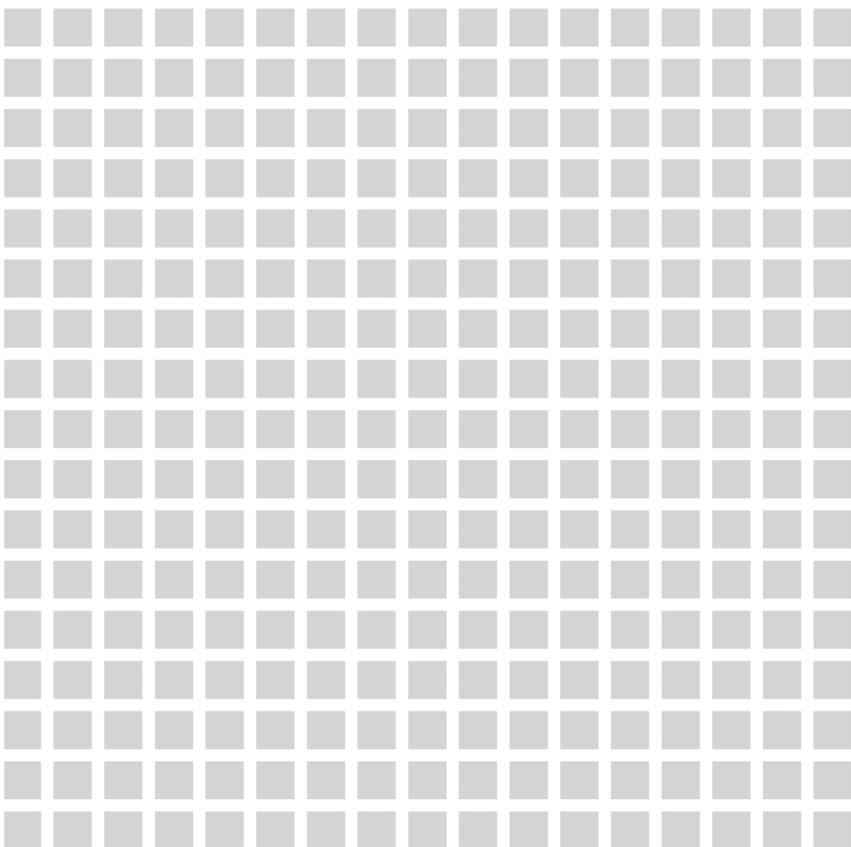




RAPPORT D'ACTIVITÉ



Coopération Médias

- **Edito** P 1
- **Coopérer** P 2
- **Construire dans la durée** P 3
- **Mobiliser l'expertise française** P 4
- **Enrichir et dynamiser les antennes** P 5
- **Désacraliser la technique** P 6
- **Ecouter les publics** P 7
- **Soutenir la production en Afrique** P 8
- **Favoriser une information de qualité** P 10
- **Faire vivre la passion** P 12
- **Dialoguer** P 14
- **Renforcer les alliances** P 16

L'équipe de direction de CFI

Président du conseil d'administration

Alain Belais

Directeur général

Etienne Fiatte

Direction administration, finances et ressources

- **Directeur** Jessica Tayot
- **Adjointe au directeur** Caroline Bletterer

Direction Afrique

- **Directeur** Guillaume Pierre
- **Adjointe au directeur** Caroline Péricard

Direction Méditerranée-Asie

- **Directeur** Eric Soulier
- **Adjointe au directeur** Marie-Laure Brillet

Direction relations extérieures et communication

- **Directeur** Guy Muller
- **Adjointe au directeur** Sophie Le Bars

Edito

Depuis 20 ans, CFI incarne la volonté de la France d'être un acteur de premier plan de l'évolution des médias du Sud.

Nos missions se sont transformées en fonction des priorités de la puissance publique qui nous finance, notre champ d'intervention s'est progressivement élargi, des télévisions nationales d'Etat aux chaînes commerciales privées puis aux nouveaux médias, de l'Afrique francophone à l'Afrique anglophone et lusophone, de l'Europe orientale à la Méditerranée et à l'Asie. Mais l'ambition de contribuer à la modernisation des médias de ces pays est restée, depuis 1989, le fil rouge de notre action.

Et plus que jamais, favoriser une évolution positive des médias du Sud doit être un objectif de l'aide publique au développement. A cet égard, les médias jouent un rôle fondamental dans les sociétés du Sud dont la France veut accompagner la modernisation. Facteurs de stabilité ou d'instabilité dans des pays aux démocraties fragiles, garants de la préservation des identités culturelles à travers la production locale, les médias audiovisuels sont également pour la France des vecteurs d'image et d'influence incontestables. En ayant noué des relations de confiance avec 150 de ces télévisions, CFI place notre pays au cœur de ces problématiques et lui permet d'exercer une influence positive sur l'évolution de ces sociétés.

L'année 2008, avec 114 actions de conseil ou de formation dans 54 pays, 1.500 professionnels du Sud formés et 4.700 heures de programmes proposées aux télévisions partenaires aura été une année fructueuse pour notre coopération audiovisuelle. Hommage en soit ici particulièrement rendu à Jean Mino, directeur général de CFI pendant six ans, qui a su préparer l'adaptation de CFI à son nouveau rôle d'opérateur de coopération tout en maintenant son volume d'activité et son ancrage indispensable au cœur de la télévision d'aujourd'hui.

C'est avec fierté que nous avons accepté depuis novembre 2008 la responsabilité de conduire l'action de CFI selon les orientations que les pouvoirs publics ont voulu lui donner en rattachant son financement à l'aide publique au développement. La conviction de faire œuvre utile, l'engagement des équipes de CFI pour la cause des médias du Sud, mais aussi l'appui du réseau diplomatique français et l'expertise du groupe France Télévisions seront nos meilleurs atouts.

Etienne Fiatte
Directeur général

Alain Belais
Président du conseil
d'administration

Coopérer

■ 20 ans au service des médias du Sud

Depuis 20 ans, CFI travaille au développement des télévisions du Sud. D'abord limité aux premières chaînes d'Etat du continent africain, son réseau de partenaires s'est élargi et s'étend aujourd'hui aux meilleures chaînes commerciales et aux principaux opérateurs du secteur.

L'action de CFI s'inscrit dans la démarche d'une coopération française moderne qui écarte l'idée d'assistance ou de substitution et vise à amener ses partenaires à s'autonomiser dans un contexte de marché.



CFI en 2008

- CFI est lié par des conventions de partenariat avec 156 télévisions de 97 pays.
- 84 télévisions de 54 pays ont bénéficié d'actions d'expertise de CFI en 2008.
- 1 472 professionnels du Sud ont participé à l'une des 114 missions de terrain.
- Pour encadrer 972 journées de coopération, CFI a mobilisé 151 experts français.
- 4 700 heures de programmes ont été mises à disposition des partenaires.

■ CFI appuie les processus de démocratisation et de bonne gouvernance, en encourageant les opérateurs indépendants, en travaillant avec les instances de régulation des médias, en appuyant la professionnalisation des journalistes.

■ CFI renforce le dialogue interculturel en appuyant la production et la circulation des programmes des pays émergents, en menant une politique active d'acquisition de programmes africains pour accompagner le développement de la production locale, en favorisant une insertion intelligente des programmes qu'il fournit à ses chaînes partenaires.

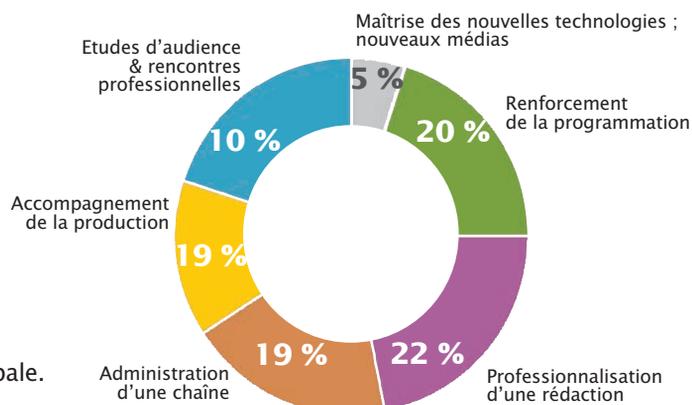
■ CFI participe à la modernisation des entreprises du secteur audiovisuel, en aidant les chaînes à améliorer leur stratégie commerciale et marketing, en facilitant leur accès à des études sur les audiences et les attentes des téléspectateurs, en renforçant leur identité et en les aidant à mieux négocier leurs achats de droits.

■ CFI travaille à la consolidation des services publics, en accompagnant la reconstruction ou la naissance de diffuseurs publics, en épaulant leur management dans la conduite du changement, en conseillant leur stratégie d'évolution vers le numérique.

■ Le style CFI

- Des actions dans les télévisions, avec les équipes en place et dans les conditions quotidiennes de travail de la chaîne.
- Des actions tournées vers l'antenne et pour lesquelles l'expertise améliore le contenu.
- Des actions sur mesure et structurantes qui répondent à un projet d'entreprise et favorisent une approche globale.

Domaines d'expertise de CFI



Construire dans la durée

■ Enjeux

CFI intervient auprès d'entreprises qui essaient de trouver un équilibre entre les contraintes de leur environnement politique et institutionnel et les réalités du marché et de la concurrence. Dans bon nombre de pays où agit CFI, l'ouverture à la concurrence et le foisonnement numérique constituent une chance de diversité et de pluralisme pour le public mais fragilisent aussi l'ensemble du secteur.

4 ans de travail

La première expérience d'action structurante de CFI a été le projet "Appui à la modernisation des télévisions d'Afrique subsaharienne" initié et financé sur le Fonds de solidarité prioritaire par le ministère des Affaires étrangères et européennes. CFI a achevé en 2008 quatre années de séminaires régionaux et de formations bilatérales. 12 télévisions publiques et privées ont participé ensemble, pour la première fois, à des ateliers où ont été proposées des méthodes de travail pour moderniser le fonctionnement des chaînes au service de la production locale.

Les télévisions publiques ont donc l'obligation de se réorganiser et d'affronter la concurrence des télévisions privées locales et des chaînes satellitaires. Les télévisions privées, en plein essor, doivent conforter leur modèle économique, élargir leur offre de programmes et leur zone de diffusion, et rationaliser leurs méthodes de travail.

D'une manière générale, tous les partenaires de CFI sont contraints de s'intégrer au monde global des médias tout en renforçant leurs spécificités locales ou régionales pour mieux répondre aux attentes de leurs publics.

■ Réponses

Face aux nouveaux enjeux globaux, CFI s'efforce d'apporter des réponses rapides et pertinentes aux demandes de ses partenaires mais veille à placer ses interventions dans une démarche structurante dont les objectifs à moyen terme sont partagés par les dirigeants de la télévision qui en fait la demande.

Avant de conclure de nouveaux partenariats, une mission d'évaluation est systématiquement organisée en vue d'analyser les besoins et de préciser les objectifs.

Au-delà de ses actions dans le domaine de la télévision traditionnelle, CFI s'intéresse aujourd'hui aux domaines qui constituent l'environnement immédiat de ses partenaires : nouveaux médias, télévision sur Internet, blogs réalisés par des journalistes, instances de régulation, associations professionnelles.

En 2008, des délégations des télévisions publiques d'Angola, du Bhoutan, du Sud Soudan, du Cap Vert, de Côte d'Ivoire et de Moldavie ont été invitées à Paris par les postes diplomatiques et CFI. Leurs priorités techniques, éditoriales ou de régulation ont été abordées lors de rencontres organisées par CFI avec les équipes du CSA, de LCP-AN, de TV5Monde, de France Télévisions, de France 24, de BFM TV, de la SFP et de RFI.



Mobiliser l'expertise française

■ Un vivier unique

CFI fait appel aux compétences des professionnels français en activité appelés à partager leur expérience avec leurs homologues étrangers. En 2008, près d'un quart de ces professionnels ont été mis à disposition par le groupe France Télévisions, actionnaire principal de CFI.

CFI mobilise également des consultants indépendants dont l'expérience spécifique ou la connaissance du terrain s'imposent pour conduire certains projets.

Depuis 2005, CFI a développé son activité d'expertise et a constitué un vivier renouvelé en permanence de plus de 700 experts. CFI peut ainsi identifier les profils les mieux adaptés à chacune des missions de terrain.

L'accord FTV-CFI

Depuis 2003, CFI est adossé au groupe France Télévisions qui détient, aux côtés d'Arte France, 75 % de son capital. Une convention de mise à disposition temporaire des collaborateurs du groupe public permet de construire bon nombre de projets avec eux dès que l'opportunité se présente. La direction internationale de France Télévisions et CFI pilotent ainsi la mobilisation de nombreux professionnels désireux de partager leur expérience et leur savoir-faire.

■ Des réponses sur mesure

Une des spécificités de CFI réside dans son approche au cas par cas. Chaque problème est analysé de façon individuelle dans le contexte du moment que traverse la chaîne, le pays ou la région. Fort de 20 ans d'expérience et d'une connaissance en profondeur des marchés et des opérateurs, CFI est capable d'élaborer des propositions sur mesure pour améliorer les compétences des équipes en fonction de leurs équipements, de leurs contraintes, de leurs attentes. Chaque professionnel du Sud sélectionné pourra bénéficier de conseils adaptés à sa fonction qui seront replacés dans le contexte de l'objectif plus global de son entreprise.

Les experts CFI construisent leurs interventions en s'appuyant particulièrement sur des cas pratiques et des simulations. La présentation des méthodes ou des concepts généraux doit déboucher sur des applications concrètes dans les conditions de travail de la télévision considérée.

En 2008, dans le cadre d'un atelier régional qui regroupait des professionnels du Kenya, de Tanzanie et d'Ouganda, CFI a dépêché deux experts ayant travaillé sur la série populaire *Plus belle la vie*. Ils y ont présenté l'approche et les techniques de tournage françaises illustrées par quelques matinées de tournage au Centre culturel français de Nairobi.



Enrichir et dynamiser les antennes

■ Visibilité

L'expertise française est fortement axée autour des logiques éditoriales, ce qui la différencie de l'approche privilégiée par de nombreux autres acteurs internationaux du secteur. Les actions proposées par CFI incluent donc autant que possible un objectif lié à l'antenne, ce qui permet d'apporter immédiatement une réelle valeur ajoutée au public des chaînes partenaires et une bonne visibilité aux efforts de CFI.



■ Stratégies de programmation

Pour CFI, distribuer des programmes gratuits n'est pas une fin en soi, même si cela permet aux partenaires de s'appuyer sur des volumes réguliers pour enrichir et équilibrer leurs grilles. Dès que l'occasion s'en présente, CFI veille à renforcer cette offre par un transfert de compétences sur la fonction éditoriale, la stratégie de programmation, la gestion des stocks et la mise en place d'une politique d'acquisition.

Grâce aux conseils de CFI, les directions des programmes se professionnalisent, utilisent mieux les programmes fournis et acquièrent une plus grande autonomie éditoriale et financière. Cette évolution prend, parfois, une forme très concrète à l'antenne. Ainsi, à l'occasion de son anniversaire, la SBC (Seychelles Broadcasting Corporation) a souhaité moderniser et dynamiser son image. A sa demande, 2 experts de CFI ont aidé pendant 2 semaines les équipes locales à maîtriser leur outil technique. Le nouvel

habillage a été mis à l'antenne en mai 2008.



Cambodge : création d'un concept d'émission

Les chaînes cambodgiennes déplorent la faiblesse de leur production d'émissions jeunesse alors que les attentes de ce public sont fortes. A la demande de la chaîne privée Apsara, CFI a envoyé un expert pour étudier les pistes, expliquer les formats, travailler sur un concept et produire un pilote. Après 17 jours de travail passionné et intense, ponctué d'un tournage sur le site d'Angkor, une émission de jeu inspirée de *La Chasse au trésor* a convaincu la direction de la chaîne et le public local. La pérennisation du programme est à l'étude.



Désacraliser la technique

A l'ère numérique, l'environnement technologique des médias évolue très rapidement. Le numérique facilite la production, révolutionne la diffusion mais ouvre aussi de nouvelles concurrences. Nouveaux médias, convergence, triple play sont entrés dans le langage familier des professionnels de la télévision. Si recevoir des images sur son mobile ou son ordinateur ne surprend plus personne dans les pays industrialisés, la révolution numérique inquiète les responsables des télévisions du Sud.

C'est d'abord pour ses besoins propres que CFI a su maîtriser les atouts du numérique en adaptant progressivement son dispositif technique et satellitaire à ce nouvel environnement. Entre 2005 et 2008, les dépenses techniques de transmission de programmes de CFI ont pu être réduites de 22 % sans remettre en cause la qualité du service proposé aux partenaires.

Les télévisions du Sud bénéficient aujourd'hui des conseils de CFI pour optimiser leurs investissements techniques et leur organisation. En 2008, CFI a mené un audit technique dans les locaux de la TCV (Cap Vert) afin de lui proposer un plan de modernisation de son dispositif actuel. De même, à la demande de la TRM (Moldavie), CFI a proposé des options au nouveau président du groupe qui prépare sa migration vers le numérique.

■ Construire la télévision du futur

Le développement des infrastructures de réseaux audiovisuels et de télécommunications – terrestre, câble, satellite, IPTV – doit être pensé suivant une logique de complémentarité. A ce niveau, les enjeux sont autant économiques que culturels. Il s'agit de favoriser la diversité en intégrant de nouveaux entrants, mais aussi de permettre à l'ensemble des citoyens téléspectateurs, d'accéder, dans les meilleures conditions, à la télévision numérique. Des formations et des missions d'expertise technique et éditoriale sont proposées par CFI, avec l'objectif d'informer et de transférer des compétences sur ces nouvelles problématiques aux télévisions, aux autorités gouvernementales et aux professionnels de l'audiovisuel.



Ecouter les publics

■ Responsabiliser

CFI souhaite évoluer vers une plus grande écoute de ses partenaires en matière de programmes. Des contacts réguliers avec les directions des programmes, une analyse en commun des mesures qualitatives d'audience que CFI les aide à mettre en place, permettent d'affiner le choix de programmes distribués par CFI.

Ainsi, les journées CFI en marge du SEFOR de novembre 2008 ont rassemblé 22 directeurs de programmes des télévisions d'Afrique francophone à Yaoundé au Cameroun. A cette occasion, CFI a proposé aux chaînes partenaires de s'impliquer dans le choix des programmes jeunesse du semestre suivant. Après avoir consulté des extraits et des synopsis, ces professionnels ont collectivement aidé

CFI à acquérir les programmes les plus adaptés à leurs attentes. En 2008, les acquisitions de CFI ont été renforcées dans les trois grandes catégories plébiscitées par les partenaires : les films et les séries populaires, l'animation jeunesse et les documentaires.



Galactik Football™ Alphanim. © 2006 Alphanim, France 2. All Rights Reserved.

Africascope

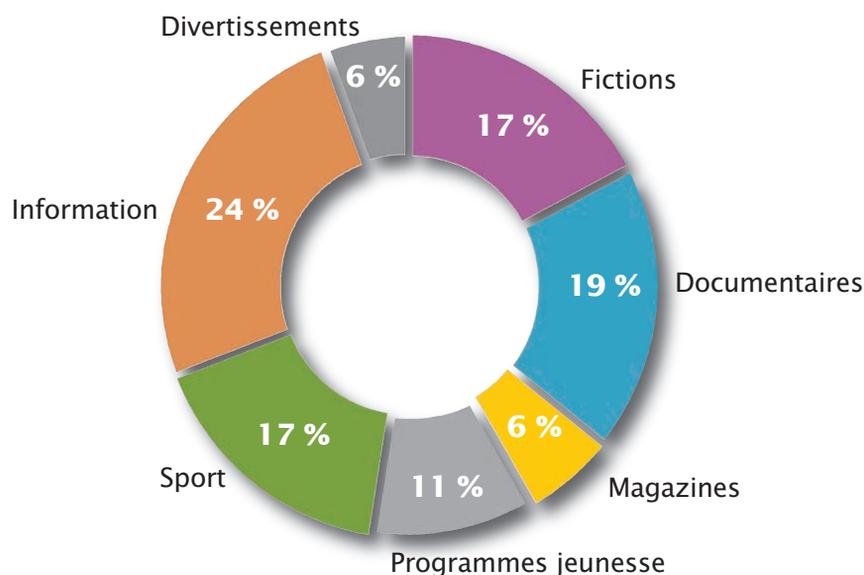
Les acteurs médias et les annonceurs portent un intérêt croissant à l'Afrique. Or, aucune étude de référence n'existait sur cette zone jusqu'au lancement d'Africascope fin 2007. CFI s'est associé à TV5Monde, France Télévisions Publicité International, Canal+ Horizons et RFI pour lancer Africascope.

Cette enquête annuelle est menée par l'institut TNS Sofres dans 5 capitales économiques ou politiques : Douala, Dakar, Abidjan, Yaoundé et Kinshasa. Elle donne une photographie tendancielle de l'audience des télévisions, radios, médias nationaux et internationaux et permet de comprendre le comportement des populations cibles de ces médias en étudiant leur consommation, leur équipement et leur opinion. Pour CFI, ce baromètre annuel est analysé au moment de planifier, avec les partenaires africains, les prochaines campagnes d'acquisition de programmes. CFI organise une restitution chez chaque partenaire concerné qui peut ainsi mesurer les performances de ses programmes, améliorer les grilles et valoriser les espaces publicitaires.

■ Contrôler

Pour affiner sa connaissance des reprises de programmes par les télévisions partenaires et mieux encore adapter son offre, CFI s'est doté d'un outil de marquage électronique, le watermarking, qui permet d'enregistrer la date et les conditions de diffusion de chaque programme. Déployé dans 20 pays africains, il devient un instrument de pilotage précieux dont CFI commence à exploiter le potentiel. L'analyse dans plusieurs pays a ainsi permis d'identifier l'existence, autour de 16-17 heures, d'une case jeunesse très largement alimentée par les programmes de CFI.

L'offre de programmes 2008 par genre



Soutenir la production en Afrique

■ Promouvoir les identités culturelles

CFI a mis en place en Afrique subsaharienne une politique d'accompagnement des meilleures productions du continent.

- Très impliquées dans les mécanismes d'aide mis en place par le ministère des Affaires étrangères et européennes, les équipes de CFI veillent à faire circuler ces productions sur le continent africain.

- CFI soutient également certaines productions par des transferts d'expertise qui professionnalisent les équipes et permettent de finaliser certains projets. En 2008, 21 séries, fictions et documentaires ont ainsi été mis à disposition des partenaires africains qui apprécient ces contenus dont la proximité culturelle est souvent gage de succès populaire.

- L'enquête Africascope menée dans 4 pays africains (Cameroun, Côte d'Ivoire, Sénégal, République Démocratique du Congo) permet de suivre les tendances du marché et de mettre en perspective certaines idées reçues. Elle a par exemple confirmé la popularité des programmes de théâtre africain que CFI propose désormais régulièrement à ses partenaires. Ce choix éditorial est validé par la satisfaction des milliers de téléspectateurs interrogés.

CFI incite les chaînes à analyser les succès - et les échecs - de ces programmations afin qu'elles se rapprochent des attentes des téléspectateurs. Trois types de programmes sont ainsi particulièrement appréciés : le théâtre africain, le documentaire proposé en langues locales et les séries télévisées.

Atelier d'écriture

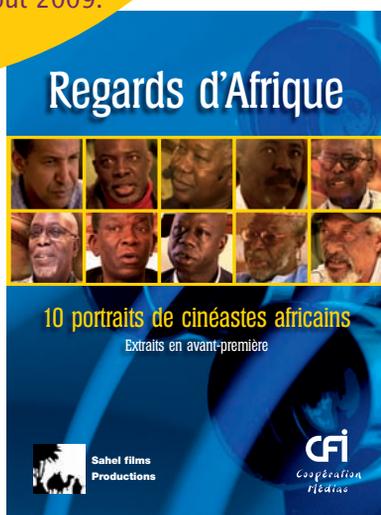
En avril 2008, 7 réalisateurs burundais ont progressé dans l'écriture documentaire grâce à un atelier initié par CFI et l'ambassade de France. C'est au travers du travail de Léonce Ngabo, documentariste reconnu dans son pays, que ces jeunes professionnels ont pu acquérir les techniques de base de l'écriture documentaire.

Cet atelier a aussi permis à ce dernier de finaliser la production de son documentaire *En attendant les éléphants* sur les questions d'environnement, que les partenaires de CFI ont découvert début 2009.

■ Développer l'industrie audiovisuelle

CFI s'efforce aussi de sensibiliser ses télévisions partenaires aux problématiques de la circulation des œuvres et de leurs débouchés commerciaux.

Pour installer une industrie de l'image en Afrique, CFI est convaincu de la nécessité de rapprocher les télévisions pour concevoir et financer ensemble les programmes qu'elles ne peuvent obtenir aujourd'hui qu'au travers d'accords de barter. Un projet en ce sens a été proposé en septembre 2008 à la Commission européenne avec l'objectif d'organiser un réseau des principales télévisions privées du continent autour de la problématique de l'accès aux programmes.



une affaire de nègres



invitation

■ Une réalisatrice africaine témoigne : Oswalde Lewat

Comment êtes-vous arrivée à la réalisation de documentaires ?

Pendant 6 ans, j'ai exercé le métier de journaliste. Chaque article a un caractère éphémère, donnant lieu à une frustration. Ce sentiment m'a donné envie d'aller au fond des choses en passant à la réalisation de documentaires.

Avez-vous rencontré des difficultés pour tourner *Une affaire de nègres* ?

C'est un thème difficile à traiter... quand on s'attaque à des sujets comme l'armée, la politique, la démocratie et les drames humains. Il m'a fallu 4 ans pour réaliser ce documentaire. J'ai pris le temps de compiler les informations, même si tout au long du projet, j'avais une grosse crainte : celle de ne pas pouvoir tourner.

Votre documentaire a-t-il été bien accueilli à Cannes ?
Quel était le but de votre présence au festival ?

Il n'était pas présent en sélection officielle ou parallèle. Il a été présenté au Pavillon "les Cinémas du Sud". Une projection a aussi eu lieu au Marché du Film. Globalement, l'accueil a été plutôt positif. Au-delà de la présentation de mon documentaire, j'ai profité du festival pour rencontrer des distributeurs.

Qu'avez-vous prévu pour continuer la promotion de votre documentaire ?

*Grâce au soutien de CFI, mon documentaire *Une affaire de nègres* a été projeté à Paris au Club de l'Etoile, à l'attention des professionnels et de la presse.*

(Interview réalisée au Festival de Cannes en mai 2008)





Favoriser une information de qualité

■ Pression et concurrence

L'information est au cœur du mandat des télévisions partenaires de CFI. Le rendez-vous quotidien du journal est soumis à une très forte pression, mais bénéficie de moyens souvent supérieurs aux autres programmes.

Avec l'émergence de nombreuses chaînes privées et l'accès de plus en plus répandu aux chaînes satellitaires, la concurrence est rude et la modernisation des rédactions, des protocoles de travail et de certaines émissions est devenue une priorité.

■ Professionnaliser les rédactions

CFI est souvent l'interlocuteur naturel des rédacteurs en chef et directeurs de l'information de ses partenaires. CFI est ainsi régulièrement sollicité pour former les journalistes ou les présentateurs, pour préparer la couverture des élections, pour moderniser une émission de plateau ou pour réorganiser la rédaction. Ces dernières années, CFI a mis en place plus de 150 missions auprès des rédactions des télévisions du Sud, pour la plupart animées par les professionnels du groupe France Télévisions.

En Afrique, CFI propose quotidiennement 7 à 8 sujets d'actualité internationale et panafricaine, produits par AITV-RFO. Ces sujets sont largement repris et commentés dans les journaux télévisés matinaux.

Arménie, une première historique

CFI a organisé, en 2008, ses deux premières missions en Arménie. Le nouveau positionnement de la chaîne culturelle New TV est en bonne voie alors que la refonte de la rédaction de la chaîne H1 se heurte au contexte contraignant de la relation avec la tutelle. Suite aux préconisations des experts, CFI a soutenu une mission du CSA auprès des organes de régulation. De prochaines missions devraient viser à professionnaliser les journalistes si H1 s'engage sur un plan de formation à moyen terme.

■ Moderniser des émissions historiques

Certaines émissions politiques ou certains magazines occupent des cases fortes dans les grilles des chaînes du Sud. Reconnues et attendues, ces productions internes ont parfois besoin d'être dynamisées et modernisées afin de trouver un second souffle face à la concurrence.

En 2008, CFI a ainsi répondu à la demande de la télévision serbe de Novi Sad qui voulait dynamiser son émission politique hebdomadaire : *Le signal*. L'expert envoyé par CFI pour mener ce travail complexe a proposé une refonte

complète de l'éditorial, du plateau, du format et de la promotion de l'émission. Après trois missions auprès des équipes serbes, un nouveau décor financé par la chaîne a accueilli la nouvelle formule. Les efforts portés par les producteurs et les équipes de la rédaction ont permis de trouver un annonceur, partenaire de la nouvelle émission.



L'essor des médias dans les Territoires palestiniens

CFI et le consulat de France à Jérusalem se sont associés à TAM, ONG palestinienne, pour mener un projet de formation visant à soutenir la professionnalisation de jeunes journalistes palestiniens. A travers cette initiative, connue sous le nom de *Give me a chance to work in the media field*, il s'agit d'aider les professionnels des médias palestiniens à améliorer leurs pratiques techniques et éditoriales. A posteriori, ces journalistes ont constitué une précieuse source d'information pour leurs collègues de France Télévisions au moment des derniers événements de Cisjordanie.

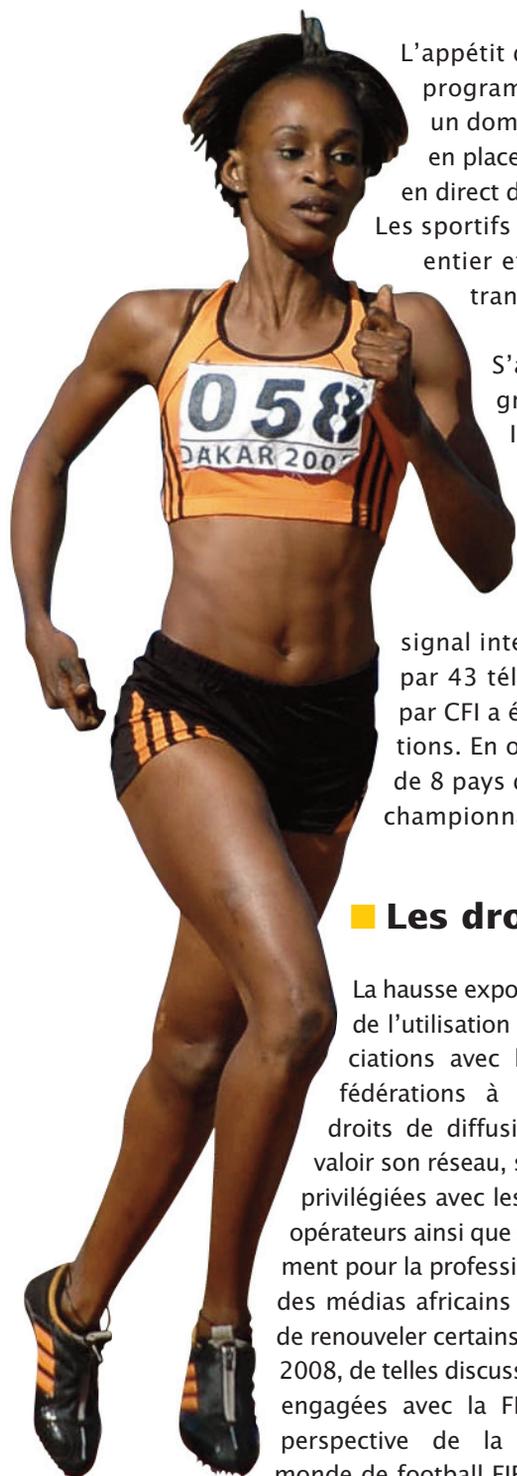


■ La recherche de l'excellence

CFI s'associe également aux initiatives en faveur d'une presse audiovisuelle de qualité telles que la remise du Prix Albert Londres à Dakar. A cette occasion, CFI a demandé aux lauréats français de conduire une master class sur le journalisme d'investigation ouverte à 8 jeunes professionnels africains.

Faire vivre la passion

■ Les compétitions



Mam Fatou Diagne

L'appétit du public et des médias africains pour le sport fait des programmes sportifs un vecteur puissant d'image pour CFI et un domaine porteur pour le transfert de compétences. CFI a mis en place, depuis plusieurs années, un dispositif de retransmission en direct de certains événements offerts aux télévisions partenaires. Les sportifs africains brillent sur les pistes et les terrains du monde entier et CFI permet au plus grand nombre de profiter de ces tranches de rêve, d'inspiration et de fierté.

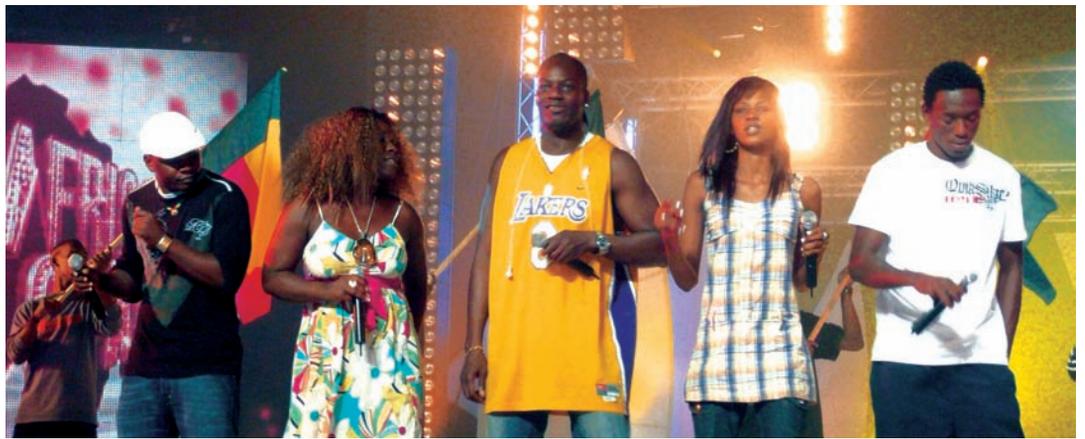
S'appuyant sur des partenariats privilégiés avec les grandes instances sportives internationales (FIFA, UEFA, IAAF...), CFI transporte les images des événements internationaux majeurs pour les chaînes africaines. Ce fut le cas des 16^e championnats d'Afrique d'athlétisme qui se sont déroulés à Addis Abeba en mai 2008. CFI y a mobilisé son savoir-faire en aidant la télévision nationale d'Ethiopie, ETV, à produire un signal international de qualité et en relayant les images reprises par 43 télévisions du continent. Un journaliste mauricien formé par CFI a été inclus dans l'équipe de commentateurs des compétitions. En outre, deux experts français ont encadré 14 journalistes de 8 pays qui ont conçu, réalisé et monté le journal quotidien des championnats d'Addis Abeba.

■ Les droits

La hausse exponentielle des droits sportifs conduit à une nouvelle approche de l'utilisation du produit sport, privilégiant systématiquement des associations avec les grandes fédérations à l'achat des droits de diffusion. CFI fait valoir son réseau, ses relations privilégiées avec les principaux opérateurs ainsi que son engagement pour la professionnalisation des médias africains au moment de renouveler certains accords. En 2008, de telles discussions ont été engagées avec la FIFA dans la perspective de la Coupe du monde de football FIFA 2010 qui se déroulera en Afrique du sud.



Haile Gebreselassie et Bernard Otieno aux 16^e championnats d'Afrique d'athlétisme d'Addis Abeba



Africastar 2008

■ Les directs

CFI favorise également l'exposition continentale en direct d'événements dont l'impact culturel, économique ou politique dépasse les frontières du pays d'origine. CFI a contribué à former 4 présentateurs qui sont intervenus lors de l'émission régionale *Africastar*, une compétition musicale qui a connu en 2008 un grand succès dans 8 pays de la Côte d'Ivoire jusqu'à la République Démocratique du Congo.

A l'occasion de la disparition d'Aimé Césaire, CFI a assuré une retransmission en direct de la cérémonie qui a permis à plusieurs chaînes de célébrer le poète cher à l'identité culturelle de la négritude. Quand l'événement l'impose, CFI reste à l'écoute des demandes afin de mettre son dispositif satellitaire à la disposition des chaînes du continent.

Athlétisme : CFI se met en 4 à Addis Abeba

- Appui technique pour que la chaîne ETV puisse fournir un signal international de qualité
- Production quotidienne de 4 heures de direct
- Production de commentaires en français et en anglais
- Réalisation d'un "13 minutes" quotidien par les 14 bénéficiaires de la formation.



FOCUS 2008

Dialoguer



■ Rencontres

Les fondements d'une coopération réussie reposent sur la connaissance de l'autre et un dialogue nourri. Des premiers contacts aux missions d'impact en passant par les

actions de formation ou les audits, les équipes de CFI expliquent leur approche, exposent leurs objectifs et recherchent l'approbation des partenaires. Du dialogue doit naître chez ces derniers un véritable engagement qui seul garantit l'efficacité de l'effort de coopération mis en œuvre par CFI.

Tables rondes, rencontres professionnelles, organisation de visites en France sont d'autres occasions d'échanger les points de vue et les expériences, d'expliquer les problématiques auxquelles sont confrontés les professionnels français et de mettre en valeur leurs meilleures réalisations.

■ Du régional au bilatéral



CFI privilégie les approches où la dimension régionale débouche sur l'action locale. En Asie, avec l'AIBD et l'ABU ou dans le monde arabe avec l'ASBU, CFI s'associe aux initiatives qui permettent de présenter

collectivement les spécificités de l'expertise française. Que ce soit dans le domaine de la gestion d'une rédaction (ABU), de la négociation des droits sportifs (ASBU et RAPAF), de l'écriture de sitcoms ou de la migration vers le numérique, ces interventions débouchent toujours sur des coopérations bilatérales.

Le RAPAF, un réseau en action

Le Réseau de l'Audiovisuel Public d'Afrique Francophone rassemble une quinzaine de directeurs généraux des principales chaînes d'Afrique subsaharienne pour des ateliers annuels où plusieurs chantiers majeurs sont discutés.

Collectivement, ces opérateurs couvrent un bassin de près de 120 millions de personnes. Ce club de décideurs influents se structure progressivement avec l'aide de CFI et devient un interlocuteur respecté. Pour Sidiki Konaté, le président du RAPAF : "CFI avance aux côtés du RAPAF et permet à ses membres de gagner en autonomie".



■ La dynamique Sud-Sud

CFI a patiemment construit son identité sur une relation maîtrisée entre les acteurs du Sud et les professionnels français. Après 20 années de coopération, CFI s'attache aujourd'hui à approfondir cette relation en lui ajoutant chaque fois que possible une dimension Sud-Sud.

- En matière de programmes, CFI s'est investi dans la circulation des productions africaines entre les chaînes du continent. Année après année, ces programmes gagnent en popularité et CFI s'est engagé à poursuivre ces efforts en se rapprochant systématiquement des initiatives et projets africains.
- Dans une logique comparable, les bénéficiaires d'un jour peuvent devenir les experts de demain. En 2008, le directeur général de la STV camerounaise, Mactar Silla, a été invité par CFI pour exposer à une vingtaine de journalistes de Mongolie la complexité des relations entre une chaîne publique et sa tutelle. De même, la productrice burkinabé Aminata Diallo est intervenue, à l'invitation de CFI, sur les techniques de sitcom africaines pendant le Sommet mondial de la telenovela de Buenos Aires.

CFI partenaire des JED

En novembre 2008, CFI et la Commission européenne ont réuni une dizaine de journalistes des pays ACP (Afrique, Caraïbes, Pacifique) pour couvrir les Journées Européennes du Développement (JED). Organisé comme une vraie rédaction, cet atelier multiculturel, encadré par 3 experts de CFI, a permis la réalisation d'une série de reportages courts et d'un magazine de 15 minutes.

FOCUS 2008



JOURNÉES EUROPÉENNES DU DÉVELOPPEMENT
Strasbourg 15-17 novembre 2008 eudevdays.eu

Renforcer les alliances

■ Agir ensemble

CFI, opérateur français de la coopération médias, se trouve au carrefour des initiatives, des requêtes ou des opportunités qui relèvent de cette thématique.

Tout naturellement, CFI relaie fréquemment auprès des autres acteurs français du secteur les demandes qu'ils sont directement susceptibles de traiter dans le cadre de leur mission. Le CSA, la chaîne parlementaire LCP-AN, l'Ecole supérieure de journalisme de Lille (ESJ), l'INA, France 24, RFI ou TV5Monde sont des interlocuteurs réguliers de CFI et des appuis précieux sur certains projets.

En 2008, une délégation CFI/RFI a ainsi représenté la France aux rencontres *Highway Africa* à Grahamstown (Afrique du Sud). Une délégation CFI/CSA a animé les ateliers des conférences de l'ABU à Singapour. Un expert de l'ESJ a été envoyé par CFI au centre de formation du GIPA en Géorgie. Un cadre de LCP-AN est parti en Mongolie et en Chine pour présenter le modèle français de chaîne parlementaire et envisager des partenariats.

Sao Tomé, un exemple de coopération multilatérale

CFI a conduit, pour la première fois, une mission conjointe avec la RTP auprès de la télévision de Sao Tomé (TVS). Une série de trois formations consacrées au rôle éducatif des médias a été soutenue par le Programme International pour le Développement de la Communication de l'UNESCO. A cette occasion, CFI a rassemblé les télévisions d'Angola, de Guinée-Bissau, du Mozambique, du Cap Vert et de Sao Tomé pour une semaine de réflexion sur la mise en réseau de programmes et l'élaboration d'initiatives communes.

CFI approche également des opérateurs étrangers tels que Deutsche Welle (DW), la Radio-télévision portugaise (RTP), BBC World Service Trust afin d'harmoniser les interventions auprès de certains bénéficiaires. En 2008, DW et CFI ont ainsi adressé à l'ASBU une proposition concertée d'ateliers. La RTP et CFI ont organisé conjointement une formation à Sao Tomé, à l'initiative de la délégation régionale de l'UNESCO à Libreville (Gabon).

Très régulièrement, CFI propose à quelques partenaires français et européens de répondre en commun à des

appels à propositions émanant de la Commission européenne ou de l'Unesco.

S'associer signifie partager des opérations et préparer des projets autour des grandes causes ou des problématiques qui intéressent aujourd'hui les pays du Sud.

Viviane Reding
commissaire européen chargée de la société de l'information et des médias

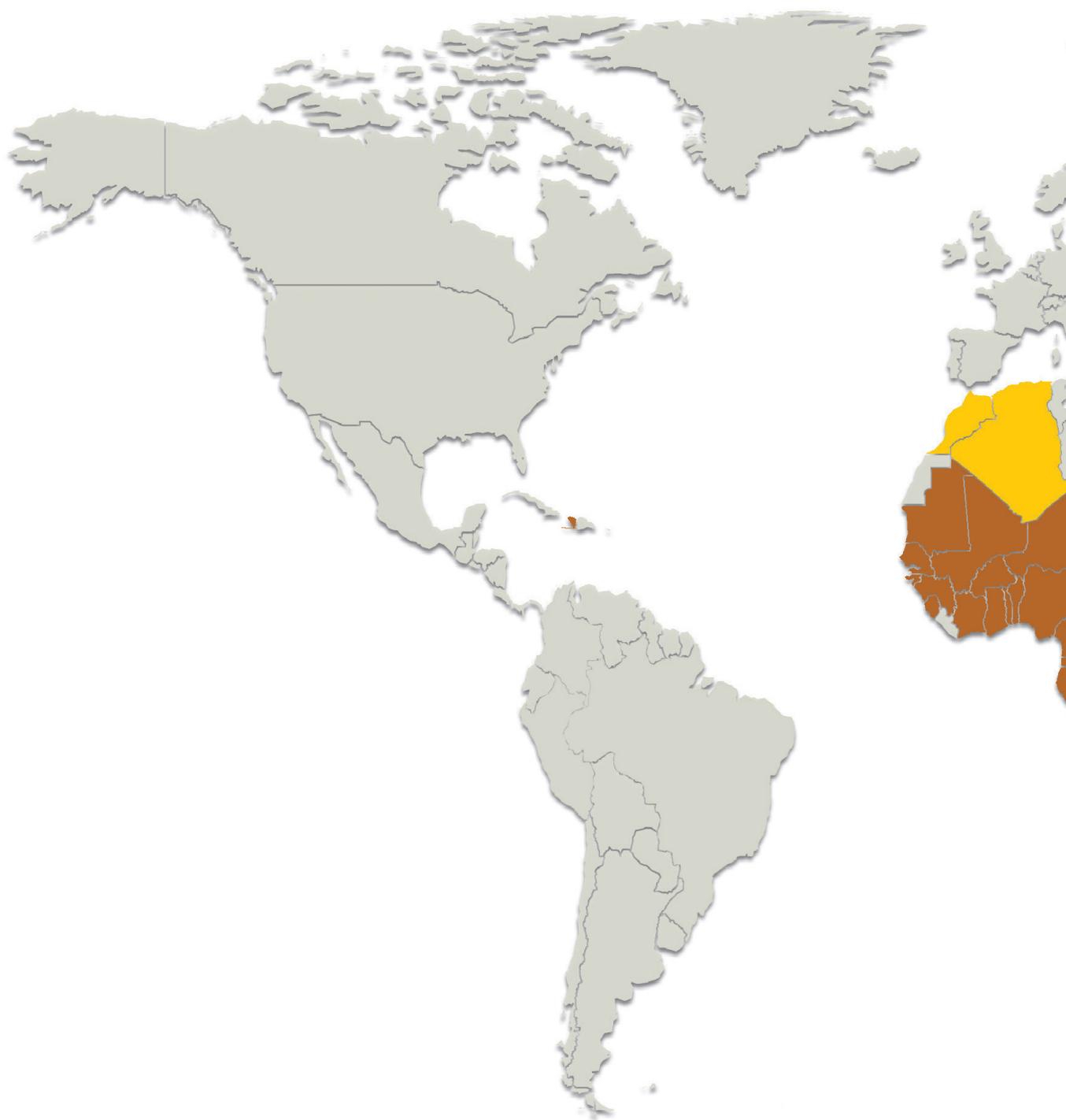
Diversifier les sources de financement

CFI répond, seul ou en association avec d'autres opérateurs européens, à des appels à propositions ouverts par des bailleurs de fonds internationaux. C'est dans ce cadre que 3 projets déposés en 2008 ont été retenus par la Commission européenne :

- Renforcement du secteur des médias dans le processus démocratique au Tchad, avec le GRET et la Fondation AFP.
- Animation d'un réseau de télévisions africaines visant à favoriser la circulation des œuvres du continent, avec l'Association Privée des Producteurs et Télévisions d'Afrique (APPTA).
- Ecriture de scénario et création d'une série télévisée océanienne, avec les télévisions de Fidji, des Salomon, de Papouasie Nouvelle-Guinée et de Vanuatu.



CFI dans le monde

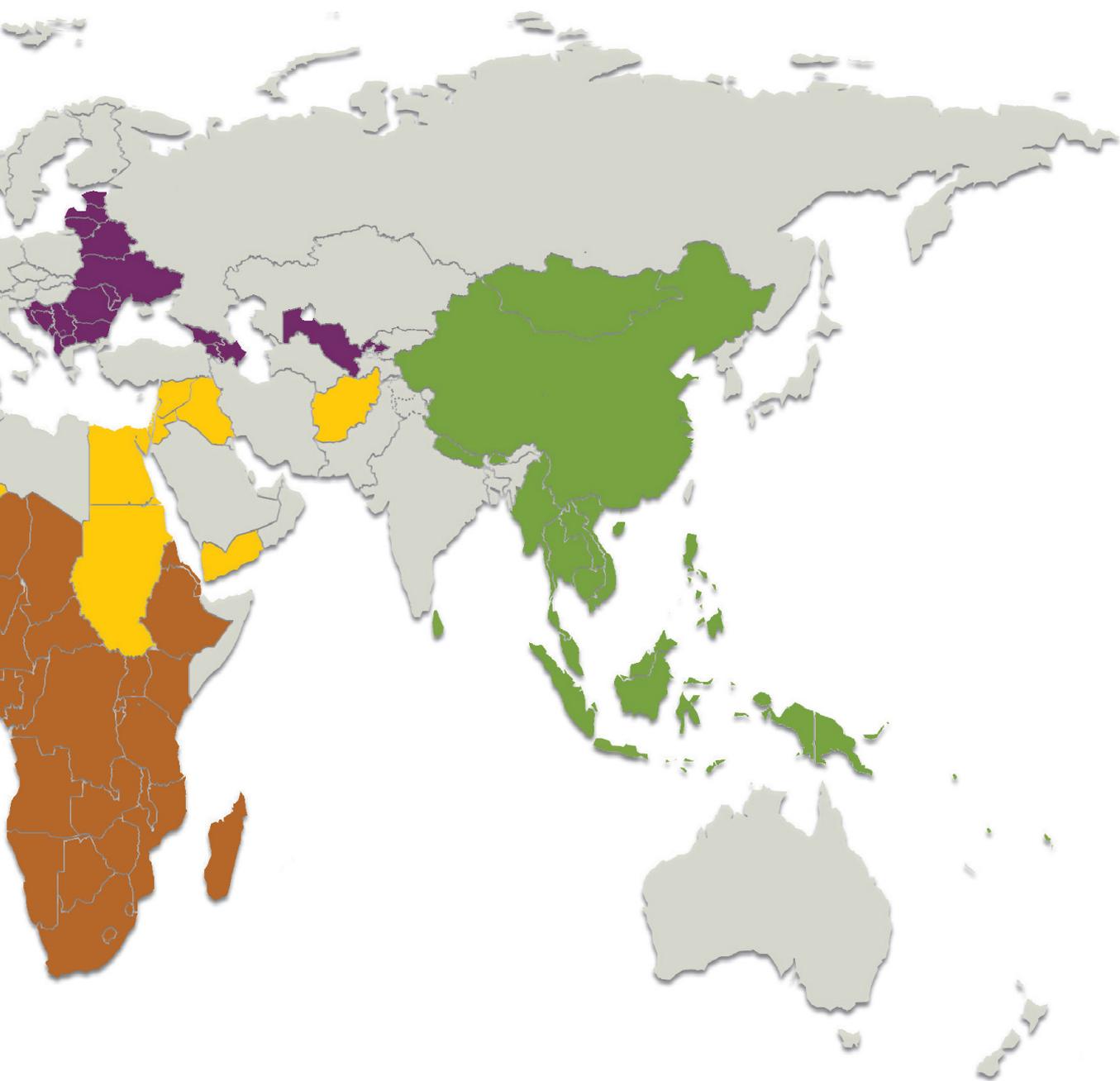


■ Afrique, Océan Indien et Amérique Latine

46 pays partenaires
322 journées d'expertise
387 bénéficiaires
2 311 h de programmes proposées en Afrique
495 h de programmes proposées en Haïti
77 organismes partenaires

■ Proche et Moyen-Orient

10 pays partenaires
159 journées d'expertise
392 bénéficiaires
675 h de programmes proposées
20 organismes partenaires



■ Europe Centrale et Orientale

19 pays partenaires
241 journées d'expertise
295 bénéficiaires
734 h de programmes proposées
25 organismes partenaires

■ Asie - Océanie

20 pays partenaires
221 journées d'expertise
398 bénéficiaires
531 h de programmes
30 organismes partenaires

Ils ont contribué aux actions de CFI en 2008

■ ABU ■ ACID SPORT ■ ADECAL ■ AFD ■ Africastar ■ Agence de la Francophonie ■ AIBD ■ AITV ■ APPTA ■ Arte France ■ ARTOI ■ ASO ■ Réseau des Alliances Françaises ■ Ambassades et Consulats de France ■ Ambassades des partenaires à Paris ■ ASBU ■ Association FIFO ■ Basic Lead ■ Bophana ■ Canal Sat ■ CAAA ■ CELEC ■ CIFAP ■ CIRTEF ■ COI ■ Collège Balte des Médias et du Cinéma ■ Commission européenne ■ CONFEJES ■ COPEAM ■ CSA ■ CUC ■ Deutsche Welle Akademie ■ Discop East ■ Éditions Dixit ■ Egide ■ EPTV ■ ESJ Lille et Montpellier ■ Euronews ■ FESPACO ■ FIBA ■ FIFA ■ FIGRA ■ FILA ■ FIMA ■ Fondation Anna Lindh ■ Fondation AFP ■ France 2 ■ France 3 ■ France 5 ■ France 24 ■ France Télévisions ■ France Télévisions Publicité International ■ GIPA ■ Globecast ■ GRET ■ Highway Africa ■ IAAF ■ IMG ■ IMMAR ■ INA ■ LCP-AN ■ Les campus artistiques nomades ■ L'Orient-Le Jour ■ Caucasus Media Institute ■ Media Club ■ Media Consulting Group ■ MDA ■ Ministère des Affaires étrangères et européennes ■ Ministère de la Culture et de la Communication ■ MTI-Teleport ■ OIF ■ OSMI ■ OVERON ■ People TV ■ RAPAF ■ RFI ■ RFO ■ RTP ■ SARFT ■ SCAM (Prix Albert Londres) ■ Secrétariat Permanent pour le Pacifique ■ Sunset + Vine ■ TAM ■ TNS-SOFRES ■ Trophées Kora ■ TV5Monde ■ TVFI ■ UEFA Team Marketing ■ UAR ■ UER ■ UNESCO Libreville, Paris, Pékin ■ UPF



Coopération Médias

Contact :
Direction relations extérieures
et communication
com@cfi.fr
131 avenue de Wagram
75017 PARIS - France

www.cfi.fr