CFI
DÉVELOPPEMENT
MÉDIAS

RA-CFI.FR

RAPPORT D'ACTIVITÉ
2021

SOMMAIRE

EN 2021, UNE MISSION PLUS ESSENTIELLE QUE JAMAIS 3

LES TEMPS FORTS DE L'ANNÉE 4

GÉOGRAPHIE DES INTERVENTIONS 6

PROJETS 7

PAMT2 8
Une nouvelle étape dans la réforme des médias tunisiens

DÉSINFOX AFRIQUE 9
Lutter contre la propagation des infox en Afrique de l'Est et Centrale

QARIB 10
Accompagner les médias pour favoriser la cohésion sociale

MÉDIASAHEL 11
Offrir un nouvel espace d'expression à la jeunesse sahélienne

AFRI'KIBAARU 13
Enrichir l'information sur le développement durable au Sahel

ASWATNA 14
Des radios soudanaises œuvrent pour la transition démocratique

QUDRA 2 15
Production et distribution d'informations pour les populations réfugiées syriennes

MAKANATI 16
Femmes et médias dans les zones de conflits

CONNEXIONS CITOYENNES 2 17
Accompagner l'émergence de projets numériques d'action citoyenne

DIALOGUES MIGRATIONS 18
Faire évoluer les représentations sur les migrations diffusées dans l'espace public

MÉDIALAB ENVIRONNEMENT 19
Journalisme environnemental en Méditerranée

MÉDIALAB POUR ELLES 21
Collecter, analyser et diffuser les données sur le genre

DUNIA 22
Les médias au service de l'urgence climatique

EXPRESSIONS BALKANIQUES 23
Soutenir la voix de la jeunesse des Balkans grâce aux médias numériques

CONSEILS DE JOURNALISTES 24
70 vidéos pour couvrir l'information autrement

MAISON MÈRE, BAILLEURS ET AUTRES PARTENAIRES 25

APERÇU 2022 26

BILAN FINANCIER 27

EN 2021, UNE MISSION PLUS ESSENTIELLE QUE JAMAIS

En octobre 2021, le ministre de l'Europe et des Affaires étrangères et le PDG de CFI ont signé le nouveau contrat d'objectifs de l'agence pour la période 2021-2023 lors du Nouveau Sommet Afrique-France. Ce contrat rappelle l'identité et la place de CFI en tant qu'opérateur de référence dans le domaine de l'aide au développement des médias dont l'action est articulée autour de quatre priorités : la lutte contre la désinformation, l'égalité entre les femmes et les hommes, la protection de l'environnement, la promotion de la démocratie et l'engagement citoyen. Quelques mois plus tard, cette place unique de l'agence française de développement médias a été de nouveau rappelée par le Président de la République à l'occasion du Sommet pour la démocratie en décembre.

2021 a également été marquée par l'évaluation par un organisme indépendant de l'action globale de l'agence sur la période 2015-2019. Un bilan méthodique, précis et largement positif a ainsi été dressé de notre action et des fruits récoltés à la suite d'un travail de terrain effectué au plus proche de nos partenaires depuis de nombreuses années. Enfin, et dans sa logique de sa démarche qualité, CFI a également initié en 2021 une procédure de mesure de l'impact de ses projets.

La place toute particulière qu'occupe l'agence s'accompagne d'une responsabilité croissante en raison de la multiplication des menaces qui pèsent sur notre planète, notre sécurité et les valeurs démocratiques que nous partageons. Face à la montée des manipulations de l'information, le rôle de CFI est apparu encore un peu plus essentiel en 2021.

Combattre les infox et encourager l'égalité des genres

Après le projet Vérifox Afrique, une seconde initiative a été lancée, baptisée **Désinfox Afrique**. Ce projet a pour objet de lutter contre la désinformation en formant les journalistes des médias de six pays d'Afrique francophone au *fact-checking* et à la vérification de l'information.

CFI a aussi poursuivi ses actions destinées à encourager l'inclusion des femmes et leur participation au débat public, à travers les projets **Makanati**, qui renforce la place des femmes dans les médias en Irak et au Yémen, et **MédiaLab pour Elles**, qui forme en Afrique des journalistes au traitement des données ouvertes en matière de genre.

Sensibiliser sur les questions environnementales et promouvoir la démocratie

Face aux défis environnementaux, les journalistes ont un rôle essentiel à jouer pour sensibiliser les populations et induire des changements de comportements. C'est dans cette logique que s'inscrivent les projets **Afri'Kibaaru**, **MédiaLab Environnement** ou encore **Dunia** qui visent à renforcer les capacités des médias à s'approprier et traiter ces questions au plus proche des populations.

Enfin, la promotion d'une information libre, indépendante et démocratique, en particulier pour et par la jeunesse, est restée au cœur de nos actions, notamment avec les projets **Connexions Citoyennes 2** et **MédiaSahel** en Afrique, **PAMT2** en Tunisie et **QARIB** en Jordanie, Iraq, Liban et Palestine.

Au total, le budget investi dans les activités de CFI a progressé de 20% entre 2020 et 2021, grâce à une mobilisation toujours plus forte des équipes qui ont conçu, négocié, mis en œuvre et analysé chacun de nos projets, malgré un contexte sanitaire difficile et des situations sécuritaires et politiques souvent tendues (Sahel, Soudan, Ukraine, Tunisie).

L'enjeu pour CFI est maintenant de s'inscrire durablement dans une démarche de redevabilité, de durabilité et d'amélioration permanente.

LES TEMPS FORTS DE L'ANNÉE

Les 12 événements majeurs qui ont marqué l'année 2021 pour l'agence française de développement médias.

Janvier

Débat sur les infox à la nuit des idées de Ougadougou (Burkina Faso).

Février

Sélection des 25 porteurs et porteuses de projets Connexions Citoyennes 2.

Mars

Lancement de « Correspondances » le podcast des artisans de l'info.

Avril

Mise en ligne du site « Conseil de journalistes », 70 vidéos pour mieux comprendre les thématiques du journalisme.

Mai

Renouvellement de deux collections du site « 24h dans une rédaction » consacrées au journalisme web et à la presse écrite.

Juin

Rencontre entre les équipes CFI et FMM du projet Afri'Kibaaru.

Juillet

Lancement de Qarib à l'Institut français de Beyrouth (Liban).

Août

Publication du livret de témoignages Aswat Jadida qui raconte dix années d'évolutions dans les médias arabes.

Septembre

Débat sur le journalisme environnemental dans le Sud de la Méditerranée lors des Assises du journalisme de Tours.

Octobre

Restitution de l'évaluation de l'action de CFI par Planète publique et signature du nouveau contrat d'objectifs par le ministre de l'Europe et des Affaires étrangères et le PDG de CFI, en présence de la PDG de FMM.

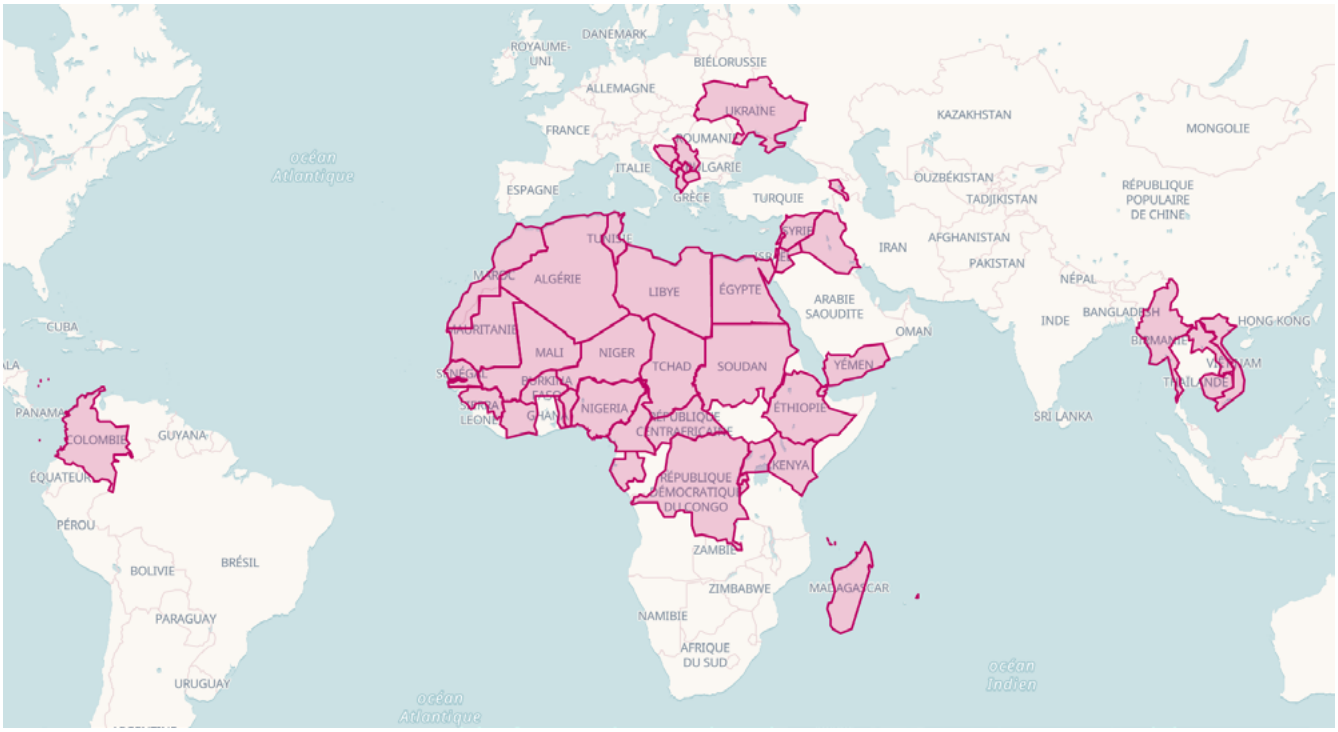
Novembre

Séminaire interne de partage d'expériences et de capitalisation sur les projets « genre ».

Décembre

Lancement officiel du PAMT2 à Tunis.

GÉOGRAPHIE DES INTERVENTIONS EN 2020



LES CHIFFRES CLÉS 2021

35
projets

54%
de projets intègrent la lutte contre les infox

42%
de femmes bénéficiaires de nos actions

37%
de projets consacrés à la jeunesse

15,5M€
de ressources mobilisés

PROJETS

En 2021, 35 projets ont été menés au profit de professionnel•les d'une vingtaine de pays. Découvrez 15 d'entre eux.

PAMT2

Une nouvelle étape dans la réforme des médias tunisiens

Calendrier : décembre 2021 – décembre 2026 **/ Budget global :** 5,3 M€

En Tunisie, les médias gouvernementaux, devenus libres pendant la transition, ont eu un rôle primordial à jouer dans la phase de consolidation du système démocratique du pays. La capitalisation des acquis de la Révolution, au bénéfice de la population, en matière de médias et de liberté d'expression est au cœur du PAMT2.

Lancé en mars 2021, le PAMT2 (Programme d'Appui aux Médias en Tunisie) fait suite au projet MEDIA UP 1, initié par la délégation de l'Union européenne (UE) en Tunisie en 2017 et mené jusqu'en 2020. La Délégation de l'Union européenne en Tunisie a confié la mise en œuvre de ce programme à CFI et à ses partenaires, ANSA (Italie), Article 19 (Tunisie, Royaume-Uni) Deutsche Welle Akademie (Allemagne), France Médias Monde (France), INA (France) et Thomson Media (Allemagne).

D'une durée de cinq ans, le PAMT2 s'inscrit dans un cadre plus large, celui du Programme d'Appui à la Gouvernance Économique (PAGE), qui accompagne la transition économique de la Tunisie. L'objectif général du PAMT2 est de « permettre au public de prendre des décisions éclairées sur les questions socio-économiques affectant leur vie et de participer activement aux débats démocratiques ».

Renforcer le secteur de médias professionnels

Tout au long de l'année 2021, CFI a travaillé au déploiement de l'équipe d'experts et à la mise en place d'un bureau à Tunis. Alors que ce projet a été préparé en période de restrictions de déplacements en raison de la pandémie de Covid-19, les premières missions d'expertise technique sur place ont affiné la stratégie d'intervention du consortium. Une cérémonie de lancement officiel s'est tenue dans la capitale tunisienne le 30 novembre 2021, en présence de l'Ambassadeur de l'Union européenne, des représentants des bénéficiaires et d'acteurs clés du secteur des médias dans le pays.

> *« En Tunisie, la liberté d'expression représente un des acquis majeurs de la révolution. La prise de conscience des droits et libertés fondamentales a créé de nouveaux défis pour le secteur médiatique. Les médias sont aujourd'hui appelés à jouer un rôle d'acteur d'information, de débat et de renforcement de la démocratie et des libertés fondamentales. Le libre accès à l'information et la liberté d'expression contribuent à instaurer une culture de redevabilité et de transparence, pierres angulaires de la vie démocratique d'une nation. »*
>
> **SEM Marcus Cornaro, Ambassadeur de l'Union européenne**

Sous l'égide de l'UE, CFI, ses partenaires et leurs interlocuteurs tunisiens ont donc posé en 2021 les jalons du PAMT2, qui interviendra dans des secteurs divers, tels que la régulation, la déontologie, le management des médias publics, privés et associatifs, l'innovation éditoriale, la communication publique ou encore l'éducation aux médias. Ce programme ambitieux relèvera le défi de la crise sanitaire en cours et des incertitudes quant à la situation institutionnelle du pays pour s'attacher à renforcer le secteur des médias professionnels, afin de garantir la diffusion d'une information libre, indépendante et plurielle.

DÉSINFOX AFRIQUE

Lutter contre la propagation des infox
en Afrique de l'Est et Centrale

Calendrier : octobre 2020 – décembre 2023 **/ Budget global :** 1,5 M€

La diffusion massive d'infox constitue un facteur majeur de désordre social dans un nombre croissant de pays africains. Elle rend nécessaire l'acquisition par les journalistes d'outils et techniques de vérification des faits.

Désinfox accompagne quatre à six médias dans six pays africains dans le développement d'une rubrique ou d'une émission de lutte contre les fausses informations. Ce projet prévoit de former 55 journalistes de 31 médias à la méthodologie et aux techniques de vérification de l'information et d'appuyer leurs responsables dans la mise en œuvre de stratégies d'élargissement d'audience et de recherche de partenariats.

Le début de l'année 2021 a été marqué par la sélection de journalistes bénéficiaires au Sénégal, au Cameroun et en République Centrafricaine, et par le lancement des activités de formation dans les six pays du projet à partir de juillet. Ainsi, à Dakar, huit formateurs ivoiriens, burkinabés, béninois et centrafricains, ont commencé par renforcer leurs compétences, avant de démarrer, au mois d'août, leurs missions auprès de médias pour les aider à lancer leurs rubriques ou émissions de lutte contre les fausses informations.

Fact-checking et stratégies de vérification de l'information

Des journalistes centrafricains, camerounais et sénégalais ont bénéficié à l'automne d'une première formation aux bases du *fact-checking* et à la déontologie de la vérification de l'information. Des ateliers techniques sur différents formats de narration multimédia du *fact-checking* (presse écrite, web et réseaux sociaux, radio et télévision) ont aidé les médias à atteindre une audience plus large en renforçant l'efficacité et la lisibilité de leurs productions. Des sessions consacrées à la stratégie de veille et de publication sur les réseaux sociaux se sont également tenues au Bénin et en Côte d'Ivoire.

> *« La dernière session, à Dakar, a été très instructive et importante, elle m'a donné des outils concrets que j'utilise à présent dans mon travail de journaliste. Au fil des formations, j'ai acquis des réflexes de fact checker. »*
> **Amadou Ba, journaliste Innovafrika (Sénégal)**

En 2021, les rédactions ont été accompagnées dans la mise en œuvre de nouvelles stratégies de vérification de l'information. Elles ont pu notamment s'appuyer sur l'application de formation en ligne « Luttons contre les infox », développée par CFI en partenariat avec les Observateurs de France 24 et l'entreprise LAFAAAC.

> *« Les formations Désinfox sont très utiles. À titre personnel, les modules sur Smart Breverty et Listicle m'ont été d'une grande utilité. Il s'agit de mode de traitement d'article de fact-checking très pratique et que j'utilise au quotidien. »*
> **Cryspin Laoundiki, journaliste Le Faso (Burkina Faso)**

La fin de l'année été marquée par la participation de CFI à l'organisation de la troisième édition du Sommet AfricTivistes, du 11 au 13 novembre à Abidjan (Côte d'Ivoire), qui a rassemblé blogueurs, blogueuses, activistes et institutions, pour partager des idées et faire naître des synergies. Lors de ces journées, Sophie Malibeaux, responsable de l'émission « Les Dessous de l'infox » à RFI, a animé un panel de discussions consacré à la désinformation.

QARIB

Accompagner les médias pour favoriser la cohésion sociale

Calendrier : janvier 2020 – décembre 2024 **/ Budget global :** 10M €

La Jordanie, le Liban, l'Irak et la Palestine sont aujourd'hui confrontés à des enjeux similaires en termes de cohésion sociale. Dans ces pays, comme partout ailleurs, les médias, à la fois acteurs de transmission des valeurs et de représentation des identités, peuvent constituer de puissants outils de transformation sociale, capables d'apaiser les tensions.

Financé par l'Agence française de développement (AFD), le projet régional Qarib (« proche » en arabe) renforce les médias et la production d'information dans quatre pays du Proche et Moyen-Orient, afin d'encourager la cohésion sociale, favoriser l'inclusion des populations, en particulier des femmes, et promouvoir le débat public. Ce projet regroupe des activités à la fois régionales et nationales qui s'enrichissent mutuellement.

En 2021, Qarib a lancé le projet #SA7, mis en œuvre par ARIJ (*Arab Reporters for Investigative Journalism*), qui vise à établir un réseau d'organisations et d'individus en Palestine, au Liban, en Irak et en Jordanie pour contribuer à lutter contre la désinformation. #SA7, qui s'inscrit au sein de l'AFCN (*Arab Fact Checker Network*), proposera à ses membres des formations au *fact-checking* ainsi que des campagnes de sensibilisation à la désinformation.

Encourager la production de contenus sur des thèmes de société

Durant l'année, Qarib a accompagné une vingtaine de médias dans le développent de contenus de proximité sur les thématiques du genre, de l'environnement ou encore de la jeunesse. Parmi eux, Radio Nisaa (Palestine), Al Menassa (Irak), Sada Podcast (Jordanie) et Daraj (Liban) ont produit une soixantaine de contenus écrits, audio et vidéo en faveur des femmes, afin de faciliter leur inclusion et la compréhension de leurs préoccupations au sein de la société. Trois médias libanais, Raseef22, Beirut Today et Megaphone ont aussi bénéficié d'un soutien à la production de sujets sur la vie quotidienne.

> *« L'appui de Qarib a été essentiel pour Beirut Today car il nous a donné la liberté et la capacité de nous diversifier dans un travail documentaire pertinent et approfondi, ce que nous avions toujours voulu faire, mais sans en avoir la capacité. Notre média a offert des opportunités aux jeunes acteurs indépendants de l'écosystème médiatique libanais, dans une période où la crise économique avait limité toutes leurs possibilités. »*
>
> **Laudy Issa, responsable de projet et journaliste à Beirut Today**

Enfin, au Liban et en Palestine, la fondation Samir Kassir a aidé une dizaine de médias à assurer la viabilité de leur structure. Ce renforcement des modèles économiques, qui concerne aussi des incubateurs et acteurs locaux du développement des médias, bénéficiera, à plus long terme, à d'autres médias.

MÉDIASAHEL

Offrir un nouvel espace d'expression à la jeunesse sahélienne

Calendrier : janvier 2019 – décembre 2022 **/ Budget global :** 8,3 M€

La zone du Sahel connaît depuis plusieurs années une série de crises multiformes, qui se superposent et s'amplifient. Cette instabilité ne pourra être résolue sans une meilleure inclusion socio-politique des jeunes. Les médias ont un rôle à jouer dans ce domaine.

Depuis trois ans, le projet MédiaSahel – financé par l'Agence Française de Développement (AFD) – place au cœur de son action l'inclusion de la jeunesse, en particulier des jeunes femmes, ainsi que la stabilisation et le développement démocratique du Burkina Faso, du Mali et du Niger. À travers un dispositif d'appui à la production d'émissions, il vise à offrir aux Sahéliennes et Sahéliens des informations fiables et des opportunités de participation à la vie publique de leurs pays.

En 2021, les activités de formation des journalistes et d'appui à la production de contenus dédiés à la jeunesse se sont poursuivies, malgré un contexte sanitaire et sécuritaire toujours instable.

Donner la parole aux jeunes

Entre février et mai 2021, 18 formations à l'interactivité radio ont été organisées dans les trois pays du projet : 216 journalistes, techniciennes et techniciens ont renforcé leurs compétences pour produire des émissions de qualité, dans lesquelles les jeunes sont invités à participer et réagir.

> *« Je ne savais pas comment organiser mon introduction et les informations qui devaient y figurer. Aujourd'hui, j'arrive à rédiger un sommaire, à mieux préparer mes émissions, ce que je ne faisais pas. Je laissais plutôt les auditeurs s'exprimer sur le thème abordé, sans y apporter la contradiction quand cela était nécessaire. Mes acquis vont m'aider à structurer mes émissions. »*
>
> **S. Sankara de la radio La Voix du Paysan**

Les sessions sur le journalisme sensible au genre et au conflit, organisées au second semestre, ont permis à 146 journalistes et responsables de médias de mieux appréhender ces concepts afin de les intégrer davantage dans les grilles de programmes et le traitement des sujets. Ces formations ont été complétés par des suivis in situ, menés au sein des 73 radios partenaires projet, en octobre et novembre 2021.

> *« Dans nos émissions de radio, nous avions tendance à reproduire des stéréotypes, à en faire presque de la propagande, sans nous apercevoir du fait qu'ils peuvent être source de certains types de conflits. Cette formation nous a appris à les repérer et à essayer de nous en défaire. Comprendre que beaucoup de ces préjugés sont des constructions socio-culturelles est un grand pas. »*
>
> **Zouera, journaliste à la radio Scout de Niamey**

En plus des renforcements de capacités journalistiques, 30 responsables de médias (dix par pays) ont bénéficié d'un appui en management radio, pour travailler sur les questions de viabilité de leur structure, et de gestion économique et associative.

Mobiliser et impliquer des jeunes « relais »

Depuis début 2021, trois projets éditoriaux sont aussi accompagnés dans la production de formats vidéo innovants. Inspirées de l'émission Pas2Quartier et soutenues par une journaliste de France 24, ces vidéos sont diffusées depuis l'été sur les réseaux sociaux de trois webmédias : DoniBlog, Etrane TV et Toute Info.

En parallèle, MédiaSahel a impliqué 75 jeunes femmes et hommes comme « relais » au sein de leurs communautés. En partenariat avec l'ONG sénégalaise RAES (Réseau Africain pour l'Éducation, la Santé et la citoyenneté), ces jeunes ont été formé·es pour mener des débats citoyens. Dans plus de vingt localités du Burkina Faso, du Mali et du Niger, des thés débats et des animations culturelles se sont tenues en juillet et août, autour des thématiques phares de la série radiophonique Dianké : participation citoyenne de la jeunesse, place de la femme, corruption...

Ces jeunes « relais » ont également pris part au processus d'évaluation des émissions qui leurs sont dédiées à travers des comités d'écoute, afin que les programmes soient davantage en adéquation avec les sujets et les formats qui les intéressent.

AFRI'KIBAARU

Enrichir l'information sur le développement durable au Sahel

Calendrier : décembre 2020 – décembre 2023 **/ Budget global :** 3,5M €

Les populations du Grand Sahel ne disposent pas suffisamment de contenus médiatiques fiables, accessibles et attractifs pour appréhender les objectifs du développement durable (ODD). Les médias ont un rôle majeur à jouer pour enrichir ces contenus.

Depuis fin 2020, Afri'Kibaaru sensibilise et forme des professionnel·les des médias de six pays du Sahel aux enjeux du développement durable (ODD). Financé par l'Agence Française de Développement (AFD) et mis en place en partenariat avec France Médias Monde (FMM), ce projet doit permettre aux populations du Grand Sahel de disposer de contenus fiables, accessibles et attractifs sur le changement climatique, l'égalité femmes-hommes, la santé, l'éducation et plus largement les ODD afin qu'elles deviennent actrices de leur mise en œuvre.

Des formations pour rendre les contenus sur les ODD accessibles

En septembre 2021, les premières formations sur les « bases et fondamentaux du journalisme » ont mobilisé 90 journalistes (dont 50 femmes) travaillant pour les 46 médias partenaires des six pays du projet (Mauritanie, Sénégal, Mali, Burkina Faso, Niger et Tchad). Adama Diarra de la Radio Jamana à Mopti en a déjà tiré de nombreux bénéfices : *« Après la formation j'ai commencé à aller sur le terrain et à faire mes propres papiers journalistiques, à choisir mes angles, choses que je ne faisais pas avant. »*

Préparation des sujets, recherche d'angles, équilibre des genres dans le choix des sources, rédaction d'article, habillage, vérification d'informations... Les personnes formatrices ont pu faire le tour des fondamentaux, avec comme fil conducteur les ODD. En Mauritanie, le formateur David Solon a encouragé les journalistes à s'unir pour créer une page Facebook. Cette page, intitulée *Mauri Média* rassemble les publications sur les ODD, pour encourager les journalistes à créer des liens autour de ces enjeux.

Du coaching pour approfondir les fondamentaux

Les 46 médias du projet ont également bénéficié de quatre jours de coaching pour faciliter la mise en pratique des apprentissages avec des effets parfois immédiats. Au Burkina Faso, le formateur Charlemagne Abissi a noté que *« la nouvelle grille des programmes de la RTB Radio rurale prend davantage en compte les ODD et de façon plus stratégique »*. Au Niger, une journaliste de Radio Nagarta s'est aperçue que la station *« traitait des ODD auparavant sans le savoir »* et que *« la formation sur les fondamentaux et le coaching ont permis de mieux les aborder. »*

Ce coaching a aussi eu un impact sur la diversification des supports de production. Rafika Bendermel, formatrice au Sénégal, a constaté que *« les médias commencent à développer des formats multimédias. Jokko fm et Dabakh fm se mettent au reportage vidéo et la Radio Municipale de Dakar a créé son podcast sur Spotify. »*

Enfin, Afri'Kibaaru a lancé un premier concours de productions journalistiques sur le thème de l'innovation autour de l'égalité femmes-hommes, au terme duquel 41 initiatives ont été présentées. Les personnes lauréates bénéficieront d'une bourse et d'un accompagnement de six mois pour réaliser leur projet.

ASWATNA

Des radios soudanaises œuvrent pour la transition démocratique

Calendrier : septembre 2020 – juin 2022 **/ Budget global :** 127 K€

Dans un contexte d'instabilité politique et de tensions intracommunautaires au Soudan, Aswatna (« nos voix » en arabe) s'appuie sur les radios pour diffuser des contenus sur le thème de la réconciliation nationale et contribuer, ainsi, à instaurer des conditions favorables au débat public avant les prochaines élections.

Depuis 2020, Aswatna accompagne l'Académie soudanaise des Sciences de la communication et de la formation aux médias, pour former des journalistes et des rédacteurs et rédactrices en chef de radios soudanaises et encourager la production de contenus de qualité au Soudan.

Après une étude des besoins, en collaboration avec la radio Monte Carlo Doualiya, CFI a commandé et envoyé le matériel audiovisuel nécessaire à la rénovation des studios à Khartoum en mai 2021. Un expert en production et diffusion de contenus médias s'est ensuite rendu dans la capitale en juillet pour installer ces nouveaux équipements. L'Académie possède aujourd'hui un studio radio pour l'enregistrement et la diffusion, un studio de montage audio et un autre de montage vidéo, en plus du plateau de production vidéo déjà existant. Ces équipements sont mis à la disposition des journalistes soudanais ainsi que des bénéficiaires des formations (administrations publiques, médias publics et quelques médias privés). Les deux responsables de l'exploitation technique de l'Académie ont également été initiés à l'utilisation du nouveau matériel.

> *« L'Académie possède maintenant des studios équipés avec du matériel d'une excellente qualité dont nous sommes fiers. Par ailleurs, l'accompagnement dont nous avons bénéficié avec mon collègue nous a permis de maîtriser l'utilisation des équipements et donné la capacité de former à notre tour le personnel responsable de l'exploitation technique de nos studios, ainsi que celui des radios publiques dans les prochains mois ».*
> **Weameldeen Abdelmajid, co-responsable de l'exploitation technique des studios de l'Académie soudanaise des Sciences de la communication et de la formation aux médias**

Former des journalistes à la production de reportages radios

Des formations pour journalistes et rédacteurs et rédactrices en chef de radios soudanaises complèteront ce dispositif : 42 personnes de quinze états différents du Soudan, dont 22 femmes, ont été sélectionnées en octobre pour suivre deux sessions sur la production de reportages radios en lien avec la réconciliation nationale et la transition démocratique.

QUDRA 2

Production et distribution d'informations pour les populations réfugiées syriennes

Calendrier : septembre 2019 - août 2022 **/ Budget global :** 2 M€

Depuis 2016, CFI gère le volet médias du programme européen Qudra – mené par la GIZ (agence d'aide au développement allemande), en partenariat avec Expertise France et majoritairement financé par l'Union européenne – qui assure la collecte et la diffusion d'informations utiles pour la vie quotidienne des populations réfugiées syriennes de Jordanie et du Liban, et facilite les liens avec les communautés d'accueil.

Le second volet, Qudra 2 participe au renforcement de la cohésion sociale et de la stabilité entre ces communautés, principalement à travers le partage et la publication d'informations fiables et précises. En 2021, celles-ci ont principalement porté sur l'emploi et l'éducation en Jordanie, et la protection sociale au Liban.

En réponse à la pandémie, quinze vidéos d'animation ont été produites en Jordanie, en collaboration avec les ministères de l'Éducation et du Travail, afin d'informer sur les mesures sanitaires à prendre, à l'école et au travail, pour minimiser les risques d'infection. Afin d'assurer une audience maximale, ces vidéos ont été diffusées à la télévision. Au Liban, sept vidéos de conseils aux parents, ainsi qu'aux soignants et soignantes, ont été produites avec le ministère des Affaires sociales : sécurité des enfants sur Internet, budgétisation familiale en temps de crise, gestion du stress...

« Éviter les discours haineux »

En 2021, 59 journalistes de Jordanie et du Liban ont reçu un soutien de Qudra 2, dont 56% de femmes. Douze ateliers ont été organisés sur des thématiques diverses : vérification des faits, éthique du journalisme, traitement de la question des réfugiés, couverture de la protection de l'enfance, reportages sensibles au genre...

> *« Je suis vraiment reconnaissante d'avoir participé à cette formidable formation. J'ai pu intégrer les connaissances, les outils et les compétences nécessaires pour couvrir les histoires de réfugiés de manière éthique et professionnelle. J'ai découvert la notion de "journalisme bienveillant" et comment éviter les discours haineux lors de la rédaction d'un article. »*
> **Shefaa Qudah, journaliste jordanienne indépendante (atelier sur la couverture des histoires de réfugiés)**

Dans les deux pays, des médias (Radio Al Balad, Roya TV et Al Ghad en Jordanie, et Raseef 22, Beirut Today, Sharika Wa Laken, Daraj et Planet News Business au Liban) ont également été soutenus pour produire des contenus vidéos et des articles sur le thème de la cohésion, de la protection sociale, de l'emploi et de l'éducation. Publiés sur les pages Facebook du projet Together in Jordan et Together in Lebanon, qui ciblent les populations réfugiées et les communautés vulnérables. Ces productions ont atteint plus de deux millions de vues.

> *« Ce fut une expérience très précieuse. J'ai pu acquérir des compétences et même découvrir de nouvelles lois. J'ai apprécié la manière interactive de présenter les informations. »*
> **Hadeel Iskandar, journaliste à Daraj Media au Liban (atelier sur la couverture médiatique sensible au genre)**

MAKANATI

Femmes et médias dans les zones de conflits

Calendrier : février 2020 à février 2022 **/ Budget global :** 627 K€

Au Yémen et en Irak, deux pays marqués par une grave instabilité sécuritaire et une culture à forte prédominance masculine, la situation des femmes est devenue une préoccupation majeure. Makanati (« ma place » en arabe) encourage une plus large participation des femmes dans la société et une meilleure compréhension de leurs problèmes par la population.

Depuis deux ans, Makanati contribue à l'amélioration de la situation des femmes en Irak et au Yémen, pays où elles sont régulièrement victimes de violations flagrantes des droits humains et exposées aux violences sexuelles ou sexistes. Ce projet vise une plus large participation des femmes dans la société et une meilleure compréhension de leurs préoccupations par la population, à travers des actions de formation auprès de femmes journalistes, ainsi que la production et la diffusion de contenus médiatiques.

En 2021, plus d'une centaine de journalistes et étudiantes ont bénéficié de formations sur le thème de l'égalité femmes-hommes. Des chercheurs irakiens ont produit une feuille de route avec des recommandations sur la promotion de la participation des femmes dans les médias. Un séminaire national, organisé au Yémen, a réuni 25 participant es – journalistes, représentant es d'OSC et de médias locaux – pour définir des pistes concrètes afin d'améliorer la représentation des femmes dans les organes de presse. Enfin, 70 personnes ont été formées au leadership, à la gestion des entreprises de presse, aux lois et politiques liées aux femmes, et à l'égalité des genres dans les deux pays.

> *« Ma participation au projet Makanati a été un tournant dans ma vie, tant sur le plan professionnel que personnel ».*
> **Mihraban Salih, journaliste et professeur à l'université de Sulaimaniya (Irak)**

Trois nouvelles émissions de radios pour parler des femmes

Plus de 150 contenus dédiés aux femmes ont été diffusés en 2021, grâce aux deux plateformes Makanati.net et Hodaj.net, lancées respectivement au Yémen et en Irak, gérées par les bénéficiaires du projet. Ils ont été produits par 80 journalistes et étudiantes du département Média de l'université, ayant bénéficié d'un accompagnement individuel pour la production de reportages. La radio Monte Carlo Doualiya (MCD) a, quant à elle, réalisé, en février 2021, un reportage dédié spécifiquement aux bénéficiaires de Makanati.

Un monitoring de contenus a évalué la qualité des productions et émis des recommandations. Au Yémen, 65 épisodes ont été diffusés grâce au lancement de trois émissions de radio pour les femmes : *Saniaat Assalam* (« bâtisseuses de paix » en arabe) et *Makanati* par radio Lana, ainsi que *A'ashanik* (« pour toi » en arabe) par radio Yémen Times. Ces émissions ont sensibilisé la population yéménite à la nécessité de combattre la violence à l'égard des femmes et les stéréotypes liés au genre, mais leur ont aussi donné la parole, afin d'évoquer leurs projets, leurs réalisations et leur participation dans la reconstruction du pays.

CONNEXIONS CITOYENNES 2

Accompagner l'émergence de projets numériques d'action citoyenne

Calendrier : août 2019 - septembre 2022 **/ Budget global :** 3,25 M€

Engagée de plus en plus activement en faveur d'une action publique efficace et transparente, la société civile en Afrique a besoin de connaissances suffisantes et d'un écosystème favorable pour concrétiser, pérenniser et partager ses initiatives.

Lancé en 2020, grâce à un financement de l'Agence Française de Développement (AFD), Connexions Citoyennes 2 contribue à la participation citoyenne des jeunes, au contrôle citoyen de l'action publique et à la réduction de la fracture numérique de genre, à travers l'usage des technologies de l'information et de la communication (TIC). Ce projet de trois ans, qui s'adresse à l'ensemble de l'Afrique francophone, accompagne l'émergence d'une communauté partageant des solutions numériques et citoyennes sur le continent.

En 2021, les activités du projet se sont poursuivies avec le lancement d'une seconde édition du MOOC* visant à promouvoir le potentiel des civic tech et à favoriser l'action citoyenne en Afrique francophone à travers le numérique. Enrichi de contenus additionnels et de nouveaux intervenants et intervenantes, cet outil de formation en ligne entièrement gratuit, a été lancé en octobre, accompagné d'une campagne de communication massive. La formation a sensibilisé plus de 5300 personnes aux enjeux et aux possibilités de l'innovation numérique et citoyenne.

« Merci infiniment à l'équipe du MOOC Connexions citoyennes pour cette belle formation qui nous permet d'approfondir nos connaissances sur les projets civic tech. Une mine d'informations que l'on exploitera à fond pour mettre en place des projets innovants, viables et à fort impact sur nos communautés. » "Sembene25" sur le forum du MOOC

Accompagnement éditorial et technique d'initiatives citoyennes

Parallèlement, une première promotion de 25 porteurs et porteuses de projets a été accompagnée pour le développement éditorial et technique de leurs initiatives pendant sept mois. En juin, cinq ateliers se sont tenus simultanément à Abidjan (Côte d'Ivoire), Ouagadougou (Burkina Faso), Bukavu (RD Congo), Antananarivo (Madagascar) et Tunis (Tunisie) pour aider les bénéficiaires à préciser leurs projets et établir des plans d'action. En novembre, des stages d'incubation suivis de « collaborathons » ont été mis en place à Abidjan et Dakar (Sénégal), réunissant les participants et participantes selon les thématiques de leurs projets. Un accompagnement individuel leur a également été proposé à travers un dispositif de mentorat et un appui personnalisé au sein des incubateurs locaux de leurs pays respectifs.

> *« L'accompagnement de CFI m'a apporté l'expertise dont j'ai besoin pour que mon projet quitte le stade d'idée. J'ai beaucoup appris et mon projet est en train de prendre forme définitivement ».*
>
> **Caroline Mveng, bénéficiaire du programme d'incubation**

Enfin, en décembre, un appel à candidatures a été diffusé, grâce à une campagne de communication numérique, afin de sélectionner 25 autres jeunes porteuses et porteurs de projets innovants qui constitueront la seconde promotion du programme d'incubation.

**Massive Open Online Course – Formation en ligne ouverte à tous*

DIALOGUES MIGRATIONS

Faire évoluer les représentations sur les migrations diffusées dans l'espace public

Calendrier : avril 2021 - avril 2023 **/ Budget global :** 324 K€

Rendre compte des phénomènes mondiaux de migration sans reproduire certains stéréotypes reste un défi pour les médias. Dans ce contexte, la diffusion d'informations responsables et respectueuses de la déontologie sur les migrations doit être encouragée.

Dans le débat public, les discours sur la migration et les populations migrantes véhiculant des images positives restent encore minoritaires. Pourtant, ils favorisent la lutte contre les discriminations à l'égard de ces personnes et participent au renforcement de la cohésion sociale. Lancé en avril 2021, Dialogues Migrations contribue au développement d'un débat citoyen et inclusif pour faire évoluer les représentations sur les migrations diffusées dans l'espace public.

Étude participative et plateforme sur la question migratoire

L'année 2021 a été consacrée au lancement d'une étude participative dans seize pays du monde entier, afin de comprendre et d'analyser les représentations véhiculées dans les médias et les réseaux sociaux sur les migrations et dresser un état de l'art des actions déployées dans ce domaine. Les prestataires, Red Mangrove Development Advisors et Dara Dahlia, ont mobilisé pour cela une vingtaine de personnes expertes locales et internationales qui ont mené plus de 200 entretiens et une vingtaine de focus groupes avec la société civile, les médias et la population migrante.

En parallèle, les AfricTivistes, partenaires du projet, ont développé la plateforme Dialogue Migration qui a vocation à devenir, pour les médias et le public d'Afrique francophone et anglophone, un site de référence sur le traitement de la question migratoire. L'étude et la plateforme seront rendues publiques en 2022.

Extraits de la conclusion de l'étude participative menée par Red Mangrove Development Advisors :

> *« Rappeler, en premier lieu, que la majorité de la migration en Afrique est intra-africaine fait voler en éclat bien des clichés : en effet, de la Côte d'Ivoire au Sénégal, la couverture des migrations intra-africaines qui concerne pourtant des millions de travailleurs et de familles est le plus souvent la grande absente des paysages médiatiques que nous avons observés. »*

> *« S'il est bien un constat quasi général dans les pays étudiés, c'est le manque de spécialisation des journalistes sur les migrations. Nombre de consultants constatent même un déficit de connaissances des fondamentaux en la matière : besoin de maitriser le vocabulaire, les contextes locaux, régionaux, transnationaux, besoin d'ouvrir le champ des migrations internationales, au-delà de l'hypertrophie médiatique sur des événements isolés. »*

MÉDIALAB ENVIRONNEMENT

Journalisme environnemental en Méditerranée

Calendrier : octobre 2019 – septembre 2021**/ Budget global :** 490 K€

Dans les pays du monde arabe, la place de l'information environnementale reste encore marginale dans les médias. Celle-ci est souvent traitée de manière ponctuelle, lors de catastrophes naturelles ou de grands rendez-vous internationaux. Pourtant, ce type d'information doit aussi être pensé sur le long terme.

MédiaLab Environnement contribue à mieux informer sur les défis environnementaux en encourageant les journalistes à davantage traiter les questions en lien avec l'eau, la justice climatique ou le développement durable. À travers des échanges entre journalistes, monde scientifique et société civile, ce projet mobilise des dizaines de professionnel•les des médias autour des questions environnementales.

En 2021, une étude a été confiée au cabinet de conseil OTE Research afin d'analyser la place et l'évolution du journalisme environnemental dans les six pays du projet. Les résultats ont été présentés lors des Assises du journalisme de Tours en octobre.

Proposer des outils pour mieux couvrir les enjeux environnementaux

Afin de répondre aux besoins des journalistes en mettant à leur disposition les outils adaptés, CFI a publié *Le courrier du climat*, une boîte à outils élaborée par l'auteur et journaliste Khaled Sulaiman, regroupant des notions-clés et des sources sur les enjeux environnementaux et climatiques. Présenté dans le cadre d'un événement en marge du 14ème forum d'ARIJ (*Arab Reporters for Investigative Journalism*), *Le courrier du climat* a suscité un vif intérêt de la part des 200 journalistes présent•es.

Une vingtaine de journalistes ont été accompagné.es pour produire des contenus sous l'angle du journalisme de solutions, pour offrir une information environnementale dépassant la simple description des problèmes, en analysant les réponses scientifiques ou citoyennes. Cinquante-deux vidéos et podcasts, sur des questions telles que la justice climatique et l'égalité des genres, la gestion des déchets électroniques, l'emploi et l'environnement ou encore les enjeux de la raréfaction de l'eau, ont été produits par les bénéficiaires.

> *« MédiaLab Environnement est un espace d'apprentissage et de partage au sein duquel j'ai développé mes connaissances et mon réseau, à travers des rencontres et des formations. Je suis devenu un journaliste engagé. »*
>
> **Youssef Askour, journaliste à Maroc Culture**

Favoriser les échanges et le réseautage entre journalistes et scientifiques

Une dizaine de journalistes ont également suivi des ateliers sur la transition énergétique, l'eau, l'agriculture durable et la santé publique, animés par des chercheuses et chercheurs de l'Institut de Recherche sur le Développement (IRD) et une journaliste de la rédaction arabe de France 24, avant de publier des articles sur ces thématiques.

Enfin, en décembre 2021, 300 journalistes ont participé à un débat – organisé en partenariat avec *Free Press Unlimited* et *Planetary Security Initiative* dans le cadre du forum d'ARIJ – sur le lien entre enjeux sécuritaires et climatiques dans la région arabe. Le panel, animé par Tatiana Massaa, de France 24, a réuni les journalistes Iman Al Fares (bénéficiaire du projet MédiaLab Environnement), Fatima Jihad et Khaled Sulaiman et le chercheur en urbanisme et environnement Karim Algendy. Les discussions ont notamment abordé la question du rôle des journalistes dans la sensibilisation des populations aux interactions entre enjeux sécuritaires et climatiques.

> *« C'était un débat important (…) Plusieurs journalistes ont affirmé qu'il avait attiré leur attention sur le lien existant entre le changement climatique et les conflits dans la région. »*
>
> **Boris Van Westering, Coordinateur du programme Middle East and North Africa, Free Press Unlimited**

MÉDIALAB POUR ELLES

Collecter, analyser et diffuser les données sur le genre

Calendrier : avril 2020 - avril 2022 **/ Budget global :** 235 000 €

En Afrique francophone, les données ouvertes (open data) sont d'importantes sources pour les journalistes souhaitant traiter la question du genre. Et quand le data journalisme se met au service de la lutte contre les inégalités entre les femmes et les hommes, cela produit des enquêtes passionnantes qui bousculent les idées reçues.

Medialab Pour Elles forme depuis 2020 des journalistes au traitement des données ouvertes en matière de genre. En 2021, 24 journalistes (dont treize femmes) travaillant pour 20 médias ont mené huit enquêtes collectives sur les inégalités femmes-hommes.

Après trois semaines d'initiation au journalisme de données et au traitement de la thématique du genre, ces journalistes ont bénéficié d'un accompagnement pédagogique et technique grâce à une équipe de onze formateurs et formatrices. Leurs travaux de recherche, associant recueil de données et témoignages, ont porté leurs fruits avec une dizaine de publications passionnantes dans les médias partenaires en décembre 2021.

« Une aventure humaine et professionnelle novatrice »

L'article consacré au Valifofo, le mariage forcé des enfants a relancé le débat sur cette pratique encore courante dans le Sud de l'île de Madagascar. Celui sur l'impact des zones d'éducation prioritaire sur la scolarisation des jeunes filles du Cameroun a souligné les changements positifs en cours et le besoin de persévérer. Une enquête approfondie sur la parité en politique a été diffusée dans l'Express Madagascar. Un autre sur la prise en compte des femmes dans la mise en œuvre des politiques agricoles du Cameroun a rappelé les difficultés à inclure les femmes dans les programmes de soutien agricole.

> *« Une expérience à rééditer absolument. Une aventure humaine et professionnelle novatrice qui a permis à des journalistes aux lignes éditoriales diamétralement opposées d'échanger sur des sujets d'intérêt général. Médialab Pour Elles m'a donné de voir à quel point le chemin ne fait que commencer. »*
> **Alexandra Tchuileu Ngangom, journaliste à Cameroun Tribune**

DUNIA

Les médias au service de l'urgence climatique

Calendrier : novembre 2019 – avril 2022 **/ Budget global :** 580 K€

Face à l'urgence climatique, enjeu mondial des prochaines décennies, il est primordial que les journalistes et responsables de médias africains soient sensibilisés à l'importance d'intégrer les sujets environnementaux dans leur ligne éditoriale afin d'alerter, mais aussi d'informer, le grand public sur ces questions.

Dunia accompagne depuis plus de deux ans quatorze médias (TV, radio, presse et web) et cinq journalistes indépendant•es d'Éthiopie, du Kenya et d'Ouganda. Les actions proposées visent à améliorer leur couverture du changement climatique, en intégrant les préoccupations et les perspectives d'adaptation des populations locales directement impactées par ses effets.

En 2021, les médias et les journalistes accompagné•es ont accordé une plus grande place au changement climatique dans leur ligne éditoriale. La rédaction RFI Swahili a notamment confié à une journaliste bénéficiaire du projet l'animation d'une émission environnementale hebdomadaire.

Appliquer les techniques du journalisme d'investigation

Trois cycles de formation au journalisme d'investigation ont été lancés en avril, simultanément dans les trois pays ciblés par le projet. Les journalistes ont été formé•es à des outils techniques très utiles comme l'utilisation de l'imagerie satellitaire pour surveiller les phénomènes de déforestation et les niveaux d'eau des lacs et des rivières. Grâce à ces formations et à l'appui à la production (mentorat et financement) octroyés par CFI, une vingtaine de reportages alertant sur les conséquences du changement climatique ont été produits.

> *« J'ai découvert les méthodes d'investigation en ligne, cela a été une révélation ! La plupart d'entre nous n'étaient pas familiarisés avec les outils d'enquête en ligne, comme l'imagerie satellite. Cette formation m'a permis d'acquérir de nouvelles compétences à utiliser au quotidien en tant que journaliste spécialisée en environnement. »*
>
> **Une journaliste bénéficiaire éthiopienne**

Former des journalistes environnementaux à l'égalité entre les genres

Alors que les femmes sont souvent des actrices importantes de l'adaptation et de la résilience des communautés face au changement climatique, elles n'ont généralement pas les mêmes chances de prise de parole que les hommes dans la couverture de ces sujets. Pour remédier à ce déséquilibre, deux formations se sont tenues au Kenya et en Ouganda pour intégrer la dimension « genre » à toutes les étapes de la production, de la conférence de rédaction à l'interview de femmes peu habituées à s'exprimer en public.

Deux visites sur le terrain ont été organisées au Kenya pour découvrir les stratégies d'adaptation mises en place par les communautés impactées, via des projets d'organisations de la société civile gérées par des femmes. Après la visite de sites de projets de reforestation à Kiambu et agricoles à Kajadio, les médias bénéficiaires ont publié ou diffusé plusieurs reportages.

EXPRESSIONS BALKANIQUES

Soutenir la voix de la jeunesse des Balkans grâce aux médias numériques

Calendrier : février 2020 – mai 2022 **/ Budget global :** 676 K€

Depuis deux ans, Expressions Balkaniques propose aux jeunes des Balkans occidentaux des outils pour s'exprimer de manière ouverte sur des sujets qui les motivent, contribuant ainsi à l'émergence d'un espace démocratique partagé.

En 2021, Expressions Balkaniques a continué à développer l'esprit critique de la jeunesse vis-à-vis des médias en poursuivant ses ateliers d'éducation à l'information. Au total près de 1600 lycéen•nes et étudiant•es en journalisme, dont plus de 70% de femmes, ont bénéficié de formations sur la fabrique de l'information et l'impact des infox, grâce à l'appui de la plateforme Talmil – un outil pédagogique d'éducation aux médias et à l'information créé dans le cadre du projet. Les quinze formatrices et formateurs du projet ont fait des retours très positifs, soulignant le fort besoin d'éducation aux médias des jeunes, ainsi que leur engagement pour lutter contre les fausses informations.

Des compétences renforcées pour les acteurs et actrices des médias en ligne

Expressions Balkaniques a aussi soutenu l'affirmation de jeunes talents. Ainsi, de juin à octobre, des ateliers régionaux ont été organisés pour une soixantaine de blogueurs et blogueuses, influenceurs et influenceuses. Ces rencontres visaient à rendre leurs plateformes plus adaptées aux besoins de leurs publics.

En outre, 21 porteurs et porteuses de projets de médias en ligne ont participé à une semaine d'incubation à Paris en novembre, afin d'aborder les différentes problématiques liées au développement de leur média sur le plan éditorial et économique. Djellza, étudiante de 19 ans du Kosovo, qui a lancé un compte Instagram pour promouvoir la diversité et l'égalité des genres dans son pays, a témoigné : « *Je suis déjà en train de mettre en œuvre ces connaissances dans mon projet. J'ai maintenant une feuille de route claire que j'ai l'intention de suivre* ». A son retour au Kosovo, elle a pu mettre en application les conseils éditoriaux et marketing pour promouvoir davantage ses contenus.

L'objectif de cette semaine était également de créer un réseau dans la région pour partager leurs aspirations et construire une communauté solidaire. « *J'ai rencontré des gens incroyables, nous avons noué des contacts et échangé sur nos expériences* », a confirmé Jovana, animatrice d'une plateforme au Monténégro. Quant à Ardit – jeune journaliste albanais couvrant l'actualité de sa ville natale dépourvue jusqu'alors de média – il visait à acquérir des compétences en matière de gestion et de communication, afin d'assurer la pérennité de son site. Il a pu lancer une newsletter présentant les cinq sujets les plus populaires par semaine, afin de fidéliser ses lecteurs et lectrices.

Des productions audiovisuelles au plus près des réalités de la jeunesse

Un webdocumentaire a été produit par l'Université Europa Prima de Skopje. Il met en scène une vingtaine de jeunes de la région s'exprimant librement sur des sujets d'actualité et échangeant sur des thèmes qui les concernent (environnement, égalité des genres, accès à l'emploi, culture…). En bénéficiant du même soutien, le Centre audiovisuel albanais a écrit une série se basant sur le folklore régional pour décrire la réalité de la jeunesse des Balkans. Ces productions ont permis de renforcer la coopération régionale entre jeunes artistes et ainsi fédérer autour d'un héritage commun.

CONSEILS DE JOURNALISTES

70 vidéos pour couvrir l'information autrement

Calendrier : février 2020 – mai 2022 **/ Budget global :** 676 K€

Des dizaines de journalistes, travaillant pour des médias internationaux en Europe, en Afrique et en Asie, partagent leur expérience pour aider leurs jeunes confrères du monde entier à mieux décrypter l'information et développer un journalisme constructif.

En avril 2021, CFI, en partenariat avec RFI, France 24 et Monte Carlo Doualiya, a lancé le site internet Conseils de journalistes au service de la formation des jeunes journalistes, blogueurs ou blogueuses, étudiantes ou étudiants, afin de renforcer leurs connaissances et compétences dans différents domaines et thématiques du journalisme. De Bangkok à Beyrouth en passant par Johannesburg, des journalistes internationaux aguerris partagent leurs savoir-faire pour couvrir l'information autrement et développer un journalisme constructif.

Le site internet propose 70 vidéos pédagogiques et ludiques réunies en cinq collections thématiques : journalisme de solution, égalité de genre, santé, environnement, fact-cheking. L'ensemble est disponible gratuitement en français, en anglais et en arabe. Les vidéos, d'une durée moyenne de cinq minutes, ont été produites pour une utilisation sur mobile, selon les usages de consommation des supports pédagogiques des jeunes journalistes, notamment en Afrique, dans le monde arabe et en Asie du Sud-Est.

Les premiers résultats sont prometteurs. Entre avril et décembre 2021, le site a enregistré 77 000 visites et 130 000 pages vues, notamment en provenance du Sénégal, Algérie, Maroc, Mali, Tunisie qui sont les pays qui se sont le plus connectés et qui correspondent aux zones d'intervention prioritaire de l'agence.

> *« On ne naît pas journaliste, on le devient. Le projet Conseils de journalistes offre un outil précieux, à la fois ludique et efficace, de partage d'expériences entre professionnels aguerris et jeunes confrères ou journalistes en herbe. Il vise à diffuser le plus largement possible les bonnes pratiques éditoriales, bien commun des journalistes du monde entier. Il constitue un complément idéal de notre travail sur le terrain en Afrique, dans le monde arabe et en Asie du Sud-Est. »*
> **Thierry Vallat – Président Directeur Général de CFI**

> *« Les médias d'information de France Médias Monde sont aussi des espaces de dialogue et de culture. Ils créent des ponts entre la France et les cinq continents. C'est donc naturellement que les journalistes de RFI, France 24 et Monte Carlo Doualiya se sont associés à CFI, notre filiale, pour partager leur savoir-faire et amplifier cet ambitieux projet d'apprentissage en ligne, à destination de jeunes confrères du monde entier. »*
> **Marie-Christine Saragosse, Présidente-Directrice Générale de France Médias Monde**

MAISON MÈRE, BAILLEURS ET AUTRES PARTENAIRES

MAISON MÈRE

Depuis 2017, CFI est la filiale du groupe France Médias Monde (FMM), avec lequel des synergies de structures, de moyens et surtout d'actions de terrain, s'opèrent. En 2021, CFI a mené 35 projets, dont 18 en partenariat avec RFI, France 24 ou Monte Carlo Doualiya.

BAILLEURS

CFI est majoritairement financé par le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères (MEAE), dans le cadre de l'aide publique au développement française. L'agence a développé une politique active de recherche de fonds hors MEAE, tant au niveau national qu'au niveau européen : l'Union européenne (UE), soit directement, soit par l'intermédiaire d'Expertise France (EF), l'Agence Française de Développement (AFD) et la coopération allemande (GIZ) font partie de ses bailleurs réguliers.

Parmi les projets menés en 2021 par l'agence et financés par l'Union européenne, on peut mentionner le projet D-Jil, qui accompagne les médias pour innover et créer des contenus en ligne pour les jeunes du monde arabe. On peut également évoquer EU-JDID, qui apporte un soutien européen au développement de la démocratie et des institutions en Jordanie, ou encore Safir, qui soutient l'inclusion économique de la jeunesse dans neuf pays d'Afrique du Nord et du Moyen-Orient.

Également financé par l'Union européenne, mais par le biais de l'agence Expertise France, le projet Qudra 2 vise à améliorer l'accès à l'information des populations de réfugiés syriens résidant en Jordanie, en Turquie et au Liban. Il en est de même pour le projet Pravo Justice, qui permet de mieux faire comprendre les réformes de la justice en Ukraine en renforçant les capacités des médias à mieux maitriser ces thématiques.

De son côté, l'AFD a financé, en 2021 quatre projets de CFI : MédiaSahel, qui participe à une meilleure implication de la jeunesse sahélienne par les médias, Afri'Kibaaru, qui soutient la production et la diffusion d'informations liées au développement durable en Afrique, Connexions citoyennes 2, qui contribue à la participation citoyenne de la jeunesse en Afrique, et enfin Qarib, qui accompagne les médias pour favoriser la cohésion sociale au Moyen-Orient.

AUTRES PARTENAIRES

Lancé au printemps 2020, le projet Safir, est mené par un consortium de partenaires : l'Institut français, qui est chef de file, l'Agence Universitaire de la Francophonie, l'Arab NGO Network for Development, le Lab'ESS (Tunisie) et CFI.

L'agence a également poursuivi son appui à la création africaine et participé à l'émergence de nouveaux talents, à travers l'écriture et la production de plusieurs séries, en partenariat avec Canal+ Afrique, dans le cadre du projet Écrire et produire en Afrique 3.

Au niveau européen, CFI coopère de manière régulière avec ses homologues – Deutsche Welle et International Media Support (IMS) –, ainsi que l'Institut National de l'Audiovisuel (INA), la Fondation Hirondelle et Thomson Media. L'agence est aussi membre actif du Global Forum for Media Development (GFMD) et d'EPD (European Partnership for Democracy), réseau européen qui œuvre pour la promotion de la démocratie dans le monde.

Enfin, l'agence travaille avec de nombreux partenaires du Sud qui, du fait de leur implantation et de leur proximité avec les réalités locales, contribuent à construire des projets au service du développement pour et par les médias. Parmi eux : la Fondation Samir Kacir, Arij (Arab Reporters for Investigative Journalism), AfricTivistes, le CESID (Centre For Economic Sustainability and Inclusive Development), l'Unalfa (Union Nationale de l'Audiovisuel Libre du Faso) et Africa Check.

APERÇU 2022

Les nouveaux projets majeurs de l'année 2022

Sada

Renforcer le rôle des médias dans la réconciliation nationale au Soudan

Désinfox Tchad

Contribuer à une information fiable, objective et indépendante au Tchad

À voix égales

Combattre les inégalités de genre et les stéréotypes sexistes dans les sociétés ivoirienne et ghanéenne

Terra Africa

Favoriser l'appropriation des enjeux du changement climatique par les médias

Talk Paix

Appuyer les médias et la société civile au service de la paix au Cameroun

Naija in lights

Promouvoir une nouvelle génération de photojournalistes au Nigéria

Kwanraat

Appuyer les journalistes birman•es en exil pour promouvoir la liberté d'expression et la démocratie

BILAN FINANCIER 2021

BUDGET OPERATIONNEL AFRIQUE	6 850 K€
Conseil / Expertise	**5 940**
Médias et développement	*5 029*
Médias et entreprise	*305*
Médias et pluralisme	*605*
Equipe développement et gestion de projets	**911**

BUDGET OPERATIONNEL MEDITERRANEE-ASIE	5 118 K€
Conseil / Expertise	**4 253**
Médias et développement	*3 414*
Médias et entreprise	*245*
Médias et pluralisme	*594*
Equipe développement et gestion de projets	**865**

BUDGET DES FONCTIONS SUPPORT	3 479 K€
Communication et internet	255
Frais de structure	1 761
Equipe et fonctionnement	1 463

RESSOURCES	15 466 K€
Subvention annuelle du MEAE	7 083
Commandes publiques	2 274
Contrats bailleurs multilatéraux	5 594
Autres ressources	515

CFI France médias monde

DÉVELOPPEMENT MÉDIAS

Crédit photos : © DR - CFI

Contact

62 rue Camille Desmoulins / 92130 Issy-les-Moulineaux

Communication : jgt@cfi.fr / + 33 1 40 62 32 32

cfi.fr