



## Culture et médias

Si la diversité des langues présente l'aspect le plus immédiatement visible de la diversité culturelle, l'autre volet de cette problématique n'est pas moins important. Il concerne les politiques, les instruments et les contenus de la culture et des médias. Il s'agit à la fois de l'expression concrète de l'identité des communautés, de l'intégration des politiques culturelles dans les processus de démocratie et de développement, mais aussi de la prise en compte du poids économique de ce secteur.

Quand la Cnuccd rappelle, dans un des documents de la III<sup>e</sup> Conférence des Nations unies sur les pays les moins avancés (Bruxelles, mai 2001), que le seul produit des industries musicales de ces pays, dont la moitié sont également membres de la Francophonie, atteint 50 milliards de dollars par an, soit beaucoup plus que les 17 milliards que leur rapporte le café, les 20 milliards que leur rapporte le coton, les 21 milliards du tabac ou les 27 milliards de la banane, on peut comprendre que les enjeux de ce domaine méritent mieux que le regard traditionnel que l'on accordait à la culture dans la répartition classique des priorités en matière d'aide au développement. C'est d'ailleurs dans cette perspective que s'inscrit la création par l'Agence d'un nouvel instrument d'intervention, de nature économique, le « fonds de garantie des industries culturelle » (cf. chantier 4, projet 4.2.2.)

En posant comme préalable, comme elle l'a fait lors du VIII<sup>e</sup> Sommet des chefs d'État et de gouvernement (Moncton, 1999), à toute renégociation des règles du commerce mondial, la prise en compte du caractère spécifique des biens culturels (« en aucun cas réductibles à leur seule dimension économique »), la Francophonie invite l'Agence à développer des actions à divers niveaux, qui vont des expériences pilotes de terrain, liées aux besoins les plus concrets des populations, et de l'appui aux productions et à la diffusion des cultures des États membres, jusqu'aux concertations internationales qui lui permettront de faire entendre sa voix dans l'établissement des nouvelles règles et normes.

Mais c'est d'abord tout naturellement dans la perspective ouverte par la III<sup>e</sup> Conférence ministérielle sur la culture, tenue à Cotonou en juin 2001, que s'inscrit la programmation de l'Agence dans le domaine de la culture et des médias.

## 2.1. Centres de lecture et d'animation culturelle

### Références

- **projet de Plan d'action de Beyrouth (2001)** – Axe mobilisateur N° 2 – Section 2.3. : Droits de l'Homme (A - Éducation et formation : diffusion d'instruments didactiques par les Clac) ;
- **Plan d'action de Cotonou (2001)** – Section A : Soutenir, aux plans interne et international, la diffusion et le dialogue des cultures en favorisant leur appropriation par les populations et en développant le savoir-faire des professionnels (paragraphe 4) – Section E : Développer les industries culturelles, les technologies de l'information et les médias audiovisuels (paragraphe 6) ;
- **programme d'action en faveur des PMA (2001-2010)** – Engagement 3 : Renforcer les capacités humaines et institutionnelles ;
- **Plan d'action de Montréal sur les inforoutes (1997)** – Axes prioritaires :  
1 - Démocratiser l'accès aux inforoutes.

### Enjeux

Malgré les efforts consentis par les pays du Sud pour développer sur tout leur territoire national des établissements d'enseignement, les localités rurales restent le plus souvent complètement dépourvues d'infrastructures culturelles et sans accès possible, pour leurs communautés, à la lecture, à l'information et aux loisirs.

C'est donc pour pallier ce manque et pour contribuer à réduire les inégalités entre monde urbain et monde rural que l'Agence a créé en 1986, à la demande des pays, les premiers centres de lecture et d'animation culturelle (Clac).

Il s'agit par ce biais de permettre aux États de concevoir ou de renforcer une politique de lecture publique à la mesure des moyens réellement mobilisables, en leur proposant une structure modèle, adaptée aux besoins et aux moyens des populations.

### Stratégie

Caractérisé par un mode de gestion décentralisée impliquant les communautés locales, ce programme s'adresse à l'ensemble des populations rurales visées. L'étude des faits permet toutefois de constater que les jeunes et les femmes figurent parmi les catégories qui profitent le plus de ses effets.

Au stade de développement atteint par ce programme que l'Agence mène depuis 15 ans, les défis rencontrés relèvent de deux cas de figure distincts :

- pour ce qui a trait aux réseaux existants, le défi majeur réside dans une gestion désormais trop lourde pour la seule équipe chargée de ce programme, au siège de l'Agence. La solution, déjà partiellement appliquée, réside dans une décentralisation accrue de cette gestion, en particulier par le renforcement ou l'installation de cellules

*ad hoc*, implantées au sein des bureaux régionaux d'Afrique de l'Ouest et d'Afrique centrale. À quoi il faut ajouter une mesure qui consiste désormais à suspendre plus souvent, voire à abandonner, tout soutien aux réseaux qui n'atteindraient pas les résultats escomptés, faute d'engagement de la part des partenaires, locaux ou nationaux, et de respect des termes de la convention établie. Enfin, la pérennisation des réalisations de ce programme passe aussi par un soutien constant au personnel de terrain, en matière de formation et d'acquisition de nouvelles compétences. C'est d'autant plus indispensable que, au fil du temps, viennent s'ajouter aux fonctions premières d'un centre ou d'un réseau, des missions nouvelles dans les domaines de la communication sociale et de la diffusion des connaissances et de la culture ;

- concernant la création de réseaux dans de nouveaux pays, il apparaît que, outre la limite des moyens disponibles, tant humains que financiers, toujours insuffisants pour répondre à des demandes en constante augmentation, le défi réside dans la nécessaire adaptation d'un programme, conçu initialement pour être mené en milieu rural africain. Que ce soit sur d'autres continents ou dans des milieux plus urbains, mais tout aussi défavorisés, les nouveaux terrains sur lesquels l'Agence a et aura à intervenir entraînent la nécessité d'une révision méthodologique consistant à insister sur la dimension exemplaire des projets mis en œuvre afin de permettre, le cas échéant, à d'autres acteurs nationaux, bilatéraux ou multilatéraux, d'en développer le maillage.

### 2.1.1. Consolidation et développement des réseaux existants

Budget 2002 : 1 100 000 Euros

#### Contexte

C'est en 1986 que l'Agence initie dans ses programmes culturels un projet structuré de développement de la lecture publique en milieu rural. Les deux premiers réseaux ont été inaugurés au Bénin, dans l'Atacora et le Mono. Ils ont été suivis de deux réseaux au Sénégal dans les régions de Thiès et de Kolda. Cette initiative a rencontré dès le départ l'adhésion de l'ensemble des États membres, si bien qu'à la fin de l'année 2001, le programme concerne 203 centres, répartis en 20 réseaux dans 17 pays d'Afrique, de l'océan Indien, des Caraïbes et du Proche-Orient.

Les efforts entrepris par les pays du Sud en matière de lecture publique concernant presque exclusivement les grandes villes, les rares actions déployées dans ce domaine, en milieu rural, s'adressent aux bibliothèques scolaires de quelques établissements importants. Le programme « Clac » constitue donc la seule initiative de lecture publique à être implantée en dehors des centres urbains, et à confier la gestion et l'animation de ses centres à du personnel local. C'est enfin un programme qui, par son adaptation constante aux changements de contexte, a su pérenniser ses interventions sur une durée relativement rare dans les interventions de coopération.

#### Objectifs

- renforcer le suivi de proximité et l'évaluation régulière des réseaux de centres par le développement de l'expertise du Sud, en matière de gestion et d'animation du programme ;

- consolider et développer, voire réhabiliter, les réseaux existants par le renouvellement des dotations, l'apport de nouveaux équipements et le recyclage régulier des animateurs et des coordonnateurs ;
- renforcer l'implication des centres en faveur du développement social et culturel des communautés dans lesquelles ils sont implantés, par la poursuite et le développement d'activités de communication participative ;
- faciliter la communication et l'accès aux ressources documentaires en assurant la connexion à l'Internet pour 20 centres supplémentaires et pour les coordonnateurs des réseaux de l'Afrique centrale et de l'océan Indien.

### **Description succincte**

La consolidation des réseaux consiste à mettre à leur disposition les moyens nécessaires à la poursuite de leur fonctionnement et de leur animation dans de bonnes conditions. Ces moyens viennent en complément des contreparties nationales et locales. Pour l'essentiel, il s'agit de :

- mettre annuellement à la disposition des réseaux des fonds destinés à la tournée annuelle du responsable national, aux tournées mensuelles du coordonnateur, à l'abonnement à des journaux locaux, à l'acquisition d'ouvrages édités localement en français ou en langues nationales, à la maintenance des équipements audiovisuels, aux activités d'animation dans les centres, etc. ;
- recycler régulièrement les animateurs et les coordonnateurs en techniques de bibliothéconomie et d'animation sociale et culturelle ;
- renouveler les dotations culturelles (collections d'ouvrages, jeux, cassettes vidéo...) et les équipements (véhicules, audiovisuel), ainsi que le matériel de gestion des bibliothèques (fiches de prêts, cartes d'abonnés...) ;
- renforcer les procédures de suivi et d'évaluation des réseaux en formant les experts du Sud chargés de cette tâche et en confiant la gestion et l'animation des réseaux à des cellules spécialisées, implantées dans les bureaux régionaux de l'Agence (Brao et Brac).

Le développement des réseaux concerne l'augmentation du nombre et de la qualité des services que les centres offrent aux populations. Il se fait en fonction de leurs performances, des besoins locaux et de la capacité des animateurs à gérer ces nouvelles activités. Pour l'essentiel, il s'agit :

- d'enrichir les dotations existantes ;
- de soutenir dans 20 centres les stratégies de communication déployées en faveur du développement communautaire et de doter 20 centres supplémentaires d'une connexion à Internet en se basant sur les conclusions de l'expérimentation menée conjointement avec le Centre de recherches pour le développement International (CRDI, Canada) depuis 1996 et achevée en 2001 ;
- de développer les collaborations entre le programme Clac et les autres directions de l'Agence ou des partenaires extérieurs. Il s'agit notamment de la diffusion du cinéma africain et de la réception des émissions du canal éducatif numérique francophone (Canal EF).

### 2.1.2. Création de réseaux dans de nouveaux pays

Budget 2002 : 80 000 Euros

#### Contexte

Inscrit dans la politique du développement de la lecture publique des pays d'accueil et conçu pour le monde rural, ce projet est censé se développer sur la base d'un partenariat actif entre le ministère de tutelle, les localités d'accueil et l'Agence de la Francophonie. Il doit se caractériser par un mode de gestion décentralisée, impliquant les communautés de base. Structures de dimensions modestes, adaptées à la taille des localités dans lesquelles elles s'inscrivent, de nouveaux centres ont été implantés au cours des dernières années dans des agglomérations rurales ou des banlieues défavorisées, de 5 000 à 20 000 habitants, disposant d'infrastructures administratives, sociales et surtout scolaires. Le succès des expériences menées depuis 15 ans dans ce domaine a conduit de nombreux pays qui n'avaient pas bénéficié jusqu'ici du programme à vouloir l'amorcer chez eux.

#### Objectifs

- permettre aux populations défavorisées d'accéder à l'information, à la formation et aux loisirs au moyen de la lecture et des animations culturelles ;
- favoriser le développement de politiques nationales en faveur du livre et de la lecture ;
- appuyer les partenaires locaux du développement (alphabétiseurs, agents de santé, de développement rural, associations, groupements féminins, ONG, etc.).

#### Description succincte

Pleinement consciente des effets négatifs, en termes de qualité de gestion, qu'une croissance non maîtrisée de ce programme pourrait engendrer, l'Agence a choisi, en 2002, d'observer un moratoire en matière de création de nouveaux réseaux. Ce délai sera mis à profit pour mener une large concertation avec les bénéficiaires, les autorités locales et nationales, ainsi qu'avec les partenaires internationaux de la coopération (bilatérale et multilatérale) de manière à trouver des réponses appropriées aux interrogations déjà exposées ci-dessus, sous la rubrique « Stratégie » (écart grandissant entre le nombre de réseaux et les moyens disponibles, tant humains que financiers, adaptation à des contextes différents, recherche de nouveaux partenaires).

Ce n'est qu'en fonction des réponses obtenues, qu'il pourra être envisagé, en 2003, d'ouvrir de nouveaux réseaux, dans des conditions intégrant les résultats de la concertation menée en 2002.

## 2.2. Promotion des arts du Sud

### Références

- **projet de Plan d'action de Beyrouth (2001)** – Axe mobilisateur N° 1 – Section 1 : Diversité culturelle (B - Promotion de la diversité et du dialogue des cultures ; C - Accès aux marchés internationaux et protection des droits d'auteur et des droits voisins) ;
- **Plan d'action de Cotonou (2001)** – Section A : Soutenir, aux plans interne et international, la diffusion et le dialogue des cultures en favorisant leur appropriation par les populations et en développant le savoir-faire des professionnels (paragraphe 2) – Section D : Améliorer l'accès des créateurs, artistes, producteurs et éditeurs de la Francophonie aux marchés internationaux et la protection de leurs droits (paragraphe 1 à 5) ;
- **programme d'action en faveur des PMA (2001-2010)** – Engagement 5 : Renforcer le rôle du commerce dans le développement (commerce, produits de base et accords commerciaux régionaux : produits culturels) ;
- **Plan d'action de Moncton (1999)** – Axe N° 2 – Section 2.2. : La culture (évaluation du Masa).

### Enjeux

Les arts vivants (théâtre, musique et danse) et les arts visuels (peinture, sculpture, installations, photographie), qui comptent parmi les expressions les plus visibles de la culture des peuples, constituent un champ particulièrement foisonnant dans une communauté francophone dont la diversité devient ici un atout et une source de richesse. Dès sa création, l'Agence a d'ailleurs choisi d'en faire un domaine privilégié de ses interventions.

Mais on sait que la production artistique des pays du Sud et d'Europe centrale et orientale souffre souvent des conditions précaires dans lesquelles elle s'exprime : faiblesse des financements, manque de professionnalisme faute de formation, absence de débouchés et d'accès aux publics, insuffisance des crédits publics de ces pays. De la conception à la diffusion, en passant par la production et la réalisation, chacune des étapes du processus qui voit une œuvre naître, se matérialiser, puis toucher le public auquel elle aspire, ne peut généralement se concrétiser sans partenariats, sans soutiens extérieurs.

On sait aussi que le contexte actuel de mondialisation des échanges pose en termes nouveaux la question de la diffusion et de la promotion de ces produits : comment repérer les meilleures productions, comment les faire mieux connaître et favoriser leur diffusion, tant au sein même de l'espace francophone que lors des grands rendez-vous internationaux de l'art. Tel est l'enjeu essentiel d'un domaine menacé en permanence par la marginalisation et la « provincialisation ».

Mais cette participation assumée à la mondialisation commence par la prise en compte et la consolidation des identités culturelles multiples qui composent la

Francophonie : l'Agence doit s'employer à faciliter la transmission, sous une forme moderne, de l'héritage culturel des peuples, particulièrement leur patrimoine vivant conservé jusqu'ici par la tradition orale. Comme le souligne le Plan d'action de Cotonou (juin 2001), la création contemporaine se nourrit aussi aux racines de la culture traditionnelle : les créateurs doivent disposer des sources culturelles nécessaires à leur travail et le public des références indispensables à la compréhension de l'environnement culturel dans lequel il vit.

## Stratégie

Face à l'immensité des besoins, compte tenu de sa mission comme de ses moyens, mais forte aussi de son expérience, l'Agence a choisi de concentrer ses interventions sur un nombre limité de domaines où sa spécificité lui confère un rôle irremplaçable. Si la modestie de ses moyens lui interdit d'intervenir dans le secteur complexe de l'aide à la création artistique, il lui appartient en revanche d'aider les producteurs du Sud et d'Europe centrale et orientale à affirmer leur présence sur les marchés internationaux, de contribuer à la circulation - que ce soit celle des œuvres, des artistes ou celle de l'information - et à la formation.

En facilitant la circulation et la présence des œuvres et de leurs producteurs sur le marché international, l'Agence permet non seulement à ces derniers de développer de véritables carrières professionnelles et aux premières de trouver des publics multiples, mais elle provoque aussi des confrontations et des dialogues qui constituent une forme de formation permanente.

Cet objectif de formation se retrouve sous une forme méthodologique plus définie dans les centres pluridisciplinaires que l'Agence a commencé à soutenir : formation technique et artistique qui se nourrit aussi du partage d'informations à travers des réseaux auxquels appartiennent ces centres et qui, grâce aux technologies de l'information et de la communication, dégage une plus-value d'autant plus appréciée que les moyens plus anciens de transmission du savoir sont inopérants ou hors de portée.

Enfin, l'Agence sera désormais attentive à ce que le développement de la création et de la diffusion des œuvres s'inscrive dans un contexte historique qui lui donne sens et cohérence, tant il est vrai qu'il n'y a pas de culture sans mémoire, ni de mémoire sans accès à ses sources. Dans cette perspective, l'Agence sera amenée à appuyer la sauvegarde et la mise en valeur des formes culturelles traditionnelles, tout particulièrement celles qui appartiennent au champ de l'oralité.

### 2.2.1. Soutien à la circulation du spectacle vivant

Budget 2002 : 770 000 Euros

## Contexte

Ce projet constitue un élément essentiel de l'intégration des populations dans un espace francophone perçu comme fédérateur des identités culturelles, avec une attention particulière portée aux jeunes créateurs et aux jeunes artistes. La diversité

culturelle, qui fait la richesse et l'originalité des pays francophones, devant être stimulée, l'Agence se donne comme priorité de soutenir l'activité artistique des pays membres du Sud et d'Europe centrale et orientale, dans les domaines du théâtre, de la danse et de la musique.

Après avoir soutenu quelques grands événements, parfois sans lendemain, et accordé des aides éparses à plusieurs festivals, et se fondant sur les réflexions et orientations données par la II<sup>e</sup> Conférence des ministres francophones chargés de la Culture (Liège, 1990), l'Agence avait déjà décidé de prendre des mesures pour faciliter la diffusion des spectacles du Sud et d'Europe centrale et orientale de niveau professionnel et international. Elle a ainsi investi dans des projets durables gérés par des professionnels des arts vivants.

La III<sup>e</sup> Conférence ministérielle sur la culture (Cotonou, juin 2001) ayant confirmé cette orientation, l'Agence a pris le parti de concentrer son intervention sur deux volets :

- le maintien de son approche sur les seuls aspects de diffusion, les aides à la création devant quant à elles être assurées par des organismes de proximité, mieux à même de juger de la pertinence des projets et de contrôler leur exécution ;
- en matière de diffusion, l'expérience a également prouvé que l'aide financière de l'Agence devait se limiter aux seuls transports internationaux, indispensables à la circulation des œuvres et des artistes.

Enfin, l'application des critères d'admissibilité des requêtes a été revue dans le sens d'une plus haute exigence, en tenant compte davantage des spécificités de chacune des disciplines concernées (musique, théâtre, danse), les enjeux et les conditions de travail y étant souvent très différents.

## **Objectifs**

- soutenir la création contemporaine des pays du Sud, ainsi que ceux de l'Europe centrale et orientale, membres de l'Agence, par la diffusion des meilleurs spectacles de danse, théâtre et musique ;
- accroître le degré de professionnalisme des artistes et des troupes et favoriser ainsi les carrières artistiques ;
- obtenir des festivals du Nord soutenus par l'Agence d'inscrire leur programmation dans le cadre de tournées auxquelles les spectacles du Sud et d'Europe centrale et orientale invités sont associés ;
- favoriser l'accès des professionnels du spectacle et des publics à de nouvelles formes artistiques et à la diversité des cultures.

## **Description succincte**

Ce projet vise à renforcer la diffusion des spectacles créés au Sud, ainsi que dans les pays d'Europe centrale et orientale, par un ensemble artistique professionnel qui a son siège dans les pays concernés, à l'occasion de tournées et de leur programmation dans les festivals du Nord comme du Sud.

Les décisions sont prises en fonction de requêtes adressées directement à l'Agence par l'organisateur du festival, le producteur de la tournée d'un spectacle ou par le responsable d'une troupe. Le cas échéant, l'Agence peut aussi prendre elle-même l'initiative d'une intervention. En cas d'intervention sur requête, l'aide devant être accordée par l'Agence est appréciée, sur la base de critères précis, par un Comité de sélection des projets comprenant des experts extérieurs.

L'expérience montre que, sur quelque deux cents requêtes adressées chaque année à l'Agence, une centaine peut être présentée au Comité de sélection, qui donne une réponse positive dans 80 % des cas.

### 2.2.2. Soutien aux marchés du spectacle vivant

Budget 2002 : 800 000 Euros

#### Contexte

Engagé il y a dix ans, le soutien aux marchés du spectacle vivant prend essentiellement deux formes : d'une part, l'appui aux manifestations qui servent la promotion des spectacles à la recherche de débouchés internationaux et, d'autre part, le soutien à la présence de producteurs de musiques du Sud à quelques grands rendez-vous mondiaux de l'industrie phonographique.

Dans le domaine musical, il y a souvent interactions entre ces deux types d'intervention, la promotion du disque favorisant celle de l'artiste sur scène, et vice versa. Aussi l'Agence, lors de chacune de ses participations aux marchés phonographiques, ne manque-t-elle jamais de soutenir également les prestations en direct dans lesquelles sont engagés les artistes du Sud et d'Europe centrale et orientale, dont elle contribue à lancer la carrière. Dans ce même ordre d'idées, un certain soutien aux marchés est aussi assuré par le biais du projet « Soutien à la circulation du spectacle vivant » (cf. projet 2.2.1.), dès lors que cette aide va à des festivals fréquentés par des producteurs venus y « faire leur marché ».

Chronologiquement, l'action de l'Agence a débuté par la création du Marché des arts du spectacle africain (Masa) dont la première édition a eu lieu à Abidjan en 1993. Aujourd'hui structure indépendante de droit international à but non lucratif, le Masa n'a plus à faire l'objet d'un projet spécifique, mais doit être inscrit très normalement dans le cadre plus large du « Soutien aux marchés du spectacle vivant ».

À partir de 1996, l'Agence est ensuite intervenue pour soutenir la participation de producteurs et d'artistes du Sud à des manifestations telles que le Cinars (Montréal, 1996 et 2000), le Midem (Cannes, 1998, 1999, 2000 et 2001) et le Womex (Copenhague, 1998 ; Berlin, 1999 et 2000 ; Rotterdam, 2001). Les résultats enregistrés et l'analyse de leur progression ne peuvent que conduire l'Agence à maintenir ces activités dans sa programmation.

Doivent également être portées à l'actif du projet, les participations de l'Agence aux concours de musique (prix Découvertes) et de théâtre et danse (prix Arts vivants) organisés par Radio France Internationale (RFI) depuis le début des années 1990.

## Objectifs

- soutenir les marchés du spectacle vivant qui accordent une réelle visibilité aux artistes du Sud et d'Europe centrale et orientale ;
- soutenir, à l'occasion de grandes rencontres professionnelles, la participation des entreprises phonographiques du Sud et d'Europe centrale et orientale, et de celles du Nord qui produisent des artistes des deux premières régions ;
- favoriser le développement des carrières d'artistes du Sud et de l'Europe centrale et orientale ;
- aider les entreprises phonographiques du Sud et de l'Europe centrale et orientale à développer l'emploi dans leurs régions respectives ;

## Description succincte

Consacré au développement économique et culturel des arts vivants du Sud et de l'Europe centrale et orientale, ce projet se déploie selon les orientations suivantes :

### 1. Spectacle vivant

- le Masa s'adresse à tous les pays africains sans distinction d'appartenance ou non à la Francophonie. Il concerne donc également l'Afrique anglophone, arabophone ou lusophone, et rassemble pendant une semaine des professionnels du monde entier qui peuvent ainsi découvrir les meilleures créations africaines en musique, en théâtre et en danse. C'est aussi un lieu d'échanges de connaissances et d'expériences, à l'occasion de forums par exemple. Tous les spectacles sont sélectionnés par des professionnels. Depuis 1999, le Masa est une structure autonome. L'Agence, représentée à son conseil d'administration, assure une partie importante du financement de l'activité et veille à la bonne gestion de la manifestation. En 2001, le Masa a fait l'objet d'une évaluation externe dont les conclusions seront prises en compte dans la conduite des actions futures ;
- le Cinars (Commerce international des arts du spectacle) de Montréal est une plateforme permettant de pénétrer les marchés du continent américain pour la musique et la danse contemporaine ;
- le Womex (World Wide Music Expo) de Berlin ou Rotterdam, est un lieu incontournable pour tous les programmeurs de musiques du monde ;
- d'autres projets comme le « Marché tournant de l'océan Indien » ainsi que la Biennale de la chorégraphie de Tananarive ou certains festivals africains (Rencontres théâtrales internationales et Rencontres musicales de Yaoundé au Cameroun, Festival international du théâtre au Bénin, etc.) ont également une dimension commerciale ;
- enfin, les prix RFI dans les domaines de la musique ou des arts vivants (théâtre et danse) connaissent également des retombées importantes en matière de notoriété et d'impact commercial.

## 2. Entreprises phonographiques

La promotion de ces dernières est assurée par leur participation à de grands marchés ou grandes rencontres internationales telles le Midem (Cannes) ou le Womex (Berlin). L'Agence prend alors en charge l'artiste invité et accompagne les entreprises d'une assistance juridique. Elle appuie également financièrement la location d'un stand, les accréditations, le matériel promotionnel (dont un CD-compilation des entreprises participantes), ainsi que la logistique. Cette action est menée en collaboration avec le Conseil francophone de la chanson.

Il est envisagé d'engager une étude de faisabilité, au cours du biennium 2002-2003, en vue de la création d'un marché africain du disque et de l'édition musicale.

### 2.2.3. Soutien aux centres culturels pluridisciplinaires

Budget 2002 : 150 000 Euros

#### Contexte

L'Agence confirme son engagement en matière de développement des entreprises culturelles dans les domaines de la circulation et de la production de spectacles, ainsi que de la formation aux métiers du spectacle, via des centres culturels pluridisciplinaires développant des effets multiplicateurs bénéfiques pour l'ensemble d'une région ou d'une sous-région. L'Agence s'est préoccupée, à la fin de la dernière décennie, d'équiper des lieux scéniques. En raison des modestes moyens alloués, cette action n'a pas eu d'effets convaincants. Aussi l'Agence a-t-elle décidé de concentrer désormais ses moyens sur des centres culturels « pilotes », appelés maintenant « pluridisciplinaires ». La stratégie ainsi adoptée consiste à développer des effets multiplicateurs à partir d'entreprises culturelles qui disposent déjà d'une longue expérience dans les différents domaines du spectacle vivant, tant en formation qu'en création et diffusion. À partir de ces centres pluridisciplinaires, l'Agence entend créer ou renforcer les circuits de tournées des spectacles, renforcer et équiper des lieux de création et de formation. Une première opération a été menée avec « l'Espace Linga Téré » de Bangui, qui travaille dans ce sens depuis une dizaine d'années. L'accord conclu en novembre 2000 comprend :

- des formations intégrées aux métiers du spectacle : gestion, administration, régie son et éclairage, maintenance du matériel scénique et technique, et communication culturelle ;
- une étude des lieux scéniques, qui alimentera un site Internet, dénommé Cidac (Centre d'information et de documentation de l'art et de la culture de l'Afrique centrale), et un inventaire des besoins en formation et en matériel scénique ;
- l'acquisition de bus et de matériel de sonorisation afin d'organiser des tournées d'artistes.

## Objectifs

- soutenir des centres culturels pluridisciplinaires qui disposent d'une bonne expérience et qui travaillent dans la formation aux métiers du spectacle, la création et la circulation des artistes et des œuvres, avec des effets à l'échelle sous-régionale au minimum ;
- renforcer le professionnalisme du personnel technique et artistique des spectacles et, par conséquent, la qualité de l'emploi du milieu artistique ;
- améliorer la qualité de la maintenance et de l'équipement des lieux scéniques ;
- favoriser la circulation de l'information et promouvoir la documentation technique et artistique sur les lieux, ainsi que les méthodes de production des spectacles.

## Description succincte

Les centres culturels pluridisciplinaires sont des centres de création, de diffusion et de formation. Lieux multifonctionnels et pluridisciplinaires, ces centres accueillent les spectacles vivants régulièrement, pendant toute l'année, et organisent des représentations en décentralisation. Ils ont une pratique de production, de répétition, de formation intégrée aux métiers du spectacle. Ils servent de lieu de documentation, de conseil et d'information. Ils analysent les besoins sur le plan régional et proposent des formations et des équipements qui correspondent aux nécessités des entreprises culturelles de la sous-région. Ces besoins dictent le projet négocié avec la direction concernée de l'Agence. Ensuite, un accord cadre global (avec cahiers des charges sur une durée d'une année ou d'un biennium) est conclu, accompagné d'un échéancier et des montants alloués. Un comité de pilotage est choisi d'un commun accord avec le centre culturel pluridisciplinaire afin d'assurer le suivi de l'opération.

Durant l'année 2002, l'Agence poursuivra les projets entamés en Afrique centrale et en Afrique du Nord. En 2003, en fonction des moyens mis à sa disposition, elle envisagera d'étendre ce projet à une troisième région.

### 2.2.4. Soutien aux arts visuels

Budget 2002 : 200 000 Euros

## Contexte

Persuadée que le champ des arts visuels mérite lui aussi un effort de promotion et de valorisation soutenu, l'Agence a, durant le biennium 2000-2001, réuni les éléments d'information lui permettant de fonder une politique cohérente et efficace en la matière. À cet effet, l'Agence s'est appuyée sur la Biennale des arts de Dakar comme terrain d'observation et a multiplié expertises et consultations, notamment à l'occasion de la préparation de la III<sup>e</sup> Conférence des ministres de la Culture, tenue à Cotonou en juin 2001. Les résultats de cette démarche ayant confirmé l'intuition initiale, il s'agit désormais de traiter ce champ culturel à l'image de ce qui se fait pour les arts vivants, en intervenant sur les aspects à la fois utiles à son développement et entrant dans le champ de compétences de l'Agence (diffusion, circulation, marché international).

## Objectifs

En poursuivant l'action entamée durant le biennium 2000-2001, l'Agence entend contribuer au développement du domaine des arts visuels dans les pays francophones du Sud et d'Europe centrale et orientale. Dans ce secteur, les besoins identifiés prioritairement relèvent des domaines de la formation, de la diffusion et de la circulation. Pour le biennium 2002-2003, les objectifs spécifiques visés sont les suivants :

- soutenir l'organisation de manifestations structurantes organisées au Sud et en Europe centrale et orientale, telle la Biennale des arts de Dakar, avec laquelle un partenariat est déjà engagé ;
- permettre à un nombre significatif d'artistes francophones du Sud et d'Europe centrale et orientale de se faire connaître au niveau national, régional et international ;
- favoriser le développement des galeries d'art installées au Sud et en Europe centrale et orientale, qui se sont donné pour mission de faire circuler les œuvres et de diffuser l'information sur celles-ci, tant dans le milieu professionnel qu'auprès du public.

## Description succincte

Le soutien au développement des arts visuels dans les pays du Sud et d'Europe centrale et orientale passe en premier lieu par un appui à quelques grands rendez-vous qui marquent le calendrier de la création contemporaine. Des manifestations telles que la Biennale des arts de Dakar ou les Rencontres de la photographie africaine de Bamako permettent aux artistes sélectionnés de se faire connaître. Elles offrent en outre des possibilités d'échanges fructueux entre les professionnels de tous horizons et se présentent de ce fait comme une occasion de formation permanente.

Dans ce contexte, l'Agence entend soutenir les manifestations d'envergure internationale organisées dans le Sud et en Europe centrale et orientale. Les organisateurs de ces manifestations doivent lui soumettre une requête à laquelle il sera répondu en fonction de critères connus de tous. L'Agence peut également accorder son aide aux plasticiens du Sud et d'Europe centrale et orientale pour faciliter leur présence dans des expositions organisées dans les pays du Nord ou du Sud n'appartenant pas à la Francophonie. Cette intervention est également subordonnée à la satisfaction des critères de sélection. Enfin, une attention particulière est accordée aux galeries du Sud et d'Europe centrale et orientale, dont certaines sont en passe de devenir des agents importants du développement des arts visuels, en raison de leur engagement dans le domaine de la circulation des œuvres, de la diffusion de l'information, de la formation et de l'accueil en résidence. La mise en réseau progressive de leurs compétences est aussi un facteur à prendre en compte. L'Agence appuie leurs initiatives en fonction des demandes et de la qualité des projets présentés. Pour chacune de ces activités, des synergies sont recherchées avec tous les acteurs concernés, publics ou privés.

## 2.2.5. Protection et mise en valeur du patrimoine immatériel

Budget 2002 : 100 000 Euros

### Contexte

La II<sup>e</sup> Conférence des ministres francophones chargés de la Culture, tenue à Liège en 1990, avait notamment recommandé le développement d'une politique concertée en faveur du patrimoine tant matériel qu'immatériel. Dix ans après, la III<sup>e</sup> Conférence ministérielle de Cotonou (juin 2001) réitère cette demande d'un appui à la collecte, à la conservation et à la mise en valeur des patrimoines des pays du Sud, afin d'assurer la promotion et le rayonnement des cultures nationales, tant auprès des spécialistes que du grand public.

Mais si les interventions en matière de patrimoine matériel (restauration de monuments, musées, collections, etc.) apparaissent clairement hors du champ de compétence de l'Agence, pour d'évidentes raisons de budget mobilisable et également parce que ce terrain est déjà celui d'organisations spécialisées, comme l'Unesco, on sait que les pays du Sud, en particulier ceux d'Afrique, sont historiquement une terre de prédilection du patrimoine immatériel, c'est-à-dire de cette tradition orale dont les dépositaires - griots, conteurs, historiens des épopées régionales - se font de plus en plus rares aujourd'hui. Il paraît donc urgent de tout mettre en œuvre pour préserver cet héritage et en assurer la transmission.

Les actions envisagées dans ce domaine prendront différentes formes (identification, enregistrement, diffusion, promotion), étant entendu qu'il conviendra de trouver la meilleure façon de favoriser la transmission de ce savoir aux nouvelles générations.

La notion de patrimoine se limite donc clairement ici à ses aspects immatériels, qui sont essentiels pour bon nombre de pays membres de la Francophonie.

### Objectifs

- participer à la protection et à la mise en valeur du patrimoine immatériel des pays du Sud, tout particulièrement celui qui est transmis par la tradition orale ;
- favoriser le dialogue entre création contemporaine et tradition ;
- aider au recensement et à la mise en valeur des formes traditionnelles de la culture ;
- soutenir les pays du Sud dans leurs efforts de conservation et de sauvegarde des expressions culturelles traditionnelles ;
- mettre les éléments collectés à la disposition des diffuseurs et des utilisateurs (radios locales, Clac, Canal EF, créateurs, etc.) ;
- soutenir la tenue de quelques manifestations culturelles organisées au Sud et traitant de la tradition.

### Description succincte

En synergie avec ses partenaires, l'Agence oriente son soutien vers des recherches débouchant sur le recensement et la conservation d'un ensemble de connaissances, techniques, rites, histoires, traditions orales, musiques, danses et savoir-faire concernant des groupes ethniques ou des aires culturelles et linguistiques. Elle s'appuie sur les études réalisées par différents spécialistes en sciences sociales et humaines, sur des enquêtes directes et sur des documents d'archives écrits, visuels ou sonores. Les radios et télévisions des pays membres peuvent être mises à contribution.

Pour l'archivage de la tradition orale, l'Agence utilise les possibilités offertes par les technologies de l'information et de la communication de conserver la culture orale sur des supports stables. Par le biais d'Intermedia (Suisse), elle poursuit le projet Arto (Archivage de la tradition orale), en partenariat avec le Centre d'études linguistiques et historiques en tradition orale de l'OUA (Celtho), basé à Niamey, le Centre régional de recherche et de documentation sur les traditions orales et pour le développement des langues africaines de Yaoundé (Cerdotola) et le Centre d'investigation et de documentation sur l'oralité (Cidlo) des universités de Madagascar et de l'océan Indien.

En raison des contraintes budgétaires, la poursuite du projet Arto est la seule activité mise en œuvre en 2002. En 2003, en fonction des moyens dont elle disposera alors, l'Agence pourra envisager de soutenir d'autres actions en faveur des traditions orales et des manifestations liées à la culture traditionnelle.

## 2.3. Politiques culturelles

### Références

- **projet de Plan d'action de Beyrouth (2001)** – Axe mobilisateur N° 1 – Section 1 : Diversité culturelle (A - Conception et mise en œuvre de politiques culturelles) ;
- **Plan d'action de Cotonou (2001)** – Section A : Soutenir, aux plans interne et international, la diffusion et le dialogue des cultures en favorisant leur appropriation par les populations et en développant le savoir-faire des professionnels (paragraphe 1 à 6) – Section B : Faciliter la conception et la mise en œuvre de politiques culturelles et linguistiques (paragraphe 1 à 3) – Section F : Instaurer une concertation permanente élargie aux acteurs culturels de la société civile et du secteur privé ;
- **programme d'action en faveur des PMA (2001-2010)** – Engagement 5 : Renforcer le rôle du commerce dans le développement (commerce, produits de base et accords commerciaux régionaux : produits culturels).

### Enjeux

La préservation et la valorisation de la diversité culturelle passent par la mise en place et le renforcement des cadres institutionnels qui leur sont spécifiques. Il est évident qu'il ne peut y avoir diversité culturelle sans cultures plurielles, lesquelles

n'ont une chance de s'exprimer pleinement que si elles bénéficient de conditions-cadres favorables. Il s'agit notamment des législations propres à la culture, établissant la liberté d'accès à la culture, la participation active et effective de toutes les composantes nationales à la vie culturelle, du statut et des droits des créateurs, de la lutte contre la piraterie et des mesures susceptibles d'encourager le mécénat. Plus généralement, doivent être pris en considération tous les éléments constitutifs de véritables politiques culturelles voulues par les États et les gouvernements.

Force est de constater qu'en la matière les situations que connaît la Francophonie sont disparates. Ici très élaborée, la politique culturelle sera quasi inexistante ailleurs. Ainsi, tenant compte de chaque situation spécifique, il est proposé aux États et gouvernements membres de les aider dans leur travail pour concevoir, établir ou renforcer les politiques culturelles, afin de les intégrer dans les politiques nationales de développement, de manière à consacrer dans ce processus le rôle essentiel de la culture.

Pour faciliter la tâche des États désireux de renforcer leur action dans un domaine où leur responsabilité est pleinement engagée, l'Agence, en collaboration avec ses partenaires institutionnels et avec l'aide d'experts indépendants, entend se livrer à un travail d'inventaire, de formation, d'information et de concertation.

D'autre part, l'Agence n'entend pas laisser sans suite la dynamique fructueuse lancée à l'occasion de la préparation de la Conférence de Cotonou, ni les nombreux résultats que cette démarche a déjà produits. Sollicitée d'ailleurs par les acteurs mêmes de cette préparation et invitée à agir dans ce sens par le Plan d'action adopté par la Conférence, l'Agence entend mettre en place, sous l'égide du Secrétaire général de la Francophonie, le dispositif de concertation qui permettra à la Francophonie de jouer pleinement son rôle dans le débat mondial sur la diversité culturelle.

## **Stratégie**

Deux caractéristiques marquent ce programme :

- d'une part, le champ opérationnel considéré ici est de la stricte compétence des États et gouvernements, qui décident souverainement, chacun pour son territoire, de la politique culturelle qu'ils souhaitent développer et appliquer ;
- d'autre part, c'est la première fois que l'Agence inscrit un tel projet dans sa programmation.

Cette démarche, qui ne peut être que bénéfique aux pays membres et à leurs populations, est d'autant plus justifiée qu'elle se situe dans le contexte de l'élaboration d'un système mondial d'échanges où les cultures, leurs acteurs et leurs produits doivent trouver la place et les conditions qui garantissent leur existence, le développement de leur libre expression et leur circulation. Il n'en demeure pas moins que le terrain est nouveau pour l'Agence, ce qui implique de passer en premier lieu par l'acquisition des compétences, des connaissances et des instruments nécessaires à une appréhension pertinente du domaine. En cela, l'Agence doit tirer profit des collaborations établies avec d'autres institutions qui partagent les mêmes préoccupations et les mêmes objectifs, tel l'Unesco. En second lieu, il s'agit de

mettre à la disposition des États et gouvernements qui le demandent le fruit de cette recherche et de faciliter les échanges d'expériences.

Concrètement, l'Agence entamera son travail en identifiant les experts et les sources pouvant lui apporter les compétences nécessaires à son engagement. L'état des lieux qui suivra lui permettra de cerner les dossiers dans lesquels il convient de s'investir prioritairement. Les demandes des États et gouvernements contribueront largement à établir ces choix. Par la suite, les échanges d'informations, les expertises et formations, et les concertations - d'envergures variables selon les besoins exprimés - seront organisés.

Dans cette perspective, le dispositif de concertation mis en place par l'Agence pour prolonger les travaux préparatoires de la Conférence de Cotonou sera d'une réelle utilité. Non seulement il permettra à toutes les parties (pouvoirs publics, société civile, secteur privé, experts et créateurs) de poursuivre le dialogue entamé et d'entretenir « l'esprit de Cotonou », mais il conduira à préciser toujours mieux, au fil de son évolution, le contexte de ces actions, comme il sera une source d'expériences et de réflexions précieuses à leur mise en œuvre.

En résumé, il s'agit de :

- dresser un bilan de ce qui existe et identifier les besoins ;
- organiser l'échange d'informations et d'expériences ;
- faciliter la formation des magistrats et des professionnels concernés par ce domaine ;
- appuyer, voire organiser, les concertations nécessaires.

### **2.3.1. Appui, expertises et concertations dans le domaine des politiques culturelles**

Budget 2002 : 467 100 Euros

#### **Contexte**

La III<sup>e</sup> Conférence des ministres de la Culture, tenue à Cotonou du 13 au 15 juin 2001, et la vaste concertation préparatoire à ces assises ont confirmé la nécessité d'une réponse de l'Agence au besoin de certains de ses États et gouvernements membres de se doter d'un dispositif réglementaire relatif à la vie culturelle. Il s'agit donc de les aider à créer les conditions les plus aptes à favoriser l'expression de la diversité culturelle, facteur essentiel de la compréhension mutuelle et de la paix. On notera que l'expression « politique culturelle » n'a pas pour tous la même signification. Car, si les institutions chargées de la culture entreprennent, parfois de façon planifiée et cohérente, des activités culturelles, celles-ci relèvent plus souvent d'un programme d'administration et de gestion de la culture que d'une politique fondée sur un instrument législatif et réglementaire. On notera aussi que, confrontés à un certain nombre de contraintes liées à l'urgence, à l'insuffisance des moyens financiers, matériels et humains, de nombreux États et gouvernements ne considèrent pas la définition d'une politique culturelle comme prioritaire. D'où la nécessité de développer un nouvel axe d'expression de la solidarité francophone dans le domaine de la culture.

En plus de son action en faveur des PMA francophones dans le cadre de leur participation aux concertations de l'OMC, au cours du biennium 2000-2001, l'Agence, consciente des enjeux de la mondialisation, a favorisé, à travers la concertation préparatoire à la Conférence ministérielle de Cotonou, un dialogue multiforme sur la problématique de la diversité culturelle. Ayant constaté l'intérêt de pérenniser le dialogue et de l'ouvrir à l'ensemble des acteurs culturels, elle se propose de poursuivre les échanges riches et constructifs initiés par les travaux d'ateliers, les contributions des experts et les diverses concertations avec les organisations représentant les autres aires linguistiques.

### **Objectifs**

Les objectifs du projet, qui s'inscrivent dans le Plan d'action de Cotonou, visent à :

- aider les États et gouvernements de la Francophonie à définir et mettre en œuvre des politiques et législations culturelles, de manière à promouvoir et renforcer leurs rôle et capacité en matière d'organisation et de réglementation de la vie culturelle ;
- contribuer à la considération et à la valorisation du rôle et de la place de la politique culturelle comme élément clef dans un processus de développement national ;
- renforcer l'État de droit en contribuant au respect et à la protection des droits des créateurs ;
- renforcer et valoriser les capacités et l'expertise francophones en matière de politiques culturelles, développer dans ce domaine l'échange et la circulation de l'information, notamment à travers les réseaux existants ;
- favoriser l'implication du secteur privé dans le financement de la culture ;
- mettre en place un forum de concertation sur les enjeux de la diversité culturelle.

### **Description succincte**

Afin de soutenir les États et gouvernements qui souhaitent renforcer et consolider leur action dans la définition de politiques culturelles, l'Agence, en partenariat avec d'autres institutions et organismes (Organisation de l'unité africaine, Organisation des Nations unies pour la science et la culture, Organisation mondiale de la propriété intellectuelle, Organisation africaine de la propriété intellectuelle, Office des migrations internationales, Association des universités francophones, Association française d'action artistique, etc.) et par le recours à des experts indépendants, se propose de mettre en œuvre des actions :

- d'inventaires susceptibles de fournir des informations comparatives sur les politiques, les pratiques et les moyens ;
- de formation et de renforcement des capacités ;
- d'information sur les pratiques et les innovations ;
- de concertation portant sur des questions spécifiques ou d'intérêt général ;
- de mises à disposition d'experts, de documentation, d'organisation ou d'appui à des concertations et séminaires relatifs aux politiques culturelles.

D'autre part, poursuivant son engagement en faveur de la promotion de la diversité culturelle, l'Agence entend développer la dynamique instaurée avec la mise en place d'un forum informel de concertation qui assurerait l'actualisation permanente des problématiques culturelles, avec la participation effective de la société civile aux côtés des représentants des États et gouvernements, des acteurs et professionnels de la culture. Il s'agit d'un espace de dialogue, de concertation et d'échange d'informations et d'expériences, qui vise à faire avancer significativement la réflexion sur les questions de la diversité culturelle dans un contexte de mondialisation.

## 2.4. Images et médias du Sud

### Références

- **projet de Plan d'action de Beyrouth (2001)** – Axe mobilisateur N° 1 – Section 3 : Industries culturelles, audiovisuel et technologies de l'information (B - Audiovisuel) – Axe mobilisateur N° 2 – Section 2.2. : Démocratie (C - Acteurs de la démocratie : liberté et professionnalisation de la presse et des médias) – Section 2.3. : Droits de l'Homme (A - Éducation et formation : diffusion d'instruments didactiques par les radios locales) ;
- **Plan d'action de Cotonou (2001)** – Section E : Développer les industries culturelles, les technologies de l'information et les médias audiovisuels – Concernant l'audiovisuel (paragraphe 12 à 17) ;
- **projet de programme d'action de Bamako (2001)** – Section I : Pour une vie politique apaisée (6 – Soutenir les activités de la presse et des médias) – Section IV : Pour la promotion d'une culture démocratique intériorisée et le plein respect des droits de l'Homme (1 – Promouvoir l'éducation aux droits de l'Homme, à la démocratie et à la paix) ;
- **programme d'action en faveur des PMA (2001-2010)** – Engagement 5 : Renforcer le rôle du commerce dans le développement (commerce, produits de base et accords commerciaux régionaux : produits culturels).

### Enjeux

L'audiovisuel, et d'une façon plus générale l'ensemble des médias, représente l'un des secteurs clefs de l'expression concrète de la diversité culturelle dans la mesure où il constitue, pour nombre de citoyens, la principale source d'accès permanent à l'information, au savoir, à la culture et au divertissement. En tant que mode privilégié de l'accès à l'information, les médias constituent également dans une société moderne un des éléments déterminants de la vie démocratique. Ce domaine se situe donc au carrefour des deux démarches qui ont structuré une bonne part des activités de l'Agence en 2000 et 2001 avec les concertations de Bamako, sur la démocratie, et de Cotonou, sur la diversité culturelle.

Permettre à chaque pays de la Francophonie, et notamment à chaque pays francophone du Sud, de développer une production d'images propre et d'alimenter les différents réseaux de distribution et de diffusion disponibles au plan national, régional et international, est une priorité d'action définie par le II<sup>e</sup> Sommet des chefs

d'État et de gouvernement (Québec, 1987), affirmée lors de la II<sup>e</sup> Conférence ministérielle sur la culture (Liège, 1990) et confirmée lors de la III<sup>e</sup> Conférence tenue à Cotonou en 2001. Cet enjeu concerne aussi la radio locale, considérée comme un dispositif essentiel de communication au service du développement, ainsi que la presse écrite.

Les évolutions tant politiques qu'économiques ou techniques du paysage médiatique dans toutes les sociétés ont mis progressivement en évidence d'autres enjeux : la promotion du pluralisme médiatique en tant que complément indispensable de la démocratisation ; le développement de secteurs industriels culturels créateurs d'emploi et de valeur économique ajoutée ; l'organisation de la coexistence de systèmes de diffusion de proximité, à échelle nationale ou à échelle internationale ; la promotion d'innovations techniques entraînant une révision des méthodes de production, de diffusion, ou une « mixité » croissante des systèmes de communication.

## **Stratégie**

La réponse de l'Agence entend se situer à quatre niveaux :

- développement (qualitatif et quantitatif) de la création audiovisuelle (cinéma et vidéo) dans les pays du Sud, notamment avec le souci de favoriser l'émergence et le développement d'infrastructures de fabrication d'images qui puissent fournir un cadre de travail permanent aux professionnels locaux et contribuer à alimenter en images, de façon continue, les différents canaux d'exploitation et de diffusion desservant les publics nationaux. Une attention spécifique est portée sur les contenus télévisuels, notamment les programmes de fiction de proximité susceptibles de permettre aux diffuseurs nationaux de conserver et d'élargir leur audience tout en valorisant la création nationale ;
- insertion des produits audiovisuels du Sud dans les circuits d'exploitation, par une série d'interventions portant sur la promotion des produits (leur donner les moyens de se faire connaître auprès des exploitants professionnels, des médias voire du public), la mise en relation de l'offre d'images du Sud avec la demande, l'expérimentation de nouvelles procédures ou formes de distribution susceptibles de faciliter l'accès matériel aux images, d'accroître l'audience potentielle des images du Sud ou de diminuer les contraintes logistiques ou financières freinant l'exploitation au Sud des images du Sud ;
- promotion du pluralisme de l'offre médiatique dans les pays du Sud pour accompagner concrètement le développement de la culture démocratique. Cette action s'exerce particulièrement en matière de radio et de presse écrite. Elle insiste sur la communication de proximité, la viabilité économique des initiatives locales, le partenariat et la mise en réseau des acteurs, la professionnalisation des comportements (politique éditoriale, gestion de l'entreprise, recherche, traitement et mise en forme des contenus, diffusion et distribution) et l'introduction de nouvelles techniques ou outils de collecte, de production ou de diffusion de l'information ;
- appui à la définition et à la mise en œuvre de stratégies et de mécanismes d'organisation, régulation (interne ou externe) et gestion du paysage médiatique des pays du Sud en vue d'assurer le respect du pluralisme, la diversité des sources

d'information et une meilleure participation de tous les médias nationaux à des actions de service public, notamment la défense des identités et la promotion de la diversité culturelle.

#### **2.4.1. Soutien à la production audiovisuelle du Sud**

Budget 2002 : 2 750 000 Euros

##### **Contexte**

En règle générale, les pays francophones du Sud ne disposent pas de mécanismes de financement des œuvres cinématographiques qui nécessitent des investissements très importants (1 à 1,5 million d'Euros pour un long métrage). Les télévisions nationales quant à elles manquent souvent de moyens et/ou de politiques de soutien à la production de programmes propres, leur permettant d'assurer une programmation nationale conséquente capable de répondre aux attentes des populations.

Cet état de fait est aggravé par la faiblesse des structures privées qui ne possèdent pas toujours la surface financière et l'expérience nécessaires pour mobiliser les financements d'un projet d'envergure. L'existence d'une production audiovisuelle (cinéma et télévision) originale dans les pays francophones du Sud reste donc largement tributaire des financements institutionnels extérieurs (bilatéraux et/ou multilatéraux).

Au fil des années, l'Agence s'est imposée comme l'un des trois partenaires privilégiés de l'audiovisuel francophone du Sud. Ses interventions présentent un certain nombre d'originalités : elles sont les seules exclusivement réservées aux pays francophones du Sud ; elles font une place significative à la production destinée aux marchés télévisuels ; elles couvrent toutes les étapes de la fabrication et de la distribution des produits audiovisuels ; elles interviennent relativement tôt dans le processus de montage financier, ce qui permet à l'Agence de provoquer un effet de levier et de jouer un rôle incitatif dépassant sa stricte participation financière (de l'ordre de 15 % des budgets de production).

L'Agence est plus que jamais appelée à poursuivre ses efforts pour soutenir l'audiovisuel du Sud, dont le principal avantage est de mettre à la portée du plus grand nombre et de conserver le patrimoine culturel des pays du Sud, membres de la Francophonie, et, par là, de contribuer à la promotion des identités culturelles.

##### **Objectifs**

- renforcer les capacités de création et de production audiovisuelle dans les pays du Sud ;
- augmenter la quantité d'images du Sud disponibles pour les systèmes de diffusion et d'exploitation au Sud et au Nord ;
- contribuer à enrichir les grilles de programmes des télévisions du Sud, notamment en matière de programmes culturels et de fiction.

## **Description succincte**

Le projet repose sur deux mécanismes :

- le Fonds francophone de production audiovisuelle du Sud soutient des projets individuels de production (cinéma et vidéo) signés par des créateurs originaires de pays francophones du Sud, sélectionnés en fonction de critères artistiques, de faisabilité financière et de retombées professionnelles mesurables pour le développement d'une industrie audiovisuelle nationale. Il fonctionne sur la base d'appels à propositions (trois par an) et sous le contrôle d'une commission de sélection composée de neuf professionnels du Sud et du Nord. Pour renforcer l'efficacité à moyen terme de ce mécanisme sur les stratégies de production/programmation des télévisions nationales du Sud, des appels à proposition seront lancés, ciblés sur certains genres télévisuels (fictions - téléfilms, séries et mini-séries -, programmes pour enfants...), susceptibles de renforcer la part des contenus d'origine nationale (particulièrement les programmes dits « de proximité ») dans la grille de programmes des télévisions nationales et d'améliorer ainsi la compétitivité de ces télévisions face à la concurrence privée et internationale ;
- en complément, l'Agence participe à quelques projets télévisuels destinés à une diffusion régionale ou internationale, faisant une large place aux contenus et aux compétences du Sud dans une visée de promotion de la diversité et de l'échange culturels. Priorité est accordée à des projets limités dans le temps, bénéficiant d'une assise professionnelle forte et d'un large potentiel de diffusion, valorisant la coproduction et apportant des contenus que les télévisions du Sud n'ont pas les moyens de produire seules.

### **2.4.2. Promotion, mise en marché, exploitation des produits audiovisuels**

Budget 2002 : 910 000 Euros

#### **Contexte**

Si les interventions publiques ont permis de préserver la création audiovisuelle du Sud, les règles économiques du marché international et l'évolution du paysage mondial de l'exploitation ont considérablement réduit la place de l'offre audiovisuelle du Sud dans les contenus qui sont proposés quotidiennement aux spectateurs, y compris dans les pays du Sud. Cette situation présente un risque grave pour la préservation de certaines identités culturelles. Plus fondamentalement, elle met en péril l'exercice normal du dialogue qui doit s'instaurer entre le créateur et son public. Au même moment que d'autres intervenants, l'Agence a pris conscience que l'efficacité d'une politique de soutien à la création était largement tributaire d'une intervention parallèle, au niveau de la distribution et de l'exploitation des œuvres. Elle a par conséquent initié une intervention spécifique dans ce domaine.

#### **Objectifs**

- donner aux œuvres audiovisuelles du Sud les moyens de s'insérer dans les circuits de distribution et d'exploitation ;

- contribuer à rééquilibrer la place des œuvres audiovisuelles du Sud dans l'offre audiovisuelle disponible au Sud ;

- densifier les circuits d'exploitation audiovisuelle au Sud et expérimenter de nouvelles formes d'exploitation susceptibles d'adapter les investissements aux perspectives réelles de rentabilité.

### Description succincte

Ce projet intervient en aval du projet, « Soutien à la production audiovisuelle du Sud » (cf. *supra*). Il s'articule autour de trois activités :

- promotion : par l'entremise de la Bourse francophone de promotion internationale, l'Agence donne chaque année à un film emblématique du Sud, les moyens de réaliser une campagne promotionnelle d'envergure. Le choix de ce film est opéré par une commission professionnelle qui statue sur la qualité de l'œuvre et celle de la démarche promotionnelle proposée. Cette action est complétée par un soutien à quelques grandes manifestations (festivals) se déroulant dans l'espace francophone, qui s'imposent comme une vitrine promotionnelle incontournable pour l'audiovisuel du Sud, auprès des professionnels, des médias et du grand public ;

- mise en marché : l'Agence fournit un appui logistique à des sociétés de production du Sud pour présenter leurs produits récents aux acheteurs des différents circuits d'exploitation et de diffusion, à l'occasion de quelques grands marchés audiovisuels internationaux organisés au Sud (Marché international du cinéma et de la télévision africains - Mica - de Ouagadougou) ou au Nord (Marché international des programmes de télévision - MIPTV - de Cannes ou Marché international du film - MIF - de Cannes). Des analyses d'impact sont faites régulièrement avec les sociétés concernées pour mieux articuler le choix des marchés et l'offre des programmes. En suivi du Plan d'action de Cotonou, l'Agence entend également favoriser l'insertion des produits audiovisuels et des sociétés de production des pays francophones du Sud dans une banque d'information électronique mettant en permanence en contact acheteurs et vendeurs de programmes et fournissant des données actualisées sur les caractéristiques des divers marchés nationaux ;

- exploitation cinématographique : l'Agence travaille dans deux directions :

a) présence des films du Sud dans l'offre des circuits commerciaux d'exclusivité au Sud pour permettre aux citoyens de voir de façon régulière les œuvres signées par les réalisateurs du Sud. L'Agence accompagne les actions du collectif des distributeurs d'Afrique francophone et du réseau de salles constitués suite à l'Atelier « Pour la distribution du film africain en Afrique » (Ouagadougou, octobre 2001) ;

b) diffusion du cinéma africain en zones rurales africaines. L'Agence s'appuie notamment sur le réseau des 203 Clac implantés dans 17 pays. Chaque année, une programmation nouvelle de 10 films est proposée. Démarrée en 2001 en Côte d'Ivoire, au Sénégal et au Niger, cette activité s'étendra au cours du biennium au Bénin, au Togo, en Centrafrique, au Cameroun, au Burkina Faso et en République démocratique du Congo.

### 2.4.3. Radios locales

Budget 2002 : 720 000 Euros

#### Contexte

Au cours des dernières années, la radio a joué un grand rôle dans l'émergence de la conscience nationale dans les pays du Sud. Elle est encore le média le plus approprié pour rejoindre les populations dans leur quotidien, notamment en Afrique, continent de l'oralité. Depuis une trentaine d'années, les pays francophones d'Afrique ont fait l'expérience de la radio à destination des populations rurales, à des fins d'éducation et de développement. Au cours de la décennie 1980, des expériences de radios locales en milieu rural ont été tentées, et c'est dans celles-ci que le projet de l'Agence a puisé son inspiration. Alors qu'il y a quelques années le pluralisme radiophonique n'existait pas dans la plupart des pays francophones du Sud, le projet de l'Agence a contribué à diversifier le paysage radiophonique et à inciter les États à favoriser la présence de radios privées. La radio locale est en constante évolution et ses usages diffèrent selon les terrains où elle est installée.

#### Objectifs

- fournir aux communautés francophones du Sud, par le biais de la radio, un support aux actions de développement conduites par les populations et les opérateurs sur le terrain ;
- accompagner le processus démocratique dans les pays du Sud en implantant des radios associatives privées, indépendantes des pouvoirs politiques, contribuant à la pluralité des médias radiophoniques ;
- appuyer localement l'atteinte d'objectifs de la Francophonie : développement social, éducation populaire, promotion de la femme, de l'État de droit, protection de l'environnement, promotion de la diversité culturelle et linguistique... ;
- contribuer à la promotion des technologies de l'information par le volet du projet axé sur l'accès à l'Internet, à la messagerie électronique et à l'utilisation de l'audio numérique.

#### Description succincte

L'action de l'Agence en matière de radio locale comporte les volets suivants :

- suivi et consolidation des radios installées : l'Agence confie au Centre interafricain d'études en radio rurale de Ouagadougou (Cierro) le mandat d'assurer un suivi régulier des stations, d'organiser les formations appropriées en production, gestion et maintenance, et de travailler au renforcement technique des stations, notamment les plus anciennes ;
- nouvelles installations de radios dans les pays francophones du Sud : l'Agence poursuivra la mise en œuvre de projets de radio dans les pays où ceux-ci sont engagés depuis le biennium 2000-2001, à savoir le Togo, le Niger, le Tchad et la République démocratique du Congo. L'Agence projette de nouvelles installations au

Gabon au cours du biennium 2002-2003. Elle développera également un concept de radio adapté aux besoins des populations nomades du Niger et du Tchad. Tous ces nouveaux projets sont conçus en partenariat avec des coopérations bilatérales et multilatérales ;

- intensification de l'usage des nouvelles technologies dans les radios : suite à une importante action en matière de nouvelles technologies dans les radios locales au cours des dernières années, l'Agence se propose de renforcer ce volet afin qu'un maximum de stations utilise l'audio numérique en production, numérise ses archives et ait accès à la messagerie électronique et à l'Internet ;

- production, coproduction et diffusion de contenus pour des campagnes éducatives : le réseau des radios locales constitue un support éprouvé pour l'éducation à la base et la diffusion d'informations de toutes sortes ; des actions seront entreprises afin que le potentiel de ces radios soit pleinement utilisé pour contribuer à une meilleure atteinte des objectifs de plusieurs programmes de l'Agence. Celle-ci encouragera les initiatives de productions harmonisées entre les radios et les pays, et le projet de radio locale apportera un appui en programmes au Canal éducatif numérique francophone (voir programme 5.3. « Formation informelle et acquisition des compétences »).

#### **2.4.4. Appui à la presse du Sud**

Budget 2002 : 1 380 000 Euros

##### **Contexte**

Depuis une dizaine d'années, le paysage médiatique d'Afrique francophone et de l'océan Indien s'est considérablement modifié : la libéralisation du secteur a permis l'éclosion de nombreux médias privés, principalement des journaux. Ces titres de presse ont contribué activement à la définition d'un nouvel espace public, au renforcement de l'État de droit et des institutions démocratiques, à la concrétisation et à la défense de la liberté d'expression et d'opinion, à l'implantation de l'idée du droit à l'information. Toutefois, beaucoup de ces titres de presse n'ont été qu'éphémères et les survivants sont aujourd'hui confrontés à des problèmes divers, principalement d'ordres technique, économique et professionnel. L'appui à la presse écrite francophone, fruit d'une étroite concertation avec les professionnels du secteur, tente d'apporter aux entreprises de presse du Sud les moyens matériels, les connaissances adéquates et des instruments de partage et de visibilité qui permettront de les consolider dans leur rôle d'acteurs cruciaux du débat démocratique.

##### **Objectifs**

- contribuer à la structuration, à la consolidation et à la professionnalisation d'une presse pluraliste de qualité dans les pays du Sud ;
- promouvoir et développer la production, l'échange et la circulation de l'information francophone le long des axes Sud/Sud et Sud/Nord au sein de la Francophonie.

## Description succincte

L'appui à la presse écrite francophone du Sud s'articule autour de quatre axes d'intervention :

- le Fonds d'appui à la presse écrite francophone du Sud : le Fonds apporte une aide financière aux entreprises de presse qui lui soumettent des projets visant à la structuration de l'entreprise, à l'intégration des nouvelles technologies, à l'amélioration de la gestion ou de la qualité matérielle ou rédactionnelle de leur support de presse. Suite à un appel à propositions largement diffusé, une commission de sélection composée de professionnels du secteur de la presse, représentatifs de la diversité géographique de la Francophonie, se réunit deux fois par an afin d'examiner les dossiers éligibles (répondant à une série de critères prédéfinis). La commission évalue le montant de l'aide à octroyer pour la réalisation du projet présenté. Le montant de l'aide accordée est plafonné à hauteur de 30 000 Euros et ne peut excéder 70 % du montant total du projet ;

- la formation aux métiers de la presse : des sessions de formation nationales ou sous-régionales (Afrique de l'Ouest, Afrique centrale, Méditerranée, Asie...) sont mises en œuvre afin de répondre aux besoins spécifiques des entreprises de presse du Sud, tenant compte de l'environnement particulier de chaque journal. Les thèmes portent sur l'ensemble des métiers de la presse. Les interventions *in situ*, effectuées directement dans les entreprises de presse, sont également privilégiées, car elles permettent d'accompagner au quotidien l'activité éditoriale, d'enseigner par la pratique et de mettre à disposition une expertise spécialisée, susceptible d'aider les directeurs dans l'élaboration d'un plan de développement pour leur entreprise ;

- les réseaux d'information : les nouvelles technologies offrent la possibilité à la presse du Sud de sortir de son isolement et permettent une circulation de l'information rapide et à moindre coût entre les pays du Sud, mais aussi entre le Sud et le Nord. L'Agence apporte son soutien à divers projets qui contribuent à cette dynamique nouvelle : le projet Médiap (plate-forme d'échange de contenus rédactionnels entre journaux du Sud) ; le programme Syfia International (réseau de journalistes francophones africains, canadiens, asiatiques et européens produisant des informations écrites et radiophoniques sur les pays du Sud, abordant des sujets de fond négligés par la presse généraliste, diffusées auprès des médias du Sud et du Nord) ; le réseau Presse et démocratie (système de diffusion d'alertes aux atteintes à la liberté de la presse dans les pays du Sud) ;

- le soutien à la presse francophone dans les régions où la langue française est en situation difficile (Asie et Europe centrale et orientale) : il s'agit d'apporter un appui à la professionnalisation de ces journaux francophones, de les aider à définir une ligne éditoriale, adaptée à leur lectorat, et à trouver une meilleure assise financière, et de leur permettre enfin de sortir de l'isolement auquel chacun d'eux est confronté, par des échanges réguliers avec les autres organes francophones de leur région.

## 2.4.5. Régulation et organisation du paysage médiatique

Budget 2002 : 240 000 Euros

### Contexte

L'apparition, au début des années 1990, de médias privés dans de nombreux pays francophones du Sud a généré des bouleversements auxquels les différents acteurs du secteur ont tenté d'apporter des réponses constructives :

- la nécessité de réguler un champ médiatique désormais pluraliste a donné naissance aux Instances chargées d'organiser un paysage concurrentiel ;
- la multiplicité des initiatives privées éphémères a entraîné la volonté de certains promoteurs de susciter la solidarité professionnelle, le partage des expériences et de certaines ressources, la constitution de lieux fédérateurs (maisons de la presse, associations) ;
- les excès fréquents suscités par une liberté débridée et l'absence de formation professionnelle adéquate ont poussé de nombreux professionnels à élaborer des instruments d'autorégulation (observatoires, codes de déontologie) ;
- la concurrence nouvelle des médias privés a obligé les médias d'État à entamer des réformes administratives et financières et à s'interroger sur leur avenir.

L'action de l'Agence vise à soutenir ces dynamiques institutionnelles et professionnelles qui concourent à garantir le bon usage de la liberté de la presse, dans le respect des principes juridiques, déontologiques et éthiques et la pratique d'un journalisme responsable. Organisant le transfert d'expertise, permettant la concertation entre acteurs, œuvrant à la consolidation interne des structures fédératrices de la profession, le projet renforce les instruments garantissant le droit du citoyen à l'information, pilier de la démocratie.

### Objectifs

- renforcer et promouvoir le rôle des institutions et organismes actifs en matière de presse et de régulation du secteur médiatique ;
- appuyer les démarches visant à la structuration et à l'autorégulation de la profession journalistique ;
- promouvoir les notions d'intérêt général, de service public et de responsabilité sociale des médias auprès des praticiens et encourager la prise en compte de ces éléments dans la mise en œuvre de stratégies de développement des entreprises médiatiques privées et publiques.

### Description succincte

Ce projet vise à soutenir les initiatives de régulation et d'organisation du secteur des médias œuvrant à la mise en place d'un cadre rigoureux qui, à la fois, fixe les

conditions de la pratique professionnelle et permet aux médias de jouer pleinement leur rôle dans le débat démocratique. Il se décline autour de trois axes d'intervention :

- l'appui aux Instances de régulation : la plupart des pays francophones du Sud disposent aujourd'hui d'institutions chargées de la régulation du paysage médiatique. L'Agence soutient des actions de concertation et de mise en réseau de ces Instances désireuses de partager leur expérience et d'élaborer des stratégies sous-régionales. Elle accompagne par ailleurs l'effort visant à faire connaître le rôle et les décisions de ces Instances auprès des milieux professionnels ;

- l'autorégulation et la structuration du secteur médiatique : l'Agence encourage la dynamique en cours visant à la mise sur pied et à la consolidation d'observatoires de l'éthique et de la déontologie dans les médias dans un grand nombre de pays francophones du Sud. Ces structures professionnelles, qui s'essaient à la tâche délicate de l'autorégulation, bénéficient d'un transfert d'expertise de la seule structure similaire existant en Francophonie du Nord (le Conseil de presse du Québec). Il est important de renforcer les capacités des observatoires, mais aussi des maisons de la presse et des associations professionnelles. Éléments fédérateurs du secteur des médias, ces dernières peuvent contribuer de manière importante à la professionnalisation du milieu ;

- la promotion des missions de service public : l'apparition des médias privés et les changements de statut des médias d'État évoluant vers une plus grande autonomie administrative et financière ont engendré de profondes modifications des médias financés par l'argent public. Il s'agit pour l'Agence d'accompagner les médias publics francophones du Sud, écrits et audiovisuels, dans la redéfinition de leurs stratégies de développement, en intégrant la notion de service public, mais également les notions d'intérêt général et de responsabilité sociale à partager avec les autres médias du paysage national.

## 2.5. Livre

### Références

- **projet de Plan d'action de Beyrouth (2001)** – Axe mobilisateur N° 1 – Section 3 : Industries culturelles, audiovisuel et technologies de l'information (A - Industries culturelles) – Axe mobilisateur N° 3 – Section 3.2. : formation professionnelle et technique ;
- **Plan d'action de Cotonou (2001)** – Section A : Soutenir, aux plans interne et international, la diffusion et le dialogue des cultures en favorisant leur appropriation par les populations et en développant le savoir-faire des professionnels (paragraphe 2) – Section D : Améliorer l'accès des créateurs, artistes, producteurs et éditeurs de la Francophonie aux marchés internationaux et la protection de leurs droits (paragraphe 2) – Section E : Développer les industries culturelles, les technologies de l'information et les médias audiovisuels – Concernant les industries culturelles (paragraphe 3) ;
- **programme d'action en faveur des PMA (2001-2010)** – Engagement 5 : Renforcer le rôle du commerce dans le développement (commerce, produits de base et accords commerciaux régionaux : produits culturels).

## Enjeux

Malgré la pénétration des médias et le développement rapide des technologies de l'information et de la communication, le livre demeure encore un mode d'expression privilégié de la diversité culturelle et l'outil indispensable d'accès au savoir et de circulation d'idées.

Ce degré de priorité accordé au livre repose sur un triple constat, dont chaque élément constitutif est bien connu :

- il n'y a pas de développement sans éducation ;
- il n'y a pas d'éducation sans livres ;
- il n'y a pas de livre sans un environnement lettré qui s'appuie sur des capacités technologiques d'édition, d'impression, de distribution, et sur l'existence de bibliothèques.

L'enjeu, pour les pays du Sud, est donc de disposer de livres qui soient à la fois accessibles aux populations, eu égard à leur pouvoir d'achat, et conformes à leurs réalités socioculturelles. Or, la plupart de ces pays, particulièrement ceux d'Afrique, sont loin de pouvoir remplir cette condition et les interventions de l'Agence, dans les années 1990, consistant principalement à subventionner l'achat de livres produits au Nord, n'ont évidemment pas permis de couvrir l'immensité des besoins, restant très en deçà des objectifs, sans doute trop ambitieux, qu'elle s'était fixés. Voilà pourquoi l'Agence, se fondant notamment sur les conclusions des évaluations externes du programme consacré à l'édition, a proposé au VIII<sup>e</sup> Sommet des chefs d'État et de gouvernement (Moncton, 1999) une réorientation radicale de ses actions dans le domaine du livre, en recommandant, d'une part la mise en place d'un dispositif global d'appui au développement des capacités éditoriales dans les pays du Sud, afin de leur permettre de produire eux-mêmes les livres dont ils ont besoin en fonction de leurs moyens propres, et d'autre part un recentrage de l'aide à l'édition au bénéfice exclusif du livre scolaire et du livre pour la jeunesse.

## Stratégie

La stratégie de l'Agence en matière d'édition articule donc désormais clairement les interventions sur la priorité que constitue l'éducation et sur la cible particulière que sont les jeunes. Elle repose sur des actions diversifiées, touchant la production d'ouvrages pour l'école et les jeunes et le soutien à des projets pilotes visant le développement des capacités éditoriales dans un nombre restreint de pays cibles :

- le premier type d'intervention, à savoir l'appui à la production d'ouvrages scolaires et du livre pour la jeunesse, continue à utiliser le mécanisme des fonds de soutien (passant par des appels à propositions et l'examen des requêtes par des commissions d'experts, selon des critères définis à l'avance et connus des soumissionnaires) ;
- le deuxième, plus novateur, fait appel à une démarche proactive, dont l'objectif est de favoriser la mise en place de structures éditoriales durables, pour la production et la diffusion de livres au Sud. Dans ce dernier cas, les interventions sont conduites, à titre expérimental, dans quatre pays cibles (Bénin, Congo, Guinée, Niger) présentant

des caractéristiques communes qui justifient leur choix, à savoir : un faible taux de scolarisation, l'adhésion aux accords internationaux favorables à l'émergence d'une industrie locale du livre (Protocole de Nairobi et Accord de Florence), et la disponibilité de ces pays à établir les bases d'une véritable politique nationale du livre. À l'initiative de l'Agence, une concertation autour de cette nouvelle approche réunira les responsables de l'éducation nationale, les professionnels du domaine, ainsi que les autres partenaires, bilatéraux ou multilatéraux, intervenant dans la chaîne de production ou concernés par les questions du livre au titre des actions de développement ;

- à titre d'instruments de pilotage devant accompagner cette démarche, l'Agence s'est dotée d'un comité éditorial, dont le but est d'être une instance de réflexion stratégique appelée à la conseiller. Ce comité éditorial partage ce rôle avec le conseil d'orientation du Centre africain de formation à l'édition et à la distribution de livres (Cafed) de Tunis, programme décentralisé, dont le mandat et le mode de fonctionnement ont été revus afin de répondre plus efficacement et d'une manière plus régionalisée aux besoins de formation dans les métiers du livre ;

- l'action de l'Agence dans le domaine du livre entend enfin s'appuyer sur un réseau de partenaires de terrain, les associations francophones d'éditeurs et de libraires, en particulier la fédération des éditeurs africains francophones, dont elle souhaite parrainer les initiatives et favoriser les échanges, notamment à l'occasion des salons et foires du livre.

### **2.5.1. Appui à l'élaboration des politiques nationales du livre et au renforcement de capacités éditoriales au Sud**

Budget 2002 : 600 000 Euros

#### **Contexte**

Le livre est un véhicule important de la culture et de la connaissance. Or, la pénurie de livres, leur coût élevé et leur inaccessibilité dans les pays francophones du Sud représentent un handicap majeur à l'acquisition des connaissances, phénomène particulièrement sensible au niveau de l'éducation de base. Voilà pourquoi l'Agence, qui mène depuis de nombreuses années un programme de soutien à l'édition, a décidé de consacrer la partie la plus essentielle de ce programme à l'édition scolaire. Cette orientation, confirmée par le Sommet de Moncton (1999), se traduit par une démarche proactive consistant à appuyer l'élaboration des politiques nationales du livre et à favoriser l'émergence d'un secteur pérenne de l'édition dans les pays du Sud. Compte tenu de ses moyens, les interventions directes de l'Agence visant le renforcement des capacités éditoriales sont menées dans un nombre limité de pays où l'Agence contribue à la mise en place effective de la chaîne du livre. Expérimentée au cours du biennium 2000-2001, cette approche nouvelle est maintenue et renforcée.

#### **Objectifs**

Au plan général, le projet vise le développement d'une industrie pérenne du livre dans les pays du Sud afin d'assurer durablement la disponibilité de manuels adaptés aux

programmes scolaires, aux contextes socioculturels et aux pouvoirs d'achat des populations. Il poursuit les objectifs spécifiques suivants :

- encourager et appuyer l'élaboration par les États membres d'une véritable politique nationale du livre ;
- contribuer au renforcement des capacités éditoriales de production et de distribution des manuels des partenaires du Sud afin qu'ils puissent répondre aux besoins en livres scolaires dans leurs zones géographiques ;
- favoriser la concertation entre les États et les bailleurs de fonds pour une harmonisation de leurs politiques éditoriales, en particulier en faveur du livre scolaire et de l'édition pour la jeunesse.

### **Description succincte**

Il s'agit d'appuyer financièrement des projets de renforcement des capacités éditoriales dans des pays ciblés. Les opérations consistent à soutenir la production et la distribution de manuels scolaires accrédités par les pays bénéficiaires, la formation des enseignants à leur utilisation et la mise en place de mécanismes susceptibles d'assurer leur réimpression. Les pays bénéficiaires de ces actions (Bénin, Niger, Congo, Guinée) ont été choisis en raison de leur adhésion aux conventions internationales garantissant la libre circulation des biens culturels et à caractère éducatif et surtout l'exemption des droits de douanes sur les matières premières et équipements nécessaires à leur production (Accord de Florence et Protocole de Nairobi). L'engagement de ces pays à jeter les bases d'une politique nationale du livre, quand celle-ci n'existe pas, est également un préalable majeur à ce choix.

Les activités à mener dans le cadre du projet portent essentiellement sur un appui à une large consultation sur la problématique du livre, consultation qui conduira à la définition et à l'élaboration d'une politique nationale en matière du livre, et, dans un second temps, à l'appui aux pays pour le renforcement de leurs capacités éditoriales : ateliers de conception, édition, impression, diffusion, formation, etc. Il s'agit surtout de renforcer les maillons existants dans la perspective d'une régionalisation de la production. Les partenaires de l'Agence dans la conduite de ce projet seront les États bénéficiaires et les bailleurs de fonds intervenant dans le secteur de l'éducation.

### **2.5.2. Aide à la promotion, à la diffusion et à la circulation du livre francophone**

Budget 2002 : 600 000 Euros

#### **Contexte**

La problématique de la diffusion et de la circulation du livre dans les pays francophones du Sud est complexe. Visibilité et accessibilité sont les deux pierres d'achoppement du développement de ce secteur. Une complémentarité est à

trouver entre les différentes formes de soutien à la production, la diffusion et la circulation du livre, ainsi que la formation. À cet effet, les modalités d'intervention doivent être recherchées et définies en concertation avec les acteurs de terrain, voire en réponse à leurs propres initiatives. C'est pourquoi, après avoir longtemps soutenu l'édition des livres de culture générale par le biais des mécanismes d'abaissement de coût permettant aux éditeurs francophones d'adapter le prix des livres au pouvoir d'achat des populations du Sud et d'amoindrir ainsi le risque lié à la diffusion commerciale de ces produits, l'Agence encourage désormais la participation des professionnels aux salons et foires du livre, carrefours privilégiés de contact avec leur public et d'échanges d'expérience entre eux. Le soutien à la création et à la promotion de la production éditoriale du Sud est un ingrédient essentiel de ce dispositif.

### **Objectifs**

- accroître la disponibilité et la circulation du livre en langue française dans tout l'espace francophone ;
- favoriser la diffusion du livre francophone du Sud et encourager les échanges professionnels dans le cadre des salons du livre et autres manifestations internationales et par le biais des Tic ;
- contribuer à l'émergence d'un marché du livre pour la jeunesse dans les pays francophones du Sud par le soutien à des activités concrètes de promotion et de diffusion à l'échelle régionale et nationale ;
- encourager la production littéraire et valoriser le français comme instrument de créativité, notamment auprès des jeunes, par l'octroi de prix littéraires.

### **Description succincte**

En soutenant la participation des auteurs et des professionnels du livre francophones du Sud aux salons du livre et autres manifestations internationales, l'Agence entend contribuer à l'essor de la culture lettrée ainsi qu'à la promotion de la langue française et de la diversité culturelle. La création au Sud d'un marché du livre pour la jeunesse, accompagnant les efforts de scolarisation, passe obligatoirement par sa promotion auprès des jeunes. Aussi l'Agence appuie-t-elle des initiatives d'animation par le livre, notamment en milieu scolaire, ainsi que des projets concrets de diffusion du livre pour la jeunesse, notamment par le recours aux médias, qui auront un effet stimulant sur l'émergence de ce marché. L'appui à la librairie et l'utilisation des Tic en faveur de la promotion et la diffusion du livre francophone sont désormais au cœur des préoccupations de l'Agence et verront une première mise en application au cours du biennium. Enfin, dans le souci de promouvoir l'usage de la langue française par les jeunes et de stimuler leur créativité, le « Prix du jeune écrivain francophone » destiné à récompenser des œuvres inédites en prose continue à bénéficier annuellement de l'appui de l'Agence. Par ailleurs, le « Prix des cinq continents de la Francophonie », grand prix d'expression de la diversité culturelle en langue française, est décerné à un auteur francophone émergent à l'occasion des Sommets de la Francophonie.

### 2.5.3. Aide à l'édition pour la jeunesse

Budget 2002 : 300 000 Euros

#### Contexte

Afin de répondre aux besoins de lecture des élèves du primaire et du secondaire et de développer pour eux un environnement propice à la maîtrise de la langue et à l'acquisition du savoir, l'Agence soutient, conformément au Plan d'action de Moncton (1999), l'édition d'ouvrages de littérature de jeunesse (bandes dessinées, contes pour enfants, romans pour adolescents, documentaires, collections parascolaires, etc.). Au plan thématique, ces ouvrages portent sur les problèmes, aspirations et centres d'intérêts propres aux jeunes.

#### Objectifs

- soutenir l'édition et la diffusion d'ouvrages de jeunesse de qualité adaptés au contexte socioculturel et au pouvoir d'achat des populations ;
- favoriser la création littéraire au sein de la jeunesse francophone comme instrument d'ouverture et d'apprentissage ;
- accompagner la professionnalisation des acteurs de terrain ;
- contribuer à une meilleure connaissance par la jeunesse des cultures des pays francophones.

#### Description succincte

Il s'agit d'appuyer financièrement l'édition d'ouvrages pour la jeunesse des pays francophones du Sud sur la base d'appels à propositions examinés par un comité de sélection désigné pour le biennium. En amont ou en aval de la mise en œuvre des produits éditoriaux et en collaboration avec des associations nationales et internationales partenaires, ce projet appuie en outre le volet « création » (ateliers d'écriture des textes et/ou d'illustrations) au profit des auteurs et illustrateurs pour la jeunesse, le public et les partenaires visés devant être prioritairement ceux des pays en développement de l'espace francophone. Des passerelles sont établies avec les projets complémentaires de promotion, diffusion et circulation du livre et de formation aux métiers du livre.

### 2.5.4. Formation aux métiers du livre

Budget 2002 : 300 000 Euros

#### Contexte

Pour soutenir le développement des entreprises d'édition du Sud et leur permettre de s'engager dans des partenariats prometteurs, il est indispensable de former de véritables professionnels dans les métiers du livre : éditeurs, imprimeurs, libraires,

diffuseurs, créateurs. À cet effet, le rôle et le statut du Centre africain de formation à l'édition et à la diffusion du livre (Cafed) de Tunis ont été redéfinis depuis 1999. Celui-ci est censé fonctionner non plus comme un centre mais comme un programme chargé de conduire des formations décentralisées et d'apporter une assistance personnalisée aux entreprises d'édition.

### **Objectifs**

- soutenir les actions de formation de groupes dans les divers métiers du livre ;
- offrir l'expertise ou l'assistance technique aux entreprises du secteur de l'édition des pays du Sud ;
- animer un réseau de formateurs spécialisés dans les divers métiers du livre.

### **Description succincte**

L'appui à l'implantation des industries du livre passe d'abord par la formation des professionnels du secteur (éditeurs, imprimeurs, diffuseurs, libraires), capables de prendre des initiatives dans ce domaine et de mettre sur le marché des produits de qualité. L'Agence fera aboutir cette préoccupation dans les formations de groupes données au Cafed, mais aussi à travers des sessions décentralisées et des missions d'expertise ou d'assistance auprès des entreprises d'édition du Sud, notamment dans les pays retenus comme prioritaires.

En partenariat avec des institutions de formation spécialisées des pays membres du Nord ou des OING, tel l'Apnet, l'Agence établit une synergie avec les actions de formation entreprises dans le cadre des coopérations bilatérales et organise des transferts de connaissances ou de savoir-faire par les canaux de la formation à distance, en utilisant l'apport des technologies de la communication.

Enfin, dans le cadre de ses interventions visant le renforcement des capacités éditoriales, l'Agence prend en charge l'animation et la dynamisation des réseaux des professionnels du livre francophone.