ESSTIC 2009

EPREUVE DE SYNTHESE DE DOSSIER

Durée : 03 heures
Coef : 04

SUJET :

A partir des documents qui suivent, vous produirez un texte structuré et cohérent, en prenant soin de lui donner un titre.

Texte 1

« Il faudra dans l'ensemble attendre la prochaine décennie pour voir s'éveiller les marchés Africains de la télévision ». conclusion d'Alain le diberder et Nathalie Coste-cerdan sur la pénétration de la télévision en Afrique dans leur célèbre ouvrage justement intitulé la télévision. Au moment où ils l'écrivent en 1991, la radio est encore le média dominant en Afrique, si on se réfère aux études d'André-jean Tudesq, notamment les médias en Afrique publié en 1999. Nous voici donc dans « la prochaine décennie », et l'intuition des auteurs de la télévision devient réalité : les marchés Africains de la télévision se sont éveillés. Mieux , la télévision est devenue le média dominant en Afrique et particulièrement au Cameroun, moins de dix ans après la mise en application de la loi libéralisant l'audiovisuel.

L'étude d'audience commandée par canal France international (cfi) le confirme, consolidant ainsi les données fournies depuis quelques années par de nombreux instituts de sondage dont le centre de recherche et d'études en économie et finance (cretes). Ainsi, environ 90% de personnes regardent la télévision pour s'informer, s'éduquer et se divertir, contre 60% pour la radio et moins de 10% pour la presse écrite. L'internet, selon les données du ministère des postes et télécommunications, a une pénétration dont le taux global ne dépasse pas 5% pour tout le pays. Le caractère dominant de la télévision au Cameroun s'observe premièrement à travers la montée de l'équipement des ménages, deuxièmement la disponibilité des programmes à moindre coût et à la limite gratuits, troisièmement la croissance et la variation de l'audience, et quatrièmement le succès des chaînes nationales face à leurs concurrentes ''étrangères''.

Selon l'enquête cfi, environ 90% de foyers possèdent au moins un poste téléviseur. La possession de cet appareil par une grande majorité se justifie d'abord par la baisse constante des coûts d'appareils électriques. En l'an 2000, un moniteur de 21 pouces neuf coûtait au moins 200.000 f cfa. Dix ans plus tard, on le cède facilement à 120.000 f cfa. La baisse des prix suit la courbe des coûts dans l'électronique, au fur et à mesure que les progrès technologiques ont lieu. La découverte de nouvelles sources d'approvisionnement du marché camerounais dans les pays asiatiques fait aussi entrer de nombreux produits à des prix concurrentiels. En dehors du commerce des téléviseurs neufs, il s'est développé au cours des deux dernières décennies un marché très porteur des équipements d'occasion dont les prix sont aussi continuellement en baisse. Dans la brocante, par exemple à Douala, un téléviseur occasion d'Europe vendu à 70.000 f cfa en l'an 2000 est aujourd'hui acquis à 40.000 f cfa.

Avoir un poste récepteur TV aujourd'hui ne suffit plus. Les études d'audiences s'intéressent désormais à la connexion au câble aux antennes et autres équipements qui rendent possible l'accès à des contenus audiovisuels de plus en plus sophistiqués. Environ 72% des foyers urbains au Cameroun sont aujourd'hui câblés. En rayant les zones d'ombres qui empêchent parfois de recevoir les signaux des télévisions nationales par voie hertzienne, le bouquet du câble séduit par l'offre d'une multitude de chaînes à un prix très accessible. Le câble apparaît en effet comme un moyen plus démocratique pour l'accès aux images d'un bouquet de télévisions Africaines, Américaines, Européennes et Asiatiques.

Texte 2

Classement de la presse Lecture au cours des 12 derniers mois	
DOUALA	**YAOUNDE**
Cameroon tribune : 33,2%	Cameroon tribune : 46,7%
Le Messager : 29,5%	Le popoli : 35,5%
Le popoli : 29,3%	Le messager : 33,0%
Mutations : 20,3%	Mutations : 30,6%
Le jour : 6,9%	Le jour : 15,8%

Source : enquête commandée par CFI ? 2009

www.touslesconcours.info

L'accès à la presse est très faible par rapport aux médias audiovisuels. Si déjà en zone urbaine où ce produit est présent seulement 4% de la population affirme la lire tous les jours, on peut imaginer ce qu'il en est de la population rurale. Et même, sur les 4%, très peu en achètent effectivement, tant les modes d'accès pour cette minorité sont nombreux. Seuls 28% des sondés affirment en effet acheter leur journal dans l'enquête du cretes CA. Près d'un sondé sur quatre(23,3%) soutient le lire à la maison lorsque les parents le ramènent, contre 16% qui le lisent au lieu de service, 13% devant les kiosques à journaux, et 12% chez un ami ou un copain. Ceux qui ont accès à l'internet dégustent gratuitement le contenu de ces journaux en ligne.

Dans les pays pauvres, le premier obstacle à l'achat des journaux est le manque d'argent ; les freins principaux à sa lecture étant le déficit de niveau intellectuel, les options culturelles (en matière de consommation des contenus médiatiques) et le manque de temps. Le journal est en général vendu à 400 f cfa l'exemplaire. Or, les statistiques les plus récentes indiques qu'environ 50% de camerounais vivent avec moins de 1000 f cfa par jour. Entre s'offrir un bout de pain et acheter un journal, le choix est vite fait.

Pour comprendre le contenu, il faut nécessairement avoir l'habitude des médias écrits et une certaine instruction. Selon Roger Kaffo (misères de l'éducation en Afrique, 2009), seulement 26% des jeunes atteignent l'enseignement secondaire au Cameroun. L'auteur affirme d'ailleurs que « la société camerounaise de demain sera une société de quasi-analphabètes majoritaires. ». une perspective pas du tout heureuse pour la consommation de la presse au Cameroun. Ainsi, les annonceurs choisissent de moins en moins le journal papier pour atteindre les publics qu'ils désirent. Mais cette perception de la pénétration de la presse semble quelque peu erronée et l'impact de ce média dans l'espace social pourrait être plus profond au Cameroun que les études d'audience ne permettent de voir

Texte 3

Quand on regarde les pics des différentes courbes d'audience, on voir bien qu'ils correspondent à des programmes d'information (12h-14h ; 19h-21h) ou à des programmes de fictions et de sports(surtout le week-end). L'enquête cfi confirme ainsi une tendance presque mondiale. Un sondage spécifique sur les documentaires indique qu'environ 60% de téléspectateurs trouvent des documentaires sur des questions de santé(choléra, sida, paludisme, mal nutrition, maternité,…) très intéressants. Ce type de documentaires est suivi par ceux qui traitent des questions de société (religion, famille, éducation,...). puis, viennent des évènements ou des personnages en Afrique centrale, des portraits de personnalités historiques ou des figures politiques, etc.

Les variations d'audience suivent le mouvement d'activités des populations. Comme l'affirme Michel Souchon, « les programmes prévus aux heures où l'audience est la plus importante sont naturellement ceux qui définissent les points forts de la politique des programmes. » il s'agit d'un exercice difficile et Benoît Danard et Rémy le champion, auteurs de les programmes audiovisuels (2005) qui en conviennent indiquent que « la programmation est au centre de l'activité des chaînes. Leurs performances dépendent principalement de ce savoir-faire, de l'orchestration des programmes dans la grille. »

Au-delà des variations de l'audience parfois proche de zéro, on peut remarquer que les pics d'audience de la télévision sont sans commune mesure avec ceux de la radio dans la grande

www.touslesconcours.info

famille audiovisuelle, la radio, média dominant il y a une dizaine d'années encore au Cameroun, recule signification en ville.

Texte 4

« la radio fut installée en 1940 à Douala, en 1955 à Yaoundé puis à Garoua et à Buea et après 1978 dans les autres stations régionales. Sa prédominance se maintient malgré les progrès de la télévision qui reste encore principalement un média des citadins. Son écoute généralisée surtout en ville en fait le média le plus influent ; en septembre 1996, l'audience de la veille atteignait 75,9% de la population de 15 ans et plus à Douala et Yaoundé ; elle est le seul média à atteindre presque tous les ruraux. » propos d'André-Jean Tudesq (1999). Une dizaine d'années après, les données ont changé. La radio n'est plus le média dominant en Afrique et au Cameroun en particulier.

Dans le secteur de l'audiovisuel, la télévision pris sa place. Au jour le jour, l'audience de la radio régresse. Une enquête de l'Asa en 1992 sur Douala et Yaoundé donne un score d'audience cumulée de 96% en semaine. Quatre ans plus tard, l'enquête Ibar en 1996 établit que l'audience cumulée de la radio en semaine est 95% pour les villes de Douala et Yaoundé. Dix ans après, nouvelle reculade : l'enquête cretes indique que l'audience cumulée en semaine en semaine de la radio est de 84%. Aujourd'hui, l'enquête commandée par cfi affiche 65% en semaine et de 61% les week-ends. Entre 1992 et 2009 donc, la radio a globalement perdu une audience de l'ordre de 31%. Mais elle résiste tout de même, surtout en zone rurale où elle trouve une niche intéressante pour son nouveau développement.

Texte 5

Comme la presse écrite, internet a une faible pénétration au Cameroun, les données les plus optimistes la situent en 2009 autour de 5% sur l'ensemble du territoire national. Mais au regard de l évolution du taux d utilisation-du moins dans les grandes villes-et du business qui se développe autour d internet, on peut considérer qu'il d'un média en plein croissance.

L'enquête cfi révèle que 40%de la population de Yaoundé et de Douala utilise Internet.les situation d'utilisation sont effectives dans les cybercafés ;les lieux de travail ,et les foyers. Même si cette enquête ne l'indique pas, l'accès a Internet se fait aussi dans les établissements d'enseignement secondaire et superieur.la réalité d'internet déborde le cadre de douala et yaounde et va jusque dans les villages .même si le service y est marginal. Les villages ayant l électricité et bénéficiant d'une couverture réseau des operateurs de téléphone mobile peuvent en effet y avoir accès .dans le dessein de réduire la fracture numérique, le gouvernement a installe dans certains villages pilotes des centres multimédias communautaires.

Même 40% de la population a la possibilité de consommer internet, seulement 37%l'utilisent réellement 63% des personnes interrogées déclarent ne jamais s'en servit ;9,5% au moins une fois par mois ;12%au moins une fois par semaine, et seulement 6% presque tous les jours ,le taux d'utilisation est globalement faible.la faible pénétration d'internet se justifie d'abord par un déficit d'infrastructures de base qui devraient supporter le fonctionnement du service.la connexion du Cameroun a la toile mondiale en avril 1997 a eu lieu alors que les réseaux de télécommunication et les projets d'électrification rurales n'étaient pas encore

www.touslesconcours.info

assez développes.au-dela des infrastructures de télécom, accéder a internet suppose un savoir-faire technologique que chaque prétendant usager doit posséder. cela nécessite un apprentissage particulier.par ailleurs le service n'est pas gratuit. Contrairement a l'audiovisuel, l'accès a l'internet est payant.

Texte 6

Chaque science n'ayant que l'âge de ses outils les études d'audiences qu'elles émanent d'institution publique ou privées , permettent actuellement de cerner globalement les paramètres de la consommation qui modulent la production et la diffusion des produits médiatiques . quelles sont donc les tendances de cette consommation pour le cinéma, l'internet ,la presse, l'affichage ,la radio et la télévision au Cameroun ?

Dans le cadre de ce dossier , ces tendances sont examinées a la lumière des résultats de deux enquêtes récentes ; le sondage 2007 du centre de recherche et d'études en économie et finance consultants associes (cretes Ca) , et celui commande en 2008 par canal France international (cfi) et dont les résultats ont été présentés en juin 2009, ce dernier sondage a été mené a yaounde du 14 au 20 décembre 2008 et a Douala du 11 au 17decembre 2008 ,sur une population de 15ans et plus , selon les données de l'enquête ,cette population est constituée de 1.210.000 individus a Douala .il s'agit d'une interview en face(méthode faisant appel a la mémoire) « administrée » a 722personnes a yaounde et 1048a douala a leur domicile, a raison d une seule personne éligible par foyer .

Mais, ces études ne s'arrêtent qu'aux grandes métropoles du pays. Ainsi, l'on ne pourrait avoir une vue de la consommation des medias dans les villes périphériques et surtout dans les campagnes que par intuition, en s'appuyant notamment sur des observations bien sommaires.

www.touslesconcours.info