



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2013

Vidéo de la formation



Sénégal, Dakar : Comment parler de la culture à la télévision ? CFI a organisé une formation à la réalisation de portraits de la nouvelle vague d'artistes sénégalais en mai 2013, ici la documentariste Kardiata Pouye. Les portraits ont été distribués à l'ensemble des 77 télévisions africaines partenaires de CFI.

ÉDITORIAL

Il y a quatre ans, lors de la rédaction du premier contrat d'objectifs négocié avec l'État, nous avions l'ambition de faire de CFI un opérateur de référence de l'appui au développement des médias du Sud. Au terme de ce contrat, il existe plusieurs façons de mesurer le chemin parcouru, au-delà même des indicateurs quantitatifs qui nous étaient assignés.

Une référence européenne. Quatre acteurs se détachent sur la scène européenne de l'aide au développement dans le secteur des médias, avec des périmètres d'intervention spécifiques tenant à l'histoire ou aux priorités géopolitiques de chacun : BBC Media Action (Royaume-Uni), Deutsche Welle Akademie (Allemagne), IMS (Danemark, Suède, Finlande)... et désormais CFI. Le volume d'activité que nous avons connu en 2013, supérieur à 2 200 journées d'expertise, nous permet incontestablement de franchir un seuil et d'atteindre notre premier objectif, celui de la visibilité. Mais au-delà des chiffres bruts, l'aspect le plus positif est que CFI s'associe de plus en plus souvent à des projets collectifs européens : avec IMS pour accompagner les courageux journalistes syriens, avec Deutsche Welle Akademie, IMS et l'UNESCO en Birmanie, avec BBC Media Action dans les pays voisins d'Europe. Ces partenariats autour de projets structurants sont une nécessité ; nous pouvons être fiers que CFI soit aujourd'hui devenu l'un de ceux auxquels on s'adresse spontanément pour y prendre part.

Une référence française. La vieille tradition gauloise qui pousse à la dispersion, parfois aux guerres de clocher, n'est pas complètement absente de notre terrain d'action. L'un des axes du contrat d'objectifs était pour CFI d'assurer, aux côtés de l'État, une coordination des opérateurs publics français qui participent, à des degrés et à des titres divers, à notre action internationale dans notre domaine. Sans prétendre avoir totalement réussi sur ce point, reconnaissons que les trois dernières années ont permis, au-delà des valeurs que nous partageons tous, de mieux comprendre nos objectifs respectifs, de rapprocher nos équipes et d'identifier des sujets de convergence. Qui vont notamment se traduire en 2014 par des projets communs avec France Média Monde, en Côte d'Ivoire et dans le monde arabe. Nul doute que leur mise en œuvre servira d'exemple à décliner au gré des opportunités. Alors, CFI opérateur français unique, certainement pas, mais opérateur français de référence, telle est bien notre ambition.

Une référence par la méthode. Avoir dépassé tous nos objectifs quantitatifs depuis trois ans est une satisfaction, sans être une fin en soi. Comme nous nous y étions engagés, la pratique de l'évaluation a été introduite pour la première fois à CFI en 2012 et les études externes que nous avons fait réaliser nous invitent à mesurer, avec lucidité, le chemin qui reste à parcourir en termes de méthode. À l'augmentation massive de nos volumes d'intervention va désormais succéder la consolidation de nos process afin de gagner en efficacité au service des médias des pays du Sud. Nous avons engagé en 2013 une réflexion en ce sens, qui débouche en ce printemps 2014 sur une refonte en profondeur de nos méthodes de conduite de projets. Le second contrat d'objectifs sur lequel nous travaillons avec l'État s'inscrit dans cette évolution qui, pour les équipes de CFI, se traduit déjà par une répartition plus claire des responsabilités et par la mise en place de procédures rationalisées, avec l'objectif de renforcer la lisibilité et l'impact de nos interventions.

Une référence pour aller plus loin. Dans le contexte budgétaire contraint que nous connaissons, et face à l'ampleur des besoins, il est plus que jamais nécessaire d'élargir le socle des budgets publics français qui nous sont confiés par des cofinancements multilatéraux.

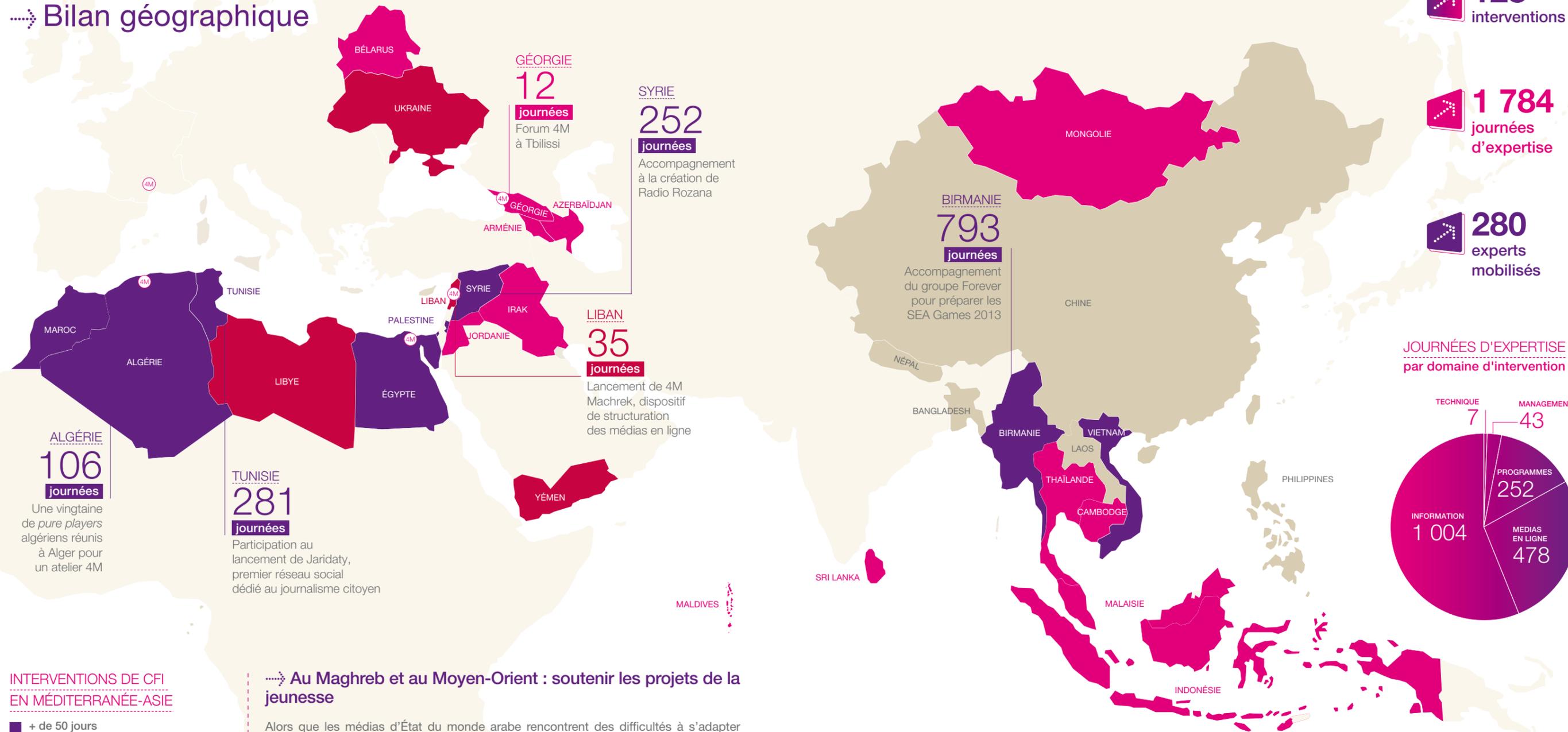
À cet égard, nous pouvons nous réjouir que les efforts que CFI a déployés sur ses propres moyens, et donc sur un financement exclusivement français, soient aujourd'hui relayés par des crédits européens sur deux axes dont nous avions fait des priorités : l'appui aux médias syriens indépendants, et l'accompagnement des médias en ligne en Méditerranée. En remportant ces deux contrats sur appel d'offres de l'Union européenne, CFI récolte les fruits d'un investissement dans la durée dans ces deux domaines (le soutien à Radio Rozana depuis 2012, le programme 4M sur les nouveaux médias lancé en 2011). Un investissement qui a permis à CFI d'acquérir une connaissance fine des enjeux, du terrain et des acteurs, et donc une forte légitimité. De devenir en quelque sorte une référence...

Jérôme Cathala
Président du conseil
d'administration

Étienne Fiatte
Directeur général

MÉDITERRANÉE-ASIE

→ Bilan géographique

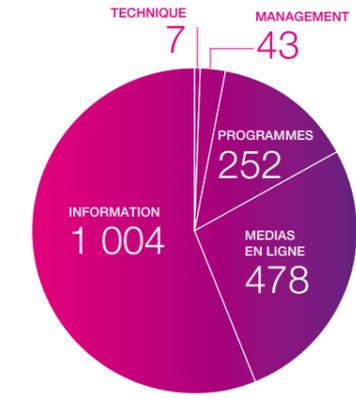


128 interventions

1 784 journées d'expertise

280 experts mobilisés

JOURNÉES D'EXPERTISE par domaine d'intervention



INTERVENTIONS DE CFI EN MÉDITERRANÉE-ASIE

- + de 50 jours (8 pays, 87 % des journées d'expertise)
 - de 20 à 50 jours (4 pays, 7 % des journées d'expertise)
 - de 1 à 20 jours (13 pays, 6 % des journées d'expertise)
 - pas d'intervention en 2013
- 4M** Journalismes et médias sociaux
 France : Montpellier
 Égypte : Le Caire
 Algérie : Alger
 Liban : Beyrouth
 Géorgie : Tbilissi

→ Au Maghreb et au Moyen-Orient : soutenir les projets de la jeunesse

Alors que les médias d'État du monde arabe rencontrent des difficultés à s'adapter aux nouveaux contextes post-révolution, CFI a choisi de concentrer ses actions vers les jeunes, porteurs d'initiatives dans ces pays. Afin de soutenir leurs aspirations au développement économique, à la démocratie et aux Droits de l'homme, CFI s'est vu confier en 2013 par le ministère des Affaires étrangères le volet médias du projet *Solidarité avec la jeunesse des pays du sud de la Méditerranée*. Ce projet, programmé sur deux ans, concerne l'Algérie, le Maroc et la Tunisie, et comprend deux axes d'intervention : un appui aux écoles de formation initiale de journalisme et un appui aux radios de proximité indépendantes.

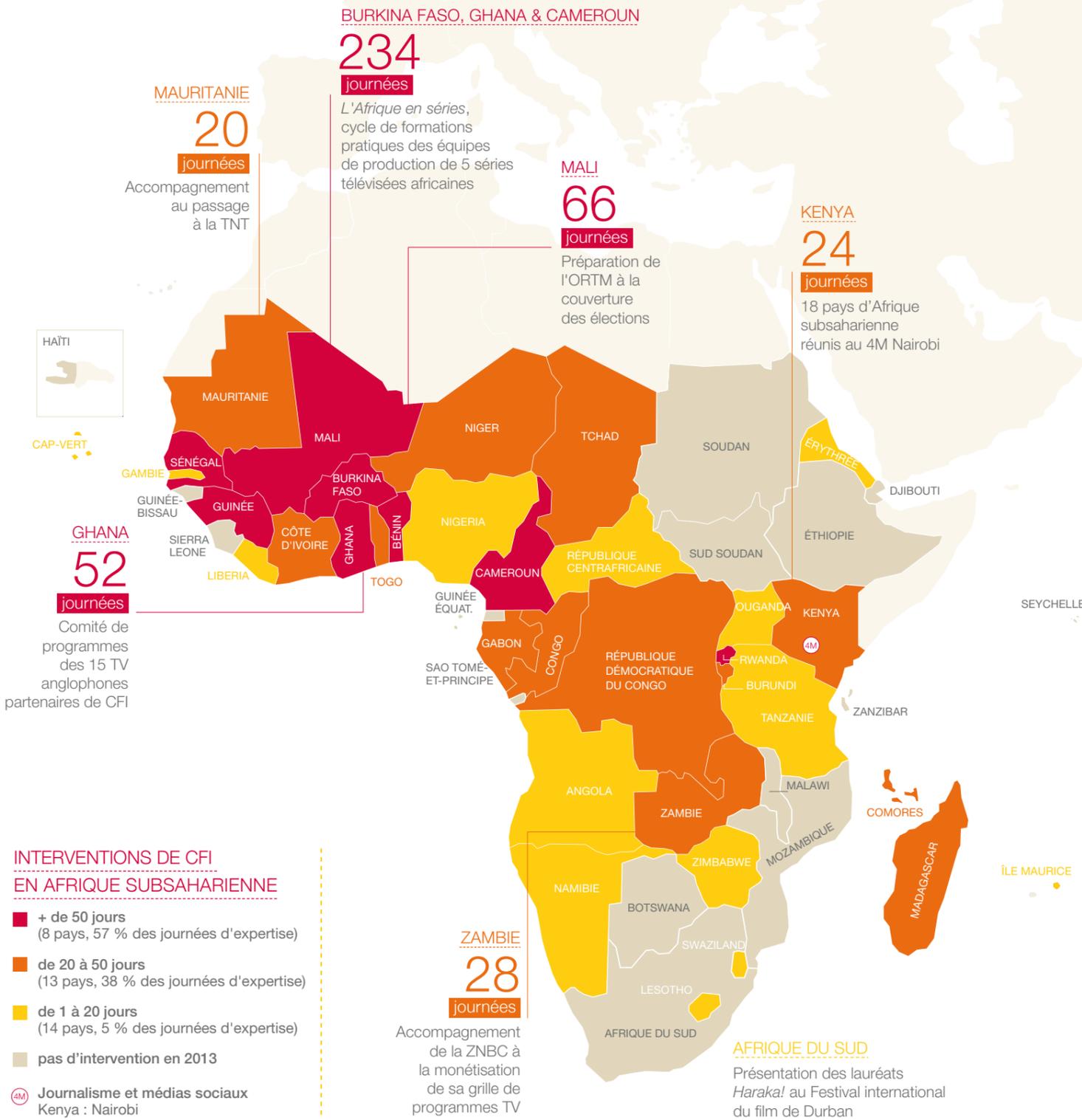
En novembre 2013, CFI a aussi organisé la 2^{ème} édition de SafirLab en partenariat avec l'Institut français. Pendant deux semaines, 33 jeunes du monde arabe porteurs d'initiatives dans le domaine des médias ou de la société civile ont été accueillis à Paris. Avec pour objectif de les soutenir dans leur projet professionnel ou associatif en mettant à leur disposition un tutorat, des outils et des méthodes personnalisées. Ce séminaire, constitué d'ateliers thématiques et d'échange de bonnes pratiques, a accueilli un grand nombre de personnalités qui ont enrichi ces rendez-vous de leur expérience et de leur vision.

→ 1 784 journées d'expertise en Méditerranée-Asie

L'objectif d'activité sur la zone a été largement dépassé, pour l'essentiel du fait du projet d'accompagnement du groupe birman Forever qui a projeté la Birmanie au premier rang des pays d'intervention de CFI en 2013. L'enjeu étant de faire émerger une rédaction télévisée avant les jeux d'Asie du Sud-Est que le pays accueillait en décembre 2013, ce projet a été conduit à un rythme particulièrement intensif. La création de cette rédaction, qui aurait pris 2 ou 3 ans dans un contexte classique, a été menée en 14 mois grâce aux moyens exceptionnels que Forever et CFI ont mobilisés à parts égales. Pour le reste de la zone Méditerranée-Asie, les pays du monde arabe, en particulier la Tunisie et la Syrie, continuent à occuper une place de premier plan compte tenu des projets d'envergure engagés avec certains acteurs des médias.

AFRIQUE

→ Bilan géographique



→ 517 journées d'expertise en Afrique

En 2013, le nombre d'actions de terrain de la direction Afrique a connu un léger ralentissement. Il faut rapprocher ce fléchissement du manque d'ampleur de la mobilisation des acteurs français et européens autour du chantier de l'accompagnement des États africains dans la migration numérique terrestre, malgré les efforts déployés par CFI qui souhaitait en faire l'un de ses principaux axes d'intervention en Afrique en 2013 mais ne pouvait agir seul. Il s'explique également par des raisons internes, à savoir les départs quasi simultanés du directeur Afrique et de son adjoint, départs qui ont ralenti l'activité de la direction et notamment la recherche et la mise en œuvre de nouveaux projets cofinancés.

→ Télévision : les contenus avant tout

La viabilité économique des médias passe d'abord par le développement de nouveaux contenus télévisuels modernes et attractifs en Afrique. En 2013, CFI a placé cet objectif au cœur de ses priorités, avec plusieurs projets d'accompagnement au lancement de nouveaux programmes. Des formations pratiques ont été dispensées aux animateurs, journalistes, techniciens et réalisateurs africains qui travaillent à la conception d'émissions de plateau : magazines d'information, émissions électorales, divertissements. Les deux émissions de plateau : Kedjenou, diffusée en Côte d'Ivoire par la RTI, ou encore Baladna diffusée par la chaîne tchadienne de l'ONRTV, ont pu bénéficier de cet accompagnement. Ces ateliers ont été consacrés à l'écriture et au tournage de sujets, à la préparation et la conduite d'interviews, à la coordination générale des équipes et à la gestion des ressources humaines, techniques et financières.

Par ailleurs, CFI a accompagné en 2013 la modernisation d'émissions déjà existantes. Les télévisions nationales du Tchad, du Kenya, de la Côte d'Ivoire et de la Zambie ont sollicité CFI afin de donner une nouvelle impulsion à leurs programmes phares, souvent diffusés à une heure de grande écoute. Ces actions ont permis la réalisation de nouveaux décors, la mise au point d'une lumière et d'un cadrage plus soignés, ainsi qu'un habillage plus attractif.

→ Former les managers des médias africains, une priorité pour CFI

CFI s'est associé fin 2011 au premier master en ligne de management des médias, en partenariat avec l'ESJ Lille et l'IAE de l'Université Lille III. Destiné aux cadres dirigeants et intermédiaires des médias d'Afrique francophone, ce master (bac+5) permet à de jeunes professionnels à fort potentiel de compléter leur cursus universitaire et de consolider les pratiques de management déjà acquises sur le terrain. Dix-huit mois plus tard, les premiers diplômés issus de cette formation de haut niveau ont effectué un séjour en France, en octobre 2013, pour présenter leur mémoire de fin d'études. Les étudiants ont été reçus à Paris par CFI pour croiser leurs expériences avec des professionnels des médias français, tels que France Télévisions ou l'AFP. En parallèle, deux nouvelles promotions ont démarré leur cursus en 2013, portant à 67 le nombre d'étudiants sélectionnés dans cette filière depuis 2011.

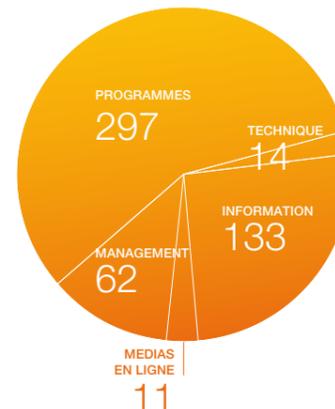
La mise en place d'un master financièrement accessible aux jeunes cadres africains s'inscrit dans la mission d'aide au développement de CFI. Comme beaucoup d'autres, le secteur des médias africains manque de managers solides et cette formation aidera les jeunes professionnels à jouer sans doute un rôle de premier plan dans les médias de leur pays. Il s'agit aussi de repérer les futures élites du secteur. En marge de la session de fin d'études, chacun des étudiants a été reçu à CFI pour un entretien personnalisé visant à la fois à mieux connaître sa personnalité et ses perspectives professionnelles.

43 interventions

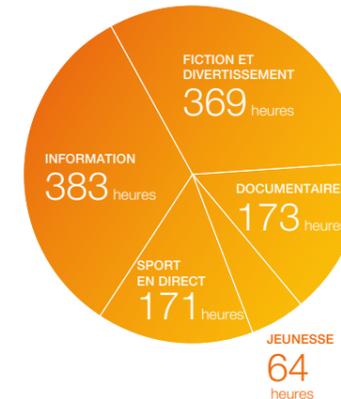
517 journées d'expertise

138 experts mobilisés

JOURNÉES D'EXPERTISE par domaine d'intervention



FOURNITURE DE PROGRAMMES pour renforcer les grilles





Apprendre à produire et publier des enquêtes approfondies autour des questions concernant la corruption, la transparence et le droit à l'information constitue un nouveau défi pour les journalistes des pays en transition démocratique.

LE JOURNALISME INDÉPENDANT, GARANT DE LA DÉMOCRATIE



En savoir plus sur l'action de CFI au Mali



Les médias jouent un rôle majeur dans le processus de transition démocratique. Ils sont à la fois un outil d'information sur les politiques publiques du pays et un contre-pouvoir qui permet l'expression des préoccupations citoyennes à travers la création d'un espace de dialogue. Radio, télévision et web constituent un levier essentiel de participation des populations aux scrutins électoraux, et plus largement, de réconciliation et d'apaisement des tensions entre les communautés. Deux exemples illustrent, sur le terrain, l'approche de CFI dans la durée.

→ Couvrir les élections au Mali

Au Mali, en Guinée ou à Madagascar, les experts CFI ont contribué à l'amélioration des capacités techniques et éditoriales des journalistes des médias publics, et au traitement professionnel et pluraliste des élections. Ces diverses interventions dans des pays fragiles ont favorisé les conditions d'un débat citoyen ainsi que la participation du plus grand nombre aux processus décisionnels. Outre l'organisation d'exercices pratiques sur le traitement de l'information, une réflexion a été engagée sur la responsabilité des journalistes et sur les attentes des citoyens envers leurs médias.

La couverture de l'élection présidentielle malienne, en juillet 2013, a représenté un défi exceptionnel pour la rédaction de l'ORTM, après 18 mois de crise politique et de guerre ayant occasionné une occupation armée des locaux et des pertes matérielles. Jean-Baptiste Prédali, journaliste politique, Christophe Coutens, réalisateur, et Cédric Kalonji, journaliste spécialiste du web, ont partagé leur expérience et leur savoir-faire avec une quarantaine de journalistes, correspondants régionaux, techniciens et web journalistes du groupe public. « Cette approche tri-médias (TV, radio et réseaux sociaux) qui a rassemblé tous les corps de métiers était une première au Mali », précise Jean-Baptiste Prédali. La préparation de deux soirées électorales et d'un débat d'entre-deux-tours a permis aux journalistes de produire des émissions de qualité réunissant un large public.

La couverture de l'élection présidentielle malienne a représenté un défi exceptionnel pour l'ORTM, après 18 mois de guerre ayant occasionné une occupation armée des locaux.

→ Enquête d'investigation, former les journalistes de demain

En octobre 2013, CFI a lancé, à l'initiative de l'ambassade de France à Tunis, un cycle de formation sur le thème du journalisme d'investigation pour des journalistes d'Algérie, du Maroc, de Mauritanie et de Tunisie.

L'objectif de cette formation, menée en partenariat avec Médiapart et avec le soutien financier de la sous-direction de la gouvernance démocratique du ministère français des Affaires étrangères et de l'UNESCO, était de produire et de publier des enquêtes autour des questions concernant la corruption, la transparence et le droit à l'information.

À l'issue d'un appel à projets lancé en octobre 2013, une commission a sélectionné les candidatures de journalistes de presse écrite ou en ligne. Dix projets d'enquête ont été retenus, parmi plus de 40 candidatures. Les participants, parrainés par leur rédacteur en chef, se sont engagés à réaliser une enquête qui sera publiée dans leur journal ou sur leur site internet dès la fin de la formation, avant l'été 2014. Chaque journaliste a été suivi par un tuteur tout au long de son travail d'enquête.

La première session s'est tenue en décembre 2013 à Tunis, dans les locaux du CAPJC (Centre africain de perfectionnement des journalistes et communicateurs). Elle était assurée par les journalistes François Bonnet et Fabrice Arfi du journal en ligne Médiapart, et par le journaliste marocain Ali Lmrabet. Elle a porté sur la fonction du journaliste dans le débat public, les spécificités du journalisme d'enquête, la protection du journaliste, ainsi que ses droits et devoirs tels qu'ils sont définis par les conventions et textes internationaux.

En partenariat avec



40 candidatures

10 projets d'enquêtes dans 4 pays

2 axes : élections et investigations



Syrie, Manbij, province d'Alep : Mezar Matar du collectif *Al Shareh* couvre une manifestation. Depuis le début du conflit, cette petite agence syrienne, accompagnée par CFI, filme et documente les événements en s'intéressant aux histoires personnelles et aux réalités socio-économiques.

SYRIE : FORMER UNE NOUVELLE GÉNÉRATION DE JOURNALISTES



Écouter l'émission de RFI « L'Atelier des médias » consacrée à la formation des citoyens journalistes de Radio Rozana : 50 min.

14
interventions
de terrain

Depuis le début du conflit en mars 2011, la Syrie manque de journalistes indépendants pour couvrir les événements. Les acteurs des médias qui tentent de rendre compte de l'actualité en Syrie exercent aujourd'hui dans des conditions extrêmes et périlleuses. En 2013, CFI a choisi de soutenir plusieurs initiatives de journalistes syriens tentant de proposer à la population syrienne une information libre et de qualité.

En donnant la parole aux civils, principales victimes du conflit, Radio Rozana a pour ambition de suivre la vie quotidienne des Syriens. Elle propose également des analyses critiques, en s'affranchissant des biais politiques et religieux. Les émissions quotidiennes en arabe diffusent des informations en direct, des reportages, des analyses et des débats. Le site web de la radio offre également à la communauté internationale un point de vue unique sur la Syrie de l'intérieur sous forme d'informations, d'articles d'opinion et de reportages vidéo.

En 2013, CFI a organisé la formation de plus d'une vingtaine de correspondants de Radio Rozana en Turquie, à Istanbul et à Gaziantep, à une soixantaine de kilomètres de la frontière syrienne. Assurée notamment par des journalistes arabophones d'Euronews et de France 24, les formations ont principalement porté sur les techniques d'écriture web et radio, le développement de contenus multimédias, la promotion des contenus via les médias sociaux, ainsi que la sécurité et la protection des données.

147
professionnels
syriens formés

En partenariat avec l'ONG danoise IMS (International Media Support), CFI s'est engagé aux côtés d'un petit groupe de journalistes syriens, dont certains exilés à l'étranger, afin de soutenir le lancement de Radio Rozana. S'appuyant sur 30 correspondants vivant en Syrie, cette radio, qui émet depuis juin 2013, offre des perspectives uniques pour couvrir le conflit. Gérée par une équipe de cinq journalistes syriens à Paris, elle est accessible en ligne sur le site www.rozana.fm, en FM dans plusieurs villes syriennes, et sur le satellite Nilesat. Radio Rozana diffuse des informations de première source, collectées et vérifiées par des citoyens journalistes syriens basés dans chacun des gouvernorats du pays, en vue de fournir aux Syriens se trouvant à l'intérieur du pays ou à l'étranger des informations indépendantes et fiables sur l'évolution du conflit.

235
journées
de transfert
d'expertise

CFI accompagne également l'Association des journalistes syriens (Syrian Journalist Association - SJA) depuis sa création en février 2012. Cette association a comme objectif de soutenir les journalistes syriens, exilés ou à l'intérieur de la Syrie, et d'élaborer des stratégies de réforme des médias ainsi que des formations professionnelles dans ce secteur. Son action porte une attention particulière aux libertés individuelles et à la participation de journalistes de différentes communautés ethniques, religieuses ou politiques. Ensemble, CFI et la SJA ont lancé un programme de structuration de l'association, qui s'est traduit en 2013 par des formations sur le management et la communication.

CFI, agence française de coopération médias, soutient également le collectif Al-Shareh (« La Rue »), un groupe de professionnels des médias syriens qui a créé une agence de presse vidéo. Depuis le début du conflit, ce groupe filme et documente les événements en s'intéressant aux histoires personnelles, à la culture urbaine et aux réalités socio-économiques. En 2013, les membres d'Al-Shareh ont bénéficié de formations au métier de journaliste reporter d'images et à la gestion d'une entreprise de production.

Enfin, en partenariat avec l'ONG néerlandaise Hivos, CFI contribue au développement du réseau des femmes journalistes syriennes. Cette association regroupe des femmes travaillant à l'intérieur comme à l'extérieur du pays dans différents médias. Son objectif est de créer un réseau de contacts et de soutien entre femmes journalistes syriennes, par le partage d'informations et la formation professionnelle. En février 2013, CFI a proposé à cette association une formation axée sur l'analyse de la place des femmes dans la couverture du conflit, avec des applications pratiques comme la réalisation de reportages multimédia et la mise en place d'un blog.

Après avoir organisé et financé sur fonds français la formation de 147 journalistes et citoyens journalistes lors de 14 interventions en 2013, CFI a obtenu une dotation de 1,2 M€ de l'Union européenne pour développer, en 2014 et 2015, des projets en faveur des médias indépendants du monde arabe, et plus particulièrement en Syrie.

« L'actuel conflit montre la nécessité d'un journalisme indépendant et professionnel, afin d'informer citoyens et réfugiés des enjeux politiques, sociaux et humanitaires du conflit, et de contribuer à l'avènement d'une société libre et démocratique en Syrie. »

Lina Chawaf, rédactrice en chef de Radio Rozana



**REPORTERS
SANS FRONTIÈRES**
POUR LA LIBERTÉ DE L'INFORMATION





Birmanie, Rangoun : La toute jeune rédaction de la télévision birmane Forever se mobilise, avec l'appui de CFI, pour couvrir les SEA Games 2013, les JO du Sud-Est asiatique, qui se sont déroulés du 11 au 22 décembre 2013.

LES MÉDIAS BIRMANS FACE À LEUR NOUVELLE LIBERTÉ

Après 48 ans de contrôle militaire autoritaire et d'embargo international, l'ouverture de la Birmanie depuis 2012 est très rapide. Ce pays doit faire face à des enjeux importants de développement pour réformer ses structures administratives, engager de vastes programmes de formation et d'équipement en matière d'éducation et de santé, et confirmer sa transition démocratique d'ici l'élection présidentielle de 2015.

Pendant des années, la junte militaire a maintenu les médias birmans sous le joug de la censure. Dans ce pays qui a été coupé du monde pendant près de cinquante ans et qui n'a ni culture de la presse ni pratique de l'information, le secteur des médias est au cœur des enjeux de bonne gouvernance, de liberté de l'information et des politiques d'apaisement des tensions avec les minorités ethniques.

Dans un premier temps, CFI a organisé des audits et des ateliers de formation au sein des différents opérateurs de télévision, afin d'identifier les médias birmans susceptibles de s'engager dans un véritable programme de transfert de compétences, plutôt que de substitution ou d'assistanat. Avant de choisir, il y a plus d'un an, d'apporter son soutien au développement du groupe audiovisuel birman de télévision Forever.

Les dirigeants de Forever ont souhaité s'appuyer sur une expertise extérieure pour structurer leurs moyens de production, former leur équipe éditoriale et accompagner leur projet de créer la première chaîne d'information télévisée du pays. Cette volonté s'est traduite par de nombreux recrutements et des investissements en équipements techniques de production.

En 2013, CFI a mandaté pour plusieurs mois une quinzaine de professionnels français pour faire bénéficier les équipes de leur expérience et organiser des formations auprès des jeunes journalistes de la chaîne. Cette collaboration a abouti à la création d'une rédaction d'information générale et d'une rédaction sport au sein de Forever. CFI a également proposé des formations à la programmation et au développement de formats de divertissement, avec la création de jeux en access prime time (de la conception au tournage du jeu). Tout en veillant à promouvoir la vocation des jeunes femmes birmanes, majoritaires dans la rédaction, CFI a aussi intégré dans ses formations des bénéficiaires issus des minorités régionales.

La coopération médias française en Birmanie s'inscrit dans une logique d'aide publique au développement avec l'ambition de contribuer à la gouvernance démocratique dans le pays. À plus long terme, elle vise à encourager l'émergence d'une culture de l'information et du débat public en Birmanie.

Avec 135 semaines de formation et un budget de près de 600 000 euros, ce partenariat avec un média birman est devenu le plus important projet de CFI en 2013. Forever le cofinance à hauteur de 50 %.



Signature de la convention entre CFI et le groupe média Forever, en présence du ministre délégué chargé du Développement, Pascal Canfin.



27
interventions
de terrain

789
journées
d'expertise

Un dispositif spécial pour les SEA Games 2013, premier événement international de la nouvelle Birmanie

Durant les SEA Games 2013, les JO du Sud-Est asiatique qui se sont déroulés en Birmanie du 11 au 22 décembre, Forever a déployé un dispositif important afin de produire le signal international de 9 compétitions. La télévision birmane a établi un plateau permanent, pendant toute la durée de l'événement, pour produire plus de 150 heures d'antenne. Deux équipes de production, l'une à Nay Pyi Taw, capitale politique de la Birmanie, et l'autre à Rangoun, ont couvert les compétitions et réalisé des interviews et portraits de sportifs.

Quelques chiffres :

- 135 semaines de formation dédiées aux équipes de Forever
- 15 experts mobilisés
- Près de 80 bénéficiaires pour la professionnalisation de la rédaction
- Environ 20 bénéficiaires pour les formations au développement d'un nouveau format de divertissement
- 15 bénéficiaires pour les formations à la programmation et à la mesure d'audience
- Depuis fin 2013, la nouvelle rédaction compte plus de 100 collaborateurs (journalistes et personnels techniques de production)

« L'internet est-il un média crédible ? » Alice Antheaume (France), Ehab ElZelaky (Égypte), Gotson Pierre (Haïti) et Bouba Saw (Sénégal) ont ouvert les 3^e rencontres annuelles 4M à Montpellier.



4M CONNECTE LES ACTEURS DES MÉDIAS EN LIGNE

489 journées d'expertise

Initié en 2011 dans le contexte des printemps arabes, le programme itinérant 4M décliné en rencontres professionnelles, forums régionaux et en ateliers pratiques a fait halte cette année en Égypte, en Algérie, en France, en Géorgie, au Liban et au Kenya pour accompagner les médias en ligne d'informations indépendants des pays du Sud.

En novembre, le forum de Nairobi a poursuivi les débats jusqu'aux innovations technologiques permettant de faciliter l'accès à l'information pour la société civile. Les débats de Tbilissi se sont focalisés sur les nouvelles pratiques et les nouveaux outils des médias en ligne.

La fin de l'année 2013 a été marquée par le lancement de 4M Machrek à Beyrouth. Un premier atelier a été organisé pour repérer les acteurs de l'information en ligne - au Liban, en Syrie, en Jordanie, en Irak et en Palestine - et leur proposer un appui, aussi bien sur le plan éditorial et technique que financier, à travers un appel à projets lancé début 2014.

Repérer les futurs partenaires

Avec 5 éditions en 2013, les rencontres et forums 4M ont continué à favoriser l'identification par CFI de nouveaux partenaires. Elles ont aussi permis de confirmer auprès d'une audience qui s'élargit sans perdre son enthousiasme et son acuité le rôle aujourd'hui reconnu de CFI dans le domaine mouvant des médias numériques dans les pays en développement. Cette démarche volontariste ouvre la voie, pour 2014, au déploiement de projets ayant vocation à renforcer les compétences des médias numériques porteurs d'innovations et en demande de modernisation et d'évolution.

298 interventions

Organisés par grandes régions géographiques, les forums du Caire, de Nairobi et de Tbilissi ont accueilli des blogueurs, citoyens journalistes et collectifs issus de la société civile. La dimension régionale des événements a favorisé la mise en réseau des participants qui font souvent face aux mêmes problématiques. Le forum du Caire a ouvert l'année en consacrant son édition à l'impact des médias sociaux sur le journalisme et l'information dans les pays du Moyen-Orient. Comment le développement numérique a-t-il transformé l'information ? L'information est-elle devenue de meilleure qualité ? Ces questions étaient au centre des rencontres annuelles organisées en juin à Montpellier. Elles ont rassemblé 150 personnes venues de 40 pays, représentant les partenaires, participants et experts mobilisés lors des forums et ateliers. Le même mois, à Alger, un atelier a posé les bases d'un accompagnement au développement de la presse électronique en Algérie.

1 141 professionnels du Sud accompagnés

Renforcer la stratégie numérique des rédactions

Le grand quotidien égyptien *Al Masry Al Youm*, avec lequel CFI a organisé le forum 4M du Caire en février 2013, souhaitait renforcer sa stratégie numérique et mettre en place une rédaction bi-médias. En mars 2013, CFI a mobilisé des spécialistes de La Netscouade, agence digitale française pionnière du web, pour entreprendre un audit complet de la stratégie numérique d'*Al Masry* et proposer une politique de développement cohérente pour tous ses supports digitaux. Les formations qui seront proposées en 2014 viseront à améliorer l'organisation de la rédaction pour optimiser la présence de ce média sur les réseaux sociaux avec des contenus éditoriaux innovants.

« L'internet et les médias sociaux commencent à se développer en Birmanie. Avec 4M, j'ai découvert des approches très variées dans différents pays du monde. J'ai aussi pris la mesure de la puissance des médias sociaux et de la rigueur qui s'impose dans notre métier. Après les rencontres de Montpellier, j'ai réfléchi avec mes collègues à la façon dont nous produisons l'information et nous avons commencé à ajuster notre organisation et nos méthodes de travail. »

Cho Nwe Oo,
directrice des nouveaux médias, Forever Group,
Birmanie

« Lors du forum 4M de Nairobi, les citoyens utilisant la technologie pour le bien de la communauté ont débattu, partagé et présenté des initiatives avec un point commun : mettre l'innovation au service de la société à travers des initiatives gratuites et citoyennes. »

Grégoire Fleurot,
Slate Afrique

« Les réseaux sociaux, Facebook en tête, ont été et restent au centre des révolutions et conflits qui secouent depuis deux ans le monde arabe, selon les blogueurs, journalistes et chercheurs réunis jusqu'à vendredi aux rencontres de Montpellier organisées par CFI. »

Dépêche AFP,
14 juin 2013

« Le Forum 4M a été une formidable opportunité de rencontrer les professionnels de la région du Caucase et des autres pays d'Europe. Quatre jours d'échanges, d'innovations et de contacts précieux avec des partenaires pour de futures collaborations sur des projets initiés à l'issue du Forum. »

Seda Grigoryan,
responsable de production, CivilNet TV, Arménie



Vidéo : 4M Le Caire. Entrepreneurat : nouvelles initiatives, à la recherche de nouveaux modèles économiques



Toutes les informations 4M sur : www.4m.cfi.fr

4M sur Facebook : www.facebook.com/4mCFI

CFI sur Twitter : @CFImedias

DÉTECTER LES FUTURS TALENTS DE LA PRODUCTION AFRICAINE



Making of de la formation « Réalisation et assistantat de réalisation », tournée par les stagiaires dans le cadre de la formation L'Afrique en Séries.



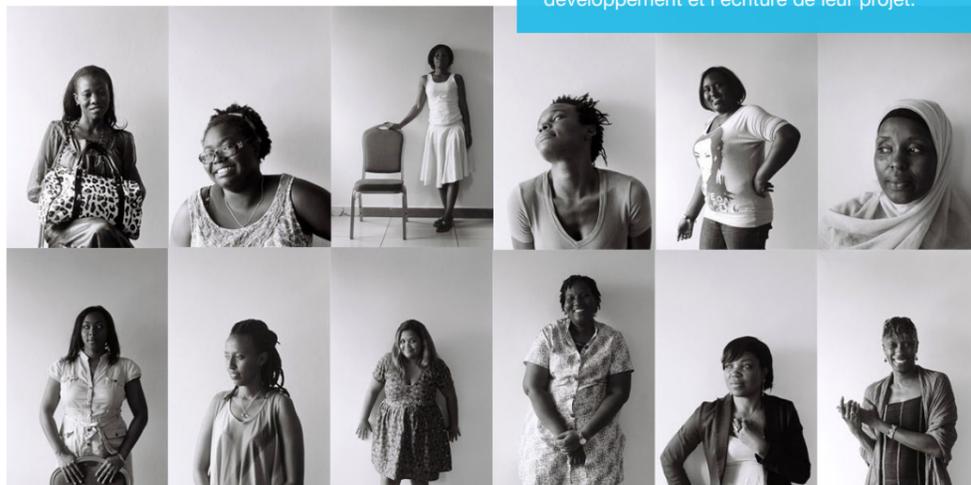
En Afrique, en complément de son rôle historique auprès des télévisions, CFI participe à la structuration et au renforcement de l'industrie des programmes à travers une stratégie de soutien démultipliée : achats de droits, distribution de plus de 250 heures de programmes produits en Afrique aux télévisions publiques et privées du continent, actions de formation technique et artistique visant les équipes de production. CFI cherche à diversifier ses sources de programmes en renouvelant ses partenaires via une politique volontariste de prospection de nouveaux talents africains. En 2013, plusieurs appels à candidature ont été organisés pour détecter les talents de demain et soutenir la production locale :

Le concours de fictions courtes **HARAKA!** avait pour objectif de mobiliser l'énergie d'une nouvelle génération de réalisateurs africains et se voulait une alternative innovante aux mécanismes classiques de soutien à la production, favorisant numérique, petit budget, rapidité d'exécution et énergie personnelle des candidats. En 2013, CFI a accordé 10 000 euros à 11 projets de fictions courtes. Sur le total des 10 films terminés, 4 ont été sélectionnés dans le cadre du 36^e Festival international du court métrage de Clermont-Ferrand, dont un en compétition internationale, le film malgache *Madama Esther* de Luck Ambinintsoa Razanajaona (sur un total de 75 films dont seulement 2 africains).

L'AFRIQUE AU FÉMININ visait à soutenir des réalisatrices africaines travaillant en Afrique subsaharienne francophone. Cet appui s'inscrivait dans la volonté partagée par CFI et Canal+ Afrique de détecter des talents et d'encourager les femmes, souvent sous-représentées dans l'accès aux financements et aux métiers de l'audiovisuel, à écrire et réaliser leur film, sous la forme d'une collection documentaire de films de 8 à 12 minutes. Les 15 candidates sélectionnées, issues de 13 pays d'Afrique de l'Ouest et d'Afrique centrale ont participé à deux ateliers (aide à l'écriture et au montage), et ont bénéficié d'une bourse de tournage accordée par Canal+ Afrique.

L'AFRIQUE EN SÉRIES est un projet mené sur 24 mois au Ghana, au Cameroun et au Burkina Faso, qui vise à améliorer la qualité du genre télévisé le plus populaire en Afrique, la série. Douze ateliers successifs au total auront été suivis par les équipes de 5 projets en cours de production, portant sur la professionnalisation des postes techniques (réalisation, image, son, montage et mixage). Débuté en 2012, ce projet a été financé en partenariat avec le programme ACP Culture+ de l'Union européenne.

Côte d'Ivoire, Abidjan : Les réalisatrices sélectionnées pour le concours « L'Afrique au Féminin » représentaient 13 pays d'Afrique de l'Ouest et d'Afrique centrale. Elles étaient rassemblées pour participer à un atelier sur le développement et l'écriture de leur projet.



Sénégal, Dakar : Formation à la réalisation de portraits de la nouvelle vague d'artistes sénégalais. Kardiata Pouye à la caméra, accompagnée d'Amadou Ndiaye et Fatima Ba. Les sujets ont été proposés à l'ensemble des télévisions partenaires de CFI par le biais de son offre de programmes.

DISTRIBUTION DE PROGRAMMES : VERS L'AUTONOMIE ET LE MARCHÉ

La distribution de programmes aux télévisions africaines a constitué, pendant des années, la clef de voûte de la relation entre CFI et ses partenaires. Le glissement progressif vers l'acquisition en direct de programmes par les chaînes africaines constitue une véritable révolution qui doit amener nos partenaires à savoir acheter des programmes. Initiée par la sortie du « tout gratuit » et la mise en place d'un abonnement pour les chaînes (première phase : 2008-2013), cette stratégie entre dans sa deuxième étape qui vise à encourager les partenaires à davantage maîtriser l'élaboration de leur grille et la définition de leur politique d'acquisition.

Cette nouvelle politique passe notamment par l'accompagnement des chaînes partenaires sur des marchés de programmes. Ainsi, en 2013, CFI a invité les directeurs de programmes d'une vingtaine de chaînes à découvrir le marché de programmes français organisé par TVFI à Biarritz en septembre, à travers une mise en relation avec les vendeurs, une aide à la négociation des achats et une formation à l'optimisation de grille. Ce type d'action, qui sera renouvelé et amplifié à l'avenir, doit aboutir, à terme, à une autonomisation complète des partenaires en matière d'acquisition de programmes.

2013 a également été marquée par l'annonce par France Télévisions de l'arrêt prochain de l'Agence internationale d'images de télévision (AITV). L'AITV fournissait jusqu'à présent un service quotidien de sujets d'information international et panafricain relayé par CFI vers les diffuseurs du continent. Dès cette annonce, CFI s'est attaché à identifier le dispositif qui pourrait prendre le relais de l'AITV en garantissant continuité et qualité du service, tout en préparant un passage progressif vers l'autonomie et le marché. En ce sens, des discussions ont été engagées avec l'Agence France-Presse qui souhaite développer la présence de son service vidéo en Afrique.

Enfin, l'essor des nouvelles technologies, y compris en Afrique (augmentation de la bande passante et baisse des coûts) et la plus grande exigence des télévisions partenaires, plaident pour une modernisation du dispositif technique de transmission des programmes, allant vers plus de souplesse, de réactivité et devant permettre aux chaînes une gestion optimale de leur grille de programmes. En 2013, CFI a lancé le processus de transformation du dispositif en expérimentant avec succès l'envoi de programmes par fichier auprès de plusieurs télévisions partenaires équipées d'un nouveau système dédié.

1 134 reportages sur l'Afrique tournés par des journalistes africains

613 k€ investis dans la production africaine et la circulation des œuvres

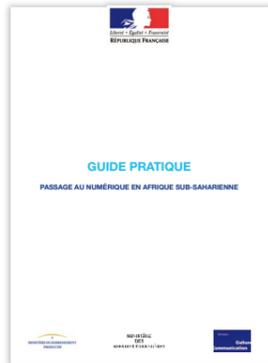
365 jours d'expertise



France, Paris : Pascal Josèphe (consultant médias) et Etienne Fiatte (directeur général de CFI) échantent avec 20 jeunes cadres des médias africains qui terminent leur master de management des médias en octobre 2013.

TNT, CAP VERS 2015

→ Renforcer les médias dans un contexte de plus en plus concurrentiel



Télécharger le guide pratique pour le passage au numérique en Afrique.



Le paysage audiovisuel africain a été marqué dans les années 1990 par l'apparition et le développement des chaînes privées, une évolution garante du pluralisme des médias. Cette tendance s'est accentuée avec la préparation du continent au passage au tout numérique, dont la date a été fixée au 17 juin 2015 au plus tard. Cette révolution technique constitue une rare opportunité de développement global du paysage audiovisuel africain, en ouvrant la voie à l'arrivée d'investisseurs privés et à la montée de la concurrence.

Le passage au numérique va modifier le paysage publicitaire dans son ensemble, avec un resserrement du marché. CFI a anticipé cette échéance, en accompagnant la modernisation et la professionnalisation des médias africains. Tout d'abord, un soutien aux responsables marketing et commerciaux des chaînes a été mis en place, afin d'assurer la monétisation efficace de leurs contenus. Ces formations proposent des solutions pratiques sur la tarification, la prospection commerciale et la structuration des équipes de terrain. CFI cherche par ailleurs à soutenir les responsables des chaînes en leur proposant des conseils stratégiques personnalisés et en organisant des séminaires stratégiques de cadres. Ces interventions sont l'occasion d'identifier un ensemble de procédures, notamment la planification des moyens humains et techniques, et la gestion prévisionnelle.

« Le passage à la TNT sur tout le continent africain en 2015 permettra la multiplication des canaux et l'accroissement de la zone de couverture des médias. L'inévitable accroissement de la concurrence qui en découlera amène les médias à se repositionner en termes stratégiques et éditoriaux. »

Pierre-Paul Vander Sande, expert de la vente d'espaces publicitaires (ancien directeur de France Télévisions Publicité International)

« L'Afrique de demain aura besoin de beaucoup d'images, imaginées et fabriquées sur le continent. Les États d'Afrique qui, aujourd'hui, en s'appuyant sur la dynamique de la TNT, feront le choix du volontarisme et soutiendront une industrie locale de la production d'images, feront la différence et seront ceux qui, demain, approvisionneront les écrans d'Afrique »

Étienne Fiatte, directeur général de CFI

→ TNT : une opportunité pour l'Afrique et la France

À l'occasion de la conférence internationale « Transition vers la télévision numérique terrestre » organisée à Paris en novembre 2013 à l'initiative de Mme Fleur Pellerin, ministre déléguée chargée des PME, de l'Innovation et de l'Économie numérique, une vingtaine de ministres de l'Afrique subsaharienne en charge de la transition numérique ont été invités à échanger autour de la réduction de la fracture numérique, de l'utilisation du dividende numérique et de l'augmentation de l'offre de programmes. Étienne Fiatte, directeur général de CFI, a rappelé, qu'au-delà de la mise en place des infrastructures techniques nécessaires à l'implantation de la TNT, c'est la stratégie de la création, du choix et de l'exploitation des contenus qui est à placer au cœur de cette question du débat. Le passage à la TNT prévu pour juin 2015 va augmenter le nombre de chaînes de télévision et donc les besoins en matière de programmes audiovisuels, mais se pose avec acuité la question du financement de ces nouvelles chaînes, de la place des contenus étrangers sur les écrans et du choix des politiques nationales en matière de financement de programmes locaux.

« Pour tous nos pays, la passage à la TNT représente un changement important sur le plan technologique mais également social et économique. Cette transition, nous en sommes je crois tous conscients, est fondamentalement un acte politique. »

Fleur Pellerin, Ministre déléguée auprès du ministre du Redressement productif, chargée des Petites et Moyennes Entreprises, de l'Innovation et de l'Économie numérique

→ Un séminaire sur la TNT à Bangkok

Alors que le passage à la TNT est prévu en Thaïlande pour 2014, MCOT, principal groupe de télévision public du pays, a organisé en juillet 2013 un colloque régional à ce sujet en partenariat avec CFI.

Durant trois jours, les thématiques majeures de la TNT ont été abordées dans les domaines stratégiques : législation, technique, économie, marketing et communication. Pour dresser un état des lieux de la TNT en France et en Europe, CFI avait invité deux experts français, Jean-Bernard Gramunt (ministère des Finances - DGCIS) et Frédéric Bokobza (ministère de la Communication - DGMIC). Hervé Michel, directeur des Affaires internationales de France Télévisions, est également intervenu pour évoquer la stratégie d'un opérateur public dans ce domaine. Plusieurs industriels français, comme TDF, Teamcast, Eutelsat ou encore Thomson Video Networks ont participé à cette conférence afin de présenter les enjeux et implications technologiques du passage à la TNT.

Tous les diffuseurs de la région sont concernés par cette évolution qui les conduira à créer de nouvelles chaînes d'information, de divertissement et jeunesse. Aussi, CFI avait convié à Bangkok des représentants de chaînes du Vietnam, du Sri Lanka, de Birmanie, des Philippines et du Bangladesh.

TNT : une opportunité pour l'Afrique et la France. Lire le discours d'Étienne Fiatte.



UNE COMMUNICATION AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT

300
retombées
presse

17 000
fans des
pages
Facebook
CFI et 4M

Si les crises internationales qui frappent les pays en développement font généralement l'objet d'une couverture importante par les médias du monde entier, il est plus difficile de faire connaître les actions plus obscures de reconstruction et d'aide à la gouvernance qui interviennent après les conflits et sur le long terme. Le travail de CFI s'inscrit dans ce cadre, souvent dans l'ombre et selon un agenda qui n'est pas celui des médias. Pourtant, les actions phares de CFI connaissent un certain écho sur l'internet et les médias sociaux, lié notamment à la notoriété acquise par 4M, ainsi que dans la presse traditionnelle. 300 articles de presse ont été enregistrés en 2013.

La communication de CFI a été réorganisée en 2011 pour assurer une visibilité à la coopération française dans le domaine des médias, en réponse à l'une des orientations du contrat d'objectifs. Une approche démultipliée est venue appuyer la valorisation des actions de terrain pour renforcer les actions menées par CFI et son positionnement comme acteur français principal de l'aide au développement dans le domaine des médias. En 2013, deux événements ont participé à l'accélération de la notoriété de CFI : le lancement à Paris de la radio indépendante syrienne Rozana, très fortement soutenue par CFI, et la tenue des rencontres annuelles 4M de Montpellier en juin.

Radio Rozana a fait l'objet d'une campagne active en direction de la presse française et a bénéficié d'une actualité internationale forte. CFI a mobilisé son réseau de 150 journalistes français, sensibilisé depuis 2011. Spécialisés dans les médias, les relations internationales ou encore la géopolitique, ces journalistes sont contactés plusieurs fois par mois par l'envoi de communiqués et dossiers de presse.

Consacrées à la mutation des médias à l'ère du numérique, les rencontres 4M ont bénéficié d'un dispositif articulé autour de campagnes de communication et de publicité sur les réseaux sociaux Twitter, Facebook et Google+. L'ensemble de la communauté 4M, soit 1 200 professionnels du journalisme et des médias sociaux de France et des pays du Sud, a reçu des mailings d'information en provenance du site www.4m.cfi.fr qui avait été entièrement repensé en janvier 2013. La transmission en *live stream* a permis aux internautes de 40 pays de suivre les débats à distance et d'y participer en dialoguant via Twitter. Plus de 12 000 tweets au total auront été échangés autour de la marque 4M en 2013.

L'association fine des outils de communication traditionnels avec les outils numériques les plus en pointe permet de faire connaître les actions de CFI dans le contexte peu médiatisé de l'accompagnement des médias du Sud.

CFI sur les réseaux sociaux



CFImedias

Site web de CFI :
www.cfi.fr

Rapport d'activité web :
www.ra-cfi.fr

UNE DYNAMIQUE DE COFINANCEMENTS MULTILATÉRAUX

Face à la baisse de la subvention publique du ministère français des Affaires étrangères, CFI a renforcé son dispositif au service de la recherche de cofinancement au début de l'année 2013. Rapidement opérationnelle, cette nouvelle organisation a apporté de premiers résultats avec le gain de deux appels à projets européens d'un montant total de 2,7 millions d'euros. Le premier contrat de deux ans concerne un projet d'accompagnement du développement de médias syriens indépendants, principalement par le biais de formations. L'objectif global du projet est de préparer une nouvelle génération de journalistes syriens capables, aujourd'hui de produire une information de qualité et professionnelle, et demain de constituer les piliers des médias de l'après-crise.

CFI a constitué un consortium avec l'ONG danoise International Media Support (IMS), Reporters sans frontières (RSF), l'Association des journalistes syriens (SJA), le collectif de journalistes-vidéastes syriens « Al Shareh » et le réseau des femmes journalistes syriennes (NFSJ).

Le second contrat signé avec l'Union européenne, d'une durée de trois ans, permettra à CFI de financer des projets visant à développer l'information en ligne en Algérie, au Maroc, en Tunisie, en Libye, en Égypte, en Jordanie, en Palestine, au Liban et en Syrie. Pour répondre à cet appel à propositions de l'UE, CFI s'est associé à France Expertise Internationale (FEI), Babelmed (Italie) et les fondations Samir Kassir (Liban) et Anna Lindh (Égypte).

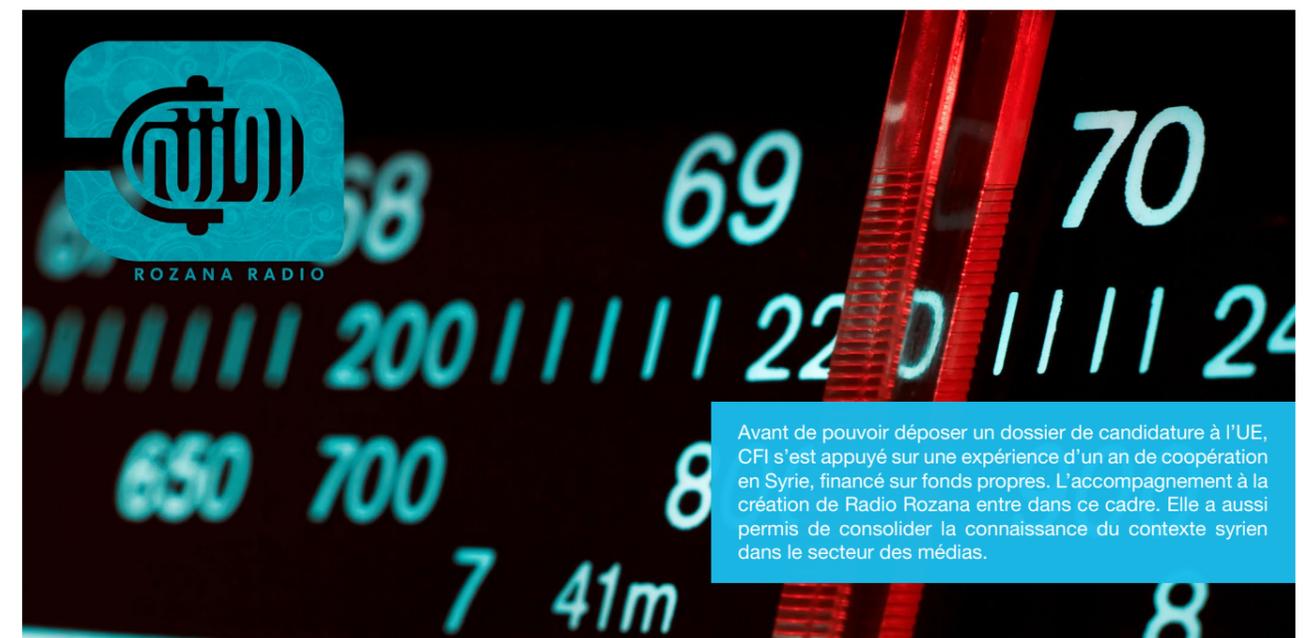
Avant de pouvoir se positionner et déposer un dossier de candidature à l'Union européenne, CFI s'est appuyé sur une expérience d'un an de coopération en Syrie financé sur fonds propres. La création de la radio syrienne indépendante Radio Rozana qui émet depuis Paris et s'appuie sur un réseau de 30 correspondants basés en Syrie et formés par CFI, a permis de consolider la connaissance du contexte syrien dans le secteur des médias et de tisser un réseau avec les professionnels du pays en crise. CFI a, de plus, bénéficié de ressources humaines internes possédant les compétences particulières du terrain. Enfin, une communication spécifique a été dirigée vers les bailleurs de fonds pour valoriser l'action de CFI. Les projets initiés sur subventions publiques du MAE sont amplifiés par les cofinancements multilatéraux. Les médias du Sud sont les principaux bénéficiaires de cette convergence budgétaire vertueuse.

Les projets initiés sur subventions publiques du MAE sont amplifiés par les cofinancements multilatéraux. Les médias du Sud sont les principaux bénéficiaires de cette convergence budgétaire vertueuse.

Sur 4 millions d'euros d'actions de coopération, 1,8 millions proviennent de cofinancement en 2013



L'UE soutient les projets d'accompagnement des médias syriens indépendants ainsi que le développement de l'information en ligne en Méditerranée.



Avant de pouvoir déposer un dossier de candidature à l'UE, CFI s'est appuyé sur une expérience d'un an de coopération en Syrie, financé sur fonds propres. L'accompagnement à la création de Radio Rozana entre dans ce cadre. Elle a aussi permis de consolider la connaissance du contexte syrien dans le secteur des médias.

www.24hdansuneredaction.com : 100 000 journalistes l'ont adopté



Lancé en avril 2013 avec l'École supérieure de journalisme de Lille, ce site internet au service de la formation professionnelle des journalistes du monde entier connaît un vif succès et a dépassé 100 000 visiteurs uniques et 500 000 pages vues moins d'un an après sa mise en ligne. Décliné en 5 langues principalement parlées à travers le monde (anglais, arabe, chinois, français et swahili), le site est majoritairement consulté dans les pays arabes qui constituent 35 % du lectorat. 24h a été finaliste du concours européen des Bob's récompensant les meilleurs sites internet de l'année parmi 4 200 candidatures. Fort de ce succès, le site sera décliné en 2014 en vietnamien, indonésien et birman. Il deviendra ainsi le premier support pédagogique numérique sur le journalisme en birman.

CHIFFRES CLÉS 2013

2 301
journées
d'expertise

171
interventions

2 782
professionnels
du Sud
encadrés

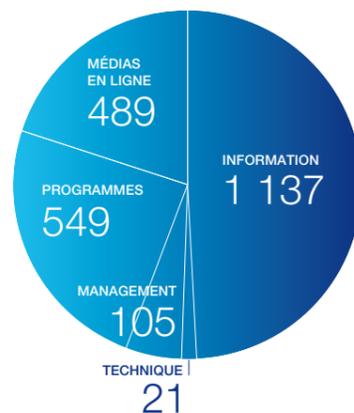
418
experts
mobilisés

4 millions
d'euros
mobilisés
en action
d'expertise

Budget 2013

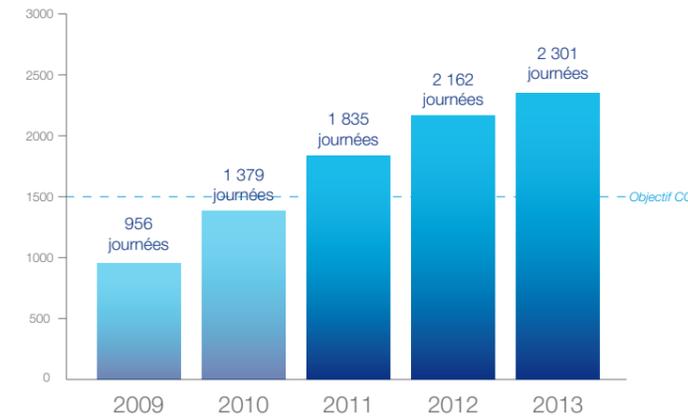
BUDGET AFRIQUE	
Conseil/expertise	1 430 k€
Programmes de stock français et africains	1 440 k€
Programmes d'information	1 570 k€
Équipe et fonctionnement	1 030 k€
BUDGET MÉDITERRANÉE-ASIE	
Conseil/expertise	2 600 k€
Équipe et fonctionnement	930 k€
BUDGET DES FONCTIONS SUPPORT	
Technique (régie et satellite)	1 470 k€
Partenariats sport	170 k€
Communication et internet	150 k€
Informatique	140 k€
Frais de structure	2 320 k€
Équipe et fonctionnement	1 730 k€
RESSOURCES	
Ministère des Affaires étrangères	13 370 k€
Autres partenaires du Nord	380 k€
Contribution des partenaires du Sud	850 k€
Facturations : droits sportifs et transmissions satellitaires	430 k€
RESSOURCES EXTRA-BUDGÉTAIRES	
Apport moyen en industrie sur projets conseil/expertise	11 %

JOURNÉES D'EXPERTISE par domaine d'intervention



CONTRAT D'OBJECTIFS 2011-2013 : QUELQUES CHIFFRES

Journées d'expertise



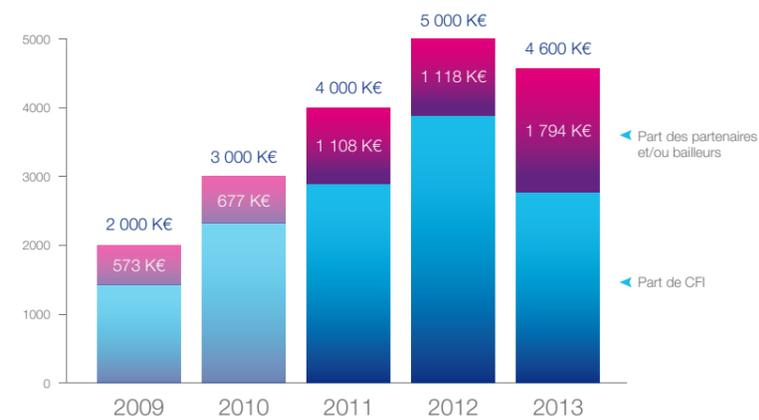
Pays bénéficiaires

2011
Tunisie : 354 journées d'expertise
Territoires palestiniens : 194 journées d'expertise
Algérie : 157 journées d'expertise
RD Congo : 133 journées d'expertise
Cameroun : 128 journées d'expertise

2012
Tunisie : 413 journées d'expertise
Algérie : 203 journées d'expertise
Burkina Faso : 162 journées d'expertise
Égypte : 161 journées d'expertise
Birmanie : 135 journées d'expertise

2013
Birmanie : 793 journées d'expertise
Tunisie : 281 journées d'expertise
Syrie : 252 journées d'expertise
Algérie : 106 journées d'expertise
Burkina Faso : 94 journées d'expertise

Volume des actions de coopération



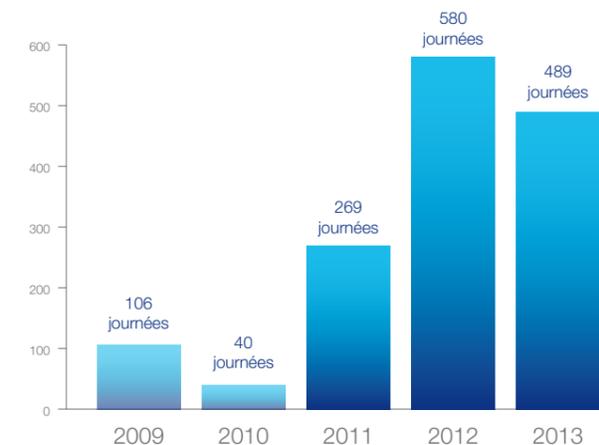
Hommes et femmes sur le terrain

2011
Experts : 241
Bénéficiaires : 1 786

2012
Experts : 453
Bénéficiaires : 2 935

2013
Experts : 418
Bénéficiaires : 2 782

Journées d'expertise dans les médias en ligne



CFI : AGENCE FRANÇAISE DE COOPÉRATION MÉDIAS

Contact

131, avenue de Wagram _ 75017 Paris _ France

www.cfi.fr



CFI sur le web
www.cfi.fr



Le rapport
d'activité web
sur www.ra-cfi.fr

 [CFImedias](#)

 [CFImedias](#)