

Mieux informer De- main

11, 12 & 13 juillet 2023
Comet Bourse,
35 rue Saint-Marc
75002 Paris

AVANT-PROPOS

« On ne devient pas journaliste par appât du gain, mais par idéal. »

Thierry Vallat, président-directeur général
de Canal France International (CFI)

En 2019, se tenait à Paris le premier forum médias et développement, organisé par CFI. Journalistes et activistes de l'information se réunissaient pour débattre des différents enjeux, partager leurs pratiques et trouver ensemble des pistes de solutions. C'était il y a quatre ans et pourtant les problématiques abordées alors sont exactement les mêmes que celles qui nous préoccupent aujourd'hui. Mais il y a quatre ans, nous étions encore loin du niveau de défiance observé vis-à-vis des journalistes et des médias, alimenté par une avalanche croissante de fausses nouvelles, de propos haineux et de manipulations de l'information à grande échelle produites et disséminées largement grâce à l'intelligence artificielle. Nous ne nous attendions pas aux régressions actuelles dans le domaine des droits des femmes. Nous espérions que ces dernières seraient de plus en plus nombreuses à prendre la parole dans les médias et à y travailler. Nous ne nous attendions pas non plus à ressentir, concrètement,

les effets du réchauffement climatique. Nous espérions que les mesures nécessaires seraient prises avant que les dérèglements ne produisent leurs effets néfastes sur nos vies. Nous ne savions pas que de nouveaux conflits et crises politiques éclateraient dans divers endroits du monde, comme autant d'occasions de tuer des innocents et de prétextes pour museler la liberté d'informer. Quatre ans plus tard, pour la seconde édition du forum médias et développement, nous avons réuni à Paris près de 300 acteurs et actrices des médias de 45 pays. Des femmes et des hommes engagés en faveur de valeurs de plus en plus menacées : la vérité, la transparence, le respect, l'égalité, l'honnêteté, la solidarité. Nous voulions les honorer, les remercier et rendre hommage à leur altruisme et leur dévouement car on ne devient pas journaliste par appât du gain, mais par idéal. Ce livret leur est dédié ainsi qu'à toutes celles et tous ceux qui, de par le monde, apportent inlassablement de nombreuses réponses à la même question : comment mieux informer demain ?



MIEUX INFORMER DEMAIN ?

Utilisation de l'intelligence artificielle,
lutte contre la désinformation,
changement climatique,
accompagnement des médias en exil :
comment mieux informer demain ?

Avec ses partenaires, Africтивistes, Africa Check et *Arab Reporters for investigative journalism* (ARIJ), le forum médias et développement a proposé aux médias partenaires de CFI en provenance d'Afrique, d'Asie, d'Europe et du monde arabe de débattre, de s'interroger et de croiser leurs regards sur l'ensemble de ces questions.

Trois cents journalistes et activistes de l'information de 45 pays se sont retrouvés à Paris pour un moment unique d'échanges, les 11, 12 et 13 juillet 2023, afin de partager leurs pratiques, leurs solutions, leurs difficultés et leurs innovations face aux problématiques contemporaines.

POURQUOI UN FORUM ?

Canal France International (CFI), filiale de France Médias Monde (RFI, France24, Monte Carlo Doualiya), a lancé depuis 2011 une série de forums internationaux (Montpellier, Tunis, Belgrade, Abidjan, Le Caire, Nairobi, Tbilissi, Jakarta, Beyrouth, Paris) pour connecter les acteurs des médias et leur permettre de partager leurs expériences, souvent menées dans des contextes difficiles.

Ses objectifs :

- favoriser le partage d'innovations entre les journalistes et les médias de tous pays ;
- passer des rencontres virtuelles aux rencontres réelles ;
- constater l'impact des projets menés sur le terrain ;
- approfondir les thématiques phares de l'aide au développement des médias.



LE DROIT À ÊTRE INFORMÉ EST UN PILIER DE LA DÉMOCRATIE

Par Marie-Christine Saragosse,
présidente-directrice générale
de France Médias Monde (FMM)

Marie-Christine Saragosse a commencé par rappeler les raisons du « mariage » entre CFI et France Médias Monde en 2017 : « Parce que nous avons un enjeu commun, qui est de permettre le développement ou l'émergence d'écosystèmes d'information démocratiques. » Cette information répond au droit des citoyennes et citoyens sur la planète à être informés librement et avec fiabilité. « Ce droit est un pilier de la démocratie et même tout simplement

du vivre ensemble », a-t-elle souligné. Pour la présidente de France Médias Monde, une ambition commune inspire les actions de FMM et CFI, celle d'agir de manière non hégémonique, dans une démarche de confraternité, de partage et de dialogue. Alors que, dans certains pays, les professionnels des médias prennent de grands risques pour exercer leur métier, il n'y a pas de liberté d'information sans sécurité des journalistes. « Être journaliste aujourd'hui dans certaines régions du monde, c'est faire preuve de courage », a-t-elle indiqué. Cet enjeu de liberté est complètement au cœur des différentes thématiques du forum médias et développement. Mais, pour les relayer efficacement, il est nécessaire de « maîtriser l'innovation afin de ne pas se laisser noyer par les réseaux sociaux ou l'intelligence artificielle ».

« Être journaliste aujourd'hui dans certaines régions du monde, c'est faire preuve de courage. »



COMBATTRE LA DÉSINFORMATION PAR UN DISCOURS CLAIR ET TRANSPARENT

Par Chrysoula Zacharopoulou, secrétaire d'État auprès de la ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, chargée du développement, de la francophonie et des partenariats internationaux

« L'information fiable et de qualité est un bien commun, sans lequel il est impossible de mener un véritable débat », a indiqué d'entrée de jeu Chrysoula Zacharopoulou. « La démocratie libérale est fortement contestée », a-t-elle estimé, notamment depuis l'avènement des réseaux sociaux qui peuvent être mis au service d'opérations de désinformation. Comment les

combattre ? Par un discours clair et transparent. La secrétaire d'État a réaffirmé l'attachement de la France aux valeurs démocratiques et au respect des libertés, ainsi que l'engagement de son pays pour un meilleur accès à une information libre, indépendante, fiable et de qualité. La France a en effet investi 35,8 millions d'euros au profit du développement de projets nourrissant cet idéal. Un engagement qui passe par son opérateur CFI, dont la maison-mère est France Médias Monde, mais qui passe aussi par des partenariats multilatéraux avec des organisations comme Reporters sans frontières. « Notre plus grande ambition : faire de Paris la capitale d'une info fiable ; ville de la lutte contre la désinformation. »

« Notre plus grande ambition : faire de Paris la capitale d'une info fiable ; ville de la lutte contre la désinformation. »



MARDI 11 JUILLET 2023

RELEVER LES DÉFIS DE L'INFORMATION



ÉDITO

« CE QUE J'AI COMPRIS DE LA DÉSINFORMATION ET DE SES CONSÉQUENCES »

Par Pierre Haski, éditorialiste à France Inter et président de Reporters sans frontières (France)

Pierre Haski rappelle que la désinformation n'est pas un phénomène nouveau. Ce qui l'est, ce sont les instruments et la vitesse de propagation de cette désinformation. La lecture de l'œuvre d'Albert Londres nous remémore ainsi que les fausses informations provoquaient déjà des émeutes dans plusieurs pays, dans les années 1920. Aujourd'hui, les frontières sont brouillées, sans garde-fous, dans un monde où les désinformateurs prospèrent

« Un blogueur égyptien m'a dit un jour : "Facebook a été notre meilleur ami pendant la Révolution, c'est devenu notre pire ennemi". »

notamment grâce à la viralité des réseaux sociaux. Sommes-nous perdants d'avance ? Le mensonge ira-t-il toujours plus vite que le *fact-checking* ? Face à cette menace qui est multiple, il existe plusieurs pistes de solutions, selon Pierre Haski. Des réponses qui doivent provenir des différents acteurs :

- des gouvernements, qui ont longtemps été « à côté de la plaque » et doivent statuer de la bonne manière avec de bonnes lois. Par exemple, en réglementant l'utilisation de l'intelligence artificielle notamment dans le domaine de la création d'images ;
- des plateformes, qui ne peuvent se substituer à des rédacteurs en chef, mais doivent tout de même veiller à la vérification des informations qu'elles diffusent ;
- de la société civile et donc des journalistes qui feront leur part à travers un travail de qualité.

WHY DO WE LOVE FAKE NEWS ? *



DÉBAT

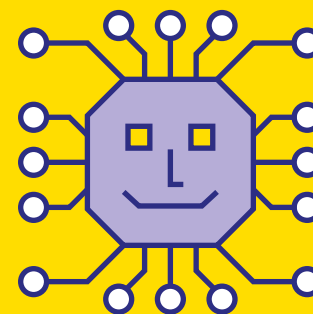
DÉSINFORMATION, ET SI LA BATAILLE N'ÉTAIT PAS PERDUE ?

Pierre Haski, éditorialiste à France Inter et président de Reporters sans frontières, constate que le *fact-checking* est indispensable mais n'est pas suffisant, à cause de la polarisation des opinions et des biais qui restent trop profonds. La vérification des sources et la transparence dans le travail sont des facteurs importants pour lutter contre la désinformation, selon Valdez Onanina, rédacteur en chef du bureau francophone d'Africa Check à Dakar. Il estime que les sources d'information consensuelles peuvent faire la différence lors de la vérification d'une information. Pour Saja Mortada, responsable du réseau de *fact-checkers* arabes initié par

ARIJ, *Arab Reporters for Investigative Journalism*, il faut vérifier régulièrement les méthodologies et le travail des organisations de *fact-checking*, et travailler à l'anonymisation des *fact-checkers*. L'intelligence artificielle peut-être d'un apport significatif dans cette bataille, si elle est intégrée très tôt dans la formation des journalistes, selon Nina Lamparski, rédactrice en chef de l'investigation numérique à l'AFP. L'information vraie et vérifiée doit être la priorité de toutes et tous, bien au-delà de la recherche effrénée du scoop.

* Pourquoi aimons-nous les fausses nouvelles ?

** Peut-être parce que vous croyez à n'importe quoi ?



ATELIER

Comment l'open source intelligence renouvelle l'enquête journalistique ?

Asia Balluffier, journaliste en charge des enquêtes vidéo au Monde, explique que l'OSINT (*open source intelligence* ou « renseignements de sources ouvertes »), a été saluée notamment lors de la vérification de l'authenticité des vidéos montrant des violences policières durant des manifestations des gilets jaunes en France. Le média a aussi appliqué les outils et les méthodes OSINT à d'autres situations comme l'Ukraine, la Birmanie, la Centrafrique, etc. La démarche OSINT est indissociable de l'engagement de la communauté, qui vient enrichir et vérifier l'information, selon Paul-Joël Kamtchang, datajournaliste pour ADISI Cameroun et

Belén Carrasco Rodriguez, du *Center for Information Resilience* au Royaume-Uni. La démarche a toutefois des limites. Pour Paul-Joël Kamtchang, les communautés doivent grandir autour de l'OSINT pour l'enrichir davantage. Il faut également intéresser les journalistes, notamment africains, à ces outils et à ces techniques. Pour Belén Carrasco Rodriguez, il faudra également éduquer les populations à la manière de recevoir et de vérifier une information. Asia Balluffier rappelle enfin que l'OSINT ne saurait suffire à proposer une information complète, qui continuera d'avoir besoin de recourir aux sources fermées ou aux *leaks* (fuites de données).



ATELIER

Éducation aux médias: quelles innovations pour que ça marche?

Pour les participants et participantes à cette discussion, le principal public auprès duquel il faut construire et mener une stratégie d'éducation est le jeune public: les élèves, les étudiants et étudiantes, grands consommateurs et relais d'information. Selon Blaise Pascal Andzongo, directeur d'Eduk-media au Cameroun, pour renforcer cette stratégie, il faut une implication importante des pouvoirs publics, qu'il est nécessaire de faire intervenir sur ces sujets. Il propose également que les gouvernements appliquent un contrôle plus appuyé auprès des plateformes numériques prisées par les jeunes. Au-delà du contrôle, Myriam Angoni, qui a travaillé sur le projet Expressions

Balkaniques de CFI en Albanie, pense que les gouvernements doivent participer à la création d'outils efficaces, d'applications qui permettent une prise en main et une gestion de l'information plus saine par les jeunes. Quant à Aude Favre, journaliste et présidente de l'association *Fake Off*, elle estime que faire passer à l'échelle toutes les initiatives d'éducation aux médias est crucial pour avoir un impact définitif. Pour elle, il faudrait mutualiser tous les efforts des différents organismes et associations qui œuvrent à l'éducation des plus jeunes. Dans cette optique, la création d'outils et de petits tutoriels peut aider à massifier les résultats, conclut Aude Favre.

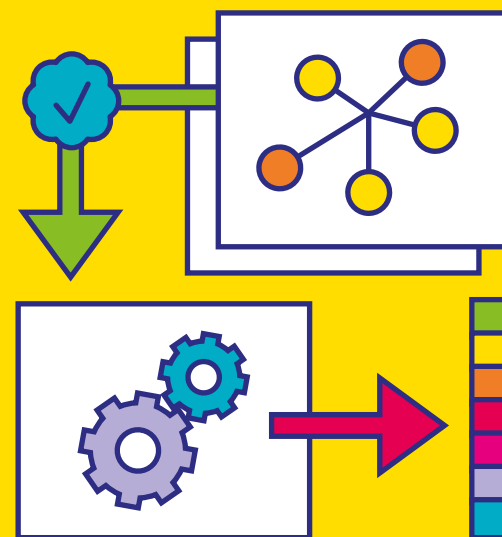


ATELIER

Journalisme en contexte sensible: comment travailler sous contrainte?

« Dans un contexte de guerre, il faut faire attention aux mots et aux expressions que l'on utilise pour désigner l'un ou l'autre des protagonistes » : ces propos sont ceux de Tse Nebangu, journaliste à Ndefcam Radio à Bamenda, dans le nord-ouest du Cameroun, épicentre de la « crise anglophone ». Il ajoute qu'il faut être rigoureux sur la gestion des appels et des messages, et au-delà, de la sécurité de ses outils de travail. Pour Stéphane Siohan, journaliste et producteur installé à Kiev en Ukraine, l'émotion doit être intégrée avec intelligence et discernement dans le traitement de l'information: l'effacer, puis la réintégrer en fonction du message que l'on souhaite passer.

Lorsque, pour Tse Nebangu, l'implication du journaliste doit toujours être mesurée face aux différentes parties engagées dans une guerre. Pour Stéphane Siohan, qui travaille sur la guerre qui oppose l'Ukraine à la Russie, il est temps de ramener une part de subjectivité dans le travail de journalisme pour porter le message et l'information que l'on estime juste. Dans les contextes de conflit, l'utilisation des réseaux sociaux doit être encadrée, selon Tse Nebangu. À son avis, il est urgent de former les journalistes au Cameroun à la manière de les utiliser de manière sécurisée et vérifiée. Il ne faut pas se laisser porter par l'urgence du scoop, mais toujours prendre le temps de vérifier, conclut-il.



MERCREDI 12 JUILLET 2023

ACCÉLÉRER LES TRANSITIONS



ÉDITO

QUEL MONDE DE L'INFORMATION VOULONS-NOUS DEMAIN ?

Par Ketsia Passou, activiste du climat, défenseur de la jeunesse (Unicef) et jeune ambassadrice pour la cause climatique et environnementale (République démocratique du Congo)

La jeunesse représente 64 % de la population de la République démocratique du Congo et l'âge médian est d'environ 18 ans. Pour Ketsia Passou, âgée de 19 ans, qui s'est très vite engagée dans la lutte pour la protection du climat, les jeunes ne s'informent pas de la même manière. Tous et toutes n'ont pas la chance d'avoir un smartphone ; de plus, les fausses informations tout comme la désinformation ne les aident pas à prendre position au sujet de grandes causes. Dans ce contexte, le rôle des médias est primordial pour faire face à la viralité trompeuse de certains contenus. Les jeunes, pour s'engager,

ont besoin de comprendre les enjeux du monde dans lequel ils et elles grandissent, et également de s'inspirer des autres, a martelé Ketsia Passou. Elle a rappelé que son engagement a débuté à l'âge de 12 ans et se poursuit aujourd'hui encore, notamment à travers sa mission d'ambassadrice climat auprès de l'Unicef. Pour elle, les médias pourraient devenir de véritables médiateurs de citoyenneté active, en proposant des contenus qui poussent à l'action et proposent des solutions. Les jeunes veulent des médias proches qui les stimulent et qui leur apprennent des choses, a conclu la jeune activiste.



DÉBAT

PLUS DE FEMMES DANS LES MÉDIAS: RELEVER LE DÉFI DE L'ÉGALITÉ

Toutes les participantes à cette discussion ont été d'accord sur la nécessité « douloureuse » de compter le nombre de femmes présentes dans les médias de manière générale. Selon Lauren Provost, directrice adjointe de la rédaction de Libération, ce décompte a permis de mettre en lumière le manque de représentation féminine, tant parmi les personnes à qui on donne la parole qu'au sein des équipes. Pour Lauren Provost, cette situation peut être expliquée par plusieurs facteurs dont le syndrome de l'imposteur souvent constaté chez les femmes qui les empêche de prendre la parole publiquement et aussi par la charge mentale ou la charge domestique qui les éloignent des médias. Pour Abigail Larbi Odei, directrice de MFWA, *Media Foundation for West Africa*, au Ghana, les femmes doivent travailler

à être expertes dans les domaines où on attend qu'elles prennent la parole. Elles doivent braver leurs freins et se faire violence. Selon Jezia Nouma, fondatrice de Lella Media en Tunisie, les médias doivent travailler à casser le stéréotype de la parole des hommes qui fait foi, en créant l'équilibre et en défendant la présence et la visibilité des femmes. L'éducation à la présence de la femme dans le débat public peut faire la différence dans les sociétés patriarcales, pour Abigail Larbi Odei. Elle poursuit en soutenant que la mise en place d'une politique de représentativité des femmes dans les médias ainsi que la mise en exergue des exemples d'associations qui veillent à cette égalité pourraient faire la différence.

* Vérification des faits ? C'est pour les femmes.

FACE À VOUS

LE JOURNALISTE D'INVESTIGATION QUI COMBINE OUTILS TECHNO ET PUISSANCE DE LA COMMUNAUTÉ

Avec Moussa Ngom, fondateur
de La maison des reporters (Sénégal)

« La maison des reporters » est un média d'investigation né au Sénégal qui propose des sujets et des actions de manière virtuelle pour la plus grande partie. Les enquêtes sont faites par des journalistes de tous niveaux encadrés par une équipe de mentors. Moussa Ngom, fondateur du média, précise que le choix des sujets est très souvent lié à leur caractère intemporel et spontané. Le point de départ peut être une discussion avec un internaute.

**« Nous travaillons
toujours selon le
contrat suivant: faire
au maximum de nos
capacités avec un
minimum de moyens. »**

Les enquêtes couvrent plusieurs domaines : on peut avoir des sujets sociaux, comme l'enquête-phare sur les permis de conduire au Sénégal, ou des sujets politiques, comme la grande enquête menée en deux ans sur « les nervis du pouvoir ». Ce qui est encourageant pour Moussa Ngom, c'est d'avoir l'adhésion et surtout une attente, une demande qui vient du public. Il peut arriver que des enquêtes établissent des chaînes de responsabilité et poussent le gouvernement à l'action. Le modèle économique de La maison des reporters repose sur un contrat de performance. Les donations du public arrivent lorsque le travail est bien mené jusqu'au bout et avec efficacité, explique Moussa Ngom. « Nous travaillons toujours selon le contrat suivant : faire au maximum de nos capacités avec un minimum de moyens », conclut-il.

FOCUS

COMMENT J'AI FAIT BOUGER LES CHOSES DANS MON PAYS

Rolande Aziaka, fondatrice de EcoConscience.tv au Togo, a très vite été consciente des problèmes liés à l'environnement et a créé ce média dans lequel elle exerce. Son but : sensibiliser les populations. Ce projet n'aurait pas pu voir le jour sans l'intérêt et l'implication des pouvoirs publics, ce qui est primordial, explique-t-elle. Pour Yassine Aabar, président de l'AIC

« Mon rêve est que la confiance dans le métier de journaliste soit restaurée. »

Jalaa Abuarab

(Association Initiatives Citoyennes) et initiateur du projet Écho des voix féminines au Maroc, la prise de parole par les femmes a été le moteur de son initiative. Il fallait aller les chercher dans les localités lointaines où elles se trouvaient par le moyen d'une radio mobile. Il se satisfait aujourd'hui des résultats : la valorisation des produits locaux et la diffusion de la parole des femmes, notamment sur des questions politiques. Selon Jalaa Abuarab, rédactrice en chef de Dooz sur les Territoires palestiniens, pour faire face aux dysfonctionnements politiques, il fallait créer un média qui, au-delà d'informer, forme à la prise de parole sur des sujets spécifiques, crée la discussion et organise des débats pour impacter la société dans la région.

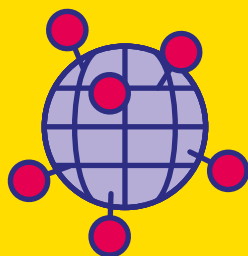


ATELIER

Réseaux sociaux : comment en tirer le meilleur (et éviter le pire) ?

Les réseaux sociaux sont incontournables lorsqu'on souhaite créer un média aujourd'hui, souligne Haby Niakaté, rédactrice en chef Afrique de Brut, le média en ligne. Pour Jean Kassir, fondateur de Mégaphone au Liban, les réseaux sociaux représentent le lieu où il devient possible de briser le monopole du récit dans son pays et de proposer une information libre sur des sujets marginalisés, qui répondent aux demandes d'une jeunesse en attente. Selon Victoire Tuaillon, journaliste et autrice féministe du podcast *Les Couilles sur la table* en France, les réseaux sociaux ne sont pas forcément le gage d'une promotion assurée. Lorsqu'un contenu est bon, il fonctionne et il

agrège du monde par le bouche-à-oreille, poursuit-elle. Les réseaux sociaux sont la matière première et le point de départ de plusieurs sujets chez Brut Afrique. Haby Niakaté évoque quant à elle sa déception de n'avoir aucun interlocuteur dédié à l'Afrique au sein des équipes des grosses plateformes numériques. Au-delà des dérives que l'on peut constater sur les réseaux sociaux, notamment dans les commentaires, ces plateformes restent le lieu de la liberté et de la diffusion d'informations au plus grand nombre, soutiennent Haby Niakaté et Jean Kassir, tout en soulignant que leurs équipes comptent des personnes dédiées à la modération des commentaires.

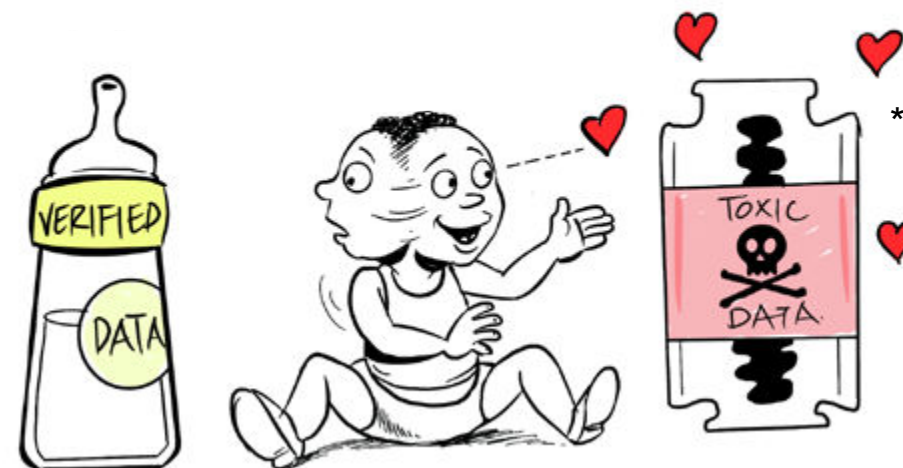


ATELIER

Médias en exil: quand informer depuis son propre pays n'est plus possible

Malick Konaté, journaliste malien en exil en France, a quitté son pays à la suite de menaces qui visaient son intégrité physique. Il réussit tout de même à garder en vie son média, tout en réduisant l'équipe sur place. La distance lui permet de traiter les sujets sensibles avec l'appui des sources fiables qu'il a gardées sur le terrain au Mali. Maintenir le contact avec des sources fiables sur le terrain : les intervenants et intervenantes de l'atelier sont unanimes sur cette nécessité pour rester crédible, tout comme utiliser des financements indépendants, souligne Rooh Savar, journaliste en exil et fondateur du blog *Lettres persanes* (Iran/France). Biniam Simon, fondateur de Radio

Erena, média érythréen en exil, a quitté l'Érythrée et la dictature qui l'empêchait d'exercer son travail. Grâce au soutien de Reporters sans frontières, il a pu lancer à distance et à destination de son pays, Radio Erena, la seule radio indépendante sur l'Érythrée. Tout comme pour Biniam Simon, Rooh Savar qui ne connaissait pas du tout le français, s'est installé en France pour échapper à la répression en Iran. Il a pu constater le manque d'information sur son pays. Pour lui, il a été déterminant de choisir d'arrêter d'être activiste et d'exercer simplement le métier de journaliste. Ceci l'a poussé à créer *Lettres persanes* qui est devenu, à un certain moment, en France, le principal site d'informations sur l'Iran.



FACE À VOUS

LES SECRETS DES PODCASTS QUI MARCHENT

Avec Ramsey George Tesdell, fondateur
de la plateforme de podcasts SOWT (Jordanie)

Ramsey George Tesdell a grandi avec la radio, qui reste un média très consommé dans le monde arabe et ailleurs. Avec l'arrivée du numérique et de ses transformations, il a voulu rendre l'information disponible pour un plus grand nombre de personnes, en créant un média de podcasts. L'originalité de SOWT, plateforme de podcasts arabophones basée en Jordanie, repose sur la quantité de contenus proposés (environ 50 à 60 podcasts par jour), sur l'originalité des sujets et leur caractère inédit, notamment les questions de genre, le bégaiement, l'art, etc. Ce sont, pour la plupart, des thématiques complexes

à développer dans un article ou dans une vidéo. La prédisposition des personnes à parler et à se livrer est plus grande lorsqu'elles ne sont pas vues, selon Ramsey Tesdell. Par ailleurs, le caractère local des contenus est l'une des clés de réussite de ce média et a fait de SOWT le leader du podcast dans le monde arabe. La combinaison gagnante pour des podcasts qui marchent sera donc : une forte valeur ajoutée en termes de choix de sujets, une approche innovante et un souci constant de garder des objectifs en phase avec le public visé.

* Données vérifiées / Données toxiques



FOCUS

COMMENT LUTTER CONTRE LES INJUSTICES ENVIRONNEMENTALES ?

Les inégalités environnementales ont un énorme impact sur la vie des populations. Il s'agit d'un vrai problème de société qui, au Maroc, accentue les inégalités sociales. C'est fort de ce constat que Hicham Houdaifa, éditeur et journaliste marocain, a travaillé sur un ouvrage rassemblant le travail de jeunes femmes et hommes initiés aux techniques journalistiques pour traiter ces sujets et pousser à la prise de conscience. Pour la journaliste ivoirienne Marthe Kra Akissi, il est important de former les journalistes aux questions environnementales et surtout à la manière de produire des « enquêtes reposant sur le journalisme de solutions » qui aillent au-delà de l'alarme. Pour répondre au besoin de s'adresser à toutes

les tranches de la société, Rahma Diaa, journaliste fondatrice de *Climate Action Tracker* en Égypte, pense qu'il faut former également les communautés aux techniques de l'investigation participative. Pour elle, le journalisme de solutions implique également de donner la parole aux femmes sur des sujets qui les touchent de près. D'une manière générale, les prises de parole, les formations et les investigations menées doivent être portées au plus grand nombre, avec le plus de détails possible, afin de faire bouger les choses vers des solutions pour les populations impactées par les changements environnementaux.

* Journalisme et environnement : « sécheresse en Tunisie... mais pas assèchement des sujets »

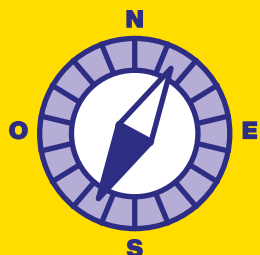


ATELIER

Comment mesurer l'impact du développement média ?

Michel Leroy, chercheur en France et spécialiste de l'évaluation des programmes de développement média, explique qu'il n'existe pas de modèle unique d'évaluation d'impact. Les expériences sont multiples et peuvent représenter autant de méthodes différentes sur le terrain. Pour Bruno de Reviers de l'AFD, l'impact et le choix d'un projet seront fonction de la cohérence du montage de celui-ci. Leon van den Boogerd, coordinateur de programme pour *Free Press Unlimited* aux Pays-Bas, a rappelé qu'au-delà du compte qu'il faut rendre aux bailleurs, l'évaluation de l'impact des médias est importante pour encourager le journaliste dans son travail et pour lui permettre de s'évaluer lui-même. Dans le même sens, Caroline Vuillemin, directrice

générale de la Fondation Hironnelle en Suisse, relève l'importance de faire revenir les études d'audience dans les rédactions pour qu'elles soient mieux connues et que la gestion et la diffusion de l'information leur soient adaptées. Selon Julie Godignon, qui appuie des projets de développement médias et est évaluatrice en Suisse, il est important de définir le périmètre des études d'impact; aussi est-il nécessaire d'impliquer plus largement les bénéficiaires, notamment en leur communiquant les résultats. Pour Jane Møller Larsen, responsable Afrique de l'Ouest pour IMS (Danemark), les « bons » impacts sont ceux que l'on attend sur le long terme. Ils sont nécessairement plus doux : le changement recherché n'est ni forcé, ni instrumentalisé et il arrive d'en bas.



ATELIER

Quelle place pour les diasporas dans la circulation de l'info?

Esson Roger Nguessan, chercheur à Sciences Po Bordeaux, explique que les Ivoiriens et la diaspora s'informent principalement sur les réseaux sociaux et par les blogs d'activistes, en raison de l'affiliation des médias locaux aux partis politiques. Pour Émilie Sueur, co-rédactrice en chef de l'Orient-Le Jour au Liban, la diaspora, mais aussi les locaux s'informent en grande partie via les médias et organes qui ont vu le jour avec la prolifération des réseaux sociaux. Au Cambodge aussi, les locaux croient plus naturellement les personnes issues de la diaspora, lorsqu'une information est communiquée, révèle Ung Chamrouen,

rédacteur en chef de Thmey Thmey au Cambodge. Pour Esson Roger Nguessan, les activistes de la diaspora ivoirienne jouissent d'une liberté due à la distance qui les protège et les rend plus libres dans le partage de l'information, qui peut être capitale dans des situations de crises comme celles qu'a connu le pays récemment. Émilie Sueur insiste sur la nécessité de prendre le temps qu'il faut pour la vérification de l'information partagée via les réseaux sociaux, là où Ung Chamrouen relève que la formation des journalistes aux techniques de vérification que propose Thmey Thmey a pleinement sa place dans ce contexte.



DÉBAT

JOURNALISME ET CLIMAT : COMMENT FAIRE MIEUX ?

Khaled Suleiman, journaliste spécialisé sur l'Irak, estime qu'il est urgent et important de parler des sujets liés au climat car ils impactent directement la vie des populations. Selon lui, les personnes qui en souffrent le plus sont celles qui ont le moins accès à l'information. Aïda Diongue-Niang, climatologue sénégalaise et co-auteurice du sixième rapport du GIEC, pense qu'on ne relie pas suffisamment les problèmes climatiques aux questions et problèmes sociétaux. Pour Alpha Oumar Bagou Barry, président de l'AJSJG (Association des Journalistes Scientifiques de Guinée), les obstacles principaux à une diffusion plus large et plus précise des informations liées au climat sont un manque de personnes expertes pour décliner et interpréter

les données internationales au niveau local et un manque d'études concrètes sur les impacts locaux. Pour mieux informer sur ces questions climatiques, selon Teycir Ben Nasr, journaliste de solutions en Tunisie, il faudrait raconter des histoires fortes qui viennent de la société civile. Il est important de véhiculer un message juste pour ne pas tomber non plus dans la permanence du drame, selon Aïda Diongue-Niang, pour que l'action vienne de la demande citoyenne. Pour Alpha Oumar Bagou Barry, il faut aussi aller au plus près des communautés pour les interroger sur leurs connaissances sur les questions climatiques, sur ce qu'elles vivent et ainsi identifier les personnes ressources en fonction des études menées.



JEUDI 13 JUILLET 2023

GAGNER LA BATAILLE CONTRE LES INFOX



ÉDITO

COMPRENDRE COMMENT LES INFOX SE PROPAGENT

Par David Chavalarias, chercheur (France)

Le numérique et les réseaux sociaux ont une place prépondérante dans la circulation de l'information. Une étude sur la circulation des infos révèle que, de manière générale, la récurrence des partages d'une information, reflète la manière dont l'opinion est divisée. L'information est partagée de manière préférentielle. On diffuse ce à quoi l'on croit auprès de celles et ceux qui ont la même opinion que nous. Les fausses informations, qui ne circulent pas aussi rapidement qu'on le croit, et les informations vérifiées, ne circulent pas dans les mêmes cercles. Ces concentrations créent de nouvelles configurations de la circulation de l'information.

Selon David Chavalarias, les réseaux sociaux sont des environnements défavorables au statut de journaliste et donc à l'information vérifiée : nous y avons beaucoup plus de personnes amies que dans la vraie vie. Une plateforme comme Twitter filtrera et laissera émerger les 20% d'informations partagées qui l'arrangent et qui auront une visibilité maximum. Le chercheur et auteur de *Toxic data* a conclu en expliquant que les contenus toxiques seront naturellement plus amplifiés, car ils suscitent le plus de partages et de discussions. Et les profils plus modérés seront naturellement moins visibles sur les réseaux sociaux.

DÉBAT

ÉTATS, RÉSEAUX SOCIAUX ET SOCIÉTÉ CIVILE PEUVENT-ILS COOPÉRER CONTRE LES INFOX ?

Henri Verdier, ambassadeur pour les affaires numériques en France, rappelle que les États, les plateformes numériques (réseaux sociaux) et la société civile doivent coopérer : ils n'ont pas le choix. Pour lui, ces trois types d'entités doivent s'organiser, se structurer pour faire émerger la bonne information. Le problème, c'est que l'architecture des plateformes numériques polarise le débat public, rappelle le chercheur David Chavalarias. Pour Aisha Dabo de l'ONG Africtivistes, basée au Sénégal, les États doivent s'impliquer davantage dans le fonctionnement de ces plateformes pour aller dans le sens du bien-être des populations. Ces plateformes numériques doivent régionaliser leurs approches pour

coller au plus près des réalités locales, poursuit-elle. Thibaut Bruttin, adjoint au directeur général chez Reporters sans frontières (RSF) et chargé de la *Journalism Trust Initiative* (JTI) en France, constate que les plateformes jouent un rôle dominant. Il insiste sur la nécessité de créer des dynamiques communes pour que les médias puissent reprendre la main. Créer des initiatives structurantes pour faire valoir les intérêts des médias dans l'univers des réseaux sociaux est crucial, insiste Thibaut Bruttin. Pour le représentant de RSF, les pouvoirs publics doivent avoir un regard affirmé sur la régularisation des plateformes, en créant des discussions autour de l'information et de la démocratie pour entrer dans une logique de solutions.



ZOOM

ALL EYES ON WAGNER: METTRE AU JOUR LE FONCTIONNEMENT D'UNE ORGANISATION SECRÈTE

Avec deux membres du collectif All Eyes on Wagner

La première enquête lancée par le collectif *All Eyes on Wagner* part d'une information repérée sur les réseaux sociaux à propos d'une entreprise qui vend des diamants sur Facebook et d'une autre, Bois rouge, qui vend du bois. Les deux seraient en lien avec l'organisation Wagner. Il apparaît *in fine* que Wagner a mis en place un système économique qui permet de financer des pratiques de guerre. Les clients de ces deux entreprises n'ont pas conscience du lien entre elles et l'organisation Wagner. L'enquête part d'une base d'information sur les réseaux sociaux (photos, tweets, etc.) qui permet d'établir une chronologie. Ensuite, les membres du collectif se servent d'outils pour faire de l'intelligence géographique, comme

GMaps ou GEOINT. Les informations relayées par la presse locale et certaines plateformes peuvent être très utiles dans ce genre d'enquête. L'apport de l'OSINT n'est évidemment pas à négliger, à côté des recherches. Avec tout ce qui précède, les liens ont pu être faits entre les différentes entreprises et l'organisation Wagner. Les ressources photos, en particulier dans la presse russe et toute la documentation croisée, notamment dans les bases des données (payantes pour la plupart), ont permis d'établir des liens avec d'autres entreprises pour arriver à un certain niveau de l'enquête. Pour résumer ce travail en quelques étapes cruciales : acquisition, vérification, préservation, analyse et journalisme traditionnel.

ZOOM

OCCRP — SUIVEZ L'ARGENT (*FOLLOW THE MONEY*): ENQUÊTER SUR LA CORRUPTION ET LE CRIME ORGANISÉ

Avec Paul Radu, fondateur de l'ONG OCCRP (*Organized Crime and Corruption Reporting Project*) et Sana Sboui, éditrice pour le monde arabe au sein de l'OCCRP

Paul Radu présente l'OCCRP comme une plateforme de journalisme d'enquête lancée il y a seize ans pour tenter d'endiguer le crime organisé et la corruption. L'organisation emploie 200 personnes salariées sur tous les continents. La plateforme est considérée aujourd'hui comme le plus grand réseau de journalistes d'investigation. L'organisation travaille avec plusieurs partenaires, dont *Transparency international*, qui permet d'amplifier l'effet des investigations. Cette plateforme est aussi née pour faire face à la rareté des journalistes d'investigation (moins

de 10 000 dans le monde entier). L'OCCRP encourage également plusieurs activistes à devenir des investigateurs qualifiés. En termes d'impact, l'OCCRP a aidé à récupérer l'équivalent de dix milliards de dollars US auprès d'organisations criminelles. Sana Sboui explique que les moyens techniques de l'OCCRP allient des outils traditionnels (universitaires, chercheurs et chercheuses) et des moyens innovants comme un site regroupant plusieurs bases de données et donnant une vue d'ensemble qu'il serait impossible d'avoir autrement.



DÉBAT

QUAND LES INFOX ENVENIMENT LES CONFLITS

Les techniques de désinformation et de manipulation de l'information, ne sont pas inédites à notre époque, selon Julien Nocetti, chercheur à l'Institut français des relations internationales (IFRI). Selon lui, la stratégie globale reste la même sur tous les territoires (Russie, Ukraine, Occident, Afrique) : il faut attiser les zones d'incompréhension et jouer sur les sensibilités détectées. Tout ceci passe évidemment par la manipulation de l'information. Pour Kristina Zelenyuk, journaliste chez 1+1 TV en Ukraine, il est impossible de rester objectif dans un contexte de guerre dans le pays auquel on appartient. Tout le travail des journalistes d'Ukraine dans la

guerre a été, et est toujours, de lutter en divulguant leur vérité. Gustave Katsuva, journaliste pour Congo Check en République démocratique du Congo, explique que, dans chaque guerre, la vérité est toujours la première victime. Pour le cas de la guerre du Kivu, en République démocratique du Congo, les différents camps sont soutenus par des groupes sur les réseaux sociaux, qui divulguent souvent de fausses informations. Il conclue que le réflexe doit être la vérification systématique de l'information, quel que soit son camp, y compris celui auquel nous sommes assimilés à tort ou à raison.

* Désinformation

ZOOM

MUSEBA JOURNALISM PROJECT: LES ATTEINTES À L'ENVIRONNEMENT, UN TERRITOIRE À INVESTIR

Avec Christian Locka, journaliste d'investigation et fondateur du Museba Journalism Project (Cameroun)

Le *Museba Journalism Project* a été mis en place pour mener des enquêtes longues et profondes sur des sujets parfois sensibles, principalement sur des questions environnementales au Cameroun et dans le bassin du Congo. Christian Locka, qui a déjà été lauréat du prestigieux prix de journalisme Fetisov en 2020, connaît plusieurs difficultés dans la conduite de ses enquêtes. Il fait face régulièrement à la peur de certaines sources ou encore aux réponses très lentes de personnalités officielles, mais aussi aux faux lanceurs d'alerte conduits par des intérêts personnels. Pour venir à bout de certaines de ces difficultés, il travaille avec des organisations et des collègues sur le plan local, régional et international, notamment dans le

cadre d'une enquête transfrontalière. Il n'a pas été épargné dans l'exercice de ses fonctions par des menaces de mort au téléphone, qui l'ont une fois poussé à déménager loin de sa ville. Il témoigne également de difficultés financières croissantes pour mener les enquêtes, ainsi que des obstacles pour les publier lorsqu'elles sont bouclées. Christian Locka raconte que les organes de presse qui refusent les publications ont peur de s'exposer ou de contrarier les personnes mises en cause dans les enquêtes. Par prudence pour sa sécurité et celle de ses proches, le journaliste d'investigation n'utilise jamais les réseaux sociaux à des fins privées et poursuit sa réflexion, afin de doter son projet d'un modèle économique plus viable.



DÉBAT

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE: ALLIÉE OU MENACE DANS LA LUTTE CONTRE LA DÉSINFORMATION ?

Olivier Martinez, consultant spécialisé en média et en intelligence artificielle (IA), estime que les modèles de langage ne sont pas une source de vérité en ce qui concerne la France. Et pour cause : ils sont entraînés sur des textes américains ou d'autres pays européens, ce qui crée un biais d'interprétation. Selon Chine Labbé, rédactrice en chef Europe chez *News Guard*, pour un outil comme ChatGPT, il manque encore des garde-fous en ce qui concerne l'édition dans certaines langues, ce qui est inquiétant. Pour elle, l'IA peut être une alliée à condition qu'elle reste sous contrôle éditorial. En plus de ce que l'IA peut apporter, pour Rawan Damen, journaliste à ARIJ

(*Arab Reporters for Investigative Journalism*) dans les Territoires palestiniens, il est nécessaire d'établir une collaboration entre les personnes influenceuses et les journalistes pour lutter contre la désinformation. Globalement, un réseau réunissant tous les *fact-checkers* est nécessaire pour être plus efficace. En conclusion, Noko Makgato, directeur exécutif de Africa Check en Afrique du Sud, pense que l'intelligence artificielle peut être une alliée pour les journalistes à condition d'être bien formé, de choisir les bons outils et de garder le contrôle final sur les éléments diffusés.

* Centre de traitement des données



ZOOM

ARIJ: ACTIVER UN RÉSEAU INTERNATIONAL DE FACT-CHECKERS

Avec Saja Mortada, journaliste d'investigation libanaise et responsable de AFCN et Rasha Faek, journaliste syrienne et formatrice pour AFCN

La désinformation est un grand fléau qui sévit dans le monde arabe, a rappelé d'emblée Rasha Faek, journaliste et formatrice pour AFCN (*The Arab Fact-Checkers Network*) en Syrie. Ce réseau a été développé par ARIJ (*Arab Reporters for Investigative Journalism*). La propagation des fausses nouvelles est visible à plusieurs occasions : élections, crises politiques ou sanitaires, catastrophes naturelles... Les fausses informations viennent également de l'étranger, explique Rasha Faek. Pour y faire face, l'objectif d'ARIJ est de développer un réseau de personnes vérificatrices ayant un code de déontologie transparent, a ajouté Saja Mortada. La pré-vérification – avant publication –

est ce qui distingue ARIJ dans la pratique de la vérification. Son souhait est que cette pratique soit partagée par un maximum de journalistes et d'organisations, a ajouté Rasha Faek. Pour mener à bien cette mission, ARIJ a créé et consolidé un réseau fort de personnes vérificatrices dans le monde arabe. Même si les moyens sont faibles et que l'aide tarde à venir, deux outils innovants – un *chatbot* et une plateforme – ont été mis en place pour faciliter les échanges et améliorer la vitesse de la vérification, a expliqué Saja Mortada. La mesure de l'impact de ces vérifications restera nécessaire même si cette pratique demandera plus de temps et de travail, a conclu la journaliste.

ZOOM

AFRICTIVISTES: CRÉER DES COMMUNAUTÉS ET DES CLUSTERS POUR ASSURER LA PROPAGATION DES INFOS FACT-CHECKÉES

Avec Cheikh Fall, président d'Africtivistes (Sénégal) et Aisha Dabo, coordinatrice d'Africtivistes

C'est avec l'ambition de mutualiser les énergies et les forces de personnes de métiers différents mais partageant les mêmes valeurs de démocratie et les mêmes rêves d'émancipation pour les pays africains que Cheikh Fall a lancé l'organisation Africtivistes. Cette organisation, dont il est le président, regroupe plusieurs centaines de personnes à travers l'Afrique. Ses équipes ont notamment aidé des journalistes du Tchad et de Gambie lors des élections présidentielles à contourner divers types de contraintes, en mettant en place des outils numériques sécurisés ou en formant à la production de contenus de qualité, explique Cheikh Fall. Avant de diffuser les informations vérifiées via des communautés puissantes, il y a au préalable un travail de *débunkage*

de fausses informations – mais également de correction – qui est fait, en se concentrant sur les plus dangereuses, indique-t-il. S'appuyer sur une communauté locale est une bonne chose, mais Africtivistes a aussi développé, lors de la crise en Gambie, des outils comme une application audio légère qui a permis de diffuser une information vérifiée en langue locale (wolof), pour atteindre le plus grand nombre de personnes et lutter contre la viralité des fausses informations, explique Aisha Dabo, coordinatrice d'Africtivistes au Sénégal et en Gambie. Les valeurs de démocratie, de partage et de solidarité font grandir cette communauté, qui a également besoin de plus de donateurs et donatrices pour mener à terme ses nombreux projets, conclut-elle.

ZOOM

AFRICA CHECK: FACT-CHECKER LES ÉLECTIONS

Avec Allwell Okpi (Nigeria)
et Valdez Onanina d'Africa Check (Sénégal)

Allwell Okpi, journaliste pour Africa Check au Nigeria, explique que le travail préalable à faire lors de la couverture des élections est la cartographie des différents candidats et candidates, afin d'identifier les points à observer de près, notamment pour exclure des foyers de propagation de fausses informations. Le travail de préparation pour les équipes nigérianes d'Africa Check, lors des dernières élections présidentielles dans le pays, a été d'organiser des conférence-débats sur le *fact-checking* en public. Ces réunions étaient diffusées en ligne et en direct, pour partager et profiter des expériences de toutes

celles et tous ceux qui s'exercent également au *fact-checking* et être encore plus efficaces, ajoute Allwell Okpi. Pour Valdez Onanina, journaliste et rédacteur en chef d'Africa Check au Sénégal, en *fact-checking*, le contexte est la clé de la compréhension. Selon lui, il faut s'adapter au contexte et aux cibles auxquelles on s'adresse, d'où l'importance de bien comprendre les attentes des cibles en question. Valdez Onanina a réussi à créer un réseau de sources fiables de vérification, en s'appuyant également sur des personnes qui suivent les tendances et les fausses informations sur les réseaux sociaux.



EN IMAGES













LES INTERVENANTS ET INTERVENANTES

YASSINE AABAR

Président de l'AIC (Association Initiatives Citoyennes) et initiateur du projet Écho des voix féminines (Maroc)

JALAA ABUARAB

Rédactrice en chef à Dooz (Territoires palestiniens)

CÉLIA D'ALMEIDA

Journaliste (Mali)

TALA AL-SHARIF

Créatrice de Female Shimeras, première plateforme vidéo consacrée aux femmes (Territoires palestiniens)

MYRIAM ANGONI

Coordinatrice du projet Expressions balkaniques (Albanie)

BLAISE PASCAL ANDZONGO

Directeur d'Eduk-media (Cameroun)

AHMED BAIDER

Journaliste (Yémen)

ASIA BALLUFFIER

Journaliste, Le Monde (France)

NELLY BARRET

Doctorante à l'École Polytechnique (France)

TEYCIR BEN NASR

Journaliste de solutions (Tunisie)

LAURENT BIGOT

Journaliste et maître de conférences associé à l'École Publique de Journalisme de Tours (EPJT) (France)

ANNE-CÉCILE BRAS

Journaliste à RFI et productrice de l'émission *C'est pas du vent* (France)

THIBAUT BRUTTIN

Adjoint au directeur général à Reporters sans frontières et en charge de la *Journalism Trust Initiative* (JTI) (France)

ALEXANDRE CAPRON

Journaliste chez Les Observateurs de France 24 (France)

BELÉN CARRASCO RODRIGUEZ

Directrice de projet au *Center for Information Resilience* (Royaume-Uni)

UNG CHAMROEUN

Rédacteur en chef à Thmey Thmey Media (Cambodge)

DAVID CHAVALARIAS

Chercheur (France)

PHILIPPE COUVE

Éditorialiste à France Inter (France)

AISHA DABO

Journaliste membre d'Africivistes (Sénégal/Gambie)

RAWAN DAMEN

Journaliste à ARIJ (Jordanie)

RAHMA DIAA

Journaliste (Égypte)

AÏDA DIONGUE-NIANG

Climatologue et co-auteur du sixième rapport du GIEC (Sénégal)

ROLANDE DJATOUGBE

Journaliste à Ecoconscience.tv (Togo)

KARIM DJINKO

Formateur pour le projet MédiaSahel pour Elles (Canada)

SOPHIE EKOUE

Journaliste (Togo)

RASHA FAEK

Journaliste et formatrice à l'AFCN (Syrie)

CHEIKH FALL

Président d'Africivistes (Sénégal)

AUDE FAVRE

Journaliste et présidente de *Fake off* (France)

RAMSEY GEORGE TESDELL

Fondateur de la plateforme de podcasts arabophones Sowt (Jordanie)

LAURENT GIACOBINO

Directeur Méditerranée-Asie à CFI (France)

JULIE GODIGNON

Experte en projets de développement médias et évaluatrice (Suisse)

SAJA H. MORTADA

Responsable du réseau de *fact-checkers* d'ARIJ (Liban)

PIERRE HASKI

Éditorialiste à France Inter et président de Reporters sans frontières (France)

HICHAM HOUDAIFA

Éditeur et journaliste (Maroc)

STEVEN JAMBOT

Journaliste et producteur de l'Atelier des médias à RFI (France)

PAUL-JOËL KAMTCHANG

Journaliste à Adisi (Cameroun)

SAMIRA IBRAHIM

Journaliste et présentatrice de télévision (France)

PIERRICK JUDEAUX

Directeur du portefeuille et représentant pour l'Europe du Fonds international pour les médias d'intérêt public (France)

ANGE KASONGO

Journaliste indépendante et formatrice (République Démocratique du Congo)

GUSTAVE KATSUVA

Journaliste pour Congo Check (République démocratique du Congo)

MAIS KATT

Journaliste d'investigation spécialisé sur le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord (Pays-bas)

MALEK KHADHRAOUI

Fondateur d'Inkyfada (Tunisie)

MALICK KONATÉ

Journaliste (Mali/France)

MARTHE KRA AKISSI

Journaliste (Côte d'Ivoire)

CHINE LABBÉ

Rédactrice en chef Europe chez NewsGuard (États-unis/France)

NINA LAMPARSKI

Rédactrice en chef de l'investigation numérique pour l'Afrique à l'Agence France Presse (France)

ABIGAIL LARBI ODEI

Directrice MFWA (Fondation des Médias pour l'Afrique l'Ouest) (Ghana)

SYLVIE LARRIÈRE

Coordinatrice régionale du projet MediaSahel pour l'Afrique Faso/France)

TOM LAW

Directeur adjoint au *Global Forum for Media Development* (Royaume-Uni)

JULIEN LE BOT

Journaliste, auteur-réalisateur et responsable innovation chez Samsa.fr (France)

CLAIRE LEPROUST

Consultante et productrice à Fablab Channel (France)

MICHEL LEROY

Chercheur (France)

CHRISTIAN LOCKA

Journaliste d'investigation et fondateur du *Museba Journalism Project* (Cameroun)

NOKO MAKGATO

Directeur exécutif d'Africa Check (Afrique du Sud)

SOPHIE MALIBEAUX

Journaliste à RFI (France)

OLIVIER MARTINEZ

Consultant spécialisé média et IA (France)

FLORENCE MINERY

Directrice adjointe Méditerranée-Asie à CFI (France)

JANE MOLLER LARSEN

Responsable Afrique de l'Ouest à *International Media Support* (Danemark)

CATHERINE MONNET

Journaliste à Reporters sans frontières (France)

ESTELLE NDJANDJO

Journaliste indépendante (France)

TSE NEBANGU

Journaliste à Ndefcam radio (Cameroun)

MOUSSA NGOM

Journaliste (Sénégal)

HABY NIAKATÉ

Rédactrice en chef à Brut Afrique (France/Côte d'Ivoire)

JULIEN NOCETTI

Chercheur à l'Institut Français des Relations Internationales (France)

JEZIA NOUMA

Fondatrice de Lella Media (Tunisie)

ALLWELL OKPI

Journaliste (Nigeria)

VALDEZ ONANINA

Rédacteur en chef à Africa Check (Sénégal)

ALPHA OUMAR BAGOU BARRY

Président de l'Association des Journalistes Scientifiques de Guinée (AJSG) (Guinée)

KETSIA PASSOU

Activiste du climat, défenseur de la jeunesse UNICEF et jeune ambassadrice pour la cause climatique et environnementale (République démocratique du Congo)

LAUREN PROVOST

Directrice adjointe de Libération (France)

PAUL RADU

Fondateur de l'OCCRP (Roumanie)

BRUNO DE REVIERS

Expert évaluation à l'Agence française de développement (AFD) (France)

MARIANNE RIGAU

Journaliste et responsable pédagogique chez Samsa.fr (France)

ESSON ROGER NGUESSAN

Doctorant en sciences humaines et sociales à Sciences Po Bordeaux (France)

BOUREIMA SALOUKA

Journaliste membre de Faso Check et coordinateur de projets médias à *DW Akademie* (Burkina faso)

MARIE-CHRISTINE**SARAGOSSE**

Président-directrice générale de France Médias Monde (France)

ROOH SAVAR

Journaliste en exil et fondateur de *Lettres persanes* (Iran/France)

SANA SBOUAI

Éditrice pour le monde arabe à l'OCCRP (Tunisie/France)

BINIAM SIMON

Fondateur de Radio Erena Média Érythréen en Exil (Érythrée/France)

STÉPHANE SIOHAN

Journaliste et producteur à Kiev (Ukraine)

ÉMILIE SUEUR

Co-rédactrice en chef de L'Orient-Le Jour (Liban)

KHALED SULEIMAN

Journaliste spécialisé et expert CFI (Irak)

VICTOIRE TUAILLON

Journaliste et autrice féministe du podcast *Les Couilles sur la table* (France)

THIERRY VALLAT

Président-directeur général de CFI (France)

LEON VAN DEN BOOGERD

Coordinateur de programme à *Free Press Unlimited* (Pays-Bas)

HENRI VERDIER

Ambassadeur pour les affaires numériques (France)

CAROLINE VUILLEMIN

Directrice générale de la Fondation Hirondelle (Suisse)

SIDY YANSANÉ

Journaliste à RFI (France)

CHRYSOULA**ZACHAROPOULOU**

Secrétaire d'État auprès de la ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, chargée du développement, de la francophonie et des partenariats internationaux (France)

KRISTINA ZELENYUK

Journaliste à 1+1 TV (Ukraine)





RÉDACTION

Samsa Africa

COORDINATION

Astrid Robin

ILLUSTRATIONS

Celeste (Kenya):
pages 27, 31, 39 et 42

Mister T (France):
pages 14, 21, 22, 35, 37 et 41

Dlog (Tunisie): page 28

PHOTOGRAPHIES

ZesocialDesk

CONCEPTION GRAPHIQUE

La Confiserie

ÉDITION

CFI

Dépôt légal
Décembre 2023

Canal France International agit pour favoriser le développement des médias partout dans le monde et en particulier en Afrique subsaharienne, dans le monde arabe et dans les pays du voisinage de l'Union européenne. Au cœur de notre action : lutter contre la désinformation, promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes, protéger l'environnement, favoriser la démocratie et l'engagement citoyen. CFI est un opérateur du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et une filiale du Groupe France Médias Monde.