

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2025

ÉDITO

*Informer,
c'est construire
des ponts*

LA VISION
D'EMMANUELLE TALON,
P.D.-G. DE CFI

LES

10

PROJETS DE L'ANNÉE

POUR NE RIEN RATER
DE L'ACTION DE CFI
DANS LE MONDE

Dana Alboz: revenir en Syrie pour raconter

RÉCIT D'UN PAYS
EN TRANSITION
ET LES DÉFIS
QUI ATTENDENT
SES MÉDIAS

P. 17

TÉMOIGNAGE

L'I.A. AU SERVICE DE L'INFO

P. 15

RADIOGRAPHIE
DU PROJET
VOIX CITOYENNES
COMORES

L'ANNÉE EN CHIFFRES

P. 5

LES DATES-CLÉS DE CFI

P. 4

IMMERSION

*Un
mercredi
dans
la peau de...*

AISSATOU
CHARGÉE DE
DÉVELOPPEMENT

JEU


LES
MOTS-MÉLÉS
DE LA
RÉDACTION

REGARD

TEMPS
FORTS
2025

RADIOCHECK TOGO

INFOX

LE RIRE
CONTRE-ATTAQUE

MAIS AUSSI

PERSPECTIVES
2026

Conseils
lecture



SOMMAIRE

PAGE 3
Édito

PAGE 4
En quelques dates

PAGE 5
Chiffres clés 2025

PAGE 6
Retour sur quelques temps forts de l'année

PAGE 8
Géographie des interventions

PAGE 11
CFI sur le terrain : 10 projets mis en œuvre en 2025

PAGE 12
Voix en exil : Amanullah Qaisari, commenter l'exil sans quitter le terrain

PAGE 15
Qarib : L'intelligence artificielle au service des rédactions sous tension

PAGE 17
Kalam Min Souria : Entretien avec Dana Alboz

PAGE 20
Horizons partagés : L'information prend la route

PAGE 21
AGILE : Hackathon : quand l'intelligence collective réinvente l'accès à l'information

PAGE 23
Voix citoyennes Comores : Les médias locaux en mouvement pour réinventer le débat public

PAGE 25
RadioCheck Togo : Infox : le rire contre-attaque (en langues locales)

PAGE 27
Media Parity : rencontre avec Nchidzi Masendu

PAGE 30
Kouman : 17,6 millions de personnes touchées

PAGE 33
Infolisango : Charvine Mabilia : apprendre, vérifier, enquêter, itinéraire d'une journaliste en mouvement

PAGE 36
Un mercredi dans la vie de... Aissatou, chargée de développement : la course !

PAGE 38
Perspectives pour 2026

PAGE 40
CFI ne serait pas CFI sans...

PAGE 41
Recommandations lectures et mots-mêlés

PAGE 42
Bilan financier

ÉDITO

Informer, c'est construire des ponts

par Emmanuelle Talon,
Présidente-Directrice générale de CFI



Septembre 2025. Quand j'ai pris la tête de CFI, j'ai retrouvé une évidence : informer, c'est construire. Construire des ponts entre les gens, des liens entre les faits et les citoyens, des remparts contre la méfiance. Face à une désinformation qui casse, isole et détruit, notre mission est claire : créer du commun, là où d'autres sèment la division. Ancienne journaliste devenue diplomate, je sais combien une information fiable et pluraliste est un pilier de la démocratie et

combien la défense d'une information libre est au cœur de ce qu'est la France. Dans un monde où notre pays et ses partenaires sont ciblés par des manipulations informationnelles massives, où les fausses nouvelles sapent la démocratie, notre rôle n'a jamais été aussi vital. À cet égard, je salue le travail de mon prédécesseur Thierry Vallat, qui a su positionner CFI comme acteur-clé de cette bataille. Aujourd'hui, face à l'urgence, nous accélérons. Le Quai d'Orsay a fait de la guerre informationnelle une priorité ; CFI en est un pivot. Nous agissons là où les fractures sont les plus profondes – zones prioritaires de la diplomatie française, espaces fragilisés par les crises – pour y semer des graines d'intégrité. Nos outils ? L'innovation, la formation, les partenariats, notamment avec notre maison-mère France Médias Monde, et une idée fixe : des médias intègres, viables et innovants sont indispensables à la pérennité des démocraties. Nos valeurs ? Déontologie, intégrité, respect de l'indépendance éditoriale et une vigilance de chaque instant contre les manipulations de l'information quelles qu'elles soient, et en particulier sur les sujets climatiques, sanitaires, scienti-

fiques et de genre. Car la désinformation n'est pas un mal éloigné, elle touche notre quotidien. Nous en avons été témoins durant la pandémie de Covid-19. Les projets de CFI répondent à des besoins locaux identifiés par nos partenaires sur le terrain. Ils apportent des réponses et des résultats immédiats, objectivés par des évaluations et des études d'impact. Ils créent aussi des liens à long terme, avec un réseau d'acteurs et d'actrices de l'information et du fact-checking faisant un travail formidable pour vulgariser et éclairer. Mais tout cela, nous ne pouvons le faire seuls : ma gratitude va aux équipes de CFI, dont l'engagement est notre force, mais également à nos partenaires sur le terrain et à nos alliés européens, pour la dynamique commune lancée et renforcée ces derniers mois. Alors que les menaces dans le champ informationnel ne cessent de se renforcer, nous sommes à un moment charnière, qui nous force à affirmer d'autant plus haut et fort nos engagements. Ensemble, nous bâtissons un écosystème où l'information relie, éclaire et unit. Parce qu'informer, c'est éclairer. Parce qu'informer, c'est construire. ■

En quelques dates

1989

Création de Canal France International par le ministère de la Coopération, avec pour objectif de diffuser et mettre à disposition gratuitement des programmes français et francophones à l'international, notamment en Afrique.

1992

CFI diffuse « 5 200 heures (de programmes) par an et touche désormais un potentiel de 170 millions de téléspectateurs, au travers de soixante-dix opérateurs de télévision sur quatre continents »¹.

1996

CFI, qui diffuse notamment les compétitions sportives régionales et internationales, comptabilise 130 millions de téléspectateurs pour la XX^e Coupe d'Afrique des nations de football (CAN 96). À cette date, CFI développe une programmation personnalisée pour chaque continent.²

1999

Création de CFI-TV, diffusée en Afrique francophone

2009

CFI devient l'opérateur français d'aide au développement dans le domaine des médias. Son action est désormais centrée sur le transfert d'expertise en matière de journalisme, afin de renforcer l'État de droit et de promouvoir la liberté d'expression.³

2017

CFI devient filiale de France Médias Monde, constituant ainsi un pôle médias fort et identifié à l'international.

2024

Le contrat d'objectifs de CFI couvrant 2024-2028 renforce sa position d'acteur pivot dans la lutte contre la désinformation et garantit une mesure d'impact systématique de ses projets.

¹ *Le Monde*, 1992

² *Le Monde*, 1996

³ Stratégie de mise en œuvre de la stratégie française d'aide au développement

CHIFFRES-CLÉS 2025



43

projets mis en œuvre dans 71 pays



300

vérificateurs et vérificatrices de faits soutenus dans 14 pays arabes grâce aux projets *Sa7* et *Qarib*



19,7 M€

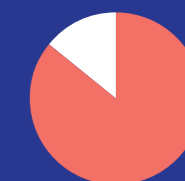
de budget



près de

25 000

personnes accompagnées dans le cadre des projets CFI



86 %

des projets intègrent la lutte contre les manipulations de l'information



73 %

des projets sont menés en collaboration avec des partenaires français



400

journalistes francophones formés à la vérification des faits grâce aux programmes *Désinfox* dans plusieurs pays africains (Afrique, Côte d'Ivoire, Tchad, etc.)

RETOUR SUR QUELQUES TEMPS FORTS DE L'ANNÉE

FÉVRIER 2025



Un premier bilan carbone pour CFI

CFI a réalisé pour la première fois un bilan carbone complet avec le GRET et Suez consulting, dans la perspective de la construction de sa stratégie verte.

MARS 2025



Médias et société civile face aux défis de la nouvelle Syrie

CFI a organisé deux tables rondes à l'Institut du monde arabe, réunissant des journalistes et

représentantes d'institutions syriennes pour échanger sur les perspectives en Syrie après la chute du régime.

AVRIL 2025



Les assises du journalisme de Marseille

Plusieurs sessions organisées par ou avec CFI: radios méditerranéennes et africaines, journalisme en exil, état des lieux des médias au Sénégal, Soudan, et une carte blanche au projet *Qarib*. CFI a par ailleurs soutenu un prix d'éducation aux médias et à l'information dans la région.

JUIN 2025



Le Global Fact-checking Summit au Brésil

Une dizaine de fact-checkers d'Afrique francophone a contribué au Global Fact-checking Summit, à Rio de Janeiro. Ils ont aussi participé à une table ronde organisée par l'Institut français pour partager leur expérience avec leurs homologues brésiliens.

JUILLET 2025



Les coordinateurs des projets en Afrique à Paris

Les 7 partenaires coordonnant des projets

dans différents pays d'Afrique ont été invités à Paris pour une semaine de travaux et de rencontres avec leurs interlocuteurs et interlocutrices des médias et de la diplomatie.



Yak Vdoma, 3 ans de soutien aux journalistes d'Ukraine, à Bucarest

La résidence *Yak Vdoma* a réuni au total près de 50 journalistes d'Ukraine (dont 90% de femmes), permis une multitude de réalisations journalistiques et documentaires atteignant des centaines de milliers de personnes, et donné lieu à de nombreuses rencontres, ateliers et formations à Bucarest, Constanta, Chisinau, Tbilissi, Paris ou Lviv.

SEPTEMBRE 2025



Une rentrée avec le MEAE : à la Fabrique de la diplomatie, CFI a organisé plusieurs ateliers avec France Médias Monde, notamment sur le journalisme d'investigation et l'intelligence artificielle. Elle a également réuni plusieurs spécialistes pour une table ronde intitulée « Quelles réponses apporter pour contrer les stratégies de désinformation ? » Quelques jours plus tard, la « Guerre informationnelle » était le thème d'une journée de travaux et de débats organisée au Quai d'Orsay. Parmi les interventions, une table ronde du projet *Voix en Exil*.

OCTOBRE 2025



Les rendez-vous de l'expertise Mediadev de CFI

Sur le thème de la lutte contre la désinformation. Avec des interventions de qualité ayant permis de se plonger dans le quotidien des journalistes et fact-checkers du réseau de CFI. Une journée qui a fait l'objet d'une émission sur l'Atelier des médias sur RFI.



Africa Fact Summit

Comme chaque année depuis trois ans, CFI était partenaire de l'Africa Fact Summit. L'édition 2025, organisée à Dakar et pour la première fois dans une ville francophone, a réuni une centaine de fact-checkers venus de tout le continent africain.

NOVEMBRE 2025



Semaine de l'IA au Bénin

CFI a réuni 25 journalistes du Bénin, du Tchad et du Togo à Cotonou, pour couvrir la 7^e Semaine du numérique du Bénin, consacrée cette année au thème « IA, médias et numérique ». Les journalistes ont travaillé en synergie pour produire des reportages et des directs diffusés sur Medium et surla trentaine de médias partenaires de MediaOS.

DÉCEMBRE 2025



Exposition « La liberté sous le feu : voix et communautés de l'Ukraine en temps de guerre ».

Organisée par CFI au Théâtre de la Concorde (Paris) dans le cadre de la saison Ukraine en France de l'Institut français, cette exposition de photos a été présentée par le député ukrainien Mykyta Poturaiev, Président de la commission chargée de la politique humanitaire et de l'information, et Lidiya

Taran, de l'agence de presse Ukrinform, en présence d'Emmanuelle Talon, PDG de CFI.



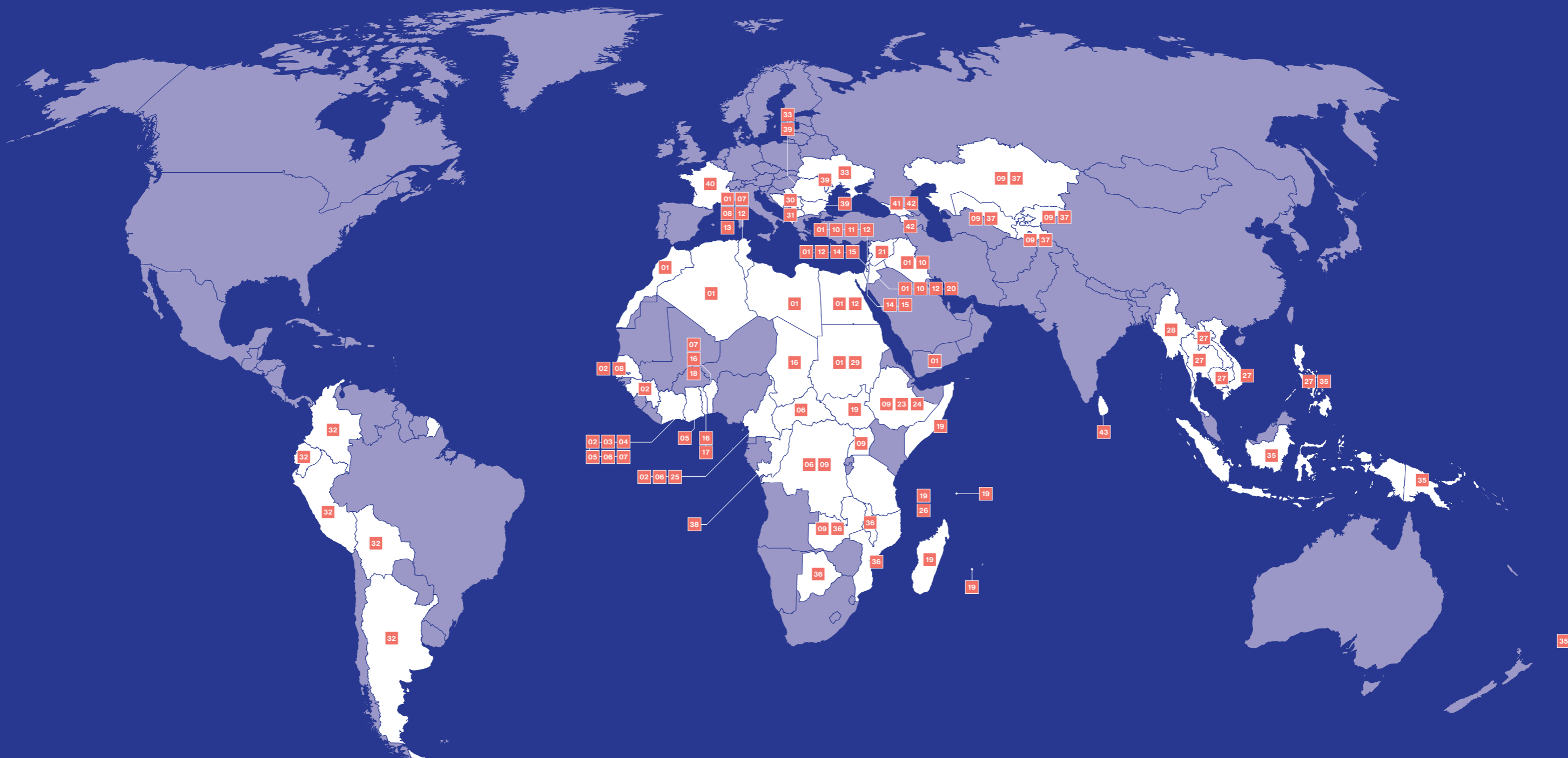
18^e Forum annuel de ARIJ (Arab Reporters for investigative Journalism)

CFI a organisé plusieurs événements au forum annuel de son partenaire ARIJ (5-7 décembre 2025, Amman, Jordanie) et mené des réunions de travail avec les membres de sa communauté présents, en particulier autour des projets *Qarib*, SA7, Kalam min Souria, Soutien Israël-Palestine.



Adoption de la stratégie verte de CFI

Après une année rythmée par plusieurs ateliers de co-construction, la première stratégie verte de CFI a été adoptée! ■



GÉOGRAPHIE DES INTERVENTIONS

Toute l'action de CFI, partout dans le monde,
en un coup d'œil

- 01. SA7
- 02. Afri'kibaaru 2
- 03. Lutte contre la désinformation en Côte d'Ivoire
- 04. Kouman
- 05. À voix égales
- 06. Desinfox Jeunesse
- 07. PAGOF 2
- 08. JTI Africa
- 09. Agile
- 10. Qarib
- 11. Investigation Liban

- 12. Médias indépendants en Méditerranée 2
- 13. PAMT2
- 14. Kolot
- 15. Pluralisme et cohésion sociale
- 16. MediAOS
- 17. RadioCheck Togo
- 18. FPI Benin
- 19. Gouvernance, paix et stabilité

- 20. Soutien aux réformes démocratiques en Jordanie
- 21. Kalam Min Souria
- 22. MediaOS
- 23. Digitalize Youth
- 24. Soutien aux médias éthiopiens
- 25. Cameroun Medias +
- 26. Voix Citoyennes Comores
- 27. Des médias. Une santé

- 28. Naye Thit
- 29. Soudan revitalising and enhancing media
- 30. Horizons partagés 3
- 31. Expressions balkaniques 2
- 32. Comunidad Informada
- 33. Yak Vdoma
- 34. Caucase desinformation
- 35. Terra Asia
- 36. Media parity
- 37. Horizons médias

- 38. Infolisango
- 39. Renforcement démocratique des médias en mer Noire
- 40. Voix en Exil
- 41. Géorgie - Médias et désinformation
- 42. Caucase désinformation
- 43. Green policy dial



EN ACTIONS

CFI SUR LE TERRAIN 10 PROJETS MIS EN ŒUVRE EN 2025

En 2025, avec nos partenaires, nous avons mis en œuvre 43 projet dans plus de 70 pays.

Parmi ceux-ci, nous avons choisi de vous en présenter 10, en mettant en avant des événements phares, des dispositifs innovants, des chiffres clés, mais aussi des partenaires et journalistes aux profils extraordinaires. Découvrez-les dans les pages qui suivent !

LE PORTRAIT

Amanullah Qaisari commenter l'exil sans quitter le terrain

Ancienne voix incontournable du sport en Afghanistan, Amanullah Qaisari a vu sa carrière s'interrompre net avec la chute de Kaboul. Exilé en France, il reconstruit patiemment son métier, entre réseaux sociaux et nouveaux formats. Grâce au programme *Voix en exil* de CFI, il a retrouvé bien plus que des outils : une place, une légitimité, et la possibilité de continuer à raconter.

Il parle du sport comme d'une évidence. Une respiration. « *Le journalisme, c'est ma vie* », lâche Amanullah Qaisari, sans détour, comme on énonce une vérité qui n'a plus besoin d'être prouvée. À Kaboul, sa voix était familière, reconnaissable entre mille. Pendant quinze ans, il a incarné le visage du sport à la télévision afghane, jusqu'à devenir l'un des commentateurs les plus suivis du pays. Une trajectoire patiemment construite, à rebours des évidences. Car rien, au départ, ne lui était acquis.

Né dans une famille afghane exilée en Iran, Amanullah grandit en marge. D'abord en Iran, où il est cantonné à son statut d'immigré. Puis dans son propre pays, qu'il regagne en 2007, où il est renvoyé à son exil. Le football devient très tôt un refuge, presque une promesse. Il se souvient encore de la Coupe du monde 1998, des noms qui résonnent comme des héros d'enfance. Joueur amateur, il comprend vite que son terrain sera ailleurs. Raconter plutôt que jouer. Donner à voir plutôt que chercher les projecteurs. « *Le journalisme a été pour moi un moyen de montrer nos capacités* », dit-il. Ses débuts sont âpres. Des portes

fermées, des refus répétés. Puis, en 2011, une première émission de football. Le déclic. Deux ans plus tard, il rejoint l'une des chaînes les plus influentes du pays. Sa parole s'installe, son style aussi : direct, engagé, proche du public.

Amanullah ne commente pas seulement les matchs, il raconte ce qu'ils disent d'un pays, d'une société, d'un espoir collectif. À Kaboul, on le reconnaît dans la rue. Il voyage, couvre des événements internationaux. La réussite est là, tangible... mais en août 2021, tout bascule.

Perdre sa place, garder sa vocation

La chute de Kaboul agit comme une coupure nette. Brutale. Le journaliste devient une cible potentielle. Les perspectives se ferment. Il lui faudra attendre 2022, avec l'appui d'organisations internationales, pour pouvoir quitter son pays. Entre-temps, l'attente, l'incertitude. « *En partant, j'ai tout perdu : ma position, mon public.* », murmure-t-il sans s'appesantir. La phrase est simple, mais elle dit l'ampleur du vide. En France, il faut recommencer. A zéro. Une année difficile, marquée par le doute, presque par l'effacement.



Voix en Exil



Objectif
Soutenir
et accompagner
les médias
et journalistes
en exil



De juin 2024
à mars 2027



Budget
2,8 M€



Pays
France

Financé par



Puis, progressivement, le mouvement revient. Amanullah rallume la caméra, seul, d'abord. Sur les réseaux sociaux, il retrouve un espace de diffusion. Une audience aussi. Continuer devient une nécessité. « *C'était primordial de suivre mes rêves.* », glisse-t-il.

Voix en exil : reconstruire plus que des compétences

C'est dans cette phase de reconstruction qu'il entend parler du programme *Voix en Exil*, porté par CFI avec un consortium comprenant SINGA, RSF et la Maison des Journalistes grâce à un financement du ministère de l'Europe et des affaires étrangères.

Objectifs de *Voix en exil*? Proposer un accompagnement multidimensionnel à des journalistes en exil en France et souhaitant poursuivre leur activité professionnelle ; soutenir ces journalistes dans leur parcours professionnel et faciliter la concrétisation de leur projet ; contribuer à partager et créer des liens avec les initiatives existantes de soutien aux journalistes et médias en exil en Europe.

Un dossier solide, deux entretiens passionnés. Sa candidature est retenue parmi des dizaines d'autres. Une nouvelle étape s'ouvre. Pour Amanullah, l'impact est immédiat, concret. Des moyens techniques, d'abord : du matériel, des formations, un cadre de travail. Mais surtout, une montée en compétence. « *Avant, je faisais surtout de la présentation, je n'avais que peu de maîtrise technique. Aujourd'hui, je sais monter, éditer, produire.* », décrit-il. Il raconte ce moment, presque anodin, où, après un montage complexe, il se surprend à sourire seul : « *Je l'ai fait.* », se souvient-il s'être exclamé. Une victoire discrète, mais fondatrice.

Au-delà des outils, c'est un écosystème qui se reconstruit. Un réseau de journalistes en exil, des échanges, une solidarité tangible. « *On partage beaucoup. Il y a une entraide.* », remarque-t-il. Dans un parcours marqué par la rupture, cette continuité humaine compte autant que le reste. Professionnellement, la relance est nette. Amanullah reprend les reportages, couvre des compétitions, développe sa présence en ligne. Son audience s'élargit considérablement. →

Chez lui, le sport n'a jamais été un simple divertissement. Il est un levier. Un espace de respiration collective.

Il retrouve une légitimité, une place. « Pour moi, en tant que journaliste réfugié, c'est une formidable opportunité », assure-t-il. Le mot n'est pas galvaudé : il dit la possibilité, rare, de redevenir acteur de son propre récit.

Raconter, résister

Mais son projet dépasse aujourd'hui la seule trajectoire individuelle. Amanullah veut créer une plateforme d'information sportive fiable, tournée notamment vers les athlètes réfugiés et les femmes sportives afghanes. Une ligne éditoriale assumée. « Elles doivent être visibles. Chacune incarne son histoire, ce sont des rôles modèles. », lance-t-il.

Dans un contexte où leur effacement est organisé, raconter leurs histoires devient un acte presque politique. Chez lui, le sport n'a jamais été un simple divertissement. Il est un levier. Un espace de respiration collective. Selon lui, « Il peut apporter de la joie, de la paix. » Une conviction forgée sur les plateaux, dans les stades, et aujourd'hui, dans l'exil.

De Kaboul à la France, le fil n'a jamais complètement rompu. Il s'est tendu, fragilisé, transformé. Grâce à *Voix en Exil*, il s'est aussi renforcé. Amanullah Qaisari n'a pas seulement repris son métier : il l'a réinventé. Et dans cette reconstruction, il y a plus qu'un parcours individuel ; il y a la preuve que même loin de chez soi, une voix peut continuer de porter. ■



OCTOBRE 2025

Premier anniversaire pour Voix en Exil

L'évènement « Voix en exil, un an après » organisé dans les locaux de Reporter sans frontières (RSF) a réuni la communauté « VEE » afin d'échanger autour des expériences vécues, de partager les premiers résultats du programme, ainsi que ses perspectives. Sans oublier de penser aux journalistes encore menacés partout dans le monde.

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE AU SERVICE DES RÉDACTIONS SOUS TENSION

Dans les rédactions fragilisées du Proche-Orient, l'intelligence artificielle n'est ni une révolution ni une promesse abstraite : elle devient un outil de survie et d'ajustement. Avec Q-AIM, le programme *Qarib* explore une nouvelle voie. Celle d'une IA ancrée dans les contraintes du terrain, pensée pour accompagner le journalisme indépendant sans le dénaturer.

Dans une région où l'information se fabrique souvent dans l'urgence, sous contrainte politique, économique et sécuritaire, l'intelligence artificielle arrive moins comme une promesse de rupture que comme une question de survie. C'est dans ce contexte que le programme *Qarib*, financé par l'Agence française de développement (AFD) sur la période 2020-2026 et déployé en Jordanie, au Liban, en Irak et en Palestine, a lancé en août 2025 un nouveau volet : Q-AIM.

Entre lignes de code et lignes éditoriales

Pensé avec le soutien de *Financial Times Strategies* (FTS), ce dispositif répond à un constat simple mais structurant : aucun des plus de 50 partenaires de *Qarib* n'a, à ce jour, intégré l'IA de manière structurée et cohérente dans ses pratiques éditoriales ou organisationnelles. Non par retard technologique, mais parce que les outils d'IA doivent être adaptés à des réalités locales très spécifiques : fragilité économique des

médias, pluralité des dialectes arabes, exigences accrues de vérification et enjeux de sécurité.

La première phase du programme a réuni non moins de 35 médias du réseau *Qarib* autour de *masterclasses* dédiées, tout en lançant une étude de fond sur les usages possibles de l'IA dans des rédactions indépendantes arabophones.

Cette recherche se distingue d'emblée des analyses dominantes du secteur : elle refuse de partir d'un monde idéal, supposé stable, anglophone et orienté vers des modèles d'abonnement. Elle part, au contraire, des réalités fragmentées des rédactions locales, souvent dépendantes de financements internationaux, confrontées à des audiences instables et à des enjeux accrus de vérification et de sécurité.

Une étude exclusive

L'un des apports majeurs de cette étude est la construction d'un cadre de durabilité en trois étapes qui rompt avec l'idée d'une transfor- ➔



Qarib



Objectif
Accompagner les médias pour favoriser la cohésion sociale



De janvier 2020 à septembre 2026



Budget
10 M€



Pays
Jordanie, Liban, Irak, Palestine



mation linéaire. Survie, pérennité, innovation. Ici, il n'est pas question d'imposer une « révolution IA », mais de reconnaître des niveaux de maturité organisationnelle distincts, où la stabilisation elle-même peut constituer un objectif légitime. À travers l'analyse de plus de 40 rédactions régionales, des études de cas internationales et l'évaluation d'outils en langue arabe, un constat s'impose : l'IA n'est réellement utile que lorsqu'elle s'ancre dans des besoins concrets.

Les usages les plus efficaces ne sont pas ceux qui relèvent de la démonstration technologique, mais ceux qui améliorent les rouages invisibles du journalisme quotidien : transcription, traduction, gestion des subventions, vérification, distribution des contenus...

Construire des modèles hybrides humain-IA

Dans cet écosystème, l'IA ne remplace pas le geste journalistique ; elle s'y insère, à condition d'être encadrée. L'étude souligne ainsi l'importance décisive des flux de travail hybrides, où l'humain reste au centre de la décision éditoriale. Cette hybridation apparaît particulièrement pertinente dans le contexte arabophone, marqué par la diversité des dialectes, la richesse des nuances culturelles et la complexité des enjeux politiques. Dans le journalisme d'investigation, la traduction ou la vérification des faits, l'IA agit alors comme un outil d'accélération. Et jamais comme une autorité ou un remplacement.

La deuxième phase du programme s'appuie quant à elle sur ces enseignements pour franchir un cap opérationnel. Vingt médias ont été sélectionnés afin de définir un objectif précis lié à l'IA et de le mettre en œuvre sur l'année 2026, avec l'accompagnement de consultants et consultantes du *Financial Times Strategies* (FTS). L'enjeu n'est pas seulement technique : il s'agit d'installer une culture de l'IA maîtrisée, contextualisée et adaptée aux contraintes réelles des rédactions. À travers Q-AIM, le programme Qarib explore ainsi une voie étroite mais essentielle : celle d'une innovation qui ne se pense ni comme injonction ni comme solution miracle, mais comme un outil au service d'un journalisme de proximité plus robuste, plus sûr et plus durable dans une région où l'information reste, plus que jamais, un bien fragile. ■

tionnés afin de définir un objectif précis lié à l'IA et de le mettre en œuvre sur l'année 2026, avec l'accompagnement de consultants et consultantes du *Financial Times Strategies* (FTS). L'enjeu n'est pas seulement technique : il s'agit d'installer une culture de l'IA maîtrisée, contextualisée et adaptée aux contraintes réelles des rédactions. À travers Q-AIM, le programme Qarib explore ainsi une voie étroite mais essentielle : celle d'une innovation qui ne se pense ni comme injonction ni comme solution miracle, mais comme un outil au service d'un journalisme de proximité plus robuste, plus sûr et plus durable dans une région où l'information reste, plus que jamais, un bien fragile. ■

EN CHIFFRES

56 partenaires médias en réseau (8 en Jordanie, 6 au Liban, 15 en Palestine, 20 en Irak et 7 couvrant les quatre pays)

47 % des contenus traitent du genre et des femmes, et 52 % de la jeunesse, 53 % des auteurs sont des femmes

5700 productions (articles, vidéos, podcasts, émissions de radio) publiées depuis 2020 générant 43 millions de vues et 25 millions de réactions

23 lauréats des Qarib Awards, depuis 2023

16 Qarib Talks organisés depuis 2022, totalisant plus d'un million de vues

46 journalistes aux COP27-30, donnant lieu à 190 publications (15 millions de vues)



Dana Alboz, revenir pour raconter : chronique d'un journalisme en reconstruction

ENTRETIEN

Journaliste syrienne, correspondante de France 24 à Damas, Dana Alboz a quitté la Syrie en 2013 avant d'y revenir après la chute du régime d'Assad. Entre mémoire intime et engagement professionnel, elle raconte un pays en transition et les défis immenses qui attendent les médias. Pour les relever, elle compte sur le soutien de programmes comme *Kalam Min Souria*.

Vous êtes partie, vous êtes revenue : qu'est-ce qui, chez vous, n'a jamais quitté la Syrie ?

Je pense qu'on garde toujours une partie de son âme dans son pays d'origine. En revenant, j'ai eu l'impression de retrouver quelque chose que j'avais laissé derrière moi. Ce retour n'était pas simple... J'avais 19 ans quand j'ai quitté la Syrie, aujourd'hui plus personne de ma famille n'y vit, ils sont dispersés entre la France, l'Allemagne et ailleurs. Revenir, c'était à la fois familier et profondément étrange.

Revenir à Damas, c'était une évidence ou un risque assumé ?

Avant la chute du régime, ce n'était même pas envisageable. Je travaillais sur des sujets sensibles, je critiquais le pouvoir... Puis tout a basculé. Je me trouvais en Jordanie lorsque le régime est tombé. Je me souviens avoir ouvert une carte sur mon Smartphone et réalisé que Damas n'était qu'à quelques heures de route. J'ai pris une dizaine de jours de congés et j'y suis allée. Encore aujourd'hui, je ne parviens pas à mettre de mots sur ces dix jours. Je sais juste que j'ai vécu une période

historique. Ce moment a été décisif : j'ai compris que je devais être là, sur le terrain, pour raconter ce qui se jouait.

Quel regard portez-vous sur les médias en Syrie aujourd'hui ?

Il y a une liberté nouvelle, mais aussi un vide immense. Pendant des décennies, le journalisme indépendant était quasi inexistant. Aujourd'hui, tout est à reconstruire : les pratiques, les réflexes, la culture du débat. Les journalistes doivent réapprendre à enquêter, à questionner, à critiquer. Et cela prend du temps. →



Quels sont les principaux défis pour informer en et depuis la Syrie ?

Le contexte reste extrêmement fragile. Il y a encore des violences, des tensions régionales, une instabilité permanente. Et puis il y a le défi de la complexité : après quatorze ans de guerre, rien n'est simple. Il faut éviter les raccourcis, comprendre les dynamiques locales, les histoires individuelles. Informer, ici, demande une grande rigueur.

Vous êtes correspondante de France 24 à Damas : votre pratique a-t-elle évolué ?

Travailler sur le terrain, dans son propre pays, change tout. Il y a une dimension émotionnelle très forte, mais aussi une responsabilité accrue. Je couvre des réalités que je connais intimement, tout en gardant la distance nécessaire.

Vous avez participé au projet Kalam Min Souria porté par CFI. Pourquoi vous y engager ?

Parce qu'il répond à un besoin urgent. Lancé en mars 2025, il a pour objectif affiché de soutenir les acteurs des médias syriens afin de renforcer leur capacité à informer, documenter et participer au débat public dans le contexte de transition politique en Syrie. Dès les premières sessions, nous avons réuni des journalistes aux profils très variés, ainsi que des étudiants. Nous avons travaillé sur les fondamentaux (le rôle du journalisme, son lien avec la démocratie) mais aussi sur des outils concrets, comme le *fact-checking*.

Qu'est-ce que cet accompagnement apporte concrètement ?

Il permet de recréer du lien et de transmettre des compétences. En Syrie, les réseaux sociaux sont devenus une source majeure d'information, avec tous les risques que cela implique. Former les journalistes à vérifier les contenus, à contextualiser, est essentiel pour éviter les dérives.

« En Syrie, les réseaux sociaux sont devenus une source majeure d'information, avec tous les risques que cela implique. Former les journalistes à vérifier les contenus, à contextualiser, est essentiel pour éviter les dérives. »



Kalam Min Souria



Objectif
Soutenir les médias au service de la démocratie en Syrie



De mars 2025 à juillet 2026



Budget
250 K€



Pays
Syrie

Financé par



Faculté des Médias de l'Université de Damas, Décembre 2025

Le projet favorise-t-il aussi les échanges entre professionnels ?

C'est même l'un de ses points forts. Lors des premières sessions, des journalistes de différentes générations et régions ont pu confronter leurs expériences. Ces échanges sont précieux : ils permettent de mieux comprendre les réalités du terrain et de construire une vision collective.

Quel rôle jouent des partenaires comme CFI, l'Académie de France Médias Monde ou le hub de Beyrouth ?

Ils sont essentiels. Il y a une vraie synergie entre les acteurs : formations, accompagnement, production de contenus adaptés, notamment pour les réseaux sociaux. Le hub de Beyrouth, par exemple, permet de penser de nouveaux formats tout en respectant les standards journalistiques. C'est un écosystème qui se met en place.

Que vous apporte, à titre personnel, cette expérience ?

Un enrichissement extraordinaire. C'est une forme de boucle qui se referme : j'étais étudiante en journalisme à Damas, et aujourd'hui je reviens pour échanger avec de jeunes journalistes. Mais c'est aussi un apprentissage constant. J'apprends énormément de ceux qui sont restés, de leur résilience, de leur engagement.

Quelles perspectives voyez-vous pour le journalisme indépendant en Syrie ?

Il y a un besoin immense de soutien. Le journalisme doit faire partie de la reconstruction du pays. Pour qu'une démocratie puisse émerger, il faut des médias capables d'enquêter, de questionner le pouvoir, de porter la voix des citoyens. C'est essentiel pour porter la voix des Syriens et des

« Le journalisme doit faire partie de la reconstruction du pays. Pour qu'une démocratie puisse émerger, il faut des médias capables d'enquêter, de questionner le pouvoir, de porter la voix des citoyens. »

Syriennes, qui ont été isolés pendant longtemps. Tout reste à construire. L'énergie et la volonté pour le faire sont déjà là.

Et vous, que souhaitez-vous raconter dans les années à venir ?

J'aimerais continuer à raconter cette transition, avec nuance et honnêteté. Donner à voir la complexité de la Syrie d'aujourd'hui, loin des clichés. ■

L'INFORMATION PREND LA ROUTE

Activité phare du projet *Horizons Partagés*, qui vise à lutter contre la désinformation et les discours nationalistes en renforçant l'engagement des jeunes et la professionnalisation des futurs journalistes dans les Balkans occidentaux, le Balkan News Truck est une véritable plateforme mobile d'éducation aux médias et à l'information (EMI).



Horizons Partagés



Objectif

Lutter contre la désinformation et les discours nationalistes dans les Balkans occidentaux



De janvier 2025 à juin 2026



Budget 300 K€



Pays

Albanie, Bosnie-Herzégovine, Kosovo, Macédoine du Nord, Monténégro, Serbie

Financé par



Sur les routes sinueuses des Balkans occidentaux, un camion pas tout à fait comme les autres a tracé son sillage. Pas uniquement un outil logistique, ni un simple symbole, le Balkan News Truck s'est imposé, de septembre à novembre 2025, comme un espace mobile de dialogue, d'apprentissage et de confrontation des idées.

Des débats au plus près des habitants

À chaque étape, le même rituel : une place de village ou un centre urbain, des chaises que l'on installe, des micros que l'on teste, et surtout des voix qui s'élèvent. Dans des territoires souvent éloignés des grandes initiatives médiatiques, le camion a fait émerger des discussions là où elles se font rares. Désinformation, récits nationalistes, rôle des médias : des sujets sensibles, abordés sans détour, au plus près des réalités locales.



Une mobilisation ancrée dans les territoires

En trois mois, ce sont 20 villes, dans 6 pays, qui ont vu passer cette rédaction itinérante. Derrière ces étapes, un réseau de 17 partenaires locaux et 51 intervenants et intervenantes (59 % de femmes) a contribué à faire vivre 73 activités (150 heures !). Ateliers d'éducation aux médias, débats publics, échanges informels : autant de formats pour capter l'attention, susciter la réflexion, et donner des outils.

Les jeunes au cœur du dispositif

Mais l'impact du Balkan News Truck se mesure surtout à celles et ceux qu'il a rassemblés. Plus de 1518 personnes, majoritairement jeunes, sont venues questionner l'information, débattre, produire aussi. Car ici, il ne s'agissait pas seulement d'écouter, mais de faire. En témoignent les plus de 250 contenus réalisés et diffusés avec les médias locaux, prolongeant chaque étape bien au-delà du passage du camion.

Produire, débattre et relayer l'information

Porté par le projet *Horizons Partagés*, ce dispositif inédit rappelle une évidence : la lutte contre la désinformation ne se décrète pas, elle se construit. Sur le terrain, dans la durée, au contact direct des publics. En choisissant d'aller vers les citoyens, le Balkan News Truck a inversé la logique habituelle. Et, chemin faisant, ouvert des espaces où l'information redevient un bien commun à partager. ■

HACKATHON : QUAND L'INTELLIGENCE COLLECTIVE RÉINVENTE L'ACCÈS À L'INFORMATION

Un hackathon d'envergure. Avec une ambition qui l'est plus encore : renforcer la résilience des médias indépendants, particulièrement dans des régions où les pressions économiques, politiques et technologiques fragilisent l'écosystème de l'information. L'hiver dernier, Astana (Kazakhstan) s'est transformée en place forte de l'innovation journalistique.

En novembre 2025, en Asie centrale, l'innovation a pris une forme des plus concrètes : celle d'un hackathon. Un événement pilote inscrit dans le projet *AGILE (Advancing Global Innovation and Learning Effectively)*, financé par l'Union européenne et mis en œuvre par un consortium réunissant Internews Europe, CFI, Thomson Media, Article 19 et FOJO.

Trois jours durant, des personnes issues du journalisme, du développement numérique, du monde étudiant et de la société civile venues de quatre pays d'Asie centrale ont uni leurs compétences pour tenter de répondre à une question simple et urgente : comment garantir l'accès à une information fiable dans des contextes fragilisés ? En Asie centrale, le déficit d'information vérifiée n'est pas une abstraction. Il se nourrit de réalités bien concrètes : pauvreté, barrières linguistiques, fracture numérique. Autant de facteurs qui laissent le champ libre à la désinformation, amplifiée par les réseaux sociaux.

Croiser les voix, décroiser les mondes

Dans ce contexte, l'enjeu n'est pas seulement de produire de l'information, mais de la rendre accessible, compréhensible et fiable pour le plus grand nombre. Face à ces défis, le hackathon d'Astana, au Kazakhstan, a choisi une voie résolument collaborative : faire dialoguer des profils variés pour imaginer des solutions ancrées dans les réalités locales. Première singularité notable : la composition des équipes. Plus de 95 % des participants étaient des femmes. Une donnée loin d'être anecdotique, dans une région où leur accès aux secteurs technologiques et médiatiques reste souvent limité. Ici, elles ont occupé le devant de la scène, incarnant une dynamique inclusive qui redessine les contours de l'innovation.

L'intelligence artificielle, nouvel outil

Au fil des échanges et des tables rondes, les idées circulent, se confrontent, s'affinent. Parmi elles, une thématique revient avec insistance : →



AGILE



Objectif

Promouvoir l'innovation et l'apprentissage pour renforcer la résilience des médias



De décembre 2024 à novembre 2028



Budget 1,4 M€



Pays

Kazakhstan, Kirghizstan, République démocratique du Congo, Ouganda, Ouzbekistan, Tanzanie, Zambie

Financé par



Astana, Kazakhstan, novembre 2025



celle de l'intelligence artificielle. Non pas comme un horizon lointain ou une promesse abstraite, mais comme un levier déjà mobilisable pour répondre à des besoins concrets. Traduire des contenus dans des langues peu couvertes, modérer les discours de haine, faciliter la diffusion d'informations fiables auprès de publics marginalisés : autant de pistes explorées collectivement. L'approche, résolument pragmatique, tranche avec certains discours technologiques hors-sol.

Des solutions ancrées dans les territoires

Dans la lignée de ce hackathon, CFI a accordé des subventions à trois organisations : au Tadjikistan, le Women's Center « Gulrukhsor » propose d'utiliser l'IA pour adapter et traduire des contenus à destination des femmes marginalisées, tout en renforçant leur sécurité numérique. Au Kirghizistan, la Media Consulting Development Foundation entend enrichir sa plateforme MediaMap.kg pour mieux détecter désinformation et discours toxiques, en kirghize

comme en russe. Enfin, le projet TilTap, porté par Danazat, mise sur des robots conversationnels via Telegram et WhatsApp pour faciliter le dialogue entre créateurs de contenu dans la vallée transfrontalière de Fergana.

Changer la donne

Au-delà des solutions elles-mêmes, c'est une méthode qui se dessine. Dans cette manière de faire travailler ensemble des mondes qui se côtoient peu : médias, technologie, société civile. Dans cette capacité à faire émerger, à partir de contraintes très concrètes, des solutions ancrées dans les usages et les territoires. Plus qu'une étape du projet AGILE, le hackathon d'Astana incarne déjà l'esprit : expérimenter, relier, faire émerger des réponses collectives là où les fractures semblaient trop profondes. ■

LES MÉDIAS LOCAUX EN MOUVEMENT POUR RÉINVENTER LE DÉBAT PUBLIC

Formations, accompagnement, innovation éditoriale : le projet *Voix Citoyennes Comores*, porté par CFI, poursuit son action pour renforcer les médias comoriens. À Moroni, journalistes et rédactions ont partagé constats et perspectives autour d'un enjeu central : faire vivre une information plus participative et ancrée dans les réalités locales.

Ce 23 juin 2025, ils étaient une cinquantaine, journalistes venus de différents horizons des Comores, tous partenaires du projet *Voix Citoyennes Comores*, réunis à l'initiative de CFI. Une journée dense, presque suspendue, consacrée à une question aussi simple qu'exigeante : quelle place les médias peuvent-ils encore occuper dans la participation citoyenne au débat public ? Dès les premières heures, le ton est donné. En ouverture, la *masterclass* de Jean-Luc Mootoosamy esquisse une cartographie sans détour des défis régionaux. À travers les exemples croisés de Maurice, Madagascar et des Seychelles, l'expert principal du projet *Paix, gouvernance et stabilité dans l'océan Indien* (porté par CFI depuis 2022) met en lumière des réalités qui résonnent immédiatement dans la salle. « *Les discussions ont montré combien les îles du sud-ouest de l'océan Indien partagent des défis comparables lorsqu'il s'agit de participation citoyenne dans le débat public* », observe-t-il.

Une masterclass pour lire les défis régionaux autrement

Au fil des échanges, les constats s'accumulent, lucides : manque de moyens, autocensure persistante, présence encore fragile sur les réseaux sociaux, exposition accrue à la désinformation. Des fragilités bien connues des journalistes comoriens, qui trouvent ici un espace pour être nommées. Et, surtout, partagées. Derrière ce diagnostic, une dynamique se dessine. Car les tables rondes ne se limitent pas à l'énumération des obstacles : elles révèlent aussi, en creux, les premiers effets du projet *Voix Citoyennes Comores*. Depuis 2023, celui-ci s'attache à renforcer les capacités des médias locaux, en accompagnant journalistes et rédactions vers des pratiques plus inclusives et participatives. Formations éditoriales, appui technique, échanges de bonnes pratiques : autant de leviers pour faire évoluer les formats et les réflexes professionnels, dans la presse écrite, en ligne comme dans l'audiovisuel, public et privé. →



Voix Citoyennes Comores



Objectif
Contribuer à la promotion du débat public et des valeurs démocratiques aux Comores à travers les médias.



De juillet 2023 à juin 2026



Budget
350 K€



Pays
Comores

Financé par



UNION EUROPÉENNE

Innover pour survivre à la fragmentation des audiences

L'ambition du projet ne s'arrête pas là. En soutenant financièrement quatre initiatives médiatiques innovantes, *Voix Citoyennes Comores* parie sur l'expérimentation.

Parallèlement, quatre médias en ligne bénéficient d'un accompagnement sur mesure pour repenser leur modèle économique et diversifier leur offre éditoriale. Un enjeu devenu central à l'heure de la fragmentation des audiences. Sélectionnés à l'issue d'un appel à propositions,

ces médias reçoivent également une subvention de 7000 euros, destinée à l'acquisition d'équipements nécessaires à la mise en œuvre de leur stratégie.

Dans le prolongement de cette dynamique, le projet *Médias et Jeunesse*, financé par le Fonds Équipe France (FEF) de l'ambassade de France aux Comores, a permis d'élargir ce dispositif à quatre autres médias. Une extension qui confirme, s'il le fallait, que l'engagement des rédactions locales reste une condition essentielle pour faire vivre, concrètement, le débat public. ■

Radiographie d'un projet

4

projets médiatiques pilotes soutenus financièrement par le projet, autant de laboratoires d'innovation pour tester de nouvelles façons de produire et raconter l'information.

15

Journalistes formés en 2024 et accompagnés dans la durée, pour transformer l'essai au-delà des sessions de formation.

60

Professionnels des médias réunis lors d'une masterclass consacrée à la participation citoyenne. Un espace rare pour confronter pratiques et réalités de terrain.



1

dynamique. Derrière ces chiffres, un même fil conducteur : outiller les médias comoriens pour qu'ils trouvent leur place dans un débat public plus ouvert, plus participatif et durablement ancré dans les réalités locales.

8

Médias numériques sélectionnés pour repenser en profondeur leur modèle économique et leur offre éditoriale, à l'heure où les audiences se fragmentent. Les managers ont bénéficié d'un accompagnement individualisé, au plus près de leurs enjeux stratégiques.

INFOX : LE RIRE CONTRE-ATTAQUE (EN LANGUES LOCALES)

Le projet *RadioCheck Togo* mise sur une alliance singulière : celle du fact-checking rigoureux, des langues locales et de l'humour populaire. Un mix gagnant qui transforme la lutte contre la désinformation en expérience collective.

Dans le nord du Togo, aux confins de la savane sèche et des pistes rouges qui relient villages et marchés, l'information circule au rythme des radios locales et des messages WhatsApp. Dans une région fragilisée par la pression sécuritaire liée à l'expansion des groupes djihadistes au Sahel, les rumeurs prospèrent sur fond d'inquiétude quotidienne. Et la désinformation gangrène la société. Mais depuis deux ans, une riposte inattendue s'organise : elle parle en langues locales, se diffuse sur les ondes comme sur les téléphones, et mise sur... l'humour ! Convaincre par le rire, tel est le parti pris du projet *RadioCheck Togo*.

Là où naissent les rumeurs

À première vue, le pari peut sembler audacieux. Dans ces territoires où le français n'est pas toujours la langue du quotidien, la bataille contre les fausses nouvelles se joue avant tout dans les idiomes locaux. Le cœur du dispositif repose sur un travail collaboratif inédit. Douze radios locales, profondément ancrées dans leurs communautés, repèrent et font remonter les rumeurs, intox et manipulations qui circulent

dans leurs zones de diffusion. Ces signaux, souvent captés au détour d'une conversation ou d'un message WhatsApp, sont ensuite transmis à TogoCheck, un des médias les plus réputés en matière de vérification de l'information d'Afrique francophone.

Du doute à la preuve

L'équipe de TogoCheck met en pièces les informations douteuses et produit des contenus vérifiés, sous forme d'audiogrammes clairs et accessibles. Mais le processus ne s'arrête pas là. Une fois produits, ces modules sont renvoyés vers les radios partenaires, qui les traduisent dans plusieurs langues locales avant de les diffuser à l'antenne. Ce choix du multilinguisme n'est pas anodin. Il a déjà permis de désamorcer des campagnes de désinformation parfois très ciblées, certaines visant spécifiquement la France ou l'armée française. Là où une information descendante échouerait, la parole relayée par une radio de proximité, dans une langue familière, gagne en crédibilité. À ce jour, 64 audiogrammes de *fact-checking* ont ainsi →

été produits, traduits et diffusés. Résultat : une exposition continue de plus de 1,6 million de personnes à une information vérifiée, contextualisée, et surtout compréhensible.

Détourner pour mieux démontrer

RadioCheck Togo va plus loin encore. Conscient que la désinformation ne se combat pas uniquement avec des faits, le projet intègre une dimension culturelle forte : l'humour. TogoCheck produit ainsi des capsules vidéo qui décortiquent les mécanismes de manipulation de l'information en s'appuyant sur des humoristes locaux. Ces derniers, figures populaires, maîtrisent les codes sociaux et les ressorts comiques propres à leurs

publics. Dans ces 32 capsules vidéos, le rire devient un outil pédagogique. Il permet de prendre de la distance, de questionner les évidences, de révéler l'absurdité de certaines rumeurs. Surtout, il favorise le partage. Diffusés massivement sur les réseaux sociaux (en particulier WhatsApp, principal vecteur de désinformation dans la région) ces contenus circulent rapidement, touchant des publics parfois éloignés des médias traditionnels.

Former, équiper, ancrer dans la durée

En parallèle, le projet investit dans la montée en compétences des radios partenaires. Douze journalistes ont été formés aux fondamentaux du journalisme, douze autres aux fondamentaux du *fact-checking* et douze encore à la traduction et à l'adaptation des audiogrammes en langues locales. Un accompagnement éditorial et technique leur permet de produire leurs propres microprogrammes de sensibilisation, ancrés dans les préoccupations quotidiennes de leurs auditeurs. Ordinateurs, enregistreurs, tables de mixage... L'appui matériel garantit la pérennité du réseau et renforce l'autonomie des radios. Car au-delà des contenus produits, c'est bien un écosystème durable de lutte contre la désinformation qui se construit.

Financé par le Centre de crise et de soutien (CDCS) du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, et mis en œuvre par CFI en partenariat avec Coaweb, *RadioCheck Togo* s'inscrit dans une temporalité longue, de juillet 2024 à juillet 2026. Un temps nécessaire pour ancrer les pratiques, renforcer les liens et installer de nouveaux réflexes face à l'information. Dans un contexte où la défiance envers les sources institutionnelles peut nourrir les manipulations, le projet fait le choix de la proximité, de l'intelligence collective et de la créativité. Ici, la lutte contre la désinformation ne passe pas seulement par la vérification des faits, mais par leur incarnation. Et parfois, par un éclat de rire. ■



Radiocheck Togo



Objectif

Contribuer à la stabilité, à la paix et à la cohésion sociale au Togo



De juillet 2024 à juillet 2026



Budget
322 K€



Pays
Togo

Financé par



« À ce jour, 64 audiogrammes de *fact-checking* ont ainsi été produits, traduits et diffusés. Résultat : une exposition continue de plus de 1,6 million de personnes à une information vérifiée, contextualisée, et surtout compréhensible.



Nchidzi Masendu, apprendre à écouter les femmes journalistes

RENCONTRE

Longtemps, Nchidzi Masendu a travaillé comme beaucoup de journalistes : en reproduisant sans toujours les voir certains réflexes de narration. Grâce au projet *Media Parity* porté par CFI et Gender Links, ce reporter botswanais au *Week-End Post* a commencé à interroger sa manière de raconter les femmes, de choisir ses sources et d'occuper sa place dans la rédaction. Le parcours discret d'un journaliste devenu, pas à pas, un adepte des masculinités positives.

À Gaborone, capitale du Botswana, Nchidzi Masendu observe davantage qu'il ne cherche à occuper l'espace. Au premier abord, le journaliste à la voix posée donne l'image d'un homme réservé. Son engagement ne s'est pas construit dans le fracas des convictions affichées, mais dans une remise en question progressive de ses propres réflexes. Dans les rédactions d'Afrique australe, où les hiérarchies et les habitudes façonnent encore largement les récits médiatiques, il a longtemps travaillé comme beaucoup d'autres : en allant vers les sources les plus accessibles, souvent masculines,

en reproduisant sans le vouloir certains réflexes de narration. Puis quelque chose a changé. Participant au projet *Media Parity*, porté par CFI et Gender Links dans cinq pays d'Afrique australe, il a pris part aux ateliers de formation au journalisme sensible au genre et aux masculinités positives. Une expérience qui a profondément déplacé son regard sur son métier. Et sur lui-même.

À quel moment votre regard a-t-il changé ?

Le véritable tournant a été lorsque j'ai commencé à analyser ma propre manière de raconter les histoires

impliquant des femmes. J'ai réalisé que, même sans intention particulière, je pouvais renforcer des stéréotypes à travers le choix des sources, l'angle ou le langage utilisé. Cette prise de conscience m'a poussé à être beaucoup plus attentif à l'inclusion et à l'équilibre dans mon travail.

Concrètement, à quoi ressemblent encore ces déséquilibres dans les médias d'Afrique australe ?

Les femmes restent sous-représentées comme expertes ou comme figures d'autorité. Dans beaucoup de sujets, les hommes continuent d'occuper →



la majorité de l'espace lorsqu'il s'agit de commenter la politique, l'économie ou les affaires publiques. Les perspectives masculines sont souvent considérées comme la norme.

Pourquoi ces mécanismes persistent-ils selon vous ?

Parce qu'ils sont profondément ancrés dans les habitudes professionnelles et culturelles des rédactions. Les femmes sont sous-représentées comme expertes ou comme décideuses dans les sujets. Elles sont moins citées, tandis que les hommes dominent les commentaires dans des domaines comme la politique, l'économie ou les affaires. Les journalistes s'appuient

souvent sur des sources familières, qui sont majoritairement des hommes. Sans changement volontaire, ces schémas continuent.

Le projet Media Parity vise justement à faire évoluer les pratiques journalistiques.

Qu'est-ce que cela change dans votre manière de travailler ?

Aujourd'hui, je fais davantage attention aux personnes que j'interroge et aux voix que je mets en avant. Je cherche activement à inclure plus de femmes expertes et à éviter les récits qui reproduisent des stéréotypes. Même le choix des mots devient plus réfléchi.

On parle beaucoup d'accompagner les femmes journalistes. Quel rôle les hommes doivent-ils jouer ?

Les hommes doivent prendre part à cette transformation. Cela signifie soutenir des pratiques plus inclusives, questionner les biais existants et accepter d'apprendre. Ils ont aussi une responsabilité particulière parce qu'ils occupent encore beaucoup d'espaces de pouvoir dans les rédactions.

Afrique du Sud,
mai 2025

Certains hommes se sentent-ils exclus de ces conversations ?

Oui, parfois. Certains considèrent encore que l'égalité de genre concerne uniquement les femmes. D'autres souhaitent s'impliquer mais ne savent pas vraiment comment agir. C'est pour cela qu'il est important de créer des espaces de dialogue inclusifs.

Lors des ateliers sur les masculinités positives, qu'est-ce qui vous a le plus marqué ?

J'ai compris qu'être simplement « neutre » ne suffisait pas. Le silence ou l'inaction peuvent aussi contribuer au maintien des inégalités. Les témoignages de femmes journalistes sur leurs expériences quotidiennes dans les rédactions ont été particulièrement marquants. Ils ont rendu visibles des réalités souvent ignorées.

Comment définiriez-vous la « masculinité positive » ?

C'est utiliser sa position d'homme pour promouvoir le respect, l'équité et l'inclusion. Cela implique d'être conscient de ses biais, d'écouter davantage et de contribuer activement à un environnement plus juste.

Adopter cette posture demande-t-il du courage ?

Oui, parce que ces sujets restent parfois sensibles dans certains environnements professionnels. Cela demande d'accepter de remettre en question certaines habitudes et de défendre d'autres façons de travailler.

Qu'est-ce qui vous rend optimiste aujourd'hui ?

Je vois de plus en plus de journalistes qui repensent leur manière de raconter les histoires. Le changement est progressif, mais il existe une vraie volonté d'aller vers des médias plus représentatifs et plus inclusifs. ■



Media Parity



Objectif

Égalité entre les femmes et les hommes : renforcer la capacité des médias



D'avril 2024 à novembre 2026



Budget

861 K€



Pays

Botswana, Malawi, Zambie, Mozambique, Lesotho

Financé par



« J'ai compris qu'être simplement "neutre" ne suffisait pas. Le silence ou l'inaction peuvent aussi contribuer au maintien des inégalités. »

17,6 MILLIONS DE PERSONNES TOUCHÉES

Dans un contexte électoral marqué par la circulation rapide des rumeurs et des discours de haine, le projet *Kouman* déploie en Côte d'Ivoire une vaste campagne d'information et de sensibilisation. Réseaux sociaux, radios, formations et dialogues citoyens : la stratégie multi-formats a déjà touché 17,6 millions de personnes. Et généré des millions de contenus engagés contre la désinformation.

Dans la tension sourde des périodes électorales, là où les mots peuvent apaiser autant qu'ils peuvent embraser, le projet *Kouman* s'est imposé comme une voix singulière. Une voix plurielle, même, tant elle s'est nourrie de récits, de formats et de visages différents pour tenter de répondre à une question simple et vertigineuse : comment contenir la propagation de la désinformation et des discours de haine dans un espace public saturé d'images et d'opinions ?

Stratégie multi-formats, audience massive

En Côte d'Ivoire, près d'une personne sur deux a déjà croisé un contenu issu de *Kouman*. Un chiffre qui révèle l'ampleur - 17,6 millions de personnes touchées - mais ne dit pas tout du projet. Car derrière cette large audience, il y a une stratégie patiente, presque artisanale, au sens étymologique du terme, consistant à multiplier les points d'entrée. Vidéos, podcasts, dessins de presse animés : autant de formats pensés pour capter l'attention sans la brusquer, pour informer sans moraliser.

Les réseaux sociaux, terrain de circulation et de réinvention des récits

Sur les réseaux sociaux, terrain privilégié de la viralité comme de la confusion, la campagne a trouvé son rythme. Elle s'est déployée avec la diffusion de vidéos, de podcasts et de dessins de presse animés traitant de la désinformation, du cyberharcèlement ou encore des violences sexistes. Résultats ? 61 millions de vues : 40 millions pour les vidéos de Brut Afrique, 17 millions pour les podcasts d'Istoria Medias et 4 millions pour les dessins animés de Tâche d'encre. Des chiffres là encore impressionnants, mais surtout révélateurs d'une appropriation par les publics. Les contenus circulent, se commentent, se réinventent. Dans cet écosystème vivant, trente influenceurs, dont une majorité de femmes, ont contribué à leur diffusion en y injectant leur propre langage, leurs codes, leur crédibilité.

La radio, ou comment ramener l'information au plus près des territoires

Mais *Kouman* ne s'est pas arrêté aux écrans. Le



En Côte d'Ivoire, près d'une personne sur deux a déjà croisé un contenu issu de *Kouman*. Un chiffre qui révèle l'ampleur [...] mais ne dit pas tout du projet.

projet s'est aussi glissé dans les interstices du quotidien, là où l'information se partage autrement. À la radio, une fiction a pris corps, accompagnée de 300 émissions en langues locales. Sur les ondes, la désinformation n'est plus une abstraction : elle devient une histoire, une discussion, un débat ancré dans les réalités communautaires. Ces contenus, mis à disposition des radios de proximité (180 radios membres de l'Union des radios de proximité de Côte d'Ivoire), ont été diffusés 11 250 fois en quelques mois, rien qu'au dernier trimestre 2025, irriguant l'ensemble du territoire.

Former les acteurs de l'information : un levier contre la désinformation

Ce travail de production s'est doublé d'un effort de transmission. Former pour mieux informer : accompagnement de 45 journalistes dans la production d'émissions électorales, sensibilisation aux mécaniques de la désinformation de 30 influenceurs (dont 19 femmes), et initiation à l'éducation aux médias et à l'information →



Kouman



Objectif

Des jeunes et des médias engagés pour des élections apaisées



De janvier 2025 à juin 2026



Budget
2 M€



Pays
Côte d'Ivoire

Financé par



UNION EUROPÉENNE



auprès de pas moins de 1188 jeunes leaders (dont 532 femmes). Là encore, les chiffres comptent, mais c'est leur traduction concrète qui importe : mieux armer les médias, rendre plus vigilant l'ensemble de la société, réinvestir des espaces de dialogue.

Créer des espaces de dialogue dans un climat sous tension

Ces espaces, justement, ont pris forme lors de 16 sessions de dialogue citoyen. En ligne ou en présentiel, elles ont réuni un total de 24750 personnes. Des échanges parfois vifs, souvent nécessaires, où se confrontent perceptions et expériences. Parce que lutter contre la désinformation, ce n'est pas seulement corriger des faits... c'est recréer de la confiance ! Au fond, *Kouman* ne promet pas de faire taire les tensions. Il propose autre chose : ouvrir des espaces où elles peuvent être nommées, comprises, discutées. Dans un contexte électoral, c'est déjà beaucoup. C'est peut-être essentiel. ■

EN BREF

Un dispositif complémentaire

Kouman s'inscrit dans un écosystème plus large. Complété par le projet Désinfox Côte d'Ivoire, mis en œuvre par CFI et Polaris sur un financement du Centre de crise et de situation du ministère français de l'Europe et des affaires étrangères (CDCS), il a permis de former 240 journalistes

supplémentaires et 15 000 lycéens, lycéennes, étudiantes et étudiants à l'Éducation aux médias et à l'information (EMI). Une complémentarité qui dessine une ambition commune : agir à la fois sur celles et ceux qui produisent l'information comme sur celles et ceux qui la reçoivent.

LE PORTRAIT

Charvine Mabilia : apprendre, vérifier, enquêter, itinéraire d'une journaliste en mouvement

Elle a appris sur le tas, puis structuré sa pratique : Charvine Mabilia incarne une génération de journalistes congolais qui se forment en continu pour faire face au défi majeur de la désinformation.

Dans la lumière douce d'un plateau de télévision à Brazzaville, Charvine Mabilia ajuste son micro, esquisse un sourire et lance son sujet en langue nationale. La voix est posée, chaleureuse, presque familière. Rien ne trahit le trac de ses débuts, ni les détours d'un parcours qui ne la destinait pas, à l'origine, au journalisme.

Changer de bureau, changer de vie

Car avant de rejoindre DRTV, Charvine était comptable. « Je me suis dit : pourquoi ne pas essayer ? », confie-t-elle simplement. Un pas de côté, anodin à l'en croire, qui l'a pourtant « jetée dans la mare », concède-t-elle. Le premier passage à l'antenne est hésitant, le stress omniprésent. Mais très vite, l'habitude s'installe. Et avec elle, une certitude : informer, enquêter, éclairer les zones d'ombre devient une vocation. Aujourd'hui, la journaliste revendique un goût prononcé pour les sujets sensibles, ceux qui dérangent et interrogent. Elle cite, par exemple, une enquête en cours sur une entreprise défiant

l'autorité publique, en toute illégalité et par népotisme. « On me dit souvent que je prends des risques. Oui, c'est vrai. Mais c'est aussi ça, notre rôle. », souligne-t-elle. Derrière cette détermination, une exigence : celle du travail bien fait, structuré, vérifié.

La fabrique de la rigueur

C'est précisément sur ce terrain que les formations de CFI ont marqué un tournant. D'abord en ligne, presque par hasard. « Je ne sais même plus comment je suis tombée dessus », sourit-elle. Puis sur le terrain, dans le cadre du projet *Infolisango*, financé par l'Union européenne. Déployé entre 2024 et 2028 en République du Congo, ce programme accompagne dix médias de Brazzaville et Pointe-Noire autour de plusieurs axes : fondamentaux du métier, vérification de l'information, journalisme en contexte sensible, sans oublier un accompagnement *in situ* et la production d'un guide électoral. Pour Charvine, l'impact est immédiat. →



Infolisango



Objectif

Renforcer les médias et l'engagement citoyen au Congo



De mars 2024 à février 2028

Budget
1,1 M€Pays
République du Congo

Financé par



UNION EUROPÉENNE

**Douter pour mieux informer**

« J'étais entrée dans le métier sans en maîtriser les bases », reconnaît-elle. Les modules suivis lui apportent une structure, des repères. Éthique, déontologie, hiérarchisation de l'information : autant de notions désormais intégrées à sa pratique quotidienne. Mais c'est surtout la formation à la vérification de l'information qui agit comme un révélateur. « Avant, je partageais sur les réseaux sans vérifier, reconnaît-elle. Dorénavant, je sais où chercher, comment analyser une image, distinguer le vrai du faux. »

Lors des sessions en présentiel, l'échange avec le formateur Lassina Niangaly renforce encore cet apprentissage. « Il nous a appris à toujours croiser les sources, principalement primaires et secondaires. », explique Charvine. Une rigueur qui se traduit concrètement dans ses reportages. Elle cite celui consacré aux pratiques abusives

de certains chauffeurs de taxi : « J'ai interrogé les clients, les conducteurs, leurs associations, les consommateurs. Chacun a pu s'exprimer. »

Au-delà des méthodes, ce sont aussi de nouveaux outils que Charvine s'approprie. Applications de montage comme VN, outils d'intelligence artificielle tels que ChatGPT ou Perplexity : la journaliste gagne en autonomie. « Aujourd'hui, je peux tout faire seule, de la rédaction au montage, avec mon téléphone. » Résultat : un travail plus fluide, mieux structuré, salué par sa hiérarchie.

Tenir la ligne

Dans un paysage médiatique congolais confronté à la rapidité de circulation des informations et aux défis de la désinformation, cette montée en compétences apparaît essentielle. « La moindre information se propage à une vitesse incroyable. C'est un vrai défi. », s'exclame la journaliste.

Pour elle, la réponse passe par la formation continue et l'adaptation aux nouvelles technologies... précisément ce que propose *Infolisango!* Charvine Mabiala avance désormais avec une ambition claire : évoluer, s'imposer, « se faire un nom », pour reprendre ses propres mots. Sans jamais perdre de vue les fondamentaux. « Aux jeunes journalistes, je dirais : respectez l'éthique, ne cherchez pas le sensationnel. » Une ligne de conduite qu'elle applique avec constance, portée par une énergie solaire et une conviction tranquille. Dans le tumulte de l'information contemporaine, sa voix trace un chemin exigeant mais résolument ancré dans son époque ; celui d'un journalisme à la fois engagé, formé et en perpétuelle évolution. ■

« la formation à la vérification de l'information qui agit comme un révélateur. "Avant, je partageais sur les réseaux sans vérifier, reconnaît-elle. Dorénavant, je sais où chercher, comment analyser une image, distinguer le vrai du faux." »

FOCUS

Infolisango, fabriquer de l'info fiable

Entre Brazzaville et Pointe-Noire, le projet *Infolisango* accompagne depuis 2024 une dizaine de rédactions congolaises dans un même objectif : mieux informer, à l'heure de la désinformation. Porté par CFI avec le soutien de l'Union européenne, le programme mêle formations, coaching et expérimentation. Fondamentaux du métier, traitement de l'information en période sensible, vérification des contenus en ligne : autant de leviers pour renforcer des pratiques journalistiques parfois mises à l'épreuve

par la vitesse des réseaux sociaux. Mais *Infolisango* ne s'arrête pas aux rédactions. Le projet investit aussi le terrain de l'éducation aux médias, en formant influenceurs et relais locaux à produire des contenus plus responsables. En parallèle, un volet cybersécurité vient outiller les acteurs engagés face aux risques numériques. Former, outiller, accompagner : une approche globale pour répondre à un défi devenu central... produire une information fiable dans un environnement saturé !





Aissatou, chargée de développement: *la course!*

Du café matinal indispensable aux négociations de partenariats en RDC ou au Bénin, la vie de chargée de développement ressemble parfois à une course de fond. Aissatou, alternante au sein de CFI, nous ouvre les portes de son mercredi, une journée intense où flexibilité et travail d'équipe sont les maîtres-mots.

7h15

Réveil. Café. Douche. Tentative de méditation mentale devant la météo. Échec : il pleut.

8h

Départ en scooter pour une heure de trajet dans la joie très relative du trafic parisien. Entre les klaxons, les livreurs pressés, les bus qui changent d'avis et les voitures qui découvrent l'existence des clignotants, la journée de développement commence déjà par une première mission de coordination.

9h

Arrivée au bureau, légèrement décoiffée mais opérationnelle. Avant de monter, passage obligatoire chez Sibony pour prendre un café. Sibony, c'est le rayon de soleil du matin : même quand Paris est gris, elle ramène toujours un peu de bonne humeur avant la première réunion.

9h30

Première réunion avec l'équipe développement. Nous sommes quatre : deux côté Afrique, deux côté Méditerranée/Asie. Au programme : préparer la réunion interne du lendemain, passer en revue les opportunités à venir, répartir les tâches et faire le point sur les prochaines missions de mon manager, Sylvain : Zambie, Madagascar... ou les deux ?

10h45

Ouverture de la boîte mail. Instant de vérité. Entre deux réponses, je poursuis l'analyse d'une nouvelle opportunité de financement pour le Sénégal : priorités du bailleur, critères d'éligibilité, cohérence avec les projets de CFI, calendrier, partenaires possibles. En résumé : lire l'appel à projets, puis lire entre les lignes, puis relire entre les lignes des lignes.

12h

Le ventre commence à se manifester, mais c'est l'heure d'un appel avec un potentiel partenaire en République Démocratique du Congo. On échange sur les pistes de collaboration, les prochaines étapes et les points à clarifier. Le déjeuner attendra encore un peu : dans le développement, l'appétit vient parfois après les réunions.

12h25

Direction la cantine. Pause bienvenue pour souffler, reprendre de l'énergie et croiser quelques collègues.



13h15

Retour au bureau après la pause déjeuner. Bonne nouvelle dans la boîte mail : nous avons reçu une réponse positive pour le financement d'un projet au Bénin. Petit moment de satisfaction collective, parce que derrière une réponse comme celle-ci, il y a toujours énormément de travail de la part de l'ensemble de l'équipe : échanges, relectures, budgets, ajustements et quelques fichiers nommés « version finale V3 vraiment finale ».

14h30

Réunion avec EPD – European Partnership for Democracy, l'un de nos réseaux partenaires. L'objectif est de partager l'appel identifié le matin et de voir s'il pourrait intéresser une autre organisation membre du réseau. C'est aussi une manière de ne pas travailler seuls dans notre

coïn : parfois, une opportunité n'est pas directement faite pour CFI, mais peut ouvrir une collaboration, un consortium ou une mise en relation utile.

15h30

Point rapide sur une *concept note*. On relit, on ajuste, on précise les objectifs, les résultats attendus et les partenaires possibles. Une phrase est reformulée trois fois, puis une quatrième « pour être sûrs ». C'est souvent comme cela qu'un projet gagne en clarté.

16h30

La course de fin de journée commence. Il faut finaliser les comptes rendus, transmettre les informations aux bonnes personnes, mettre à jour les suivis et répondre aux derniers mails. C'est le moment où la *to-do list* devient un vrai outil de survie professionnelle.

17h15

La journée touche à sa fin. La *to-do list* est presque terminée : il reste un point non urgent, soigneusement gardé pour lundi. Je déconnecte, avec le sentiment d'avoir fait avancer plusieurs sujets à la fois et d'avoir, une fois de plus, prouvé qu'un mercredi au développement n'est jamais vraiment un mercredi calme.

Demain et après-demain, changement de décor : retour à l'université. Mais les projets continuent d'avancer, les partenaires continuent d'écrire, et lundi, la journée reprendra sûrement avec un scooter, un café chez Sibony, et quelques nouvelles opportunités à explorer. ■

Perspectives pour 2026

2026, une année qui s'annonce d'ores et déjà passionnante. Nous vous proposons ici un aperçu.

1 La signature d'un avenant au Contrat d'objectifs de CFI au 1^{er} semestre 2026

permettra de repositionner stratégiquement le travail l'Agence, avec pour fil conducteur la lutte contre la désinformation et des axes d'actions prioritaires, notamment l'innovation, l'éducation aux médias et à l'information, la production de savoir et le renforcement de réseaux.

2 Le « Fonds équipe France » Guinée équatoriale

(354 K€, 2026-2028) vise à renforcer l'accès de la population à une information vérifiée et pluraliste, sous le prisme

des enjeux sanitaires et environnementaux. Le projet s'adresse à des journalistes, des blogueurs et des élèves de lycée et d'université, un public particulièrement vulnérable aux ingérences numériques étrangères, notamment de la Russie.

3 Comunidad Informada

(2 M€, 2026-2028) est un « Fonds équipe France » qui vise à lutter contre la désinformation dans cinq pays d'Amérique du Sud (Argentine, Bolivie, Colombie, Équateur, Pérou). Il mobilisera l'Agence France Presse, qui formera une centaine de journalistes au *fact-checking*, ainsi que deux organisations de la société civile de la région (Fondation Gabo et Chequeado) qui déploieront un vaste dispositif d'éducation aux médias et à l'information à l'endroit de la jeunesse.

4 Soutien au photojournalisme et aux médias en Ukraine

(214,5 K€, 2026-2028) est un Fonds Équipe France (FEF) dont l'objectif global est de soutenir la production journalistique en tant que contribution à la fabrique mémorielle du temps présent, dans le contexte de la guerre. Il se structurera autour du soutien au secteur du photojournalisme en Ukraine, à travers l'organisation d'un festival de photojournalisme en Ukraine et la structuration d'un département de photojournalisme à la future Maison ukrainienne de la photographie à Kyiv, tout en permettant une participation ukrainienne aux festivals d'Arles, de Perpignan et de Bayeux. Le FEF permettra également un soutien au renforcement des moyens des médias de service public, et en particulier de Suspilne, le média audiovisuel public ukrainien.



5 Investigation Afrique du Nord et Moyen-Orient

(40 K€, 2026) est un projet qui permettra de renforcer un écosystème durable et innovant de journalisme d'investigation, en soutenant et en développant les compétences des

journalistes dans la région Afrique du Nord-Moyen Orient, afin de promouvoir des médias libres et indépendants. Le projet sera amorcé par la réalisation d'une Cartographie du Journalisme d'Investigation dans la Région Afrique du Nord-Moyen Orient.

6 Sawara

(3 M€, 2026-2028) est un projet financé par l'Union européenne et mis en œuvre par un consortium dont CFI est chef de file. Il a pour objectif de contribuer au renforcement de la cohésion sociale au Bénin en favorisant la participation de la population au dialogue et à la prévention des violences, particulièrement en période électorale.

7 Renforcer l'engagement des médias pour la promotion de la transition verte au Sri Lanka

(196 K€, 2026) est un contrat de service mis en œuvre par CFI et financé par la Green Policy Dialogue Facility (GPDF), elle-même financée par l'Union Européenne et portée par Expertise France. La GPDF soutient la transition verte, circulaire et inclusive du Sri Lanka par le renforcement des capacités et la formation. L'objectif de CFI dans ce cadre est d'accroître l'engagement des médias dans la promotion de la transition verte au Sri Lanka.

CFI ne serait pas CFI sans...

Sa tutelle
CFI est un opérateur du **Ministère de l'Europe et des affaires étrangères** (MEAE). Elle bénéficie d'une subvention de ce ministère dans le cadre de l'aide publique au développement (programme 209).

Sa maison-mère
Depuis 2017, CFI est une filiale du groupe **France Médias Monde** (FMM), avec lequel des synergies de structures, de moyens et surtout d'actions de terrain s'opèrent. Plus d'un projet sur trois de CFI sont réalisés avec FMM (Académie France Médias Monde, les chaînes, les clubs RFI).

Les bailleurs
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), Expertise France (EF) et l'Agence Française de Développement (AFD) font partie de ses bailleurs réguliers.

Des partenaires français
De nombreux projets, les trois-quarts, sont menés avec d'autres partenaires, par exemple avec le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (CLEMI), Reporter sans frontières, la Maison des journalistes, Cartooning

for Peace, l'Institut de recherche et développement (IRD), le CIRAD, l'Institut français, l'École supérieure de journalisme de Tours, Brut Afrique, La Réponse.Tech, ou encore l'Agence France-Presse.

Au niveau européen et international
CFI coopère de manière régulière avec ses homologues de l'agence allemande *Deutsche Welle Akademie*, de l'organisation suisse Fondation Hirondelle et de l'organisation allemande *Thomson Media*. L'agence est aussi membre actif du *Global Forum for Media Development* (GFMD) et le Partenariat européen pour la démocratie (*European Partnership for Democracy* – EPD). CFI collabore également avec l'UNESCO, l'Agence Universitaire de la Francophonie, les organisations non-gouvernementales Internews, MiCT et Article 19, le Fonds international pour les médias publics (*International Fund for Public Interest Media* – IFPIM), l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF)...

Des partenaires locaux
L'agence travaille avec de nombreux partenaires locaux 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. Il s'agit notamment de Inkyfada, la Fondation libanaise Samir Kassir, le Réseau des journalistes arabes d'investigation (*Arab Reporters for Investigative Journalism* – ARIJ), Arab Fact-Checkers Network (AFCN), l'organisation panafricaine Africtivistes, l'association panafricaine *Africa Check*, la Plateforme africaine des fact-checkers francophones, la *Media Foundation for West Africa*, la plateforme africaine de management des médias de proximité Kalan Academy, les associations d'éducation au médias et à l'information du Cameroun (Eduk-Media), du Sénégal (Polaris Asso) et de Côte d'Ivoire (Bénévoles EMI), l'organisation de défense des droits des femmes d'Afrique australe *Gender Links*, le *Centre d'observation et d'analyse du web du Togo (Coaweb)*, et enfin l'Association pour le développement intégré et la solidarité interactive ADISI Cameroun.

Et les équipes
Les 65 personnes salariées de CFI et les coordinateurs locaux qui font vivre les projets au quotidien.

Les recommandations lecture de l'équipe : des ouvrages écrits par des partenaires de CFI



L'Afrique contre la démocratie - Mythes, déni et péril
Ousmane Ndiaye



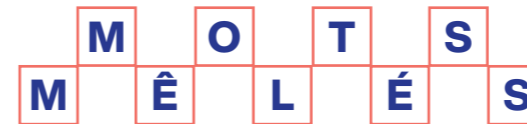
Désinformation en Afrique francophone
Paul-Joël Kamtchang



Qui entendra nos cris? Dix témoignages des femmes d'Afghanistan
Mursal Sayas



À l'heure de Kyiv
Kostiantyn Doroshenko



Nous avons caché dans cette grille des mot-clés de nos actions. Retrouvez-les, et associez-les aux définitions ci-dessous.

- Biais de :**
- Surcharge d'information :**
- Presse. Texte court. :**
- Pour progresser :**
- En son ou en image :**
- Membre d'un fameux tryptique :**
- Manipulation délibérée de la vérité :**
- Instruction des temps modernes :**
- Simulation artificielle d'une dynamique authentique :**
- Discipline indispensable au métier de journaliste :**
- Ancêtre des fake news :**
- Radio 2.0 :**
- Utilisation des techniques de l'information de masse pour induire en erreur, cacher ou travestir les faits :**

U	D	A	X	I	H	H	E	X	D	V	X	R	C	S
N	B	A	C	G	H	Q	T	A	R	P	G	W	U	W
R	N	H	O	S	I	Z	A	Y	Z	R	F	W	N	K
I	E	G	Y	K	D	C	M	D	L	O	L	T	I	Z
B	X	O	R	D	M	C	R	J	U	M	T	L	S	D
G	W	C	B	V	H	Y	D	E	E	P	F	A	K	E
J	C	H	D	M	I	O	U	L	F	T	L	L	G	S
V	I	W	V	U	C	T	P	U	F	R	X	H	F	I
O	M	I	U	W	R	F	O	R	M	A	T	I	O	N
H	V	K	Y	B	H	D	B	Z	K	M	I	C	F	
G	S	W	K	A	G	U	C	P	I	M	U	O	E	O
I	E	R	H	S	X	R	A	R	N	I	X	S	N	R
S	M	E	L	T	H	E	S	Q	F	P	C	Y	B	M
D	E	D	U	R	F	Z	T	V	O	N	T	C	M	A
C	H	A	P	O	M	T	O	Q	B	I	R	A	V	T
X	D	C	V	T	R	Y	I	Y	E	U	K	D	J	I
N	F	T	O	U	A	X	X	I	S	Q	Y	F	Q	O
D	U	I	J	R	U	Q	T	G	I	E	H	L	Y	N
F	C	O	N	F	I	R	M	A	T	I	O	N	R	Y
Q	A	N	T	I	K	P	A	D	E	L	A	Z	J	H
B	H	S	C	N	C	X	P	C	Y	R	X	Y	E	E
V	P	R	E	G	A	L	I	T	E	F	I	Q	T	N

BILAN FINANCIER

Montants exprimés en K€

BUDGET OPÉRATIONNEL AFRIQUE	7 904
Conseil/expertise	6639
Équipe développement et gestion de projets	1265
BUDGET OPÉRATIONNEL MÉDITERRANÉE-ASIE	9 473
Conseil/expertise	7 958
Équipe développement et gestion de projets	1 515
BUDGET DES FONCTIONS SUPPORT	2 693
Communication et internet	203
Frais de structure	1 675
Équipe et fonctionnement	815
RESSOURCES	20 128
Subvention annuelle du MEAE*	7 202
Commandes publiques	4 361
Contrats bailleurs multilatéraux	7 458
Autres ressources	1 107

* ministère
de l'Europe
et des Affaires
étrangères

OURS

Rédaction

Caroline Lumet
et Direction de la
communication, CFI

Graphisme

La Confiserie, Rennes

Photographies

CFI et DR (en cours),
GettyImages (couverture)

CFI, l'agence française de développement médias, œuvre pour garantir à toutes et tous l'accès à une information libre et de qualité. Elle lutte contre la désinformation et défend la liberté d'expression et de la presse en accompagnant des médias indépendants, des journalistes et des acteurs et actrices de la société civile à travers le monde, dans la création de contenus innovants et la consolidation de médias durables. Son action favorise une information vérifiée, fiable et plurielle, indispensable à la démocratie, et contribue à bâtir des écosystèmes informationnels libres et pérennes, en particulier en Afrique subsaharienne, en Afrique du Nord ainsi qu'au Proche et Moyen-Orient, et en Europe de l'Est. CFI est un opérateur du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et une filiale de France Médias Monde.

**Suivez toutes les actualités
de CFI et de nos projets sur cfi.fr
et sur les réseaux sociaux**

