

2. Parler au monde en français

2. COMMUNIQUER EN FRANÇAIS

► Les médias francophones internationaux

Comme pour l'édition 2010, nous avons retenu ici comme critère les médias qui ont d'abord choisi de s'exprimer en langue française avant de s'ouvrir à d'autres langues afin d'étendre leur champ de diffusion aux cinq continents et ainsi se donner une dimension internationale.

La liste des médias présentée n'est bien entendu pas exhaustive et répond à un choix éditorial, tout comme ont été délibérément écartés de cet ouvrage la presse écrite (ce qui aurait supposé un inventaire trop long et que nous réalisons en ligne¹),

les agences et les regroupements de presse ainsi que la coopération et le soutien de l'OIF aux médias francophones qui sont abordés dans le rapport d'activités du Secrétaire général de la Francophonie.

Il s'agit essentiellement d'indiquer aux francophones comment accéder à l'information en français de façon générale. Pour aller plus loin, un répertoire des médias, mis en place depuis 2010, est en cours d'élaboration et disponible en ligne² sur le site de l'OIF, permettant de recenser par zone géographique les médias de langue française. Ce répertoire, loin de prétendre à l'exhaustivité (le paysage médiatique est très mouvant, évolue et

¹ <http://www.francophonie.org/Repertoire-des-medias-40972.html> (sont disponibles à ce jour les répertoires Amériques, Afrique de l'Ouest et centrale et Europe centrale et orientale).

² Idem.

se transforme sans cesse), représente néanmoins une source actualisée et bien documentée.

Ce qui frappe de prime abord dans l'analyse des médias francophones et plurilingues, c'est l'engouement général pour le continent africain ! En effet, l'Afrique francophone est de plus en plus convoitée par des médias internationaux avec la création de programmes spécifiquement dédiés (télévision et presse écrite notamment). Et les médias internationaux anglophones n'échappent pas à cette règle (BBC, Bloomberg).

Si l'on considère que l'Afrique va devenir le bassin de la francophonie avec plus de 85 % des locuteurs francophones en 2065, et sans vouloir faire de lien direct ou réducteur, on peut considérer que cela favorisera le développement des médias internationaux de langue française.

La vitalité des médias de langue française dans le monde, que nous aborderons dans un second temps, est quant à elle variable d'une région du monde à une autre, comme nous pourrions le constater avec des inquiétudes certes, mais aussi des acquis certains.

Les principaux médias francophones au niveau international

Télévision

TV5MONDE (www.tv5monde.com)

TV5MONDE

TV5MONDE, la chaîne culturelle francophone mondiale, est l'un des cinq plus grands réseaux mondiaux de télévision. Présente dans plus de 200 pays et territoires, distribuée 24h/24 dans 243 millions de foyers raccordés, 25 000 chambres d'hôtels et sur plusieurs compagnies aériennes, maritimes ou ferroviaires, la chaîne est également diffusée officiellement dans les grandes organisations politiques internationales, soit dans les espaces publics de l'ONU à New York et de l'Union africaine à Addis-Abeba.

TV5MONDE exerce une mission de service public. Elle est un des opérateurs directs des Sommets de la Francophonie. Son conseil d'administration, multilatéral, est composé des représentants des télévisions nationales publiques des pays bailleurs de fonds (France, Suisse, Fédération Wallonie/Bruxelles, Québec, Canada) ; elle est présidée, depuis juillet 2013, par le président directeur



64'
LE MONDE EN FRANÇAIS

L'actualité internationale décryptée par le monde francophone 7j/7 à 18h

TV5MONDE www.tv5monde.com

général de France Télévisions. Depuis janvier 2013, le directeur général de TV5MONDE est Yves Bigot.

À travers ses 8 signaux spécifiques à chaque continent (TV5MONDE France-Belgique-Suisse, TV5MONDE Europe, TV5MONDE Afrique, TV5MONDE Maghreb-Orient, TV5MONDE Asie, TV5MONDE Pacifique, TV5MONDE Amérique latine, TV5MONDE États-Unis), TV5MONDE s'adresse aux francophones comme aux francophiles dans toute leur diversité linguistique et culturelle.

Par ailleurs, TV5 Québec Canada, la chaîne de télévision canadienne, partenaire de TV5MONDE, diffusée en Amérique du Nord, promeut la Francophonie internationale, et vient de lancer une nouvelle chaîne, Unis, destinée à promouvoir la francophonie canadienne, en particulier celle située hors du Québec.

Regardée chaque semaine en moyenne par **55 millions de téléspectateurs** (audience cumulée hebdomadaire), TV5MONDE propose une couverture plurielle de l'actualité mondiale et une grande variété de programmes (cinéma, fiction, documentaires, jeux, divertissements, musique, jeunesse, sport, spectacles, etc.), le plus souvent sous-titrés en 12 langues (allemand, anglais, arabe, coréen, espagnol, français, japonais, néerlandais, portugais, roumain, russe et vietnamien) qui font de la chaîne le premier diffuseur mondial des cultures francophones.

Produite par TV5MONDE, pré-achetée ou issue des productions des chaînes de ses actionnaires (France 2, France 3, France 5, France Ô, Arte France, RTBF.be, RTS, Radio Canada, Télé-Québec) et du Cirtel (Conseil international des radios et télévisions d'expression française), l'offre de programmes de TV5MONDE est adaptée aux fuseaux horaires et aux différents publics sur les cinq continents.

Nourrie par plusieurs magazines d'actualité, multilatérale grâce à l'apport des rédactions partenaires, disposant d'une rédaction et de correspondants internationaux, l'information sur TV5MONDE offre un regard francophone et documenté sur le monde avec une attention particulière portée au continent africain.

Parmi les rendez-vous quotidiens accessibles sur ses antennes, et à tout

« Destination Francophonie¹ » : une invitation au voyage...

Depuis 2013, l'émission, animée par Ivan Kabacoff, permet de découvrir chaque semaine, pendant environ 2 minutes 45, une destination et celles et ceux qui, par leur énergie et leur inventivité, font du français une langue vivante, dynamique, et en constante évolution. À la fin de l'émission, un agenda propose une sélection de grands rendez-vous francophones dans le monde, et des informations utiles, pour approfondir les sujets traités, publiés après chaque diffusion sur le fil Twitter et le site Internet de l'émission. L'émission est réalisée avec le soutien de l'OIF, de la Délégation générale à la langue française et aux langues de France (DGLFLF), de l'Institut français et de l'Agence pour l'enseignement du français à l'étranger (AEFE). En avril 2012, on comptait 5 000 fans sur la page de l'émission, moins d'un an plus tard, ce chiffre était multiplié par 10, preuve de l'intérêt pour ce programme de nombreux francophones et francophiles du monde entier.

¹ <http://www.tv5.org/cms/chaine-francophone/Revoir-nos-emissions/Destination-Francophonie/p-23140-Accueil.htm>

moment sur ses sites Internet, figure depuis octobre 2013 le premier grand JT francophone « 64 minutes, le monde en français », un rendez-vous qui permet de croiser les points de vue depuis Paris, Genève, Bruxelles, Montréal, ou encore Dakar, Kinshasa, Rabat ou Beyrouth. À noter aussi, au chapitre des magazines récents, *Maghreb Orient Express* lancé en écho aux « printemps arabes » et *Destination Francophonie* (cf. encadré).

Pour être toujours plus accessible et rejoindre les jeunes générations, la chaîne poursuit par ailleurs le développement de ses offres délinéarisées (avec une diffusion des contenus déclenchée par le téléspectateur internaute) sous le label TV5MONDE+ (<http://www.tv5mondeplus.com/>). Plateforme de rattrapage, vidéo à la demande, Web TV thématiques jeunesse et Afrique, sites et applications mobiles, télévisions connectées... Plusieurs offres innovantes permettent d'accéder aux programmes et services de TV5MONDE à la demande, depuis n'importe quel terminal connecté à Internet (téléphone intelligent, tablette, PC...).

Très présente également sur les réseaux sociaux, la chaîne a lancé la première « social TV » en langue française sur Facebook (1,7 million d'abonnés ; accessible aussi sur YouTube, Dailymotion, Twitter, Google+, Pinterest, Instagram, Foursquare...).

Chaque mois, ce sont plus de 3 millions de vidéos qui sont vues sur les sites de la chaîne ou les réseaux sociaux.

Chaîne du lien entre tous les francophones, qui seront plus de 700 millions dans le monde à l'horizon 2050, TV5MONDE a également pour mission de promouvoir la langue française. Elle développe depuis plus de 20 ans, avec l'aide d'équipes professionnelles reconnues, un dispositif multimédia gratuit et interactif pour apprendre et enseigner le français à partir de ses émissions et de ses contenus en ligne (cf. page 207). Plusieurs gouvernements de la Francophonie ainsi que l'OIF soutiennent cette démarche. Chaque mois, ce sont plus de 500 000 internautes qui y ont recours.

TV5MONDE conduit des partenariats culturels à travers le monde et soutient de grandes causes universelles (liberté de la presse, droit à l'éducation, défense des droits humains), comme en témoigne par exemple son site « Terriennes » dédié à la condition des femmes dans le monde. La rédaction de « Terriennes » a tenu à accompagner les deux premières éditions du Forum mondial des femmes francophones qui ont eu lieu successivement à Paris et à Kinshasa, ainsi que le lancement du Réseau des femmes francophones de l'OIF, organisé depuis Dakar.

Créée en 1984, TV5MONDE a célébré en 2014 ses 30 ans. Elle s'est dotée d'une nouvelle régie permettant de produire et de diffuser ses programmes en HD. Elle bénéficie aujourd'hui des dernières avancées technologiques, tant sur le plan matériel que sur celui de l'informatisation, qui l'accompagneront dans les prochaines années pour l'assurer de demeurer l'un des plus grands réseaux mondiaux de télévision.

TV5MONDE Afrique

Créée en 1992, présente dans 48 pays, TV5MONDE Afrique bénéficie sur le continent d'une notoriété supérieure à 90 % dans toutes les capitales d'Afrique francophone. Regardée par 21,4 millions de téléspectateurs en moyenne

(audience cumulée hebdomadaire), la chaîne est le seul signal qui dispose de productions spécifiques dédiées au continent avec plus de 15 % de productions africaines, dont plusieurs sont également programmées sur les autres signaux. En mai 2014, TV5MONDE a souhaité enrichir davantage encore cette programmation en lançant « Africanités », un nouveau magazine de société. De nouvelles séries, des longs métrages, de nouveaux divertissements comme « Intervilles en Côte d'Ivoire », des concerts emblématiques comme celui de Manu Dibango ou de Tiken Ja Fakoly ont également été diffusés. Sur le plan de l'information, le Journal Afrique a changé de formule en octobre 2013. Rallongé et enrichi, il propose désormais 18 minutes d'information quotidienne qui sont consacrées à l'actualité du continent et de la diaspora. À mentionner enfin, les opérations spéciales (Sommet de Kinshasa, Sommet de l'Élysée, etc.), les interviews de personnalités africaines de premier plan dans « Internationales » ou « L'Invité » et les magazines (« Et si », « Afrique Presse », ou « Wari »)... Des programmes également accessibles *via* la webTV Afrique qui en offre gratuitement la consultation à la demande pour permettre aux personnes à travers le monde de rester en contact permanent avec le continent (tv5mondeplus.com/afrique).

France 24

(<http://www.france24.com/fr/>)



Membre du groupe France Média monde³, France 24 compte aujourd'hui trois chaînes de télévision distinctes, mais avec une ligne éditoriale commune, en français, anglais et arabe, permettant de toucher les cinq continents. Ainsi, France 24 en français est devenue la première chaîne d'information dans de nombreux pays d'Afrique francophone tandis que la chaîne en anglais, elle, permet de toucher l'Asie, l'Inde, l'Extrême-Orient et l'Afrique anglophone. Enfin, la chaîne arabe touche tous les pays du Maghreb et du Moyen-Orient.

³ Le groupe qui comprend France 24-RFI-Monte Carlo Doualiya est aussi actionnaire et partenaire de TV5MONDE.

La spécificité de France 24 est d'être une chaîne d'information continue en français qui diffuse 24h/24 et 7j/7 et porte un regard français sur l'actualité internationale grâce à 400 journalistes et à un large réseau de correspondants.

En 2013, à l'occasion de son 7^e anniversaire, France 24 a enrichi ses grilles sur ses trois chaînes et s'est dotée d'un nouvel habillage : France 24, c'est désormais 144 journaux d'information par jour auxquels viennent s'ajouter des débats et magazines.

La chaîne est accessible par câble, satellite, ADSL ainsi qu'au sein d'offres TNT de plusieurs pays sur tous les continents, dans 250 millions de foyers à travers 177 pays dans le monde, et réunit chaque semaine 41,7 millions de téléspectateurs⁴.

La chaîne s'est désormais imposée parmi les principaux réseaux d'information à l'antenne, mais aussi sur Internet (également en 3 langues) et sur les autres écrans (applications mobiles, tablettes) avec 14 millions de visites mensuelles en moyenne en 2013.

Africa 24

(<http://www.africa24tv.com/>)



Créée en février 2009 et basée à Saint-Cloud (France), Africa 24 est la première chaîne de télévision mondiale d'information sur l'Afrique. Comme l'indique son slogan « Les infos d'Afrique pour le monde, les infos du monde pour l'Afrique », Africa 24 revendique une autre façon de voir l'actualité, en donnant une approche « africaine » de l'information.

Africa 24 est disponible dans toute l'Afrique sub-saharienne, dans le bouquet Canal satellite Horizons et dans les réseaux MMDS de toutes les grandes métropoles africaines. Africa 24 est disponible sur tout le Moyen-Orient, l'Afrique du Nord et les pays d'Europe couverts en réception directe par Arabsat. En France, la chaîne d'information est disponible dans les Bouquets Free, SFR, Orange, Bouygues Telecom et sur le réseau Virgin Mobile. Enfin, la diffusion d'Africa 24 aux États-Unis a été accueillie en 2010 par Dish Network, le réseau leader de la diffusion par satellite.

⁴ Chiffres de décembre 2013.

La chaîne est diffusée en continu en langue française, 24h/24 et 7j/7. Elle propose 18 heures de programmes par jour et près de 20 journaux quotidiens en direct, dont JT « Financia » qui est également le premier journal financier quotidien sur l'Afrique.

Un mois après son lancement, en mars 2009, Africa 24 faisait déjà jeu égal avec Euronews à Abidjan, en termes d'audience hebdomadaire, avec des taux de pénétration respectifs de 10,7 % et 9,3 %. Une belle progression, même si TV5MONDE (58 %) et France 24 (51,8 %) dominant largement. À Dakar, où l'offre locale est plus riche, Africa 24 obtient un taux de pénétration de 2,5 % en audience hebdomadaire, contre 18,5 % pour Euronews⁵.

La chaîne Africa 24 poursuit son développement et vise pour 2015 une audience potentielle de 80 millions de téléspectateurs.

En 2011, la chaîne a lancé « Africa 24 Magazine », trimestriel fondé sur une approche thématique des problématiques du continent. Il est disponible en français et en anglais.

⁵ Étude TNS SOFRES.

Al Jazeera en français ?

La chaîne de télévision qatari créée en 1996 est désormais présente dans le paysage audiovisuel mondial grâce à un puissant réseau médiatique présent sur tous les continents. En mars 2013, elle annonçait, par l'intermédiaire de son Directeur général, le projet de lancer une version française de sa chaîne d'information visant « à établir des ponts entre les cultures et les peuples amis ».

La nouvelle n'aura pas surpris quand on sait qu'en 8 ans d'existence la chaîne, au départ uniquement en arabe, a poursuivi méthodiquement sa stratégie d'expansion qui a débuté en 2006 quand elle s'est dotée d'une chaîne d'information internationale continue en anglais, Al Jazeera english, puis en serbo-croate en novembre 2011, Al Jazeera Balkans, et plus récemment Al-Jazeera America (2013) et Al Jazeera Turk, alors qu'un projet de chaîne en swahili est à l'étude.

Même si à ce jour le projet d'une chaîne en français ne semble plus à l'ordre du jour, sans nul doute finira-t-il par aboutir, car il est probable que les 274 millions de francophones dans le monde ne peuvent pas laisser indifférente une chaîne qui souhaite assurément étendre son influence.

Arte (<http://www.arte.tv/fr>)

arte

Chaîne de service public franco-allemande, ARTE affirme avant tout son identité européenne et culturelle. Articulée autour de trois grandes entités, ARTE France, ARTE Deutschland et ARTE GEIE, la chaîne a fait de l'ouverture sur le monde sa vocation principale. ARTE France a notamment mis en place plusieurs types de partenariat qui renforcent la notoriété de la chaîne dans le monde, en Europe centrale (dans les Balkans et dans le Caucase), en Afrique et en Amérique du Sud.

Environ un tiers de la programmation de la chaîne est en lien avec sa mission principale de « comprendre le monde », de « partager la culture » et « découvrir de nouveaux horizons » grâce notamment à des documentaires et des spectacles musicaux. Le reste de la programmation est constitué de magazines, d'information et de cinéma.

Grâce à la diffusion en numérique, les programmes d'ARTE sont systématiquement disponibles en stéréo et dans deux versions linguistiques : les francophones peuvent ainsi recevoir les émissions dans leur langue maternelle, mais aussi en allemand ou, pour certains films de cinéma, en version originale sous-titrée. Pionnière du net avec www.radioArte dès 2002, la chaîne n'a fait que renforcer sa présence sur tous les écrans avec 9 millions de visites enregistrées et 30 millions de pages vues chaque mois en 2012.

Euronews (<http://fr.euronews.com/>)



Euronews est une chaîne d'information multilingue qui offre simultanément 24h/24 ses programmes en 14 langues⁶ (contre 5 au moment de sa création en 1993).

La chaîne propose une couverture en continu de l'actualité politique et économique ainsi que des reportages culturels et scientifiques sur les hautes technologies, le cinéma, les arts, les voyages et le luxe.

Euronews bénéficie d'une distribution mondiale : la chaîne est reçue par 415 millions

de foyers dans 156 pays à travers le monde, *via* le câble, le satellite et les réseaux hertziens.

Elle est également disponible dans les hôtels, les principaux aéroports, à bord des avions des grandes compagnies aériennes, en ligne et sur les plateformes mobiles.

Euronews a annoncé pour 2015 le lancement de « Africanews », une chaîne d'information multilingue panafricaine, en partenariat avec la Télévision publique du Congo et qui sera basée à Brazzaville. La chaîne qui sera diffusée 24h/24 émettra d'abord en anglais et en français, puis dans d'autres langues du continent (portugais, arabe, swahili, etc.). Elle sera centrée sur l'actualité de l'Afrique sub-saharienne (hors Maghreb), sa principale zone de diffusion.

Le magazine « Espace francophone »



Diffusé par France 3, Canal France International, les chaînes de l'outremer français, Télé-Bruxelles et la plupart des télévisions francophones du Sud, le magazine « Espace francophone » a pour vocation de favoriser une véritable connaissance mutuelle entre les peuples ayant en commun la langue française et de développer dans les opinions publiques une prise de conscience communautaire francophone.

« Espace francophone » est un rendez-vous hebdomadaire pour des millions de téléspectateurs sur tous les continents, avec les gens, les entrepreneurs, les créateurs de la francophonie. Il permet de présenter les différentes facettes des traditions et des cultures du monde d'expression française, d'entrer dans l'intimité de la vie quotidienne des francophones, de connaître leurs aspirations, leurs luttes, leurs espoirs.

Afin de compléter sa visibilité télévisuelle, « Espace francophone » a développé depuis quelques années sa présence sur Internet, notamment en lançant le portail tvfrancophonie.org qui permet l'accès à de nombreuses entrées (notamment des reportages d'actualité qui peuvent être téléchargés) et à l'ensemble des émissions du magazine. 800 émissions sont déjà en ligne et peuvent être visionnées dans leur intégralité.

⁶ Allemand, anglais, arabe, espagnol, français, grec, hongrois, italien, persan, polonais, portugais, russe, turc et ukrainien.

Par ailleurs, depuis deux ans, « Espace francophone » a développé une nouvelle initiative afin de permettre aux internautes des grands espaces linguistiques mondiaux de découvrir la diversité des peuples et des cultures de la francophonie. En partenariat avec le Centre de la francophonie des Amériques, l'Université Saint-Joseph de Beyrouth et le Centre des études asiatiques de l'Université d'Aix-en-Provence, des sites ont été créés avec une sélection d'émissions sous-titrées en anglais, arabe, chinois, espagnol et portugais. Ces cinq sites sont disponibles sur le portail *tvfrancophonie.org*.

Le lancement de la chaîne *francophonie24* sur le portail *tvfrancophonie.org* est une nouvelle étape qui couronne cette stratégie. Elle apporte à la francophonie un outil permanent et diversifié de visibilité mondiale dans les opinions publiques, complémentaire du réseau de diffusion télévisuelle du magazine « Espace francophone ».

journalistes du groupe et à son réseau unique de correspondants qui offrent aux auditeurs une information ouverte sur le monde et sur la diversité des cultures et des points de vue, à travers des journaux d'information, des reportages, des magazines et des débats.

RFI, c'est « la radio du monde » pour près de 35 millions d'auditeurs chaque semaine (audience mesurée sur 40 pays parmi plus de 150 pays dans lesquels RFI est présente) et plus de 8 millions d'internautes chaque mois, sur les cinq continents à travers la composition de ses équipes d'origines, de cultures et de langues différentes, qui reflètent la composition de son auditoire.

En Afrique francophone, RFI demeure la radio la plus écoutée dans une grande majorité de capitales, comme à Abidjan (Côte d'Ivoire), Brazzaville (Congo), Kinshasa (République Démocratique du Congo), Libreville (Gabon), avec 30 à 45 % des habitants qui l'écoutent chaque jour⁷. Mais RFI est aussi largement suivie en Afrique non francophone, grâce notamment au succès des programmes en langues véhiculaires (kiswahili et haoussa).

⁷ Source : Africascope/TNS Sofres.

Le Groupe Canal+ parie sur l'Afrique



En 2012, le groupe Canal+ décide d'élargir son audience en Afrique en offrant des formules d'abonnement plus économiques, accessibles aux nouvelles classes moyennes. En deux ans, cette politique a permis de multiplier par trois le nombre d'abonnés, qui a atteint le million en 2014 et continue de progresser. Pour conquérir et fidéliser ses nouveaux abonnés, le groupe français s'efforce d'« africaniser » ses programmes, d'abord en créant de nouvelles émissions (« Talents d'Afrique », consacrée aux footballeurs africains ; « Réussite », magazine économique de « L'Afrique qui gagne »), puis en lançant, en octobre 2014, A+, une nouvelle chaîne à base de fictions africaines. À cette occasion, Canal+ Afrique installe en Côte d'Ivoire un bureau permanent qui doit lui permettre, selon son directeur général, de jouer un rôle de « catalyseur » pour « dynamiser la création ». Le vaisseau Canal+ a déjà entraîné dans son sillage le groupe Lagardère Entertainment, premier groupe français de production audiovisuelle, bien décidé lui aussi à investir en Afrique francophone.

Radio

RFI (<http://www.rfi.fr/>)



RFI reste le média radio francophone par excellence. Elle émet depuis Paris à destination des 5 continents, en français et en 12 langues étrangères, grâce notamment aux



RFI, c'est une radio d'information continue et généraliste avec ses grandes sessions d'information, ses journaux à chaque heure et ses flashes à la demi-heure, mais ses grilles font aussi une large place à la culture ou encore la musique.

Depuis mai 2014, RFI a installé une grille enrichie sur ses antennes Monde et Afrique, avec des journaux allongés, des sessions d'information ciblées géographiquement à destination de bassins d'écoute majeurs (Afrique, Caraïbe), des magazines, des chroniques et des rendez-vous culturels. L'expertise africaine de RFI, reconnue sur le continent comme dans le reste du monde, la diversité de ses rédactions en langues étrangères et française permettent d'enrichir les points de vue donnés à l'antenne.

RFI en chiffres

– 700 radios partenaires qui reprennent ses programmes en français et en langues étrangères dans plus de 1 250 villes à travers le monde.

– Sur le continent américain, RFI a enregistré en 2012 plus de 5,5 millions d'appels sur le service AudioNow, permettant aux auditeurs d'écouter par téléphone les programmes en français et en plusieurs langues étrangères.

– RFI parle au monde en français et en 12 langues étrangères : anglais, cambodgien, chinois, espagnol, haoussa, kiswahili, persan, portugais, portugais du Brésil, roumain, russe et vietnamien.

Outre ses tranches « langue française » avec des émissions phares comme « La danse des mots » ou « Le journal en français facile », RFI est également un label reconnu en matière d'enseignement du français et propose de nombreux outils pédagogiques sonores sur Internet (rfi.fr/languefrancaise), à destination des enseignants et des apprenants. Une application dédiée (« Apprendre le français avec RFI ») est également disponible sur mobiles et tablettes. Et ce sont 1 million de pages « langue française » consultées chaque mois sur le site, 3 000 exercices réalisés en ligne chaque jour, et près de 100 000 téléchargements de l'application mobile dédiés effectués.

Tout en veillant à pérenniser sa diffusion sur les modes traditionnels, RFI s'est adaptée aux nouveaux modes de consommation connectés, sur lesquels elle ne cesse de

renforcer son offre et d'augmenter son audience : l'offre « nouveaux médias » (site Internet, applications mobiles, réseaux sociaux...) de RFI enregistre aujourd'hui plus de 8 millions de visites chaque mois.

BBC Afrique

(<http://www.bbc.co.uk/afrique/>)



BBC Afrique est la section en langue française du service mondial de la BBC qui présente l'actualité africaine et mondiale diffusée à destination de plusieurs millions d'auditeurs dans une vingtaine de pays africains.

Depuis le 18 juin 1940 et le fameux appel du général de Gaulle, les émissions en français de la British Broadcasting Corporation (BBC) font référence.

Les émissions en français de la BBC sont diffusées uniquement vers l'Afrique depuis 1996, en ondes courtes, en FM, mais aussi sur le site de BBC Afrique où la radio enregistre une audience de quelque 9,6 millions d'auditeurs par semaine (notamment en Afrique francophone). BBC Afrique est désormais délocalisée à Dakar et a étendu la grille de ses programmes.

Africa N°1 : la radio généraliste

africaine (<http://www.africa1.com/>)



Africa N°1 est la plus importante des radios africaines francophones depuis sa création en 1981. Elle diffuse ses programmes en français partout dans le monde. Elle émet notamment sur le continent africain à partir de Libreville au Gabon. Elle est également diffusée à Paris et sa région via la bande FM sur trois fréquences. La radio propose à ses auditeurs des journaux d'information, des magazines (comme le célèbre Journal des Auditeurs ou le Grand Débat) et trois grands rendez-vous d'information africaine en partenariat avec BBC Afrique.

Africa N°1 est aussi la radio des musiques d'Afrique avec notamment les émissions de Manu Dibango et Robert Brazza, le Hit Africa (classement des auditeurs de la radio) et l'historique Kilimandjaro diffusé à Libreville au Gabon.

Le site Internet www.africa1.com et l'application Iphone permettent aux auditeurs du monde entier de retrouver les programmes d'Africa N°1 en direct (940 380 pages vues par mois, 354 637 visites par mois).

Radio Méditerranée internationale
(<http://www.medi1.com/>)



Radio Méditerranée internationale (Médi 1) est la première radio d'information généraliste bilingue (français-arabe) au Maroc et un acteur majeur de l'information et de la vie culturelle au Maghreb. Créée en 1980, elle est le fruit de la coopération entre le Royaume du Maroc et la République française dans le domaine de la communication audiovisuelle. Elle est détenue conjointement par des partenaires privés marocains et des institutionnels français. Son audience sur le Maghreb est comprise entre 22 et 23 millions d'auditeurs.

Depuis mars 2013, grâce à une convention signée avec le ministère gabonais de l'Économie numérique, de la Communication et de la Poste, Radio Méditerranée internationale émet en modulation de fréquence sur tout le territoire gabonais.

Vitalité des médias en langue française dans le monde

Derrière les médias, vecteurs de transmission des idées, des informations, des connaissances et des savoirs produits dans une langue donnée, il est toujours possible de déceler différentes manières de s'exprimer et d'exprimer le monde.

Ce rôle des médias est essentiel et cette diversité est indispensable. De ce point de vue, il est possible de classer les médias francophones dans le monde, selon quatre grandes familles :

Les pays francophones de l'hémisphère Nord

En France, c'est le rayonnement international de l'Agence France Presse (AFP), du groupe France Médias Monde (plus de 90 millions d'auditeurs et de téléspectateurs hebdomadaires et 25 millions de visites sur

écrans) – particulièrement Radio France Internationale (RFI) –, des empires audiovisuels privés tels que Canal+ ou Lagardère, qui participent le plus au dynamisme de la langue française à travers le monde. En Suisse où cohabitent plusieurs communautés linguistiques, les médias francophones, qui rencontrent à l'intérieur même des frontières nationales une forte concurrence, font preuve d'un réel dynamisme au-delà des frontières : qui sait par exemple que depuis plusieurs décennies, le groupe suisse Ringier s'est déployé en Hongrie, en Pologne, en République tchèque, en Slovaquie, mais aussi en Chine et au Vietnam, et, plus récemment au Kenya et au Sénégal ? En se projetant loin de sa « base » de Zurich, le groupe de presse qui a racheté le mythique journal suisse « Le Temps » (quotidien tiré à 42 000 exemplaires) et ambitionne de participer à la « numérisation de l'Afrique », joue le rôle de bastion avancé de la francophonie dans le monde.

Le Québec, îlot francophone planté dans un océan anglophone, est une cible idéale pour les programmes diffusés par les puissants satellites américains. C'est pourquoi le Québec a su, dès le début des années 1980, développer une démarche originale de défense de la langue française à travers ses médias. La réglementation québécoise sur la télévision a permis de limiter l'invasion des images anglophones et même, dans une démarche offensive, la création du Réseau de l'information (RDI). Cette chaîne de télévision en français d'information continue de la Société Radio-Canada (télévision publique diffusée au niveau local et national) est diffusée en mode hertzien, depuis le 1^{er} janvier 1995, et fait le pendant de la télévision d'information continue anglophone CBC News Network du groupe Radio-Canada/CBC. De surcroît, la presse écrite affiche au Québec une étonnante santé financière alors même que partout dans le monde on annonce la fin du journal papier !

En Afrique francophone au sud du Sahara et dans tout le pourtour de l'océan Indien

Dans ces grandes terres de métissage linguistique et de brassage ethnique, le contexte est tout autre. Ici, les milliers de dialectes, d'idiomes et de langues nationales parlées dans un vaste espace de plusieurs millions de km² ne sont que rarement écrits sur papier imprimé ou diffusés sur Internet. Les stations

de radios et de télévisions qui servent de moyens de transmission ne sont pas transnationales alors que se croisent, dans le ciel, des milliers de signaux satellitaires. C'est pourquoi les médias de cette partie du monde sont enclins à utiliser le français, clé d'accès à l'universalité des savoirs et des connaissances. Cette donnée, conjuguée à l'accroissement démographique, favorise l'usage de la langue française au sud du Sahara, maintenant et dans un avenir prévisible. À condition, toutefois, que les générations futures trouvent une utilité au français et continuent de le maîtriser suffisamment pour accéder à ces médias. Ainsi, à **Maurice**, la langue française reste la langue dominante au sein des médias, ainsi qu'au **Gabon** où l'intégralité de la presse écrite est en français, même si la télévision nationale propose, de façon épisodique, quelques programmes en langues vernaculaires (punu, téké, fang...). De même, en **Côte d'Ivoire**, la radio nationale et les radios de proximité émettent principalement en français (un petit temps d'antenne accordé à la diffusion des informations en langues locales au niveau de la radio nationale). *A contrario*, au **Burundi**, où la langue nationale, le kirundi, est déjà présente dans les médias, l'apparition depuis 2007 d'une concurrence linguistique (anglais, swahili) se fait sentir avec, entre autres conséquences, le nombre des émissions en français qui décroît progressivement dans les chaînes publiques.

Dans le monde arabe

Le sévère recul des médias francophones est une réalité. L'accélération du phénomène n'est pas sans lien avec les mouvements démocratiques qui, sur fond de nationalisme panarabe, ont traversé cette région depuis 2011. De surcroît, il n'est pas inutile de rappeler que, du Caire à Beyrouth, radios, journaux et télévisions doivent faire face à de puissants médias diffusés dans une langue arabe fière de son histoire millénaire, populaire, écrite, parlée et diffusée dans le monde entier. Les médias francophones dans le monde arabe sont, aujourd'hui, de fait, écartelés entre deux voies : s'enraciner dans le terreau linguistique national ou éditer dans une langue française qui voit ses consommateurs se réduire inexorablement. Au **Maroc** par exemple, les médias en langue française perdent du terrain par rapport aux médias en arabe, que ce soit à l'écrit, à la télévision ou à la radio (618 titres pour

la presse écrite en 2004, dont 448 en langue arabe et 164 en langue française). L'arabe domine également très largement le **paysage médiatique tunisien** et particulièrement télévisuel, où la part d'audience des chaînes françaises nationales qui s'élevait encore à près de 25 % au début des années 1990 atteint difficilement 3 % aujourd'hui.

En Europe de l'Est et en Asie du Sud-Est

La situation se résume, pour ce qui est de l'ancienne Indochine, à la présence remarquée du Groupe Canal+ et des journaux « Gavroche » en Thaïlande (mensuel en français, avec un tirage de 8 000 exemplaires), le « Courrier du Vietnam » (seul hebdomadaire en français avec un tirage de 5 000 exemplaires) ou le « Rénovateur du Laos » (hebdomadaire, avec un tirage de 500 exemplaires) et la « Gazette de Bali » en Indonésie (entièrement rédigé en français et qui tire à 7 000 exemplaires).

On peut noter que dans les pays d'Europe centrale et orientale, des publications éparses comme le magazine bimensuel généraliste « Regard » en Roumanie, le « Courrier des Balkans » (sur Internet), le « Courrier d'Erevan » en Arménie, le « Courrier de Moldavie » ou, sur la toile, les différentes déclinaisons nationales

Conférence internationale sur « L'avenir des médias francophones à l'horizon 2025 »

L'Organisation internationale de la Francophonie a organisé à Montréal, en partenariat avec le pôle médias de HEC Montréal, du 8 au 10 octobre 2014, une Conférence internationale pour réfléchir sur « L'avenir des médias francophones à l'horizon 2025 ». Les conclusions de cette Conférence, qui a réuni pour la toute première fois les plus importants acteurs du monde médiatique francophone, nourriront les actions de la Francophonie dans le domaine des médias, pour la prochaine décennie. Les recommandations issues de la rencontre devraient permettre à l'OIF non seulement de se doter d'une stratégie des médias complémentaire de sa stratégie numérique, mais aussi d'inspirer le cadre stratégique à moyen terme de la Francophonie (2015-2022) et la prochaine programmation quadriennale (2015-2018) de l'OIF.

du site *lepetitjournal.com*, font de la « résistance » malgré une baisse du lectorat et la contraction du marché publicitaire.

Toutes ces publications en français, comme celles sur lesquelles le voyageur infatigable pourra tomber aux confins de l'Amérique latine ou des États-Unis, ne sont qu'une manière de témoigner de la vivacité d'une langue française en mouvement.

Le credo de l'OIF reste le même depuis le

lancement de ses programmes d'appui aux médias, décidé au lendemain du Sommet des chefs d'États et de gouvernements de 1995, à Cotonou : **tout être humain, où qu'il puisse se trouver sur cette planète, devrait pouvoir, s'il le souhaite, être informé en français.** L'avenir de la langue française est intimement lié au devenir des médias francophones. Si demain les médias francophones devaient être menacés, c'est toute la culture dont ils sont le véhicule qui pourrait être compromise. //

Une chaîne de télévision en français en Chine !

CCTV-Français est la chaîne de télévision chinoise francophone à diffusion internationale, contrôlée par la Télévision centrale de Chine (CCTV) qui émet entièrement en français (mode de diffusion hertzien, câble, satellite, numérique, diffusion nationale et internationale).

CCTV-Français tient son audience francophone informée des derniers événements de la vie politique, économique, culturelle et sociale en Chine comme à l'étranger, tout en mettant l'accent sur l'actualité chinoise. La rédaction de CCTV-Français s'appuie sur un vaste réseau d'information et bénéficie du soutien matériel et technique de la Télévision centrale chinoise pour être à la pointe de l'actualité.

