



DOSSIER DE PRESSE

Lancement d'une grande alliance audiovisuelle francophone



Éditorial

- Plus forts ensemble! 3
- Une convergence tri-média, véritable valeur ajoutée 5

Identité

- Qui sommes-nous? 6

Historique

- Historique des Médias Francophones Publics 7

Objectifs

- Pourquoi avoir fusionné les deux organisations? 8
- Quels sont les enjeux des MFP? 9
- Les objectifs des Médias Francophones Publics

Communication

- Le site des Médias Francophones Publics 10
- Accents, la nouvelle lettre d'e-information
des Médias Francophones Publics 11

Organigramme des Médias Francophones Publics

- Les membres de l'assemblée de direction
et le secrétariat général 12-13

Les partenaires

- **France Médias Monde** Écouter et regarder le monde 14
- **France Télévisions** Partenaire et acteur de la francophonie 15
- **Radio-Canada** Au service des francophones depuis 80 ans 16
- **Radio France** Un engagement pour la langue française,
la francophonie et les cultures francophones 17-18
- **La RTBF** La francophonie au cœur de la démarche éditoriale 19
- **La Radio Télévision Suisse** s'engage pour la francophonie
audiovisuelle 20
- **Télé-Québec** Toujours à l'avant-garde de la francophonie 21
- **TV5Monde** Service public des services publics audiovisuels
francophones 22
- **TV5 Québec Canada** Porte-étendard de la francophonie
mondiale au Canada 23



Plus forts ensemble !



Gilles Marchand
Directeur de la RTS
et Président des Médias
Francophones Publics

Notre paysage médiatique est plus bouleversé que jamais. Avec certes de nombreux risques à la clé. Mais avec de réelles chances aussi pour les services publics, qui, avec leurs contributions essentielles à la cohésion sociale, au bon fonctionnement de nos démocraties et à l'animation de la vie culturelle, sont plus indispensables que jamais !

Pour engager ce débat décisif, **il convient de rassembler les forces, de parler d'une voix cohérente, de favoriser la circulation des savoir-faire entre médias publics.** D'autant plus que l'espace et les valeurs francophones, dans cette société numérique globalisée, méritent toute notre attention.

Heureusement, la collaboration entre radios et télévisions se développe rapidement, particulièrement sur les plateformes numériques qui touchent les jeunes. Le comportement média du public est moins lié aux vecteurs que par le passé, il est moins linéaire, plus mobile, plus « à la carte », pour l'audio comme pour la vidéo.

Au Canada, en Belgique et en Suisse, les membres des « Médias Publics Francophones » développent aujourd'hui des activités dans le domaine de la radio, de la télévision et du Web. **En France,** Radio France a une stratégie numérique ambitieuse et propose des enrichissements visuels de ses émissions radio. Les collaborations avec France Télévisions sont appelées à se renforcer, notamment dans le domaine de l'information. France 24 et RFI sont déjà réunies au sein de d'une organisation commune. TV5Monde travaille étroitement avec ses partenaires francophones, au Nord comme au Sud.



Les Radios Francophones Publiques et la Communauté des Télévisions Francophones fusionnent pour donner naissance à une nouvelle alliance: Les Médias Francophones Publics

Il faut donc accompagner ce mouvement collaboratif et encourager tout effort de simplification et de synergie dans le contexte de pressions budgétaires très sérieuses auxquelles tous les médias publics comme privés sont soumis.

Autant de raisons qui ont incité les dirigeants de la RTBF, de Radio-Canada, de la Radio Télévision Suisse, de Radio France, de France Télévisions, de TV5Monde, de TV5 Québec Canada, Télé-Québec et de France Médias Monde, à **lancer un projet stratégique de rapprochement associatif.**

C'est ainsi qu'aujourd'hui les RFP (Radios Francophones Publiques) et la CTF (Communauté des Télévisions Francophones) fusionnent pour donner naissance à **une nouvelle alliance: Les Médias Francophones Publics.**

Gilles Marchand



Une **convergence tri-média**, véritable valeur ajoutée

Forte de ses neuf groupes de médias de service public, l'organisation **Les Médias Francophones Publics** touche aujourd'hui – hors TV5 Monde et le groupe France Médias Monde (RFI et France 24) –, par l'intermédiaire des chaînes nationales de radio et de télévision belges, suisses, françaises et canadiennes, **un public spécifiquement francophone de plus de 56 millions d'individus** différents, sans inclure ceux atteints par les médias numériques.

Avec près de 23 000 membres des personnels et plus de 5 500 journalistes, les MFP disposent ainsi d'une capacité d'échange, de partage, de collaboration et de coproduction tout simplement hors du commun.

Les Médias Francophones Publics, ce sont aussi désormais **près de deux cents cadres supérieurs et opérationnels** qui se répartissent dans dix commissions en télévision et quatre commissions en radio. Poussées par une forme d'évidence, certaines d'entre elles ont déjà été amenées à fusionner.

Mais si la convergence des médias télé et numériques d'une part, radio et numériques d'autre part est effectivement une évidence, celle qui rapproche la télé et la radio dans l'expression de projets communs l'est sans doute moins, surtout pour les entreprises qui, à la différence de France Médias Monde, la RTBF, la RTS ou encore Radio-Canada, n'opèrent pas les trois médias.

Pourtant, **la convergence tri-média** – même pour des entreprises sans lien filial entre elles – **porte en ses gènes une véritable valeur ajoutée**, tant en termes de complémentarité des contenus que d'addition des publics. Le projet de chaîne d'info continue porté par Radio France et France Télévisions en est sans doute un exemple les plus probants.

À travers le fonctionnement des outils dont nous disposons – principalement des commissions organisées par genres de programmes ou par natures de chaînes, ainsi que des groupes de travail thématiquement dédiés, décloisonnant les genres et les médias – peuvent s'exprimer les valeurs et les **objectifs des Médias Francophones Publics**: **échanger de l'expérience, partager de l'information, anticiper les grands mouvements de fond liés aux nouveaux usages numériques** et, surtout, coproduire des programmes et des contenus destinés à toutes nos chaînes et plates-formes numériques.

Depuis janvier 2016, il revient au **Secrétariat général des Médias Francophones Publics de coordonner et d'animer** l'ensemble des acteurs des mondes de la radio, de la télévision et des médias numériques, pour exprimer d'une seule voix – francophone – la créativité et l'excellence des entreprises audiovisuelles de service public.



Éric Poivre
Secrétaire général
des Médias
Francophones Publics

Coordonner et animer l'ensemble des acteurs des mondes de la radio, de la télévision et des médias numériques pour exprimer d'une seule voix la créativité et l'excellence des entreprises audiovisuelles de service public.

Éric Poivre



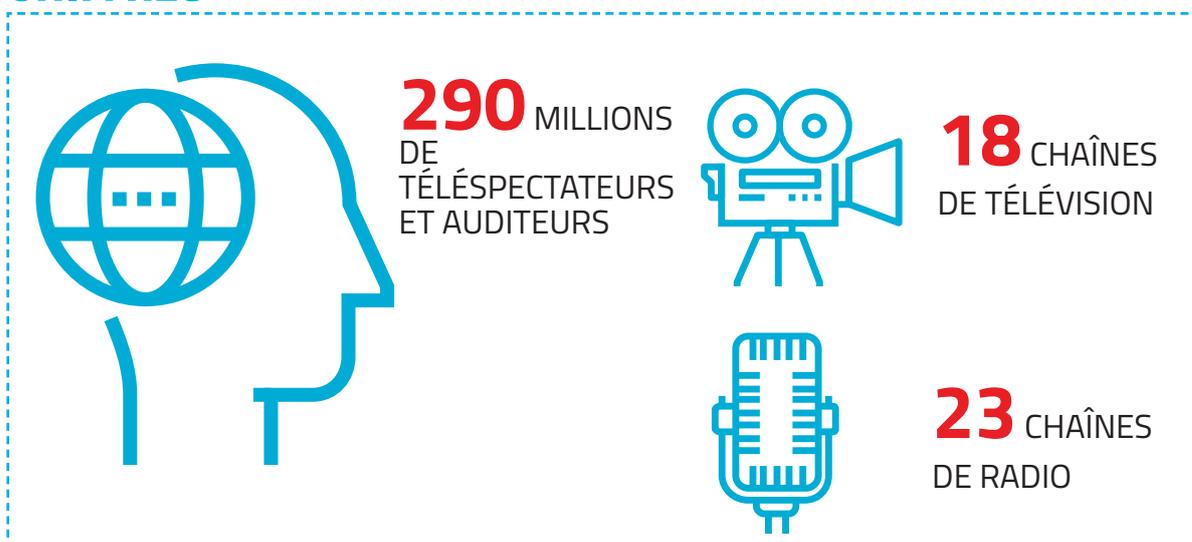
Qui sommes-nous ?

Les Médias Francophones Publics rassemblent **neuf grands groupes de médias, radios et télévisions, des pays francophones du Nord :**

- France Médias Monde
- France Télévisions
- Radio-Canada
- Radio France
- la RTBF
- la RTS
- Télé-Québec
- TV5Monde
- TV5 Québec Canada

Forte de 18 chaînes de télévision, de 23 chaînes de radio, tant nationales que régionales ou d'outre-mer, sans compter leur présence sur les réseaux sociaux, leurs plateformes numériques, leurs applications et la diffusion de programmes à l'international grâce à France 24, RFI et TV5Monde, nos médias et nos programmes touchent chaque jour près de 290 millions de téléspectateurs et auditeurs partout dans le monde.

CHIFFRES





Historique des Médias Francophones Publics (Les MFP)

Jusqu'en décembre 2015 existaient Les RFP et la CTF.



Les Radios Francophones Publiques (RFP)

La "Communauté des Radios publiques de langue française" (CRPLF) qui existait depuis 1955, a laissé sa place, en 2002, aux "Radios Francophones Publiques" (RFP).

L'association des quatre plus grands diffuseurs publics francophones que sont Radio France, la Radio-Télévision Suisse (RTS), Radio-Canada et la Radiotélévision Belge de la Communauté Française (RTBF) a constitué un lieu privilégié de rencontres, d'échanges et surtout de création.

L'ouverture aux pays et radios francophones du Sud était une des missions des RFP (en collaboration avec le CIRTEF (Conseil international des radios télévisions d'expression française): échanges de programmes, actions de formation, émissions coproduites avec les radios du Sud.

COPRODUCTIONS

- *La librairie francophone*: l'émission littéraire des RFP
- *L'actualité francophone*
- De nombreuses coproductions ponctuelles.

Les Radios Francophones Publiques décernaient chaque année des prix destinés à encourager et récompenser les talents de chaque radio de l'association: **La Bourse Payot, Le Prix du Jeune Soliste, Le Prix du Journalisme radio.**

La Communauté des Télévisions Francophones (CTF)

Créée en 1964 par des organismes de télévision la CTF avait pour objectifs prioritaires de **favoriser les échanges et la collaboration entre les chaînes de télévision publiques francophones** de rassembler les énergies, confronter les idées, encourager la recherche et l'innovation, soutenir les projets de collaboration et de coproduction dans tous les genres de programmes et sur tous les supports, **promouvoir la francophonie et la diversité culturelle**, développer la coopération et les partenariats avec d'autres médias francophones publics.

Les chaînes membres ont développé toutes formes de collaborations, coproductions et échanges appropriés à leur activité. Elles se sont également engagées aux côtés de ses partenaires privilégiés, l'OIF (Organisation Internationale de la Francophonie), le CIRTEF (Conseil international des radios télévisions d'expression française) et les RFP (Radios Francophones Publiques) dans le combat pour la promotion de la francophonie, des médias publics, et de la solidarité entre le Nord et le Sud dans le domaine télévisuel.

Elle rassemblait jusqu'en décembre 2015 les chaînes françaises, suisses, belges et canadiennes: **France 2, France 3, France 4, France 5, TV5Monde, France Ô et Outremer 1ère, la RTBF, la RTS, Radio-Canada, Télé-Québec, RDI et TV5 Québec Canada.**



Pourquoi avoir fusionné les deux organisations ?

Pour adapter l'offre aux évolutions de consommation dans un contexte économique restreint et mobiliser les acteurs de l'audiovisuel francophone public.

Le principal défi réside dans l'adaptation de nos chaînes de radio et de télévision à un bouleversement complet des modes de consommation des médias.

L'offre concurrente augmente de manière exponentielle, surtout en télévision avec le développement des chaînes thématiques. Les nouveaux outils comme les tablettes et surtout les performances de la téléphonie mobile impliquent de nouvelles relations entre le public et les médias.

La relation passe d'une logique verticale de chaînes radio ou télévision, à une logique horizontale de contenus thématiques, consommés à la carte et passant d'un média à l'autre.

Il est devenu essentiel d'adapter l'audiovisuel public à cette révolution, afin qu'il reste aussi performant qu'aujourd'hui et qu'il conserve toute sa légitimité.

Tout en gardant les spécificités de chaque pays et de chaque organisme, les associations internationales francophones de radios et de télévisions publiques ont souhaité **accompagner et refléter l'évolution de la consommation des médias.**

C'est pourquoi les RFP (Radios Francophones Publiques) et la CTF (Communauté des Télévisions Francophones) fusionnent et donnent naissance en début d'année 2016 à une organisation complètement intégrée, **les Médias Francophones Publics.**



Quels sont les enjeux des MFP ?

Face aux nouvelles pratiques médiatiques, notamment chez les plus jeunes et les plus connectés, aux nouveaux concurrents qui s'investissent massivement dans le numérique et aux nouveaux producteurs de contenus, distributeurs, grands opérateurs qui développent le multisupport délinéarisé, Les MFP constituent un espace unique d'échanges d'expertises, un lieu de réflexion qui permet à nos médias d'accompagner les mutations d'un paysage de médias globalisé et de travailler sur la convergence entre radios, télévisions et Web.

Dès lors, les enjeux sont à la hauteur des défis à relever : valoriser les offres tous azimuts, renforcer concrètement les liens, partager les expériences 360° – radio, TV, Web – déjà expérimentées chez les Suisses, Belges et Canadiens, conquérir de nouveaux publics de plus en plus exigeants, inventer de nouveaux modèles et faire la part belle aux innovations.

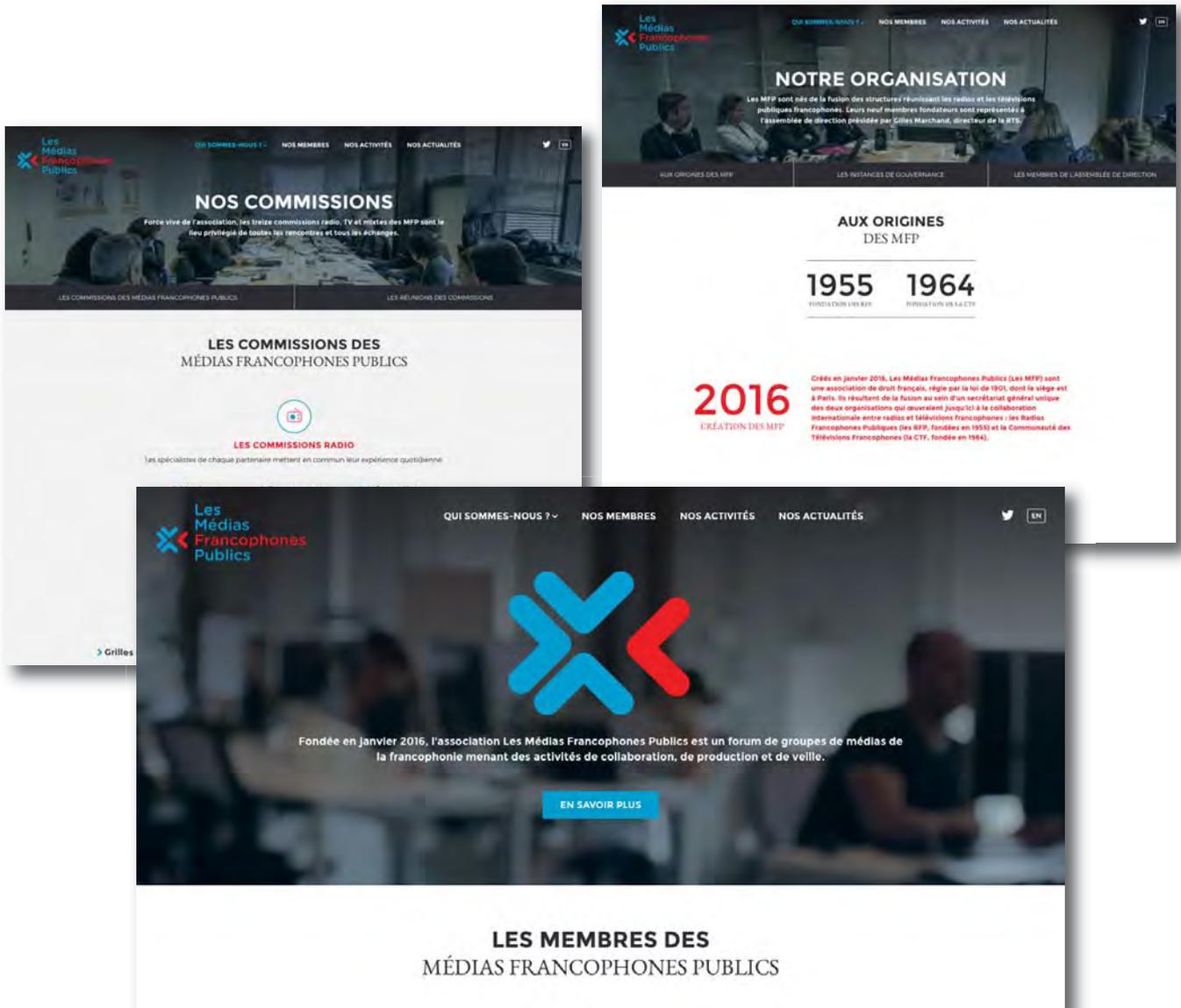
Les objectifs des Médias Francophones Publics

- **Soutenir le développement de nouveaux contenus multimédias** et de nouveaux formats destinés à tous nos médias, diffusés sur tous les supports ;
- **Améliorer les performances des créateurs** et des diffuseurs de contenus multimédias par des échanges d'expertises, le renforcement des compétences, en incitant chacun à un travail de veille, en valorisant la créativité et en expérimentant de nouvelles écritures et de nouvelles technologies ;
- **Créer et renforcer un dialogue entre professionnels** pour mutualiser des solutions en encadrant des activités d'intérêts communs, en mettant en place des appels à projets de coproductions, en favorisant l'émergence de nouveaux modèles économiques, en créant des incubateurs et en lançant des hackathons ;
- **Rayonner partout où nos valeurs de service public peuvent être relayées**, entendues et surtout soutenues, partout où la défense de cette langue française qui nous unit constitue un enjeu prioritaire ;
- **Soutenir nos médias publics auprès des États**, des régulateurs et des partenaires, afin de consolider et de renforcer leur visibilité et de favoriser la mise en œuvre des moyens et leur pérennité ;
- **Nouer de nouveaux partenariats**, notamment avec les acteurs de l'audiovisuel public, du monde culturel et des producteurs.



www.lesmediasfrancophones.org

Le site des Médias Francophones Publics





Accents

La nouvelle lettre d'e-information des Médias Francophones Publics

On apprend l'importance d'un bon titre dans les écoles qui forment nos jeunes aux métiers de l'audiovisuel: il doit formuler aux auditeurs, téléspectateurs ou internautes une promesse qui suscitera l'envie de vivre l'expérience qu'il incarne jusqu'au bout.

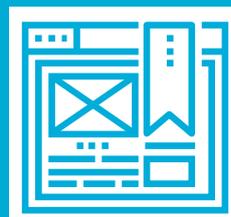
Accents vous propose de découvrir, de l'intérieur, la vie des entreprises publiques membres de notre nouvelle organisation Les Médias Francophones Publics.

Ils seront ainsi mis – ces accents – sur nos réalisations les plus remarquables, sur toutes ces nouveautés que nous portons avec enthousiasme et qui enrichissent nos antennes, sur les outils et méthodes de travail qui nous permettent de mieux

aborder les grands virages qui nous sont imposés et sur les acteurs de nos entreprises qui, chaque jour, contribuent à les faire fonctionner avec talent et inventivité.

Accents évoque aussi ces musicalités, ces couleurs vives qui jaillissent de nos parlers belges, français, suisses et canadiens. Ils nous distinguent tout en nous rapprochant; joli paradoxe!

Nous souhaitons cette nouvelle lettre d'information à l'image des objectifs de notre association: **un espace convivial de partage d'expériences et d'échange d'informations pluri-médias**. Nous formulons le vœu qu'elle nous permette d'apprendre à mieux nous connaître, avec simplicité et bonne humeur.



Adressez votre
demande
d'abonnement
par mail à:
info@lesmfp.org



Organigramme des Médias Francophones Publics

LES MEMBRES DE L'ASSEMBLÉE DE DIRECTION



Louis LALANDE
Vice-Président principal



Jean-Paul PHILIPPOT
Administrateur général



Christian VION
Secrétaire général



Mathieu GALLET
Président directeur général



Patricia PLESZCZYNSKA
Directrice générale de ICI Radio-Canada Première et Services régionaux



Francis GOFFIN
Directeur général des radios



Jérôme CATHALA
Directeur des Relations et des Coopérations internationales



Maïa WIRGIN
Secrétaire générale

RADIO-CANADA

RTBF
Radiotélévision belge de la communauté française

FRANCE TÉLÉVISIONS

RADIO FRANCE



**Président
des MFP**

**Gilles
MARCHAND**
Directeur



**Yves
BIGOT**
Directeur
général

TV5MONDE



**Marie-Philippe
BOUCHARD**
Présidente
directrice
générale

**TV5
QUÉBEC CANADA**



**Denis
BÉLISLE**
Directeur
général

TÉLÉ-QUÉBEC



**Marie-Christine
SARAGOSSE**
Présidente
directrice
générale

**FRANCE
MÉDIAS MONDE**



**Gilles
PACHE**
Directeur
des
Programmes
radio et TV

RTS
Radio Télévision Suisse

LE SECRÉTARIAT GÉNÉRAL



Éric POIVRE
Secrétaire
général

Kooka LATOMBE
Coordinatrice des activités radio

Hervé LEFÈVRE
Coordinateur des activités numériques

Fabienne SAINT-CRIQ
Coordinatrice des activités TV & chargée de communication



Les partenaires



Des chaînes du groupe France Médias Monde

France Médias Monde

Écouter et regarder le monde

Le groupe France Médias Monde réunit France 24, la chaîne d'information continue trilingue, RFI, la radio mondiale, et Monte Carlo Doualiya, la radio universaliste en langue arabe. Les trois chaînes émettent depuis Paris à destination des cinq continents, en quinze langues.

Les journalistes du groupe France Médias Monde et son réseau de correspondants offrent aux auditeurs, téléspectateurs et internautes **une information ouverte sur le monde et sur la diversité des cultures et des points de vue**, à travers des journaux d'information, des reportages, des magazines et des débats. **66 nationalités sont représentées parmi les salariés.**

Chaque semaine, RFI, France 24 et Monte Carlo Doualiya rassemblent **près de 100 millions d'auditeurs et de téléspectateurs** (mesurés dans moins du tiers de leurs pays de diffusion).

Les trois médias du groupe cumulent **30 millions de visites dans leurs environnements numériques chaque mois** (moyenne 2015) dont près de 40 % sur les offres en langues étrangères.

Ils rassemblent **35 millions d'abonnés sur Facebook et Twitter** (décembre 2015). France Médias Monde est un des actionnaires et partenaires de la chaîne francophone généraliste TV5MONDE.

L'ENGAGEMENT FRANCOPHONE

Les trois médias de France Médias Monde parlent le français et 14 autres langues. **La langue française est le ciment qui permet de communiquer au sein du groupe, et rassemble 60 % des audiences linéaires et numériques de ses médias.**

Le multilinguisme pratiqué par les trois médias est également un atout pour l'apprentissage du français, mission essentielle de RFI en particulier. En s'adressant aux apprenants dans leur langue maternelle, RFI les amène en douceur vers la langue française.

Le service RFI Langue Française, référent dans tout le réseau des professeurs de français langue étrangère à travers le monde, élabore des outils pédagogiques à partir des contenus radio.

Lancé récemment, le site RFI Savoirs propose désormais

aux internautes d'apprendre en français en plus d'apprendre le français.

Mais la langue n'est pas qu'un simple outil de communication, elle est une manière de **comprendre le monde** en le nommant.

Au-delà, dans toutes leurs langues, RFI, France 24 et Monte Carlo Doualiya **racontent quotidiennement la Francophonie comme espace de valeurs, de culture et de civilisation**, à travers leurs contenus éditoriaux, des partenariats et des actions de coopération sur tous les continents.

Le 16 mars dernier, le groupe France Médias Monde a d'ailleurs formalisé cet engagement à travers la **signature d'un accord cadre avec l'Organisation Internationale de la Francophonie**, portant notamment sur le développement d'actions pour apprendre et promouvoir la langue française, le développement d'une communauté francophone porteuse de pratiques innovantes et le traitement dans des conditions optimales des actualités liées à la Francophonie.

FRANCE MÉDIAS MONDE ET LES MÉDIAS FRANCOPHONES PUBLICS

Marie-Christine Saragosse, Présidente-directrice générale de France Médias Monde: « *Le groupe France Médias Monde, en particulier à travers RFI et France 24, a naturellement rejoint Les Médias Francophones Publics, qui donnent un nouvel élan à la coopération entre les médias francophones de service public. L'association, à travers des rendez-vous réguliers réunissant les partenaires sur différentes thématiques ciblées et opérationnelles, vient renforcer les possibilités de collaboration entre les membres.*

Échanges de programmes et de bonnes pratiques, collaborations éditoriales ou encore union de forces au service d'intérêts communs: France Médias Monde, confronté quotidiennement à la concurrence toujours plus grande du paysage audiovisuel mondial, mesure pleinement l'intérêt de cette association au service de la vitalité de la sphère médiatique francophone. »

CONTACT

Thomas Legrand-Hedel

• thomas.legrand-hedel@francemm.com

• Tél. + 33 (0) 1 84 22 83 02



France Télévisions

Partenaire et acteur de la francophonie

Premier groupe audiovisuel français, France Télévisions se compose de cinq chaînes de télévision nationales – France 2, France 3, France 4, France 5 et France Ô –, auxquelles il faut ajouter les vingt-quatre antennes régionales de France 3, ainsi que neuf antennes, autant de radios ultramarines et une offre complète de services numériques associés.

Conformément à ses engagements de service public, France Télévisions a fait de l'investissement dans la création audiovisuelle et cinématographique française sa priorité absolue. France Télévisions joue ainsi un rôle essentiel dans la force et la diversité de la création audiovisuelle: premier partenaire de la création en France, le groupe demeure fidèle à son ambition de constituer un patrimoine audiovisuel français et européen et participe ainsi au rayonnement de la langue française et des cultures francophones.

Le groupe France Télévisions est particulièrement attaché au développement des échanges et de la coproduction de programmes en français et à contribuer au rayonnement de la francophonie dans le monde en tissant des liens avec les autres médias francophones publics.

Par ailleurs, France Télévisions est le partenaire et acteur majeur de la francophonie tout au long de l'année et assure une partie de la politique de l'audiovisuel extérieur, notamment dans un cadre multilatéral: coproductions, achats, diffusion et distribution.

CONTACT

Jessy Daniac

• Tél. +33 (0) 1 56 22 67 09

Emma Meguerditchian

• Tél. + 33 (0) 1 56 22 56 46



Radio-Canada

Au service des francophones depuis 80 ans

Accompagner les auditoires dans leurs nouvelles attentes et habitudes de consommation média, plus numériques et mobiles que jamais, c'est le défi que tous les diffuseurs doivent relever. Créée en 1936 pour offrir aux Canadiens francophones des histoires dans lesquelles ils se verront et se reconnaîtront, Radio-Canada continue de porter cette mission au XXI^e siècle en offrant à ses auditoires des contenus captivants et pertinents, dans leur langue, sur une multitude de plateformes.

Présente d'un océan à l'autre sur l'immense territoire canadien, **Radio-Canada donne aux francophones de partout au pays un espace où ils peuvent se retrouver, s'exprimer, s'informer et se divertir.** Véritable îlot au cœur d'une Amérique anglo-saxonne, les francophones du Canada connaissent mieux que quiconque l'importance de garder vivante leur langue et leur culture. Dans ce contexte, **il est impératif de créer des ponts avec les francophones des quatre coins du monde** pour permettre à notre langue et notre culture de continuer de s'épanouir.

C'est dans cet esprit que depuis plus de cinquante ans, sous une forme ou une autre, **Radio-Canada collabore activement avec les radios et télévisions publiques de la grande Francophonie internationale.** Que ce soit de façon bilatérale ou multilatérale, dans l'axe Nord-Nord ou Nord-Sud, le diffuseur public canadien a développé des relations fructueuses qui ont permis aux francophones d'élargir leurs horizons.

« Les forums d'échanges et les projets auxquels nous contribuons constituent un tremplin international extraordinaire pour les créateurs et les productions francophones canadiennes de tous horizons, affirme Louis Lalande, vice-président principal de Radio-Canada. Du même souffle, cela nous permet de donner à nos auditoires un accès privilégié à toute la diversité des accents et des cultures qui fait la richesse de l'espace francophone mondial. Le virage numérique que nous vivons tous aujourd'hui présente une occasion unique que nous devons saisir pour renouveler cette collaboration et lui donner un nouveau souffle. C'est le défi que je propose à mes collègues des Médias Publics Francophones! »

Radio-Canada salue la création des Médias Publics Francophones et est fière de s'allier à d'autres médias de service public qui, comme elle, ont à cœur de garder vivante la langue française et la culture francophone partout dans le monde.

À PROPOS DE RADIO-CANADA

Principal producteur en Amérique de contenu radio, télévision, Web et mobile de langue française, Radio-Canada offre une douzaine de services médias.

Elle propose **quatre chaînes de télévision :**

- ICI Radio-Canada Télé
- ICI RDI
- ICI ARTV
- ICI EXPLORA

Deux réseaux nationaux de radio :

- ICI Radio-Canada Première
- ICI Musique (et son pendant numérique ICIMusique.ca), ainsi qu'une radio internationale multilingue et des radios par satellite sur l'Amérique du Nord.

Radio-Canada compte aussi 19 stations régionales multiplateformes d'un océan à l'autre.

Sur le Web et en mobilité, **ICI Radio-Canada.ca est un des sites médias les plus visités par les francophones**, alors qu'**ICI Tou.tv demeure une destination de choix pour le contenu vidéo francophone sur demande.** Unique en son genre, **Première PLUS offre aux internautes un vaste choix de contenus audio de langue française** permettant aux internautes un regard en profondeur sur de nombreuses thématiques.

CONTACT

Marc Pichette

Directeur, Relations publiques, promotion et partenariats Radio-Canada

- marc.pichette@radio-canada.ca
- Tél. + 1 514 597-4140



Radio France

Un engagement pour la langue française, la francophonie et les cultures francophones

Radio France, premier groupe radiophonique français, fort de 14 millions d'auditeurs quotidiens, s'engage résolument au sein du réseau des Médias Francophones Publics en offrant un vrai choix de service public, diversifié, complémentaire et moderne, au service de la culture, de la langue française et de la francophonie.

Radio France développe des liens étroits avec ses partenaires de l'audiovisuel public français et européen, soucieux d'améliorer les échanges et la coproduction de programmes en français, de favoriser l'engagement d'actions communes et de contribuer à la promotion et au rayonnement de la francophonie dans le monde.

Créer du débat, des échanges et des passerelles entre les cultures, informer, découvrir des talents, confronter les idées et contribuer aux valeurs d'ouverture, de tolérance et de diversité, telles sont les missions que Radio France défend quotidiennement sur ses antennes, ses supports numériques et dans l'ensemble de ses activités culturelles et éducatives.

Cette démarche prend notamment toute son acuité dans le contexte actuel, où la radio de service public se doit plus que jamais d'assurer son rôle : être un acteur majeur de l'information et de la culture créateur de liens et d'échanges, de rencontres et de création, qui dépasse les cloisonnements culturels, géographiques, générationnels et sociaux.

RÉFLÉCHIR AUX USAGES ET AUX ENJEUX DE LA LANGUE FRANÇAISE

Quotidiennement, au travers d'émissions, de journées spéciales ou d'événements emblématiques, Radio France réjouit tous les amoureux de la langue française et de la culture francophone et invite les auditeurs à réfléchir aux usages et aux enjeux de la langue française, aussi bien dans la littérature, la chanson, les savoirs que le quotidien de toutes et tous. Le groupe mène une politique active de soutien en faveur de la diversité musicale et des talents de la scène

LA LANGUE FRANÇAISE SUR LES ANTENNES

Sur **FRANCE INTER**, *La Librairie Francophone* d'Emmanuel Kherad fait la part belle aux auteurs et accueille en duplex des libraires des quatre pays pour évoquer leurs coups de cœur et les livres qui font l'actualité dans leurs pays respectifs.

Sur **FRANCE INFO** *Français du monde* propose des portraits de Français qui ont fait le choix de s'installer à l'étranger. Gérald Roux et Gilbert Chevalier décryptent dans la chronique *Expliquez-nous*, un concept ou un mot à la une.

Bertrand Dicale revisite dans *Les chansons qui font l'actu*, l'actualité à travers la chanson francophone, étrangère, ancienne ou actuelle.

FRANCE BLEU, la radio la plus musicale des généralistes, propose une programmation composée à 60 % de chanson française. Les 44 radios du réseau diffusent chaque année près de 6 000 heures de programmes en langues régionales et qui font aussi la spécificité de la langue française : breton, basque, catalan, corse, alsacien, ch'ti...

Sur **FRANCE CULTURE**, l'émission *Des Papous dans la Tête* rassemble des personnalités soumises à des jeux d'écriture et d'invention. Antoine Perraud propose chaque dimanche une variation sur un mot de la langue française.

Sur **MOUV'**, Jean Pruvost dit "Doc' Dico" et Yasmina Benbekai, racontent dans *Le mot de la semaine*, l'histoire d'un mot d'aujourd'hui en une minute trente : à oilpé (à poil), biz (business), flouz (argent) ou encore zonz (prison) trouvent racines et sens.

Sur **FRANCE MUSIQUE**, *La Matinale* de Vincent Josse offre deux heures de culture, de musique live et d'informations pour réveiller les auditeurs en compagnie d'artistes, comédiens, auteurs ou cinéastes.

Lionel Esparza propose tous les soirs dans son *Classic Club* des entretiens en tête-à-tête avec les plus grands interprètes, des rencontres entre amis et artistes, des livres et de la musique.

Enfin, **FIP**, éclectique, défricheuse et avant-gardiste, fait aussi la part belle aux musiques francophones et à la chanson française au travers de sa programmation et de ses émissions.





Radio France (suite)

française et francophone, incarnant la diversité de la production radiophonique et musicale et confirmant son rôle prescripteur.

Les radios du groupe accompagnent également l'essentiel des manifestations, à Paris et en régions, qui célèbrent la langue française, les cultures francophones, la lecture et le goût de l'écrit : *La Semaine de la langue française et de la Francophonie, La journée de la langue française dans les médias audiovisuels, Le Marathon des mots, Étonnants Voyageurs* ou les *Correspondances de Manosque*.

UNE OFFRE DE CONTENUS SPÉCIFIQUES

Radio France poursuit aussi ses efforts en matière de **développement de la distribution internationale de ses programmes**, au travers de partenariats de distribution (dans le réseau des Instituts français) ou en proposant pour le public francophone et francophile une offre de contenus spécifiques que la diffusion numérique rend désormais accessibles dans le monde entier. Le nombre de téléchargements de ses podcasts, notamment à l'étranger, atteste du succès et du rayonnement international des programmes de Radio France (*30 millions de podcasts téléchargés en février 2016 / Source Médiamétrie*).

Le groupe public participe également aux travaux et rencontres organisés par différentes organisations internationales de coopération audiovisuelle, et mène une politique dynamique d'échanges de programmes

et de co-productions musicales (on peut par exemple citer le partenariat de Radio France avec l'AEFE permettant le parrainage, par l'Orchestre Philharmonique de Radio France, de l'Orchestre des lycées français à l'étranger).

La Francophonie n'est pas seulement un espace naturel d'expression et de rencontres, c'est une ambition et un projet collectif. Les Médias francophones publics sont au cœur de cette projection vers l'avenir, parce qu'ils doivent en incarner l'expression et ainsi lui donner son sens. **Ensemble, nous construisons l'avenir de la Francophonie à travers nos médias audiovisuels et radiophoniques publics.**

Et les Médias francophones publics sont désormais un outil indispensable au service de cet objectif majeur.

CONTACT

Gaël Hamayon

- gael.hamayon@radiofrance.com
- Tél. + 33 (0) 1 56 40 21 41
+ 33 (0) 6 84 10 49 91

Marine Billoir

- marine.billoir@radiofrance.com
- Tél. + 33 (0) 1 56 40 16 15
+ 33 (0) 6 28 66 78 28

La RTBF

La francophonie au cœur de la démarche éditoriale

À travers ses trois chaînes de télévision, ses cinq chaînes de radio et ses sites internet, la RTBF est évidemment le média public d'expression francophone en Belgique. S'adressant à 4,5 millions d'auditeurs, téléspectateurs ou internautes, elle reflète la diversité de son audience en valorisant, exposant et diffusant ce qui en fait la richesse et la spécificité. Révélant les talents, mettant en lumière la création ou attestant du patrimoine extrêmement varié de sa communauté, la RTBF donne à voir et à entendre les francophones de Belgique à travers des démarches éditoriales qui se déploient autour de plusieurs axes.

La RTBF, tout d'abord, est un producteur, ce qui signifie que **plus de 50 % des programmes mis à l'antenne en télévision et 90 % en radio sont francophones**. Au printemps, elle a ainsi entamé sur La Une la diffusion de *La Trêve*, première des séries belges francophones désormais mises en chantier. L'ambition est grande. Il s'agit de proposer chaque semaine de l'année un rendez-vous de ce type à destination d'un public que les opérateurs privés ont plus habitué à la fiction américaine.

En radio, sur ses deux chaînes généralistes (La Première et VivaCité) en particulier, la RTBF déploie aussi de nombreux programmes, certains avec ses pairs francophones d'ailleurs. Ceux-ci **mettent en lumière l'expression de l'identité francophone en Belgique et à travers le monde**.

En la matière, il convient également d'ajouter les initiatives prises en matière de webcréation, que cela concerne la fiction (*Typique, Eeuh...*) ou le documentaire (*L'homme au harpon*), récompensés de nombreux prix.

Dans ces genres, précisément, **la RTBF agit également comme coproducteur, avec des partenaires traditionnellement francophones comme elle**. Ces partenariats se concrétisent sur le petit ou grand écran et sur les ondes avec une offre diverse qui exprime parfaitement la pluralité de la Francophonie. Puisque le documentaire de création voisine le téléfilm familial, le feuilleton radiophonique ou le concert.

EXPOSER ET RÉVÉLER

Mais le média public est également diffuseur avec près de **70 % d'œuvres francophones par an en télévision et plus de 50 % de chansons françaises sur la Première en radio**. Dans le premier cas, il s'agit de tous les genres. Dans l'autre, il est question aussi d'exposer et de révéler.

Promoteur de la langue française à travers des rendez-vous d'antenne (*Entrez sans frapper, Tellement Ciné, Babel Express, le Grand Oral...*), des initiatives (*Prix Première, Allumons les idées...*), des partenariats (Festival International du Film francophone de Namur, Mons 2015, capitale européenne de la Culture...) ou des échanges (*Libre Échange, la Librairie francophone, la bourse Payot...*), **la RTBF est pleinement engagée dans des collaborations visant à la coopération et au partage de compétences, de savoirs ou d'expériences** avec maints acteurs du monde audiovisuel et avec une attention naturellement soutenue à ceux réunis au sein des Médias Francophones Publics.

FORMATIONS

Cette fonction d'animation de l'espace francophone passe enfin pour la RTBF par la formation. Celle à destination de l'ensemble des collaborateurs des médias francophones, bien sûr. Celle qui vise également à la création dans l'univers numérique. Celle qui tend surtout à la meilleure connaissance du français par certains publics auxquels elle s'adresse.

CONTACT

Bruno Deblander
Responsable de la Communication

- brde@rtbf.be
- Tél. + 32 27 37 30 13
+ 32 47 58 021 28



La Radio Télévision Suisse s'engage pour la francophonie audiovisuelle

Les programmes de la RTS sont étroitement liés à la Suisse francophone. Ils en expriment la diversité, les grandes évolutions et les préoccupations. Cette proximité va de pair avec l'ouverture sur le monde et une attention marquée pour les cultures francophones. Autant de valeurs qu'incarnent aujourd'hui les Médias Francophones Publics, association présidée par Gilles Marchand, le directeur de la RTS. D'autres collaborations avec des chaînes ou organismes internationaux comme TV5Monde, le CIRTEF ou la Fondation Hironnelle permettent à la RTS de nourrir des liens solidaires et professionnels avec la Francophonie et la coopération Nord-Sud.

Dans une Suisse quadrilingue et multiculturelle, près de deux millions d'habitants parlent le français. C'est à ces locuteurs suisses romands et francophones que sont d'abord destinées les quatre chaînes de radio et deux chaînes de télévision que compte la RTS, en plus de ses différentes plateformes Web.

À travers ses programmes généralistes, culturels, musicaux et de divertissement, la **Radio Télévision Suisse propose quotidiennement des contenus qui valorisent la culture francophone**. Elle en reflète la diversité et les spécificités à travers des fictions, des émissions littéraires, des captations de spectacles d'humoristes, la collaboration avec de grands festivals, des débats publics et des prix de littérature (Prix RTS du public et Prix RTS Littérature Ados). La RTS est par ailleurs chaque année partie prenante de la Journée internationale de la Francophonie et du Sommet international de la Francophonie.

Parmi les nombreuses propositions de la RTS en faveur de la langue française, il y a la **chaîne de radio Option Musique, essentiellement consacrée à la chanson francophone**. Elle contribue à la promotion des créations

en langue française. Plus de cent artistes romands ont été soutenus par Option Musique depuis 1994.

NOUVEAU SOUFFLE SUR LA FRANCOPHONIE

Le partenariat avec les MFP enrichit l'offre de la RTS dans plusieurs domaines liés à la Francophonie à la radio, en télévision et sur le Web. Soulignons par ailleurs que **cette collaboration offre à la Suisse un rayonnement inestimable!**

À la **télévision**, ces échanges donnent lieu à de nombreuses émissions et opérations spéciales. Du divertissement, avec, par exemple, la série *Un air de famille* aux documentaires, de la culture avec des captations de concerts et spectacles à des séries thématiques comme *Un bol d'oxygène*, en marge de la COP21.

À la **radio**, parmi les coproductions récurrentes se trouvent *L'actualité francophone* et l'émission littéraire *La Librairie francophone*, deux rendez-vous hebdomadaires et les grandes séries estivales: les prochaines auront, cet été, les intonations de *Françoise Hardy* (La Première) et les sonorités bigarrées de *Carrefour des Amériques*, une série musicale de 40 épisodes dont la chaîne culturelle Espace 2 est le maître d'œuvre.

La Bourse Payot, Le titre de Jeune Soliste et le Prix du Journalisme radio sont quelques autres exemples fructueux des efforts conjugués pour promouvoir les talents francophones.

La RTS se réjouit de la longévité de l'aventure commune avec les RFP et la CTF et du nouveau souffle que va apporter la convergence de ces dernières sous la bannière Médias Francophones Publics. **Cette nouvelle alliance renforcera échanges, partages d'expériences, coproductions et réflexions autour, de l'évolution numérique des médias.**

RAYONNEMENT DE LA SUISSE FRANCOPHONE DANS LE MONDE

Autres expansions, autres résonances! Grâce à TV5Monde qui diffuse les journaux de la RTS et de nombreuses émissions suisses – 6000 heures de programme chaque année! – la Suisse francophone rayonne aux quatre coins de la planète. Ses valeurs, ses idées, sa culture trouvent là une visibilité extraordinaire.

CONTACT
Chantal
Bernheim,
cheffe de l'Unité
des relations
extérieures
• Tél.
+ 41 79 570 37 02

LA RTS ENGAGÉE DANS LES RELATIONS NORD-SUD

La RTS collabore activement avec le CIRTEF dans le domaine de la formation et de la production pour favoriser les échanges Nord-Sud. En témoignent la création du Centre Régional de Production de Formation de Niamey et le soutien au centre Bophana du Cambodge. Parmi les autres partenariats figurent celui avec la Fondation Hironnelle, ONG suisse qui soutient des médias d'information généralistes, indépendants et citoyens, dans des zones de guerre. La RTS a en outre cofondé « En quête d'Ailleurs » (EQDA), une association qui met en lien des journalistes suisses et d'autres pays du Sud et de l'Est pour leur permettre d'enquêter, en regards croisés, chacun dans le pays de l'autre.



Télé-Québec

Toujours à l'avant-garde de la francophonie

Télé-Québec est fière de se compter parmi les membres des Médias Francophones Publics, aux côtés de chaînes de France, de Belgique, de Suisse et du Canada.

Dans un monde où les télécommunications connaissent de grandes transformations, les télédiffuseurs publics sont le plus à même d'oser des concepts nouveaux et innovants capables de répondre aux besoins d'une population toujours plus sélective et curieuse. Il faut une télévision forte et intelligente pour rejoindre une catégorie de téléspectateurs, parfois moins nombreux, mais tout aussi passionnés, qui s'éloignent de la télévision en général, et francophone en particulier, parce qu'elle ne répond plus à leurs besoins. Télé-Québec répond tout à fait à ce public avisé et exigeant.

Soucieuse de valoriser un français de qualité, Télé-Québec porte toujours une grande attention à la langue utilisée dans les émissions diffusées sur ses ondes, particulièrement celle utilisée dans sa programmation jeunesse qui constitue 42 % de sa grille. Triées sur le volet, ces émissions attrayantes, divertissantes et éducatives, contribuent au développement social et intellectuel d'un jeune public sur les écrans qui lui conviennent.

Depuis près de 50 ans, Télé-Québec façonne le paysage social et culturel du Québec. Elle est aujourd'hui un télédiffuseur, un diffuseur Web, un agrégateur de contenus et un producteur de contenus numériques interactifs. Chaque année, ce sont 4000 heures de diffusion de contenu québécois qui sont diffusées sur ses ondes, en provenance de 50 producteurs québécois (télé et Web).

Grâce à des partenariats déterminants et à son ouverture sur la francophonie, Télé-Québec réaffirme sa pertinence comme diffuseur culturel, tant sur la scène internationale que nationale. Ainsi, en 2015, sa plateforme Web culturelle multidisciplinaire, *La Fabrique culturelle*, a été citée par l'Unesco comme un exemple de bonne pratique pour une culture en réseaux diversifiée.

C'est avec confiance que Télé-Québec réitère son engagement pour une télévision francophone distinctive.

TÉLÉ-QUÉBEC

Télé-Québec est la chaîne de télévision publique à vocation éducative et culturelle du Québec. Elle propose une programmation unique qui a pour but de cultiver le goût du savoir, de favoriser l'acquisition de connaissances, de susciter la réflexion, de promouvoir la vie artistique et culturelle d'ici ainsi que de refléter les réalités régionales et la diversité du Québec.

Outre son siège social établi à Montréal, la Société compte dix bureaux régionaux. On peut suivre Télé-Québec sur Facebook et Twitter. telequebec.tv

CONTACT

Denis Bélisle

Directeur général principal et secrétaire corporatif

• dbelisle@telequebec.tv

• Tél. + 1 514 521 2424 poste : 2251



TV5MONDE

Service public des services publics audiovisuels francophones

En qualité de diffuseur culturel mondial du meilleur de la création francophone, TV5MONDE est membre actif des Médias Francophones Publics.

Espace d'expression plurielle, de la diversité des cultures et des points de vue, TV5MONDE, la chaîne culturelle francophone mondiale, est l'une des premières chaînes du câble et l'un des plus grands réseaux mondiaux à diffuser 24 heures sur 24. TV5MONDE est la chaîne du lien entre tous les francophones sur les 5 continents. Projet culturel sans équivalent, la chaîne a pour mission de promouvoir la langue française et les valeurs de la Francophonie comme la solidarité, la démocratie, la diversité culturelle, les droits de l'Homme, la liberté d'expression, le droit à l'éducation...

Des valeurs revendiquées par les 80 États et gouvernements de la Francophonie dont TV5MONDE est l'opérateur audiovisuel.

Aujourd'hui, TV5Monde c'est :

9 chaînes généralistes spécifiques à chaque région du monde,

2 chaînes thématiques: TiVi5MONDE USA, chaîne jeunesse, et TV5MONDE Style, la chaîne "art de vivre",

2 Web-TV, dédiées à l'Afrique et à la jeunesse.

Son réseau de onze chaînes distribuées dans 291 millions de foyers dans 198 pays, sur toutes les plateformes et OTT, ainsi qu'une programmation localisée et sous-titrée en 14 langues* permettent à TV5MONDE de toucher aussi bien l'élite culturelle et économique que la communauté étendue de francophiles à travers le monde, au-delà des francophones nationaux ou expatriés.

60 MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS

TV5MONDE rassemble chaque semaine en moyenne 60 millions de téléspectateurs (audience cumulée hebdomadaire), avec des modèles économiques distincts selon les régions du monde.

Ces différentes chaînes rendent possible l'adaptation des grilles aux fuseaux horaires, la régionalisation des droits et des contenus pour renforcer l'offre des programmes et mieux la localiser sur chaque chaîne. TV5MONDE propose ainsi une très grande variété de

films exclusifs et sous-titrés, des événements sportifs mondiaux, des documentaires de qualité, des programmes jeunesse, des émissions de cuisine et de design, des jeux télévisés, ainsi qu'un traitement en profondeur de l'information internationale et francophone.

Sa richesse programmatique réside dans la fourniture du meilleur des programmes proposés par ses chaînes partenaires publiques (France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, Arte France, RTBF, RTS, Radio-Canada et Télé-Québec, ainsi que TV5 Québec-Canada), complétée par l'acquisition de programmes et des productions propres. Parmi ces dernières, rappelons *64' le monde en français*, le premier grand JT francophone quotidien au monde, lancé en octobre 2013 et *300 millions de critiques*, le premier magazine culturel qui croise chaque semaine autour de Guillaume Durand, les points de vue des correspondants francophones des chaînes partenaires, lancé en septembre 2014.

2016 devrait concrétiser le lancement de la chaîne jeunesse, TiVi5MONDE, sur le continent africain.

TV5MONDE s'engage aussi dans les nouvelles écritures multimédias (web-doc, projets transmédia, web-séries et autres web-reportages).

Une forte mobilité sur le numérique permet l'accompagnement et le développement de nombreux web-documentaires, en interne (comme *Bruxelles Grand-Place, l'autre visite*) en coproduction avec les chaînes partenaires (tel *Climat sous tension*, une coproduction entre TV5 Québec-Canada et TV5MONDE remarquée et multiprimée dans les festivals), ainsi que l'adaptation et le soutien à la production de séries pour la web-tv Afrique.

Accessible sur tous les écrans, elle propose des offres innovantes sur Internet, le mobile et les réseaux sociaux.

TV5MONDE développe également depuis 20 ans un dispositif multimédia gratuit et interactif pour apprendre et enseigner le français à partir de ses émissions et de ses contenus en ligne. Des centaines de milliers de professeurs de français (langue étrangère) exploitent en classe *Apprendre et enseigner le français avec TV5MONDE*.

* Anglais, allemand, arabe, coréen, espagnol, japonais, chinois (traditionnel et simplifié), néerlandais, portugais, roumain, russe, vietnamien et français.

CONTACT
Nelly Belaiev,
Directrice de la
communication
par intérim
• nelly.belaiev@
tv5monde.org
• Tél. + 33 (0) 1
44 18 55 55



TV5 Québec Canada

Porte-étendard de la francophonie mondiale au Canada

Depuis 1988, TV5 Québec Canada témoigne de la vitalité de la langue française dans le paysage télévisuel canadien en proposant une importante sélection d'émissions en provenance de différents pays francophones. Son principal mandat : contribuer à la promotion et au rayonnement de la diversité culturelle, sociale et linguistique de la francophonie canadienne et internationale. C'est pourquoi TV5 Québec Canada est fière de s'associer au réseau des Médias Francophones Publics et d'en endosser les échanges et les politiques véhiculés.

LA FRANCOPHONIE, UNE RAISON D'ÊTRE

La francophonie est au cœur de toutes les actions de TV5 Québec Canada. Ses deux chaînes TV5 et Unis TV, toutes deux offertes au service de base des télédistributeurs canadiens et sur le Web, desservent un bassin de 10 millions de francophones et francophiles ; un auditoire fragmenté, métissé et surtout, en pleine mutation.

La chaîne TV5, à l'origine de la création de l'entreprise, est la vitrine télévisuelle principale des contenus d'information et de divertissement de la francophonie internationale au Canada. Des émissions canadiennes axées sur la découverte, qui nourrissent la curiosité des téléspectateurs, complètent cette offre unique.

C'est dans le même esprit d'ouverture que la chaîne Unis TV a été lancée en 2014. Unis TV tisse des liens de compréhension, de création et d'identification entre les 2,5 millions de francophones et francophiles canadiens vivant en milieu minoritaire, les rattachant

à la francophonie québécoise, mais également à la francophonie internationale. Par son partenariat avec TV5 Monde, TV5 Québec Canada contribue au rayonnement des productions télévisuelles canadiennes dans le reste du monde.

« Les grandes plateformes numériques et la prédominance des médias anglophones sont autant d'alternatives qui poussent les médias francophones à se dépasser, à comprendre et à alimenter leurs auditoires en contenus, dont la qualité et la pertinence doivent constamment être renouvelées », a souligné Marie-Philippe Bouchard, présidente et directrice générale de TV5 Québec Canada.

TV5 Québec Canada se joint aux MFP afin de nourrir la francophonie et ses valeurs et d'offrir un regard sur le monde qui soit propre à nos cultures, pour faire grandir l'espace des idées et du dialogue.

CONTACT

Mylène Racine
Chef des communications
TV5 Québec Canada
 • mylene.racine@tv5.ca
 • Tél. + 1 514 522-5322 poste 193



Les
Médias
Francophones
Publics



www.lesmediasfrancophones.org

CONTACT PRESSE

Fabienne Saint-Criq

Tél. : + 33 (0) 1 56 22 75 68

Mail : fabienne.saintcriq@francetv.fr

SECRÉTARIAT GÉNÉRAL

Maison de la Radio (M832)

116, avenue du Président Kennedy
75016 Paris - France

Tél. : + 33 (0) 1 56 40 27 41

Mail : lesmediasfrancophonespublics@radiofrance.com