

# Lancement d'Euronews en arabe

written by Françoise Laugée | 22 septembre 2008

*La chaîne d'information en continu, européenne et multilingue, Euronews, a répondu à un appel d'offres de l'Union européenne et s'est lancée en langue arabe en juillet 2008. A l'instar de France 24 et de BBC Arabic, Euronews tente d'étendre sa diffusion au Proche et au Moyen-Orient, où les chaînes régionales sont dominantes.*

Établie en France, dans l'agglomération lyonnaise, la chaîne européenne d'information Euronews a été lancée en cinq langues en 1993, à l'initiative de l'UER (Union européenne de radiodiffusion). Le marché de l'information ne comptait alors que cinq chaînes internationales. Elle fut la première chaîne d'information à basculer en numérique dès 1999. Euronews est diffusée dans 130 pays via 35 satellites et est accessible sur l'ensemble des vecteurs numériques, ADSL, TNT, téléphonie mobile, depuis 2004. Vingt et une chaînes publiques, principalement européennes, composent son actionnariat. Son budget total est de 50 millions d'euros, dont 78 % de ressources propres en 2008, l'objectif étant que celles-ci atteignent 90 %, au plus tard en 2013. La rediffusion de ses programmes par les chaînes publiques européennes actionnaires comme France Télévisions, la RAI, la TVE, ou encore la SSR, lui assure 22 % de ses revenus, mais celles-ci souhaitent diminuer leur contribution.

A l'instar de Deutsche Welle en 2005 et de France 24 en 2007, qui ont commencé à émettre quelques heures de programmes quotidiens en arabe, ainsi que de BBC Arabic Television née en mars 2008 (voir le n°6/7 de *La revue européenne des médias*, printemps-été 2008), Euronews s'est lancée en langue arabe le 12 juillet 2008. L'Union européenne, qui avait émis un appel d'offres pour ce projet, investit 5 millions d'euros par an et garantit son financement sur cinq ans. Euronews a ainsi augmenté son effectif, 200 salariés permanents originaires d'une trentaine de pays, en recrutant dix-sept journalistes supplémentaires de huit nationalités différentes. La chaîne qui n'a quasiment pas de journalistes sur le terrain, aura à l'avenir un correspondant pour les pays arabes. Un accord passé avec l'opérateur satellite Arabsat permet à la chaîne d'élargir sa zone de diffusion bien au-delà de l'Europe et de couvrir le Proche-Orient et le Moyen-Orient, l'Afrique du Sud et certains pays d'Asie comme la Malaisie et l'Indonésie. Désormais, Euronews propose donc ses programmes en huit langues – français, anglais, allemand, espagnol, italien, portugais, russe, arabe. Ce multilinguisme offre à la chaîne la possibilité de devancer ses concurrentes anglo-saxonnes en Europe du Sud et en Europe de l'Est, d'autant plus que 83 % des décideurs européens préfèrent regarder les informations dans leur propre langue, comme le montrent différentes études.

La zone de diffusion de la chaîne couvre quelque 199 millions de foyers dans le monde. Son audience effective en Europe est de 6,6 millions de téléspectateurs quotidiens au deuxième trimestre 2008 : 2,9 millions de téléspectateurs grâce au câble et au satellite, et 3,7 millions par le réseau hertzien dans 19 pays européens, soit un résultat supérieur à CNN International (1,7 million) et BBC World News (1,2 million). La chaîne envisage de poursuivre son développement en ajoutant trois nouvelles langues d'Europe centrale et d'Asie grâce à un accord récent avec l'opérateur Asia Sat. Pour accroître sa popularité, la chaîne s'est parée d'un nouvel habillage en juin 2008, elle a changé de logo (un globe blanc), de slogan (« *Euronews pure* ») et de site Web.

Euronews n'en est pas à sa première tentative dans les pays arabes, à l'instar de la BBC (voir le n°6/7 de *La revue européenne des médias*, printemps-été 2008). Ses programmes en arabe avaient été lancés en 1997, mais furent interrompus deux ans plus tard. La concurrence sur ce terrain est en effet très rude : d'autres chaînes occidentales tentent de capter l'audience arabophone, telles l'américaine al-Hurra et la russe Roussia al Yaum.

Se définissant comme une chaîne d'information mondiale avec une perspective européenne, Euronews souhaite devenir une nouvelle source d'information pour les pays du Maghreb, du Proche-Orient et du Moyen-Orient. Elle souhaite également intéresser les quelque 15 millions d'arabophones vivant en Europe. Pour cela, Euronews produira davantage de sujets sur le monde arabe, mais n'envisage pas pour autant d'adapter sa grille de programmes. Les programmes en arabe sont identiques à ceux qui sont offerts dans les sept autres langues, sans présentateur, ni débat, ni émission de plateau. Les mêmes images sont utilisées d'un programme à l'autre, mais les commentaires, rédigés par des journalistes de nationalités différentes à partir des dépêches des agences de presse, ont chacun une identité singulière. La grille de programmes est composée d'un journal chaque demi-heure, de magazines au format court, de société, de culture, de sport, d'économie, ainsi que de *No comment*, programme réalisé à partir d'images d'actualité brutes sans commentaire. Ce traitement particulier de l'information en continu est l'une des singularités de la chaîne.

Ainsi, Euronews se positionne davantage en concurrente de CNN ou BBC World, plutôt que des grandes chaînes d'information régionales, al-Jezira, la chaîne de l'Etat qatari ou al-Arabiya, financée par des capitaux saoudiens. Mais, dans l'ensemble, les chaînes occidentales ne parviennent pas à s'installer de manière significative dans les pays du Proche et Moyen-Orient. Les deux chaînes al-Jezira et al-Arabiya auxquelles s'ajoute la chaîne du Hezbollah al-Manar sont dominantes. La grande majorité de la population ignorerait même jusqu'à l'existence de programmes occidentaux en arabe. Depuis son lancement, BBC Arabic enregistrerait des résultats décevants, ce qui explique le report du

passage de 12 heures à 24 heures de diffusion prévu initialement cet été. Quant à l'audience de la chaîne américaine al-Hurra, elle serait devenue très confidentielle si l'on en croit un centre jordanien d'études d'opinion.

Néanmoins, malgré le climat de défiance dont souffrent les médias de l'Occident dans les pays arabes, il reste nécessaire d'établir un lien médiatique, aussi ténu soit-il, entre le monde arabe et l'Europe. Ce que le politologue libanais Joseph Bahout résume ainsi, selon l'AFP : « *La bataille se situe au niveau politique et non au niveau des parts de marché (ndlr : d'audience). Comme on a une ambassade dans le monde arabe, il faut avoir une télévision ; ça fait partie de l'arsenal diplomatique. Il faut exister politiquement* ».

En février 2009, le Japon lancera lui aussi une nouvelle chaîne internationale d'information et de divertissement, jibTV (Japan International Broadcasting). Diffusée en anglais, jibTV sera gérée par le groupe public NHK. Selon son PDG Hatsuhisa Takashima, elle est déjà présentée comme la concurrente de CNN, al-Jezira, France 24 et BBC World News : « *Le Japon est la deuxième puissance économique planétaire. Mais pourquoi a-t-il une visibilité si faible à l'échelle mondiale et pourquoi les étrangers doivent-ils dépendre des médias américains ou européens pour s'informer à son sujet* ».

Sources :

- « Euronews diffusée en arabe », Marie-Annick Depagneux, *Les Echos*, 5 juin 2008.
- « Euronews new-look », Alice Géraud, *Libération*, 9 juin 2008.
- « Euronews fait sa mue », Sandra Bensoussan, *Ecran total*, n°711, 11 juin 2008.
- « La télévision européenne Euronews se lance samedi en arabe », AFP, tv5.org, 11 juillet 2008.
- « Des médias occidentaux tentent de percer dans l'opinion arabe », AFP, tv5.org, 11 juillet 2008.
- « La NHK va lancer en février 2009 une nouvelle chaîne de télévision internationale », AFP, *Les Echos*, 27 août 2008. euronews.net