



Séance Plénière – La Coopération culturelle entre l’Afrique et L’Europe dans un monde globalisé – tendances et défis

Intervention Olivier Barlet
Chargé du développement des sites internet à Africultures

Maputo, 23 juin 2009

Africultures a été créée en 1997. C'est une association privée qui emploie six personnes sur deux bureaux, l'un à Paris l'autre à la campagne dans le Sud-Est de la France.

En douze ans, nous avons monté de nombreux projets en lien avec des structures africaines. Je vais essayer d'en broser rapidement l'histoire pour arriver à quelques conclusions sur le sujet qui nous intéresse : les enjeux de la coopération culturelle.

1) **Africultures** est à l'origine une revue mensuelle puis trimestrielle : elle regroupe un groupe d'amis, d'intellectuels pour une réflexion thématique et critique sur les créations africaines contemporaines dans l'ensemble des disciplines culturelles.

Très vite, dès 1998, pour développer notre impact, nous créons le site internet africultures.com avec un agenda culturel qui devient vite assez exhaustif.

Africultures.com a aujourd'hui 25 000 visites par jour et la newsletter hebdomadaire 100 000 destinataires.

En 2007, nous lançons sur Paris et la région parisienne un bimestriel gratuit : Afriscope, qui rend compte des bonnes pratiques des associations et lutte contre les préjugés qui fondent les discriminations dans la société française.

2) **Les besoins des acteurs** du terrain qui nous sont exprimés en tant que média tournent toujours autour de leur visibilité pour permettre la circulation/vente de leurs créations.

Nous développons ainsi des projets internet pour essayer de répondre à ces besoins. En voici quelques exemples.

1) **sur le livre** : le manque de diffusion international grève la relation des éditeurs africains avec leurs auteurs. En commun avec une dizaine d'éditeurs réunis, nous créons **Afrilivres**.

Réussite : site internet, distributeur en France qui passe des commandes importantes, catalogue papier.

Structuration de l'association Afrilivres et bureau à Cotonou.

Transfert de la gestion du site à Cotonou sous pression des organes de coopération financement le programme + changement de présidence de l'association >> déclin. Rupture du lien de coopération avant que la structuration au Sud ne soit solide.

Actuellement en débat et espoir de renouveau.

Conclusion 1 : nécessité d'un relais au nord disposant d'un impact médiatique

Cela n'est pas sans poser la question du pouvoir : nécessité d'une relation professionnelle transparente et égale.

Mais supprimer le relais au Nord pour éviter la substitution conduit au lâchage de l'initiative africaine si cela intervient trop tôt.

2) **sur la photo** : au-delà de la visibilité offerte par les Rencontres de Bamako qui faisait tourner leurs travaux, les photographes, pour vivre de leur travail, exprimaient le besoin d'une agence professionnelle qui les représente au Nord.

Nous créons **Afriphoto, agence photo** qui marche bien avec des contrats précis (part agence : 30 %) : expositions, édition de monographies, divers contrats. Le relais Nord fonctionne bien.

Mais face aux Rencontres de Bamako et le poids de CulturesFrance, le mécénat nous échappe ainsi que de nombreux projets.

Nous montons quand même *Nouvelles africaines* en 2006 : succès d'expositions sur bâches dans les rues du 20^e arrondissement de Paris + multiples animations.

Problème rencontré : dans le contexte de manifestations de prestige comme les Rencontres de Bamako, les photographes restent des individus. Le but d'Afriphoto était de traiter avec des agences africaines et de les soutenir.

Conclusion 2 : mettre en place des relations professionnelles comme elles se pratiquent dans la profession, tout en soutenant la structuration de la chaîne professionnelle en Afrique.

3) **sur le cinéma** : à la suite d'ateliers d'échanges entre journalistes sur la critique de cinéma en 2003 au Fespaco de Ouagadougou, naît le réseau **Africiné** (yahoo groupe) qui débouche sur la *Fédération africaine de la critique cinématographique* (African Federation of film critics).

Structuration ok : 1^{er} congrès au Fespaco de 2009, avec 17 pays représentés.

Pas de concurrence avec des actions de coopération étatiques, donc pas de difficultés, mais la critique (la question de la médiatisation des films) reste une activité hors-cases et donc Africiné reste très difficile à financer (seulement les ateliers de formation et non l'activité de documentation de l'histoire des cinémas d'Afrique ou la production de contenus pour le site internet).

Conclusion 3 : privilégier la structuration de l'initiative africaine pour permettre un bon équilibre des pouvoirs

4) **sur l'information** :

Depuis 1992, nous accumulons de l'information et la structurons dans une grande base de données qui sert de socle à nos sites internet.

En 2000, suite à une réunion des opérateurs d'Afrique centrale à Bangui, nous créons avec le Groupe 30 Afrique de Dakar le Réseau d'information culturelle en Afrique et en Europe (africinfo.org) pour avoir un espace d'information qui permette aux festivals de prévoir leurs dates en fonction de celles des autres et permettre ainsi la circulation des spectacles et des œuvres.

Aujourd'hui, les enjeux de l'information changent et Africinfo est en cours de redéfinition.

Pour une meilleure circulation / vente des créations, le besoin actuel est pour les créateurs et les créations une visibilité égale à celle de ceux du Nord et des outils de promotion internet équivalents.

La toile mondiale évolue vers de grands portails d'information référents où chacun sait qu'il trouvera l'information.

Nous transformons donc notre base de données en un outil au service de tous qui soit le plus exhaustif possible : **Sudplanete.net** (southplanet.net), portail de la diversité culturelle (portal of cultural diversity).

Aujourd'hui, Sudplanete a 10 000 visiteurs par jour.

La base de données recense à ce jour 15 400 artistes, groupes et professionnels, 16 000 événements culturels, 4300 structures professionnelles, 2800 lieux de spectacle, 6500 films, 9000 livres, 1600 disques, 600 spectacles, etc.

Sudplanète offre aussi un agenda de quelque 750 festivals des pays ACP.

En outre, sans une base de données d'envergure, pas de mise en réseau des professionnels sur un large échelle.

Premier problème : la masse d'information est immense.

Seule solution : le Web 2.0. Les professionnels peuvent entrer leurs informations par des formulaires et deviennent propriétaires de leurs pages avec un code d'accès personnel.

Deuxième problème : la motivation. Pourquoi le feraient-ils ?

>> nécessité d'un projet reconnu par tous

>> nécessité d'une synergie des différents opérateurs d'information (et donc de leur réunion, proposée au colloque UE de Bruxelles)

>> nécessité d'un soutien des organisations internationales de coopération pour être valorisé et connu de tous !

La clef de la motivation : le réflexe professionnel.

A l'heure des réseaux sociaux, c'est l'information professionnelle qui rapproche et motive une visite régulière.

Il faut donc développer des outils et services professionnels en lien avec la base :

- sites internet en kits répondant aux besoins des professionnels,
- fonctionnalités professionnelles (mailings, forums, dossiers de presse, visuels téléchargeables, etc.)
- possibilité de liens vers cette information pour les festivals, médias, etc.

- pages professionnelles dédiées à la mise en réseau.

Un outil unique ne va pas contre la diversité des approches : il est à penser comme un portail et non comme un lieu unique.

Ce qui est important d'unifier, c'est l'accès à l'information.

Conclusion 4 : développer des outils et services professionnels pour motiver les acteurs et favoriser leur mise en réseau et ainsi leur professionnalisation.

Reprise des conclusions :

1) Pour leur visibilité au Nord, les initiatives africaines ont besoin de structures relais dotées d'un impact médiatique,

2) ces structures relais doivent encourager la structuration de leurs partenaires pour permettre une synergie dans l'égalité,

3) cette synergie ne peut s'appuyer que sur des rapports transparents et professionnels donc contractuels,

4) Ce sont les services professionnels qui développent la motivation des acteurs pour prendre en charge leur communication et leur visibilité

5) plutôt que de favoriser l'émiettement des initiatives, les structures étatiques de coopération devraient appuyer une synergie des opérateurs pour une démarche fédérative, unique et référent d'information culturelle.