



Association, sans but lucratif, régie par la loi du 1^{er} juillet 1901 et le décret du 16 août 1901
49, rue Léon Boyer. 37000 Tours. borjise@yahoo.fr

Monsieur Sylvain Riquier
Ambassadeur de France en Union des Comores
Boulevard de Strasbourg
Moroni

Tours, Paris, Lille le 12 novembre 2021

Objet : FSPI. 2. Interruption de nos programmes médias en Union des Comores

Monsieur l'ambassadeur,

Nous venons d'apprendre par M. Hubert Olié que le deuxième FSPI n'est pas finalisé pour la programmation de nos interventions en 2022 et 2023.

Cette situation compromet, faute de moyens, les acquis exceptionnels que nous avons réalisés depuis 5 ans (Cf. l'évaluation réalisée en juillet 2021 par l'ambassade). Nous allons devoir interrompre notre projet.

Celui-ci compte parmi ses partenaires le CNPA, le GEPIC, l'UEPC, l'ODMC, AMF Comores et le CFPJC. (Cf. notule 1)

Sans cette phase de consolidation, qui devait prolonger le FSPI 1, clos le 30 juin dernier, nous redoutons le délitement des structures et des actions entreprises si nous devons subir une interruption d'un an voire plus. Même pendant la pandémie nous avons poursuivi nos interventions en distanciel pour honorer les engagements pris envers votre ambassade.

Nous vous proposons l'historique de notre partenariat, sollicité par le SCAC en 2016, pour vous permettre d'avoir une vision d'ensemble (document annexe joint 01).

Nous vous prions respectueusement de bien vouloir mesurer les enjeux du FSPI 2. qui semble ne pas devoir être programmé.

Nous nous permettons de souligner, aussi, que ce FSPI 2 a été préparé et anticipé dès fin 2019 (Cf. Document joint 02).

Il est détaillé et chiffré. Il ne pouvait pas faire l'objet d'une demande officielle avant l'évaluation du FSPI 1. Celle-ci a été réalisée, en juillet dernier, par vos services et ses conclusions, dont nous avons reçu du prestataire une brève synthèse, sont très éloquentes.

Pour finaliser la demande de FSPI 2, en liaison avec le MAE, il convenait d'intégrer les conclusions de l'évaluation (qui est un document interne à votre administration et que nous n'avons pas) et d'adapter les programmes compte tenu des orientations résultant du FSPI 1 pour le FSPI 2.

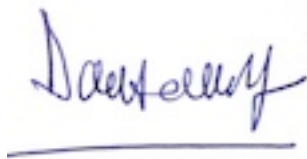
À cette demande de FSPI 2 (en instance) sont annexés les actions, les budgets correspondants et un bilan intermédiaire du FSPI 1.

Nous sommes très inquiets pour les médias comoriens et pour le risque d'avoir investi 500 000 € sans suite.

C'est avec confiance que nous venons « en appel » auprès de vous.

Nous attendons votre réponse avec impatience.

Nous vous prions de croire, Monsieur l'ambassadeur, l'assurance de notre respectueuse considération.



David Bohbot
Président



Loïc Hervouet
Vice-président



Rémy Jounin
Vice-président

PS. 1. Nous nous permettons de vous présenter, par exemple, le superbe studio réceptionné le 14 octobre dernier par le Président du CNPA et qui sera honoré de votre présence lors de l'inauguration : <http://urlr.me/KqJj2>

PS.1. Nous avons fait votre connaissance en prenant le temps de lire votre « bio » sur le site de l'ambassade. Les nôtres, en réciprocité, sont à la fin du document annexe (sans la photo !!...).

(1)

- CONSEIL NATIONAL DE LA PRESSE ET DE L'AUDIOVISUEL
- GEPIC (GROUPEMENT DES ÉDITEURS DE LA PRESSE COMORIENNE)
- UEPC (UNION ÉCONOMIQUE DE LA PRESSE COMORIENNE)
- ODMC (OBSERVATOIRE DES MÉDIAS COMORIENS)
- AMFC (ACTIONS MÉDIAS FRANCOPHONES COMORES)
- CFPJC (CENTRE DE FORMATION ET DE PERFECTIONNEMENT DES JOURNALISTES COMORIENS)

DOCUMENT ANNEXE À L'ATTENTION DE MONSIEUR L'AMBASSADEUR NOTE DE SYNTHÈSE SUR L'EXÉCUTION DU FSPI ET LE PROJET FSPI 2

L'HISTORIQUE DE NOS RELATIONS

Africamédias », devenue « Actions médias francophones international » (AMFI) a été sollicitée en 2016 par l'Ambassade de France en Union des Comores, pour accompagner les médias comoriens dans la durée. Il nous a été demandé de procéder à une évaluation de la situation des médias et d'organiser pour les jeunes journalistes une première session de formation sur « les fondamentaux du journalisme ».

Approché dans cette perspective, le CNPA ⁽¹⁾ a estimé que ces objectifs rejoignaient les activités de son plan d'action. Il a donc décidé de participer à ce programme en acceptant un partenariat « opérationnel ».

- Les conclusions de « l'audit » ont dressé, du débat avec les responsables des médias, « **un programme des urgences** ».
- Celui-ci était **inaccessible** compte tenu des moyens financiers disponibles alors que le secteur se trouve dans une très grande précarité.

Ce programme a cependant démarré avec le soutien financier annuel de l'ambassade de France et de la Région Centre-Val de Loire.

C'est le FSPI 1 sollicité par l'ambassade de France, mis en œuvre depuis 2018, qui a donné toute son ampleur à ce programme ambitieux. Il a reçu une dotation globale de 500 000 € sur deux années pour réaliser les programmes proposés par le CNPA et AMFI. Il a permis de réaliser 68 missions de formation et d'expertise.

°° **Le constat initial est bref :**

- **La presse n'était pas distribuée,**
- **Elle n'a pratiquement pas accès à la publicité,**
- **Les coûts d'impression prohibitifs mettent l'économie de ces journaux dans une situation proche de l'asphyxie,**
- **Ils ne peuvent pas payer, pour la plupart, leurs journalistes.**

LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DU FSPI 1

1. L'ORGANISATION STRUCTURELLE ET ÉCONOMIQUE DE LA PRESSE

C'est la toute première exigence pour que la presse puisse organiser son développement et faire reconnaître sa représentativité.

Les missions ont porté sur la création, l'organisation et le fonctionnement de deux groupements professionnels et d'une association de droit comorien.

Ces trois organisations sont représentées dans le Comité de pilotage du FSPI :

- **Le Groupement des Éditeurs de la Presse Comorienne (GEPIC¹)**. Il permet la représentativité des journaux et l'organisation de l'action collective,
 - **L'Union Économique de la Presse Comorienne (UEPC-GIE¹)** : groupement d'intérêt économique destiné à organiser et à contrôler l'exploitation de la future imprimerie communautaire.
 - **AMF Comores ¹: création le 26 novembre 2020**
-
- **C'est l'un de nos grands objectifs** pour accompagner la prise d'autonomie et « l'autosuffisance » comorienne en moyens d'expertise, de formation et de financements.
 - La constitution juridique, la mise en place des organes statutaires ont été **réalisés**.
 - Un programme d'action à moyen terme pour accompagner les organisations professionnelles et les promouvoir a été conçu avec le réseau AMFI (France, Madagascar).

Ces trois institutions sont en place*. Elles disposent de la personnalité juridique et morale.**

2. LA RECONSTRUCTION DU MODÈLE ÉCONOMIQUE

Le modèle économique actuel conduit les entreprises de presse dans l'impasse. Depuis l'audit, plusieurs titres ont disparu, d'autres récemment créés n'ont pas « tenu ». Il reste aujourd'hui trois quotidiens dont celui de l'État. **Jusqu'à quand ?**

Il s'agit donc d'une « course de vitesse » pour reconstruire le modèle économique de la presse écrite.

Cette reconstruction a porté sur les six programmes suivants :

- LA DISTRIBUTION DE LA PRESSE ÉCRITE (GEPIC)
- L'IMPRIMERIE COMMUNAUTAIRE (UEPC)
- L'ACCÈS À LA PUBLICITÉ POUR LA PRESSE ÉCRITE ET LES RADIOS
- UNE RÉGIE COMMUNE AVEC LES PRINCIPALES RADIOS LOCALES DE MORONI
- LA CRÉATION DE L'OFFRE DE FORMATION CONTINUE (CFPJC¹)
- LA CRÉATION DE L'OBSERVATOIRE DE L'INFORMATION (ODMC¹)

Le FSPI est arrivé à son terme le 30 juin 2021 mais notre programme n'est pas terminé.

Il a été percuté par la pandémie de la COVID 19, la neutralisation des périodes du ramadan, les élections nationales et les difficultés liées à la disponibilité des acteurs, attachés d'abord à leur survie. Mais nous l'avons, cependant, ENTIÈREMENT réalisé.

➤ LA DISTRIBUTION DE LA PRESSE ÉCRITE (GEPIC)

C'est la première priorité qui repose sur l'amélioration des contenus des journaux et la promotion des ventes.

Les étapes de ce programme :

- Réalisation de l'étude de faisabilité du réseau de distribution de la presse écrite
- Création d'un réseau expérimental : celui-ci est en place à Moroni. L'identité visuelle, les enseignes, les présentoirs sont disponibles
- L'organisation de la distribution a subi des aléas avec une première société prestataire pour la distribution. Une nouvelle configuration a été mise en place
- L'extension progressive île par île dans le prolongement « réussi » du réseau expérimental reste l'objectif à atteindre.

Le réseau expérimental est finalisé après 3 phases d'expertise. Les missions d'expertise effectuées en mai et juin 2021 ont permis de faire les derniers « réglages ». Nous avons recommandé de surseoir à la mise en place des présentoirs et de l'identité visuelle (enseignes et visuels) à Anjouan et Mohéli en raison du contenu inadapté des journaux. Nous poursuivrons en distanciel les actions à prolonger

➤ L'IMPRIMERIE COMMUNAUTAIRE

MISE EN PLACE D'UN CENTRE D'IMPRESSION NUMÉRIQUE À MORONI par le GIE – UEPC (Union Économique de la Presse Comorienne)

Enjeu « capital », **c'est la clé de voûte de l'économie des journaux.** Sans cette création, il est probable que, même si le niveau de compétence des journalistes et des dirigeants se trouve renforcé, la presse dans son ensemble ne survivra pas, ou se maintiendra dans la précarité extrême actuelle. Au surplus, l'imprimeur utilise une technologie dépassée (impression feuille par feuille), désuète, coûteuse et souvent en panne. **Il est probable que les journaux n'auront aucune issue dès lors qu'il n'y aura plus d'imprimerie.**

Voici les éléments constitutifs du projet :

- Cahier des charges **réalisé**
- Configuration et choix des matériels **réalisés**
- Plan de financement **réalisé**
- Programmes de formation définis et **à programmer**,
- Sécurisation de la maintenance et de l'approvisionnement en pièces de rechange **prévus sur 5 ans.**
- Budgets et plan d'affaires **réalisés**
- Recherches de financement : le projet d'imprimerie d'Al-Watwan est abandonné au profit de l'imprimerie communautaire. Celle-ci serait dédiée à la presse, à l'imprimerie nationale et serait ouverte aux marchés commerciaux sur tout l'Océan indien. Accord de principe obtenu du Président de la République.
- Partenariat avec Graphica pour le management de l'imprimerie : **accord de principe** de M Hamidou M'Homa, son directeur, dont l'actionnaire français réside à La Réunion.

- Mise en route d'une phase expérimentale **dès le financement disponible et après l'accord des parties.**

Compte tenu des capacités et du caractère innovant des matériels numériques concernés, un tour de table est en cours de proposition avec les publications de Maurice et de Madagascar.

NOUS AVONS EU L'OPPORTUNITÉ D'ACQUÉRIR LA ROTATIVE NUMÉRIQUE EN TRÈS BON ÉTAT POUR 230 000 € (AU LIEU DE 1,3M€). POUR POSER UNE OPTION SUR CETTE MACHINE NOUS DEVIONS VERSER 50 000 € : 25 000 € AVANT LE 15 JANVIER 2021 ; 25 000 € AVANT LE 30 AVRIL.

COMME CONVENU, AMFI A VERSÉ 25 000 € SUR SES FONDS PROPRES (HORS FSPI) ; IL APPARTENAIT AU GOUVERNEMENT COMORIEN, APRÈS ACCORD DU PRÉSIDENT, DE VERSER LA PART QUI LUI REVIENT (25 000 €).

Ce projet est maintenant « bouclé ». Nous avons recherché la confirmation de l'accord de principe du Président de la république en avril et mai. Malgré des promesses multiples de rencontres imminentes, le gouvernement s'est défaussé et les délais, non tenus, ne nous permettent plus d'acheter cette machine.

➤ ACCÈS À LA PUBLICITÉ POUR LA PRESSE ÉCRITE

L'objectif est de créer les conditions d'accès à la publicité des médias de la presse écrite et audiovisuelle. **En mobilisant ces deux médias locaux, nous pouvons espérer créer une audience « solvable » significative.**

Développer la publicité dans les journaux et développer les ventes sont les deux facteurs décisifs pour la croissance des revenus.

Historique du projet :

- Création d'une organisation communautaire de la publicité (régie commune avec les radios locales pour densifier l'audience : organisation commerciale et opérationnelle) : **la régie est prête « sur le papier »** depuis la première mission (juin 2019).
- Négociation avec l'entreprise « Le Gratuit » pressenti pour assurer la régie : accord de principe mais difficile à finaliser. Cette approche est abandonnée par les éditeurs,
- Après une mission réussie (anticipée sur la 2^{ème} tranche du FSPI), la mise en place était prévue en mars 2020. Elle fut annulée en raison de la COVID 19.
- **APRÈS DE DIFFICILES NÉGOCIATIONS PENDANT PLUS DE DEUX ANS, TANT LE PRINCIPE DE METTRE EN COMMUN LES ACTIVITÉS COMMERCIALES ÉTAIT NOUVEAU ET INCONCEVABLE, LES TROIS QUOTIDIENS ONT FINALEMENT SIGNÉ, LE 17 AVRIL 2021 À MORONI UN ACCORD D'ENGAGEMENT POUR LA CRÉATION DE CETTE RÉGIE.**
- **Un accord de coopération publicitaire avec les principales radios locales de Moroni a également été signé le 11 mai 2021**
- **La phase expérimentale est prête** : formats des publicités, tarifs, contrat de régie, plan d'action commerciale, formation de commerciaux.
- Nous sommes dans une phase de lancement qui **rencontre enfin la motivation collective.**

- Les missions d'avril et mai 2021 ont mis en place les pré-requis. Nous avons établi un guide opérationnel de construction de la régie. Elle sera coordonnée par le secrétaire général du GEPIC et la présidente d'AMF Comores.

- La conduite à bonne fin sera réalisée après le FSPI.

➤ **RÉGIE COMMUNE AVEC LES PRINCIPALES RADIOS LOCALES DE MORONI**

- Trois rencontres ont été organisées avec Saïd M'Changama, directeur d'Hayba FM, et la dernière le 11 mai avec les représentants des radios intéressées, pour exposer la démarche expérimentale novatrice de mise au point de produits publicitaires communs presse-radio pour les grands annonceurs,
- Chacun reste l'opérateur de sa publicité locale et de ses ventes directes d'espace, sauf pour la partie volontairement mise en commun.
- Ces réunions ont conduit à la signature par les représentants des deux groupes d'un protocole d'accord-cadre impliquant les trois quotidiens et pour l'instant quatre radios, deux autres étant en attente des disponibilités de leurs dirigeants pour rejoindre le mouvement.
- **Une mission technique de Jean-Louis Barthès permettra d'élaborer le plan de marche de cette expérimentation (budgétée).**

➤ **LA CRÉATION DE L'OFFRE DE FORMATION CONTINUE**

❖ **LE PASSEPORT PROFESSIONNEL**

Ce programme s'inspire du projet français (devenu facultatif en France), destiné aux jeunes « candidats journalistes » qui n'ont pas eu de formation initiale en journalisme. Ce « cursus » permet aux intéressés de suivre un « parcours » sur 20 jours pour être éligibles à la « carte d'identité de journaliste professionnel ». Ce programme est le « pilier porteur » pour la mise en place du CFPJC (Centre de Formation Permanente des Journalistes Comoriens).

- **4 groupes de journalistes ont suivi ce cursus : trois à Moroni, un à Anjouan. Celui-ci a été assuré, à partir de la deuxième édition, par les formateurs comoriens à l'exception d'une journée (formateur malgache) ; le 4^{ème} groupe fut assuré entièrement par des formateurs comoriens**

❖ **LA FORMATION CONTINUE**

Ce programme comprend 5 volets :

L'audit des médias de service publics (phase 1 réalisée)

- **La réforme de l'ORTC** : audit et propositions (phase 2 en projet) : la proposition faite à l'ORTC n'avait reçu à ce jour aucune réponse. Nous avons proposé, à l'occasion de notre mission d'avril-mai une formation en immersion auprès des journalistes. Elle s'est tenue en juin 2021.
- **Un programme de formation continue** : pour répondre aux besoins urgents, nous avons organisé les sessions de formations fondamentales.

- La création du CFPJC

- Conception du Centre de Formation Permanente des Journalistes Comoriens (contenus, textes structurels, organisation, fonctionnement etc.)
- Conception de la formation pédagogique pour les formateurs comoriens
- Création dont **tous les éléments constitutifs pour son fonctionnement sont prêts.**

➤ **LE CENTRE AVEC SES ORGANES INSTITUTIONNELS A ÉTÉ CRÉÉ LE 16 MARS 2021. IL BÉNÉFICIE DÉSORMAIS DE LA PERSONNALITÉ JURIDIQUE ET MORALE.**

Les missions d'avril et mai 2021 ont permis :

- Réunions régulières chaque lundi matin avec l'exécutif,
 - Mise en œuvre de trois « coaching radio » à Anjouan, Mohéli et Moroni,
 - Programmation d'un cycle du passeport (9/10 participants Grande Comore, 3 Anjouan, 2 Mohéli) et sélection des participants. Début 24 mai et clôture le 16 juin à l'Alliance française,
 - Formation de 12 journalistes de la presse écrite à Al Watwan
 - Mise au point d'une intervention de coaching avec un formateur d'AMFI à l'ORTC
 - Préparation d'un calendrier du CFPJC pour les 18 prochains mois
 - Formation de formateurs pour huit bénéficiaires en juin 2021
 - Modification et signature d'une convention avec le CAED pour l'utilisation du studio acquis dans le cadre du FSPI
 - Accord avec l'Alliance française pour la migration de la « bibliothèque du journalisme » dans ses locaux sécurisés
 - Convention avec l'Alliance Française pour le perfectionnement au français de la presse écrite pour 25 journalistes comoriens
 - **Création d'un corps de formateurs comoriens**
- Nous avons formé, à l'occasion de nos sessions de formation, des intervenants comoriens. Deux sessions de formation pédagogique de formateurs ont prolongé ces formations.
- **In fine nous aurons construit une offre de programmes de formation et favorisé la création d'un corps de 12 formateurs.**
- **L'OBSERVATOIRE DE L'INFORMATION (ODMC)**

Il s'agissait de constituer un observatoire indépendant pour assurer « l'autorégulation » des médias par eux-mêmes et la société civile. La mise en place organisationnelle est **réalisée**, les modes opératoires **définis**.

- Assemblée constitutive et élection du bureau
- Dépôt des statuts
- Réunion de bureau, adoption du règlement intérieur et préparation de l'année de travail et du budget.
- **AMFI a pris en charge le premier budget annuel de 12 000 €.**

L'OBSERVATOIRE AVEC SES ORGANES INSTITUTIONNELS A ÉTÉ MIS EN PLACE LE 1^{ER} MAI 2021.

➤ ÉDITION DE L'OUVRAGE « JOURNALISME AUX COMORES »

Après certaines difficultés de réalisation sur le plan local, le projet a été réorganisé par Ali Moindjié avec le concours de l'écrivain comorien Souef El Badhaoui, résidant en France. Celui-ci dispose d'une structure professionnelle d'édition, « Bilkiss ».

L'ensemble des contenus est réuni, et a été revu et corrigé. La mise en page est en cours, et l'impression programmée avec l'espoir que les premiers exemplaires soient disponibles à Moroni à la fin du mois de juin.

oooooooooooo

LES OBJECTIFS DU FSPI 2 : UN PLAN DE DÉVELOPPEMENT ET DE FORMATION À MOYEN TERME

- AMFI propose au terme de ce programme « **un plan de développement de la presse écrite et de formation des médias à moyen et long terme** » en garantissant les transferts de compétences pour permettre le pilotage « autonome » par les organisations professionnelles.
- En raison de la pandémie et de la durée altérée du FSPI, ce plan d'action a été préparé pendant les missions d'avril et mai 2021.

LA CONSTRUCTION DU MODÈLE ÉCONOMIQUE « INTÉGRÉ » DE LA PRESSE ÉCRITE

Le FSPI s'est achevé le 30 juin 2021.

Il a porté en priorité sur :

- Le cadre légal (CNPA)
- L'offre de formation continue
- La recherche d'un modèle économique viable dont les composants (organisations professionnelles représentatives, structures de gestion des outils communs, management, centre d'impression, distribution, publicité, régulation etc.) ne sont que les éléments constitutifs et fondateurs. Ils ne sont pas « chaînés » pour permettre un changement de paradigme.

****** *Et, surtout ils seront nécessaires et profitables si l'imprimerie est créée.***

- **LE PRÉ-REQUIS : LA CRÉATION DU CENTRE D'IMPRESSION. L'IMPRIMEUR ACTUEL EST MENACÉ DE DISPARITION PURE ET SIMPLE**

Ensuite, l'impératif pour une stratégie de développement efficace revient désormais à construire un modèle économique « INTÉGRÉ ».

Il devra mobiliser tous les programmes « en même temps » au service du développement de la presse.

I. MOBILISER LES CAPACITÉS COLLECTIVES

1. Renforcer l'action des groupements professionnels : agir sur le statut de la presse pour favoriser les mesures économiques et fiscales soutenant la rentabilité économique des journaux

❖ LE RÔLE DES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES : LE GEPIC

Les éditeurs ont créé le GEPIC sur le fondement d'une conviction : renforcer la solidarité entre les publications et assurer la représentativité de la presse. Il est important qu'il s'attache à formuler et à rendre public avec force son programme sur les points essentiels suivants :

- **La représentativité.** Faire vivre sa représentativité en l'incitant à s'exprimer publiquement sur les problèmes posés à la presse, sur la législation et sur les orientations majeures du législateur liées à la pérennité des journaux
- **L'aide de l'État.** Solliciter les pouvoirs publics par la création d'un fonds d'aide à la presse pour participer au financement des structures de développement. Faire des propositions concrètes et ne pas se limiter au « *y a qu'à, faut qu'on...* ». S'appuyer sur le nouveau code de l'information qui statue sur la création de ce fonds
- **États généraux de la presse voulus par le Président de la République.** Participer comme acteur central et partenaire privilégié des pouvoirs publics
- **La distribution.** Formaliser l'extension du réseau de distribution et communiquer sur cette réalisation majeure : « montrer et démontrer » aux pouvoirs publics, aux partenaires et aux marchands de journaux les enjeux de cette organisation
- **La publicité.** Finaliser la régie commune après l'accord signé le 17 avril entre les journaux; évènement majeur après plus de deux ans de discussions et plusieurs missions sur le sujet. Construire la ligne de produits avec les radios locales suite à l'accord signé le 12 mai 2021. Communiquer sur la puissance de cette association des quotidiens qui additionnent leurs audiences au profit des commerçants et des industriels. Organiser une présentation publique des prestations mises en place pour permettre aux pouvoirs publics et aux clients d'améliorer leurs résultats par une communication puissante et performante...dans les médias.
- **Participer à la mutualisation de la vente d'espaces publicitaires à l'échelle de l'Océan indien. En partenariat avec l'Union francophone pour un véritable « plan d'action des médias numériques » ; à créer et à promouvoir.**

2. Organisation de l'action opérationnelle de l'UEPC (GIE) pour la conception, l'exploitation, le développement de l'imprimerie,

❖ L'UEPC : L'IMPRIMERIE, ENJEU MAJEUR

- Constituer un groupe de travail avec Graphica pour se rapprocher du projet du gouvernement : remettre au centre de l'action la création vitale de cette imprimerie
- Relier ce groupe de travail à notre partenaire Kodak pour relancer la recherche d'équipements au meilleur rapport qualité/prix,
- **Préalable** : Reconstruire le montage financier sur des bases nouvelles dans le cadre géographique de l'océan indien
- Désigner un porteur de projet UEPC, pour suivre le plan de marche de la mise en place et participer aux négociations et à la recherche des financements avec AMFC et AMFI.

II. CRÉATION DE L'IMPRIMERIE

1. Créer l'imprimerie communautaire, facteur clé du modèle économique,
2. Mise en production des publications
3. Plan de développement du « hors presse » sur le périmètre de l'Océan indien.

III. RENFORCER LA PROFITABILITÉ PAR LE DÉVELOPPEMENT DES REVENUS DES PUBLICATIONS

3.1. LA STRATÉGIE PRODUIT, CLÉ DU DÉVELOPPEMENT : LE CONTENU DES JOURNAUX

1. Programme d'adaptation des contenus rédactionnels avec des éditions spécifiques à chaque territoire
2. Mise en œuvre d'un plan de développement des ventes sur les trois îles.

Après les premières années, le programme central de développement porte sur l'évolution du contenu des journaux. La distribution est un facteur clé pour accompagner la progression des ventes, mais la publicité dépend de l'audience donc de l'évolution positive des ventes.

La formation continue s'est essentiellement adressée aux journalistes, très peu aux dirigeants. Outre la professionnalisation des journalistes, l'effort doit aussi être porté sur les personnels commerciaux, les cadres et dirigeants, sur la spécialisation et la mise en application des acquis au sein des entreprises de presse.

°°°CETTE ORIENTATION SERA TRÈS PARTIELLEMENT POSSIBLE SANS L'IMPRIMERIE EN PROJET

3.2. LA LIGNE DE PRODUITS PUBLICITAIRES

1. Mobilisation de la régie publicitaire commune aux trois titres

2. Mobilisation des lignes de produits communes « radio-presse écrite »
3. Mutualisation de la vente d'espaces sur une plateforme numérique commune aux médias de l'Océan indien

IV. L'OFFRE DE FORMATION

1. Adapter l'offre de formation pour favoriser l'évolution des contenus des publications, poursuivre le programme de base (le passeport, pour les jeunes sans diplômes)
2. Créer un programme de formations spécialisées pour accompagner la professionnalisation des personnels (journalistes, commerciaux, techniques)
3. Créer un programme de formation en immersion dans les journaux
 - Fonctionnement des rédactions et adaptation des contenus aux attentes du public
 - Pratique de la gestion et du management en immersion
 - Formuler et actualiser les besoins en formation continue
 - Évaluation des résultats.
4. Poursuivre le programme des formations en immersion dans les radios locales et à l'ORTC
 - Management de l'antenne
 - Professionnalisation des journalistes
 - Programmes de suivi et de mise en œuvre

V. CRÉER UN « ORGANE » DE DÉCISION ET DE PILOTAGE COLLECTIF

Créer et réunir un « comité de pilotage du développement » dont la fonction serait de :

- Contrôler les plans d'action communs et sectoriels
- Favoriser l'échange et la coordination avec les différents acteurs publics et privés
- Aménager et adapter en plan glissant le plan de développement
- Acter et mettre en place les actions correctives.

VI. AMF COMORES « ACTEUR DU DÉVELOPPEMENT »

- **C'est l'un des grands « outils » (créé le 26 novembre 2020)** pour accompagner la prise d'autonomie et « l'autosuffisance » en moyens d'expertise, de formation et de financements
- Programme d'action à moyen terme pour accompagner les organisations professionnelles et le promouvoir avec le réseau AMFI (France, Madagascar)

VII. CRÉDIBILISER L'INDÉPENDANCE DES JOURNAUX : LE RÔLE DE L'ODMC

1. Crédibiliser l'Observatoire de la Déontologie des Médias Comoriens dans son expression « solennelle » par la publication de ses recommandations publiques
2. Veiller à l'action de régulation et de moralisation de la profession
3. Veiller au respect du droit des personnes, des institutions et de la liberté d'expression
4. Promouvoir l'autodiscipline des rédactions
5. Pérenniser son financement

VIII. RENFORCER LA PROFESSIONNALISATION DES RADIOS LOCALES

Lors de la venue sur place de Remy Jounin (nouveau second vice-président d'AMFI) en octobre 2021 ont été actées différentes actions visant à :

1. Permettre la diffusion internet des radios locales via une plateforme de streaming mutualisée.
2. Créer des stages de formation en immersion dans les radios locales.
3. Créer des sessions de formation organisées par le CFPJC dans le tout nouveau studio audiovisuel inauguré très bientôt et dont on peut voir la visite effectuée avec le Président du CNPA lors de la remise technique sur cette page : <http://urlr.me/KqJj2>

oooooooooooo

Qui sommes-nous ?

David Bohbot, journaliste économique, directeur de Journal, enseignant en journalisme et en économie, Président d'Actions médias francophones international.

Expérience des médias et du management : Journaliste économique pour la presse régionale et nationale. Direction Générale de deux quotidiens ; d'hebdomadaires d'annonces ; de sociétés de production audiovisuelles ; de journaux télévisés... Présidence ou direction de groupements professionnels. Fondation et gestion de l'association AMF, recherche des financements en France, au Niger, au Mali, en Suisse et en Union des Comores.

Enseignement du journalisme : a enseigné le journalisme économique à l'école publique de journalisme de Tours pendant plusieurs années et à l'Université de Poitiers : les pratiques professionnelles, les genres rédactionnels et l'écriture journalistique (« Parcours : Métiers de la presse et de la communication »)

Expérience de l'Afrique et de la coopération internationale : Niger. Expertise auprès de l'association Contrechamps pour la définition et la mise en œuvre de « la stratégie de développement de la presse écrite et du pôle formation médias au Niger », pour la mise en place d'une « Maison de la Presse » regroupant tous les médias et d'un réseau de distribution de la presse écrite. **Mali :** Conception, coordination et participation aux programmes de développement. Conception et coordination de l'évaluation des médias du Mali. Gestion opérationnelle des partenariats maliens, français et suisses. **Madagascar :** Mission d'évaluation pour la mise en œuvre d'un programme de développement des médias (juin 2012). Relance du GEPIMM (Groupement des éditeurs inactif depuis 30 ans), élargissement des partenariats (21 janvier-1^{er} février 2014), bilan de la coopération avec les médias malgaches après cinq ans de partenariat et plan d'action pluriannuel concernât l'action collective et les entreprises de presse (novembre 2016), Mise en place du programme 2019 (juin 2018). Mise en place du programme 2020 (juin 2019). **Comores.** Audit sur la situation des médias (novembre 2016). Mise en place des structures professionnelles et audit du modèle économique (septembre 2017), Mise en place du programme FSPI (juin 2018) ; programme FSPI deuxième année (juin 2019) Finalisation du FSPI (avril-Mai 2021).

Loïc HERVOUET, Vice-président d'AMFI, Journaliste, directeur de journal, ancien enseignant au CFPJ (Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes à Paris), ancien enseignant et directeur de l'ESJ (École Supérieure de Journalisme de Lille), aujourd'hui président d'honneur du CA.

Expérience des médias et du management : Journaliste de presse écrite et de radio depuis plus de 45 ans avec un parcours riche et diversifié dans plusieurs groupes de presse. Il a dirigé plusieurs quotidiens locaux avant de prendre la direction des publications quotidiennes et périodiques d'un grand groupe de presse français. Il a dirigé ou présidé, comme journaliste ou comme dirigeant, de nombreuses organisations à vocation professionnelle, internationale ou francophone. Journaliste, administrateur de *L'Année Francophone internationale* et du site francophone *Agora*.

Comme formateur, auteur et manager :

- * Créé et préside le GEJN (Groupement d'Études des Journalistes Normands) orienté vers le traitement de l'information économique,
- * Ancien médiateur à RFI, service public de télévision et membre du comité d'éthique de ITÉLÉ
- * Anime les formations à l'écriture au CFPJ et dirige le département de formation permanente pour les techniques rédactionnelles,
- * Dirige l'école de journalisme de Lille et ses filiales de formation en France et à l'international dont il assure la recherche et l'enseignement à l'éthique,
- * Enseigne toujours l'éthique du journalisme à Lille et dans un master par enseignement à distance.
- * Fondateur de l'association « Entretiens de l'information » (lieu de réflexion sur l'exercice du métier de journaliste),
- * Auteur de l'ouvrage (traduit) « Écrire pour le lecteur », rédacteur de la charte éthique de la Fédération Nationale de la Presse Française, directeur et rédacteur en chef des Cahiers du journalisme en collaboration avec l'université de Laval (Québec), finalise la charte éthique des journaux catholiques belges, wallons et flamands, auteur du chapitre « éthique » du manuel de journalisme de l'UNESCO.
- *Auteur de l'ouvrage « Comprendre les Malgaches », dans la collection qu'il dirige chez Riveneuve Editions (Paris). Sortie de « Comprendre les Tunisiens » en novembre 2021.

Expérience de l'Afrique et de la coopération internationale : Journaliste pendant deux ans au « Courrier de Madagascar », enseignant au CFSI (Centre de Formation de Spécialistes de l'Information) à Antananarivo pour l'écriture professionnelle et le traitement de l'actualité, installe le Centre de formation permanente des journalistes vietnamiens à Hanoï, met en place la formation des journalistes scientifiques à Blida (Algérie), conduit plusieurs actions de formation à Sarajevo (Bosnie), intervient en Chine pour les dirigeants de quotidiens de Pékin et Shanghai : « La gestion d'un quotidien en économie de marché », médiateur de Radio France Internationale (RFI), nombreuses actions de coopération au Maroc, en Tunisie et à Madagascar, président de « l'Agora Francophone Internationale » qui publie notamment « L'Année Francophone Internationale », président et président d'honneur du « réseau Théophraste » (réseau international des écoles de journalisme), intervenant programmé, comme membre de « l'Union francophone », à Lomé, Yaoundé, Rabat, etc. Direction pour la Banque mondiale d'un MOOC de huit mois « *journaliste pour le développement* » à destination de cent

journalistes africains francophones.

Interventions à Madagascar :

* Mission d'évaluation pour la mise en œuvre d'un programme de développement des médias (juin 2012).

* « Expert, consultant principal de l'OIF (Organisation Internationale de la Francophonie) pour la préparation des médias à la couverture de la campagne électorale de sortie de crise » et comme observateur pour les élections présidentielles et législatives (janvier, octobre et décembre 2013)

* Mission auprès du GEPIM pour la relance du groupement des éditeurs (janvier 2013). Mission d'expertise : programmes 2014 et négociation et signature de la convention avec le Centre de presse malagasy (octobre 2013). Relance du GEPIMM (Groupement des éditeurs et élargissement des partenariats (janvier 2014). Session de formation sur la couverture de l'information électorale (mai 2014). Expertise auprès du GEPIMM et de l'université (avril, mai 2014).

Expertise : GEPIMM (programme 2016), Université (partenariat avec l'école de journalisme de Tours), ambassade de France, Banque mondiale. (Juin 2015) ; Création du catalogue des missions en entreprise (octobre 2015) ; projet de création d'une agence de presse (mai 2016) ; création du « passeport pour le journalisme » (juin 2019) ; Création du centre de formation des journalistes (octobre 2019). Étude de faisabilité du réseau de distribution (phase 2 avec JP Fécelle).

Interventions en Union des Comores : Consultant médias et formateur pour l'OIF : Appui aux médias comoriens afin de les responsabiliser dans leur rôle d'acteur dans le processus démocratique : préparation des médias comoriens aux élections de sortie de crise, élaboration d'une charte déontologique des médias et d'un guide de couverture des élections ; organisation de sessions de formation, rencontres avec les dirigeants et rédacteurs en chef ; élaboration d'une charte des rédacteurs et rédaction d'un « guide du journaliste en période électorale » (août septembre 2014), session de formation « les fondamentaux du journalisme » (décembre 2016). Audit des médias de service public (septembre 2017), Mission « Unité de formation et organe de régulation » (avril 2018), Première session du passeport professionnel (Octobre 2018) ; Formation des formateurs et Création du centre de formation des journalistes (Novembre 2019). Création du CFPJC (Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes Comoriens (Janvier 2020). Formations à l'écriture et nouvelle formation de formateurs en 2021 à Moroni. Finalisation du FSPI (deux missions en mai et juin 2021)

Rémy Jounin, Vice-président d'AMFI animateur, producteur, directeur de radio locale, formateur en radio, enseignant.

Expérience des médias du management : Animateur (Europe 1, Europe 2, Radio Classique, MFM, Chérie Fm, Rire & Chansons, RTL), **Directeur de Radio locale** (Sport FM, La Radio de la Mer). **Formateur en radio** (France métropolitaine & ultramarine, Afrique et Asie). **Enseignant d'histoire de la radio** au Studio École de France. **Concepteur de webradios** pour une ville et une Maison pour l'Emploi, **montage des studios et animation des stages** accueillant des jeunes en difficulté, y compris en milieu scolaire. **Expérience de la coopération internationale : Missions pour le Ministère des affaires étrangères :** radios nationales vietnamiennes (VOV, VOP), formation des animateurs et journalistes, premier stage de numérisation de l'antenne. Plusieurs

missions dans les radios ghanéennes (GBC, Uniiq FM), formation des animateurs et des journalistes. Ouverture d'un centre formation interne et formation des formateurs. Formation des animateurs des radios communautaires francophones du Ghana. Formation à Paris de plusieurs directeurs de radios nationales et privées (Zambie, Malawi...). Plusieurs missions à l'ORTC (Moroni, Comores) : formation des journalistes et animateurs radio/télé, installation d'un studio de production et formation des utilisateurs. Réalisation d'émissions sur la place des femmes dans la société et les élections locales (diffusées ensuite par l'Unesco). Montage d'un embryon d'agence de presse radio avec production de nouvelles émissions. **Intervention en Union des Comores** : Préparation des programmes pour le FSPI 2 et suivi des grands projets: CFPJC, ORTC, AMFC, conception des programmes radios pour renforcer la professionnalisation des radios locale, supervision de la réception du studio etc. (octobre 2021)