

# **Synthèse des Rencontres professionnelles médias d'information sociale de proximité et radios associatives**

**DAC MAYOTTE, 23 et 24 février 2017**

# Sommaire

<b>Introduction</b>	<b>3</b>
<b>I) L’histoire des médias de Mayotte</b>	<b>4</b>
<b>a) La presse écrite</b>	<b>4</b>
b) La radio, média très bien adapté à la culture orale mahoraise	5
c) La télévision : des contenus locaux encore trop peu nombreux	5
d) Le numérique explose tous les modèles	6
<b>II) Des porteurs de projets qui ont besoin d’accompagnement</b>	<b>7</b>
a) Ciné Musafiri	7
b) 101 Mag	7
c) Radio Parole	7
<b>III) La situation des médias de proximité et des radios associatives à la Réunion</b>	<b>8</b>
<b>IV) Une radio associative engagée : l’exemple de radio Scarpe Sensée</b>	<b>8</b>
<b>V) Le Bondy Blog : l’exemple d’une réussite de média de proximité</b>	<b>10</b>
<b>VI) Fonds de soutien aux médias d’information sociale de proximité et le fonds de soutien d’expression radiophonique : des fonds à connaître pour les structures mahoraises</b>	<b>12</b>
a) Le fonds de soutien aux médias sociaux de proximitéFonds de soutien aux médias d’information sociale de proximité	12
b) Le fonds de soutien d’expression radiophonique : un fonds à solliciter pour les radios mahoraises	13
<b>VII Présentation des porteurs de projet</b>	<b>13</b>
a) Chiconi FM	13
b) Moultaqanour	14
c) Club média du Centre universitaire, de formation et de la recherche	14
d) Kwezi TV	14
e) Web radio du collège de Koungou	14
<b>VIII) Réflexions sur les îles : la vision de Jean-Luc Raharimanana</b>	<b>15</b>
<b>Conclusion</b>	<b>16</b>

## Introduction

Pouvoir s'informer librement auprès de médias qui diffusent une information vérifiée est l'un des piliers de la démocratie. Et avoir des sources variées d'information est aussi l'un des moyens pour enrichir le débat démocratique. À Mayotte, la présence des médias et des radios est relativement récente. Et pendant longtemps, les sources pour s'informer étaient peu nombreuses.

Mais aujourd'hui, avec la présence du haut débit et des nouvelles technologies dans notre quotidien, il est de plus en plus facile d'avoir accès aux médias et de les créer. Dans notre département, le monde de la presse écrite et numérique est en pleine construction, tout comme celui des radios associatives. Avec l'organisation des « Rencontres professionnelles médias d'information sociale de proximité et radios associatives », la Direction des Affaires culturelles (DAC) de Mayotte a voulu que les acteurs de ces médias et radios puissent rencontrer des représentants des directions centrales du ministère de la Culture et de la communication, afin qu'ils leur transmettent leurs connaissances pour les aider à consolider leurs structures. Lors de ces rencontres, sont aussi intervenus Françoise Kersebet, de la DAC-OI, pour faire un état des lieux de la situation chez nos voisins et Hervé Dujardin, président de la radio associative Radio Scarpe Sensée, qui a raconté son expérience.

Durant ces rencontres, les représentants des structures invitées ont pu également échanger entre eux, affiner leurs projets avec les conseils de Meng Chiv, de la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC), en charge du Fonds de soutien d'expression radiophonique (FSER) et de Juliana Nahra, de la DGMIC, en charge des médias de proximité pour le Bureau du régime économique de la presse et des métiers de l'information (BREP).

Un échange a aussi pu avoir lieu avec Nordine Nabili, l'ancien directeur du Bondy Blog, média numérique de proximité dont les articles sont rédigés par des jeunes habitant la banlieue parisienne. Un échange très riche, a suivi le visionnage du documentaire « Bondy Blog, portrait de famille ».

## **D) L'histoire des médias de Mayotte**

### **a) La presse écrite**

En préambule, pour bien connaître le contexte dans lequel évoluent les médias mahorais, Laurent Canavate, directeur de publication de Mayotte Hebdo, seul magazine imprimé d'information généraliste a établi une histoire de la presse écrite à Mayotte. Chez nous, le premier journal imprimé a été créé au milieu des années 80. Il s'agissait du « Journal de Mayotte » (titre repris par Rémi Rozié et Anne Perzo-Lafond pour leur titre en ligne créé en 2013). Il s'agissait d'un journal hebdomadaire de 16 pages publié le vendredi, financé à 100 % par le conseil général de Mayotte via l'Association pour le développement de la culture et de la communication de Mayotte (ADCCM). L'île était coupée du monde, la télé n'existait pas, seule la radio avec RFO permettait d'avoir des informations locales et venues de l'extérieur.

Parallèlement, l'équipe du Journal de Mayotte réalisait également un magazine nommé Jana na Leo (hier et aujourd'hui en shimaore). C'est au sein de cette rédaction qu'ont fait leurs armes les pionniers de la presse écrite Zaïdou Bamana, Saïd Issouf ou encore Soldat, des hommes qui créeront par la suite Mayotte Hebdo. C'est le vaisseau amiral de la Somapresse, qui compte aussi Flash Infos, un quotidien numérique au format PDF, Vivre Mayotte, un magazine féminin ou encore la radio Yao FM.

En 1996, le Journal de Mayotte est liquidé, un autre hebdomadaire est créé : Kwezi. Les journalistes précédemment cités en sont à l'origine. Mais très vite, l'actionariat change. Théophile Narayanin, homme d'affaires réunionnais devient l'actionnaire majoritaire et fait venir de nouvelles têtes : Denis Hermann et Samuel Boscher.

Laurent Canavate, Zaïdou Bamana et Soldat quittent Kwezi en 1999 pour créer en 2000 Mayotte Hebdo. Kwezi à son tour disparaît. En 2002, avec l'élection de Mansour Kamardine en tant que député UMP de Mayotte, se crée le Mahorais, un hebdomadaire qui paraît le mardi et dont la ligne éditoriale est de soutenir l'action du parlementaire. Celui-ci est dirigé par Samuel Boscher. Denis Hermann quant à lui crée en 2004 les Nouvelles de Mayotte, quotidien numérique au format PDF.

France Mayotte Matin a été créé en 2012. Samuel Boscher est à sa tête, le quotidien imprimé de 12 pages et disponible aussi au format PDF appartient au groupe Kwezi, dirigé par Patrick Millan. Un groupe qui comprend Kwezi FM, une radio généraliste privée et Kwezi TV, la seule chaîne télé locale généraliste.

De 1995 à 2011, d'autres titres se sont créés, mais ont disparu : l'Insulaire, hebdomadaire qui avait pour ambition de couvrir l'actualité des îles de l'océan Indien occidental. Kashkazi, journal sans publicité publié depuis Moroni et couvrant l'actualité des quatre îles de l'archipel des Comores. Le Mawana, qui soutenait l'action du président du conseil général Saïd Omar Oili. Upanga, journal hebdomadaire satirique, qui avait pour ambition d'être le Canard enchaîné local. Albalad, un quotidien imprimé financé par le mystérieux homme d'affaires libano-syrien Bachar Kiwan. Et bien d'autres encore.

Si tous ces titres ont disparu, c'est parce qu'à Mayotte, les modèles économiques entrevus ailleurs sont difficilement reproductibles ici. Tout d'abord, la population est très jeune et ces jeunes ont un pouvoir d'achat faible. Payer pour avoir une information n'est pas dans la culture mahoraise. Peu de gens lisent les journaux. Et les annonceurs sont eux-mêmes souvent dans une situation fragile économiquement, ce qui fait que le « gâteau publicitaire » est limité.

D'où le succès des radios et de la télé. Mais pour avoir des informations dignes de ce nom, il faut payer ceux qui vont la collecter, les journalistes. Et aujourd'hui, il existe peu de rédactions dignes de ce nom à Mayotte. À part Mayotte 1<sup>ère</sup> (télé, radio, Internet) qui appartient au groupe France Télévisions, les rédactions sont très restreintes (pas plus de 8 journalistes).

### **b) La radio, média très bien adapté à la culture orale mahoraise**

La radio est le média par excellence de Mayotte. Ali Saïd Attoumani, ancien directeur de la

Direction du développement sportif et de la jeunesse (DDSJ) du conseil départemental l'a souligné. Avant 1975, les Mahorais étaient branchés sur les radios du continent africain grâce aux grandes ondes et aux ondes moyennes : Radio Tanganyika (partie continentale de la Tanzanie) ou encore Radio Mozambique. Ils avaient aussi l'ORTF qui ne produisait localement que les avis de décès. C'est en 1977 que se crée l'antenne locale de France 3. Tout de suite, les langues locales et particulièrement le shimaore sont mises en avant, notamment parce qu'une grande partie de la population n'ayant pas été à l'école, ne comprend pas le français. Une donnée importante encore aujourd'hui pour expliquer le désintérêt des journaux imprimés ou en ligne, tous rédigés en français. Les radios associatives ont pu trouver leur place dans ce paysage. Aujourd'hui, on en recense 19 sur le département, mais force est de constater que beaucoup d'entre elles sont méconnues du grand public. La plus ancienne est radio Dziani qui fêtera ses 30 ans l'an prochain. Les représentants de cette radio ont rappelé leurs conditions d'exercice à l'époque : enregistrement sur cassette, commentaire politique censuré, difficultés à bien tenir les comptes. Mais pour une culture où la tradition orale est très ancrée, la radio est un média qui convient bien aux Mahorais.

### c) La télévision : des contenus locaux encore trop peu nombreux

La télévision a fêté ses 30 ans l'année dernière. En 1986, RFO devient la première chaîne de télévision qui diffuse depuis Mayotte. En 1989, le premier journal télévisé apparaît. Depuis le début des années 2000, les Mahorais ont l'accès au bouquet satellite et donc à un choix de chaînes plus large, mais à condition de payer. C'est seulement avec l'avènement de la TNT en 2011 que deux autres chaînes locales [Kwezi TV](#) et [Télémente](#) voient le jour. La première émet toujours, la seconde a arrêté faute de moyens financiers en début d'année. L'un des problèmes soulevés par les participants est le type de programme proposé. À l'arrivée de la télévision, les programmeurs ne se sont pas posé de questions par rapport à la réception des programmes conçus ailleurs. Et parfois, des scènes un peu dénudées ont pu choquer une société peu habituée à voir des relations intimes (même fictives). En fait, c'est la question du contenu des chaînes locales qui se pose. La télévision doit être un miroir des sociétés qu'elle représente et localement à Mayotte, peu de programmes sont produits localement. Pourtant ce sont bien ceux-là qui rassemblent le plus et notamment les journaux ou les magazines. Patrick Millan, directeur de Kwezi TV a expliqué qu'il avait pris ce parti pris là, renonçant à diffuser des téléromans ou séries qui pourtant seraient assurément un succès d'audience.

### d) Le numérique explose tous les modèles

Au cours de cette présentation du paysage médiatique mahorais, il a été souligné que le numérique a bouleversé la donne. L'apparition du haut débit en 2012 a porté un coup terrible à la presse imprimée. Cela a d'ailleurs forcé les titres imprimés à produire une version numérique pour leurs abonnés et la majorité des titres nouvellement créés comme le Journal de Mayotte ou 101 Mag ont pris le parti du numérique. Sans compter sur le fait que désormais, les réseaux sociaux et la technologie font que le monopole de l'information pour les rédactions est tombé. Tout le monde, pourvu qu'il soit connecté à Internet et possesseur d'un smartphone peut être une source d'informations. Un fait que Malango avait anticipé. Ce site Internet dès le début des années 2000, alors que Mayotte n'était pas connectée au haut débit, avait fait le pari de délivrer gratuitement de l'information pour les Mahorais de l'île et de l'extérieur.

Le numérique a aussi eu des conséquences sur les usages de la radio et de la télévision. Désormais, les usagers consultent les réseaux sociaux Facebook, Twitter, Instagram et autres pour obtenir une information. Il est possible de réécouter ou revoir les émissions en podcast ou sur des sites de visionnage différé. La notion de rendez-vous à ne pas rater n'existe plus. Toutefois pour Hervé Dujardin, président de [Radio Scarpe Sensée](#) et ancien président de la Confédération nationale des radios associatives, pour les radios et les chaînes de télé, ce sont bien leurs programmes habituels

qui amènent le public à se rendre sur le site Internet et pas l'inverse. Celui-ci souligne également que la numérisation a rendu beaucoup moins chère la production de contenu

## **II) Des porteurs de projets qui ont besoin d'accompagnement**

Après le panorama sur le paysage médiatique mahorais, les porteurs de projets ayant été soutenus en 2016 au titre du « Fonds de soutien aux médias d'information sociale de proximité » et du « Fonds de soutien à l'expression radiophonique locale (FSER) » ont présenté leurs structures.

### **a) Ciné Musafiri**

L'association a pour objet de promouvoir le cinéma. Elle est composée de 3 salariés et 4 bénévoles. Elle organise des séances itinérantes au sein des villages de l'île, mais aussi des ateliers en milieu scolaire, pénitentiaire. [Ciné Musafiri](#) a reçu l'aide du fonds de soutien aux médias sociaux de proximité pour un projet de web TV afin de diffuser ses productions et notamment le magazine Trengwe. Ce mot signifie place publique en shimaore et désigne le lieu où les hommes se rassemblent pour discuter. L'association fait aussi partie intégrante du projet [Chababi Project](#) initié par Women Act Now et porté par le Dr Valérie Thomas. L'ambition est de tourner localement une série avec des acteurs locaux pour sensibiliser sur la question des violences faites aux femmes.

### **b) 101 Mag**

101 Mag est un site Internet d'information généraliste fondé par trois journalistes mahorais : Kalathoumi Abdil-Hadi, Halda Halidi et Faïd Souhaïli. Le slogan du site est « Un autre regard sur Mayotte ». L'ambition est de décrire une société qui évolue à vitesse grand V, mais en prenant le temps de l'analyse et de la réflexion pour saisir les sujets en profondeur. En effet, beaucoup de choses restent non-dites à Mayotte et c'est en ayant une connaissance du terrain que l'on peut faire comprendre certaines attitudes, certains comportements.

Au départ, l'ambition était de faire un mensuel au format PDF, mais la tâche a été surestimée. Les porteurs du projet comptent passer au tout numérique au mois de mai, sur un site web avec accès aux abonnés.

### **c) Radio Parole**

Créée en 1987, cette radio associative au départ a émis dans l'illégalité. Installée à Acoua dans le nord de l'île, la radio a néanmoins tenu à se mettre dans la légalité. Une association a été créée, l'autorisation donnée en bonne et due forme.

Depuis ce temps-là, la radio émet, mais a dû changer de locaux à plusieurs reprises. La mission est de donner la parole aux habitants de la commune et de tenter de répondre à leurs besoins.

Assani Abdoukarime a aussi profité de l'occasion pour présenter la Fédération des radios associatives de Mayotte (FRAM) qu'il préside. Comme dit précédemment, il existe beaucoup de radios associatives, mais chacune évolue de son côté sans connaître les autres. En ce début d'année, la FRAM a été créée pour justement défendre les intérêts des radios associatives, former les bénévoles, recenser les difficultés et tisser des liens avec les fédérations nationale et de la Réunion.

## **III) La situation des médias de proximité et des radios associatives à la Réunion**

Françoise Kersebet de la DAC de la Réunion est venue faire un état des lieux de la situation à La Réunion. Tout d'abord, l'île de La Réunion approche le million d'habitants. Les médias numériques sont en pleine expansion et 70 % des ménages ont accès à Internet. Il existe sur place des formations spécialisées dans le numérique avec notamment la délivrance d'un diplôme universitaire de développement de l'information sur les métiers du web. Françoise Kersebet a présenté notamment des projets tels que Slam Lakour, une association qui promeut le slam. Celle-ci donne la

possibilité à tout un chacun de s'exprimer et notamment aux jeunes, soit par des textes ou des vidéos. Elle a développé des actions de lutte contre l'illettrisme, mais aussi créé des emplois de reporters.

Concernant les radios associatives, elles sont au nombre de 26, et la principale difficulté qu'elles rencontrent est la qualité éditoriale insuffisante.

Enfin pour ce qui concerne la télévision, 85 % des réunionnais sont équipés d'un poste. Antenne Réunion, chaîne privée locale est la plus regardée devant Réunion 1<sup>ère</sup>, qui appartient au groupe France Télévisions.

## **IV) Une radio associative engagée : l'exemple de radio Scarpe Sensée**

Hervé Dujardin, président de Radio Scarpe Sensée a fait un vibrant plaidoyer des radios associatives en prenant exemple sur celle qu'il dirige. Radio Scarpe Sensée est installée dans les Hauts de France, non loin de Hénin-Beaumont, ville dirigée par le Front national. Hervé Dujardin ne cache pas son engagement politique, et selon lui, une radio associative doit s'engager. Cela ne pose pas de problème pour le budget de la radio : sur les 160 000 € du budget annuel, 40 000 proviennent de subventions d'exploitation. Radio Scarpe Sensée est ancrée localement et traite des sujets de société : le handicap, les réfugiés à Calais ou encore le planning familial. À ce propos, la radio a contribué à ce qu'une antenne du planning familial s'installe à Douai, ville de 42 000 habitants. En effet, les journalistes et bénévoles s'étaient aperçus que la ville était classée parmi les villes de France qui ont le plus fort taux de filles-mères.

Hervé Dujardin a encouragé les radios associatives à faire bouger les choses. Et pour cela, il les a incitées à travailler ensemble, d'où sa satisfaction de voir qu'à Mayotte, la FRAM a été mise en place. Pour lui, la radio associative est le lieu d'expression par excellence. « Chacun a le droit de s'exprimer, quelle que soit son opinion ».

Il a également rappelé qu'une radio associative devait au même titre qu'une radio commerciale ou publique avoir un fort degré d'exigence. Les radios associatives sont aussi le lieu pour des apprentis journalistes ou animateurs de se former et il a souligné que de nombreux professionnels passés par Radio Scarpe Sensée ont intégré des radios nationales comme RMC, Europe 1 ou Radio France.

Enfin, il a souhaité que les fonds de soutien aux radios associatives soient indexés par rapport au nombre des radios autorisées par le CSA. Il rejette l'idée que le CSA autorise de nouvelles radios à émettre, sans que la somme totale des aides ne soit augmentée.

Après son propos, Ali Saïd Attoumani s'est engagé à ce que le conseil départemental soutienne les médias de proximités et les radios associatives et la FRAM.

## V) Le Bondy Blog : l'exemple d'une réussite de média de proximité

En clôture de la première journée de ces rencontres, les participants ont été invités à Docs en bloc, une manifestation organisée par la société Invent-OI, représentée par sa gérante Dieynaba Sy. Docs à bloc propose de diffuser des documentaires dans un cadre décontracté (discothèque Ningha à Dzaoudzi) et ensuite de s'entretenir avec soit le réalisateur, soit des protagonistes du film.

Cette fois-ci, le thème abordé était en phase avec celui des journées puisque le film proposé a été « [Le Bondy Blog, un portrait de famille](#) ». Celui-ci relate l'histoire du [Bondy Blog](#), un média de proximité en ligne basé à Bondy en Seine Saint-Denis, dans la grande banlieue parisienne. Ce média a été créé en 2005, après les émeutes qui se sont propagées dans les cités des banlieues françaises après la mort de Zyed et Bouna, deux jeunes adolescents morts électrocutés dans un transformateur électrique, alors qu'ils étaient poursuivis par des policiers. Ce sont des journalistes suisses qui ont eu l'idée de créer ce média, pour permettre aux habitants des banlieues de s'exprimer sur leurs quartiers et non laisser cette tâche à des journalistes professionnels venus d'ailleurs et qui ne restent jamais longtemps pour tenter de s'emparer des problèmes dans leur globalité.

Les participants ont eu le privilège de s'entretenir après le film avec Nordine Nabili, l'ancien directeur du Bondy Blog. Il était prévu que l'actuelle directrice Nassira El Moaddem vienne à Mayotte, mais les secousses de l'affaire Mehdi Mekhlat (ancien collaborateur du Bondy Blog à qui l'on reproche d'avoir twitté des propos racistes, sexistes, homophobes et antisémites) l'ont incité à rester à Paris.

Nordine Nabili a souligné que le Bondy Blog était d'abord une tentative de corriger une image déplorable des banlieues françaises. Au départ, les journalistes suisses se sont relayés pendant 4 mois pour raconter les banlieues de France avec leur œil délesté de tout a priori. Mais par la suite, ce sont des jeunes de la Seine Saint-Denis qui ont pris le relais. Pour Nordine Nabili, le Bondy Blog a permis aux jeunes de s'exprimer librement, et lui a permis d'avoir un rapport bienveillant avec les jeunes. Mais il a souligné qu'en tant que directeur, il avait été aussi exigeant qu'avec des journalistes professionnels, tout en instaurant un esprit de famille.

Les Bondy Blogueurs avaient pour instruction de s'exprimer sur des thèmes qui leur sont chers. Et certains thèmes sont récurrents : discriminations, racisme, chômage, violences policières, transports. Des thèmes qui témoignent de la perception de ces jeunes qu'ils ne sont pas perçus comme tout à fait Français. En prenant la plume, les Bondy Blogueurs participent au débat démocratique.

Le financement du Bondy Blog se fait majoritairement grâce aux subventions de l'État et de la région Ile de France (50 000 € chacun). L'association emploie deux personnes à temps plein et une à mi-temps. À ses débuts, des investisseurs avaient misé de l'argent sur le Bondy Blog et Yahoo avait acheté des articles pour la couverture de l'élection présidentielle de 2007. Du fait de ses écrits engagés, beaucoup de collectivités locales sont frileuses pour attribuer des subventions. Mais pour Nordine Nabili, l'indépendance éditoriale primait sur le reste.

En ce qui concerne les plumes du Bondy Blog, il s'agit d'abord de volontaires motivés. Ceux-ci ont un droit d'adhésion à payer, mais ensuite, il n'y a aucune obligation de publier ou de venir tous les mardis aux conférences de rédaction. Cependant, celui-ci a souligné qu'il y a toujours eu un noyau dur d'une vingtaine de personnes qui a permis de produire en moyenne 600 articles par an.

Il y a eu bien sûr de nombreux jeunes souhaitant devenir journalistes, mais d'autres aussi qui écrivaient plus en tant que citoyens, un mélange intéressant pour Nordine Nabili.

Il faut dire que désormais, le Bondy Blog est une porte d'entrée aux grandes écoles de journalisme et notamment l'École supérieure de journalisme de Lille, qui a noué un partenariat avec le Bondy Blog. Une classe préparatoire pour jeunes boursiers permet à une quinzaine de jeunes de réussir leurs concours d'entrée aux écoles de journalisme. L'objectif est de repérer les jeunes à haut

potentiel et leur donner le capital culturel nécessaire à réussir les concours d'entrée. Ce partenariat permet aussi à l'ESJ de diversifier le profil type de ses élèves, qui pour la plupart sont issus des classes moyennes.

Lors de cette discussion, la salle et Nordine Nabili ont souligné le désamour existant entre les journalistes des grandes rédactions nationales de télé et les habitants des banlieues. L'image renvoyée est toujours négative, les caméras et reporters ne viennent que quand ça va mal. « Il y a aussi de bonnes choses en banlieue et il faut en parler. Il est plus facile de couvrir les manifestations de l'affaire Théo plutôt que de parler de trois jeunes qui créent leur entreprise » a déploré Nordine Nabili. C'est pour quoi selon lui, si des journalistes venus d'ailleurs veulent tourner en banlieue, ils doivent passer du temps sur place, se faire accepter des habitants, avant de tourner. Et pour lui, il existe de bons journalistes habitant dans ces quartiers qui pourraient faire ce travail, à condition qu'on leur fasse confiance.

Nordine Nabili a ainsi déploré la manière de faire de Bernard de la Villardière d'Enquête exclusive (M6) qui est allé tourner dernièrement à l'improviste dans une banlieue et qui s'est fait prendre à parti par les habitants.

Par ailleurs, le public a souligné qu'un parallèle pouvait être fait entre les banlieues de l'Hexagone et les DOM, en raison de la difficulté à attirer l'attention des rédactions nationales. D'où l'importance de produire ses propres reportages et de les faire connaître et ne pas attendre que des rédactions parisiennes le fassent.

Enfin, un autre parallèle a été fait avec la situation de Mayotte. Certes, le Bondy Blog est produit par des habitants des banlieues, mais très peu d'habitants le lisent. La cible est surtout la population vivant en dehors des quartiers populaires. Comme à Mayotte, à Bondy, peu de gens achètent les journaux. Mais cela ne doit pas empêcher d'écrire, qui sait, la situation changera à l'avenir.

## **VI) Le fonds de soutien aux médias sociaux de proximité et le fonds de soutien d'expression radiophonique : des fonds à connaître pour les structures mahoraises.**

Lors de la seconde journée des rencontres, les représentants de la [Direction générale des médias et des industries culturelles](#) (DGMIC) / ministère de la culture et de la communication ont présenté les principales aides financières auxquelles les médias de proximité et les radios associatives peuvent postuler.

### **a) Le fonds de soutien aux médias d'information sociale de proximité**

Juliana Nahra, du BREP a donné un aperçu large des aides à la presse et l'environnement juridique dans lequel elles interviennent. Ainsi pour le fonds de soutien aux médias d'information sociale de proximité. Ce fonds de soutien aide à promouvoir le débat démocratique local, mais aussi développer une éducation aux médias. En 2017, le ministère de la Culture prévoit 1,6 million d'euros sur tout le territoire national et les projets seront financés 9 000 € en moyenne (les projets remplissant tous les critères qui pourront être subventionnés à hauteur de 18 750 €).

Les critères d'éligibilité sont la qualité éditoriale du média, sa pertinence sociale et économique et le territoire et publics visés.

Dans la qualité éditoriale, sont prises en compte les luttes contre les discriminations, l'éducation aux médias, la capacité à favoriser les échanges entre les groupes sociaux et culturels ou encore la protection de l'environnement.

Pour la pertinence sociale et économique, les projets ne doivent pas avoir qu'une seule source de recettes, car c'est la pérennité économique qui est recherchée. La capacité à nouer des partenariats avec d'autres médias est appréciée, tout comme la mise en place d'actions pour la population, les jeunes en particulier.

Enfin pour les territoires visés, les actions conduites dans les quartiers classés prioritaires par la politique de la ville seront prioritaires. Tous ces critères ne sont pas exhaustifs ni cumulatifs. Pour obtenir le fonds de soutien aux médias d'information sociale de proximité, il faut être à jour des cotisations sociales et fiscales.

Juilana Nahra a donné quelques exemples de médias ayant reçu le fonds de soutien aux médias sociaux de proximité. En Guyane, la Chronique du Maroni, un site web d'information locale et qui forme ses membres et Fumigène, un magazine papier qui favorise le vivre ensemble ont été aidés.

## **b) Fonds de soutien à l'expression radiophonique locale (FSER) : un fonds à solliciter pour les radios mahoraises**

Meng Chiv, de la DGMIC/MCC, a tenu tout de suite à lever les doutes et incertitudes sur le FSER. « Les radios mahoraises doivent émerger et ce fonds qui est une chance incroyable pour les radios associatives pour débiter » a-t-il dit.

Il a été rappelé que seules les radios associatives pouvaient postuler pour ce fonds. Et celles-ci ne doivent pas avoir un montant de recettes publicitaires supérieur à 20 % de leur chiffre d'affaires annuel. En 2017, le ministère compte consacrer 30,75 millions d'euros au FSER. L'an dernier, ce sont 696 radios associatives qui l'avaient obtenu.

Il existe d'autres aides pour les radios associatives. Une subvention d'installation à la création de la radio dont le montant maximum est de 16 000 €. Une subvention d'investissement peut être demandée pour l'achat de matériel. Les radios y ont droit tous les 5 ans, le montant maximum s'élève à 18 000 €. Il faut réaliser la première tranche des travaux la première année pour débiter le versement de 50 %, puis achever les travaux par la suite pour obtenir les 50 % restants.

Une subvention d'exploitation peut être obtenue. Son montant varie en fonction des produits d'exploitation et s'élève entre 3 900 et 42 000 €. En général, l'exploitation d'une radio représente a minima de 40 % du budget total de la radio.

Une réforme est à l'étude pour renforcer cette subvention d'exploitation pour les radios d'intérêt local. Parmi les critères pris en compte pour le versement du FSER, les luttes contre les discriminations, le développement économique, le sport, la couverture des élections. Et il est demandé aux candidats de fournir le plus de justificatifs possibles pour prouver leur action.

Hervé Dujardin a insisté sur ce point, car souvent la commission qui statue ne connaît pas les situations réelles et ne peut donc s'appuyer que sur les éléments qu'on lui fait remonter. Enfin, il insiste sur le fait que ces subventions sont de l'argent public et par conséquent les radios associatives doivent rendre compte de leur usage.

Meng Chiv a rajouté qu'il existait aussi des fonds consacrés à la modernisation ou l'émergence et l'innovation. Il a invité les radios associatives mahoraises à solliciter ces fonds, car seulement 2 sur 19 ont déposé des dossiers pour le FSER l'an dernier.

## **VII Présentation des porteurs de projet**

Après l'intervention des deux représentants de la DGMIC, des porteurs de projets souhaitant candidater aux fonds présentés ont eu la possibilité de faire connaître leur projet.

### **a) Chiconi FM**

La radio Chiconi FM, webradio créée en 2013 et disponible en FM depuis le début de l'année a pour principaux axes de travail, le social, la solidarité et la musique. Chiconi FM est une radio de proximité et qui donne la parole aux habitants de la commune. Elle prône la solidarité est ouverte à tous ceux qui œuvrent à l'amélioration du cadre de vie des habitants, que ce soit les citoyens, les élus ou encore les chefs d'entreprise. L'association compte 8 bénévoles, possède 3 studios de production et défend beaucoup les acteurs de l'éducation (pas seulement l'école, les familles également).

## **b) Moultaganour**

Moultaganour est une association culturelle et culturelle qui mène des actions sur l'éducation. L'association est l'un des partenaires de la radio associative La Voix musulmane. Mais elle réalise également des journaux sous forme de vidéos. L'association compte ouvrir une web TV pour continuer ses journaux et développer du contenu plus varié.

## **c) Club média du Centre universitaire, de formation et de la recherche**

Le centre universitaire de Dembeni n'a pour l'instant aucun média dans lequel s'expriment les étudiants. À l'instar de ce qui se fait dans d'autres universités, le club média en cours de formation souhaite se doter d'un média dans lequel le point de vue des étudiants sera déterminant. Lors de la présentation, le projet n'était pas encore finalisé.

## **d) Kwezi TV**

Le groupe privé audiovisuel de Mayotte souhaite développer sa plateforme numérique pour y mettre ses programmes à disposition du grand public.

## **e) Web radio du collège de Koungou**

L'objectif est de donner la parole aux collégiens et qu'ils pratiquent les langues étrangères enseignées dans l'établissement. La web radio est aussi l'occasion de développer la pratique artistique.

## **VIII) Réflexions sur les îles : la vision de Jean-Luc Raharimanana**

Avant la conclusion de ces journées dont la deuxième journée s'est tenue au centre universitaire de Dembèni, les participants ont eu l'occasion de participer à une conférence de l'écrivain malgache Jean-Luc Raharimanana. Celui-ci a appelé les auditeurs à s'interroger sur la vision qu'ils avaient de l'île. Celui-ci a souligné que dans l'imaginaire francophone, l'île est souvent présentée comme une contrée ensoleillée, paradisiaque et exotique et entourée d'eau. Ce regard, c'est souvent le regard du continental sur l'insulaire. Une île est un endroit où tout est possible, où il est permis de rêver : on s'y amuse, on y trouve de belles filles, de belles plages. Les gens rebelles se sont réfugiés dans les îles, Raharimanana ayant pris l'exemple de Libertalia, dans la région d'Antsiranana (Diégo-Suarez) au nord de Madagascar. L'île a dans l'imaginaire une image de virginité, comme s'il n'y avait rien eu avant l'arrivée des explorateurs européens. Une image de virginité, associée à celle d'un désert, d'un lieu sauvage, alors que des peuples, des civilisations étaient présentes.

Lors de cette conférence et de la discussion qui s'en est suivie, Raharimanana a proposé une réflexion sur les îles anciennement colonisées par les Européens et notamment les Antilles et Madagascar. Cette vision rêvée des îles n'est pas envisagée de la même façon pour d'autres contrées telles que le Japon ou l'Islande. Ces pays contrairement à Madagascar ou encore l'archipel des Comores ne voient pas la mer comme un obstacle.

Les réflexions de l'auteur l'ont amené à s'interroger sur le rôle de la langue française, mais aussi de l'histoire dans l'imaginaire des îles. Une langue française qui s'est construite lentement par la volonté centralisatrice d'un État fort, qui a été codifiée en créant notamment une académie. Une langue qui a pris le dessus sur les langues mineures et qui a été imposée aux pays de l'empire colonial en interdisant les langues locales. Une langue écrite qui par conséquent a minoré les langues locales et tout le patrimoine oral qui en découlait. « Je me suis déjà posé la question "Qui est ma grand-mère face à Victor Hugo ?" ». Et pourtant, celle-ci m'a apporté bien plus » a rappelé l'auteur. Celui-ci a souligné que depuis des siècles, la langue malgache était écrite par les lettrés de la cour malgache (notamment le Coran, avec les Sorabe [les grandes sourates]. Un rapport à la langue française qui selon lui a conduit à la mésestime de soi et l'impossibilité de se construire des pans de l'histoire malgache par les Malgaches eux-mêmes. Un parallèle qui est valable à Mayotte et dans l'archipel des Comores.

## Conclusion

La DAC Mayotte a eu l'idée heureuse de mettre en lumière les médias de proximité et les radios associatives durant deux jours. Les confronter avec des acteurs importants de la DGMIC à Paris a permis de faire connaître à ceux-ci le contexte difficile dans lequel les porteurs de projets évoluent à Mayotte : un public jeune, avec un pouvoir d'achat faible, peu lecteur et plus attiré par la radio ou la télévision. Avec l'arrivée du haut débit en 2012, Mayotte a basculé très rapidement dans l'ère numérique, et les jeunes Mahorais se sont emparés de l'usage des réseaux sociaux.

Ces journées ont permis de comprendre quelles aides pouvaient être apportées par le ministère de la Culture, de comprendre l'organisation des services en charge des médias sociaux de proximité et des radios associatives. En fait, il y avait une méconnaissance des acteurs présents des missions de la DAC et des services au ministère avec lesquels elle travaille. Souvent, à l'extérieur, il est dit que la DAC n'aide pas les structures mahoraises. Peut-être que la communication n'est pas aussi forte qu'elle devrait l'être. Mais c'est aussi aux acteurs de faire la démarche pour se renseigner. Faïd Souhaïli, directeur de publication du 101 Mag l'a souligné : la solution n'est pas forcément à Paris. C'est aux acteurs mahorais d'agir, de dire ce qu'ils souhaitent, de montrer leur département tel qu'il est, ses richesses, ses faiblesses et de le faire savoir à tous.

Enfin, ces rencontres ont été l'occasion de rencontrer de nouvelles personnes, d'échanger sur le vécu des uns et des autres, de lever certains malentendus. Et surtout, cela a permis de voir qu'il existe des personnes motivées et compétentes pour faire aboutir des projets. Elles n'attendent que le petit coup de pouce qui permettra de les concrétiser et de montrer une image positive et dynamique de Mayotte.