProd LE COMMENT ...

Les constats :

L'audio, le Web et l'image : une évolution vers le plurimédia

Comment :

- Evolution générale des métiers de la radio vers du pluri-média.
- Intégration dans la production radio des métiers de l'image
- Décloisonner les métiers actuels
- Et redistribuer les tâches en fonction des compétences du personnel
 - qu'il possède,
 - et dans la mesure des possibilités, de ses aspirations ou rejets.

FlexiProd LES RÔLES AU SEIN D'UNE ÉMISSION



FlexiProd DÉGAGER DU TEMPS

Toutes les pistes sont explorées, mais 4 axes retiennent particulièrement notre attention :

1. Planification à la tâche
2. La prise d'autonomie de tout le personnel
3. Un meilleur usage des compétences
4. La simplification de tout les processus, dont ceux de mise à l'antenne

FlexiProd LA FLEXIMATRIX & CARTOGRAPHIE DES COMPÉTENCES

LA FLEXIMATRIX : LISTE DES COMPÉTENCES NÉCESSAIRES À LA FABRICATION DES PROGRAMMES

Présenter une émission radio
Présenter une émission face caméra
Présenter une émission de télévision
Présenter des spots promo, des teasings
Présenter un événement sur une scène face à un public
Créer un ambiance festive, être DJ pour faire danser le public
Concevoir un reportage et aller sur le terrain
Mener une interview, susciter des réponses (en studio et/ou en public)
Assurer l'enregistrement d'un témoignage en extérieur
Faire un enregistrement multisources du type reportage avec interview, ambiance, etc...
Effectuer une prise de son musicale (studio ou en public)
Effectuer une prise de son d'une formation musicale classique
Préparer la diffusion des écrans publicitaires et de promotion
Se charger de la programmation musicale (en flux musical généraliste et/ou sur un style particulier)
Se documenter et rédiger des questions pour un jeu, un concours
Rédiger des articles pour le WEB
Etc...

CARTOGRAPHIE DES COMPÉTENCES : RELEVÉ DES COMPÉTENCES DISPONIBLES ET/OU À ACQUÉRIR

Indépendamment de son métier de base, lister les compétences de chaque employé :

1. Celles qu'il a déjà et qui correspondent à son métier de de base
2. Les compétences complémentaires qu'il possède déjà et qu'il est prêt à mettre au service de l'entreprise
3. Celles qu'il souhaite acquérir, et nécessitera des formations
4. Celles qui ne lui correspondent pas et avec lesquelles il n'aurait aucune affinité.

Fleximatrix et sa cartographie doivent donc nous permettre d'articuler les compétences et aspirations de nos collaborateurs aux nouveaux projets des radios.

FlexiProd LA MÉTHODE

PROCÉDER PAR « MINI-CHANTIERS »

Et bien d'autres ...



FlexiProd
LA COMMUNICATION

Le PowWow

- 1^{er} pow-wow le 2 mars 2013
- Rendez-vous annuel en plénière
 - mise à jours
 - l'évolution du projet
- Ateliers des chaînes
 - Viva : la visualisation & Le studio Média
 - LP : le Nouveau studio
 - ...

Préparez-Vous au **Flexi Tour** !

	petit dej	lunch
jeudi 13/3	Reyers	
Vendredi 04/04	Reyers	
mercredi 23/4	Reyers	
vendredi 25/4		Reyers
Lundi 28/4		Mons
Lundi 05/05	Mons	Mons
Mercredi 07/05		Liège
Mercredi 21/05		Namur
Vendredi 23/05		Reyers

Agenda prévisionnel...
les dates définitives et inscriptions seront ouvertes sous peu...

FlexiProd
LA COMMUNICATION

Le FlexiTour

- Présentations en Région
- En petits comités
- Par 2 représentants du Copil



FlexiProd
LA COMMUNICATION

Les témoigniaux

- Par les personnes du mini-chantier
- (Re)présente le projet
- et son évolution personnelle
- Les plus :
 - Montre le travail concret
 - Reconnaissance personnelle
 - Porte drapeau



FlexiProd
LA COMMUNICATION

Les syndicats :

- Informés prioritairement en CDGR
- Pré-accord sur les chantiers
- Retours d'information réguliers.
- Dialogue Serein
- Négociations financières hors scope
 - ➔ Nécessite un lieu opportun

FlexiProd

Comment produire plus à moyens constants

Quelques résultats ...

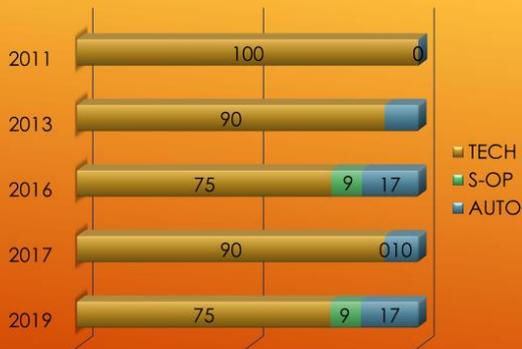
rtbf

CiREF

SEFOR 2019 - Colonou

Adobe, BIPix, Wirecast, VMix, Sony Vegas, Adobe Première, Graphisme (Adobe Photoshop), Animateur self-op, Production dans un studio Self prod

FlexiProd EVOLUTION DE LA DIFFUSION DES ÉMISSIONS RADIO



La 1ère

VIVACITÉ

26

FlexiProd EVOLUTION DE LA DIFFUSION DES ÉMISSIONS RADIO



MUSIC 3 CLASSIC 21
pure

27

FlexiProd EVOLUTION DE COMPÉTENCES

Le relevé des compétences qui nous permet d'objectiver l'évolution du personnel a débuté en 2011. Il est basé sur le travail réellement effectué par le personnel de la radio au fil des ans.

Nous avons évalué les 4 métiers de base de la radio :

Animateur/producteur

Assistant

Technicien

Journalistes

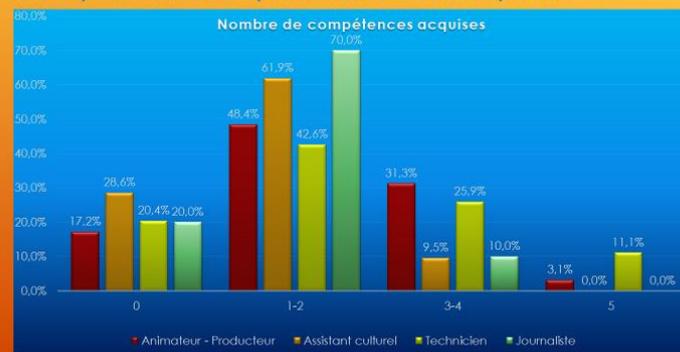
et mesuré l'évolution sur 12 compétences

- Caméra légère
- Mixage vidéo (BIPix, Wirecast, VMix)
- Production vidéo (Sony Vegas, Adobe Première)
- Graphisme (Adobe Photoshop)
- Animateur self-op
- Production dans un studio Self prod
- Présentation face caméra
- Rôle de producer au studio Média
- Réseaux sociaux
- Transmission via Scoopfone
- Permis de conduire spécifique C / C+E
- Installation de réseaux informatiques léger en extérieur

28

FlexiProd EVOLUTION DE COMPÉTENCES

78 % du personnel radio a acquis au moins 1 nouvelle compétence



29

FlexiProd EVOLUTION DE LA PRODUCTIVITE

Production image & digitale par les équipes radio



FlexiProd EN RÉSUMÉ

1. **Un Benchmark** : pas un modèle mais des sources d'inspirations
2. **Concertation avec les syndicats**
3. **Des Mini-chantiers** : pour toujours travailler sur du concret
4. **L'implication sans réserve des Managers**
5. **Beaucoup de communication** : vers les équipes, en toute transparence

Les prochaines étapes :

- Développer la Fleximatrix dans le nouvelle structure RTBF (tous medias)
- Mettre en place une planification par compétences

Point d'attention :

- L'évolution des compétences du personnel et de la production des émissions est intimement liées à l'évolution des technologies et à la simplification de l'ergonomie des outils

FlexiProd

Questions - réponses



rtbf.be
La nouvelle organisation
de l'entreprise

FlexiProd
Comment produire
à moyens constants

La radio visuelle
Est-elle le futur de la radio ?

L'évolution des Plateformes

rtbf.be CIREF SEFOR 2019 - Cotonou

La radio visuelle
Est-elle le futur de la radio ?

rtbf.be CIREF SEFOR 2019 - Cotonou

D'accord

Pas
d'accord

☺ ☺ ☺ BIENTÔT L APÉRO ☺ ☺ ☺

Tout le monde

a-t-il trouvé

Ses cartons ?

1ÈRE QUESTION !

Votez
OUI NON

rtbf

COUVRE-TOI BIEN, IL PLEUT ET IL FAIT FROID !

JE SAIS, MES COPINES L'ONT DIT SUR INSTA !!!

rtbf

INFO

Rechercher sur le site...

À la une | Fil Info | Belgique | Régions | Monde | Économie | Société | Médias | Inside | Insolite | Opinions | Alertez-nous

Monde | Europe | Moyen-Orient | Amérique du Nord | Amérique centrale | Amérique du Sud | Afrique | Asie | Océanie

12/05/17
La France annonce plusieurs mesures dans le domaine de l'immigration, dont l'évacuation de campements

LE WEB ADORE LES VIDEOS

12/04/16
Impeachment : des proches de Donald Trump retrouvent subitement la mémoire

12/05/15
Jordanie: trois Mexicains et une Suisse blessés dans l'attaque au couteau

11/04/17
Elections législatives en Espagne: Madrid met en place d'importantes mesures de sécurité au Parlement

11/03/15
Liban: des centaines d'étudiants et d'élèves rejoignent la contestation

09/03/16
Le Kentucky passe aux démocrates: un revers cuisant pour Trump dans des élections routières à un an de la présidentielle

LES SMARTPHONES SONT PARTOUT



rtbf



UN MONDE D'ÉCRANS

rtbf

Faut-il ajouter
des images
à la radio ?

1^{ÈRE} « BIG » QUESTION !

Votez
OUI NON

rtbf

L'IMAGE EST-ELLE INDISPENSABLE ?

On Demand
Oui
L'image est vitale !

rtbf

La visual radio
Est - elle de
la « mauvaise TV » ?

2^{NDE} BIG QUESTION !

Votez
OUI NON

rtbf

- 100% comprehensible sans image
- Ne jamais montrer le studio quand les présentateurs n'interviennent pas à l'antenne.
- Offrir au téléspectateur une expérience similaire à celle d'une émission TV "traditionnelle"

IT IS ALL ABOUT

magic

**pure
VISION**

VIVACITÉ

la une

**TAR
MAC**

L'EVOLUTION DE LA RADIO VISUELLE



1. des webcam en studio



2. Meilleures caméras et ajout d'infos





La RadioVisuelle
est-elle LE futur
de la radio ?

DERNIÈRE QUESTION !

Votez
OUI NON

rtbf



Conférence 3 :

« Animation 3D, réalité augmentée, décors virtuels... des solutions pour les télévisions publiques » par Monsieur Thibault BARAS



Animation 3D, réalité augmentée, décors virtuels...des solutions pour les télévisions publiques ?

SEFOR – CIRTEF 2019 - Cotonou



Constitué en 2007 à l'initiative des Editions Dupuis (Spirou) et de la R.T.B.F.

Actionnariat Public - Privé

Belgique
Wallonie
Charleroi



Centre de compétences techniques et artistiques

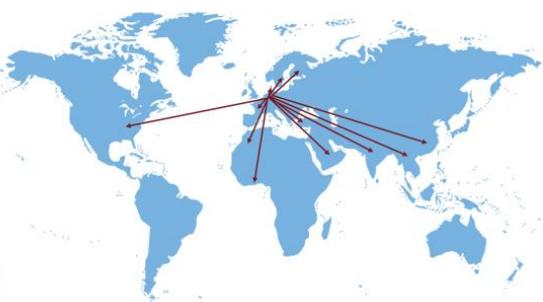
Services à destination des actionnaires & du secteur Audiovisuel

Studio d'Animation et de Création graphique

Studios Virtuels et Production :

- Scénographie - Conception – Réalisation – Fabrication – Opérations - Formations

De la conception à la production de programmes



Disponibilité des services

Depuis 2007 – Expansion et développements à l'international



DreamWall

Un large choix de compétences

DreamWall

Que faisons-nous ?

DreamWall

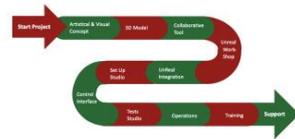
Que faisons-nous ?

DreamWall

Thibault Baras



Du concept visuel à la mise à l'antenne



Productions virtuelles – Réalité augmentée - Scénographie



Technologie – Expertise – Créativité:

- Maîtrise du processus complet de la création à la mise à l'antenne
- Un besoin – Une solution – Un service
- Agile – Collaboratif et Interactif
- Sur mesure pour répondre au mieux au besoin du client
- Innovation & Développement



1^{er} Studio Virtuel en Belgique en 2005 – RTBF



DreamWall

Quelques chiffres

DreamWall

Quelques Références

DreamWall

Quelques projets

DreamWall

En Images

15 ans d'expertise en Technologies Virtuelles

- + de 45 projets avec Unreal & Zero Density
- + de 20 heures de Directs par semaine (Météo – Sport – News)
- + de 5 M € de CA annuel
- + de 25 bulletins météo par jour – 7/7



Studio de 450 m2
 200 m2 de Green Key
 7 caméras avec Tracking et moteurs 3D Unreal / Zero Density



Expertise



Références

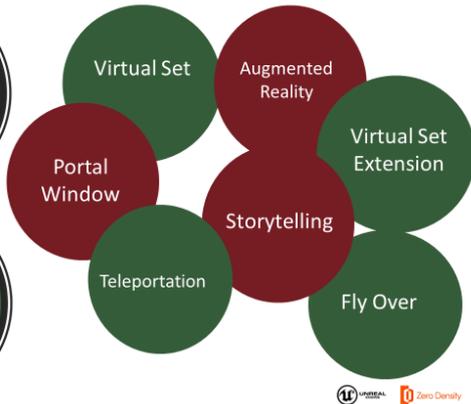


Elections
 Maroc



DreamWall

Valeur ajoutée aux contenus



Virtual Studio without a green key





DreamWall

Différents Types de Productions

DreamWall

Sport Productions

DreamWall

Sport Productions



- Live Productions
- Le Mag - FIFA World Cup - TF1
 - Telefoot - TF1
 - Le Mag - Rugby World Cup - TF1



- Live Productions
- Europa League - RTBF
 - Europe des 11 - BETV
 - Téléportation - FIFA World Cup - RTBF



DreamWall



- Live Productions
- Cricket World Cup – Star TV India
 - Liège Bastogne Liège – FR TV

Sport Productions



DreamWall



- Record Productions
- Questions à la Une – RTBF
 - Vews – RTBF
 - Lunettes Noires & Lunettes Blanches – RTBF



Magazines

DreamWall



Esport



- Live Productions
- CSGO Esport Tournament Press Conference
 - CSGO Esport Competition



DreamWall



Storytelling



- Record & Live Productions
- Armistice – TF1
 - Armistice – TF1
 - Le Mag Fifa World Cup – TF1



DreamWall



Productions
Météo



Live Productions:
28 Weather Forecasts per Day –
RTBF/TVS World/ Local TV Channels



DreamWall



Travail
En cours



Timelaps of different weather conditions, for the public to
understand clearly the different types of weather



DreamWall



Real Time Traffic Information



Créativité
Technologie
Expertise



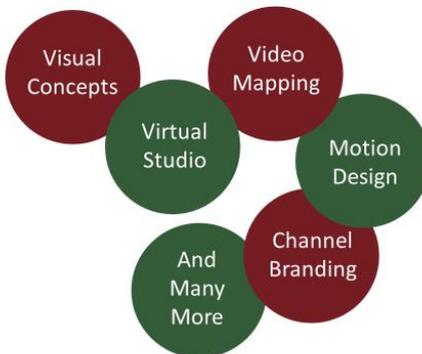


- Contexte économique difficile
 - Meilleure rotation et utilisation des studios
 - Optimisation des espaces stockages
 - Economie coûts de construction Décors
 - Technologie mature grâce aux investissements de l'industrie du jeu vidéo « Unreal »
- Diminution des coûts liés à l'investissement
 - Maîtrise des coûts de production
- Valeur ajoutée à la production
- Enrichissement des contenus
- Nouveaux Publics (Video Games)
 - Mode collaboratif « Unreal »
 - Plus grande accessibilité des ressources (développement, shaders, plug-ins,...)
 - Mode collaboratif « Unreal »
 - Mutualisation ? Collaboration ? vs Mondialisation ?
- Modèle collaboratif basé sur la mutualisation
 - Coûts d'investissements
 - Coûts de formations et d'apprentissages
 - Plateformes communes de production basées sur l'utilisation des technologies virtuelles
- Développement de savoir-faire
- Besoin de Centres de compétences et d'expertise
 - Timing excellent & Opportunités
 - Accroissement important de la demande
- Au service des actionnaires – membres dans un 1^{er} Temps
 - Courbe d'apprentissage
- Développement de savoir-faire et d'excellence



Thibault BARAS
 baras@dreamwall.be

www.dreamwall.be



DreamWall



Video Mapping



La Nuit Aix Invalides - 2018



DreamWall



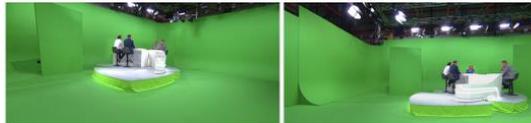
Channel Branding

200 sqm Virtual Studio

DreamWall



Virtual Studio



DreamWall

Video Game Technology in Virtual Studio



A Complete Technological Solution

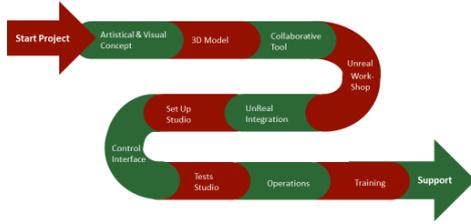
Our Studio : Equipped with 7 systems



Record & Live Productions



From Project Design to Productions



A complete, Unique and Mastered workflow
From Graphic Design to Production

In partnership with

Start Project: Pitch



Meetings
Talks
Concept

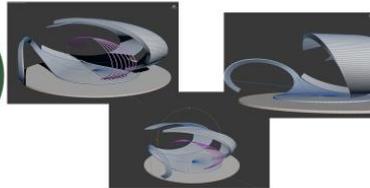
Visual & Artistical Concept Development



Moodboards

3D Model

3D Mock up



Camera Axes

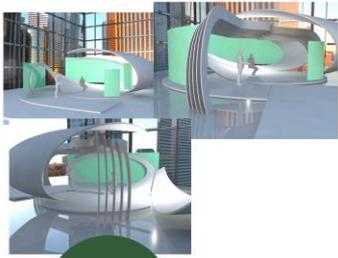
Collaborative Tool



MIRO Board

Comments - remarks from clients and designers

UnReal Workshop



Virtual Team



Structure Modeling

UnReal Integration

Performance Control



Blueprints

Graphic validations



Lighting Texturing Shader Animations Effects



Set Up Studio



Masks

Cyclo



Control Room



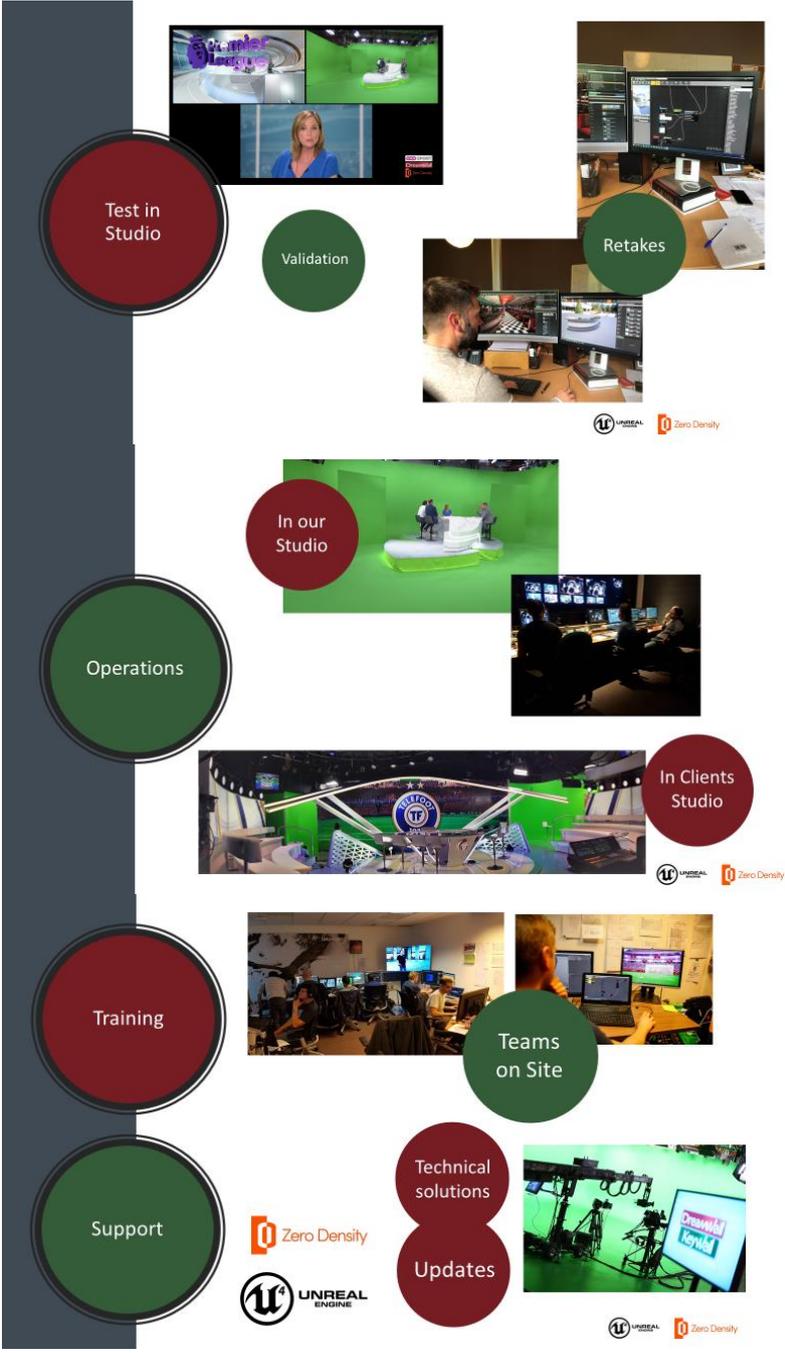
Control Interface

Interface Creation



Set & AR Control





Conférence 4 :

« Médias et numérique : les mutations dans l'organisation des Radios et Télévisions publiques du Sud » par Monsieur Emmanuel MBEDE



LA CAMEROUN RADIO TELEVISION

shweet

1941 : Introduction de la Radio

1985 : Début de la Télévision

1988 : Création de la CRTV

2000 : Libéralisation de l'audiovisuel au Cameroun

LES CHIFFRES CLES

Avec 82% de parts de marché, le câble représente le mode de réception télévisuel dominant ;

Les opérateurs satellitaires représentent le 2nd mode de réception (13%)

30 chaînes FM émettent à Douala contre 28 à Yaoundé

+ de 6 millions d'internautes

+ de 3 millions d'utilisateurs actifs des RS/mobiles

2 51% des internautes camerounais se connectent via un smartphone

LE RÉSEAU CRTV (RADIO)

7 (Sept) chaînes de proximité (FM)



LE RÉSEAU CRTV EN 2016 (TÉLÉVISION)

showeet

Une chaîne généraliste



LE TOURNANT DE 2016

showeet

Nomination d'une nouvelle équipe managériale

Evaluation globale de la situation :

- Décrochage de la CRTV auprès des classes populaires et urbaines
- Désertion des publics jeunes (78% de la population a < 35 ans)
- Faible prise en compte du digital
Rédacteur en chef web + site web
Ringardisation du label



6

TRANSFORMATION



1. Affectation d'une Direction spécifique aux contenus numériques ;
2. Relèvement qualitative de l'offre générale de contenu ;
3. Augmentation quantitative de l'offre CRTV ;
4. Diversification de la présence sur le web



RÉORGANISATION STRUCTURELLE

showeet

1. Création de la Division des Nouveaux Médias et du label



8

RELÈVEMENT DES CONTENUS

showeet

1. Redéfinition de la vision managériale
 - **Unicité des chaînes** (radio/TV/Web; chaînes nationales/régionales) ;
 - **Authenticité** ;
 - **Compétitivité**,
2. Réorganisation de la grille des programmes TV
 - **Diversification des contenus** ;
 - **Augmentation de l'offre des fictions nationales et africaines**;
 - **Promotion du débat et de l'expression publique** ;
 - **Optimisation du traitement des grands événements**;

9



AUGMENTATION DE L'OFFRE DE CHÂÎNES TV

showeet

Création en 2018 et 2019 de deux chaînes thématiques



10



DIVERSIFICATION DES CONTENUS WEB

showeet



Un média carrefour

- ✓ Un espace de production/agrégation/diffusion;
- ✓ Un producteur d'information/programmes;
- ✓ Un outil de promotion des antennes;
- ✓ Un diffuseur linéaire/catch up;
- ✓ Un espace de rencontre (community management)
- ✓ Un diffuseur de contenus variés: son, vidéo, photo, data, texte, etc.

11



Augmentation de l'offre de supports web du réseau CRTV de 2016 à 2019

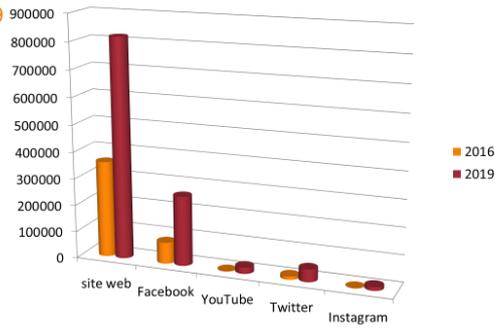


Source : CRTV- Division des Nouveaux Médias/Cellule du Contrôle de Gestion.

PROGRESSION SUR LES

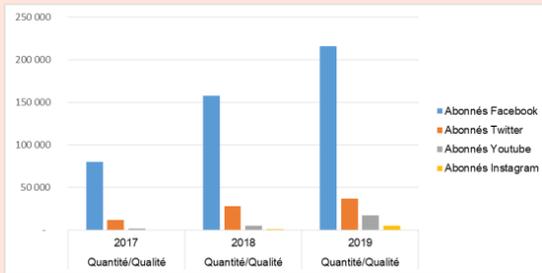
showeet

2016/2019



13

Évolution du nombre d'abonnés social media de la CRTV

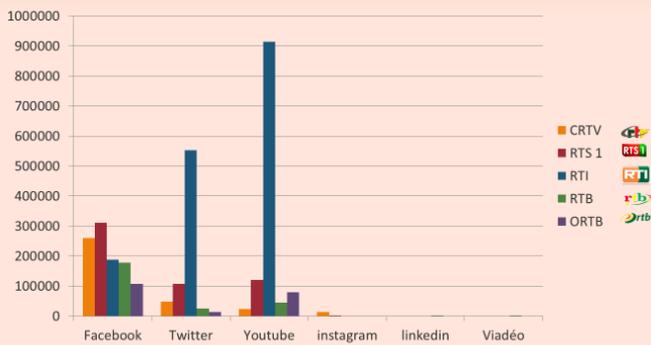


Source : CRTV-Division des Nouveaux Médias

Analyse des outils Social Media

Plateformes Social Media	Média	Observations	Date de l'analyse
facebook	RTS 1	311 433 abonnés	3/11/2019
	CRTV	260 000 abonnés	
	RTI	187 036 abonnés	
	RTB	178 100 abonnés	
	ORTB	107 863 abonnés	
twitter	RTI	552 432 abonnés	3/11/2019
	RTS 1	107 000 abonnés	
	CRTV	47 700 abonnés	
	RTB	25 800 abonnés	
	ORTB	13 600 abonnés	
youtube	RTI	914 000 abonnés	3/11/2019
	RTS 1	121 000 abonnés	
	ORTB	79 700 abonnés	
	RTB	45 600 abonnés	
	CRTV	23 600 abonnés	
instagram	CRTV	13 400 abonnés	3/11/2019
	RTS 1	537 abonnés	
linkedin	RTB	84 abonnés	3/11/2019
viadeo	RTB	10 abonnés	3/11/2019

Analyse des outils Social Media des chaînes publiques francophones



PERSPECTIVES



Proposer le meilleur du réseau CRTV (streaming & catch up)

- Optimisation de l'offre des chaînes ;
- Diffusion multilingues en web radio ;
- Diffusion des principaux programmes du réseau
- Constituer la plus grande rédaction web d'Afrique (504 journalistes) ;

Proposer des contenus originaux in vitro

- Création de top stories ;
- Création de Best of ;
- Création d'infographie à partir des data ;
- Reformatage des programmes et reportages CRTV

Proposer une diversité de contenu

- Développement des directs exclusifs ;
- Valorisation des archives CRTV
- Développement des contenu d'expertise et de savoirs ;
- Contenus-ludiques (jeux, humour, gag, etc. ;



Par Emmanuel MBEDE- CRTV

Conférence 5 :

« Du broadcast aux réseaux sociaux : le marketing de l'information » par Monsieur Guillaume KUSTER

Le marketing de l'information

Pourquoi apprivoiser des techniques de publicitaires pour remplir son rôle de service public

Pour la première fois dans l'histoire de l'humanité, les utilisateurs ont le pouvoir de vie ou de mort sur l'information. C'est le cas en Europe, ce le sera inexorablement en Afrique. En moins d'une décennie, le smartphone est devenu une arme de destruction massive de l'ordre médiatique établi. Sauf pour ceux qui se donnent la peine de comprendre pourquoi le paysage change.



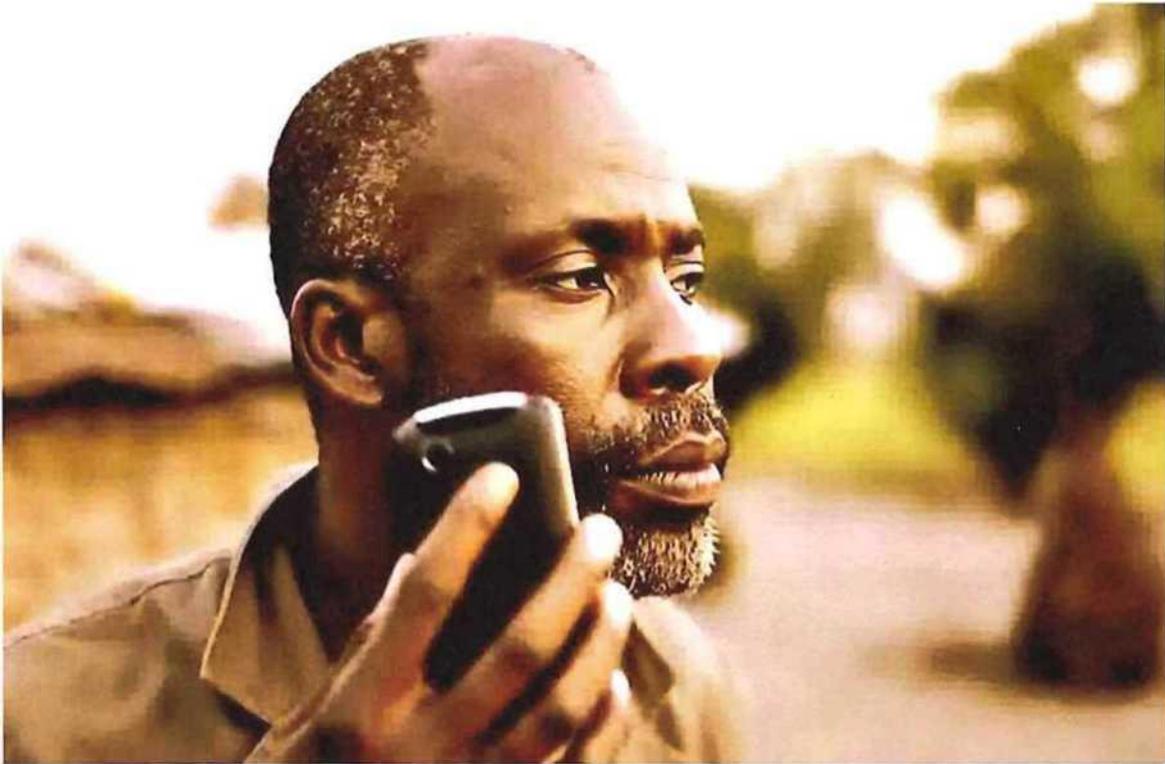
En à peine plus de dix ans, après l'apparition du premier smartphone en 2007, le paysage des médias s'est profondément transformé en Europe. Les titres de presse, radios et stations de télévisions dits « traditionnels » ont vu leur public se tourner vers de nouveaux producteurs de contenus. Pire, les nouveaux citoyens — les plus jeunes parmi nous — s'intéressent peu ou guère

à l'ancien ordre établi des médias mais leurs préfèrent des productions taillées sur mesure, des vidéos dans lesquelles ils se reconnaissent. La révolution arrive en Afrique.

Les ventes de smartphone ont explosé pour connaître un pic en 2018, faisant de l'iPhone le produit le plus vendu de tous les temps avec près d'un milliard et demi d'unité écoulées[^] (c'est plus que les ventes de Playstation, Rubik's cube et de toutes les éditions d'Harry Potter réunies). Il a ouvert la voie à des dizaines d'autres fabricants qui à leur tour ont équipé plus de 3 milliards d'humains de leurs écrans de poche. En moins de dix ans, près de la moitié de l'humanité s'est retrouvée avec la possibilité de consulter le contenu qu'elle souhaite, quand elle le souhaite pour peu qu'elle dispose d'une connexion à internet. Il a fallu près de 400 ans entre l'invention de la presse à caractères mobiles par Gutenberg en 1450 et la diffusion massive de quotidiens forgeurs d'opinions comme le *Petit Journal* ou l'anglais *The Times*.

Jamais nous n'avons été exposés à autant de contenu ; jamais nous n'y avons eu aussi facilement accès. La conjugaison de ces récentes technologies de diffusion et l'avènement des réseaux sociaux a changé les relations entre les producteurs de contenus et le public.

183 millions d'utilisateurs d'internet mobile en Afrique de l'Ouest en 2025



Chaque année, les Africains de l'Ouest achètent 10 millions de téléphones mobiles. La part du smartphone parmi ce parc augmente lui aussi sensiblement, comme le note le cabinet GSMA dans son rapport « L'économie mobile en Afrique de l'Ouest 2019 »². D'ici à 2025, le cabinet estime que 40% de la population de la CEDEAO aura accès à l'internet mobile. Par ailleurs, une part importante de cette population sera jeune et prendra vite de nouvelles habitudes de consommation des médias, comme le note le rapport :

En Afrique de l'Ouest, la part significative de jeunes consommateurs parmi les utilisateurs de services mobiles entraînera un changement important dans les comportements des consommateurs. A l'opposé des habitudes des utilisateurs plus âgés, moins expérimentés en matière d'usages numériques, qui sont donc centrées sur l'usage de la voix, le consommateur de demain utilisera son téléphone mobile certes pour les services de communication, mais dans une moindre mesure, car ses usages seront également centrés sur les services de données, comme les jeux en ligne et le streaming de vidéos.

Le continent africain est dans une situation intéressante du point de vue de cette révolution à venir. La plupart des pays qui le composent ont encore de faibles taux d'équipement en smartphone en comparaison avec l'Europe ou les États-Unis, mais c'est le continent où la progression de l'équipement en smartphones est le plus rapide au monde. **Les médias africains sont dans une situation enviable. Ils peuvent s'inspirer des meilleures initiatives de leurs pairs européens, tout en évitant les erreurs que ces derniers ont commises.**

Le transfert du pouvoir éditorial, tel que vécu en Europe

Prenons un exemple simple : vous produisez un journal télévisé. Si cette tâche devait vous incomber dans les années 1970, essayez d'imaginer ce qu'il vous faudrait réunir avant même de penser au menu de votre JT.

Réponse courte : énormément d'argent et de savoir-faire. Outre de lourds moyens techniques (caméras, régie, studios, émetteur et sa licence de diffusion, parc automobile de reportage, bâtiments adaptés etc...), il vous faut des équipes sachant manier ces matériels et capables de recueillir les infos que vous souhaitez diffuser. Durant plusieurs décennies, seuls les gouvernements avaient la surface financière (et réglementaire) suffisante pour se permettre de réaliser un journal télévisé. Le nombre de personnes, comme vous, chargées de concevoir un JT est très limité. Il se comptait longtemps dans chaque pays sur les doigts d'une main.

Fort de votre pouvoir inédit, votre gouvernement vous ayant donné tout ce dont vous aviez besoin pour fabriquer votre édition, vous avez désormais tout pouvoir pour choisir les sujets qui vous paraissent importants. Quel reportage placerez-vous à la place principale, en ouverture ? Comment répartirez-vous les moyens disponibles pour couvrir l'actualité ? En fonction de quels critères ? Vous avez la main sur tout le processus éditorial. C'est bien vous qui décidez de la valeur de l'information et vous la dictez à des cohortes de téléspectateurs bien à l'heure devant votre édition, du début à la fin.

Près de 50 ans plus tard, vous êtes l'éditeur d'une page Facebook. Inutile de vous démontrer que

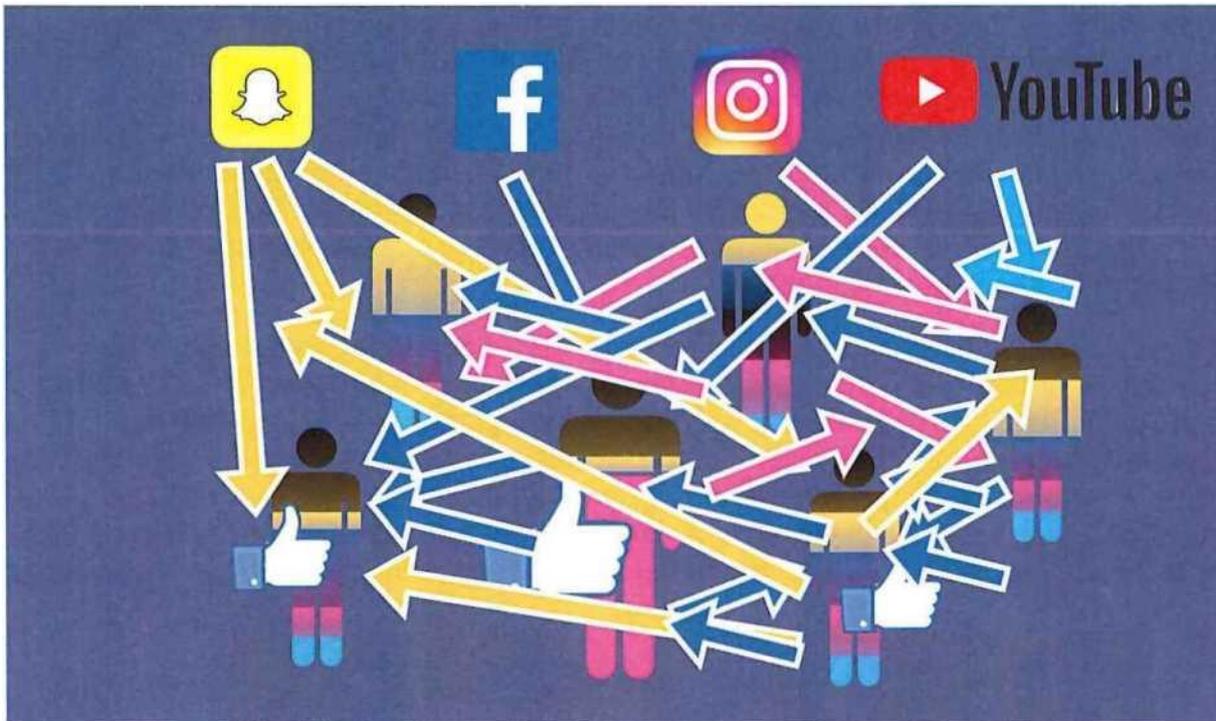


Lors de la diffusion d'un JT, le téléspectateur ne peut pas partager les contenus à un tiers, il consomme en silo.

Près de 50 ans plus tard, vous êtes l'éditeur d'une page Facebook. Inutile de vous démontrer que votre pouvoir est bien moindre, dilué qu'est votre produit dans la multitude. Certes, vous n'avez plus besoin des fortunes nécessaires à la conception d'un JT. En simplifiant à l'extrême, un smartphone à 100 euros vous suffit pour créer vos publications, y compris vos vidéos. Vous avez paradoxalement un public potentiel aussi large que celui de la télévision, voire planétaire. Mais vous n'avez plus le monopole du pouvoir éditorial.

Le modèle de distribution a changé

D'un modèle simple et unilatéral (la station de TV dispose d'un émetteur et tout le monde la regarde), les réseaux sociaux et l'ubiquité des smartphones connectés nous ont fait passer à un modèle complexe dans lequel le public joue un rôle autant sinon plus important que le diffuseur, et introduisent un troisième acteur : le réseau social lui-même.



Sur les réseaux sociaux, le partage est au cœur du modèle de distribution et peut paraître chaotique

Reprenons l'exemple du JT : à l'heure dite, chacun consomme le journal, reçoit les informations qu'il contient et le cycle s'arrête. Une fois le JT diffusé, le produit est mort, passé, prêt à être oublié. Peut-être le cercle familial parlera du contenu du journal avant le film du soir ou au petit-déjeuner, tout au plus.

Sur un réseau social, la publication d'une information marque certes la fin de son cycle de production, mais aussi le tout début de sa vie en ligne. Contrairement à la radio ou la télévision, la diffusion d'une publication sur les réseaux sociaux n'est pas simultanée pour tous les utilisateurs qui la verront. Chacun, de manière individuelle, prendra la décision de la consulter ou non, et c'est là que réside le nouveau pouvoir du lecteur, de partager voire de commenter.

Le partage de publications par les utilisateurs bouscule les habitudes des médias classiques. Ils étaient très habitués à dicter la hiérarchie de l'information au public. C'est désormais le public qui en partageant ou non — en d'autres termes en diffusant ou non — fera la popularité, donc l'importance d'une publication.

Faire entrer «le diable» marketing dans la rédaction

Pour qu'une publication sur les réseaux sociaux soit vue par le plus grand nombre, elle doit être partagée et donc rendue partageable. Et c'est là que réside le concept le plus inconfortable pour les journalistes. Les articles, vidéos et autres contenus doivent être certes intéressants mais aussi séduisants et attractifs pour deux raisons principales :

- Les publications ont très peu de temps pour convaincre. Encore une fois, les humains n'ont jamais été soumis à un tel flux de contenus. Chaque minute passée sur les réseaux sociaux est une somme de micro-décisions élisant les contenus qui seront consultés. Que ce soit par le titre, la vignette de votre vidéo sur YouTube ou les toutes premières secondes de votre vidéo sur Facebook ou Twitter, vous n'avez que quelques secondes pour donner envie à l'utilisateur de voir votre travail
- Le propos doit suffisamment motiver une partie des utilisateurs à partager la publication. Voilà la tâche la plus complexe. Quelles sont les cinq dernières vidéos que vous avez partagées sur les réseaux sociaux ? À quel point faites-vous attention à l'image que vous donnez de vous-même auprès de vos relations sur ces réseaux ? Partager une publication est un acte fort, qui affiche une partie de la personnalité de l'utilisateur. Pour être partagée, une publication doit provoquer une réaction émotionnelle avec une partie du public pour qu'il se fasse le relai de votre travail

Ces deux objectifs impliquent des techniques dont les rédactions n'ont pas l'habitude. Des façons de faire dont les journalistes se pensaient préservés de part leur statut de créateur, de chaînon essentiel dans une démocratie, libérés qu'ils étaient des basses contraintes commerciales. Mais désormais, savoir « marketer » son travail de journaliste est essentiel. Connaître les leviers psychologiques utilisés jusque-là par les publicitaires est nécessaire. Apprivoiser les notions de cible, de groupes d'utilisateurs, d'études de marché est indispensable.

Les résistances sont importantes au sein des rédactions, mais le pragmatisme doit l'emporter.

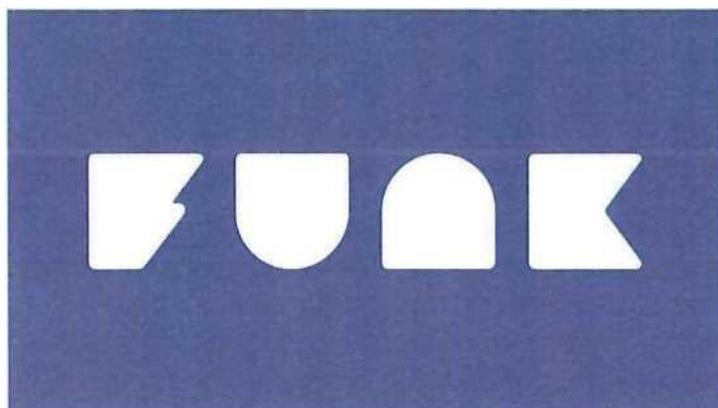
- sur l'essentiel des marchés européens (à commencer par les pays nordiques 4), le temps moyen passé à consulter son smartphone a dépassé celui passé devant le téléviseur, à écouter la radio ou à lire la presse. La voix et l'influence des médias traditionnels sont plus faibles qu'il y a dix ans
- d'autres acteurs s'emparent des techniques marketing de manière très efficace pour vendre, rallier à une cause politique (le plus souvent aux extrêmes), voire pour manipuler l'opinion (scandale Cambridge Analytics[^], soupçons de l'influence russe sur les élections américaines, etc...). Le temps passé à consulter ces publications non journalistiques est retranché du fameux « [temps de cerveau humain disponible](#) » de l'utilisateur qui n'en disposera par pour la consultation des contenus journalistiques

[®] pour remplir son rôle citoyen, le journalisme doit trouver son public sur les réseaux sociaux et donc y être présent, en comprendre les codes et les appliquer, un tous cas avant d'avoir réussi

une transformation numérique et d'avoir créé sa propre plateforme de distribution de contenus^

Fractionner et humaniser son offre (ou que faire de 45 millions d'euros)

Une place peut encore exister pour les médias généralistes, mais la personnalisation des contenus montre son potentiel et nous n'en sommes qu'au commencement. L'exemple allemand de *Funk*, unique au monde, montre la voie. *Funk* est une collection de plus d'une soixantaine de nouveaux formats d'information et de divertissement destinés aux moins de 30 ans. L'initiative a été lancée par le groupe télévisuel de service public ARD/



ZDF. Et elle a failli tourner au désastre.

En 2016, les dirigeants du groupe allemand ont fait le même constat que la plupart de leurs homologues européens. Ils n'arrivaient pas à drainer devant les écrans les adolescents et les jeunes adultes. La décision a donc été prise d'agir et de créer une chaîne de télévision faite pour ces publics — un réflexe compréhensible pour un groupe de

télévision. 45 millions d'euros ont été provisionnés pour la mise en place de la nouvelle stratégie et fort heureusement, la commande d'arrêt d'urgence a été tirée.

Les dirigeants du groupe allemand ont compris que, quelle que serait leur approche, la télévision n'était pas le média adapté à leur objectif. Ils ont donc rassemblé une équipe de plusieurs dizaines de jeunes professionnels à Mayence, journalistes, graphistes, directeurs créatifs et producteurs. Ils avaient carte blanche pour remplir leur mission : apporter des contenus de service public aux moins de trente ans. Personne dans l'équipe, ni même l'encadrement, n'avait plus de trente ans.

Le résultat a été la conception, en mode projet, de cette soixantaine de formats différents. Chacun a une durée de vie initiale de deux mois, est pilotée par une petite équipe (1 à 5 personnes), ses performances sont évaluées puis le projet s'épanouit ou meurt. Quel que soit le résultat, les équipes de *Funk* auront affiné leurs pratiques et appris de leurs erreurs ou succès. Et qu'ont-ils appris ? Que l'essentiel de leur travail se situe en amont de la production de contenus. Que c'est d'abord en identifiant des communautés d'utilisateurs et en les rejoignant dans leurs débats en ligne que l'on peut comprendre leur pensée collective et créer des contenus dans lesquels ils se reconnaîtront.

Leurs recherches ne s'arrêtent pas là. Dans le monde réel, en face à face, les journalistes et producteurs de *Funk* organisent des rencontres avec le public qu'ils visent pour comprendre comment ils utilisent les réseaux sociaux et interagissent avec leurs relations et amis. Ils font donc des études de marché avant de produire, mais conservent une perspective unique. En tant que service public, ils n'ont rien à vendre, mais veulent offrir à chacun une vision impartiale et juste du monde dans lequel nous évoluons.

Tout le monde n'a pas 45 millions d'euros

L'exemple allemand est difficile à reproduire de part son échelle massive (un budget colossal et le plus grand marché d'Europe) mais doit servir d'inspiration aux autres médias. Le mythe du rédacteur omniscient, disposant du privilège d'étaler sa pensée à la face du monde est définitivement mort. Sachez à qui vous voulez parler, et surtout, trouver les histoires qui résonneront auprès de votre public.

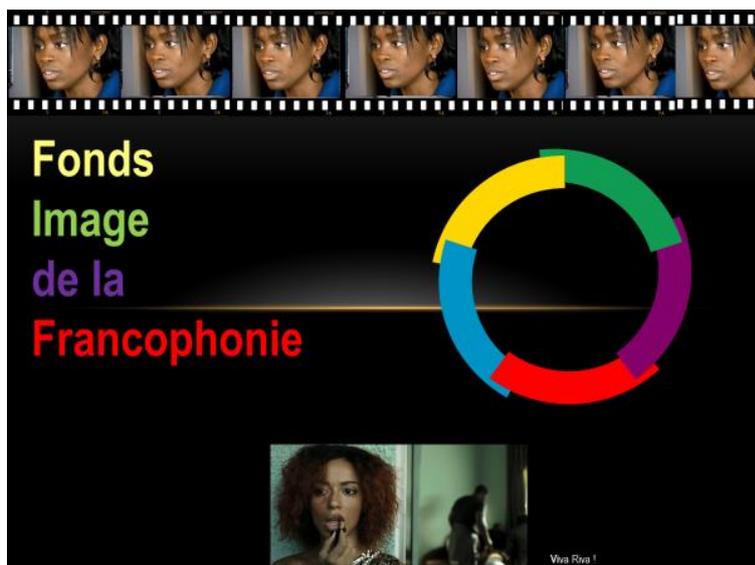
Quelle que soit la forme de vos productions, l'essentiel pour survivre au tourbillon des réseaux sociaux est de comprendre son auditoire et de l'amener à s'intéresser à de bonnes histoires, de provoquer le débat sans céder à la facilité des méthodes populistes.

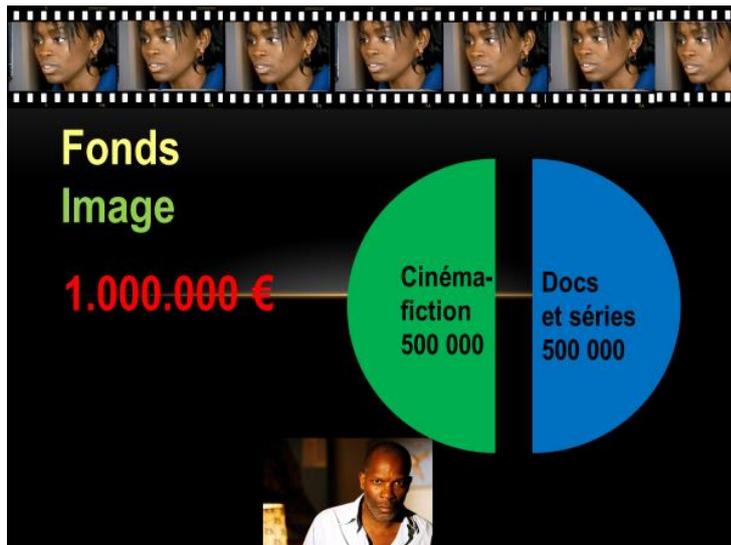
Notes et références

1. <https://www.statista.com/statistics/263401/global-apple-iphone-sales-since-3rd-quarter-2007/>
2. <https://www.gsmaintelligence.com/research/?file=5a7f86d1c2ec9788a865ed5ce413074b&download>
3. Si tant est que les algorithmes des réseaux sociaux présentent la publication à tous les utilisateurs, ce qui n'est pas le cas. La plupart du temps, Facebook et d'autres personnalisent les contenus apparaissant dans le fil de chacun en fonction des types de contenus préférés de l'utilisateur et surtout en fonction du type de contenu compatible avec les publicités achetées par les annonceurs à la recherche d'un certain type d'utilisateur.
4. statista
5. Cambridge
6. US élections
7. La phrase de l'ancien dirigeant de TF1 Patrick Lelay avait fait hurler lorsqu'il expliquait que le métier de son groupe était de vendre aux annonceurs le temps de cerveau disponible des téléspectateurs, justifiant ainsi le faible niveau d'engagement intellectuel de ses émissions de divertissement.
8. Le *New York Times* est un bon exemple. Le titre a fini par convaincre les utilisateurs de payer pour la consultation de son site et de ses applications tout en étant bénéficiaires. Ses efforts ont duré près de dix ans.
9. La loi allemande interdit d'ailleurs aux médias de service public tout profit. Pas de publicité ni de revenus publicitaires liés aux publications.

Conférence 6 :

«Fonds Image de la Francophonie : l'enjeu des coproductions et l'accès aux financements ACP-UE » par Messieurs Pierre BARROT (OIF) et Alain MODOT (DIFFA)





Fonds Image de la Francophonie

Critères de nationalité :

- Réalisateur du Sud
- Société de production d'un pays Francophone (du Sud pour la commission Docs / Séries)
- Critère de faisabilité : 40 % du budget déjà acquis

Fonds Image de la Francophonie

Les critères artistiques :

- Créativité
- Qualité
- Ancrage culturel (Sud)

Les aventures de Zigué (Togo)



Fonds Image de la Francophonie

Le calendrier :

Cinéma-fiction :
2 commissions par an

Docs / Séries :
2 commissions par an

Dépôt des dossiers en janvier et juin – commissions en avril/mai et septembre



Résonances (Madagascar)



Fonds Image de la Francophonie

Les montants accordés (cinéma):

Long-métrage cinéma :
Plafond : 100 000 €
Maximum depuis 2009 : 70 000

Aide au développement : 10 000 €
Aide à la finition : 25 000 €

Court-métrage (production seulement) :
Plafond : 15 000 €



Père, fils et autres histoires (Vietnam)



Fonds Image de la Francophonie

Les montants accordés (séries):

Plafond : 80 000 €
Maximum depuis 2010 : 80 000

Aides à la finition de séries : 30 000 €
Aides au développement : 10 000 €



Père, fils et autres histoires (Vietnam)



Fonds Image de la Francophonie

Aide à la production et aide à la finition
Cumulables seulement pour les pays à
faible revenu par habitant

Possibilité d'un nouveau dépôt
après un premier rejet :

Seulement si la commission l'a précisé



Série Dougouba Sigui (Mali)



Fonds Image de la Francophonie



Règlement, calendrier et liste des pièces à déposer sur le site Images
Francophones :

www.imagesfrancophones.org

Dépôt des dossiers sur l'espace professionnel du site.

**DIFFA
pour
CIRTEF /SEFOR**

Distribution.....l'art de faire de l'Afrique un
marché global

10 /13 Novembre 2019
Cotonou



DIFFA aujourd'hui

- Depuis 2011 avec le soutien de l'OIF de 12 à 135 producteurs
- 35 pays africains et de la diaspora.
- Un bureau à Abidjan et une équipe dédiée.
- Un partenariat privilégié avec Orange studio.
- Une intervention qui va devenir plus complète dans les semaines qui viennent.



Le marché africain changemais à sa vitesse .

- Beaucoup de nouveaux diffuseurs avec le développement de la TNT (estimé 1000 en 2022 mais du retard et de nouveaux opérateurs (VOD/SVOD/ Smartphone) qui font un marché très fragmenté.
- Les salles malgré un essor récent (12 salles du réseau Olympia) sont encore un marché difficile.
- Le nombre de plateformes de VOD platforms , a bondi de 45 en Juin 2013 à 95 en Juin 2014. Aujourd'hui le marché se consolide avec les gros acteurs comme Orange, Kweeze mais aussi Netflix sur quelques pays anglophones et Amazon.
- Les chaînes comme les producteurs doivent renforcer dans un marché fragmenté .La distribution devient alors un facteur clef de succès.



Le Manifesto de DIFFA:

qualité, diversité, sécurité juridique, transparence

Encourager les producteurs et réalisateurs africains à être créatifs et en mettant en place un fond d'aide au développement et en innovant dans l'écriture (eg adaptation des livres à l'écran)

Soutenir le montage financier des programmes en facilitant les préfinancements et le développement des coproductions panafricaines et Afrique / Europe

Une stratégie de distribution originale, adaptée à un marché non mature et apporter des programmes premium et des droits sécurisés aux clients .

Une distribution agile qui doit être adaptée à des modèles commerciaux fragiles et en évolution (barter, sponsor, coproduction, syndication des diffuseurs)



DIFFA , une relation spécifique avec les producteurs

- Tutorat, coaching des producteurs en cas de besoin sur les contrats, les stratégies de financement.
- Investissement dans les versions doublées (des petits MG) pour faire circuler le contenu d'un pays à l'autre.
- Soutiens à la recherche de financement (préventes, coproductions, subventions spécifiques de divers donateurs et ONG pour les programmes edutainment)
- Dans certains cas, organisation des coproductions dans le cadre du futur fonds ACP/EU (10 Millions d'euros pour les 4 prochaines années)



Pistes pour le financement

- DIFFA soutient l'optimisation des plans de financement et aide à collecter plus d'argent pour la production: préventes exclusives et non exclusives.
- Soutient la syndication de diffuseurs pour financer des contenus spécifiques de haute valeur ajoutée.
- Montage de coproductions panafricaines avec des acteurs de différents pays pour créer des stars africaines.
- Enfin DIFFA rapporte immédiatement aux producteurs leur argent provenant des ventes (retour sur investissement) qu'ils peuvent ainsi réinvestir dans de nouveaux projets



Un avenir pour le couple producteur/ distributeur:

- Être simplement producteur sur le marché aujourd'hui prend beaucoup de temps.
- Le marché est de plus en plus sophistiqué: fenêtres, exclusivité vs non exclusivité, radiodiffuseurs nationaux et panafricains, VOD, SVOD, YouTube
- Une distribution réussie signifie plus de marketing, plus de temps sur divers marchés, plus de relations quotidiennes avec de plus en plus de diffuseurs.
- Le couple producteur/ distributeur a de l'avenir



DIFFA

www.diffa.tv

alain.modot@diffa.tv

+33 608577907

Jean –Hubert Nankam

jhankam@hotmail.com

+225 07649267



ATELIER DE FORMATION 1

PRODUIRE L'INFO POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX AVEC SON SMARTPHONE

FORMATEUR : GUILLAUME KUSTER

Formation Vidéo Mobile

La production de contenus sur mobile n'est pas une mode. Avec plus de trois milliards de smartphones en circulation dans le monde, elle est bien là pour rester. Pour les professionnels de l'audiovisuel, c'est à la fois une menace et un moyen extraordinaire de conquérir de nouveaux publics, sur de nouvelles plateformes. Mais la condition est de savoir s'adapter aux nouvelles pratiques et à leurs codes, et de comprendre comment maintenir leur principal atout : la qualité intrinsèque de leurs contenus.

L'ère de la vidéo mobile est celle qui a vu la fin de l'exclusivité des moyens de production. L'essentiel de la population est aujourd'hui en capacité de produire de la vidéo grâce à un appareil qui tient dans la poche et nombreux sont ceux qui s'y essayent.

Les compétences nécessaires à fabriquer ces contenus-là, les équipes de télévision les possèdent déjà, en maîtresses de la narration par l'image.

Lors de cette formation, vous apprendrez à utiliser votre smartphone comme un outil de production audiovisuel complet :

- principes essentiels de tournage
- codes de la narration vidéo
- utilisation d'applications de tournage
- postures de tournage au smartphone
- utilisation d'applications de montage vidéo
- notions de titrage
- transfert vers le point de diffusion

Le modèle de distribution audiovisuel a changé

En à peine plus de dix ans, après l'apparition du premier smartphone en 2007, le paysage des médias s'est profondément transformé.

Alors qu'il fallait des sommes colossales pour diffuser en masse un message dans les années 60 (imaginez le coût d'une chaîne de télévision, d'une rotative...) il est quasi nul aujourd'hui. Un smartphone et des réseaux sociaux gratuits suffisent pour donner le potentiel à chacun de crier son message à la terre entière.

Le nouveau pouvoir des utilisateurs n'est pas uniquement celui de publier, mais aussi de faire la gloire et de provoquer la chute d'entreprises médiatiques à coups de likes, partages et commentaires ou en leur cruelle absence.

Pour une portion croissante de la population, ce ne sont plus les émetteurs de télévision qui assurent aujourd'hui la diffusion des messages, mais les communautés d'utilisateurs qui choisissent ou non de partager les contenus.

Par où commencer la réforme ?

Quelle que soit le format, le public et la plateforme, une dimension reste essentielle : les bonnes histoires rassemblent.

Les journalistes de télévision savent identifier les éléments constitutifs d'une bonne histoire, ils savent trier et vérifier les faits pour leur donner du sens. Nous avons toujours été là pour permettre aux publics de comprendre la société dans laquelle ils vivent et provoquer la réflexion.

Cette compétence ne se perd pas avec la révolution des réseaux sociaux, mais elle peut s'y diluer. La solution réside dans la manière de raconter ces histoires, dans l'entame d'une conversation avec les publics, dans la compréhension de leurs attentes.

Il est impossible de transformer du jour au lendemain une rédaction locale de télévision en machine de guerre sur les réseaux sociaux. Mais des changements, pas à pas, dans les méthodes de production peuvent entamer la reconquête des publics.

**RAPPORT DU FORMATEUR :
G. KUSTER**

Cotonou 11-13 novembre 2019



Apprenants :

• ACAKPO Renaud, BENIN • ADJAGBODJOU Patrick, BENIN • AMAH Gracia Egome, TOGO • AVIYENOU Guillaume, BENIN • AWANNOUH Anselme, BENIN • COMPAORE Alain Didier, BURKINA FASO • DAOUD Jasmine ILES, COMORES • LOKO Yves -Patrick, BENIN • MAHAMAT NOUR Adoum Sougoum, TCHAD • MBOCK II Ariane Cécile, Cynthia CAMEROUN • WANE Raki Noëlle, SENEGAL

Objet :

Organisée sur trois journées, la formation avait pour objet de présenter à des journalistes de télévision et de radio les possibilités de tournage et de montage vidéo à partir de smartphones. Une approche progressive a permis de leur inculquer (ou de leur rappeler selon le niveau de compétence) les bases du tournage, des règles simples de manipulation des appareils et de leurs accessoires et des notions de montage sur applications dédiées.

Déroulement de la formation :

Appréciation des apprenants

Les apprenants étaient tous très curieux d'apprendre à se servir professionnellement d'un appareil qu'ils ont déjà dans leur poche. Pour la plupart des participants, les conditions de travail habituelles dans leurs stations respectives peuvent être rendues plus difficiles par manque de matériel. Un exemple régulièrement donné est le cas d'une équipe TV appelée à rapporter plus rapidement que prévu la caméra, même si leur reportage n'est pas terminé, parce qu'une autre équipe est en instance de départ et attend le matériel. Le fait de pouvoir rapidement monter des éléments, voire un reportage complet sur smartphone, a été également grandement apprécié en raison des mêmes contraintes de matériel disponible, ou de méthodes de travail imposées par la technique. Une apprenante a ainsi confié qu'elle devait régulièrement passer une journée entière au montage simplement pour attendre l'import des images dans le système de montage pour réaliser un sujet de cinq minutes. Cette étape est rendue inutile par le montage direct sur smartphone et permet donc des gains de temps importants.

Appréciation du formateur

Le niveau de motivation et d'implication des apprenants était remarquable. Tous ont fait preuve d'intérêt et ont anticipé la manière dont ils allaient pouvoir appliquer leurs enseignements dès leur retour dans leurs stations. Très belle expérience de formation !

FORMULAIRES D'ÉVALUATION INDIVIDUELLE

Formulaire d'évaluation individuelle «Formation 1»

SEFOR 2019

Prénom	Guillaume Sègnondona
Nom	AVIYÉNOU
Adresse Email	segnondonaguillaume@gmail.com
Organisme	Office de Radiodiffusion et Télévision du Bénin (ORTB)
Acquis grâce à la formation	<ul style="list-style-type: none">- Une meilleure prise d'images à partir de mon smartphone- Une célérité à produire de l'information diffusable à partir de mon smartphone- La découverte d'un usage plus professionnel de mon smartphone
Manques de la formation	<ul style="list-style-type: none">- Insuffisance d'exercices pratiques- Agenda de la formation trop serrée
Adéquation à la profession	<ul style="list-style-type: none">- Cette formation m'a permis d'avoir déjà un avant-goût de l'environnement socio-professionnel dans lequel je suis appelé à évoluer désormais avec l'avènement des TIC- Dans un pays sous-développé comme le nôtre où les moyens font souvent défaut aux organes de presse, le reporter peut déjà à partir de son smartphone produire de l'information de qualité diffusable sur n'importe quelle chaîne de télévision- Je viens d'entrer à nouveau à l'école
Suggestions	Pour les prochaines fois, il ne serait pas indispensable de réserver plus de temps à la pratique afin de donner la possibilité aux stagiaires de produire de l'information dans diverses circonstances.

Formulaire d'évaluation individuelle « Formation 1»

SEFOR 2019

Prénom	Ariane Cécile Cynthia
Nom	MBOCK II
Adresse Email	Tel: +237694322340 Yaoundé, Cameroun arianececilembock@gmail.com
Organisme	CRTV
Acquis grâce à la formation	<p>À travers cette formation, j'ai appris à tourner des images en séquence à travers des valeurs de plans, Et à pouvoir monter ces images à l'aide de mon smartphone.</p> <p>Cette formation m'a permis de constater qu'il est facile Et contraignant de produire avec son smartphone en fonction du type de sujet.</p> <p>Elle m'a également montré à quel point il est facile d'utiliser son smartphone Contrairement à une caméra qui est lourde et encombrante.</p> <p>Cette formation va me faciliter la tâche au quotidien. Pouvoir tourner Et monter avec son smartphone est un pur bonheur.</p>
Manques de la formation	<p>La durée de la formation était très courte. Plusieurs jours nous auraient permis de mieux assimiler la formation y compris les applications que nous avons téléchargé pour cette formation.</p> <p>J'aurai souhaité recevoir une attestation de formation</p>
Adéquation à la profession	<p>Cette formation est en parfaite adéquation avec ma profession en tant que journaliste. Je suis appelé à produire des minis reportages pour nos antennes et grâce à cette formation je vais pouvoir me mouvoir facilement.</p> <p>Pouvoir produire et monter des reportages avec son smartphone est un soulagement car ça m'allège la tâche.</p>
Suggestions	<p>Je suggère que ce type de formation puisse être renouveler.</p> <p>Aussi, Je souhaiterai pouvoir participer à d'autres formations sur la production audiovisuelle afin de pouvoir fournir des contenues de meilleure qualité pour le média qui m'emploi.</p>

Formulaire d'évaluation individuelle « Formation 1»

SEFOR 2019

Prénom	RAKI NOELLE
Nom	WANE
Adresse Email	waneracky40@gmail.com
Organisme	RTS Radiodiffusion Télévision Sénégalaise
Acquis grâce à la formation	<p>J'ai participé à l'atelier de formation portant sur la production de l'information avec son smartphone pour les sites web et les réseaux sociaux.</p> <p>A l'aide du smartphone et des applications la formation nous a appris à filmer, monter, mixer avec du son, titrer, ajouter du texte à l'image.</p> <p>Nous avons appris les postures et la bonne prise du smartphone pour réaliser les angles de prises de vue et les différents plans.</p> <p>Nous avons tourné des reportages sur le terrain, dans les rues de Cotonou. Ensuite nous avons monté et réalisé toute la post production directement sur le smartphone.</p> <p>Une formation très enrichissante.</p>
Manques de la formation	La faiblesse de la connexion internet sur les lieux de la formation a quelque peu ralenti la production des vidéos.
Adéquation à la profession	<p>La formation est en parfaite adéquation avec mon travail car je suis la responsable du digital à la RTS.</p> <p>La production d'information avec le smartphone est un avantage au moment où l'internet et les réseaux sociaux prennent de plus en plus de place.</p>
Suggestions	Renouveler cette formation.

Formulaire d'évaluation individuelle « Formation 1»

SEFOR 2019

Prénom	Egome Essoyo Komlavi
Nom	AMAH
Adresse Email	amahegom@gmail.com
Organisme	Radio lomé
Acquis grâce à la formation	<ul style="list-style-type: none">- Capacité de faire des tournages de qualité avec son smartphone- Capacité de faire des montage vidéo sur son smartphone- Capacité de faire des enregistrements audios à partir du logiciel de montage du smartphone
Manques de la formation	- Le temps de formation a été court
Adéquation à la profession	- La formation répond à plusieurs de mes objectifs et donne des ouvertures des mettre en lignes des productions radiophoniques
Suggestions	Pas de suggestions mais que de remerciement pour nous avoir permis d'acquérir de nouvelles compétences.

Formulaire d'évaluation individuelle « Formation 1»

SEFOR 2019

Prénom	COMPAORE
Nom	Alain Didier
Adresse Email	calaindidier@gmail.com
Organisme	Radiodiffusion Télévision du Burkina
Acquis grâce à la formation	<p>-La formation m'a permis d'être indépendant dans mes productions journalistiques.</p> <p>-Elle m'a permis de tourner où et quand je veux.</p> <p>-Grâce à la formation le tournage j'ai facilité de tourner mes sujets rien qu'avec mon smartphone.</p> <p>-Elle a rendu également une facilité du montage, plus besoin d'une table de montage.</p> <p>-La formation nous m'a permis de gagner en temps, en coût et en liberté dans mes productions journalistiques.</p>
Manques de la formation	<p>-Il a manqué du temps dans la formation</p> <p>-Il a manqué du temps dans les exercices pratiques</p> <p>-La plupart des smartphones n'était pas adapté</p>
Adéquation à la profession	<p>-En tant que administrateur du service Multimédia de la Télévision nationale du Burkina, cette formation a été une opportunité pour moi pour plus d'efficacité dans mon travail quotidien.</p> <p>-Elle m'a conféré davantage une indépendance dans le travail.</p>
Suggestions	<p>-Nous suggérons qu'il y ait plus de temps pour ce genre de formation.</p> <p>-Nous souhaitons également que le CIRTEF multiplie ces genres de formations au profit des journalistes.</p> <p>-Pour encourager les journalistes, qu'il y ait un accompagnement du CIRTEF par appel à projet dans les productions web.</p> <p>-Que les formations sont sanctionnées par une attestation de formation</p> <p>-Compte tenu du manque de moyens dans nos rédactions, que le CIRTEF accompagne nos rédactions avec des moyens de production.</p>

Formulaire d'évaluation individuelle « Formation 1»

SEFOR 2019

Prénom	Mahamat Nour
Nom	Adoum Sougoumi
Adresse Email	mnasougoumi3@gmail.com
Organisme	Office National des Médias Audiovisuels du Tchad
Acquis grâce à la formation	Grâce à cette formation, j'ai acquis beaucoup de connaissances en non seulement prise de vue avec mon Smartphone mais je sais désormais monter ces images filmées avec mon téléphone.
Manques de la formation	Pour nous qui avons pris part par exemple à la formation sur la production de l'information avec le Smartphone, le temps était court. Trois jours c'est insuffisant mais grâce à notre formateur, nous avons appris beaucoup de choses. Le reste, nous pratiquons de temps en temps pour bien nous familiariser avec l'outil.
Adéquation à la profession	Y a effectivement une adéquation avec la profession. Particulièrement chez nous à l'ONAMA, lorsque nous allons en mission, surtout à l'extérieur, comme l'ONAMA s'occupe de la télévision, et de la radio, les responsables choisissent une journaliste de la Radio et un autre de la Télévision. Je rappelle que nous travaillons dans les deux langues officielles du pays qui sont le Français et l'Arabe. Donc, s'ils choisissent un arabophone de la radio, le francophone sera évidemment de la télévision et vice versa.
Suggestions	Augmentez le nombre de jours de la formation au prochain SEFOR.

ATELIER DE FORMATION 2

AUDIONUMÉRIQUE : PRISE DE SON NUMÉRIQUE ET POST-PRODUCTION

AUDIO NUMÉRIQUE

FORMATEURS : HUBERT ATANGANA ET ARÈS HONVOH

C'est bien peu mais, en même temps, déjà beaucoup, une semaine de formation au « son » qui s'offre à l'occasion du SEFOR 2019. Beaucoup...tant le principe, ici, est loin d'être un forum d'électroniciens, d'informaticiens ou d'acousticiens...mais mieux, l'ouverture d'un atelier d'apprentissage pour des « artisans » ayant, dans leur quotidien, l'usage du puissant outil de communication qu'est le « Son ». Toutefois, bien que la connaissance de l'outil ne sache, à elle toute seule, générer l'artisan, il est tout aussi important, pour le professionnel, de bien comprendre l'usage et le cheminement du signal, de sa source à l'oreille en passant par tous les stades intermédiaires dès sa capture jusqu'à son traitement et sa diffusion.

La connaissance des enjeux de l'acoustique ou des nouvelles technologies que connaît encore le journaliste, le réalisateur, le preneur de Son ou le mixeur sera un atout supplémentaire jouant sur sa rapidité à s'adapter par rapport à l'évolution du matériel et à optimiser les solutions à chacune des étapes de la chaîne de production Radio-Télévision-Internet.

Dans l'audiovisuel, où le son a toujours été parent pauvre, de nouvelles techniques et procédés sont apparus avec le développement des technologies numériques. Le matériel est plus léger et les équipes de tournage se sont réduites, parfois à une personne, le journaliste-reporter d'images.

Certains techniciens et réalisateurs du Sud sont restés perplexes face à ces nouvelles technologies (ils n'accordent pas suffisamment d'importance aux techniques de captation audio ou aux contraintes générées par le travail sans ingénieur du son...). Néanmoins, les nouvelles « façons de tourner » et plus particulièrement l'emploi, en reportage, de la téléphonie mobile (accessible à des prix très démocratiques) apportent, dans de nombreuses circonstances, une vraie plus-value à qui sait utiliser ce matériel léger de manière optimale. Et ce qui est valable pour l'image l'est aussi pour le son, qui peut, de manière assez simple redevenir un vrai atout dans la conception d'un reportage.

En effet, croire que les nouveaux outils numériques assurent automatiquement une prise de son de qualité est une erreur souvent commise par les techniciens et réalisateurs insuffisamment informés.

Cette formation sera l'occasion de rappeler les règles générales de la captation du son numérique et de son traitement, d'énumérer les particularités et dispositions à prendre pour avoir des résultats professionnels avec les nouvelles techniques et équipements numériques : liaison sans fil, micros cravate, enregistreurs audionumériques ; smart phones ; iPhone...de découvrir et d'appréhender les techniques adaptées à ces équipements numériques légers et enfin, d'approprier les nouveaux environnements mêlant l'image et le son tels que « la radio filmée ».

**RAPPORT DES FORMATEURS :
H. ATANGANA ET A. HONVOH**

SEFOR 2019

Rapport de formation Audionumérique : Prise de son numérique et post-production audionumérique

Cotonou, du 09 au 13 Novembre 2019



L'apprenant Daniel ADDA en exercice de prise de son radio à l'hôpital de la mère et de l'enfant de Cotonou

FICHE DE FIN FORMATION

Objectifs de la formation	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Rappeler les règles générales <i>de</i> la captation du son numérique et de son traitement, ❖ Enumérer les particularités et dispositions à prendre pour avoir des résultats professionnels avec les nouvelles techniques et équipements numériques : liaison sans fil, micros cravate, enregistreurs audionumériques ; smart phones ; iPhone... ❖ Découvrir et appréhender les techniques adaptées à ces équipements numériques légers. ❖ Apprivoiser les nouveaux environnements mêlant l'image et le son tels que « la radio filmée ». 		
Dates de la formation	Du 09 au 13 Novembre 2019		
Participants	Nom et Prénoms	Fonction	Rôle dans la formation
	DO REGO Ange-Nicaise	Réalisateur	Apprenant
	AKPOVO Coffi Ulrich Lorel	Réalisateur	Apprenant
	ADDA Vodomey Daniel	Preneur de son	Apprenant
	GNIMAVO Dieudonné	Preneur de son	Apprenant
	TOGBENON Djidjoho Arnaud	Réalisateur	Apprenant

	SAGBOHAN M. Christelle	Réalisatrice	Apprenant
	TOSSE Arnaud	Preneur de son	Apprenant
	GNIMAVO Patrick Delali	Preneur de son	Apprenant
	HONVOH Arès	Technicien audiovisuel Mixeur	Formateur
	ATANGANA Hubert	Ingénieur de son	Formateur
Appréciation des Formateurs	<p>La formation portait sur l’Audionumérique : Prise de son numérique et post-production audionumérique, et était destinée à des réalisateurs et preneurs de son de l’Office de Radiodiffusion Télévision du Bénin (ORTB). Ces apprenants montrèrent beaucoup d’intérêt à cette formation et surtout, pour la post-production audionumérique sur Pro tools. Ils avaient très vite compris les notions et recommandations pour la prise de son radio et télévision, et les principales opérations de la post-production audionumérique (importation, montage, traitement et mélange des sons).</p> <p>Il avait été particulièrement remarqué que les apprenants avaient besoin d’une telle formation ; et ils l’avaient démontré à travers leur assiduité et leur participation lors de la formation.</p> <p>Des exercices pratiques de reportage en radio et en télévision avaient vu la participation de tous montrant leur sérieux et implication pour un travail d’équipe.</p>		



Les participants à la formation audionumérique en salle de montage pour l'exercice de reportage TV

**FORMULAIRES D'ÉVALUATION INDIVIDUELLE
DES STAGIAIRES**

Formulaire d'évaluation individuelle

Prénom	ANGE-NICAISE
Nom	DO REGO
Adresse Email	angenicaise@yahoo.fr
Acquis grâce à la formation	Grâce à la formation ; j'ai pu améliorer ma connaissance en matière de prise de son, en matière de production audio numérique. Il y a beaucoup de choses ou de pratiques qu'on ignorait ou qu'on négligeait et qui aujourd'hui ne se répèteront plus grâce à cette formation que nous venons de recevoir dans le cadre du SEFOR 2019.
Manques de la formation	Il est vrai que étant réalisateur a la télévision, je m'attendais a une formation en écriture de production numérique et en utilisation du smartphone pour tourner, monter, habiller, bref faire un PAD a l'aide de son smartphone.
Adéquation à la profession	Au cours de la formation , j'ai choisi l'option radio pour pouvoir approfondir ma connaissance en matière de production car en télévision le son est un aspect souvent négligé au profit des images.
Suggestions	J'ai deux préoccupations ou deux doléances qui consistent en un premier temps à pérenniser l'expérience et enfin à faire en sorte qu'il y ait plus de jours de formation, allant à deux semaines au moins.

Formulaire d'évaluation individuelle

Prénom	Vodomey Daniel
Nom	ADDA
Adresse Email	vodomeyd@gmail.com
Acquis grâce à la formation	Comme acquis : *Comment faire une bonne prise de son. *Les points importants avant, pendant et après le tournage. *Le montage et mixage avec pro tools.
Manques de la formation	La non maîtrise du logiciel de mixage.
Adéquation à la profession	
Suggestions	Il faut plus de temps pour la formation. Mais c'est une bonne expérience.

Formulaire d'évaluation individuelle

Prénom	Coffi Ulrich Lorel
Nom	AKPOVO
Adresse Email	coffimontocho@yahoo.fr
Acquis grâce à la formation	<p>Grâce à la formation je connais :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Les techniques de prise de son -Les différents matériels de prise de son et leurs accessoires (microphones, câbles, enregistreurs, tables de mixage, perche, bonnette etc) -Le processus de prise de son pour un reportage, un documentaire télévisé ou radiophonique et une fiction. -L'utilisation du logiciel de montage audio PRO TOOLS <p>Tout cela me permet de savoir comment effectuer le repérage de mes décors (savoir si il y a du bruit et quel matériel utiliser), comment enregistrer le son sur le terrain et au montage comment insérer les ambiances et les bruitages.</p>
Manques de la formation	<p>Malheureusement, le temps n'a pas suffi pour apprendre au montage:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Comment éliminer les parasites sur un son (au moins récupérer un peu ce qui est audible) -Découverte de d'autres logiciels de montage audio et de leurs particularités
Adéquation à la profession	<p>Par rapport à ma profession de réalisateur, je sais désormais grâce à cette formation comment effectuer mon repérage pour éviter les problèmes de mauvais sons, de connaître le matériel qu'il faut pour mes tournages car je dois simplifier la tâche et aider mon opérateur de prise de son dans la procuration du matériel qu'il faut utiliser et de savoir les différents sons que je doit capter (Exemple: si c'est un forgeron qui travail je dois prendre le bruit de son enclume ...) tout cela illustre mon film documentaire ou fiction et démontre un travail de qualité.</p>
Suggestions	<p>Je propose:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Plus de temps pour apprendre correctement traiter le son en post-production. -Exercice dans les lieux où il y a beaucoup de bruit (Usines, marchés etc) pour mettre en pratique ce que nous avons appris.

Formulaire d'évaluation individuelle

Prénom	Patrick delali
Nom	Gnimavo
Adresse Email	gnimavovipatrik@gmail.com
Acquis grâce à la formation	<p>Comme acquis : quelques notions en prise de son :le signal audio,le son pur,le son complexe (fréquence, période)</p> <p>Les termes liés au signal audio : enveloppe, bande passante, décibel, dynamique, phase et opposition de phase</p> <p>Les Microphones :Micro dynamique, micro électrostatique et micro électrotechnique</p> <p>La directivité sur : omnidirectionnel, bidirectionnelle, hyperdirectionnel, canon, etc....</p> <p>Les liaisons : symétrique, asymétrique, HF</p> <p>Les différentes fiches : jack, RCA, xlr, speakon, din etc.....</p> <p>Sur un lieu de tournage un bon preneur de son doit séparer le son sur la caméra .</p> <p>Avoir le son principal sur canal1 et le son ambiant sur canal2. un preneur de son doit avoir son casque. Comment utiliser une miette, bien alignées les machines : sur une machine analogique 0db et si c'est une machine numérique -12db. vous avons reçu quelques notions le mixage en post-production avec le logiciel pro tools.</p>
Manques de la formation	<p>Cette formation a été bénéfique pour nous parce qu'elle nous a permis d'acquérir d'autres connaissances qui pourraient nous servir tout au long de notre carrière. Elle nous a permis aussi d'acquérir d'autres connaissances. En tout c'est un plus pour nous les stagiaires. Les formateurs ont été à la hauteur. Merci à l'ORTB, au cirtef, à nos formateurs Hubert ATANGANA et Arès HONVOH. Surtout aux dirigeants de l'ortb qui ont porté leurs choix sur nous....SEFOR-2019...</p>
Adéquation à la profession	
Suggestions	<p>Les cinq jours ne nous ont pas permis de faire le tour . Il faut qu'à la long les organisateurs puissent augmenter le nombre de jours parce que le son est danse.</p>

Formulaire d'évaluation individuelle

Prénom	Djidjoho Arnaud
Nom	TOGBENON
Adresse Email	yetontcho@gmail.com
Acquis grâce à la formation	<p>Cette formation nous a permis de comprendre les réalités de la prise de son numérique.</p> <p>Nous avions avant des notions sur la prise de son mais pas de manières approfondies.</p> <p>En tant que réalisateur nous pouvons guider le preneur de son sur un tournage s'il rate les étapes.</p>
Manques de la formation	
Adéquation à la profession	<p>Cette formation facilitera désormais la collaboration entre réalisateur preneur de son</p> <p>En tant que réalisateur nous pouvons guider le preneur de son sur un tournage s'il rate les étapes.</p>
Suggestions	<p>La durée de la formation est courte. Si les prochaines la durée peut être rallongée ce serait bien.</p>

Formulaire d'évaluation individuelle

Prénom	Dieudonné
Nom	GNIMAVO
Adresse Email	gnimadonne@yahoo.fr
Acquis grâce à la formation	Cette formation nous a permis de maîtriser le montage audionumérique avec le logiciel PROO TOOLS car nous avons l'habitude de monter avec le logiciel wavelab. Elle nous a aussi permis d'écrire un scénario ; de faire la prise de son ; de faire les mixages et de jouer au même moment le rôle de réalisateur
Manques de la formation	Nous pouvons dire que la durée de la formation est trop courte
Adéquation à la profession	La formation est compatible à la profession de preneur de son
Suggestions	Nous suggérons qu'à l'avenir des formations se fassent aussi en sonorisation afin de pouvoir maîtriser des câblages et des prises de son en sonorisation. Nous suggérons aussi que la durée de la formation soit un peu plus longue pour pouvoir acquérir des notions dans tous les compartiments de la prise de son

ESPACE VIRTUEL

L'espace virtuel est l'occasion pour les responsables des Radios et Télévisions d'approcher et de rentrer en contact avec les fabricants de matériel ou les prestataires de services audiovisuels qui proposent de nouveaux produits intervenants dans les processus d'acquisition, de production et de diffusion.

Les sociétés présentes cette année :

- **STUDIOTECH**
- **PERIACTES**
- **LAFAAAC**

PARTICIPANTS

Belgique	BROUYERE	Daniel	Directeur des Relations Internationales	RTBF
Belgique	VERDONE	Lucia	Secrétaire	CIRTEF
Belgique	GUILLAUME	Véronique	Comptable	CIRTEF
Belgique	VERHEYEN	Rudi	Trésorier	CIRTEF
Belgique	FINET	Laurent	CONFERENCIER	RTBF
Belgique	BARAS	Thibault	CONFERENCIER	Dreamwall
Bénin	AWANNOU	Anselme	Responsable	CRPF
Bénin	HONVOH	Arès	Ingénieur Son	CRPF
Bénin	HOUNDOLO	Joel	DG	ORTB
Bénin	ADELAIDE de BEAUBRUN	Béatrice	Chargée de mission du chef de l'Etat	Présidence
Bénin	SOULE	Issiaka	CONFERENCIER	
Bénin	GAQUERE	David	Administrateur de programmes	WBI
Burkina	THIOMBIANO	Pascal	DG et Président du CIRTEF	RTB
Burkina	COMPAORE	Alain Didier	Journaliste	RTB
Burundi	NSHIMIRIMANA	Eric	DG	RTNB
Cameroun	MBEDE	Emmanuel	Directeur des antennesTV.CONFERENCIER	CRTV
Cameroun	ATANGANA	Hubert	Responsable	CRPF
Cameroun	NDONGO	Charles	DG	CRTV
Cameroun	MBOCK II	Ariane Cécile Cynthia	Reporter	CRTV
Côte d'Ivoire	IMBOUA	Degny Maixent	Conseiller spécial	RTI
Djibouti	SOULEIMAN HARED	Mahamoud	DG	RTD
Djibouti	ADOITA DAOUD	Ali	Directeur des programmes TV	RTD
Belgique	DE BEMELS	Baptiste	Exposant	Périactes
Belgique	KAMEL	Hakime	Exposant	Périactes
France	PASCAL	Olivier	Exposant	LAFAAAC
Belgique	SALIFOU	Oumarou	Exposant	Studiotech
Belgique	TARDIEU	Nicolas	Exposant	Studiotech
France	BELETRE	Sylvain	Responsable Développement Afr. Francophone - Service Distribution	France Média Monde
France	BELCHI	Jean-Marc	Directeur Développement Afrique	France Média Monde/RFI
France	KUSTER	Guillaume	CONFERENCIER	Tarkka Media
France	MODOT	Alain	Vice président et fondateur	DIFFA
France	BIGOT	Yves	DG	TV5
France	EPOTE	Denise	Directrice Afrique	TV5
France	SAINT CRIQ	Fabienne	Chargée de mission, Déléguée aux pays francophones	France Télévisions

France	TALHOUARNE	Yoann	Attaché audiovisuel régional	Amb de France au Nigéria
Gabon	NGANGHA	Crépin	Directeur de l'antenne	Africa n°1
Iles Comores	SALIM	Mahamoud	DG	ORTC
Iles Comores	JASMINE	Daoud	Conseillère en production	ORTC
Ile Maurice	GHOORAH	Newtuncharma	Responsable de production Télévision	MBC
Madagascar	BELALAHY	Jean Yves Evariste	DG	ORTM
Mali	KONE	Mahamadou	Directeur de la Radio Nat.	ORTM
Maroc	BELGHITI ALAOUI	Abdelouahad	Chef département de la Coopération	SNRT
Niger	OUMAROU	Ali	Responsable	CRPF
Niger	OUSMANE	Seydou	DG	ORTN
Org. Intern.	BARROT	Pierre	Spécialiste de programme chargé de l'audiovisuel et du cinéma	OIF
Sénégal	NDAO	Abdou	DG	RTS
Sénégal	WANE	Raki Noëlle	Journaliste	RTS
Suisse	BERNHEIM	Chantal	Responsable relations extérieures	RTS
Tchad	BOUKAR	Sanda	DG	ONAMA
Tchad	MAHAMAT NOUR	Adoum Sougoumi	Journaliste	ONAMA
Togo	MAWUENA	Yao Agbessi	Journaliste représente le DG	Radio Lomé
Togo	AMAH	Egome Essoyo Komlavi	Journaliste	Radio Lomé
Vietnam	PHO	Cam Hoa	Directrice adjointe	VOV
Bénin FORMATION 1 Smartphone	AVIYENOU	Guillaume	ORTB	
	ADJAGBODJOU	Patrick	ORTB	
	ACAKPO	Renaud	ORTB	
	LOKO	Yves Patrick	ORTB	

Bénin FORMATION 2 Prise de son	SAGBOHAN	Christelle	Réalisatrice
	AKPOVO	Ulrich	Réalisateur
	do REGO	Ange Nicaise	Réalisateur
	TOGBENON	Arnaud	Réalisateur
	ADDA	Daniel	Preneur de Son
	GNIMAVO	Patrick	Preneur de Son
	GNIMAVO	Dieudonné	Preneur de Son
	TOSSE	Arnaud	Preneur de Son

REMERCIEMENTS

CIRTEF CONSEIL INTERNATIONAL DES RADIOS-TÉLÉVISIONS D'EXPRESSION FRANÇAISE - AISBL

Monsieur Erick ABRAHAM
Directeur général
OFFICE DE
RADIODIFFUSION
TELEVISION DU BENIN
B.P. 366

COTONOU (BENIN)

Nos réf. : PT/DB/lve/2019.051

Bruxelles, le 27 novembre 2019

**Objet : Remerciements après le XXIVème SEFOR 2019 de Cotonou
Et la Conférence générale du CIRTEF**

Monsieur le Directeur général,

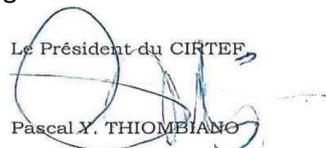
De retour à Bruxelles, je tiens à vous remercier au nom du Président du CIRTEF et de l'ensemble des membres pour l'aimable invitation de l'ORTB, l'accueil et la parfaite organisation à Cotonou du XXIV^{ème} SEFOR du 11 au 13 novembre.

Vous me permettez, à travers vous, de remercier le Comité d'organisation de l'ORTB et toute l'équipe de participation, de secrétariat et de soutien de l'ORTB. Cette équipe a rempli ses obligations pour que tout se passe très bien. Aussi bien dans le cadre du travail que celui de la vie culturelle, de la connaissance mutuelle et de la découverte de votre beau pays.

En plus, votre constante disponibilité personnelle a permis de faire un succès de ce SEFOR et de la Conférence générale associée.

Ensemble, nous avons l'obligation de résultats après l'honneur que nous a fait le Ministre de la Communication et de la Poste **Maître Alain Sourou OROUNLA**, qui a bien voulu présider l'ouverture de nos travaux et nous recevoir en audience. Auriez-vous l'amabilité d'être notre interprète pour lui renouveler nos remerciements et notre gratitude pour sa bienveillance.

En vous renouvelant nos remerciements et nos félicitations, je vous prie d'agréer, Monsieur le Directeur général, l'expression de ma considération distinguée.

Le Président du CIRTEF

Pascal X. THIOMBIANO

Boulevard Auguste Reyers, 52 - Boîte 034 - B 1044 Bruxelles - Belgique - Téléphone : +32(0)2 732 45 Télécopieur : +32(0)2 732 62 40 - Banque : 001-2607400-19 - Courriel : cirtef@rtbf.be - Site : www.cirtef.com