



Rapport d'activité 2016

→ www.ra-cfi.fr

SOMMAIRE

LES TENDANCES DE L'ANNÉE 2016	3
MÉDIAS & ENTREPRISE	8
→ Modernisation de l'agence Tunis Afrique Presse (TAP)	9
Diversification des contenus et information en région	
→ Afrique TNT	10
Accompagner l'essor de la TNT au Bénin et en Côte d'Ivoire	
→ Afrique Innovation	11
Réinventer les médias de demain	
MÉDIAS & RESSOURCES HUMAINES	12
→ Appui aux médias jordaniens	13
Professionnaliser les journalistes au sein des universités et des médias jordaniens	
→ Création du Myanmar Journalism Institute	15
La première école de journalisme aux standards internationaux birmane	
→ SafirLab	16
Le laboratoire du changement	
→ Connexions citoyennes	17
Accompagner l'émergence de projets numériques d'action citoyenne	
→ Ecrire et produire en Afrique	18
Un soutien aux séries de fiction et d'humour africaines	
MÉDIAS & PLURALISME	20
→ Rencontres 4M Paris 2016	21
200 acteurs des médias en ligne de 38 pays réunis à Paris	
→ Ebticar Media	23
Un soutien aux médias en ligne innovants dans le monde arabe	
→ Faso Médias	24
Des médias pour une citoyenneté active	
→ ILYM (Irak Libye Yémen Médias)	25
Quels rôles pour les journalistes dans les pays en crise ?	
→ Digital Lab Tunisie	26
Accompagner l'évolution du CAPJC	
MÉDIAS & DÉVELOPPEMENT	27
→ Open Data Medias	28
Les données ouvertes au service de l'action citoyenne	
→ Guinée Info Santé	30
Améliorer la diffusion de l'information sur la santé	
→ Terra Media	32
Les journalistes malgaches se mobilisent sur les enjeux climatiques	
→ Dialogues Citoyens	33
Des médias pour une citoyenneté active	
PERSPECTIVES 2017	34
BILAN FINANCIER	35

(Légende couverture)

France : la 4^e promotion de Safirlab réunie autour du Professeur Muhammad Yunus, père du social business et du micro-crédit et Prix Nobel de la Paix 2006.

LES TENDANCES DE L'ANNÉE 2016

En 2016, l'action de CFI auprès des médias a contribué à élargir l'espace d'information et de débats dans une vingtaine de pays. Dans un contexte en constante mutation et marqué par des crises politique durables, les modalités d'intervention de l'agence de coopération médias ont évolué et se sont adaptées. Le déploiement de responsables terrain en Birmanie et au Mali traduit par exemple la volonté de rajouter une expertise long terme aux interventions ponctuelles de professionnels envoyés partager leurs pratiques quotidiennes.

Les activités de CFI regroupent aujourd'hui deux types d'expertise :

→ L'expertise court terme de professionnels, français ou étrangers, sélectionnés au cas par cas et envoyés sur le terrain pour partager leurs pratiques avec les bénéficiaires d'un projet. En 2016, CFI a mis en œuvre 1665 journées/homme de cette nature.

→ L'expertise long terme, qui couvre une présence de plusieurs mois à plusieurs années. L'expert, français ou du pays, travaille aux côtés des bénéficiaires du projet afin d'optimiser les transferts d'expertise tout en les conduisant vers une autonomie plus opérationnelle. Ce nouveau mode d'intervention concerne 307 journées/homme en 2016 et devrait progresser sensiblement dès 2017. Cette adaptation permanente se traduit dans la diversité des projets menés en 2016, pour répondre à des acteurs médias toujours plus divers et dont l'influence progresse indéniablement, surtout auprès des jeunes publics.

Les médias, acteurs du développement

La politique mondiale d'aide publique au développement (APD) évolue en fonction des remontées de terrain et sous la coordination des grands acteurs multilatéraux tels que les Nations Unies ou l'Union Européenne ainsi que sous l'influence d'États particulièrement impliqués dans ce secteur comme le Royaume-Uni, les États Unis, les pays nordiques ou la France. La réflexion porte sur les principes, les objectifs et les modalités d'intervention. Elle associe intimement les États donateurs et les bénéficiaires dans la recherche permanente de politiques plus adaptées et donc plus efficaces.

Selon les estimations compilées par le Center for International Media Assistance, seuls 0,4% de l'Aide Publique mondiale est consacrée annuellement au développement médias.

Même s'il est budgétairement marginal, ce secteur reflète les évolutions de l'APD. Les projets médias s'éloignent des modèles très souvent directifs, parfois « hors sol », imposés un temps par les bailleurs à l'image de l'accompagnement « sur catalogue » des médias de service public. Les projets médias se veulent désormais plus inclusifs, impliquant populations, administrations, entreprises et société civile.

Pour répondre aux préoccupations des populations dans leur globalité et leurs spécificités ethniques, linguistiques ou sociales, ces projets visent désormais à professionnaliser toutes les strates, y compris les plus locales, du paysage médiatique d'un pays. Enfin, ils prennent en compte l'irruption des médias sociaux dont la liberté technologique permet de contourner les régulations poussiéreuses et élargir, de fait, l'espace d'information et de débats.

Dès lors, l'accompagnement des médias ne se résume plus à soutenir des outils descendants cadenassés par quelques responsables politiques ou hommes d'affaires en quête d'influence dont il fallait consommer passivement la parole. La nouvelle offre médiatique reflète désormais les attentes des populations au delà des missions premières d'information et de divertissement.

Acteurs du développement à part entière, les médias constituent des « courroies de transmission » entre autorités, société civile et populations : ils scrutent, analysent et expliquent le bien-fondé des politiques publiques ; créent des espaces de dialogue indispensables à leur compréhension et leur réussite ; enfin, ils se posent en acteur de vigilance et de contrôle citoyen de l'action publique.

La professionnalisation des médias, un temps l'objectif unique des projets de développement médias, devient donc un moyen au service d'une ambition plus large de développement dans la logique des 17 nouveaux objectifs de développement durable qui incluent maintenant la liberté de la presse et l'accès à l'information.

La professionnalisation des médias locaux au service de l'accompagnement des réformes – l'approche de CFI.

Quel que soit leur secteur d'intervention, les projets de développement s'engagent sur des résultats et non plus sur des moyens, comme cela fut longtemps le cas. Pour y parvenir et afin que les résultats de l'APD s'améliorent, les pays bénéficiaires doivent progresser en matière de transparence et d'État de droit, ce qui se traduit par :

→ **Une volonté des autorités à concevoir et orienter leurs politiques en fonction des besoins des populations** et en les associant. Cette volonté est essentielle pour faire émerger les priorités d'un pays et pour mobiliser les énergies autour de réformes qui pourront modifier la situation en profondeur.

→ **L'implication de la société civile et de ses représentants** (corps intermédiaires) qui ont besoin de comprendre, de s'exprimer et de participer au développement de leur pays. La réussite des programmes de développement tient autant à la bonne formulation de la palette d'objectifs qu'à l'appropriation des évolutions par les populations. L'initiative vient des gouvernants mais le résultat se mesure dans la vie quotidienne des populations.

→ Enfin, **la mise en place de modalités de contrôle d'arbitrage et de recours** pour consolider les acquis, poursuivre les réformes et les rendre plus inclusives. Le pilotage des réformes passe par la capacité d'ajustement ainsi que par la mesure des effets indésirables. Plus la réforme concerne les populations, plus il est nécessaire de mettre en place des sas pour proposer les corrections et sanctionner les éventuels abus et dérives.

CFI propose des actions auprès des médias afin d'utiliser leur capacité à accompagner positivement les réformes. Les actions reposent sur des pratiques éprouvées qu'il convient de décliner et d'adapter au contexte de chaque pays et face aux enjeux de chaque projet.

CFI conduit déjà ce travail aux côtés d'Expertise France ou de l'Agence Française de Développement (AFD) afin de coordonner les activités et de répondre aux objectifs de gouvernance qu'ils poursuivent. Les projets portent sur la réforme du système judiciaire, la modernisation des pratiques publiques ou encore la redevabilité. Plusieurs initiatives ont été lancées avec Expertise France telles qu'une action auprès des réfugiés syriens au Liban, en Turquie et en Jordanie ou une intervention pour rétablir l'État de droit dans trois provinces du Centrafrique. Dans ce cas, CFI apporte son expertise à des projets financés par des fonds fiduciaires européens.

Fin 2016, CFI s'est rapproché du réseau *European Partnership for Democracy* (EPD) qui offre une palette d'expertises européennes pour mettre en œuvre les projets de soutien aux processus électoraux. Plusieurs offres conjointes de service sont en cours d'élaboration.

De nouvelles modalités de coopération

Travailler dans des consortiums multi-secteurs est source de lourdeur et de complexité du fait de la nécessaire intégration d'activités menées en parallèle.

Cette combinaison de moyens publics à investir dans des pays prioritaires pour la diplomatie française et de moyens issus de projets de développement nationaux ou multilatéraux élargit les modalités d'intervention de CFI et renforce la pertinence globale de la vingtaine de projets menés simultanément.

Cette démarche conduit également à réfléchir avec les bailleurs et les pouvoirs publics aux réponses à apporter face aux risques de déstabilisation que représentent certains médias. De la liberté d'informer mentionnée dans les ODD aux « fake news » il n'y a qu'un pas que de nombreux acteurs franchissent allégrement.

Face à ces risques une réflexion est menée au sein du Global Forum for Media Development (GFMD), qui regroupe les principales agences internationales de développement médias. Elle associe également des acteurs des pays du Sud d'où pourraient très bien émerger des solutions applicables également dans des pays traditionnellement cités en exemple.

Ainsi, CFI est à la fois actif sur le terrain de la mise en œuvre des projets tout en contribuant aux réflexions qui anticipent les mutations et les évolutions du secteur.

Des outils numériques au service des projets de développement médias

Face à la multiplication des acteurs médias, CFI considère que la sélection des bénéficiaires constitue l'acte fondateur de tout projet. En 2016, 8 appels à candidatures ont été lancés pour inciter les porteurs de projets à se manifester en ligne. Ils ont été lus par 90 000 internautes. 1134 ont fait acte de candidature. 322 ont été sélectionnés.

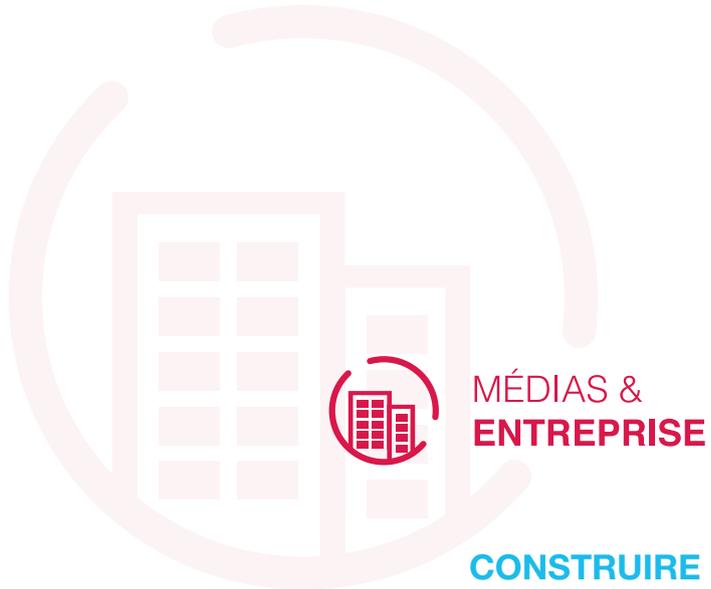
Dans le cadre de ses projets, CFI cherche régulièrement à accompagner des structures médias innovantes d'Afrique de l'ouest, du Monde arabe et d'Asie du Sud-Est. Pour identifier et évaluer les candidats les plus pertinents, CFI développe depuis 2015 un dispositif numérique qui regroupe tous les appels à candidatures, simplifie les inscriptions, permet un traitement multilingues et fluidifie les procédures d'évaluation et de notation.

Pour rechercher les futurs candidats et les inciter à postuler dans leur langue de travail (en fonction des projets, les dossiers peuvent être renseignés en français, en anglais et/ou en arabe), des campagnes de communication virales sont lancées sur l'internet et les réseaux sociaux, lors de chaque appel à candidatures. Les milliers de consultations prouvent que cette méthode permet de toucher une grande diversité de profils et de projets potentiels. Le réseau social Facebook se montre par exemple particulièrement efficace puisque l'écrasante majorité des bénéficiaires l'utilisent dans le cadre de leurs activités.

Sur la base de critères précis connus des participants, CFI coordonne un groupe d'experts qui opèrent à distance une première sélection, échangent lors de réunions virtuelles par téléconférences et finalisent, le cas échéant, leur travail lors de pitches qui permettent de départager les candidats les plus proches.

Ces outils permettent d'identifier des bénéficiaires très pertinents dont l'activité est parfois récente mais dont la motivation et l'agilité justifient pleinement de les associer à des projets de développement médias. Cet effort pour aller à leur rencontre constitue, pour certains d'entre eux, une étape structurante dans la transformation de leur projet en activité crédible et durable.

Ce site internet est ouvert aux autres opérateurs publics souhaitant publier et traiter des appels à candidatures.



CONSTRUIRE LES MÉDIAS DE DEMAIN

Si CFI a poursuivi en 2016 son appui au développement et à la modernisation des médias « traditionnels » (télévisions, radios, agences de presse...), l'action de l'agence s'est aussi renforcée auprès de jeunes entrepreneurs des médias, porteurs d'idées innovantes dans le domaine de l'information, à travers le projet Afrique innovation.

MODERNISATION DE L'AGENCE TUNIS AFRIQUE PRESSE (TAP)

Diversification des contenus et information en région

Depuis 2013, dans un contexte de réforme des médias publics en médias de « service public », CFI accompagne les évolutions engagées par l'agence Tunis Afrique Presse (TAP).

Cette agence bénéficie d'un vaste réseau de correspondants régionaux répartis dans vingt bureaux sur le territoire tunisien. En misant sur l'intérêt que présente l'information locale pour les médias clients de l'agence et en enrichissant les compétences de ses correspondants, la TAP souhaite diversifier son offre d'information et améliorer la qualité des contenus éditoriaux.

En 2016, un atelier de rédaction de reportages de proximité a été organisé à Tunis pour dix correspondants de bureaux régionaux. Pendant quatre jours, deux formateurs tunisiens ont assuré l'encadrement et animé des séances d'évaluation, d'échanges et de réécriture des reportages produits par les participants en amont de l'atelier et des reportages réalisés pendant la session. Une journée d'initiation à l'écriture web et à la photo avec smartphone a complété le programme. Les sujets ainsi produits ont été publiés sur le site web de la TAP dans une rubrique spécifique.

« Cette formation m'a permis d'améliorer mes compétences en rédaction de reportage, de varier mes papiers, tout en donnant une touche humaine et vivante, loin de la rédaction brute de l'information. » Monia Trimeche, responsable du bureau régional de Monastir

Rédaction d'un manuel de l'agencier

L'équipe marketing et commerciale a également bénéficié d'une formation visant à améliorer leurs méthodes de travail, afin d'accroître la visibilité de l'agence, de développer les outils de communication et de renforcer la relation clients. Le programme de cette formation alternait théorie et pratique. Ainsi, l'équipe, composée de sept personnes, a engagé une réflexion sur la refonte de la tarification et le renforcement de la présence sur les réseaux sociaux.

Un travail de plusieurs mois a abouti à la rédaction d'un manuel de l'agencier. Après la présentation d'un modèle, un expert a animé un atelier destiné à orienter un groupe de douze journalistes dans la préparation du manuel (principes, règles essentielles) et à les accompagner dans le travail de hiérarchisation des chapitres. Le groupe de journalistes a ensuite organisé plusieurs séances de travail pour procéder à la rédaction du document et recueilli régulièrement les avis de plusieurs de leurs collègues, impliquant ainsi de nombreux journalistes tout au long du travail d'écriture. Ce manuel a été présenté au personnel en juin.

Calendrier du projet (projets Digital Lab Tunisie et TAP)	Novembre 2015 - Décembre 2016
Budget global estimé	200 K€
Coûts complets 2016	102 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Tunisie

AFRIQUE TNT

Accompagner l'essor de la TNT au Bénin et en Côte d'Ivoire

L'arrivée de la télévision numérique en Afrique réorganise le paysage audiovisuel de chaque pays : de nouvelles chaînes apparaissent, obligeant les chaînes nationales à se remettre en question et à positionner les programmes au cœur de leurs actions, afin de faire face à une concurrence accrue.

Conception d'infographies à la RTI

Fin 2016, les journalistes de la Radio Télévision Ivoirienne (RTI) ont suivi une formation dédiée à la conception d'infographies pour illustrer l'information télévisée. De la conception à la réalisation, cette formation avait pour objectif de donner aux journalistes des deux chaînes de la RTI toutes les clés pour une bonne maîtrise de l'infographie journalistique, tout en suscitant chez eux le réflexe de recourir à cette nouvelle forme d'illustration.

Certains salariés de la RTI 1 et de la RTI 2 se sont également initiés aux dernières techniques de programmation, basées notamment sur les règles du marketing, qui intègre la vie « hors antenne » d'un programme, à travers les réseaux sociaux (Twitter, Facebook) mais aussi le *replay*. Cette formation permettra à la RTI de décupler l'audience de ses chaînes et le succès de ses programmes, face aux offres concurrentes.

« Nos équipes de programmation travaillaient depuis toujours en autodidactes et on espérait cette formation depuis longtemps. Elle nous a permis d'apprendre les meilleures pratiques et a répondu à de nombreuses questions concernant la grille. Nous avons aussi compris à quel point la programmation doit être une locomotive pour les autres services et non l'inverse. » Baba Coulibaly, responsable de la programmation de la RTI 1

Nouvelles bandes annonces à l'ORTB

En 2016, les équipes de l'ORTB ont participé à un atelier sur la conception de nouvelles bandes annonces, avec la création d'un gabarit graphique, la réalisation et la gestion des différents modèles (auto-promos intemporelles, temporelles, dans un instant...) tout en tenant compte du processus de production, afin de fixer des rendez-vous réguliers d'information avec les téléspectateurs.

A l'instar de la RTI, le personnel s'est également initié aux techniques de programmation modernes et à la gestion d'une grille, grâce à un atelier de « *learning by doing* » : après une analyse détaillée de la grille, apporter des améliorations pour construire une programmation mieux maîtrisée, plus lisible et plus efficace, tout en tenant compte des contraintes et des objectifs spécifiques de la chaîne.

Calendrier du projet	Juin 2015 - Juin 2017
Budget global estimé	575 K€
Coûts complets 2016	156 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Bénin, Côte d'Ivoire

AFRIQUE INNOVATION

Réinventer les médias de demain

Pendant deux ans, le projet Afrique Innovation a accompagné une nouvelle génération de professionnels africains, qui créent des services d'information en phase avec l'évolution des usages des citoyens du continent.

Après plusieurs hackathons* et un MOOC en 2015, 2016 a été l'année de la professionnalisation de jeunes entrepreneurs des médias, à travers une session d'accélération, des webinaires et des séances de pitches. En octobre, vingt porteurs de projet ont été réunis à Dakar pour une semaine d'accélération composée d'ateliers collectifs consacrés au modèle économique, à la gestion d'équipe, au financement participatif, à la communication et de séances de travail individuelles. Un dispositif d'accompagnement important a été mis en place avec la mobilisation de sept experts venus de quatre pays pour échanger leurs expériences.

Rencontre avec des professionnels à l'Africa Web Festival

Huit d'entre eux se sont ensuite retrouvés fin novembre à Abidjan (Côte d'Ivoire), pour présenter leurs initiatives à des professionnels de l'investissement d'entreprise et de la publicité, lors d'une session spéciale organisée dans le cadre privilégié de l'Africa Web Festival. Après délibération, le jury a sélectionné Agribusiness TV, web TV visant à redorer l'image des métiers de l'agriculture auprès des jeunes Africains. Une mention spéciale a été attribuée au projet de site d'information et de conseil juridique La Voix du juriste pour son utilité citoyenne et son potentiel de développement.

Les huit médias finalistes d'Afrique Innovation

- **Agribusiness TV** : la toute première web-télé africaine consacrée aux jeunes qui innovent et réussissent dans le monde agricole
- **La Voix du juriste** : webzine burkinabè spécialisé dans les questions juridique, qui offre des clés pour décrypter l'information et comprendre les exigences de l'état de Droit.
- **com** : média numérique dédié à la promotion de l'entrepreneuriat et des nouvelles technologies auprès des jeunes africains.
- **Beatzaddiction** : plateforme web béninoise exclusivement dédiée à la découverte des nouveaux talents musicaux africains.
- **Koboo** : plateforme permettant de former des agriculteurs grâce à des messages audio recevables via leur téléphone portable.
- **Kionesha** : projet de vente d'images consacrées à l'Afrique d'aujourd'hui.
- **Setalma** : site internet qui vise à donner des informations sur les produits cosmétiques au Sénégal.
- **Niouz** : média social pour les jeunes citoyens malgaches

Calendrier du projet	Juin 2016 - Décembre 2016
Budget global estimé	380 K€
Coûts complets 2016	304 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Bénin, Bukina Faso, Cameroun, Côte d'Ivoire, Madagascar, République démocratique du Congo, Sénégal, Togo

* événement réunissant des développeurs pour faire de la programmation informatique collaborative.



MÉDIAS & RESSOURCES HUMAINES

FORMER UNE NOUVELLE GÉNÉRATION DE PROFESSIONNELS DES MÉDIAS

En matière de ressources humaines, l'action de CFI en 2016 s'est concentrée sur trois axes : un renforcement des structures locales de formation initiale et continue (en Birmanie et en Jordanie), un accompagnement de projets de jeunes citoyens (projets SafirLab dans le monde arabe et Connexions citoyennes en Afrique) et un appui à la professionnalisation de la filière de production audiovisuelle en Afrique francophone.



APPUI AUX MÉDIAS JORDANIENS

Professionaliser les journalistes au sein des universités et des médias jordaniens

Confrontés à une diminution des ressources publicitaires et à une concurrence accrue des médias en ligne, de nombreux médias jordaniens connaissent actuellement des difficultés. Former des journalistes et futurs journalistes dans le domaine du numérique constituait donc pour eux un enjeu crucial.

En 2016, le bureau de l'UNESCO à Amman (Jordanie) a confié à CFI la mise en œuvre d'un volet du programme d'appui aux médias en Jordanie (2014-2017), financé par l'Union Européenne. Ce projet compte deux axes. Le premier, orienté vers la formation initiale, visait à adapter les cursus de journalisme de deux grandes universités jordaniennes aux évolutions du métier de journaliste et aux nouveaux besoins des médias. Le second, orienté vers la formation continue, devait renforcer les compétences de journalistes en activité, grâce à des formations professionnelles aux standards internationaux.

Nouveaux cursus universitaires d'études journalistiques

Parmi les sept établissements supérieurs formant des journalistes en Jordanie, le bureau de l'UNESCO à Amman a sélectionné deux universités, une publique et une privée, motivées par ce projet : Yarmouk University à Irbid et Middle East University à Amman. Celles-ci ont collaboré avec les experts de l'ESJ Pro pour la réalisation, en juillet 2016, d'un inventaire des pratiques d'enseignement du journalisme TV et radio ainsi que de leurs conditions en termes d'espaces et de matériel technique. Sur cette base, les experts ont mis au point une proposition de cursus révisé sur le modèle standard promu par l'UNESCO depuis 2007. Celui-ci, introduisant notamment des cours pratiques en journalisme digital et en investigation, a été accueilli très positivement par les deux universités.

« Cette composante du projet est au cœur des objectifs stratégiques de l'UNESCO pour renforcer les capacités des journalistes, des enseignants en journalisme et de leurs institutions. Il est directement lié à notre objectif global de soutenir l'avancée des médias jordaniens vers plus de liberté, d'indépendance et de professionnalisme ». Costanza Farina, représentante de l'UNESCO en Jordanie.

Etat des lieux des besoins en formation continue

Afin de proposer un programme le plus adapté possible aux besoins des journalistes jordaniens en activité, le projet prévoyait la réalisation d'une étude sur les besoins en formation continue au sein des médias, à Amman et dans trois autres villes jordaniennes (Irbid, Maan et Aqaba).

Cette analyse a été menée en octobre 2016 par le Jordan Media Institute d'Amman. Ses conclusions ont servi de socle aux experts de l'ESJ pro pour construire un programme de formations en journalisme digital, répondant à la fois aux besoins des journalistes et des responsables de médias.

Deux appels à candidatures ont ainsi été lancés par CFI en décembre 2016, afin de rechercher des journalistes en activité et des dirigeants de médias pour des formations et des masterclasses dans le domaine des médias numériques.

Calendrier du projet	Mars 2016 - Juin 2017
Budget global estimé	640 K€
Coûts complets 2016	36 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Jordanie

Jordanie : lancement mi-juillet des travaux sur l'évolution des cursus de formation en journalisme de deux universités jordaniennes : Yarmouk University à Irbid et Middle East University (MEU) à Amman.





CRÉATION DU MYANMAR JOURNALISM INSTITUTE

La première école de journalisme aux standards internationaux birmane

En 2016, un nouveau gouvernement birman et des réformes ont impacté positivement le secteur des médias et plus particulièrement le Myanmar Journalism Institute (MJI), première école de journalisme aux standards internationaux du pays.

Cette école a fait l'objet d'un soutien de CFI pendant deux ans, via un financement du ministère des Affaires étrangères et du Développement international. En 2016, cet accompagnement s'est principalement traduit par la présence, au sein du MJI, d'une experte française dont le rôle de conseil et d'appui a permis de faire évoluer le modèle économique de l'institution : les formations diplômantes sont devenues payantes.

Des résultats prometteurs

Créé en 2014, le MJI fonctionne désormais avec une équipe de treize personnes permanentes, dont cinq formateurs à plein temps, à laquelle s'ajoutent trois formateurs à temps partiel. Son président a effectué un voyage d'étude à Paris en septembre 2016 pour rencontrer les principales écoles de journalisme, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et Reporters sans frontières.

L'institution a développé six modules pour les formations initiale et continue, ainsi que six modules pour des formations spécialisées. Douze formations hors cursus ont été élaborées. L'équipe pédagogique a assuré la majorité de l'enseignement des modules de formation continue et initiale. Huit journalistes-formateurs ont été formés au traitement des questions environnementales et à l'enseignement du journalisme, en partenariat avec le WWF.

Pour la promotion 2016-2017 en formation initiale, des améliorations ont été apportées au cursus, en tenant compte des enseignements tirés de l'année précédente (par exemple, plus de pratique de terrain, l'introduction d'un module de photojournalisme et de journalisme environnemental ou le développement des enseignements en langue birmane). Ce cursus comprend 43 semaines de formation, dont six semaines de stage dans deux rédactions et deux semaines d'atelier d'été. Vingt étudiants composent cette 2^{ème} promotion, dont sept femmes. La majorité vient de différents Etats de Birmanie.

Une insertion professionnelle réussie

En termes de débouchés professionnels, près de 90% des étudiants de la première promotion ont obtenu un poste en 2016. Leur diplôme est désormais reconnu par l'UNESCO.

Un réseau d'agences et d'ONG susceptibles d'avoir recours aux services du MJI a été mis en place. Parmi eux : l'UNFPA (Fond des Nations Unies pour la population) sur le data-journalisme, UN Habitat et WWF sur le journalisme environnemental, et FHI 360 sur la gestion de rédactions à l'échelle locale.

Calendrier du projet	Janvier 2014 - Décembre 2016
Budget global estimé	1,20 M€
Coûts complets 2016	481 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Birmanie



SAFIRLAB

Le laboratoire du changement

Droits à l'éducation, création de médias citoyens, droits des femmes... Partout dans le monde arabe, des jeunes s'investissent pour développer leurs sociétés, améliorer leur quotidien ou favoriser la liberté d'expression. Ce sont ces acteurs de sociétés en mutation qu'accompagne, depuis 2012, SafirLab, le laboratoire du changement de CFI et l'Institut français.

En 2016, pour sa cinquième édition, 22 participants ont été sélectionnés sur 250 candidatures reçues. Âgés de 20 à 30 ans, ils sont à l'origine d'initiatives porteuses d'espoir auprès de leur communauté, avec la volonté de contribuer à construire l'avenir de leur pays : création d'un webmagazine féminin participatif en Algérie ou d'un programme de promotion de la lecture au Maroc, élaboration d'un site web et d'une application d'accessibilité aux lieux publics pour les personnes en situation de handicap en Tunisie, création d'un festival de courts-métrages portant sur des thématiques sociales en Jordanie...

Tutorats personnalisés

Ces jeunes sont venus à Paris à l'automne pour participer à un séminaire « d'incubation » de deux semaines. Au programme : des ateliers collectifs et des tutorats personnalisés sur la conduite de projets, la recherche de financements, l'utilisation des médias sociaux, le media training, l'initiation au codage informatique ou encore la prise de parole en public. Des rencontres ont aussi été organisées avec des personnalités, des institutions, des médias ou organisations de la société civile. Ils ont ainsi pu échanger avec l'économiste Muhammad Yunus, prix Nobel de la Paix 2006, ou Jean-Marc Borello, fondateur et président du groupe SOS.

« SafirLab propose un espace de dialogue aux jeunes du monde arabe, dans lequel chacun est libre de s'exprimer, et où l'on s'écoute les uns les autres. C'est ce dont nous avons besoin ». Karoline Kamel, participante égyptienne de SafirLab

Calendrier du projet	Février 2016 – Décembre 2018
Budget global estimé	600 K€
Coûts complets 2016	182 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Egypte, Jordanie, Libye, Maroc, Tunisie, Yémen



CONNEXIONS CITOYENNES

Accompagner l'émergence de projets numériques d'action citoyenne

Lancé en octobre 2016, le projet Connexions citoyennes a identifié, via un appel à candidatures, 30 jeunes porteurs de projets numériques et citoyens à fort potentiel, pour les aider à professionnaliser et pérenniser leur actions.

Grâce à une session de formation en ligne de six semaines, les participants ont appréhendé les méthodes de constitution et de développement d'un réseau, d'élaboration d'un plan de financement et de réalisation d'un *benchmarking*. Ils ont également bénéficié d'un accompagnement personnalisé afin de formuler et affiner leurs projets. Des exercices hebdomadaires ont évalué leur motivation, leur réactivité et leur capacité à travailler en équipe. A l'issue de cette première phase, quinze d'entre eux ont été sélectionnés pour poursuivre ce cursus en 2017, avec un stage d'accélération, des « brousse-camps » en Normandie et en Afrique (séjours en zone rurale et non connectée), et une session finale à Paris.

Au-delà de ces formations, Connexions citoyennes ambitionne non seulement de faire aboutir des projets innovants et engagés, de créer un véritable « esprit de famille » et d'entraide entre les participants, afin que solidarités et échanges de bonnes pratiques s'installent durablement entre eux.

« Au cours de la formation en ligne, j'ai énormément appris, de la découverte des outils pour faire du montage vidéo et filmer avec un smartphone, aux règles de sécurité incontournables pour tout citoyen engagé. Le plus important pour moi, c'est de rester libre et autonome dans mon projet. »

Seynabou Sy Ndiaye

« Connexions citoyennes me permet de projeter mon projet dans le futur, d'aller vers sa réalisation. Il devient plus grand, plus ambitieux. »

Idrissou

Calendrier du projet	Septembre 2016 - Juin 2017
Budget global estimé	500 K€
Coûts complets 2016	55 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Bénin, Bukina Faso, Cameroun, Congo, Gabon, Guinée, Mali, République démocratique du Congo, Sénégal, Togo



ÉCRIRE ET PRODUIRE EN AFRIQUE

Un soutien aux séries de fiction et d'humour africaines

En 2016, CFI a poursuivi son engagement auprès de la fiction et de la création originale africaine, en collaborant avec deux acteurs français du développement d'une industrie des programmes en Afrique (Canal+ et Lagardère Studios) et en soutenant les projets de séries de deux sociétés de production ivoiriennes.

Sacko et Mangan (10 x 52 minutes - Keewu Production, groupe Lagardère Studios)

Cinq scénaristes sélectionnés sur appel à candidatures ont écrit chacun deux scénarios d'enquêtes, dans lesquelles le mystérieux et le surnaturel nous plongent dans l'univers imprégné de traditions et de croyances de l'Afrique subsaharienne.

« Le but de cette formation était de parvenir à une certaine maîtrise du genre policier, avec à la clef l'écriture de dix épisodes d'une série susceptible d'être mise en production. Les fondements sont là, qui rendent ce projet viable. Je suis fier de permettre l'émergence d'auteurs africains francophones. C'est maintenant au producteur et au diffuseur d'entrer en scène ». Philippe Niang, réalisateur et scénariste français, formateur

C'est la vie Saison 2 (26 x 26 minutes - Keewu Production)

Fort du succès de la première saison de C'est la vie, Keewu Production a lancé en 2016 la fabrication de la seconde. Un appel à candidatures a permis de recruter et former huit réalisateurs du continent, qui seront amenés à travailler sur les épisodes de la série.

Encadré par Charly Beleteau, réalisateur de la saison 1, le premier atelier avait pour objectif de les renforcer sur les aspects techniques de ce type de production, dans le respect des exigences artistiques et économiques, du travail en équipe avec les auteurs, du découpage du scénario et de la préparation de la mise en scène. Au cours du deuxième atelier, chacun a pu réaliser des scènes dans les conditions d'un tournage. Puis, les meilleurs stagiaires se sont vu confier la réalisation de plusieurs épisodes de la saison 2 de C'est la vie.

En 2016, CFI a également soutenu deux projets de série TV de sociétés de production ivoiriennes, qui ont signé des conventions de développement avec Canal + Afrique :

Invisible (10 x 52 minutes - TSK Productions)

Ce projet de série traite du phénomène des enfants des rues des quartiers d'Abidjan, qui commettent des agressions et sont assimilés aux microbes, de par leur taille et les effets dévastateurs de leurs actions. En 2016, un premier atelier de script doctoring a réuni les trois scénaristes de la série, suivi d'une formation d'assistanat à la réalisation.

F&C (10 x 52 minutes-EMMAUS Productions, développée par Canal + Afrique)

Cette série se déroule dans l'univers de la commercialisation du cacao. Durant deux semaines, les cinq scénaristes sélectionnés ont participé à un premier atelier d'écriture, en immersion dans une des principales régions de culture du cacao de Côte d'Ivoire.

MDR !

Lancé en décembre 2015 avec Canal +, le projet MDR a sélectionné, via un appel à candidatures, douze talents d'Afrique francophone, pour les accompagner dans la création de programmes courts comiques. Ces auteurs, scénaristes et réalisateurs, ont bénéficié, en janvier 2016, d'une formation à l'écriture et à la réalisation de séries de fictions audiovisuelles humoristiques. Cet atelier, conduit par une équipe d'experts composée de deux *scriptdoctors*, d'un réalisateur et d'un humoriste, a été suivi d'un accompagnement des projets à distance. Canal + a financé la production des huit meilleurs pilotes.

Calendrier du projet	Septembre 2015 - Décembre 2016
Budget global estimé	900 K€
Coûts complets 2016	597 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Bénin, Bukina Faso, Burundi, Cameroun, Congo, Côte d'Ivoire, Djibouti, Gabon, Guinée, Guinée Equatoriale, Madagascar, Mali, Mauritanie, Niger, République Centrafricaine, République démocratique du Congo, Rwanda, Sénégal, Tchad, Togo

Côte d'Ivoire : séminaire du projet MDR à Grand Bassam en janvier pour 12 bénéficiaires afin de renforcer leurs compétences dans l'écriture de programmes courts.





MÉDIAS & PLURALISME

RENFORCER LE PLURALISME DE L'INFORMATION

Soutien aux médias dans le traitement citoyen de l'information au Burkina Faso, débat sur le rôle des médias dans des pays en crise (Irak, Libye et Yémen), appui aux médias en ligne... Plus que jamais, la défense du pluralisme de l'information a été au cœur des projets menés par CFI en 2016. L'année a également été marquée par les Rencontres 4M qui ont réuni, en avril, 200 acteurs des médias en ligne de 38 pays à Paris.

RENCONTRES 4M PARIS 2016

200 acteurs des médias en ligne de 38 pays réunis à Paris

Partout dans le monde, les médias en ligne et les réseaux sociaux renforcent les solidarités et l'esprit de citoyenneté en favorisant l'expression et l'implication de la société civile dans le débat public. En réunissant 200 acteurs influents des médias et des sociétés civiles d'une quarantaine de pays, les Rencontres 4M Paris d'avril 2016 ont constitué un rendez-vous unique de l'engagement citoyen à travers les médias numériques.

2 grands débats et 1 #4M Camp

Ces deux journées riches en échanges ont débuté par deux grands débats consacrés au partage des nouvelles pratiques éditoriales entre médias numériques, communautés en ligne et société civile. Le second débat portait sur les modèles économiques expérimentés pour structurer les médias en ligne.

Un après-midi d'ateliers conçus et animés par les participants eux-mêmes leur a ensuite permis d'échanger de manière plus informelle sous la forme d'un #4M Camp autour des thématiques : engagement, gestion de communautés et open data.

7 focus thématiques, 4 ateliers pratiques, 4 invitations et 1 carte blanche

Des focus thématiques mettant en avant deux projets remarquablement portés par des partenaires (long format, investigation en réseau, données publiques et redevabilité...), une carte blanche présentant une plateforme au service des journalistes du Maghreb (Webticar), ainsi que des ateliers pratiques (data journalisme, vidéo et mobile, statistiques d'audience...) ont également rythmé ces deux jours qui se sont achevés par les présentations de quatre projets numériques français innovants (Voxe, WeDoData, Le Quatre Heures, Ouest Medialab).

4M Asie : renforcer les médias locaux, communautaires et nationaux d'Asie du Sud-est

En multipliant les collaborations avec des organisations de journalistes d'Asie du Sud-Est, le projet 4M Asie vise à développer les médias locaux, communautaires et nationaux grâce aux possibilités du numérique, afin de mieux contribuer au pluralisme démocratique.

En 2016, CFI et l'Association indonésienne des Journalistes Indépendants (AJI) ont formé plus de 140 journalistes indonésiens – parmi lesquels se trouvaient aussi des journalistes-citoyens et des blogueurs –, pour renforcer le contenu éditorial de leur média et optimiser leur audience. Ainsi, huit sessions de formation ont été organisées pour accompagner le développement de médias transculturels et transcommunautaires, afin de leur permettre davantage d'indépendance narrative, financière et organisationnelle, et qu'ils soient ensuite en capacité de fournir du contenu éditorial pour le site agrégateur Independen.id, lancé en novembre.

Depuis, l'agrégateur a dépassé le stade de simple compilateur d'informations existantes, puisqu'il génère de la création de contenus originaux et fait remonter de façon plus attractive et qualitative l'information hyper locale vers le lectorat national. Et inversement.

Calendrier du projet	Avril 2016
Budget global estimé	520 K€
Coûts complets 2016	504 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	38 pays d'Afrique, de Méditerranée, d'Asie et d'Europe Centrale et orientale

France : table ronde consacrée aux modèles économiques dans les médias lors des rencontres 4M de Paris. 250 acteurs des médias en ligne de 38 pays étaient réunis à Paris les 20 et 21 avril.

LE QUATRIÈME MÉDIA
ÉCONOMIQUES DES MÉDIAS EN LIGNE ET CE QUI NE MARCHE PAS

DISCUSSION 2 – ECONOMIC MODELS FOR ONLINE MEDIA: WHAT WORKS AND WHAT DOESN'T

Modérateur / Modérateur :

MALEK KHADRHRAOUI, Directeur de publication/Président, Publishing Director/President, Inkyfada.com/ Al Khatt, Tunisie / Tunisia

Intervenants / Speakers :

K A JAHABAR SADIQ K A ABDUL KADER, Directeur et rédacteur en chef / Director and Editor in Chief, The Malaysian Insider, Malaisie / Malaysia

ISRAËL YOROBA GUEBO, Directeur des rédactions / Newsroom Manager, L'essentiel, Côte d'Ivoire / Ivory Coast

ALI AMAR, Cofondateur et directeur de publication / Cofounder & Publishing Director, Le Desk – Pulse Media, Maroc / Morocco

SALEM MASSALHA, Cofondateur / Cofounder, Bassita, Egypte / Egypte

PATRICE SCHNEIDER, Directeur de la stratégie, Chief Strategy Officer, Media Development Investment Fund (MDIF), Suisse / Switzerland

NEJIB BRONDELEUX, Journaliste / Journalist, Radio M, Algérie / Algeria



EBTICAR MEDIA

Un soutien aux médias en ligne innovants dans le monde arabe

L'année 2016 a été riche en événements et en résultats concrets pour les 19 projets soutenus dans le cadre d'Ebticar Media.

Les 27 et 28 janvier, un atelier a rassemblé, à l'Institut français d'Amman, les lauréats et partenaires (la Fondation Samir Kassir, Babelmed et la Fondation Annh Lindh), pour échanger sur les projets et identifier de nouvelles opportunités pour collaborer au sein de la communauté Ebticar. L'organisme Alternatives pour un monde différent (section Tunisie) est également intervenu pour dispenser des conseils de sécurité numérique aux équipes.

En avril 2016, les Rencontres 4M de Paris ont aussi permis aux lauréats de partager les avancées sur leurs projets respectifs. Enfin, en juin, trois d'entre eux ont aussi participé au sommet du GEN (Global Editors Network) à Vienne.

Actions concrètes et levées de fonds

Au cours de l'année, plusieurs des lauréats se sont illustrés par leur travail dans l'affaire des Panama Papers, à l'image des médias en ligne tunisien et marocain **Inkyfada** et le **Desk**.

Frame a poursuivi ses actions collectives avec, notamment, la réalisation d'un « photo-marathon » à Tripoli le 6 août, organisé dans le cadre du projet Municipalités participatives, puis, à plus grande échelle en octobre, par la réalisation d'un photo-marathon dans six villes simultanément, en partenariat avec six organisations du pourtour de la Méditerranée : L'Asilo (Italie), Sylabs (Algérie), 15-38 Réseau Med (France), Enzima (Italie), Jordan Pioneers (Jordanie) et Institute Apis (Slovénie).

De son côté, **Radio M** a réussi à lever environ 10 000€ au cours d'une campagne de financement participatif, qui s'est déroulée du 15 mars au 5 avril sur la plateforme de crowdfunding Kisskissbankbank, leur permettant de renforcer leurs équipes et de produire du contenu inédit.

Des récompenses et collaborations fructueuses

Plusieurs fois primée, la start-up **Bassita** a remporté en 2016 la compétition Injaz Egypt, récompensant les meilleures start-up, notamment grâce à sa campagne pour apporter l'eau courante à 1000 foyers dans le Sud de l'Egypte, menée en partenariat avec l'UNICEF. De son côté, **Mideast Tunes** a reçu le très prisé Blossom Hill Foundation Fellowship.

Mais surtout, les échanges professionnels et des collaborations entre les bénéficiaires du projet Ebticar eux-mêmes se sont poursuivis et intensifiés en 2016 : **Webticar** a offert à nouveau un accès à sa plateforme à Bassita, six des lauréats ont travaillé ensemble sur la réalisation d'un dossier « gender » sous la houlette de Babelmed et **ARIJ** a collaboré avec l'équipe de **Syria Untold** et **Inkyfada** sur de la production de contenus.

Calendrier du projet	Janvier 2014 - Décembre 2016
Budget global estimé	2,32 M€
Coûts complets 2016	814 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Algérie, Egypte, Jordanie, Liban, Libye, Maroc, Palestine, Syrie, Tunisie

FASO MÉDIAS

Des médias pour une citoyenneté active

En 2016, CFI a poursuivi son accompagnement des médias burkinabè dans le traitement citoyen de l'information, en particulier lors des élections locales du mois de mai.

Un séminaire « post-présidentielles » a été organisé début 2016 à Ouagadougou sur le thème « Journalistes et médias pour la démocratie burkinabè : et maintenant, quels objectifs ? ». Les professionnels des médias présents ont souhaité avant tout remettre sur les ondes FasoMédias FM, diffusée en synergie par plus de 60 radios du pays lors des élections de novembre 2015, pour informer sur les enjeux locaux des élections municipales, les programmes des candidats et le déroulement du scrutin.

Durant les élections municipales de mai 2016, cinq synergies régionales ont ainsi informé les citoyens. Trois télévisions privées (BF1, Burkina Info et Impact TV) ont également été accompagnées par CFI pour la réalisation de leur soirée électorale. Après les élections, Faso Médias a proposé des espaces de réflexion et de diffusion sur les thèmes de la citoyenneté et du contrôle citoyen de l'action publique, dans un contexte où la redevabilité des élus et des décideurs s'impose désormais comme une nécessité démocratique.

70 médias et plus de 400 journalistes bénéficiaires

En proposant une formation à la réalisation de magazines de sensibilisation à la citoyenneté, ce projet a aussi contribué à améliorer le savoir-faire de seize journalistes sur ce type de format. Douze autres journalistes ont choisi des formations sur l'enquête et le datajournalisme.

« Souvent, des gens détournent sans preuve : avec ces nouvelles méthodes d'enquête et la data, nous pouvons obliger les responsables à faire attention à leurs actes ». Théodrine Bayala, journaliste à Infowakat.net.

En septembre 2016, FasoMédias comptait plus de 70 médias et plus de 400 journalistes et professionnels des médias accompagnés à travers plus de 80 sessions de formation et coachings au sein des médias bénéficiaires.

« Le projet Faso Médias a apporté une dynamique dans le paysage médiatique burkinabè et a mis en lumière le rôle de la presse audiovisuelle dans la couverture des élections. Il doit continuer son travail exceptionnel en contribuant à faire remonter les préoccupations des citoyens pour permettre aux élus locaux et aux gouvernants de servir au mieux les intérêts du pays ». Rémi Fulgence Dandjinou, ministre de la Communication et porte-parole du gouvernement béninois.

Calendrier du projet	Février 2015 - Janvier 2017
Budget global estimé	1,45 M€
Coûts complets 2016	705 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Burkina Faso

ILYM (IRAK LIBYE YÉMEN MÉDIAS)

Quels rôles pour les journalistes dans les pays en crise ?

Au lendemain des mouvements de contestation dans les pays arabes, la transition démocratique espérée a progressivement fait place à des situations de crise et à la remise en cause des pouvoirs installés à l'issue des élections. Dans les régions les plus fragiles, comme en Irak, en Libye et au Yémen, la liberté d'expression et la liberté de la presse sont souvent bafouées.

En 2015, CFI avait conçu et lancé le projet ILYM (Irak Libye Yémen Médias) – avec le soutien du Centre de Crise et de Soutien du ministère des Affaires étrangères et du Développement international et en partenariat avec l'iReMMO, think tank spécialisé dans le monde arabe – pour réfléchir au rôle des médias dans ces contextes difficiles. Ce projet s'est poursuivi en 2016, avec deux nouveaux séminaires destinés aux onze journalistes irakiens, libyens et yéménites bénéficiaires.

Ces séminaires ont été coordonnés et animés par Agnès Levallois, consultante spécialiste du Moyen-Orient et des questions méditerranéennes, et deux experts référents arabophones : Akram Belkaid, journaliste indépendant spécialiste des questions énergétiques et d'économie internationale, et Claire Talon, journaliste, ancienne correspondante du Monde et de Mediapart au Caire. Plusieurs journalistes français, comme Eric Valmir, grand reporter à France Inter, ou Wassim Nasr, de France 24, ont également participé aux échanges.

« ILYM nous a permis de comprendre comment les journalistes français perçoivent les crises qui touchent nos pays et comment ils tentent eux aussi de les couvrir malgré tous les obstacles rencontrés ». Saeed Arish, journaliste libyen

Confrontation positive d'idées

Les débats ont souligné les limites de l'exercice démocratique dans des contextes difficiles : cristallisation des clivages politiques, radicalisation des opinions, difficulté croissante à accéder au terrain et à l'information, menaces pour les journalistes, et surtout, politisation croissante des médias et des organes de presse.

« Les journalistes libyens ont des difficultés à se mouvoir entre des organes sécuritaires qui vont jusqu'à les accuser d'être des espions ». Reem Elbreqi, journaliste libyenne

Durant les échanges et partages d'expériences, il y a eu un véritable apprentissage de l'écoute et du respect des points de vue de chacun. Les participants ont apprécié cette confrontation positive d'idées et une telle démarche était nouvelle pour beaucoup d'entre eux.

Calendrier du projet	Mars 2015 - Septembre 2016
Budget global estimé	225 K€
Coûts complets 2016	61 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Irak, Libye et Yémen

DIGITAL LAB TUNISIE

Accompagner l'évolution du CAPJC

Depuis six ans, CFI accompagne les médias tunisiens à travers plusieurs projets et en particulier avec la télévision publique tunisienne (ETT), l'agence Tunis Afrique Presse (TAP) et des structures impliquées dans le développement du journalisme citoyen, comme Nawaat, Al Khatt et le Tunisie Bondy Blog.

Le projet Digital Lab Tunisie, mené avec le Centre Africain de Perfectionnement des Journalistes et Communicateurs (CAPJC) – principal centre de formation des professionnels des médias en Tunisie –, vise à améliorer son offre de formation continue et à lui permettre de devenir « le » lieu d'expérimentation pour les médias confrontés au virage digital.

Le CAPJC est un partenaire majeur de CFI depuis 2011. Sous l'impulsion de son directeur, il a mené une réflexion autour de la mise en place du premier programme de formation de formateurs. En 2016, quinze professionnels de médias tunisiens ont été sélectionnés et ont suivi un cycle de formation assuré par organisme tunisien, le CENAFFIF (Centre National de Formation de Formateurs et d'Ingénierie de la Formation). Ils ont ensuite bénéficié d'un *coaching* pour les accompagner dans l'élaboration d'un programme de formation. Enfin, un jury de validation a évalué, en situation, la capacité des journalistes à animer une session, permettant à six d'entre eux de devenir des formateurs que le CAPJC pourra solliciter. A l'issue de ce premier programme de formation de formateurs, qui s'est déroulé sur six mois, CFI a proposé au directeur du CAPJC de confier à un expert l'évaluation de l'ensemble du dispositif.

Un lieu d'expérimentation au service des médias

L'ambition du CAPJC est de lancer, à terme, le Digital Lab, lieu d'expérimentation pour les médias confrontés à la problématique de la transition numérique. Une première session de formation « médias sociaux et newsroom » a déjà permis à quinze professionnels (de la radio nationale, de radios privées, de l'agence Tunis Afrique Presse et de la télévision Nationale) de mieux appréhender la nécessité de développer la présence de leurs médias sur les réseaux sociaux et de proposer des formats innovants.

Ce processus de modernisation, engagé en 2016, a été complété par le renforcement des compétences de l'équipe du CAPJC. Le sous-directeur formation a ainsi suivi un stage d'ingénierie de formation de deux semaines en France, au sein de l'Université France Télévisions à Paris et à l'ESJ Pro de Montpellier.

« C'était une occasion extraordinaire d'immersion au sein d'organismes de formation spécialisés dans la formation des journalistes. Cette expérience m'a permis d'avoir une idée bien précise sur le fonctionnement et la structuration de ces centres, des modèles dont le CAPJC pourrait s'inspirer dans sa démarche de développement et d'innovation. » Sami Oueslati, sous-directeur Formation – CAPJC

Calendrier du projet (projets Digital Lab Tunisie et TAP)	Novembre 2015 - Décembre 2016
Budget global estimé	200 K€
Coûts complets 2016	102 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Tunisie



MÉDIAS & DÉVELOPPEMENT

RELEVER LES DÉFIS DU DÉVELOPPEMENT

Faire comprendre les enjeux du développement, dans le domaine de l'environnement ou encore de la santé, constitue un enjeu majeur pour les médias des pays du Sud. Afin de suivre, dans la durée, la mise en œuvre de ces politiques, la redevabilité et le contrôle citoyen de l'action publique sont devenus indispensables. Deux nouveaux projets, lancés par CFI en 2016, ont illustré cette thématique : Open Data Médias et Dialogues citoyens.

OPEN DATA MÉDIAS

Les données ouvertes au service de l'action citoyenne

Partout dans le monde, les citoyens exigent de plus en plus de redevabilité de la part de leurs élus. Un enjeu démocratique que CFI soutient en renforçant la participation de journalistes d'Afrique, du monde arabe et d'Asie du Sud-Est dans le suivi des politiques publiques de leurs pays respectifs, grâce à une utilisation plus performante et collaborative des données ouvertes.

En 2016, le projet Open Data Medias a rassemblé une cinquantaine de professionnels des médias, issus de quinze pays différents, pour les former aux enjeux politiques et techniques de la gouvernance ouverte et à l'utilisation de l'*open data*.

Des ateliers pour apprendre à traiter les données ouvertes

Quatre ateliers de formation se sont tenus en octobre et novembre 2016 à Dakar (Sénégal), Tunis (Tunisie) et Manille (Philippines). Ils ont porté sur les stratégies et méthodes de collecte, ainsi que la réutilisation des données ouvertes, notamment par la découverte d'outils et des exercices pratiques.

« L'acquisition d'outils d'accès aux données me permet de mieux accompagner notre réseau sur les actions de plaidoyer en faveur d'un meilleur contrôle de l'action publique au Bénin ». Rosine Kededji, chargée de communication de Social Watch au Bénin

Une participation au Sommet mondial PGO

Les participants ont ensuite été invités à participer au Sommet mondial du Partenariat pour un Gouvernement Ouvert, qui s'est tenu à Paris du 7 au 9 décembre 2016. Un programme sur-mesure a été élaboré en fonction de leurs besoins et de leurs intérêts, en collaboration avec Etalab, organisateur de l'évènement. En prélude à l'ouverture du sommet, les data journalistes ont confronté leurs pratiques et logiques entrepreneuriales avec leurs confrères français de l'Agence France Presse, de France Télévisions, de l'agence WeDoData et de l'émission web Datagueule. Ils ont également participé à une conférence sur le budget participatif mis en place par la Mairie de Paris, une tendance qui vise l'*empowerment* citoyen.

En marge du sommet, des professionnels du secteur ont animé une masterclass et présenté des cas concrets d'utilisation de l'*open data* à des fins d'information, de sensibilisation ou de mobilisation sur des sujets citoyens. Ces retours d'expériences, suivis d'échanges, ont inspiré la démarche des participants dans leur propre pays. Dans le cadre d'une table ronde intégrée au programme officiel, les journalistes ont restitué leurs pistes de réflexion et d'action pour le développement des données ouvertes relatives à la transparence, la démocratie et à bonne gouvernance dans leurs pays.

« Open Data Médias m'a permis de me familiariser avec des outils d'analyse et de visualisation dont je sous-estimais l'efficacité, comme Refine, mais aussi de m'exercer sur des outils de mapping comme Carto. A Paris, j'ai découvert ce que font avec ces outils quelques start ups et agences de data visualisation. La rencontre a été inspirante et je continue à ce jour d'échanger avec eux ». Omar Radi, data journaliste de Bidoon au Maroc

Calendrier du projet	Septembre 2016 - Décembre 2016
Budget global estimé	650 K€
Coûts complets 2016	644 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Bénin, Bukina Faso, Cameroun, Côte d'Ivoire, Guinée, Indonésie, Jordanie, Madagascar, Mali, Maroc, Philippines, République Démocratique du Congo, Sénégal, Togo, Tunisie

Philippines : du 22 au 24 novembre, onze journalistes indonésiens et philippins ont participé à une formation du projet Open Data Médias à Manille.



GUINÉE INFO SANTÉ

Améliorer la diffusion de l'information sur la santé

Dans un pays comme la Guinée, récemment touché par l'épidémie du virus Ebola, informer sur la santé est vital. Cette information doit pouvoir atteindre l'ensemble de la population, qu'elle soit urbaine, rurale, alphabétisée ou non. Elle doit être pratique, compréhensible par tous et répondre à toutes les préoccupations de santé des populations ciblées.

Durant toute l'année 2016, le projet Guinée Infos Santé, cofinancé par le centre de crise du ministère des Affaires étrangère et du Développement international (MAEDI), a proposé des formations pratiques pour renforcer les savoir-faire et les connaissances thématiques des journalistes. Il a été mis en œuvre en collaboration avec les différentes associations de médias : l'Union des Radios et Télévisions de Guinée (URTELGUI), l'Union des radios rurales, l'Association Guinéenne de la presse en ligne (AGUIPEL) et la Maison de la Presse.

Le volet radio, conçu pour 40 journalistes, dont 30 en province, a assuré une large couverture du territoire guinéen. Pour le volet télévision, 20 journalistes issus des télévisions privées et de la presse en ligne ont participé aux six sessions de formation de deux semaines à la Maison de la Presse de Conakry. Toutes les formations étaient basées sur l'identification des attentes et des besoins d'information des différentes catégories d'auditeurs, la recherche de l'information et son traitement afin de la rendre accessible au plus grand nombre, les techniques de production jusqu'à la diffusion.

Un guide de référence pour les journalistes

Pour renforcer les connaissances thématiques des journalistes, CFI s'est associé à une ONG locale, Fraternité Médicale Guinée (FMG) afin d'animer deux journées de réflexion et d'information sur les thématiques de santé à chaque session de formation. Ce partenariat a permis la publication d'un guide de référence destiné aux journalistes de santé guinéens, fournissant des informations précises sur diverses thématiques : paludisme, tuberculose, maladies épidémiques, MST, maternité, vaccination, alimentation, hygiène quotidienne...

A l'issue de ces ateliers, les journalistes formés ont souhaité mettre en place une plateforme d'échanges pour renforcer et consolider les acquis projet Guinée Info Santé, et surtout associer les différents acteurs de la santé pour une meilleure circulation de l'information sur ce thème dans le pays.

« Ils sont tous demandeurs de plus de formation et de collaboration. Le dernier jour, j'ai invité Korka Bah, le président de la toute jeune Association des journalistes en santé, à venir leur présenter l'association. Cela les a vivement intéressés et un certain nombre d'entre eux a d'ores et déjà décidé d'y adhérer. Ils sont également satisfaits du partenariat avec FMG et souhaitent trouver des moyens de rester en lien avec ces différents acteurs dont ils sont géographiquement éloignés. Tous les journalistes que nous venons de former semblent favorables à l'idée d'avoir accès à une plateforme numérique d'échanges d'informations. » Sylvie Sargueil, journaliste santé et formatrice du projet

Calendrier du projet	Février 2016 - Décembre 2016
Budget global estimé	380 K€
Coûts complets 2016	384 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Guinée Conakry

Guinée : 60 journalistes issus de 40 radios, cinq télévisions et dix médias en ligne, ont participé en 2016 aux six ateliers de formations pour renforcer leurs savoir-faire journalistiques dans le domaine de la santé.



TERRA MEDIA

Les journalistes malgaches se mobilisent sur les enjeux climatiques

Lancé en 2015, au moment de la Conférence Paris Climat, le projet Medias 21 avait engagé un travail de fond, notamment avec des médias d'Afrique, afin qu'ils intègrent davantage les enjeux climatiques, écologiques et environnementaux dans leur politique éditoriale.

Terra Media, qui s'adresse cette fois exclusivement à dix radios malgaches, s'inscrit dans la continuité de Médias 21. Son objectif est d'approfondir les acquis et connaissances déjà développés, tout en perfectionnant les compétences techniques des journalistes, en lien avec quatre grands objectifs de développement durable (ODD) : la lutte contre les changements climatiques, la gestion des ressources marines, la santé et la sécurité alimentaire.

En octobre 2016, un atelier de formation a réuni, durant six jours, les journalistes des dix radios malgaches pour actualiser leurs connaissances dans ces différents domaines, avec l'appui de professionnels d'ONG et d'acteurs de terrain actifs sur ces questions, tels que CARE, Action Contre la Faim (ACF), GSDM, la Fondation pour les Aires protégées et la biodiversité à Madagascar (FAPBM), Wildlife Conservation Society (WCS) et AVSF (Agronomes et Vétérinaires sans Frontières).

Depuis le début du projet, les journalistes ont déjà produit plus de 240 magazines de sensibilisation sur des thématiques aussi diverses que la malnutrition et l'insécurité alimentaire provoqués par les variations climatiques, la préservation de la biodiversité des écosystèmes marins, les nouvelles pratiques agro-écologiques comme moyens de résilience... En intégrant ces questions dans leur politique éditoriale, les radios contribuent à sensibiliser les communautés locales et mettent en valeur les mesures de prévention et perspectives d'adaptation pour les populations les plus vulnérables.

Un concours de fin de projet réunira, en 2017, un jury composé de professionnels des médias et des acteurs de la lutte du changement climatique à Madagascar, afin de récompenser les journalistes ayant produits les meilleures émissions de sensibilisation.

« Le projet Terra Media m'a permis d'aiguiser mes connaissances sur ce sujet qui touche à la fois aux secteurs de l'environnement, de l'économie, de la société, de la politique... Madagascar est un pays extrêmement vulnérable aux impacts du changement climatique et les émissions que nous produisons sur le changement climatique parlent directement aux populations rurales qui nous écoutent ! Comment s'adapter face à ces changements ? C'est une question que beaucoup d'auditeurs se posent et la radio est là pour apporter certains éléments de réponses en essayant de conscientiser et de faire adopter des attitudes plus respectueuses de notre environnement ». Simone Haingoarisoa, Radio Mampita, Fianarantsoa.

Calendrier du projet	Juin 2016 - Juin 2017
Budget global estimé	460 K€
Coûts complets 2016	439 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Madagascar

DIALOGUES CITOYENS

Des médias pour une citoyenneté active

La redevabilité et le contrôle citoyen de l'action publique constituent aujourd'hui les thématiques incontournables des politiques de développement en Afrique. Les médias ont un rôle essentiel à jouer dans ce dialogue entre société civile et autorités.

Lancé en 2016 au Bénin et à Madagascar, Dialogues citoyens vise à renforcer l'implication des médias dans ces processus de bonne gouvernance. Les élections présidentielles béninoises de 2016 ont déclenché l'émergence d'une citoyenneté active et organisée à partir de la plateforme numérique Vote 229, créée par l'Association des Blogueurs du Bénin. Cet outil permettait de suivre les élections grâce à un réseau d'observateurs dans tout le pays.

A Cotonou, l'atelier de lancement du projet Dialogues citoyens a réuni une soixantaine de représentants des médias, de la société civile et des autorités locales à l'automne. Après cet atelier, les médias ont poursuivi leur réflexion, notamment sur le choix de sujets d'intérêt général à traiter sur les antennes locales et les bonnes méthodes de collaboration avec les OSC. CFI a aussi organisé deux formations, l'une sur l'utilisation des réseaux sociaux et l'autre sur la production de magazines de sensibilisation.

Le rôle primordial des radios locales

A Madagascar, trois actions de formation pour les radios se sont tenues entre septembre et décembre 2016, incluant une session de perfectionnement à la production de magazines d'éducation et de sensibilisation citoyenne, ainsi que deux formations liées à la production de magazines de concertation citoyenne. Durant ces ateliers, les journalistes ont réfléchi aux notions de citoyenneté et de démocratie, ainsi que sur la manière d'aborder ces thématiques à la radio.

Ce projet s'est déroulé en partenariat avec l'ONG ECES (Centre Européen d'Appui Electoral) qui organise des ateliers de renforcement de techniques de plaidoyers et de débats pour les OSC, les médias et les autorités locales. CFI a également entamé un partenariat avec la Coalition des radios pour la Paix pour un appui à la production de programmes de théâtre radiophonique adaptés à la société et à la culture malgache.

« Les citoyens doivent pouvoir se faire entendre, demander des comptes et obtenir des réponses. Pour cela, le projet Dialogues Citoyens nous permet de mieux comprendre les enjeux de la participation citoyenne et, surtout, le rôle primordial de nos émissions dans la mise en lien des citoyens, des élus et de tous ceux qui œuvrent pour la redevabilité dans notre région ». Sylvana Rizy, journaliste à la radio RNA à Antalaha

Calendrier du projet	Juillet 2016 – Décembre 2017
Budget global estimé	1,375 M€
Coûts complets 2016	533 K€
Pays d'origine des bénéficiaires	Madagascar, Bénin

PERSPECTIVES 2017



MÉDIAS &
PLURALISME

Hiwar

Ce projet propose à une quinzaine de journalistes libyens de participer à quatre ateliers de réflexion axés sur leurs pratiques professionnelles et la place de l'éthique et de la déontologie.

Projet 3R, volet médias

Lancement du volet médias du projet 3R, qui vise à favoriser le redéploiement des services déconcentrés, le renforcement de la cohésion sociale et le relèvement précoce en Centrafrique.



MÉDIAS &
RESSOURCES HUMAINES

Connexions citoyennes

Organisation de séminaires à Paris et de deux « brousse-camps » en Afrique pour quinze jeunes Africains porteurs d'idées et de projets numériques d'action citoyenne.

SafirLab

Lancement de la 6ème édition de SafirLab, programme d'accompagnement, d'invitation, de tutorat et de partage d'expériences, destiné à de jeunes porteurs de projets issus des pays arabes.

Jeunesse et médias

Accompagnement de projets médias portés par les jeunes citoyens du Maghreb.



MÉDIAS &
ENTREPRISE

Structuration de l'agence de presse syrienne Smart

Définition et mise en place d'un plan de développement de l'agence d'information syrienne afin de l'aider à mieux se structurer et à professionnaliser ses équipes.

Accompagnement de pure players

Identification des besoins et appui managérial et éditorial à des médias exclusivement numériques d'Afrique francophone.



MÉDIAS &
DÉVELOPPEMENT

Dialogues citoyens Bénin, Burkina Faso, Guinée et Madagascar

Organisation de séminaires de concertation entre OSC, médias et pouvoirs publics, de formations sur les concepts clés de la citoyenneté et de la redevabilité, et accompagnement de journalistes dans la production de sujets sur ces thématiques.

Qudra

Amélioration de l'accès direct à l'information des réfugiés syriens et des communautés d'accueil vulnérables en Turquie, en Jordanie et au Liban.

BILAN FINANCIER

Montants exprimés en K€

BUDGET AFRIQUE	
Conseil/expertise	2 211
<i>Médias et développement</i>	971
<i>Médias et entreprise</i>	239
<i>Médias et ressources humaines</i>	449
<i>Médias et pluralisme</i>	552
Équipe et fonctionnement	1 002
BUDGET MÉDITERRANÉE-ASIE	
Conseil/expertise	2 070
<i>Médias et développement</i>	329
<i>Médias et entreprise</i>	242
<i>Médias et ressources humaines</i>	515
<i>Médias et pluralisme</i>	984
Équipe et fonctionnement	1 060
BUDGET DES FONCTIONS SUPPORT	
Communication et internet	120
Frais de structure	2 627
Équipe et fonctionnement	1 221
Fin des contrats techniques (distribution)	636
RESSOURCES	
Subvention du ministère des Affaires étrangères et du Développement international	8 662
Hors subventions : commandes publiques et contrats bailleurs	1 195
Contribution des bénéficiaires	276
Financement des activités d'expertise	
Subvention annuelle du MAEDI	8 026
Commandes publiques	456
Contrats bailleurs multilatéraux	739
Contribution des bénéficiaires	276

CFI : AGENCE FRANÇAISE DE COOPÉRATION MÉDIAS

Contact

131, avenue de Wagram _ 75017 Paris _ France

www.cfi.fr

Suivez-nous sur



CFImedias