

MARS 2023 | VOL. 3

BLACK sheep

INTERNATIONAL | SOCIÉTÉ | TECHNOLOGIE | CULTURE | ÉCOLOGIE



ÉDITO

ROMAIN BIGAY

2023, une année pour commencer à (re)construire ? La pandémie mondiale est derrière nous, les promesses de bifurcation et de changement de notre rapport au monde aussi... Le temps des crises reprend son triste cours : guerre en Ukraine, inflation, impasse démocratique en France, et le spectre d'un nouveau krach économique... Les temps sont incertains, mais les promesses et les motifs d'espoir aussi.

En prise directe avec le monde, les étudiant.e.s de Master 2 de l'Université Paris Nanterre ont promené leurs plumes et leurs cerveaux sur les chemins de l'actualité, avec le souci de décentrer les regards. Les événements marquants de l'année écoulée sont présents dans ces pages. À l'international, la guerre en Ukraine, aux portes de l'Europe, interroge aussi sur les différences de traitement des mouvements migratoires et les effets sur les ressortissants russes vivant ici. Les élections présidentielles au Brésil, qui ont vu Lula revenir au pouvoir après la parenthèse Bolsonaro, vont-elles signer le grand retour du pays sud-américain sur la scène internationale ?

La question écologique, défi posé au monde et dont ils et elles seront les premier.e.s à devoir y apporter des réponses, est, évidemment, un sujet central. Face à l'échec des COP, la non prise en compte véritable de la crise en cours par les politiques et la difficulté à faire exister médiatiquement le sujet, comment concilier les gestes écoresponsables du quotidien avec les difficultés économiques des ménages dues à l'inflation et la hausse des prix ? Les limites et les promesses du métavers et de la tokenisation de l'économie via les NFT sont également questionnées, tout comme la nécessaire régulation de l'économie et de l'espace public numériques avec la place grandissante accordée aux influenceur.euse.s.

Les événements de l'année écoulée ont aussi amené les questionnements éthiques sur le terrain du sport, avec la coupe du monde de football au Qatar et les polémiques sociales et environnementales qui ont accompagné la compétition, mettant plus largement en perspective la pertinence de ces grands événements à l'heure des invitations à la sobriété, alors que se profilent à l'horizon les Jeux Olympiques à Paris. Éthiques aussi, les remises en cause qui ont accompagné la lente reconnaissance du MMA et l'arrivée de l'UFC en France.

La question des transformations médiatiques est aussi très présente, avec l'installation du streaming comme modalité préférentielle de consommation des produits culturels, la transformation de nos rapports aux écrans et l'attention à porter à la diversité des productions dans des industries désormais dépendantes des algorithmes et du traitement des données personnelles.

Tous ces constats de l'état du monde de 2023 sont aussi teintés de résilience. Une résilience non pas entendue comme une acceptation des chocs et du fracas du monde, mais comme une invitation à (re)construire, à partir des expériences, des réussites, mais aussi des échecs. Face à un monde en plein changement, où tout bouge très vite, ils et elles ont pris le temps de s'interroger, de questionner et de tenter d'apporter des pistes de réflexion. Parce qu'ils et elles n'entendent pas être de simples spectateurices du monde tel qu'il va, mais des acteurices du changement, dans leurs vies personnelles et professionnelles. Comme le soulignait l'anthropologue américain David Graeber, décédé en 2020, « un être humain privé de la faculté d'avoir un impact significatif sur le monde cesse d'exister ». C'est cet élan d'envie et d'existence que nous vous invitons à feuilleter. Puisse leurs étonnements nourrir vos réflexions.

BONNE LECTURE !

BLACK sheep

DIRECTRICE DE LA PUBLICATION

Marta SEVERO

RÉDACTEUR EN CHEF

Romain BIGAY

RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE

Manon DEFROCOURT

RUBRIQUE SOCIÉTÉ

Naïs HIBLOT (chef de rubrique), Lucas BRUN, Élodie FERRO, Antoine TURPAULT

RUBRIQUE ÉCOLOGIE

Léa MORNET (chef de rubrique), Manon DEFROCOURT, Aude DOUMENGE, Léa TRESSON

RUBRIQUE INTERNATIONAL

Antonis KARAVALIS (chef de rubrique), Samantha CARIEN, Lorraine RODRIGUES CIRINO, Kadiata THIAM

RUBRIQUE MÉDIAS

Liora MARRY (chef de rubrique), Yasmine CHIKH, Arline-Laura PIEKOURA, Angela RIGA

RUBRIQUE TECH

Nilüfer KANAR (chef de rubrique), Julie GENET, Laura KERVIZIC

RÉDACTION WEB

Samantha CARIEN, Liora MARRY, Arline-Laura PIEKOURA, Angela RIGA

SECRÉTARIAT DE RÉDACTION

Lucas BRUN, Élodie FERRO, Léa TRESSON, Antoine TURPAULT

ICONOGRAPHIE

Aude DOUMENGE, Naïs HIBLOT, Nilüfer KANAR

CRÉATION GRAPHIQUE ET MISE EN PAGE

Yasmine CHIKH, Julie GENET, Laura KERVIZIC, Léa MORNET

AU

PROGRAMME

05 SOCIÉTÉ

- Le permis d'adoption : une solution contre le fléau de l'abandon des animaux domestiques ?
- Après #metoo, nous les voyons, nous les entendons, mais est-ce que nous les croyons ?
- L'évolution du MMA en France : de l'interdiction au succès.
- Inflation, inégalités sociales et pouvoir d'achat : la question écologique face à la question sociale

19 ÉCOLOGIE

- Zéro déchet : une solution en temps de crise
- Crise climatique : le non-sujet médiatique
- Coupe du monde au Qatar : vers une prise de conscience ?
- Perte de crédibilité des COP : pourquoi continue-t-on encore à en faire ?

32 INTERNATIONAL

- *"Les censures n'affectent pas les politiciens, mais seulement les citoyens"*, des expatriés Russes confient leurs difficultés
- Inégalités de traitement dans l'accueil des réfugiés
- Même président, nouveau pays : quel Brésil Lula dirigera-t-il en 2023 ?
- Qatar : face à la criminalisation et à l'exclusion de la communauté LGBTQIA+

46 MÉDIAS

- De la pub sur Netflix : vers un changement de modèle pour le streaming vidéo ?
- La guerre du streaming va-t-elle tuer le cinéma ?
- La voix africaine dans le streaming : un défi pour une représentation juste et diversifiée
- La Star Academy, Secret story : ces télé-réalités qui reviennent !

60 TECH

- Le métavers : une nouvelle vitrine pour les marques ?
- Les *"influvoleurs"* : jusqu'où va le monde de l'influence ?
- Le bear-market des crypto-monnaies entraîne les NFT dans leur chute

RUBRIQUE

SOCIÉTÉ



LA FRANCE, CHAMPIONNE D'EUROPE EN ABANDON D'ANIMAUX : FAUT-IL METTRE EN PLACE UN PERMIS D'ADOPTION ?

PAR ELODIE FERRO



Crédit photo - banque d'images gratuites - Freepik

La Belgique a récemment mis en place le permis de détention d'un animal de compagnie. Pour adopter, il est désormais obligatoire de présenter ce permis, qui peut être retiré en cas d'accusation de maltraitance animale. Face à un taux d'abandon croissant, la question de la mise en place d'un permis similaire en France se pose.

Le 1er janvier 2022, le permis de détention d'un animal de compagnie est entré en vigueur en Belgique. Instauré en 2019 par le Code wallon du Bien-être des animaux, le permis de détention était jusqu'alors obtenu automatiquement par toute personne possédant un animal de compagnie. Ce permis pouvait être retiré aux propriétaires accusés de maltraitance animale, et ainsi les empêcher de pouvoir adopter à nouveau.

Cette mesure, qui était jusqu'alors en période d'adaptation, est désormais officialisée en Belgique. Tous les propriétaires d'animaux de compagnie sont désormais dans l'obligation d'être en possession de ce permis.

Mais l'entrée en vigueur officielle de ce permis de détention en Belgique n'implique pas uniquement la possession obligatoire de ce permis. Elle renforce également les conditions d'adoption d'animaux. En effet, les personnes souhaitant acquérir un nouvel animal doivent désormais présenter un extrait du fichier central de la délinquance environnementale et du bien-être animal - que l'adoption se fasse dans un refuge, un commerce ou un élevage. Cet extrait, semblable à un casier judiciaire de la maltraitance animale, est un document délivré par la commune afin d'attester que le futur propriétaire n'est pas interdit de détention d'animaux de compagnie et que son permis de détention ne lui a pas été retiré.

Ce nouveau permis de détention concerne ainsi tous les propriétaires, à l'exception des acquéreurs déclarés qui détiennent des animaux à des fins purement économiques et agricoles. Les autres propriétaires doivent, eux, s'acquitter de leur permis afin d'adopter et/ou conserver leur animal de compagnie. Toutes les races de chiens, chats, chevaux, oiseaux, hamster, souris, poissons, poules, tortues, reptiles, tortues, lapins ou encore chèvres sont concernées.

Chaque propriétaire peut faire la demande de son permis de détention auprès de sa commune. Une fois délivré, celui-ci reste valable un an pour les espèces qui supposent un achat régulier telles que les oiseaux, les poissons, les rongeurs ou les volailles. Pour les autres espèces, la durée du permis est valable 30 jours. Au-delà, un nouvel extrait du fichier central de la commune sera demandé afin de vérifier si le propriétaire n'a pas été signalé entre-temps. Les propriétaires d'animaux accusés de maltraitance animale pourront ainsi se voir retirer leur permis de détention par un juge ou par un fonctionnaire ayant pouvoir de sanction.

La France favorable au permis ?

Les Français sont de plus en plus sensibles à la cause animale. En effet, un sondage réalisé début 2022 par la Fondation 30 millions d'amis et l'Ifop révèle que le bien-être des animaux est considéré comme un thème majeur des Présidentielles pour la plupart des Français. Le baromètre annuel intitulé *"Les Français et le bien-être des animaux"* indique ainsi que 69% des Français, soit 7 Français sur 10, considèrent que le thème animal est aussi important que l'écologie ou l'économie pour le débat politique des Présidentielles 2022. *"Enquêtes après enquêtes, les Français montrent qu'ils sont de plus en plus mobilisés pour la protection des animaux. En mettant le bien-être animal parmi leurs préoccupations majeures pour la Présidentielle, ils demandent aux candidats de faire des propositions ambitieuses et concrètes en la matière"* explique Reha Hutin, Présidente de la Fondation 30 Millions d'Amis, sur le site de l'as-

sociation. Parmi les solutions attendues par les Français de la part du gouvernement, la mise en place d'un permis de détention occupe une place particulière. En effet, selon un sondage commandé par Ultra Premium Direct, spécialiste de l'alimentation pour chien et chat, 65% des Français souhaiteraient l'instauration d'un permis de détention d'animaux de compagnie similaire à celui créé en Belgique. *"Il faut un permis d'adoption, pour empêcher les gens de prendre les animaux pour des jouets", "Nous devons créer un ministère de la condition animale. Faire appliquer des sanctions, un permis ou retrait à vie d'adoption en cas de maltraitance"* ou encore *"Détenir un permis d'adoption pour avoir un animal et arrêter les animaux dans les cirques. Je dis oui, les belges ont tout compris"* peut-on lire sur Twitter.

Pourtant, si les Français sont nombreux à souhaiter la mise en place d'un permis de détention d'animaux de compagnie, la mesure ne semble pas encore prévue par le gouvernement. Il ne faut cependant pas perdre espoir et constater les avancées sur le sujet telles que la fin progressive des cirques, des manèges à poneys, et de toutes les activités ludiques qui exploitent les animaux de manière abusive. Un premier pas vers ce permis d'adoption a d'ailleurs été mis en place en octobre 2022 avec la création d'un certificat d'engagement lors de l'adoption d'animaux de compagnie. Celui-ci vise à lutter contre les achats compulsifs suivis généralement d'abandons d'animaux. Mais, simple papier à remplir en quelques minutes, ce certificat n'engage pour l'instant aucune sanction, ce qui semble insuffisant pour la France, championne d'Europe en abandons d'animaux.

La France : championne d'Europe de l'abandon

PaC Cette année encore, la SPA a révélé un bilan inquiétant. L'association a annoncé avoir recueilli près de 16 500 animaux à l'échelle nationale, et ce uniquement sur la période estivale de 2022, c'est-à-dire du 1er mai au 31 août.

Un bilan plus lourd encore est donc à supposer sur l'intégralité de l'année 2022. Avec ces chiffres, la France se positionne comme le pays au taux d'abandon d'animaux de compagnie le plus élevé d'Europe. Parmi les animaux recueillis, l'association a pu compter 11 268 chats, 4 302 chiens, 851 NACS (nouveaux animaux de compagnie) et 36 équidés. Si ces chiffres paraissent dramatiques, il faut garder en tête qu'ils restent légèrement moins élevés que ceux des années précédentes. Le record est en effet détenu par l'été 2021, avec 16 884 abandons soit 2,7% de plus. L'été 2020 a ainsi été la période ayant connu le moins d'abandons. Pour cause, des déplacements estivaux limités par les restrictions gouvernementales liées au Covid-19. Alors, faut-il en venir à interdire les vacances pour limiter les abandons ?

Les chiffres croissants sont d'autant plus inquiétants pour la SPA que les refuges sont de plus en plus saturés. Une baisse de 9% des adoptions avait en effet été observée au début de la période estivale 2022, compromettant la capacité d'accueil des refuges pour l'été. L'association a ainsi dû refuser des animaux dès la mi-août. *"Si on avait été en capacité de tous les accueillir, l'été aurait sans doute été plus mauvais encore que 2021"*, indique Jean-Charles Fombonne, le président de la SPA, à 20 Minutes. Par chance, la situation a pu se réguler grâce à une légère hausse des adoptions durant la période estivale - une augmentation de 1,2 % par rapport à l'année précédente, mais qui reste toujours trop faible en vu du nombre d'animaux abandonnés régulièrement.

La mise en place d'un permis de détention permettrait alors à tous les propriétaires ayant abandonné leur animal de ne pas pouvoir adopter à nouveau. Il serait également possible de surveiller les comportements suspects tels que les adoptions ou achats à répétitions de petites bêtes afin de lutter contre les maltraitances animales.

3 questions à Isabelle Defrocourt, propriétaire d'un élevage de chiots :

Mettez-vous des mesures en place pour vous assurer du sérieux des personnes qui viennent adopter chez vous ? Lesquelles ?

Oui un peu. Je leur demande de m'envoyer des photos de l'endroit où le chiot va vivre, de m'envoyer des nouvelles une fois qu'ils ont le chiot (ou je leur envoie un message moi-même si je n'ai pas de nouvelles de leur part), et surtout je regarde le comportement des futurs adoptants avec le chiot quand ils viennent le voir.

Un certificat d'engagement a été mis en place en France lors de l'adoption d'animaux de compagnie. Pensez-vous que cette démarche est suffisante pour limiter le nombre d'abandons ?

Malheureusement je pense que non, car les futurs adoptants peuvent remplir le certificat avec sérieux et hélas quelques années plus tard voir quelques mois plus tard abandonner quand même leur animal - même si l'abandon d'un animal est durement sanctionné. Le propriétaire encourt jusqu'à 3 ans de prison et 45 000€ d'amende.

Un permis de détention aux mesures plus strictes a été mis en place en Belgique, souhaiteriez-vous un permis similaire en France ? Pourquoi ?

Oui tout à fait car en France les conditions de détention ne sont pas assez strictes. Des personnes peu recommandables peuvent adopter des chiens de catégorie et en faire malheureusement des animaux très dangereux pour eux-mêmes (car si l'animal a un coup de folie, il peut se retourner sur son propre maître) ou pour d'autres personnes voire des enfants.

APRÈS #METOO, NOUS LES VOYONS, NOUS LES ENTENDONS, MAIS EST-CE QUE NOUS LES CROYONS ?

PAR ANTOINE TURPAULT



Credit photo - banque d'images gratuites - CANVA

Entre les nombreux procès médiatiques et l'invariable nécessité de laisser la Justice faire son travail, l'intégrité peine à trouver sa place dans une atmosphère de plus en plus conflictuelle. Le débat autour d'une justice spécialisée en matière de violences faites aux femmes prend de plus en plus d'ampleur.

Tandis que Roman Polanski tente de décrocher une place à Cannes et à la Mostra avec son nouveau film *The Palace* et que Benjamin Mendy a été jugé non coupable par un jury populaire après six accusations de viol, un sentiment d'injustice plane encore autour des affaires de violences faites aux femmes au point de se demander si la Justice est réellement impartiale.

Une justice spécialisée pour les violences faites aux femmes reviendrait-elle à croire aveuglément toute personne affirmant être victime d'une agression ?

Sûrement pas, mais elle participerait peut-être à remettre en question notre représentation du monde qui, elle, influence notre propension à croire ou ne pas croire tel ou tel récit.

"La justice, c'est nous tou(te)s qui la rendons"

Ilhame AGUIDA, directrice du CIDFF 95

En effet, notre capacité à croire ou non la parole d'autrui dépend de nos connaissances, expériences et valeurs inculquées. Or, dans une société patriarcale qui surprotège encore les hommes violents de façon insidieuse, la nécessité de changer les règles du jeu semble de plus en plus urgente pour qu'il devienne enfin plus équitable. L'affaire Benjamin Mendy, comme toutes les autres avant elle, illustre le caractère encore beaucoup trop "exceptionnel" que nous leur conférons. Il ne s'agirait que d'un fait-divers de plus, réglé selon l'adage "parole contre parole".

Or, la parole des hommes pèse beaucoup plus dans notre société que celle des femmes. La socialisation genrée dont résultent les violences faites aux femmes détermine encore foncièrement la façon dont on considère et juge ces affaires. Comment court-circuiter ce cercle vicieux ? Comment rééquilibrer ce rapport de force ? Faut-il aller jusqu'à transformer les "présomés innocents" en "présomés coupables" quand nous savons que 80% des condamnés pour violences faites aux femmes ont nié les faits reprochés lors de leurs procès ?

La Justice face à des violences systémiques et reproductibles

Aujourd'hui, la véracité de la plupart des dénonciations d'agressions sexuelles peut très difficilement être remise en cause. On estime que les accusations infondées de violences sexistes et sexuelles représentent 2 à 8%* des plaintes (sachant que seulement 12%** des victimes de violences sexistes et sexuelles portent plainte, découragées par le système). Le fait est qu'il n'y a aucun bénéfice à en tirer, et beaucoup d'inconvénients : jugement, représailles, harcèlement, violences institutionnelles, etc. Pourtant, le sexisme ambiant dans notre société nous conditionne collectivement à n'accorder encore que très peu de crédit à la parole des femmes : "Les femmes sont vicieuses par nature" ; "Les femmes mentent pour piéger les hommes" ; "Les femmes sont cupides" ; "Il n'y a pas de fumée sans feu". Quand ce n'est pas ces discours sexistes qui l'emportent, c'est un silence assourdissant qui s'abat à la place sous l'égide de la "présomption d'innocence" ; les preuves, rien que les preuves. Or, le silence profite aux agresseurs. Les potentiels "je te crois" adressés aux victimes n'auraient pourtant jamais de conséquences sur la liberté d'un accusé. De fait, si Benjamin Mendy a été suspendu par son club avant d'avoir été jugé, de la même façon que l'acteur Sofiane Bennacer a été exclu de la présélection des Césars, leur statut de "présu-

-mé innocent" leur a offert le moyen de recourir à la victimisation et a laissé place à de nombreuses polémiques, participant à décrédibiliser une fois de plus la parole des victimes face à une opinion publique muette. La justice apparaît alors comme la seule arbitre d'un jeu dont les règles la dépassent car les violences faites aux femmes ne sont pas des événements ponctuels et originaux, mais des violences systémiques qui obéissent à des déterminants sociaux. C'est pourquoi Roman Polanski peut encore aujourd'hui tenter de décrocher une place à Cannes et à la Mostra avec son nouveau film *The Palace*. "Laissons la justice travailler" aime nous répéter le Ministre de la Justice Éric Dupond-Moretti. A-t-elle seulement les moyens de faire son travail ? Lorsqu'ils ne peuvent pas avoir lieu honnêtement dans un tribunal, les procès s'invitent alors dans les médias pour tenter de faire évoluer nos représentations.

Sans aller jusqu'à remettre en question "la présomption d'innocence" car il faut heureusement des preuves pour condamner quelqu'un en France, la problématique des violences faites aux femmes invite finalement la justice à se réinventer. En 2020, en France, on comptabilise en moyenne 67 viols*** par jour (sachant qu'il ne s'agit que des constatations faites par la police et la gendarmerie) et un féminicide advient tous les trois jours (sachant que les personnes trans et les travailleuses du sexe sont souvent exclues des comptes). Une personne sur 10**** est également victime d'inceste. La lumière faite sur toutes ces victimes nous oblige à une prise de conscience collective. Si ce sont d'abord les victimes de leur(s) agresseur(s), ce sont également les victimes d'une société qui les protège et les reproduit. Comment enrayer cette machine ? Ces faits particuliers dépassent en fait le seul cadre judiciaire et demandent une prise en charge coordonnée, à la fois globale et spécifique, qui serait nécessairement accompagnée d'une remise en question généralisée.

Le système espagnol en avance sur le système français

En Europe, l'Espagne fait office de précurseur en matière de lutte contre les violences faites aux femmes. Selon le rapport du Centre Hubertine Auclert, *“la prise en charge coordonnée des victimes, la création de juridictions spécialisées et la publication mensuelle d’indicateurs ont permis la baisse du nombre de féminicides et une meilleure protection des femmes victimes de violences depuis 2004. Ainsi, le taux de féminicides en Espagne est deux fois moindre que celui en France (146 féminicides au sein du couple en France en 2019, contre 55 en Espagne)”*.

Le modèle espagnol repose sur des équipes dédiées à ces faits particuliers dans les commissariats. Depuis juin 2019, Valence abrite d’ailleurs le premier commissariat du pays uniquement dédié aux femmes victimes de violences conjugales. Or, s’il existe des brigades locales de protection de la famille en France, celles-ci n’existent pas dans tous les commissariats.

L’Espagne a également mis en place une plateforme d’évaluation du danger du nom de Viogen qui permet notamment de déterminer les jours les plus “à risque” dans l’année pour les femmes. Ce dispositif semble efficace car la part de victimes tuées par leur conjoint et qui avaient porté plainte est passé de 75 % à 20 % entre 2009 et 2019. 56 000 femmes sont actuellement protégées en Espagne et le taux de condamnation des hommes violents y est deux fois plus élevé qu’en France.

Ayant droit à une assistance juridique gratuite, à un accompagnement psychologique et à des aides économiques spécifiques, les femmes victimes bénéficient également de plus de droits sociaux en Espagne qu’en France. Elles sont prioritaires au sein des processus d’accès aux logements sociaux et aux maisons de retraite.

Dans le cadre professionnel, elles profitent d’un aménagement de leur emploi du temps, ont droit à la mobilité géographique et peuvent demander une suspension temporaire du poste avec le maintien du contrat de travail

En Espagne, il existe enfin des tribunaux spécialisés qui traitent des affaires de violences conjugales tant sur le versant pénal que civil. Créés par la loi de 2004, il en existe 33 dans le pays : “Le juge des violences doit prononcer les mesures de tutelle, de garde, de visite. Nous avons les mêmes compétences qu’un juge aux affaires familiales. Il y a une obligation de prononcement. Si le juge ne prend pas de mesures, il devra dire pourquoi”, témoigne Margarita Perez Salazar, juge spécialisée dans les violences conjugales.

La France s’est tout de même déjà inspirée de son voisin à travers l’ordonnance de protection (qui permet au juge aux affaires familiales d’assurer dans l’urgence la protection de victimes de violences conjugales ou intrafamiliales.), le téléphone grave danger (permettant à une victime de violences conjugales de contacter directement une plateforme spécialisée en cas de danger) et le bracelet anti-rapprochement (dispositif de surveillance électronique qui permet de géolocaliser une personne à protéger et un auteur réel ou présumé de violences conjugales).

Si une révolution des politiques en matière de lutte contre les violences faites aux femmes n’est néanmoins pas encore à l’ordre du jour en France, rien n’empêche la société d’enclencher un changement de regard. Sans se muer en juge, il s’agit peut-être de s’appliquer à faire davantage preuve d’empathie car la croire n’est pas le condamner. On ne peut pas continuer à dénoncer les violences faites aux femmes sans dénoncer la masculinité.

**ILHAME AGUIDA, DIRECTRICE DU CIDFF 95
(Centre d'Informations sur les Droits des
Femmes et des Familles)**

**Combien de temps en moyenne une femme
victime de violences met-elle pour faire
valoir ses droits ?**

Chaque cas est unique, mais la victime se retrouve le plus souvent face à des procédures longues et diverses en raison de leur superposition. Dans le cadre des violences faites aux femmes, les procédures sont en effet beaucoup plus nombreuses que dans d'autres affaires pénales car elles s'inscrivent au sein de plusieurs champs de judiciarisation (pénal et civil) ; impliquant généralement un divorce, des mesures de protection, des modalités d'exercice de l'autorité parentale, etc. La victime se retrouve alors suspendue à de multiples décisions aux mains de différents interlocuteurs (juge pénal, juge aux affaires familiales, juge d'instruction, juge des enfants). Il s'agit donc d'un temps généralement long et usant.

**Parmi les mesures nouvelles pour lutter
contre les violences faites aux femmes est
évoquée la création d'une juridiction
spécialisée, quels avantages et
inconvenients selon vous ?**

Selon moi, le dispositif législatif français est déjà assez complet pour répondre aux prérogatives qui sont les siennes concernant les violences faites aux femmes. Les moyens de la Justice doivent néanmoins être profondément renforcés pour qu'elle remplisse convenablement sa mission. Il s'agirait également d'initier un grand plan de formation auprès des magistrat(e)s afin qu'ils comprennent davantage le psychotrauma qui accompagne les victimes de violences.

Dans ce contexte encore très pesant, l'idée de mobiliser des magistrat(e)s qui seraient dédié(e)s aux violences faites aux femmes serait donc la bienvenue pour désengorger les tribunaux et accélérer les processus. Mais comment une femme isolée pourrait-elle espérer avoir recourt à une juridiction spécialisée quand celle-ci ne serait disponible que dans certains tribunaux ? Qu'en est-il également des crimes jugés en cours d'assises ?

**Dans les cas de faits de violences faites
aux femmes, quels intérêts pourrait
présenter la mise en place de la
présomption de culpabilité ?**

En matière de violences conjugales, il est très difficile d'apporter des preuves, un doute subsiste toujours sur la véracité des faits. Or, le doute pèse toujours sur les femmes. C'est pourquoi cette possibilité pourrait présenter plusieurs intérêts. Cependant, encore une fois, je crois beaucoup à la formation de toutes et tous, auprès des professionnel(le)s et du grand public. La présomption de culpabilité prend d'ailleurs de plus en plus de place dans l'opinion publique et participe à sensibiliser le plus grand nombre. C'est pourquoi il ne me semble pas forcément nécessaire que cela s'inscrive formellement dans le droit français qui s'applique déjà à rendre compte de la vérité. Nos représentations, plus que les textes de loi, doivent évoluer.

* Enquête Leenan & Murray (2006) : 2,1% ; Lisak et al. (2010) :

5,9% ; National Sexual Resources Center (2012) : 2 à 8%

** arretonslesviolences.gouv.fr

*** Ministère de l'Intérieur, Interstats Analyse n. 32

**** Association Face à l'inceste

L'ÉVOLUTION DU MMA EN FRANCE : DE L'INTERDICTION AU SUCCÈS.

PAR LUCAS BRUN



Crédit photo - banque d'images gratuites - Freepik

Le 3 Septembre dernier, 15 000 spectateurs se sont déplacés à l'Accor Arena pour assister au premier événement UFC en France. Ce fut une grande réussite, les 5 français présents sur l'affiche en sont sortis vainqueurs et les résultats économiques parlent d'eux même : 33 millions d'euros de bénéfice et 400 emplois créés pour l'occasion.

Dernier pays européen à avoir autorisé la pratique du MMA sur son sol, la France est désormais l'un des pays montants de ce sport longtemps décrié, à la fois par les autorités et une partie de l'opinion publique française. De l'interdiction à sport de combat numéro le plus populaire, nous allons retracer le parcours du MMA en France. Tout d'abord, qu'est-ce que le MMA ? Ce sport étant peu connu et rempli de stéréotypes, il est important d'en donner une définition claire. Le Mix Martial Arts, anciennement appelé free-fight, est un sport de combat mêlant les différentes boxes avec la lutte ainsi que le jiu-jitsu.

Ce qui le différencie de ses semblables sont que les coups au sol sont autorisés. Ces combats sont régis par un ensemble d'interdits semblables aux différents sports de combat : coups derrière la tête, doigts dans les yeux, morsure, coups de coude verticaux ou encore coups dans les parties intimes. Au total ce sont environ 31 règles, selon les organisations, auxquelles les combattants doivent se soumettre.

Si ce sport était interdit jusqu'en janvier 2020, c'est pour deux raisons principales. La première raison concerne les clichés véhiculés par la discipline. Beaucoup perçoivent le MMA comme du combat où tous les coups sont permis et ne savent pas que les réglementations sont strictes et évoluent avec leur temps.

Au départ, il n'y avait pas de catégories de poids, et certains coups choquants étaient autorisés, comme les coups de pied ou de genoux au visage sur un adversaire au sol. La deuxième raison étant le lobbying des autres disciplines comme le Judo ou la Boxe, très populaires en France et dont les fédérations redoutent que leurs adhérents se détournent de leur sport pour le MMA. Jean-Luc Rougé, ancien président de la Fédération Française de Judo avait même déclaré : « Le MMA est un refuge pour djihadiste ». Les autorités avaient elles-même avancé que « la violence et les actes barbares et sauvages commis au nom du sport sont dénués de valeur sociale dans une société civilisée qui respecte les droits de l'homme ». Pourtant l'aspect "barbare" du MMA est avant tout symbolique, la cage est faite pour protéger les combattants afin qu'ils ne soient pas éjectés du ring et les coups au sol sont moins dangereux que des coups debout. Il y a aussi moins de commotions cérébrales qu'en boxe anglaise par exemple, dont les règles laissent 10 secondes aux combattants pour se relever après une mise au sol, ce qui accentue les chances de reprendre des coups et ainsi subir de lourds dégâts au cerveau.

La France, pionnière malgré l'interdiction ?

Malgré l'interdiction, de nombreux français ont, dès les années 90, tentés leur chance avec plus ou moins de succès dans la discipline. Devenus pour certains des grands noms à l'étranger, leur popularité en France n'a pas su se développer du fait de l'absence de médiatisation. À l'instar d'un Jérôme Le Banner (Kickboxeur) ou d'un Tony Yoka (Boxeur) par exemple, pour qui les disciplines sportives sont acceptées depuis longtemps. Ces français arrivés 10, voire 20 ans trop tôt, ont pourtant fait la fierté du pays à l'international. C'est le cas par exemple de Kristof Midoux, premier français à avoir combattu à l'UFC puis entraîneur de la légende québécoise, aussi considéré par beaucoup comme le GOAT

(*Greatest of all time*) de la discipline : George Saint-Pierre. D'autres français ont suivi comme Cheick Kongo et son retournement de situation légendaire face à l'américain Pat Barry. On peut citer Cyrille Diabaté, ayant affronté l'un des plus grands noms du MMA Alexander Gustafsson, ou encore Daniel Woirin, entraîneur de pied-poings ayant coaché la légende brésilienne Anderson Silva.

La France commençait déjà à se créer une réputation dès les années 90 malgré les bâtons dans les roues des gouvernements de l'époque. Le fait qu'ils aient été forcés de se rendre à l'étranger pour combattre a eu pour conséquence que beaucoup d'entre eux ont servi de faire-valoir pour les combattants locaux. Malgré un environnement hostile, ces pionniers du MMA français ont pavé la route des combattants actuels qui ont désormais l'opportunité d'évoluer dans leur pays et de se former dans un circuit amateur très développé. Cette formalisation, on la doit en grande partie à Bertrand Amoussou, ancien combattant du Pride et frère de l'ancien champion du Bellator Karl Amoussou. Ce dernier avait d'ailleurs manifesté son mécontentement face à la situation en France en décidant de représenter l'Allemagne, sa deuxième nationalité. Par la suite, il a mené un long travail de création d'un règlement qui respecte à la fois la liberté qu'offre le MMA mais aussi le degré de sécurité souhaitée par les autorités françaises.

MMA : sport star des réseaux sociaux

La popularité médiatique actuelle du MMA en France est flagrante notamment sur les réseaux sociaux. @GregMMA, de son vrai nom Grégory Bouchelaghem, ancien combattant du Pride, fait désormais partie de la culture populaire de l'Internet français. Pour Karaté Bushido, magazine historique des sports de combat et des arts martiaux dans l'hexagone, il publie régulièrement des vidéos dans lesquelles il affronte les prodiges ou les espoirs français.

Il réalise également d'autres formats plus divertissants, en testant des personnes prises au hasard dans la rue. Chacune de ses publications tourne autour du million de vue, ce qui témoigne de l'engouement et de la fascination pour ce sport. Le nombre de médias indépendants a lui aussi explosé : La Sueur, Laser MMA, AB Show ou encore MMA Propagande. Ce sont des relais très importants qui permettent à l'écosystème de cette pratique de se populariser.

Le premier français à avoir médiatisé le MMA auprès du grand public est Morgan Charrière. Ancien champion du Cage Warriors, il a su se créer une grande popularité sur les réseaux sociaux, notamment en collaborant avec le streamer de jeux-vidéos Kameto. Sa notoriété et l'engagement de ses followers sont tels, que M6 fut la première chaîne nationale à proposer du MMA via sa plateforme en ligne 6Play.

La France : next big thing du MMA ?

Mais si un nom devrait être cité pour son travail depuis maintenant quelques années, c'est celui de Fernand Lopez. Coach de Cyril Gane, Nassourdine Imavov et anciennement de Francis N'Gannou, cette personnalité est très clivante dans le milieu de part ses partis pris. La raison pour laquelle son nom revient si souvent, c'est son succès et les milliers de nouveaux passionnés que cela a engendré. Propriétaire de la MMA Factory, la plus grande salle d'entraînement de France, et de Management Factory, structure d'accompagnement des athlètes pour gérer leur carrière et leur image, mais surtout de l'Ares Fighting Championship, la plus grande organisation de gala de MMA en France.

Ces différentes étapes menées par ces piliers de la discipline ont permis la tenue de l'UFC Paris, qui a eu lieu le 3 septembre dernier. Cet évènement qui se renouvellera désormais tous les ans fut un succès au retentissement mondial, notamment grâce à l'ambiance durant les combats. L'avenir du MMA français semble radieux, Cyril Gane est sur le point d'affronter Jon Jones, l'un des plus grands combattants de tous les temps et Mansour Barnaoui est en lice pour le tournoi à 1 million de dollars du Bellator, au cours duquel il peut remporter la ceinture des poids légers. Tout cela montre aux fans du monde entier que la France est le prochain pays sur lequel il faut compter.



Crédit photo - banque d'images gratuites - Freepik

INFLATION, INÉGALITÉS SOCIALES ET POUVOIR D'ACHAT : LA QUESTION ÉCOLOGIQUE FACE À LA QUESTION SOCIALE

PAR NAIS HIBLOT



Credit photo - banque d'images gratuites - CANVA

Aujourd'hui, il semble très difficile de penser la question écologique sans poser celle des inégalités sociales. En effet, les inégalités sociales peuvent entraver la mise en place d'actions en faveur de l'environnement en rendant ces dernières inaccessibles voire inacceptables pour les plus pauvres. S'il existe un lien très étroit entre la question écologique et la question sociale, les politiques ont souvent pour habitude d'ignorer ce lien en culpabilisant davantage les populations les plus défavorisées.

"Qui aurait pu prédire la crise climatique aux effets spectaculaires encore cet été dans notre pays ?" Si le Président Emmanuel Macron semble découvrir l'urgence climatique, de nombreuses organisations tentent de sensibiliser les politiques et les citoyens sur l'importance d'un respect de l'environnement. Changements climatiques, perte de biodiversité, pollution de l'air et de l'eau ou encore raréfaction des ressources naturelles : les individus, les entreprises et les gouvernements sont alors appelés à prendre des mesures concrètes pour protéger l'environnement de ces nombreux impacts. Et pourtant, l'effort n'a pas le même coût pour chaque français. Pour les catégories sociales défavorisées, consommer écologique représente un effort financier insurmontable.

L'écologie : une préoccupation de riches ?

Quand on dispose d'un niveau de vie confortable, les solutions pour s'engager dans des comportements écoresponsables sont nombreuses : achat de produits écologiques, investissements dans les énergies renouvelables, utilisation d'appareils écoénergétiques, ou encore adopter une alimentation faite de produits frais et de saison. Mais pour les classes de la population le moins aisées, l'équation devient compliquée. Selon l'Insee, pour les ménages les plus modestes, l'alimentation et le logement représentent à eux seuls plus d'un tiers du budget annuel (contre 22% pour les foyers les plus aisés). Ainsi, avec l'inflation actuelle et donc un pouvoir d'achat en chute, adopter un mode de vie soucieux du bien-être de la planète n'est pas une priorité pour tout le monde.

Réjeanne, 88 ans, retraitée, veuve et résidant à Conflans-Sainte-Honorine, vit avec un revenu juste au-dessus du seuil de pauvreté. Pour elle, quand vient l'heure des courses, les considérations écologiques sont loin : *"j'achète en fonction de ma bourse sans me préoccuper de la planète, l'essentiel c'est de manger. Les courses de nourriture c'est ce qui représente le plus de dépenses pour moi car même si je suis seule, je veux continuer à faire plaisir à mes enfants et petits-enfants. Alors si cette consommation a de réels impacts sur la planète, tant pis !"*. Et c'est sans compter sur l'impact que le drame écologique a sur les plus pauvres. En effet, ces derniers sont souvent les plus exposés aux impacts négatifs de la dégradation de l'environnement, comme la pollution de l'air ou de l'eau. Autant de facteurs, qui en retour, renforcent les inégalités sociales.

En bref, l'écologie est devenue aujourd'hui, une véritable question sociale.

Pourtant, alors qu'il est important de mettre en place des politiques qui prennent en compte les besoins et les perspectives de tous, quel que soit le milieu social, les politiques ne semblent pas prendre en considération cette inégalité. Mais pourquoi les politiques ont-ils pour habitude de pointer du doigt les plus défavorisés en utilisant un processus de culpabilisation ?

Classes populaires : tous coupables ?

"Une société sans culpabilité ressemblerait à une société hyper individualiste, dans laquelle l'impact des actions sur les autres ne serait pas le moins du monde" a déclaré Edoardo Pappaiunna, chercheur en psychologie et en neurosciences. En effet, au départ, la culpabilisation est utilisée pour sensibiliser les individus à leurs actions et à leur impact dans le monde et ainsi les inciter à agir de manière plus responsable. La culpabilisation s'impose comme un moteur de changement, un facteur de prise de conscience.

Cependant, la culpabilisation peut avoir des effets contraires : elle peut créer la réticence du destinataire, comme l'illustre Rejeanne : « je ne me sens pas coupable, avant on ne parlait pas trop d'écologie et aujourd'hui on culpabilise les jeunes. Mais beaucoup de jeunes n'ont pas l'argent pour faire autrement. Chacun fait comme il peut ». La culpabilisation des politiques au sujet de la question environnementale, réside dans le fait que leurs messages s'adressent à tous, sans prendre en compte les difficultés économiques des plus défavorisées. Mais ciblent presque toujours les classes populaires.

Lorsque le gouvernement dénonce les individus utilisant la voiture quotidiennement, ceux qui participent au tourisme de masse ou encore ceux qui empruntent des compagnies low-costs pour voyager, ce sont bien les populations les moins favorisées qui sont pointées du doigt. En réalité, le discours de culpabilisation sur la question écologique concerne toujours les mêmes, les plus pauvres. Il leur est demandé de se serrer la ceinture et de revoir leur façon de consommer. Mais comment consommer autrement, lorsque les solutions les plus durables ne sont pas à leur portée ?

La culpabilisation : une dépolitisation de l'écologie

Ce mécanisme de culpabilisation pose également une autre question. En ramenant systématiquement le débat au niveau individuel, en réduisant les solutions au seul changement de comportement des personnes, à plus forte raison des classes populaires, l'écologie se trouve vidée de toute dimension politique et systémique. Si les individus se sentent coupables de leur impact environnemental, ils peuvent se sentir moins légitimes à faire pression sur les décideurs politiques pour adopter des actions environnementales à grande échelle.

Pour aborder efficacement les défis environnementaux, il est nécessaire que les gouvernements travaillent à la mise en œuvre de politiques environnementales ambitieuses. *"Les différents gouvernements n'ont jamais rien voulu changer, alors qu'est-ce qu'on peut y faire ?"* avoue Rejeanne. La culpabilisation des classes populaires s'accompagne d'une passivité totale des gouvernements sur les actions politiques permettant de rendre l'offre la moins polluante à un prix accessible à tous. Ainsi, à qui revient réellement la faute ? Qui est le véritable coupable ?

Il semblerait que l'on oppose le développement écologique au développement économique. Mais n'est-il pas possible, au contraire, de travailler sur des actions écologiques qui permettraient de soutenir l'économie en profitant à tous ? Et si finalement, c'était aux individus, déculpabilisés, de rappeler à l'ordre les dirigeants politiques ?

LES IMPACTS DE LA POLLUTION SUR LA SANTÉ

- **Hyperthermies**
- **Maladies cardio-vasculaires / respiratoires**
- **Pathologies de l'appareil digestif / de la sphère ORL / des yeux**
- **Respiration sifflantes ou difficultés à respirer**
- **Irritation et inflammation des voies respiratoires**
- **Augmentation de l'essoufflement**
- **Aggravation de l'asthme et des troubles cardiaques et pulmonaires**
- **Cancer du poumon**
- **Maladie chronique du poumon**



Credit photo - banque d'images gratuites - Freepik

RUBRIQUE

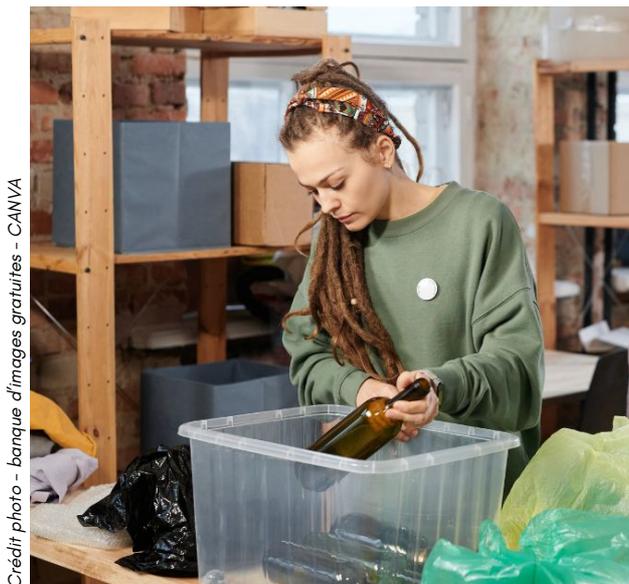
ÉCOLOGIE



ZÉRO DÉCHET, UNE SOLUTION EN TEMPS DE CRISE ?

PAR LÉA MORNET

La crise économique et l'inflation actuelle contraignent de nombreux français à revoir leurs dépenses. Face à un pouvoir d'achat qui diminue, certains sont amenés à concevoir différemment leur processus d'achat et à adopter un nouveau mode de consommation. Pratique, économique et écologique, le zéro déchet se positionne alors sur le devant de la scène. Rencontre avec une famille adepte de ce mode de vie.



Crédit photo - banque d'images gratuites - CANVA

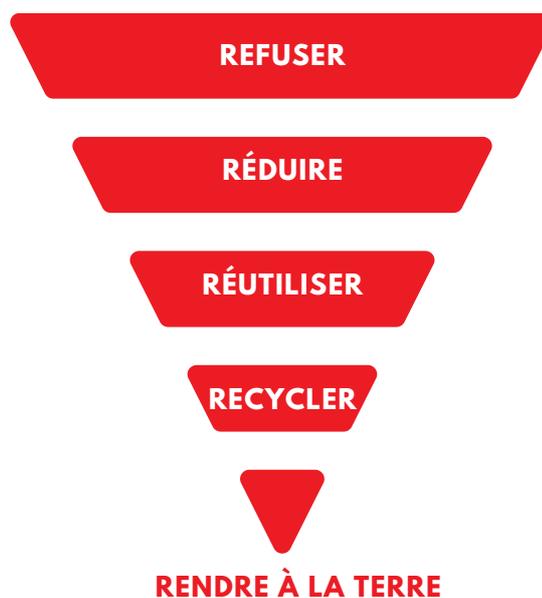
Ces derniers temps, l'impact de l'activité humaine sur notre planète se fait de plus en plus ressentir. Les facteurs de dégradation de notre écosystème sont principalement dus à nos actions quotidiennes. Même si ce n'est pas toujours intentionnel, cela a des conséquences néfastes. À titre d'exemple, près de 9 millions de tonnes de déchets finissent chaque année dans les océans. Pour la plupart de ces déchets, ils sont non recyclés et non dégradables comme les matières plastiques telles que les bouteilles, les pailles ou encore les sacs.

Pour lutter contre ce phénomène, certains citoyens français ont opté pour le mode de vie zéro déchets qui consiste à réduire drastiquement leurs résidus.

Qu'est-ce que le zéro déchet ?

Il peut être défini comme un ensemble de pratiques mises en œuvre pour réduire les déchets tels que les emballages, les plastiques, les produits à usage unique et le gaspillage d'objets, de ressources ou de nourriture. Ces multiples actions contribuent en partie à réduire les problèmes environnementaux et sanitaires qu'ils engendrent. Ce modèle peut être présenté suivant la pyramide inversée suivante :

Chaque emballage en plastique, en papier, recyclable, compostable ou non a un impact sur l'environnement ; que ce soit par la fabrication, le transport ou l'élimination. La première étape est de prendre conscience de cette consommation et de son impact avant d'entamer un processus de réduction de ses déchets.



Pyramide inversée du modèle du zéro déchet

“CONSOMMER DURABLE, ÇA RESTE CONSOMMER.”

Il y a 3 ans, Aurélie, 35 ans, s'engage dans une démarche de réduction de ses déchets. Aujourd'hui, la famille ne présente sa poubelle classique plus que 2 fois par an.

“Pour moi, tendre vers le zéro déchet, c'est un état d'esprit plutôt qu'un moyen de consommer.”

“L'idée c'est de faire avec le moins possible, retrouver ce qui était simple avant, et qui fonctionnait très bien ; ceci plutôt que d'acheter encore et encore des choses et de consommer de nouveau. Car même si on consomme durable, ça reste consommer.”

L'investissement d'Aurélie se voit dès le premier coup d'œil. Dans sa maison, chaises dépareillées et produits en vrac mis en bocaux ornent la pièce de vie. Cette trentenaire chaleureuse et engagée a à cœur de transmettre ce qu'elle a appris grâce à son expérience zéro déchets.

Au début, elle se met en tête de tout éliminer et tout de suite. Mais, la première année est un peu difficile. Cela prend “trop de temps et trop d'énergie”. Il faut donc y aller pas à pas et varier les échéances. Sa première action : acheter en vrac. “C'était difficile au début car, même si certains magasins proposaient déjà du vrac, peu d'entre eux acceptaient qu'on apporte ses contenants.” Tandis qu'aujourd'hui, cela semble plus simple : “depuis une bonne année, on peut tarer son bocal et venir avec ses propres récipients. C'est bien plus facile”.

Plus tard, Aurélie s'attaque aux produits de la salle de bain, car c'est ce qui permet de “réduire le plus”. En passant par exemple d'un dentifrice du commerce à un dentifrice solide qu'elle fait elle-même.



Aurélie, adepte du zéro déchet

Au départ, elle fabriquait également son shampoing en faisant venir ses poudres brutes. Mais elle est revenue sur cette idée: “ je me suis dit que finalement ces poudres sont produites on ne sait où, ramassées par des populations certainement exploitées et elles arrivent dans du plastique. Ça me gênait de fabriquer quelque chose qui avait généré de la pollution ”.

Sa famille est sensible à sa démarche et l'a pleinement adoptée. Pour les enfants, acheter d'occasion plutôt que neuf est tout à fait normal désormais: “ils sont ravis qu'on leur offre quelque chose qui a déjà servi ”.

Son inspiration ? C'est le contact humain : “je m'inspire des gens que je rencontre”. Les astuces s'échangent lors des petits marchés ou des regroupements entre amis. “Des amis à nous, en parlant de la facture d'eau, nous ont dit : “nous pour la chasse d'eau, on récupère l'eau de la douche.” Je n'y avais jamais pensé, et pourtant cette eau-là coule longtemps ! Ce sont de tout petits gestes comme ça, qui font que, dans l'idée de chacun, on arrive à contaminer les autres.”

LES CONSEILS DE LA RÉDAC'

Comme Aurélie, de nombreux consommateurs ont aujourd'hui adopté un mode de vie plus responsable. Pour vous aider à entamer cette démarche, la rédaction vous livre quelques-uns de ses conseils.

Consommer moins mais mieux

De plus en plus de magasins spécialisés bio mettent aujourd'hui l'accent sur le vrac et la réutilisation de contenants. Certains produits comme la lessive biologique ou le liquide vaisselle bénéficient d'une différence de prix intéressante, où 1 litre de produit vaisselle coûte 1,44€ contre 1,95€ lorsqu'on l'achète en flacon. Il est également possible d'utiliser un seul et même produit ménager pour l'entretien de la maison. Des produits comme le vinaigre, le bicarbonate ou encore le savon noir possèdent de nombreux atouts et s'avèrent très complets. Le bicarbonate par exemple, permet à la fois de désodoriser le lave-vaisselle, nettoyer le four, blanchir le linge, ou encore de nettoyer une casserole brûlée.

Y aller pas à pas

Notre second conseil : ne pas se précipiter et tenter de réduire ses déchets et tentez de vous focaliser sur une pièce à la fois. Dans la cuisine, optez pour des éponges microfibre, utilisables plusieurs années, a contrario des éponges synthétiques à la durée de vie limitée. Dans la salle de bain, remplacez vos cotons jetables par des cotons lavables réutilisables, choisissez une brosse à dents en bambou, en bois, en plastique recyclé ou à tête rechargeable.

Connaître les alternatives

Pour l'alimentaire, utiliser les filières anti-gaspi :

- Too good to go
- Les association DLC (Détournement libre de consommables)

Pour les vêtements, acheter de seconde main :

- Utiliser les applications de revente comme Vinted, Leboncoin ou Vestiaire Collective pour les articles de luxe
- Aller en boutique associative de type Emmaüs, vestiboutique Croix-rouge, ou se rendre en friperie

Pour l'électronique, penser réparation :

Certains de nos produits peuvent voir leur durée de vie considérablement rallonger grâce à la réparation. Plutôt que de jeter votre machine à laver, micro-onde ou autre objet électrique, pensez à la réparation. Vous pouvez par exemple :

- Aller au repair café le plus proche où des bénévoles se retrouvent pour réparer et prodiguer leurs conseils
- Chercher des réparateurs proches de chez vous
- Trouver des solutions de réparation sur des forums
- Renvoyer votre objet électronique à un reconditionneur comme BackMarket et bénéficier d'une contrepartie financière

Pour les objets en tous genres :

- Vides-greniers ponctuels ou permanents, écocyclerie, recyclerie,...
- Armoire à dons
- Boutiques associatives

CRISE CLIMATIQUE : LE NON-SUJET MÉDIATIQUE

PAR AUDE DOUMENGE

« Qui aurait pu prédire la crise climatique » ? Cette question, posée par le président Emmanuel Macron le 31 décembre 2022 lors de ses vœux aux Français, aurait de quoi faire sourire si le sujet n'était pas si grave. En tout cas, ce n'est pas du côté des médias qu'il faut chercher un début de réponse. Jugé anxiogène, technique et complexe, éloigné du quotidien, le sujet n'est que peu présent médiatiquement. un traitement qui pose question.



Credit photo - banque d'images gratuites - CANVA

Comme souvent, c'est un court extrait qui sera retenu des vœux présidentiels pour 2023. Celle qui a fait mouche cette année touche au questionnement du Président quant à la prévision de l'actuelle crise climatique que traverse le monde. Bien évidemment, elle n'a pas manqué de faire grincer quelques dents, et de rappeler le film dorénavant célèbre *Dont't look up*. Ce film met en scène des scientifiques alertant pendant des mois de l'arrivée imminente d'une météorite mais raillés et ridiculisés par les médias et les réseaux sociaux. Iris Serrière, activiste à Europe écologie-Les Verts et influenceuse écoféministe ne manque pas de faire le parallèle : *"l'ignorance volontaire par une majorité du problème climatique, c'est la même situation que dans le film"*.

De toute part les caricatures et les réactions ont fusées souvent sincèrement offusquées du semblant d'hypocrisie du Président. Cette phrase a eu le mérite de faire réagir et de replacer, le temps d'une polémique, l'urgence de la crise climatique au centre de l'attention médiatique. En effet, depuis près d'un demi-siècle, une part grandissante de la communauté scientifique ne cesse de tirer le signal d'alarme, mais le sujet reste un non-sujet médiatique malgré l'accélération des phénomènes climatiques. Par exemple, Valérie Masson-Delmotte, paléoclimatologue et coprésidente du GIEC depuis 2015, reprend sur son Twitter la phrase du Président de la République en recontextualisant avec les éléments d'études du GIEC, affirmant ainsi que le problème est connu depuis au moins les années 80.

Mais alors pourquoi la crise climatique est-elle un non-sujet médiatique, comme le confirme l'étude de l'association française Reporters d'espoirs publiée en 2020 affirmant « qu'un pour cent des sujets traitent du dérèglement climatique » ?

Le règne de l'instantanéité

L'une des raisons de l'invisibilisation du sujet climatique tient au rapport à l'immédiateté des contenus. Frédéric Rohart, journaliste au quotidien belge L'Écho affirme ainsi dans un article d'Imagine-magazine : « la raison de la mise en avant d'une information est sa nouveauté, ce qui n'est pas spécifique au climat ». L'émergence des réseaux et des médias en ligne ont accentué ce phénomène de consommation d'informations à court terme. Le sujet climatique, qui est un sujet permanent et au long court, passe ainsi au second plan de l'actualité dans notre rapport à l'instantanéité. De plus, les médias traditionnels ont dû s'adapter à la concurrence des réseaux sociaux numériques. Ils ont dû s'adapter et changer drastiquement leur manière de faire pour garder leurs lecteurs. Dorénavant les médias sont lus en ligne et ils se doivent d'informer en continu. Hugo Cartalas, co-fondateur de Greenlobby considère que le sujet climatique s'adapte mal aux fonctionnements des médias : « c'est un non-sujet, le temps consacré est infime, et quand on en parle, c'est toujours sur le mode du catastrophisme ». Il rêve qu'un soir « au journal de 20h, il y ait de véritables sujets de fond, avec un focus sur un problème écologique et des exemples positifs de solutions menées par une ONG, un acteur économique... bref, d'ouvrir sur une note positive pour rendre possible le changement et sortir du fatalisme ». De même, la multiplication des fake-news au titre volontairement accrocheur et provocateur dessert la présence de la crise climatique dans les journaux. Le lecteur est rapidement perdu entre les articles sérieux traitant du sujet de manière scientifique et les articles relayant de fausses informations pour générer du clic ou

faire le buzz. L'information en devient plus fragile et suspecte. Selon le dernier baromètre de La Croix, une personne sur deux ne croit pas à la véracité des propos des journalistes dans les articles lus.

Le règne de l'instantanéité se prolonge par le marketing opéré autour des informations et des titres d'articles pour vendre et donner envie. Et la crise climatique n'est pas un sujet vendeur. Les catastrophes naturelles, les désastres environnementaux sont anxiogènes pour l'internaute, qui est rapidement déprimé à la lecture de ses articles. Ce qui participe à reléguer la crise climatique au rang de sujet de seconde zone. De plus, les messages moralisateurs ou négatifs sont très mal reçus sur le long terme, comme l'explique Iris Serrière : « on a tellement peur de la crise climatique que ça n'est plus audible, ça fait peur aux gens, ça ne fait pas d'audience et puis on est tellement sur un point de non-retour qu'il faudrait gueuler sur les gens ! ». Crier sur les gens n'est évidemment pas la solution pour vendre des journaux. Pourtant, la crise climatique est un sujet essentiel qui touche à la fois notre présent et va modeler notre futur. Il est essentiel d'en faire un sujet médiatique de premier ordre.

Rupture générationnelle, wokisme et toute puissance des médias

Malgré 27 COP, six rapports du GIEC, des centaines de milliers de rapports scientifiques ou encore la création du Haut Conseil pour le Climat, le sujet de la crise climatique reste un sous-sujet au sein des médias. Pourtant, pour les jeunes de 18-30 ans, la thématique arrive en tête des sujets préoccupants : 32% sont préoccupés par l'environnement face à 17% pour le chômage. Et justement, entre les millenials et les boomers se crée depuis quelques années un véritable clivage générationnel, comme l'explique Iris Serrière : « mes grands-parents m'interdisent de parler d'écologie en leur présence. Sauf, tout récemment, à la suite des coupures de chauffage.

Mais c'est trop tard, la responsabilité des générations passées est trop grande, la crise trop importante. Le dialogue est impossible et ça conduit à l'invisibilisation du sujet".

La prise de conscience écologique est un véritable phénomène générationnel. Le concept d'éco-anxiété est apparu pour caractériser les jeunes générations effrayées de l'avenir climatique qui se profile. Les mouvements activistes sur le climat vont aussi souvent de pair avec d'autres formes de luttes ancrées à gauche (féminisme, antiracisme), ce qui disqualifie d'emblée, pour une partie de la population et des médias, toute prise de position sur le sujet. Iris Serrière, en tant qu'activiste écologique, raconte qu'elle est souvent traitée de « facho écolo allant contre le Gouvernement, contre la vie confortable, c'est un véritable déni climatique ». Pour ne donner qu'un exemple, l'éditorialiste du Figaro Ivan Rioufol, dans un article repris par Télérama en juillet dernier évoque le « discours apocalyptique sur l'urgence climatique » en interrogeant François Gervais, physicien et auteur de L'Urgence climatique est un leurre qui déclare : « nous sommes plus de mille scientifiques d'une trentaine de pays à avoir signé une déclaration, "Il n'y a pas d'urgence climatique". Ces scientifiques se basent sur une synthèse de plus de quatre mille travaux publiés dans des revues internationales qui insistent sur la variabilité naturelle du climat. » Cet "affrontement des consensus scientifiques" participe également du brouillage médiatique. Gilles Toussaint, responsable au journal La Libre analyse, fustige ce rapport biaisé : « on a trop régulièrement donné la parole à des climato-sceptiques, au nom de la liberté d'expression, laissant penser qu'une opinion équivalait à des faits scientifiques ». Iris Serrière enfonce le clou : « l'écologie n'est pas présente dans les médias, aussi, parce qu'ils sont la propriété d'industriels qui n'ont pas intérêt à voir émerger ces sujets ». Effectivement le manque de diversité au sein des détenteurs de médias participe à justifier le manque d'échos du sujet climatique.

Un sujet abstrait auquel on peut difficilement s'identifier

La crise climatique est un sujet relativement abstrait pour être traité simplement par les médias. Faire des prévisions n'est pas le rôle des médias mais celui des scientifiques. Analyser des rapports tel que ceux produit par le GIEC requiert une bonne connaissance du sujet pour le vulgariser et le rendre attractif. De même, le découpage est difficile pour les médias plus traditionnels, du fait de la globalisation du problème qui touche à la fois les informations nationales, régionales mais aussi locales.

La crise climatique va aussi dans une certaine mesure contre la réduction du progrès à la seule croissance économique. Il n'est pas évident pour un média de mettre en avant des concepts comme la décroissance ou encore la sobriété comme le recommande le dernier rapport du GIEC de février 2022. Par ailleurs, sur le plan purement émotionnel, la crise climatique ne génère que des sentiments vécus comme négatifs et compliqués. Hugo Cartalas remarque aussi qu'il y a peu de personnalités médiatisées sur le sujet de l'écologie à l'exception de quelques figures comme Greta Thunberg. Pourtant, depuis plus d'un demi-siècle, les personnalités investies sur le sujet ne manquent pas, mais aucune n'a encore atteint l'aura d'un Mandela ou d'un Gandhi.

Pour revenir sur la citation d'Emmanuel Macron, la ministre de la transition écologique Agnès Pannier-Runacher est montée au créneau pour défendre le Président. Elle affirme à qui veut l'entendre qu'Emmanuel Macron a conscience du changement climatique depuis longtemps mais qu'il évoquait les récents événements des feux de forêts, à ces yeux imprévisibles. Pas forcément très convaincant...

COUPE DU MONDE AU QATAR : VERS UNE PRISE DE CONSCIENCE ?

PAR LÉA TRESSON

Désastres écologiques, catastrophes humaines, ou comment la Coupe du monde, événement sportif le plus populaire de la planète, s'est transformé en débat politique.



Credit photo - banque d'images gratuites - CANVA

Du 20 novembre au 18 décembre 2022, 32 équipes se sont affrontées à travers 64 matchs pour remporter la coupe tant convoitée, triomphe et espérance de toute une vie. Mais glissant du rêve au cauchemar, la 22e édition de la Coupe du monde de football remportée par l'Argentine face à la France essuie plusieurs polémiques. Bilan carbone des infrastructures, trajets en avion, climatisation de stades extérieurs, droits humains, corruption, appel au boycott, la Coupe du monde a fait couler beaucoup d'encre ces derniers mois. Mais cette très grande médiatisation a-t-elle au moins permis une prise de conscience écologique ?

Le choix du Qatar : une décision calculée ?

C'est en 2010 que la décision est prise. La coupe du monde de football masculin se déroulera au Qatar, premier pays arabe à accueillir cet événement mondial. Une belle réussite et une preuve d'ouverture de la FIFA qui étend les territoires hôtes de la compétition au Moyen-Orient. Entre accusations de corruption et constats écologiques et humains dramatiques, la compétition est la cible de différentes ONG de défense des droits de

l'homme et organisations internationales qui tirent la sonnette d'alarme.

Au lendemain de l'attribution de la Coupe du monde au Qatar, « Truqué ! » pouvait-on lire sur la couverture de The Sun, célèbre magazine britannique. La FIFA décide d'ouvrir une enquête sur le choix d'attribution de la compétition au Qatar suite aux accusations de corruption des membres de la fédération.

Ces soupçons semblent prendre sens et appuient les inquiétudes des différentes parties prenantes avec la considération des températures extrêmes du pays et des conditions de jeu inconfortables voire infaisables qu'elles impliquent. Les téléspectateurs devront attendre un peu pour assister à la compétition qui se déroulera donc en hiver contre la traditionnelle période estivale usuelle. Autre solution trouvée par l'Émirat, la construction de stades ouverts et climatisés qui assureront le bon déroulement de la compétition et le bien-être des joueurs. Certes, mais le bilan écologique est catastrophique.

Déclarations mensongères et conséquences dramatiques

Le pays qui annonçait une empreinte carbone neutre se révèle être l'initiateur d'un scandale climatique à grande échelle. La FIFA a estimé l'émission de CO₂ du mondial à 3,6 millions de tonnes, un chiffre qui serait sous-estimé selon l'ONG Carbon Market Watch. Les matchs se sont déroulés dans d'immenses stades ouverts, pour la plupart éphémères et climatisés en plein désert. Ce bilan désastreux est dû aux allers et retours des supporters qui, faute de pouvoir être hébergés par la petite ville de Doha dans laquelle se tenaient les matchs, devaient faire tous les jours le trajet en avion. Le nombre de trajets aériens s'élèverait à environ 160 par jour, soit un vol toutes les 10 minutes. En janvier, la Commission Suisse pour la loyauté a d'ailleurs ouvert une procédure contre la FIFA, accusant l'organisation de greenwashing.

Ces données s'ajoutent au terrible bilan humain. Selon différentes estimations, entre 600 et 6 500 travailleurs venus d'Indes, du Pakistan, du Népal, du Bangladesh et du Sri Lanka sont morts sur les chantiers ces dix dernières années au Qatar.

Au regard des chiffres estimés, jamais une coupe du monde n'a été aussi meurtrière. De nombreuses ONG dénoncent des conditions de

de travail intenable. Le Monde Diplomatique évoque même une forme d'esclavagisme et Amnesty International décrit des « violations massives des droits humains ». Leurs rapports montrent les conditions de vie et de travail inhumaines dans lesquelles sont gardés ces hommes et femmes privés de rentrer dans leur pays, leur passeport confisqué. Le Qatar a également été très critiqué pour ses prises de positions homophobes. En effet, l'Émirat réprime les droits des personnes LGBT et punit les relations sexuelles entre personnes de même sexe d'une peine pouvant aller jusqu'à 7 ans de prison, voire la peine de mort pour les musulmans.

Un appel au boycott discuté

« Si j'étais chef d'État, je ne me rendrais pas au Qatar » avait dit François Hollande lors d'une interview pour le journal *L'Équipe*. Très vite, beaucoup ont appelé au boycott de la coupe. Militants, anciens joueurs, personnalités publiques, journalistes, les prises de positions se multiplient en France comme ailleurs. L'enjeu éthique derrière la coupe du monde pose une question morale à la fois très personnelle mais reposant surtout sur la conscience individuelle. Ingrid Nystrom et Patricia Vendramin, autrices belges, parlent d'un « cas tout à fait singulier d'articulation des niveaux d'action individuelle et collective »*. Mais si certains voient derrière cette initiative une véritable prise de position, d'autres parlent d'un geste inutile et dénué d'intérêt. L'expression de « boycott hypocrite » fait son apparition sur la toile médiatique.

Alors, est-ce que ce boycott a vraiment un sens lorsque ceux et celles qui le pratiquent ne regardent généralement pas le football. Peut-on vraiment parler de manifestation de son désaccord au travers cette stratégie ? Nous avons posé la question à... (ITW en cours, groupe de supporter français qui ont décidé de boycotter le mondial). L'organisation Amnesty International se positionne contre un boycott : « Nous avons décidé de ne pas boycotter ce tournoi. Notre choix : nous servir

de l'attention suscitée par la Coupe du monde pour chercher à obtenir des changements pour la protection et le respect des droits des travailleurs et travailleuses migrants au Qatar. ». L'objectif est de contrer l'image dorée que souhaite se donner le Qatar, pays roi du soft power* moderne. La Coupe du monde profitant d'une très large audience serait un moyen efficace de dénoncer ces violations des droits humains pour espérer découler vers une prise de conscience et des décisions législatives du Qatar qui vont dans ce sens. Ainsi tout le monde se souvient des joueurs allemands qui, durant leur premier match du Mondial, posèrent une main devant leur bouche en signe de protestation face aux menaces de sanctions de la FIFA leur refusant le port du brassard « One Love » au Qatar, ou encore des hauts « human's rights » portés par les joueurs de l'équipe Norvégienne.

Incroyable coup de communication pour L'Émirat, le Qatar a profité de l'événement pour promouvoir le territoire comme destination de rêve. Campagnes publicitaires, sponsor, appui de joueurs mondialement admirés et suivis, le Qatar assure un impact retentissant et alimente un soft power déjà puissant mondialement. Pourtant l'Émirat a vu sa réputation assombrie par cette coupe surnommée la « Coupe du monde de la honte ». Mais plus de 2 mois après la fin du mondial, que reste-t-il ? Quelle conclusion pouvons-nous en tirer ? Boycott ou manifestation, selon médiamétrie la compétition aura finalement rassemblé 20 millions de téléspectateurs et près de 30 millions pour la finale en France où le boycott à très vite été écarté.

La fois de trop ?

Mais pourquoi aujourd'hui cette coupe du monde aux allures de fin du monde fait scandale ? Une prise de conscience soudaine des catastrophes écologiques qui rythment notre monde, un ras de bol général ou bien un ennemi public qui arrange les sociétés occidentales ? Libération affiche à sa Une en novembre « Le vilain petit Qatar ». En effet que vaut ce tapage médiatique occidental ? Quelques semaines avant le début de la com-

pétition, en plein tumulte médiatique, le pouvoir Qatari avait annoncé dénoncer ces « affirmations trompeuses » aux motivations « politiques » et « racistes ». En effet, s'il est normal que les ONG dénoncent les pratiques scandaleuses du Qatar, qu'en est-il des bénéfices financiers des nombreuses institutions européennes qui ne subissent qu'au second plan ce désordre médiatique ? Les grandes bénéficiaires de ces traitements inhumains et d'infrastructures aux conséquences écologiques désastreuses sont notamment des entreprises françaises et belges ainsi que les médias de diffusion tels que TF1 qui, malgré le retrait de la mention du Qatar sur ses campagnes, a profité d'un gain d'audience record pour l'année 2022.

Alors pouvons-nous vraiment parler d'une prise de conscience quand la dénonciation est à demi-mesure ? La réponse est à double tranchant. Plus que jamais nous avons pu entendre à la télévision, média traditionnel, des débats et exposés sur la situation et le contexte de cette coupe du monde aux conséquences humaines et climatiques terribles. L'information a été largement diffusée et le mouvement écologique ne se limite plus aux heures de faible écoute. Pendant 2 mois elle a été le sujet des grandes chaînes télévisées européennes et des dirigeants et personnalités ont pu rendre publique leur prise de décision quant au boycott du mondial. Ainsi, si aujourd'hui le constat peut être amoindri par les résultats d'audience de la compétition, l'avancée est tout de même présente. Au-delà d'une sphère bien au courant de la crise, cette coupe du monde aura permis une large diffusion du sujet et la sensibilisation de publics nouveaux en audience de grande écoute. Alors réussite ou échec, nous vous laissons juger par vous-même mais une chose est sûre, les populations européennes ont plus que jamais été averties de la crise climatique. Débats de fond sur des sujets de formes, qu'importe au final que la multiplication des prises de paroles pour permettre à tous et toutes d'accéder à ces informations d'intérêt général.

PERTE DE CRÉDIBILITÉ DES COP : POURQUOI CONTINUE-T-ON ENCORE À EN FAIRE ?

PAR MANON DEFROCOURT

Alors que la COP27 s'est achevée il y a quelques semaines en Égypte, les premières informations à propos de la COP28 sont tombées. Les divers choix annoncés questionnent et font polémiques. Est-ce que les COP servent vraiment à quelque chose ?



Credit photo - banque d'images gratuites - CANVA

Depuis 1995, les Conférences des Nations Unies pour le Climat sont le grand rassemblement des États du monde pour échanger sur les changements climatiques. Véritables événements géopolitiques, près de 200 pays s'y réunissent annuellement. Ces échanges sont divisés en trois volets : les négociations internationales autour de textes, la foire au climat pour évoquer ce qui a été fait ou ce qui est en train de se faire et la partie société-civile pour y manifester les besoins actuels. Pour balayer en profondeur ces trois volets, de nombreux groupes d'acteurs sont rassemblés, allant des négociateurs et gouvernants des pays aux scientifiques, en passant par des chercheurs et experts ou encore des associations d'environnement et de développement. Malgré l'apparent sérieux de ces conférences, force est de constater que

l'engouement autour de ces dernières n'est plus aussi important. Si la COP3 à Kyoto en 1997 ou bien même la COP21 et son Accord de Paris en 2015 ont suscité de l'espoir, les dernières éditions semblent se réduire à de simples constats des déceptions.

D'amères plaisanteries ?

C'est avec humour noir et second degré que militants écologistes et médias accueillent les informations quant à l'organisation de la COP28. "Si le pompier pyromane peut sembler un mythe, l'ultra-pollueur chargé de lutter contre le dérèglement climatique est en passe de devenir réalité aux Émirats arabes unis" écrit Julien Lecot le 6 janvier dans les colonnes de Libération. Les partis pris concernant les pays hôtes et les partenaires choisis pour ces Conférences des Nations Unies pour le climat

semblent toujours plus lunaires : exemple avec Coca-Cola, l'un des plus gros pollueurs du monde en matière de plastique, et sponsor de la COP27. Alors que la présidence de la COP28 par Sultan Ahmed al-Jaber, PDG de la compagnie pétrolière des Émirats Arabes Unis, est confirmée, le lieu même de cette COP28 pose également problème, quand on sait que les Émirats Arabes Unis font partie des cinq plus gros émetteurs de CO2 par habitant de la planète. Cet État dépend notamment encore massivement de la production de pétrole et de gaz. N'assistons-nous pas ici à une contradiction absurde entre la cause même de la Conférence des Nations Unies pour le climat et les aspirations de Sultan Ahmed al-Jaber à *"investir 600 milliards de dollars tous les ans dans le pétrole jusqu'en 2030, pour satisfaire la demande mondiale attendue"* .

Mais les Émirats Arabes Unis ne sont pas les premiers à être pointés du doigt (et ne seront sûrement pas les derniers). On peut rappeler qu'après l'Accord de Paris acté en 2015 lors de la COP21, la France a été condamnée plusieurs fois pour non-respect de ses engagements climatiques. Sa dernière condamnation date d'octobre 2022 pour le non-respect des seuils limites de dioxyde d'azote et de particules fines dans 13 zones du pays. Ainsi, le rôle moteur de la France et sa responsabilité historique liée à l'Accord de Paris semblent dérisoires quand on voit qu'encore aujourd'hui, l'empreinte carbone par habitant est largement plus élevée que la moyenne mondiale. On observe alors que les ambitions prises lors de ces COP ne sont pas suivies d'actions par les pays concernés, ce qui explique ainsi la perte de crédibilité de ces dernières. Face à ces constats, il n'est pas étonnant que les COP n'inspirent plus que désillusion et rancœur dans la société civile, alors que les enjeux climatiques et environnementaux deviennent de plus en plus primordiaux pour l'avenir. Après l'accélération fulgurante des catastrophes naturelles au cours des dernières années, comment faire bouger les lignes quand les acteurs même de

l'accélération du réchauffement climatique se retrouvent à la présidence ou en sponsor d'une conférence internationale sur le climat ?

Des COP pas si inutiles ?

Malgré la longue liste de reproches qui peuvent être fait aux COP, certains essayent quand même de garder une lueur d'espoir. Force est de constater qu'une avancée majeure est à retenir de la COP27 : un accord pour aider financièrement les pays les plus touchés par les conséquences du réchauffement climatique. Ce dernier a pour but de réduire l'injustice climatique qui prend de plus en plus de place entre les pays dits développés et les pays en développement. Si cet engagement financier est respecté, on assistera alors à une première grande victoire de justice climatique et on pourrait finalement se dire que les COP peuvent être utiles - même juste un peu. Si les États parviennent à régler cette dette climatique, les pays les plus vulnérables parviendront à sortir d'un cercle vicieux qui les voient contraints d'emprunter aux pays développés pour les dédommagements liés aux changements climatiques.

On le voit bien, tout n'est pas à jeter avec les COP. Peut-être faudrait-il simplement modifier notre regard à leur sujet ? C'est ce que nous invite à faire Alice Munoz-Guipouy, étudiante en géopolitique environnementale, qui a compris qu'il faut cesser d'attendre des COP ce pour quoi elles ne sont pas faites. Selon elle, on assiste à une décrédibilisation des COP parce qu'on fait croire aux gens l'impossible. Ces conférences respectent leur fonction dans le sens où elles sont des lieux de dialogue. Le champ d'action devrait, ensuite, se faire à l'échelle des États et des continents. Ce serait aux pays d'honorer leurs engagements pris lors de ces COP - ce qu'ils ne font pas toujours, nous l'avons vu. La faute ne serait alors pas à remettre sur la COP, mais sur les pays et dirigeants internationaux.

3 questions à ... Alice Munoz-Guipouy

Issue d'une classe préparatoire littéraire, Alice est aujourd'hui étudiante en Master Géopolitique à Science Po Paris. C'est l'an dernier, lors de son cursus à l'École Normale Supérieure, qu'elle a été sélectionnée pour être observatrice des négociations lors de la COP27 à Charm el Cheikh en Égypte, avec 7 autres étudiants.



Comment résumez-vous votre expérience en tant qu'observatrice de la COP27 ?

Pour moi, il y aura un avant et un après COP27. D'abord d'un point de vue personnel : j'ai compris qu'il faut cesser d'attendre des COP ce pour quoi elles ne sont pas faites. Elles respectent leur mandat dans le sens où ce sont des conférences de négociation. Ensuite, pour la mise en place des actions, ça doit se faire à l'échelle des continents et des pays. Et puis, ça reste quand même incroyable de voir que tous les délégués des pays se retrouvent en pleine guerre entre la Russie et l'Ukraine, avec encore de fortes tensions entre les États-Unis et la Russie ! Et, à grande échelle, je pense que cette COP27 a aussi été très importante, malgré ce qu'on peut en dire. C'est la première fois en 27 éditions que la question des pertes et préjudices a été inscrite à l'agenda. Depuis des années, derrière les beaux discours, les États pollueurs ne tombaient jamais d'accord : le sujet a enfin été posé sur la table.

Depuis quelques années, le choix des pays hôtes, partenaires ou présidents font polémique. Selon vous, est-ce que ces derniers ont un impact réel sur la COP ?

Je pense que ces éléments, s'ils ne peuvent pas changer l'issue des COP, ont à minima une influence certaine sur ces dernières,

notamment parce que c'est la présidence qui fixe les sujets à l'agenda. Par exemple, si la question des pertes et préjudices a pu être abordée en novembre, c'est notamment parce que le pays hôte était l'Égypte. De plus, il ne faut pas oublier la dimension logistique : pour se rendre à la COP, on a besoin d'accréditations, d'un hôtel, de transports, etc. Cela s'est d'ailleurs manifesté à la COP27 : il y avait une meilleure représentation des pays africains parce qu'il était logiquement plus facile pour eux de s'y rendre. On peut aussi remarquer certaines tentatives de rapports de force en fonction des pays hôtes. Par exemple, l'Égypte a reçu beaucoup de pression de la part du G77, qui l'a pris comme porte-parole. Il ne faut pas oublier que la COP est un sommet mondial. Être pays hôte, c'est exister sur la scène internationale et diplomatique. Finalement, on se fiche du texte qu'on va défendre lors de la COP, le plus important c'est de recevoir les dirigeants de la quasi-totalité des pays du monde. Pour l'Égypte par exemple, après 10 ans de guerre civile, c'était une opportunité incroyable. Il ne faut pas non plus oublier que les événements internationaux de cette ampleur ne sont pas si nombreux. En France, on a le G20, G7, etc, mais certains pays n'y sont pas conviés. La COP leur permet aussi d'y faire des revendications qu'ils ne peuvent faire nul part ailleurs.

Que serait une COP réussie selon vous ?

Pour moi, une bonne COP sera une COP qui arrivera à dire noir sur blanc qu'il faut sortir des énergies fossiles. Qui arrivera à identifier clairement que les énergies fossiles sont la raison du changement climatique. Pour le moment, on n'y arrive pas, on contourne le problème dans les actions et les financements. Encore une fois, les COP sont pertinentes pour

poser les grands objectifs et laisser ensuite aux pays les moyens pour agir. Sortir des énergies fossiles, c'est un objectif plus que nécessaire. Après, il faut reconnaître que c'est une question souveraine et difficile : la transition fossile de la planète entière sera une mission monstrueuse. On voit déjà en France les dégâts qu'elle peut faire dans de petits territoires, qui se retrouvent mutilés dans leurs paysages et leur patrimoine. Il va falloir mettre le paquet sur les modèles de substitution.

Avant d'arriver à la COP 128...

La solution serait donc de changer notre fusil d'épaule, et de prendre les COP uniquement pour ce qu'elles sont : des lieux de négociation, et non pas d'action. Cette action, elle, doit se faire ailleurs. Mais c'est quoi, cet ailleurs ? À première vue, on pourrait attendre des États qu'ils prennent les rênes et mettent en place des actions à la suite des négociations de la COP. Mais si les grandes évolutions sociétales nous ont bien appris une chose, c'est que la traduction politique est souvent la fin du travail. La politique ne peut pas remplacer la société civile : les grandes avancées sur le climat s'effectueront une fois que les sociétés seront prêtes à l'accepter, et qu'elles se seront mobilisées pour un changement global.

RUBRIQUE

INTERNATIONAL



« LES CENSURES N’AFFECTENT PAS LES POLITICIENS, MAIS SEULEMENT LES CITOYENS », DES EXPATRIÉS RUSSES CONFIENT LEURS DIFFICULTÉS

PAR ANTONIS KARAVALIS

Emploi, logement, relations : depuis le déclenchement de la guerre en Ukraine, le quotidien des ressortissants russes vivant en France est de plus en plus compliqué. Entre clichés, racisme et défiance, rencontre avec ces victimes collatérales du conflit.



Crédit photo - banque d'images gratuites - Freepik

Le renouvellement du visa incertain, la difficulté d’obtenir de l’aide financière, le risque pour les jeunes hommes d’être appelés sous les drapeaux, suite à la déclaration du président Vladimir Poutine du 21 septembre 2022... Autant de difficultés qui peuplent le quotidien des jeunes russes. Et même si certains expatriés parviennent à venir à bout de l’administration, la recherche d’un logement reste très difficile. La raison ? Une méfiance accrue des propriétaires. Ces derniers n’hésitent pas à multiplier les questions déplacées face à un candidat russe lors de visites, comme le confie Alexei : « Combien de temps prévoyez-vous de rester en France ? », « Je vous rappelle que le préavis pour quitter le logement est d’un à trois mois ». Et ce n’est qu’une partie des citoyens russes qui ont été touchés par ces mesures. « Les retraités, les familles monoparentales et les étudiants sont les premières victimes des sanctions qui ont été imposées contre la Russie », explique Gueorgui Chepelev, Président du Conseil de coordination du Forum des Russes de France.

« Être Russe, c’est un statut ‘à risque’ »

Alexei vit en France depuis 2019. D’abord étudiant, ensuite employé dans l’ingénierie, il explique que la recherche d’emploi est loin d’être un jeu d’enfant. Les entretiens d’embauche finissent toujours par retomber sur les questions administratives par rapport

au visa et la prolongation de contrat à durée déterminée. Souvent, sans même prendre en considération la partie administrative, les employeurs expliquent implicitement leur difficulté à faire confiance à une personne d’origine russe.

« Être Russe, c'est un statut 'à risque' », explique Gueorgui Chepelev par rapport à la méfiance des entreprises à embaucher des employées russes. Pour lui, ce type de comportement est le résultat de la médiatisation de la guerre, qui s'ajoute à une vision du russe espion et traître héritée de l'époque soviétique.

Les conditions de travail après l'obtention de l'emploi ne sont pas pour autant optimales, avec un climat de suspicion très fort : « Même si nous avons le désir de nous intégrer dans la société, nous avons toujours le sentiment que l'environnement n'est pas bienveillant », affirme Alexeï. Des informations confidentielles ou sensibles ne sont pas communiquées aux salariés russes, notamment dans le cadre des entreprises opérant dans les pays de l'Est. Alexeï explique que ces conditions rendent son travail moins productif puisqu'il s'oblige à demander, et donc attendre, l'approbation d'un autre collègue pour toute action, même s'il n'est jamais questionné sur son orientation politique au travail. Quant aux rencontres avec d'autres jeunes, les premières questions concernent toujours les décisions et la politique de son pays : « parfois dans les bars au centre de Paris, des inconnus nous posent des questions par rapport à la guerre et, dès qu'ils reçoivent la réponse qu'ils veulent, ils s'enfuient ».

Autre problème majeur au quotidien : l'impossibilité de transférer de l'argent depuis ou vers la Russie. Au printemps 2022, au moment où Alexeï termine ses études, il ne peut plus toucher l'argent que sa famille lui envoie sans procéder à des déclarations administratives fastidieuses, même pour un faible montant. De même pour les retraités qui ne reçoivent plus leurs pensions. Ainsi, différentes associations, à l'instar de Russie-France : secours d'urgence, qui compte plus de 16 000 abonnés sur Facebook, essaient de conclure des accords pour faciliter les échanges monétaires.

Pour Alexeï, si la défiance ne part pas d'un seul coup, même en cas de fin de conflit, le règlement des blocages administratifs serait un premier pas primordial. Même si la confiance manque, l'obtention d'un visa de long séjour faciliterait l'insertion sociale, l'accès au logement et à un emploi durable. Heureusement pour Alexeï, son visa vient d'être prolongé de plusieurs années.

Des menaces des morts aux organisations russophones en France

Mis à part le règlement des étapes administratives, les expatriés russes sont aussi confrontés à une flambée des discours haineux et des menaces à leur encontre, notamment sur les réseaux sociaux. C'est le cas d'une association à Strasbourg qui a dû annuler un événement du nouvel an destiné aux enfants. Bien que des agressions physiques n'aient pas encore eu lieu, des dégradations ont déjà pu être constatées, comme à Paris au mois de janvier dernier, où un restaurant russo-ukrainien a été vandalisé. Les agresseurs ont cassé la porte du magasin et ont causé des dégâts sans pourtant voler quoi que ce soit. Une plainte a été déposée par les propriétaires. Et ces menaces ne sont pas nouvelles. Selon Gueorgui Chepelev, les discours haineux envers les russophones avaient pris de l'ampleur dès 2014 et l'intervention militaire au Donbass. Depuis le déclenchement de la guerre en Ukraine, le phénomène explose.

De même, le milieu scolaire est également affecté par la guerre, poursuit Gueorgui Chepelev. Aux mois de mars et avril 2022, des cas de harcèlement scolaire contre des enfants russophones ont fait leur apparition. En revanche, Alexeï n'a pas souvenir de discrimination ou de violence à l'Université, même si, en septembre dernier, alors résident à la Cité Universitaire de Paris, il a vu sa demande de prolongation de logement pour quelques semaines être refusée sans aucun motif ni négociation possible.

« D’abord c’était le Covid, et maintenant la guerre qui nous isole de notre famille »

Plus d’un an après le début de la guerre, et même si la situation semble plus stable aujourd’hui, retourner en Russie s’apparente à un parcours du combattant.

Prix astronomiques, suppression de nombreux vols directs obligeant à multiplier les escales et à dépasser les 24 heures de voyage... Les billets sont chers pour les jeunes, et les trajets trop éprouvants pour les retraités. De plus, de nombreux comparateurs de vols ne permettent plus de réserver des vols pour la Russie. Après le Covid, c’est désormais la guerre qui empêche les ressortissants russes comme Alexeï de voir leur famille. En février 2022, et après plus de deux ans de séparation, il n’a pu passer qu’une journée avec ses parents avant de devoir repartir en France, par crainte de voir son visa annulé.

Pour Gueorgui Chepelev, la situation actuelle en France n’est pas encore trop préoccupante : « tant que la situation sur la ligne de front est stable, l’ambiance en France restera hostile mais sans pourtant aller plus loin ». Mais les évolutions du conflit accentuent chaque jour l’incertitude et le désarroi, et le quotidien est suspendu à toute nouvelle déclaration du président Poutine ou décision de l’Union européenne. À tel point que de plus en plus de ressortissants russes envisagent un rapatriement si le conflit venait à s’inscrire dans la durée, selon Gueorgui Chepelev, qui conclut : « les guerres et leurs conséquences censure affectent toujours les innocents, beaucoup moins les dirigeants militaires et politiques ». Pour Alexeï, l’optimisme est encore plus difficile à conserver que pendant la pandémie, rappelant aussi que de nombreux Russes s’opposent à la guerre et fuient leur pays, ou subissent de fortes discriminations, dans leur pays natal ou leur pays d’accueil. Mais il se veut philosophe : « cela forge aussi la fameuse “âme russe”, si chère à Tolstoï, Gogol ou Dostoïevsky ».



Crédit photo - banque d'images gratuites - Freepik

INÉGALITÉS DE TRAITEMENT DANS L'ACCUEIL DES RÉFUGIÉS

PAR KADIATA THIAM

Depuis l'annexion de l'Ukraine par la Russie en février 2022, des millions de réfugiés ukrainiens et étrangers fuient le pays pour échapper aux violences. Si les pays de l'Union européenne ont mis en place des conditions exceptionnelles d'accueil, ce n'est pas le cas pour les ressortissants non-européens qui dénoncent des discriminations graves. Retour sur les témoignages poignants de ces personnes en quête de refuge et de sécurité.



Credit photo - banque d'images gratuites - CANVA

« Des soldats polonais ont ouvert le grand portail aux Ukrainiens, mais pour nous autres qui étions des étrangers, nous devons passer par une petite porte qui s'ouvrait toutes les cinq minutes, pour laisser passer seulement 10 personnes à la fois. Les personnes qui essayaient de forcer le passage étaient rouées de coups à la tête », se souvient Alpha Oumar Diallo, 32 ans et originaire de la Guinée. N'ayant pas vécu le franchissement des frontières de l'UE comme les autres réfugiés, il affirme s'être senti discriminé à cause de ses origines non européennes : « mon expérience à la frontière polonaise a été très difficile. Mes amis et moi, qui venions d'Afrique, avons été retenus pendant deux jours avec pour seule nourriture des biscuits. ce qui a rendu notre passage encore plus éprouvant ».

Dans les premiers jours qui ont suivi l'invasion de l'Ukraine par la Russie, plusieurs dispositifs d'accueil sont mis en place par l'UE. Mais ces dispositifs ne concernent pas tous les réfugiés. Un régime d'exception dont sont exclus les non-européens, même celles et ceux fuyant également l'Ukraine. Ils sont nombreux à dénoncer des actes d'exclusion ainsi que des violences au niveau des postes-frontières, notamment en Pologne et en Hongrie. Plusieurs réfugiés originaires d'Afrique, d'Inde ou du Pakistan affirment avoir été empêchés de prendre les trains ou les bus pour se rendre en Pologne. Tandis que d'autres dénoncent des actes de violence commis par les gardes-frontières ukrainiens. « Nous avons marché pendant 10 heures avant d'atteindre la frontière avec la Pologne. Nous avons trouvé

des gardes-frontières ukrainiens qui nous ont refusé le passage en Pologne, sous prétexte que les ukrainiens étaient prioritaires. Je suis resté sur place durant trois jours sans nourriture, avant de perdre connaissance. À mon réveil, je me suis retrouvé dans les mains des gardes frontaliers polonais sans savoir ce qui m'était arrivé » se rappelle Rayan, jeune étudiant marocain.

Des dispositifs sélectifs...

Malgré la décision unanime du Conseil européen d'appliquer pour la première fois, depuis son adoption en 2001, la directive européenne sur la protection temporaire des personnes fuyant la guerre le temps de la durée du conflit, elle a été, malgré tout, violée par plusieurs pays de l'UE qui ont exclus les réfugiés non-ukrainiens du dispositif. La Pologne a notamment mis en place une protection différenciée pour les réfugiés qu'elle accueille. Elle octroie, en effet, un titre de séjour temporaire, valable 18 mois, aux ressortissants ukrainiens, ainsi qu'une autorisation de séjour valable un an, aux ressortissants de pays tiers qui bénéficiaient d'une protection internationale en Ukraine ou qui étaient titulaires d'un titre de séjour permanent. Les personnes qui résidaient temporairement en Ukraine doivent quant à elles demander l'asile pour obtenir une protection.

La Hongrie a également adopté le 8 mars un décret qui exclut du dispositif toutes les catégories de ressortissants de pays tiers qui résidaient en Ukraine, dérogeant ainsi à la décision de l'UE. En France, des réfugiés étrangers affirment avoir souvent des refus lors de leur demande d'attribution de la protection temporaire. C'est le cas d'Ali, jeune étudiant ivoirien, orienté vers les associations et les CCAS de Paris pour bénéficier d'une assistance d'urgence pour le logement. Après plusieurs tentatives d'obtention d'un justificatif de résidence auprès de l'ambassade d'Ukraine à Paris, pour avoir accès au titre de protection temporaire, il est aujourd'hui sous le statut de

demandeur d'asile : « j'ai perdu tous mes documents d'identité, et malgré mes efforts pour en obtenir des copies auprès de l'ambassade d'Ukraine à Paris, mes demandes ont été vaines. La préfecture m'a alors refusé la protection et j'ai été contraint de déposer une demande d'asile », se désole-t-il.

Des étudiants laissés pour compte

Alors que de nombreux étudiants étrangers qui ont fui la guerre en Ukraine affichent leur volonté de poursuivre leurs études en Europe, la directive européenne n'a pas été élargie à leur niveau. Seuls l'Espagne et le Portugal offrent une protection temporaire. Les autres pays de l'UE n'accordent l'accès aux universités qu'aux seuls étudiants concernés par la directive. La grande majorité des 80 000 étudiants étrangers qui résidaient en Ukraine et qui ont fui vers les pays de l'UE se retrouvent dans l'incertitude totale quant à leur avenir.

Aujourd'hui, la plupart des expatriés étrangers sont hébergés par leurs proches, les bénévoles ou encore les associations d'aide aux migrants. Leur nombre est estimé à 4% des réfugiés venus d'Ukraine. En France, la plupart d'entre eux obtiennent, dans un premier temps, un titre de séjour provisoire d'un mois, avant d'être enjoins de quitter le territoire. Pour beaucoup de ces expatriés, un retour dans leur pays d'origine pourrait compromettre leur poursuite d'études ou leur vie professionnelle. Plusieurs d'entre eux ont préféré entamer des procédures de demande d'asile. À ce jour, aucune donnée officielle ne fait état de la situation des personnes étrangères venues d'Ukraine.

Et pourtant ...

Depuis le début de la guerre, 7,9 millions d'Ukrainiens ont été accueillis dans les pays européens, soit près de 17% de la population du pays. Grâce à la directive relative à la protection temporaire, les réfugiés ukrainiens ont pu jouir dans toute l'UE de droits harmonisés sur le séjour, l'accès au marché du

travail et au logement, l'assistance médicale, l'assistance sociale et l'accès des enfants à l'éducation. Pour la première fois en France, des centres d'accueil réunissant les différents services de l'État ont été mis en place dans plusieurs villes à destination unique des Ukrainiens. Les réfugiés ukrainiens se rendent directement au niveau des différents guichets dédiés (l'Ofii, Pôle Emploi, la DDETS, l'inspection académique, la CPAM et la Caf), avant de repartir avec une carte bancaire et l'argent crédité dessus (environ 14,60 euros par jour). Aujourd'hui, la majorité des réfugiés ukrainiens qui sont encore dans les pays de l'UE ont soit trouvé un travail ou repris des études. Si l'UE a pu mettre en place, dans un délai court, un dispositif d'ampleur pour accueillir les ressortissants ukrainiens, cette réussite pose la question de la différence de traitement entre réfugiés européens et non-européens, et relance le débat sur la politique migratoire appliquée par l'UE.

Il y a des différences notables dans les taux de reconnaissance de la qualité de réfugié entre les réfugiés européens et non-européens. Les taux de reconnaissance sont généralement plus élevés pour les réfugiés européens que pour les réfugiés non-européens, cela peut s'expliquer par le fait que les critères de reconnaissance du statut de réfugié étant plus stricts pour les réfugiés non-européens. Il y a aussi une différence dans les conditions de vie des réfugiés, les réfugiés non-européens sont plus souvent placés dans des centres d'hébergement d'urgence (CHU) ou des centres d'accueil pour demandeurs d'asile (CADA) qui ont tendance à être moins confortables et moins adaptés aux besoins des familles.



Credit photo - banque d'images gratuites - CANVA

MÊME PRÉSIDENT, NOUVEAU PAYS : QUEL BRÉSIL LULA DIRIGERA-T-IL EN 2023 ?

PAR LORRANE RODRIGUES CIRINO

Élu à la présidence pour la troisième fois, Luiz Inacio Lula da Silva revient au pouvoir plus de dix ans après son dernier mandat. Mais le Brésil a beaucoup changé...



Credit photo - banque d'images gratuites - CANVA

Luiz Inacio Lula da Silva est le nouveau président du Brésil. Élu avec 50,90% des votes valides - moins de 2% de différence avec le pourcentage de Jair Messias Bolsonaro, qui a obtenu 49,10% - le démocrate accède au pouvoir pour la troisième fois. Cependant, le Brésil auquel Lula est confronté en 2023 est très différent de celui de sa première victoire en 2003. et l'une des preuves de ce changement est précisément la structure du vote.

Au second tour des élections présidentielles brésiliennes, plus de 20 % de l'électorat a choisi d'annuler son vote au lieu de se décider entre un candidat et un autre. Ce chiffre n'est que la pointe de l'iceberg, mais il est déjà un signe de l'actuel scénario extrêmement divisé

du Brésil. Si une partie du pays attendait avec impatience le retour au pouvoir de Lula, une autre partie est désespérée par la possibilité que le pays se dirige vers un communisme extrême. En effet, tout comme aux États-Unis, le Brésil a été inondé de fake news. Ce qui a commencé en 2015 s'est intensifié, et a été extrêmement présent lors des élections présidentielles de 2018. Selon une étude menée par Avaaz, un réseau de mobilisation sociale mondiale par Internet, 98 % des électeurs de Bolsonaro ont été exposés à des fake news et 90 % de ses électeurs y ont cru.

La fin de la famille traditionnelle et religieuse, les cours de sexualité pour les bébés, l'encouragement au lesbianisme et à l'homoérotisme, les cambriolages, les immi-

grants qui mettraient fin aux emplois de la population brésilienne... Ce sont quelques-unes des menaces diffusées de manière massives dans les différents groupes WhatsApp dirigés par la famille Bolsonaro et ses partisans. Aussi fantaisistes qu'elles puissent paraître, ces menaces ont poussé des millions de Brésiliens à céder aux sirènes du nationalisme et de l'extrémisme.

La pandémie, un tournant dans la diffusion des idées extrémistes

Pour le sociologue Lucas Caetano, la pandémie a joué un rôle d'accélérateur dans la radicalisation des bolsonaristes et dans la diffusion des fake news. Graduellement, le slogan "Le Brésil avant tout, Dieu avant tout" a proliféré, ainsi que les campagnes de dénigrement. Une partie de la société s'est retournée contre la démocratie, les médias, la science et tout ce qui pouvait contredire leurs croyances. Ils se sont enfermés dans des groupes virtuels où ils étaient quotidiennement inondés de fake news, et en sont venus à ne croire que ce qui venait de cette bulle. Le résultat a été non seulement les manifestations qui ont suivi l'élection, appelant à une intervention militaire pour "débarrasser le pays du communisme", mais aussi à l'attaque des bâtiments des Trois Pouvoirs, qui a eu pour conséquence la destruction d'incalculables trésors historiques brésiliens. Au-delà de la difficulté de gouverner une société divisée, Natalia Passarinho, journaliste multimédia à la BBC, cite d'autres défis auxquels Lula devra faire face durant son mandat : « équilibrer le budget et gagner le soutien du Congrès sont deux des obstacles auxquels le président devra se confronter ». En outre, il devra gérer l'un des héritages du gouvernement Bolsonaro : la présence des militaires dans la politique.

Le scénario n'est certainement pas le même qu'en 2010. Au cours des quatre prochaines années, nous devons attendre pour découvrir comment ce moment complexe aura un impact sur le troisième mandat de Lula.



Credit photo - banque d'images gratuites - CANVA

« Pour moi, le grand tournant c'est la pandémie »

Lucas Caetano, docteur en sociologie et chercheur à l'Institut Juppji, nous aide à comprendre les changements dans la société brésilienne au cours de la dernière décennie.

Au Brésil, il y a toujours eu cette division entre partis politiques. Mais aucune ne s'est terminée par un acte violent comme l'attaque des Trois Pouvoirs [où les sympathisants du bolsonarisme ont envahi le bâtiment du gouvernement, dégradant des œuvres d'art et la structure architecturale elle-même]. Comment expliquez-vous l'intensification de la polarité dans la société brésilienne ?

Je pense que les médias numériques sont parmi les principaux responsables de la radicalisation des positions politiques. Ce que j'observe, c'est qu'une partie de la population se méfie des médias traditionnels, alors que tout un dispositif de diffusion de faux contenus, de factices et de décontextualisation des données a été mis en place pour générer des paniques morales. Une caractéristique intéressante est que ce mouvement a fini par frapper surtout les personnes âgées et celles qui voient leur position de domination menacée, comme les hommes blancs et hétérosexuels.

En tant que société, qu'est-ce qui distingue le Brésil d'aujourd'hui par rapport à celui du premier mandat de Lula ?

En termes d'indicateurs sociaux, le Brésil a connu quelques améliorations. Toutefois, je pense que le contexte actuel est plus complexe. La question environnementale est plus urgente qu'il y a 20 ans. Il n'y avait pas cette alliance de l'extrême droite internationale. Nous vivons dans un pays moins sensible aux paniques morales. Malgré cela, nous devons dire que la société brésilienne a toujours été conservatrice et, sous certains aspects, assez réactionnaire. Je crois que ces caractéristiques ont pu être accentuées.



Lucas Caetano

En tant qu'analyste de la société, pensez-vous qu'il y a eu un réel changement dans les relations humaines entre le Brésil de 2010 et celui de 2023 ?

Je crois que oui. Mais pour moi, le grand tournant, c'est la pandémie. Jusqu'en 2020, nous étions dans un processus progressif d'immersion dans le monde numérique. Cela s'est accéléré de manière exponentielle avec la pandémie, puisque toutes les relations sociales sont devenues médiatisées par le numérique. J'étudie les adolescents et je réalise que ce fait a eu des conséquences importantes sur la façon dont ils se rapportent les uns aux autres et construisent leur identité.

"Ce mouvement a fini par frapper les personnes âgées et celles qui voient leur position de domination menacée, comme les hommes blancs et hétérosexuels."

QATAR : FACE À LA CRIMINALISATION ET À L'EXCLUSION DE LA COMMUNAUTÉ LGBTQIA+

PAR SAMANTHA CARIEN

Interdiction faite à la Belgique de porter son deuxième maillot de football lors des matchs, car celui-ci comporte le mot "love" à l'intérieur de son col, ou encore menaces de sanction en cas de port du brassard "one love" en soutien à la cause LGBTQIA+... La coupe du monde au Qatar s'est déroulée sous le signe de la censure et de la non-liberté d'expression.



Credit photo - banque d'images gratuites - PEXELS

Cette coupe du monde de football de 2022 au Qatar a été entourée de controverse en raison de la situation des droits des personnes LGBTQIA+ dans le pays. Le Qatar est un pays où l'homosexualité est illégale et les personnes LGBTQIA+ peuvent faire face à des peines allant jusqu'à la prison à vie. Les organisations de défense des droits ont exprimé leur préoccupation quant à la sécurité et à la protection des personnes de la communauté pendant la Coupe du monde, notamment en

ce qui concerne l'accueil des supporters et des joueurs. Certains ont appelé à un boycott de la coupe du monde en raison de ces préoccupations, tandis que d'autres ont plaidé pour une utilisation de la coupe pour améliorer la situation au Qatar. Les autorités qatariennes ont répondu en assurant qu'elles prendraient des mesures pour garantir la sécurité des supporters et des joueurs LGBTQIA+ pendant l'événement, mais les organisations de défense des droits continuent de surveiller la situation de près.

L'homosexualité « contre nature »

« Il est interdit de faire des choses "contre nature". Et ils - la police et une partie de la société - ont interprété que c'était contre nature d'être gay », témoigne A.R, une libanaise vivant à Paris. Dans plusieurs pays du Moyen-Orient, l'homosexualité est illégale et les personnes LGBTQIA+ risquent des peines allant de la prison à l'exécution. Les discriminations et les violences à l'égard de ces personnes sont fréquentes et les groupes de défense de leurs droits sont souvent réprimés.

Au Qatar, des campagnes d'invisibilisation sont menées, notamment à travers une interdiction surprenante. En effet, les jouets pour enfants aux couleurs de l'arc-en-ciel ont été saisis, portant des slogans contraires aux valeurs islamiques comme l'a annoncé le ministère du Commerce et de l'Industrie sur Twitter : « le Ministère a mené des campagnes d'inspection sur un certain nombre de magasins commerciaux dans différentes régions du pays, et les campagnes ont abouti à la saisie et à la libération d'un certain nombre de violations, représentées par des jouets pour enfants portant des slogans qui violent les valeurs islamiques, les coutumes et traditions ».

Il y a également une forte stigmatisation sociale de l'homosexualité et de l'identité transgenre dans la plupart des pays du Moyen-Orient, ce qui rend difficile pour les personnes LGBTQIA+ de vivre ouvertement leur orientation de genre et de bénéficier des mêmes opportunités que les personnes cis-gendres.

“Les personnes transgenres sont confrontées à une exclusion de la société. En effet beaucoup d'entre elles n'ont d'autres possibilités que le travail du sexe.”

Une lente amélioration

D'après un témoignage recueilli par Human Rights Watch, une femme transgenre qatarie a déclaré qu'après avoir été arrêtée par les forces de sécurité dans la rue à Doha, les agents de la Sécurité préventive l'avaient accusée d'« imiter les femmes » en raison de son expression de genre. Dans la voiture de police, ils l'ont battue jusqu'à ce que ses lèvres et son nez saignent et lui ont donné des coups de pied dans le ventre, a-t-elle raconté. « Vous, les gays, êtes des gens immoraux, donc on fait la même chose avec vous », lui a lancé un agent.

Une autre qatarie transgenre a relaté avoir été incarcérée deux fois dans une cellule souterraine. Elle raconte avoir été battue quotidiennement et son crâne a été rasé. Les autorités ont également pris des photos de sa poitrine après lui avoir demandé de retirer sa chemise. Les détenus ont été contraints de déverrouiller leur téléphone, ce qui a donné aux forces de l'ordre l'accès aux informations sur les membres de leur communauté, mais aucun n'a été formellement inculpé, selon Human Rights Watch.

Malgré ces injustices, il y a également des efforts pour améliorer la situation des droits LGBTQIA+ dans la région. Des groupes de défense des droits et des organisations de la société civile travaillent pour sensibiliser les gens à ces questions et pour plaider pour des changements législatifs et sociaux. Des « comédiens, des politiciens et des défenseurs qui ont commencé à en parler. Ce n'est plus aussi tabou qu'avant, mais c'est mieux ». Il y a aussi des signes d'une plus grande acceptation de la diversité sexuelle et de l'identité de genre dans certaines parties du Moyen-Orient. Cependant, il reste encore beaucoup de chemin à parcourir au Qatar pour garantir l'égalité et la sécurité pour toute la communauté LGBTQIA+.

“Je ne crois pas qu'un jour nous serons vraiment aussi libres qu'à Paris.”

Criminalisation

La criminalisation des pratiques homosexuelles au Qatar est un problème majeur qui affecte de manière significative les personnes LGBTQIA+ dans la région. Les lois réprimant l'homosexualité au Moyen-Orient varient d'un pays à l'autre, mais elles sont généralement basées sur des textes religieux ou sur des lois héritées de la période coloniale. Rappelons qu'au Qatar, l'homosexualité reste illégale, la Constitution se fondant sur la loi islamique : ainsi, l'article 285 du code pénal qatari condamne les relations sexuelles entre personnes de même sexe à une peine pouvant aller jusqu'à 7 ans de prison.

Human Rights Watch a interviewé six qataris, comprenant quatre femmes transgenres, une femme bisexuelle et un homme gay. Le Dr Nasser Mohamed, un activiste Qatari gay, a aidé Human Rights Watch à entrer en contact avec cinq des personnes interrogées. Ils ont tous déclaré avoir été détenus par les agents du Département de la sécurité préventive dans une prison souterraine à Al Dafneh, à Doha, où ils ont été victimes de harcèlement verbal et de violence physique allant de gifles à des coups de pied et de poing, certains jusqu'à perdre connaissance.

Les agents de sécurité ont également infligé des violences verbales aux détenus, leur ont extorqué des aveux sous la contrainte et leur

ont refusé l'accès à un avocat, à leur famille et à des soins médicaux. Tous ces individus ont été obligés de signer des déclarations s'engageant à "cesser toute activité immorale". Tous ont été détenus sans inculpation, sans accès à un avocat et dans un cas, pendant deux mois, en isolement. Aucun ne recevant de procès-verbal pour leur détention. De tels agissements peuvent être considérés comme des détentions arbitraires en violation du droit international des droits de l'homme. « *Des choses qui pourraient être normales ici, comme se tenir la main, s'embrasser, et aller dans des bars ou des fêtes ouvertement gays, ne sont pas quelque chose que nous pouvons faire librement là-bas. Il existe des lieux désignés (bars, clubs) destinés aux foules LGBTQ, mais ils ne sont pas "ouvertement" identifiés comme tels. Si vous faites partie de la communauté, vous savez où aller. Cependant, même dans ces endroits, il faut être prudent* », comme l'explique A.R.

Malgré les efforts de certaines organisations pour améliorer la situation des personnes LGBTQIA+ au Qatar, il reste encore beaucoup à faire pour garantir leur égalité et leur protection contre la discrimination. La criminalisation de l'homosexualité et de l'expression de genre non conforme sont des obstacles majeurs à la reconnaissance de leurs droits fondamentaux. Les récits de personnes transgenres et homosexuelles témoignent des conséquences dévastatrices de ces lois oppressives sur leur vie personnelle et professionnelle. Il est important de continuer à sensibiliser l'opinion publique sur ces questions et de soutenir les personnes affectées afin de faire avancer les droits des personnes LGBTQIA+ au Qatar.

DE LA PUB SUR NETFLIX : VERS UN CHANGEMENT DE MODÈLE POUR LE STREAMING VIDÉO ?

PAR ANGÉLA RIGA



Crédit photo - banque d'images gratuites - CANVA

Annoncée en avril 2022, l'offre à 5,99 euros financée par des contenus publicitaires est désormais lancée par le géant du streaming. Avec pour objectif de conquérir de nouveaux publics, pour faire face à la concurrence accrue, notamment de Disney +. Le début d'un changement de modèle économique pour le streaming vidéo ?

Netflix, multinationale américaine créée en 1997, déployait jusque-là une stratégie s'appuyant sur la SVOD (Subscription Video On Demand, autrement dit vidéo à la demande par abonnement). Contrairement au streaming audio, qui propose depuis ses débuts des offres freemium financées par la publicité, le modèle économique de Netflix repose jusqu'à aujourd'hui uniquement sur les abonnements payants. Les récents résultats économiques de la plateforme, qui évolue sur un marché de plus en plus concurrentiel, ont amené à remettre en cause ce principe fondateur. Après une perte d'environ 1 million d'abonnés en début d'année 2022, la plateforme de streaming a décidé de revoir ses principes pour tenter de gagner de nouveaux clients. La rumeur d'une introduction de publicités au sein des contenus de la plateforme de streaming circulait déjà en 2020.

Dans une interview, le Directeur général de Netflix, Reed Hastings, avait fait taire ces dires en affirmant qu'il s'opposait à l'intégration de publicité. La raison principale ? Selon lui, il y avait davantage de croissance sur le marché de la consommation que dans la publicité. Il expliquait alors qu'il ne souhaitait pas collecter d'autres données personnelles que celles déjà collectées (ce que les abonnés regardent ou pendant combien de temps, par exemple) : *"Nous sommes juste concentrés sur ce qui rend nos membres heureux"*. Reed Hastings a même refusé à plusieurs reprises cette proposition de publicité faite par ses investisseurs qui souhaitaient augmenter le chiffre d'affaires en touchant davantage de personnes.

Malgré cette position "anti-pub" maintenue depuis plusieurs dizaines d'années, le 3 novembre dernier, à 17h précises, Netflix a lancé son nouvel abonnement en France Essentiel Avec Pub. L'objectif de ce changement de stratégie ? Toucher un plus large public en proposant une offre plus abordable grâce aux revenus de la publicité.

Moins cher mais avec moins de contenus

Disponible dans 12 pays au total, comme l'Italie ou l'Espagne, la nouvelle offre Essentiel Avec Pub permet avant tout d'avoir accès à des contenus avec de la publicité avant et pendant les programmes. Ces dernières représenteront de 4 à 5 minutes par heure visionnée, et les abonnés n'auront pas la possibilité de les ignorer. Seule exception à la publicité : les comptes enfants. Quant aux films et séries produits et financés par Netflix, certains auront seulement une publicité au début du contenu. La vidéo publicitaire sera plus longue, un peu comme ce qui se fait au cinéma. Pour les abonnés, l'avantage d'avoir de la publicité pendant le visionnage des contenus proposés par Netflix, c'est de pouvoir bénéficier d'un abonnement moins cher que les autres : 5,99 euros seulement contre 8,99 euros pour l'offre traditionnelle. Cependant, le prix n'est pas la seule différence de cette nouvelle formule.

Si jusqu'à maintenant, Netflix mettait toute sa vidéothèque à disposition de tous les comptes, peu importe leur abonnement (Essentiel, Standard ou Premium), ce n'est pas le cas de l'offre Essentiel Avec Pub. En effet, certains contenus ne seront pas disponibles dans le catalogue de ces abonnés, puisque seulement 85% des vidéos seront consultables. La raison de cette limitation est à chercher du côté juridique. En effet, certains studios de production ont signé des contrats de diffusion pour une plateforme sans publicité. Si Netflix devient une plateforme de streaming avec des contenus publicitaires, les revenus de la multinationale seront diversifiés et donc potentiellement supérieurs à ce que prévoient les contrats initiaux de diffusion. Il faut donc les renégocier.

Du côté des annonceurs publicitaires, l'avantage est qu'ils pourront choisir les catégories de films et séries dans lesquels ils veulent diffuser leur publicité.

Forfait	Prix/mois	Qualité	Écrans
Essentiel avec pub	5,99€	720p	1
Essentiel	8,99€	720p	1
Standard	13,49€	1080p	2
Premium	17,99€	4K et HDR	4

Crédit photo - grille des tarifs d'abonnements Netflix

Ils pourront donc cibler plus précisément les abonnés qu'ils recherchent. L'introduction de contenus publicitaires induit également que Netflix va collecter plus de données personnelles sur les abonnés que pour les autres abonnements, afin de pouvoir proposer des publicités ciblées. Les données concernées seront notamment le nom, la date de naissance et le genre de la personne. De quoi constituer là-aussi de potentielles sources de revenus complémentaires.

Une offre qui s'inscrit dans une stratégie globale

Plusieurs raisons peuvent expliquer la volonté de Netflix de développer cette nouvelle offre d'abonnement, mais celle-ci semble s'inscrire dans une stratégie globale de redéfinition de son offre. Tout d'abord, cela permet à Netflix de toucher une plus large cible via son offre Essentiel Avec Pub. Ensuite, la plateforme a vu son nombre d'abonnés exploser en 2020, avec l'arrivée de l'épidémie du Covid-19. En raison des multiples confinements, de nombreuses personnes se sont tournées vers les plateformes de streaming pour s'occuper. Avec la reprise d'une vie "normale", le nombre de résiliation a augmenté fortement.

De plus, en 2021, Netflix a augmenté de 1 à 2 euros les prix de l'ensemble de ses offres. Si la marque souhaitait toucher de nouvelles cibles et faire face à une concurrence accrue, elle se devait de proposer des tarifs plus intéressants et abordables.

Netflix présente cette offre comme permettant à d'autres clients de "découvrir les films et séries du moment dont tout le monde parle". En effet, afin de fidéliser ses abonnés et d'en attirer d'autres, et donc de faire face à la concurrence accrue (Prime vidéo, Canal+, OCS, Disney+, Salto, etc.), la plateforme de streaming a investi dans de nouvelles productions, pour proposer des contenus variés et de qualité. De plus, Netflix veille également à proposer de nouvelles fonctionnalités sur sa plateforme pour la rendre plus intéressante ou pratique. L'augmentation des tarifs était donc en lien avec les investissements de la marque, notamment en termes de séries et documentaires originaux.

Ensuite, Netflix s'est attaqué au problème des partages de mots de passe, qui représentent un grand manque à gagner pour la marque. Afin de limiter ces pratiques, Netflix prévoit d'ailleurs dès cette année de déployer une stratégie afin de surveiller plus strictement les partages de comptes. La plateforme de streaming avait déjà changé les conditions d'utilisation de sa plateforme, en indiquant que les comptes devaient uniquement être utilisés entre des personnes qui vivent dans le même foyer. Enfin, sur son site internet, Netflix avance une autre raison : "nous pouvons aussi adapter nos offres et nos tarifs aux évolutions du marché local, par exemple en cas d'inflation ou d'ajout de taxes locales". La multinationale cherche à maintenir une relation avec ses abonnés en prenant le temps de se justifier sur l'augmentation de ses tarifs, notamment sur son site Internet. Elle souhaite également les rassurer en leur expliquant qu'une augmentation de prix signifie aussi une meilleure expérience : "lorsque nous modifions nos offres et nos tarifs, nous nous efforçons toujours d'améliorer l'expérience Netflix et d'investir dans des contenus de qualité pour nos abonnés du monde entier".

Le streaming vers un (vieux) modèle de télévision à péage ?

Avec ce nouveau mode de fonctionnement, Netflix transforme son mode de rémunération puisqu'il ne passe désormais plus uniquement par les abonnements. La mise en place d'une offre avec des publicités induit forcément de nouveaux partenariats entre Netflix et d'autres entreprises. Dans un communiqué de presse, la multinationale met en avant le fait que cette offre est rendue possible grâce à Microsoft ainsi qu'aux annonceurs qui vont proposer leurs contenus publicitaires sur la plateforme. Au travers de ce partenariat stratégique, Netflix a pour objectifs (sur le long terme) de proposer à ses clients un large choix de contenus publicitaires, d'une part, et de proposer aux annonceurs une plateforme de diffusion plus qualitative que la télévision, d'autre part. Netflix donne également un aperçu de quelques marques dont la publicité fera leur apparition comme LVMH, L'Oréal, Heinz ou encore McDonald's. Elle indique aussi que l'offre sera améliorée au fur et à mesure, grâce à l'expérience de pourront en faire les abonnés.

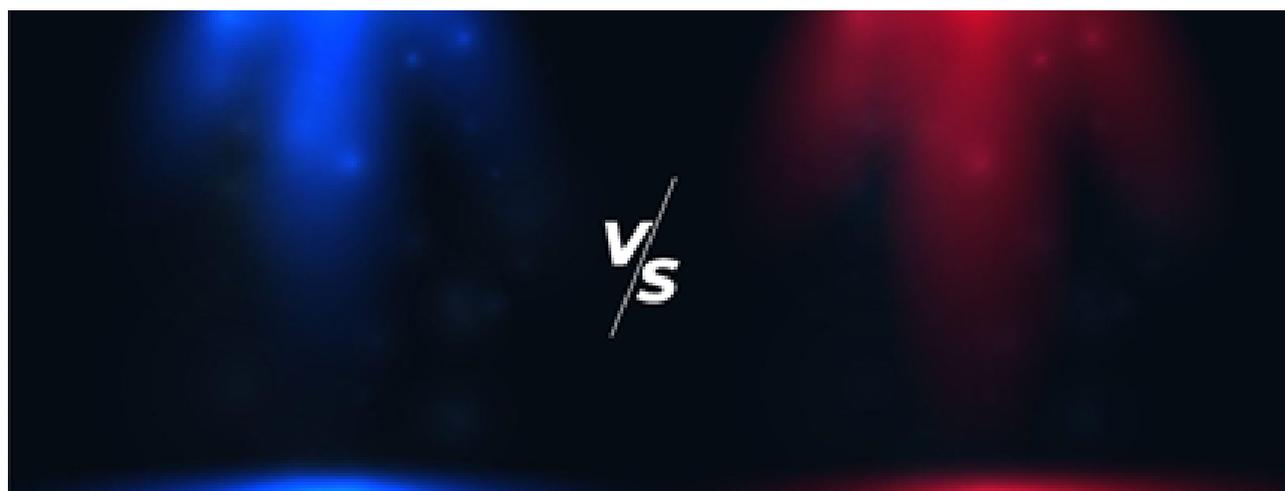
"Plus qu'une évolution, cela ressemble à un ersatz de télévision à péage, un modèle classique de la fin du XXe siècle."

Au travers de cette offre on peut observer une reconfiguration de l'environnement médiatique. En effet, Netflix présente ici un modèle intermédiaire à ce qui existe déjà : une plateforme payante qui inclut les publicités qu'on retrouve dans les plateformes gratuites telles que Youtube par exemple. Cette évolution dans l'offre de streaming a cependant un air de déjà vu. Plus qu'une évolution, cela ressemble à un ersatz de télévision à péage, un modèle classique de la fin du XXe siècle. L'avenir du streaming passe-t-il par un retour à des schémas classiques ? L'avenir nous le dira.

LA GUERRE DU STREAMING VA-T-ELLE TUER LE CINÉMA ?

PAR YASMINE CHIKH

En une décennie, les plateformes de streaming ont renversé le marché du cinéma et de l'audiovisuel. Aujourd'hui, l'offre est pléthorique et les consommateurs multiplient les abonnements pour avoir accès à toujours plus de séries et de films. Dans cette guerre des plateformes, de nouveaux acteurs apparaissent. Paramount+ Universal+ quelles sont ces nouveautés de la VAD en 2023 ?



Crédit photo - banque d'images gratuites - Freepik

Depuis le début des années 2000, le marché du streaming vidéo s'est installé. La réussite du pionnier Netflix témoigne de la pérennisation de ce mode de consommation. Il fait désormais partie de la vie des Français et du reste du monde, et remplace progressivement les autres supports. En mars 2022, le cabinet GFK estime ainsi que le chiffre d'affaires du marché de la vidéo s'élève à 1,04 milliard d'euros. Alors qu'au même moment, les secteurs du DVD et des Blu-ray sont en chute libre de 690 millions d'euros.

Mais ce succès pose désormais de nouvelles questions aux consommateurs.

Netflix, OCS, Amazon prime : des nouveautés ?

Le premier effet de cette concurrence accrue, c'est l'évolution des offres des acteurs historiques.

Même si Netflix est un acteur colossal de la VAD, la plus grande des plateformes n'a pas hésité à changer son offre. En Octobre 2022, Netflix a aussi mis fin aux partages de mots de passe qui représentent pour l'entreprise un grand manque à gagner.

Du côté des autres plateformes, il existe à ce jour d'autres bouleversements. Depuis le 9 Janvier 2023, après de longues négociations, les chaînes OCS et Orange Studio vont être acquises par Canal+. En effet, les activités audiovisuelles du groupe Orange auraient en effet cumulé des pertes comprises entre 400 et 500 millions d'euros depuis leur lancement en 2007. Avec la fin des séries HBO depuis le 1er janvier, l'essence même de l'offre d'OCS, l'opérateur historique des télécoms risque en effet d'assister à une fuite de ses abonnés et voir son déficit s'accroître.

Universal+ et Paramount+ des nouvelles plateformes concurrentes ?

Alors que la VAD est un marché en plein essor, cela laisse place à l'émergence de nouveaux acteurs. Ces nouvelles plateformes vont-elles renverser les acteurs historiques ? Déjà disponible dans plusieurs pays depuis plusieurs années, Universal+ est arrivé en France le 17 octobre dernier. Universal+ comprend des milliers de programmes, des films, des séries, des thrillers, de la science-fiction, de la télé-réalité, du documentaire. Cette nouvelle plateforme regroupe les chaînes et contenus de Syfy (Stargate, Battlestar Galactica), 13ème RUE (Marion, Cuisine Interne, Resident Alien) et E ! (La chaîne sur laquelle est diffusée L'incroyable Famille Kardashian). Universal+ donne également accès aux contenus signés Dreamworks (Madagascar, Kung-fu Panda, Shrek ou Dragons). Pourtant, tout le monde ne peut pas s'abonner à Universal+. Pour le moment, la nouvelle plateforme de vidéo en streaming a seulement signé un partenariat avec SFR, Bouygues Telecom et Amazon.

En ce qui concerne Paramount+, elle est sur le marché français depuis décembre 2022. Cette plateforme donne accès à des centaines de films, de séries et des documentaires. C'est à ce jour "le seul service de streaming où l'on peut retrouver au même endroit Sylvester Stallone, Bob l'Éponge, d'Harisson Ford au côté de marques iconiques comme Star Trek, South Park, Halo et des films récents ou classiques qui ont marqué le cinéma mondial". C'est ainsi que Marco Nobili, vice-président exécutif et directeur général international de Paramount +, résume l'offre proposée. Pour son grand lancement, la plateforme condense plus de 4000 contenus, adaptés à un public plutôt familial.

Ces nouvelles plateformes ne font que compléter l'offre actuelle, car elles permettent à des emblèmes de l'univers du cinéma comme Paramount de proposer ses contenus en illimité en ligne, mettant ainsi à disposition légalement des films et des dessins animés issus de son back catalogue.

Elles répondent justement à la demande des consommateurs d'avoir accès à toujours plus de contenus directement chez eux.



Crédit photo - banque d'images gratuites - CANVA

VAD kills the cinema stars ?

Ces nouveaux services de streaming viennent directement perturber l'offre cinématographique. En effet, certains consommateurs se questionnent face à la place du cinéma. Certains le trouvent trop coûteux voire il serait devenu moins crédible. Les consommateurs semblent être mécontents de l'offre cinématographique, comme l'exprime dans un tweet la journaliste Léa Salamé.

Ainsi, les plateformes De VAD posent un problème direct au secteur du cinéma. Certains films sortent désormais directement sur les plateformes, sans passer par les salles obscures. Le cinéma, jugé trop cher et peu pratique, se fait rattraper par la VAD. Ainsi, il y a peu, en 2021, Amazon a frappé fort en rachetant le studio de la Metro-Goldwyn-Mayer, studio de création qui a réalisé des films mythiques comme Le Magicien d'Oz ou encore Chantons sous la pluie.

Amazon n'est pas un cas à part, il y a quelques années, la 20th Century Fox, emblème des salles obscures a été racheté par la firme Disney. Elle a aussi racheté plusieurs autres studios mythiques tels que Marvel, Lucas films, la Fox ou encore Pixar. Pourtant, lorsque Disney rachète ces studios de production, il rachète aussi les licences de ces films. L'identité propre et l'univers de chacun de ces studios se retrouvent dilués dans la galaxie Disney.

LA VOIX AFRICAINE DANS LE STREAMING : UN DÉFI POUR UNE REPRÉSENTATION JUSTE ET DIVERSIFIÉE

PAR ARLINE PIEKOURA



Crédit photo - banque d'images gratuites - CANVA

Les productions africaines sont sous-représentées sur les plateformes de streaming grand public. Bien qu'elles commencent à inclure davantage de contenu issu du continent, un travail important reste à effectuer pour garantir une représentation équitable et diversifiée. Face à cette invisibilisation, les producteurs locaux s'organisent. Examen de cette tendance.

En 2018, la société de recherche *The Numbers* a révélé, dans le cadre d'une étude, que seulement 0,4% des films disponibles sur Netflix étaient des films issus du continent africain. Ce chiffre, certes, non représentatif des autres plateformes de streaming, est tout de même révélateur des disparités qui règnent dans le milieu de la VAD. Les plateformes de streaming populaires ont une étroite collaboration avec les studios hollywoodiens, ce qui se traduit par la diffusion de nombreux films occidentaux. Cependant, cette prédominance culturelle peut malheureusement invisibiliser certaines productions minoritaires telles que les réalisations africaines qui cherchent tant bien que mal à se faire une place dans l'univers du streaming.

La collecte de données sur la diffusion des contenus sur les plateformes est un défi en raison des restrictions d'accès aux informations. En effet, pour des raisons purement commerciales et confidentielles, ces services disposent du droit de protection de leurs données, en termes d'audience et de diffusion. Ce manque d'information se révèle être problématique puisqu'il ne permet pas la réalisation d'une étude quantitative approfondie. En revanche, avec l'expérience et les retours des utilisateurs, aujourd'hui, nous pouvons apporter un éclairage sur les raisons de cette faible visibilité de ces films africains dans ces services de diffusion en continu.

Les productions africaines en faible croissance sur les plateformes de streaming

L'une des raisons principales réside dans leur forte concentration sur le marché occidental. Ces plateformes diffusent des contenus attractifs pour leur public cible plutôt que de promouvoir des productions africaines, qui peuvent être moins familières aux téléspectateurs occidentaux.. Les barrières économiques et logistiques se révèlent être également un frein à la distribution des films africains sur les plateformes de streaming. En effet, les coûts de production de ces réalisations sont souvent plus faibles que les films occidentaux. De ce fait, ils disposent d'un revenu moindre qui ne leur permet pas de promouvoir et de distribuer leurs films à l'échelle internationale.

Également en jeu, la classification des plateformes de streaming. Si l'on prend le cas du service Netflix, il est possible qu'un utilisateur ne puisse pas trouver autant de films africains qu'il souhaiterait. En cause ? Le catalogue limité de ces films en comparaison au volume important de films et de séries télévisées provenant de diverses régions du monde. S'ajoute à cela, le fonctionnement des algorithmes de recommandation de la plateforme, basés sur les habitudes de visionnage et les préférences des utilisateurs. Dans le cas où très peu de personnes visionnent des films africains, les algorithmes ne pourront pas les recommander aussi souvent sur la plateforme. La présence et la disponibilité des contenus sont aussi des aspects à considérer. Certaines productions ne peuvent être accessibles que pour une durée limitée ou peu visibles sur la plateforme en raison de leur manque de notoriété. L'ensemble de ces arguments met en exergue l'importance de rechercher spécifiquement des films africains sur les plateformes, et de suggérer à celles-ci d'ajouter plus de contenu de ce genre pour encourager une meilleure représentativité.



Crédit photo - banque d'images gratuites - Freepik

Les nombreuses critiques des utilisateurs, concernant la faible proportion de réalisations africaines sur les plateformes de streaming ont conduit certaines plateformes à intégrer ces films dans leurs cordes. Prenons l'exemple, en 2019, de Netflix, qui lance sa première série originale africaine, Queen Sono, bien accueillie par les critiques. En 2020, la plateforme de streaming a même annoncé un engagement de 100 millions de dollars pour soutenir la création de contenu original en Afrique. Actuellement Netflix est présent en Afrique. La multinationale américaine s'est d'abord focalisée sur les marchés anglophones du continent, à savoir le Nigeria et l'Afrique du Sud. Le choix de ces pays ne s'est pas fait au hasard. En effet, l'entreprise s'est positionnée sur ces pays anglophones, qui restent une cible privilégiée, notamment, pour maintenir un lien démographique, mais aussi pour conserver une proximité culturelle.

Même si la diffusion de ces contenus africains, est aujourd'hui effective, sur certaines plateformes comme Netflix, elle ne concerne pour l'instant qu'un public privilégié, soit, ceux qui ont les moyens de pouvoir s'acheter un abonnement Netflix et qui disposent d'une connexion suffisamment importante pour pouvoir suivre les films et séries.

Afrique numérique : la révolution du streaming et l'émergence des productions locales

À l'heure où la révolution du numérique a complètement bouleversé les usages, les nouveaux modes de consommation de contenus émergent et les plateformes de streaming locales se développent. En août 2021, Digital TV research annonçait 15,1 millions de souscripteurs payants à une offre de SVOD (Subscription Video On Demand) en Afrique pour 2026. En effet, pour pallier leur manque de visibilité sur les plateformes de streaming internationales, de plus en plus de productions locales africaines se sont créées. Ces dernières mettent à l'honneur les films africains dans le but de se différencier des grands groupes comme Amazon, Disney ou Netflix. Ces productions locales incluent :

Les **plateformes de streaming en ligne africaines**, telles que IrokoTV et Showmax, qui se spécialisent dans le contenu 100% africain et permettent aux consommateurs d'accéder à un grand nombre de films et de séries télévisées produits localement.

Les **productions indépendantes**, dans lesquelles on observe une progression de cinéastes et de producteurs africains travaillant sur des projets indépendants pour faire connaître leur culture et leur patrimoine à travers leur art. Un exemple de production indépendante en Afrique serait Lion's Den, un film nigérian réalisé par Karen Odain. Il a été tourné avec des moyens limités et sans le soutien d'un grand studio de production, mais est devenu très populaire auprès du public africain et a été présenté dans plusieurs festivals de cinéma internationaux. Ce genre de projet montre la détermination et la créativité des cinéastes africains pour faire connaître leur culture à travers leur art, malgré les défis rencontrés dans un environnement de production cinématographique traditionnellement dominé par les industries occidentales.

Les **partenariats** avec des producteurs étrangers pour obtenir une plus grande visibilité sur les plateformes de streaming internationales. Le film Lionheart de Genevieve Nnaji peut être cité comme exemple.



Crédit photo - banque d'images gratuites - CANVA

Né du partenariat avec le producteur nigérian Chinny Onwugbenu et le producteur britannique Gary Dauberman, ce film diffusé sur Netflix a été le premier film en langue anglaise produit au Nigeria, permettant ainsi une plus grande visibilité pour la production africaine sur une plateforme de streaming internationale.

Ces initiatives sont importantes pour renforcer la visibilité et la reconnaissance des cultures africaines dans l'industrie du cinéma et permettent également aux consommateurs de découvrir de nouveaux talents et de nouvelles histoires. Parmi les plateformes qui mettent le cap sur ce continent, Canal+ Afrique, une filiale du groupe Canal+ créée en 2010 se démarque. Cette plateforme de diffusion considérée comme leader sur le marché de la télévision payante en Afrique, propose une large gamme de programmes, y compris des films, des séries télévisées, des émissions de sport et d'autres divertissements, à ses abonnés. Et tout cela avec une sélection de plusieurs abonnements, qui varie selon les pays et les offres spécifiques disponibles dans chaque région.

Le groupe CANAL+ connaît une forte croissance en Afrique qui comptabilise 856 000 nouveaux abonnés en 2021, soit une augmentation de 14,2% en un an.

Et pour cause, en 2021, l'Afrique représente 28,8% des 23 706 000 abonnés totaux du groupe (France + international), avec 6 847 000 abonnés, ce qui représente une augmentation par rapport à 2020 (27,1%). Le service CANALBOX, qui commercialise ces offres, est disponible dans plusieurs pays d'Afrique, tels que le Gabon, le Togo, la Côte d'Ivoire, le Rwanda, le Burkina Faso et la République Démocratique du Congo. Grâce à cela, elle s'engage à soutenir les cinéastes et les producteurs locaux en leur donnant la possibilité de diffuser leurs contenus qui n'est pas exposée sur les autres services de streaming, sur la plateforme dédiée.

3 questions à ... Hilary Diby,

Hilary est une jeune étudiante ivoirienne de 24 ans, vivant à Cocody en Côte-d'Ivoire

"Chez nous, en Côte-d'Ivoire, de nombreuses personnes ne peuvent pas se permettre de payer un abonnement à Netflix ou à d'autres plateformes en raison des prix élevés et de la qualité instable de la connexion Internet dans certaines zones. Par manque de moyens, la plupart sont obligés de recourir à des méthodes illégales, comme le piratage, pour accéder à des films. Bien que cela soit illégal, c'est souvent le choix préféré des jeunes par rapport à l'achat d'abonnements coûteux pour voir des films."

Sur quelles plateformes regardes-tu des films et séries ?

J'utilise seulement Canal+ Afrique pour regarder des films et des séries en dehors de ceux diffusés sur les chaînes nationales. Cette plateforme est très appréciée ici en raison de ses prix abordables et de son expérience sur le marché qui est supérieure à celle de Netflix qui vient tout juste de s'installer sur le marché africain. Canal+ Afrique me permet à la fois d'accéder à une variété de films africains, qui ne sont pas disponibles sur les autres plateformes, mais aussi d'avoir accès aux autres chaînes du monde, et cela est très important pour moi car cela me permet une ouverture culturelle.

Quels sont les modes de paiement privilégiés par les abonnés de Canal+ Afrique en Côte d'Ivoire ?



Hilary Diby

En ce qui concerne le paiement, il peut se faire automatiquement par prélèvement bancaire, par Orange money. C'est un service de transfert d'argent et de paiement mobile développé par l'opérateur de téléphonie mobile Orange qui permet aux utilisateurs de faire des transactions en ligne sans avoir besoin d'un compte bancaire. Ou directement en espèces dans une agence, car l'utilisation de la carte bancaire n'est pas très répandue. La plupart des gens que je connais utilisent Orange Money pour régler leur abonnement Canal+, c'est le moyen de paiement le plus utilisé ici.

Que penses-tu de la tendance des plateformes de streaming à invisibiliser les contenus minoritaires ?

Je pense que les plateformes devraient essayer de diversifier leur contenu et mettre en lumière les productions minoritaires comme les films indiens, africains ou encore les telenovelas sud-américaines. Cela donnerait plus de représentativité et encouragerait l'adhésion d'un public plus large. Je pense aussi que ce serait plus avantageux pour eux financièrement parlant.

STAR ACADEMY, SECRET STORY : CES TÉLÉRÉALITÉS QUI REVIENNENT !

PAR LIORA MARRY



Crédit photo : capture d'écran TF1

Après le retour fracassant du télé-crochet Star Academy, c'est au tour de l'émission Secret Story de revenir sur les écrans français. Comment expliquer ces retours plébiscités par le public, alors que les émissions actuelles marquent le pas en terme d'audience ? La nostalgie et le recyclage sont-ils en train de toucher la télé-réalité ?

Dans son ouvrage *Retromania*, Simon Reynolds montre que dans la pop culture, rien ne vaut le recyclage. À la télévision, c'est même une méthode éculée, comme en attestent les sempiternels best-of des émissions passées, et le succès des innombrables variations autour de la formule des Enfants de la télé. Avec son lot de polémiques, la télé-réalité a tout de même eu le mérite d'apporter, au tournant des années 2000, un souffle nouveau. 20 ans après les "ébats aquatiques" de Loana et Jean-Édouard, le genre marque le pas. La multiplication des émissions et des concepts, pas toujours heureux, semble avoir eu raison de l'attention (de plus en plus limitée) d'un public sur-sollicité. Mais la télé-réalité n'a pas dit son dernier mot. Et elle a un argument massue pour son retour en force !

L'environnement est pourtant morose, au vu des nombreuses baisses d'audience et d'annulation d'émissions que subissent les diverses téléréalités. Les Marseillais, La villa des cœurs brisés, Les princes et les princesses de l'amour, Les anges, 10 couples parfaits... Toutes ces émissions sont passées d'une grande popularité à un déclin important, se terminant pour certaines par une disparition prématurée. Les résultats sont catastrophiques, passant de 750 000 téléspectateurs à environ 425 000, soit près de 2,2% de PDA (Part de marché d'audience) selon Médiamétrie pour les plus populaires.



C'est dans les vieux concepts

Que l'on fait les meilleures audiences. C'est en tout cas ce que pensent les responsables de programmes, qui mettent à profit le vieux filon du recyclage. Comme le manque crée le désir, et que la nostalgie fait vendre, puiser dans les anciennes émissions phare des années 2000 s'est imposé comme une évidence. Le retour de la Star Academy après 14 ans, avec en moyenne plus de 4,2 millions de spectateurs par prime, a confirmé ce choix (source Médiamétrie). Moins d'épisodes, des jeunes participants et l'animateur emblématique Nikos Aliagas : les éléments étaient présents pour créer un programme calibré pour plaire au public. Après ce succès, TF1 ne compte pas s'arrêter là et mise sur une autre émission emblématique : *Secret Story*.

Début novembre 2022, l'ancien présentateur Benjamin Castaldi laissait sous-entendre que *Secret Story* abandonnerait le canal hertzien pour aller sur une plateforme de streaming. Il affirmait sur le plateau de *Touche pas à mon poste* que l'émission reviendrait sur Prime Vidéo et qu'elle devrait durer 10 semaines avec 14 candidats. Cependant, plusieurs comptes Twitter sont venus remettre en cause cette stratégie de diffusion. Effectivement, le compte officiel du groupe Endemol (qui produit *Secret story* et *Star Academy*) a récemment changé son nom de @staracademy à @secret_story_FR.

Une annonce qui confirme l'arrivée de l'émission sur l'une des chaînes du groupe TF1. De plus, le 1er février 2023, le compte de *Secret Story* a écrit son premier message énigmatique, annonçant une arrivée proche de l'émission. Qui depuis n'arrête pas de faire sa promotion sur les réseaux sociaux en particulier sur Tik Tok. Actuellement, aucune date n'a pas encore été dévoilée, mais le suspense est présent.

Depuis 2021, les **18-30 ans représentent un tiers des téléspectateurs de télé-réalité** selon l'étude #Moijeune du 20 minutes et de OpinionWay. L'enquête relève également que dans ses **18-30 ans, 48% du public est majoritairement féminin** contre 18% d'hommes.

58% des personnes interrogées pensent que la télé-réalité est devenue navrante et bête.

Plus de 90% estiment qu'aucune personne ne souhaite y participer et pourtant ...

Les ingrédients télé-réalités ne fonctionnent plus

Depuis quelques années, on a pu observer que certaines émissions perdaient beaucoup de téléspectateurs. L'une des premières causes est la routine. C'est du vu et du revu. Toujours les mêmes émissions, toujours les mêmes candidats, les mêmes histoires... Rien ne change et tout devient de plus en plus scénarisé. Si la réalité n'existe plus, l'essence même du genre télévisuel également. Une hypothèse confirmée par **Corinne Lagaville**, consommatrice de télé-réalité depuis 20 ans, qui admet regarder de moins en moins les émissions : "*c'est moins intéressant. C'est toujours le même scénario, on connaît déjà les couples et c'est généralement trop fake. En plus, les candidats aiment trop jouer sur leur bêtise et se créer un personnage*".

Elle met également en avant la transformation des télé-réalités qui se concentrent sur les relations en gommant le concept pur d'un programme. Pour cela, elle prend en exemple l'émission célèbre de la chaîne NRJ12, *Les Anges* : *"initialement, c'était un programme en rapport avec un métier/un art qui visait à valoriser et donner un coup de pouce aux candidats. Au fil des années, le concept a laissé place aux embrouilles et aux clashes. Ils ont réussi à dénaturer le concept"*.

Avec la place désormais centrale des réseaux sociaux, la télé-réalité s'étend sur les comptes des candidats. Toutes les histoires sont connues en avance, aucun suspense n'est laissé aux émissions, vidéos du peu d'intérêt qui leur reste. Autre cause qui a affaibli l'image de la télé-réalité : les candidats eux-mêmes. De nombreuses polémiques pour sexisme, violence, arnaques sont régulièrement dévoilées. Si les représentants donnent matière aux critiques, alors le show sera critiqué. La polémique la plus récente et qui a pris beaucoup d'ampleur est la campagne lancée par le rappeur Booba contre les "influvoleurs" et les dérives des candidats de télé-réalités (Promotion de faux sites, produits contrefaits, *dropshipping*, etc.)

Autant de scandales qui fragilisent les émissions. Résultat : les téléspectateurs boycottent les programmes.

Plus de réalité et moins de télé ?

Que recherche le public de 2023 ? Pouvoir s'identifier. Lorsque l'on regarde les télé-réalités présentes sur nos télévisions ou sur les plateformes de streaming, on se rend compte que ce sont souvent le même type de personnes qui participent. Des jeunes, avec des physiques avantageux, rentrant parfaitement dans le moule télé-réalité. Pour des millions de français, il est impossible de s'identifier à ces personnalités.

Ce manque d'identification peut également créer des complexes, et souvent pour les jeunes téléspectateurs.

Voir ces physiques peu naturels, refait grâce à la chirurgie esthétique ou observer des relations où l'homme est roi, peut dérouter.

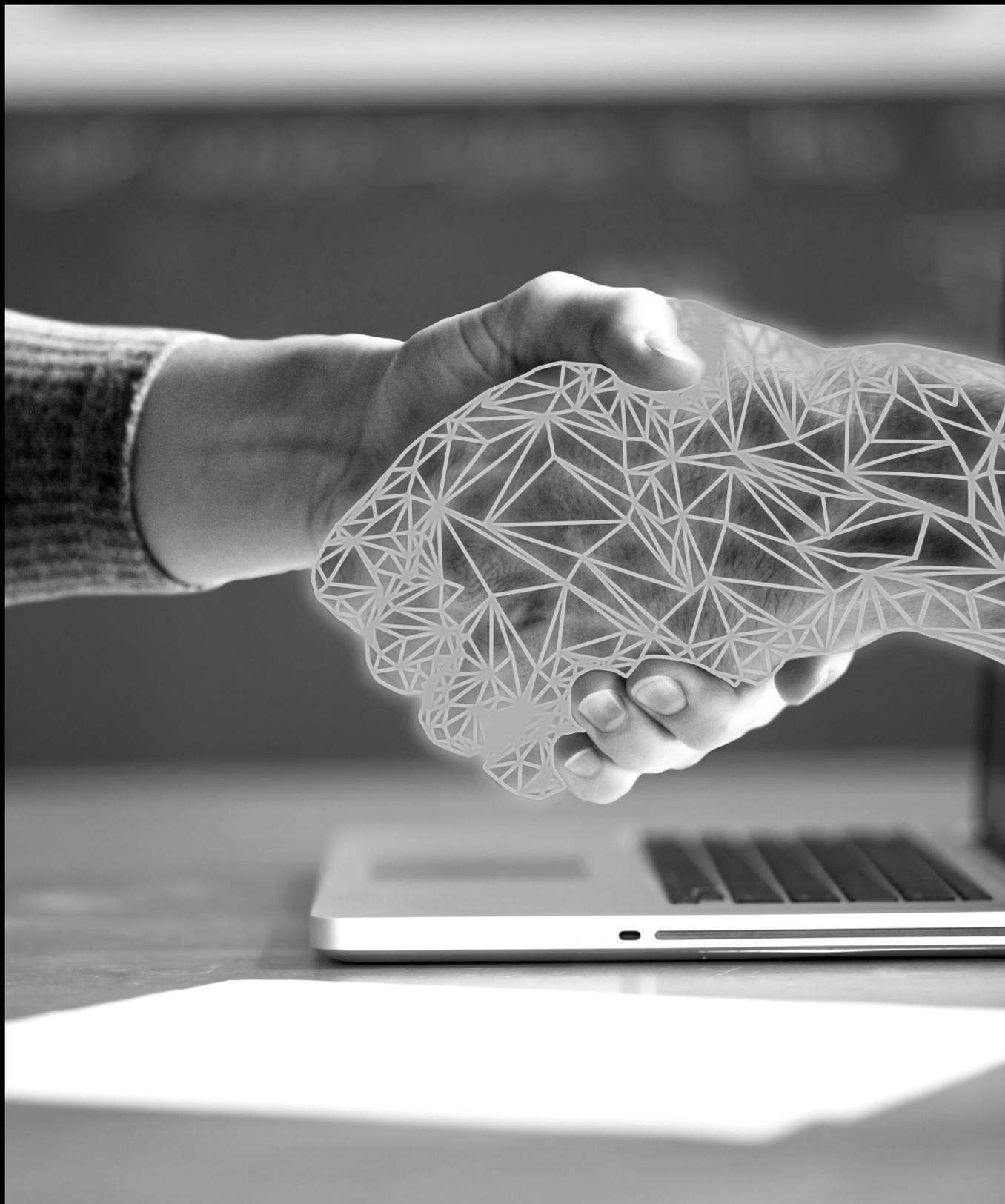
Aujourd'hui, les personnes âgées se sentent exclues, les personnes dites lambda également. Seule une petite niche principalement jeune continue de regarder ces différents programmes. *"Il faudrait plus de diversité. Avec des personnes plus représentatives et éventuellement trouver d'autre concept"*, déclare Corinne Lagaville. Un manque de représentation qui avantage les émissions telles que *Koh Lanta* où des personnes de tout âge, toute origine et toute morphologie sont présentes.

Les temps sont durs pour certaines productions. Parfois l'unique solution pour sauver un programme est de le mettre en pause. Le 28 novembre 2022, le directeur de la chaîne W9 a annoncé la déprogrammation de l'émission emblématique *Les Marseillais*, après 10 ans d'antenne. Cependant, toujours dans cette idée de recyclage télévisuel, ce dernier n'exclut pas un retour dans le futur, comme il l'explique à Puremedias : *"Les Marseillais ne s'arrête pas. Il s'agit d'une marque très forte et d'un actif formidable de W9, qui participe à son succès depuis dix ans ! Comme pour Les princes de l'amour, on se donne la liberté de laisser reposer l'émission, pour peut-être revenir plus tard, encore plus fort"*.

La nostalgie va-t-elle sauver la télé-réalité ? Rien n'est moins sûr. Si les émissions phares d'hier réussissent leur come-back, celles d'aujourd'hui le réussiront-elles à l'avenir ? Si la télé-réalité est désormais un genre ancré dans les habitudes des téléspectateurs, son futur s'écrit peut-être loin du petit écran, sur les plateformes de VAD et les réseaux sociaux par exemple. Et Corinne Lagaville de conclure : ***"j'avoue ne plus accorder autant de temps à la télé réalité depuis que j'ai Netflix et Canal+"***. Plus de réalité, et moins de télé, en somme.

RUBRIQUE

TECH



LE MÉTAVERS : UNE NOUVELLE VITRINE POUR LES MARQUES ?

PAR LAURA KERVIZIC



Crédit photo - banque d'images gratuites - CANVA

Dans la famille Marketing, après le E-marketing, je voudrais le Marketing metaverse... Alors que le métavers n'est encore qu'une notion assez floue pour certains, d'autres s'y aventurent et tentent de mettre en place diverses stratégies afin d'en saisir toutes les opportunités commerciales.

Le métavers est en train de redessiner le paysage du monde du e-marketing, en offrant de nouvelles possibilités pour la création de contenus et en permettant aux marques qui l'utilisent d'innover et de se démarquer. Le métavers apparaît comme un nouveau canal marketing pour les marques, où elles peuvent créer des expériences interactives pour les consommateurs et utiliser des avatars et des objets virtuels pour promouvoir leurs produits et services dans des environnements digitaux tels que les jeux en ligne ou les réseaux sociaux (il est par exemple possible d'habiller son bitmoji - nom des avatars sur Snapchat - avec des vêtements virtuels de la marque Ralph Lauren). Organiser des événements en ligne et ainsi supprimer toute les frontières géographiques, contraintes majeures de ce genre d'actions marketing (défilés de mode, séances de dédicaces avec des célébrités virtuelles...), est aussi un sujet qui intéresse les marques.

Extension du domaine du marketing

Il y a un double avantage à utiliser le métavers comme un outil du e-marketing. Tout d'abord, il crée un lien puissant avec les consommateurs, la marque fait partie intégrante de la vie quotidienne des clients (smartphones, jeux, réseaux sociaux...), ce qui rend la fidélité envers la marque plus rapide et plus durable. De plus, le métavers permet de toucher une plus large cible. Certains des utilisateurs d'un

Le métavers (ou metaverse en anglais) en quelques mots...

MÉTA
au-delà

+

=

VERSE
univers

**AU DELÀ DE L'UNIVERS
UNIVERS PARALLÈLE**

Le métaverse est un univers virtuel en ligne où les utilisateurs peuvent interagir avec des avatars et des objets virtuels dans un environnement immersif

3 facteurs indispensables

l'immersion, une accessibilité permanente pour tous et des éléments durables.

...et quelques chiffres

1992 : Première utilisation du terme "métavers" dans le roman Le Samouraï virtuel de Neil Stephenson

En **2022**, l'investissement dans le métavers a doublé par rapport à **2021**, atteignant plus de **120 milliards d'euros**. Estimation à plus de **4 500 milliards en 2030**

jeu en ligne ou d'une plateforme virtuelle peuvent découvrir des produits ou des marques via ces canaux, alors qu'il n'auraient pas pu être ciblés par une campagne de publicité traditionnelle qui repose parfois sur des critères précis (âge, sexe, géographie...). Le premier point de contact entre le consommateur et la marque sera virtuel, mais l'action concrète pourra se traduire par l'achat d'un vêtement ou d'un accessoire physique IRL (In Real Life). Le secteur du luxe, qui attire plus globalement une clientèle de la tranche d'âge des 35-64 ans, peut, grâce au métavers, viser une cible plus jeune. En effet, les 18-34 ans (voire les 13-34 ans) seront certainement les premiers à peupler ces mondes virtuels auxquels ils ont été habitués progressivement depuis plusieurs années. Actuellement, ce sont surtout les marques du secteur de la mode qui s'intéressent au métavers et qui entament leur développement dans le monde virtuel. Que ce soit pour des marques de prêt-à-porter ou des marques de luxe, les possibilités sont nombreuses : créer des expériences client sur un lieu de vente où les consommateurs peuvent naviguer virtuellement dans des rayons grâce à un casque de réalité virtuelle, essayer des vêtements et accéder à des informations sur les produits en temps réel etc.

Prêt-à-porter, médias et grande distribution

En mai 2021, la marque de luxe Gucci a ouvert, durant deux semaines, la Gucci Garden sur la plateforme de jeux Roblox. Il s'agissait d'une salle de collectionneurs dans le métavers qui permettait d'acheter des articles de la marque, en édition limitée, de manière virtuelle. La plateforme Roblox a également permis la création de boutiques virtuelles comme celle de la marque Tommy Hilfiger. Un grand événement de la mode a également vu le jour dans le métavers en mars 2022 : la Metaverse Fashion Week (sur la plateforme de réalité virtuelle Decentraland). Des marques de prêt-à-porter grand public participent également à cette course à l'innovation digitale et immersive. H&M a intégré, en 2021, une de ses collections au jeu Nintendo Animal Crossing.



D'autres entreprises comme Nike créent leur propre univers de jeu entièrement personnalisé (Nikeland).

D'autres secteurs, plus inattendus, s'y mettent également. En quête d'innovations concernant le futur de l'événementiel et de l'expérientiel pour les clients et utilisateurs, la marque de grande distribution Carrefour et le groupe télévisuel national France Télévisions se sont aussi lancés. Carrefour a notamment acquis 9 hectares de terrains virtuels sur la plateforme The Sandbox tandis que France Télévisions a lancé début 2022 son Espace Social Immersif lié au sport, où l'on peut par exemple faire skier son avatar ou visiter les studios de l'émission Stade 2.

"À travers cette expérience, la direction des sports de France Télévisions est heureuse de poursuivre sa politique d'innovation. Cette initiative nous permet de proposer une première expérience concrète dans le Metaverse qui sera riche d'enseignements pour concevoir les contenus sportifs du futur."

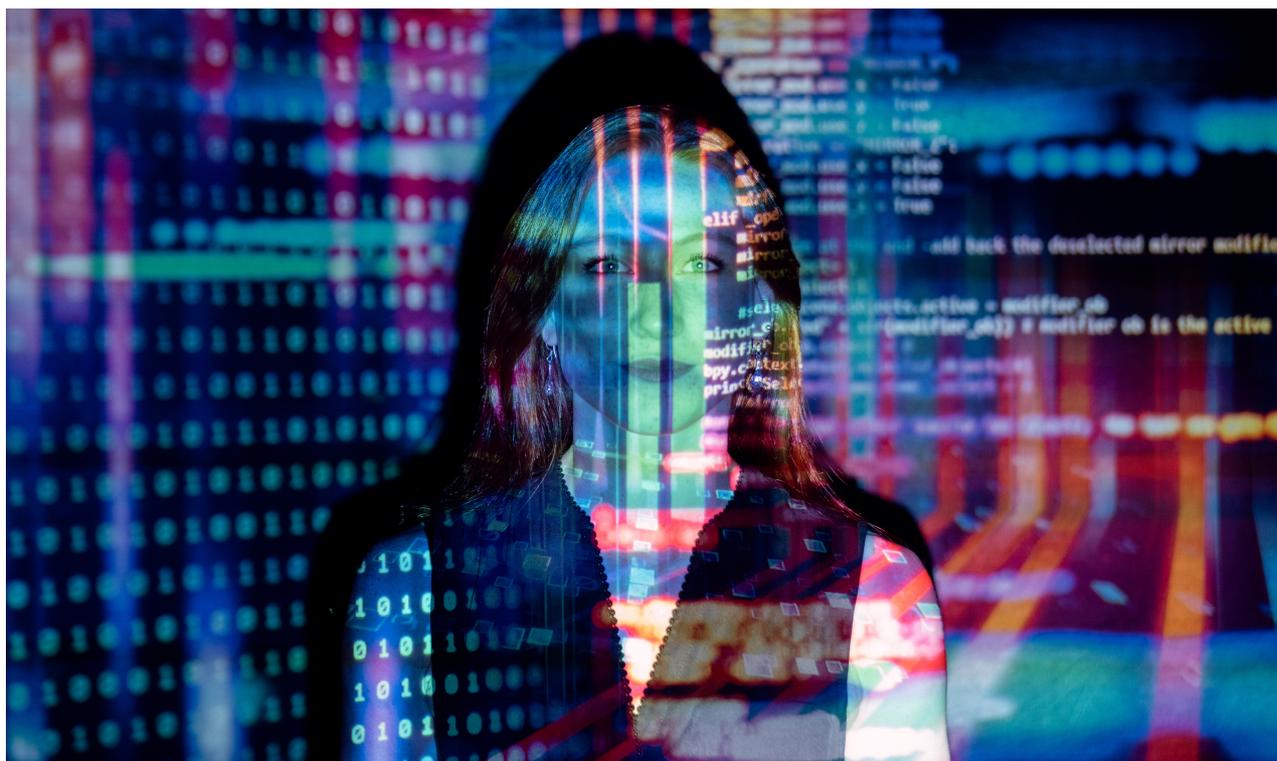
Laurent-Eric Le Lay, directeur des sports France Télévisions

Silence, ça se prépare !

Parallèlement au développement du métavers, le Marketing Metaverse se développe progressivement. A l'instar de l'entreprise de Mark Zuckerberg, Meta (anciennement Facebook), cela prend du temps. Bien que de grandes avancées technologiques au niveau des médias sociaux soient annoncées par son PDG, la transition de Meta est invisible aux yeux des utilisateurs et la société n'a, pour l'instant, de métavers que son nom. Cela peut notamment s'expliquer par un processus juridique long et complexe de par la situation inédite qu'il tente de sécuriser et protéger. En effet, les entreprises (notamment celles qui ne font pas partie du domaine informatique) devront gagner la confiance des utilisateurs en ce qui concerne les données personnelles. D'après un sondage réalisé par l'Ifop en janvier 2022 auprès de 1200 français, les trois acteurs qui généreraient le plus de confiance vis-à-vis de la conservation des données sont d'abord les banques (à 38%), les institutions publiques et Google (à 25%) (1).

(1) Suite du classement : de Microsoft (24%), Apple (21%), Amazon (21%) et Facebook (17%). Étude réalisée par l'Ifop pour Talan du 4 au 5 janvier 2022.

Les processus créatifs et technologiques étant également considérables, il faut s'y intéresser, apprendre et se positionner dès aujourd'hui pour tenter d'être concurrent sur ce nouveau canal de communication dans les années à venir. L'aspect visuel est certainement une des composantes les plus importantes pour attirer une cible vers un contenu digital comme celui-ci. Autre obstacle auquel devra faire face le Metaverse Marketing : la peur. Comme pour chaque nouvelle avancée technologique, les questionnements et les craintes sont importants (75% des personnes interrogées dans l'enquête Ifop évoquent des craintes vis-à-vis du métavers). Le questionnement semble légitime après avoir pris connaissance des attentes de Mark Zuckerberg concernant l'avenir du réseau social : « nous y travaillerons, nous y divertirons et y vivrons notre vie sociale ». Tout un programme, à même de modifier en profondeur notre rapport au monde. Il est donc nécessaire pour les marques de prendre part dès maintenant à la sensibilisation des populations et à l'information autour de cette nouvelle réalité, virtuelle.



LES “INFLUVOLEURS” : JUSQU’OÙ VA LE MONDE DE L’INFLUENCE ?

PAR JULIE GENET



Credit photo - banque d'images gratuites - CANVA

Depuis juillet 2022, la guerre est déclarée entre le célèbre rappeur français Booba et la papesse de l’influence et directrice de l’agence Shauna Events, Magali Berdah. Le rappeur se lance alors dans une croisade contre les “influvoleurs”.

Depuis quelques années, les scandales dans le monde de l’influence font irruption dans la vie des internautes. Mais ce n’est qu’en juillet 2022 que le célèbre rappeur français Booba (Élie Yaffa de son vrai nom) se lance dans une croisade contre les arnaques répétées des influenceurs. Sa cible privilégiée : la directrice de Shauna Events (Agence de placements de produits et influence digitale), Magali Berdah.

Booba accuse notamment au cours de plusieurs interviews (Libération et Le Monde) les influenceurs “d’arnaquer les honnêtes gens”. Il estime que alors que sa mission est de “faire tomber un monde totalement fake”. En dénonçant les pratiques qu’il juge parfois “trompeuses”, le Duc de Boulogne se dit “lanceur d’alerte” sur le sujet. Cependant, à la suite de sa plainte contre X pour “pratiques

trompeuses des influenceurs”, Magali Berdah s’est tournée elle aussi vers la justice pour “cyberharcèlement sur les réseaux sociaux”, “injure à caractère antisémite”. Une guerre qui n’a pas fini d’agiter la toile.

Dans sa quête contre les “influvoleurs”, Booba n’est pas seul. Récemment, Léna Situations a apporté son soutien au rappeur au cours d’une interview pour Brut: *“Booba, ce qu’il est en train de faire, c’est tellement nécessaire. Il faut bien marquer une différence entre les gens qui ont travaillé pour avoir leur communauté, ceux sur lesquels c’est le travail de plusieurs années et ceux qui vont sortir juste d’un télé crochet et qui d’un coup vont avoir une masse d’audience. (...) Bravo à lui d’avoir mis la lumière sur ça. Je pense que l’État va commencer vraiment à prendre ça très au sérieux, parce qu’il y a des jeunes qui se font arnaquer ou qui se font influencer pour acheter des produits qui sont dangereux”.*

Où sont les limites de l'influence ?

Si le rappeur dénonce des pratiques frauduleuses et des arnaques en masse auprès des jeunes, le gouvernement s'en mêle, et depuis peu, discute d'une proposition de loi concernant l'encadrement des influenceurs. Sam Zirah, célèbre blogueur et créateur de contenu sur YouTube, s'est récemment rendu à l'Assemblée Nationale pour participer à l'élaboration de ce projet de loi.

Ce projet de loi vise à encadrer les pratiques de marketing d'influence et ainsi fixer les règles qui s'imposent pour la protection des internautes. La proposition de loi (n°456) permettrait notamment de définir précisément ce que recouvre le mot "influenceur" à l'article L. 7125-1 : "est considérée comme exerçant une activité d'influenceur, même si cette activité n'est exercée qu'à titre occasionnel, toute personne physique ou morale qui détient, exploite ou anime, à titre professionnel ou non, une page ou un compte personnel accessible sur une plateforme en ligne et dont l'activité dépasse un seuil d'audience déterminé par décret, en vue du partage de contenus exprimant un point de vue ou donnant des conseils susceptibles d'influencer les habitudes de consommation."

Toutefois, malgré la proposition de loi, la frontière entre créateur de contenu sur Internet et influenceur est moindre. En effet, de nombreux Youtubeurs(euses) se plaignent régulièrement de la mauvaise image que donnent les "influenceurs TV" aux créateurs de contenus. Julie, 14 ans, collégienne vivant en banlieue parisienne et utilisant les réseaux sociaux tous les jours, nous a d'ailleurs confié : *"les influenceurs de télé, je ne leur fait absolument pas confiance, je considère que leurs placements de produits sont des arnaques, ça ne m'inspire pas confiance. Par contre, les autres influenceurs, eux, me font moins peur"*.

Parmi ces "lanceurs d'alerte" sur des pratiques parfois peu "éthiques", Sam Zirah est l'un des

plus engagé. En effet, ce dernier a, à plusieurs reprises, traité le sujet des "placements déplacés" dans le cadre de son émission hebdomadaire Au jour d'Aujourd'hui. Tous les influenceurs TV y ont un jour trouvé leur place, Sarah Fraisou, mais aussi Julien Tanti, Maeva Ghennam, Dylan Thiry, Milla Jasmine, Nikola Lozina, etc.

On le sait et la loi l'encadre déjà, la promotion de chirurgie est strictement interdite, et pourtant, certains influenceurs en font régulièrement la promotion sur leurs différentes plateformes. Récemment, c'est Maeva Ghennam qui s'est retrouvée dans la tourmente avec un placement de produit *"qui resserre le vagin, comme lorsque l'on a 12 ans"*, ou encore Sarah Fraisou avec ce même produit, car selon elle *"c'est aussi pour cela que les femmes se font tromper par leur mari"*. Julie nous a aussi avoué voir beaucoup de contenus sur la chirurgie esthétique : *"j'en vois très souvent, on voit souvent les filles faire des injections, elles en parlent presque tout le temps, je trouve que ça fait peur"*. Les communautés des influenceurs sont parfois très jeunes, comme le prouve Julie, à seulement 14 ans les jeunes ont déjà accès au contenu produit par ces personnes. Peut-on alors légitimement se poser la question de leur responsabilité sur les nouvelles générations ?

La promotion de chirurgie n'est malheureusement pas la seule à être largement diffusée, alors qu'elle est interdite. En effet, la promotion des paris sportifs et du trading est strictement interdite dans la loi, et pourtant, ici encore, les influenceurs devenus récemment Dubaïotes comme Laurent Correia (@lambillionaire) ou encore Julien Tanti (Les Marseillais) ne se cachent plus. Ils créent même des sociétés de trading et en font la promotion sans spécification qu'il s'agit d'un partenariat rémunéré et de leur propre business.

D'ailleurs, le 26 janvier dernier, la plateforme du groupe Meta, Instagram, a supprimé le

compte de plusieurs influenceurs suite à des plaintes. Parmi ces derniers, on trouve notamment Marc Blata mais aussi sa femme, Nade Blata ainsi que Laurent Correia.

Les risques de l'influence

Lorsque l'on voit tous les placements de produits par jour sur les réseaux, et le salaire que cela procure aux influenceurs, cela en fait rêver plus d'un. Et pourtant, il faut être conscient des risques que l'influence et les réseaux sociaux peuvent avoir.

Les arnaques auprès du consommateur ne se font plus rares. Le dropshipping, les marques fictives, les placements de produits Compte CPF sont devenus monnaie courante. C'est pourquoi lorsque le consommateur achète via le marketing d'influence, celui-ci doit bien vérifier qu'il s'agit d'un placement de produit "sûrs".

Au-delà de l'arnaque, il n'est plus rare de voir sur les réseaux sociaux des messages parfois immoraux à l'encontre des individus.

Toutes ces pratiques, le duc de Boulogne les pointe du doigt sur les réseaux sociaux ainsi qu'auprès de la justice. Et il ne pèse pas ses mots : *"Au-delà de n'avoir aucun talent, de faire la promotion de la culture du vide, de la débilité, et de ne pas payer leurs impôts en France, ils entubent des citoyens (notamment des adolescents) en leur vendant des saloperies"*. Les jeunes, comme Julie, sont confrontés en permanence à ces arnaques. Cependant, certains en sont conscients : *"je sais qu'il y a beaucoup d'arnaques et notamment car en ce moment le comportement des influenceurs est largement critiqué. Je connais aussi beaucoup de personnes qui dénoncent eux-mêmes les comportements des autres, alors je suis lucide sur la question."* Une prévention qui commence à circuler sur les réseaux sociaux et une libération de la parole à ce sujet est en expansion, cependant, tous les jeunes ne sont pas sensibilisés, ni les moins jeunes, et les arnaques sont toujours d'actualité.

La prévention et la mise en garde des internautes devient alors la première arme contre les arnaques et les mauvais placements de produits. Afin de contrôler les influenceurs le plus efficacement possible, la DGCCRF appuie ses sanctions grâce aux nombreux signalements faits sur la plateforme "SignalConso". Une plateforme accessible à tous, et disponible depuis février 2020. Si la DGCCRF n'a pas communiqué sur le nombre et les noms des influenceurs d'ores et déjà condamnés, l'influenceuse Nabilla en a déjà fait les frais en juillet 2021. Rappelez-vous, elle avait alors promu un site de trading sans indiquer la mention "partenariat rémunéré". Suite à cela, l'influenceuse avait dû régler la somme de 20 000 euros.

Quel avenir pour les influenceurs ?

Malgré les scandales à répétition, le marketing d'influence n'est pas en fin de vie. Cependant, depuis la libération de la parole sur les arnaques, de moins en moins d'internautes font confiance à leurs influenceurs préférés. C'est pour ces raisons que l'avenir de l'influence pose question. Qu'il s'agisse des marques qui utilisent les influenceurs pour promouvoir leurs produits mais aussi des professionnels de ce milieu, tous sont partagés sur le sujet. La question qui se pose alors concerne les stratégies digitales à adopter désormais. Travailler avec des gros influenceurs (+ de 100 000 abonnés) est-il toujours en adéquation avec la société ?

Grâce aux outils disponibles sur les réseaux sociaux, il est désormais facile de montrer l'engagement d'une communauté. Le taux d'engagement par exemple. Et ce dernier le prouve, ce ne sont pas toujours les plus gros influenceurs qui possèdent le taux le plus élevé. Le taux d'engagement relève du nombre de personnes qui interagissent avec les publications par rapport au nombre d'abonnés. Cela signifie-t-il que les abonnés des plus grands influenceurs n'ont réellement plus confiance en leur "idole" ? En 2019 Rakuten Marketing a sorti une étude dont les résultats

sont sans appel : 46% des personnes sur les réseaux sociaux suivent des influenceurs pour leurs différentes recommandations, et 80% ont ainsi acheté un produit ou service suite à un placement de produit. Les influenceurs ont alors recours à l'effet "Best Friends Effect", c'est-à-dire qu'ils tentent d'influencer des achats par le biais d'une relation de confiance avec les internautes. *"Aujourd'hui je ne fais plus confiance aux personnes que je suis sur Instagram, parfois je me retrouve même à ne plus regarder leurs stories car ils font trop de placements, trop de pub, et ça m'agace"*. Nous confie Nais, 22 ans, étudiante en master à l'Université Paris Nanterre.

Aujourd'hui, ce que les internautes recherchent, c'est de la crédibilité. Et c'est aussi ce que les marques recherchent. Certaines marques préfèrent désormais miser, pour leur communication digitale, sur des influenceurs "plus petits" avec moins d'abonnés. Les marques y trouvent ainsi leur compte avec des tarifs amoindris pour un meilleur résultat et une crédibilité plus importante.

Julie prétend n'avoir jamais cédé aux promotions parfois *"trop belles pour être vraies"*, cependant, elle avoue de nombreuses fois avoir été tentée d'aller voir les sites Internet de certains placements de produits. Julie confie également qu'une de ses amies du collègue avait même volé la carte bleue de ses parents pour s'acheter un produit de beauté qu'elle n'a jamais reçu. *"Ma copine a acheté une crème pour l'acné car elle complexe beaucoup de ses boutons, et n'a jamais reçu sa crème, elle l'a payé 30€ ..."*

Les influenceurs sont au cœur de nos vies, notamment pour les personnes très actives sur les réseaux sociaux, c'est pourquoi encadrer davantage ces pratiques devient urgent. Julie comme ses autres camarades ne sont pas les seuls à avoir été arnaqués par leur idole. Malgré les mesures mises en place, les scandales à répétition, sans mentionner les polémiques sur les agressions sexuelles et les histoires rocambolesques de sorcellerie, pensez-vous que l'influence a encore sa place dans notre société ?



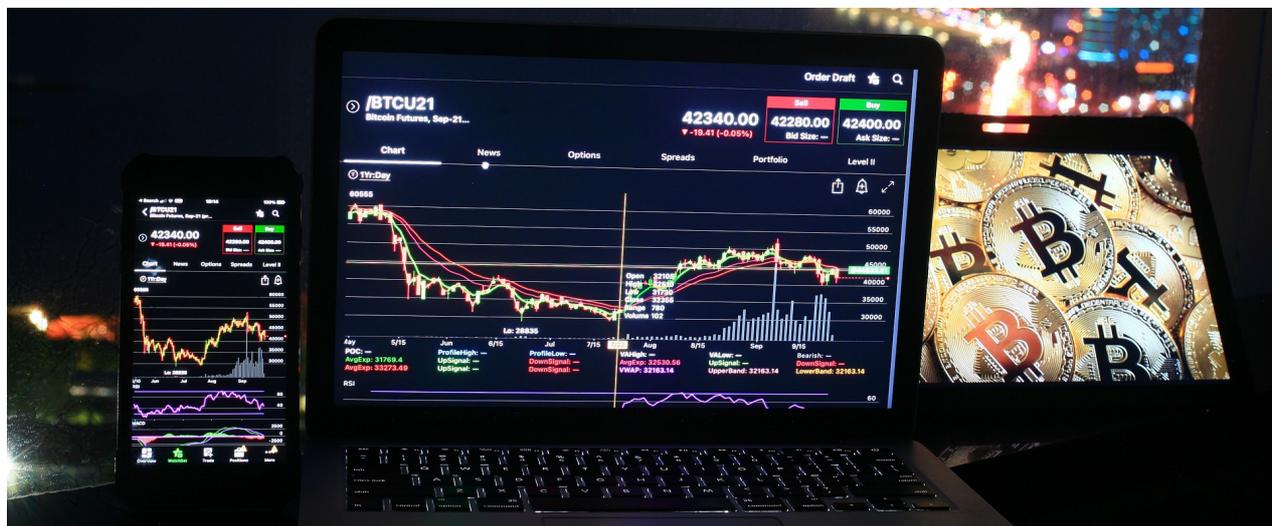
QUI EST SAM ZIRAH ?



Blogueur partageant ses expériences et connaissances sur le monde de l'influence, **Sam Zirah** produit, avec sa société, de nombreuses interviews d'influenceurs mais pas que. Il a récemment créé une émission traitant exclusivement des dérives de l'influence et des sujets de société ; **"Au Jour d'Aujourd'hui"** diffusée sur Twitch mais aussi en replay sur sa chaîne Youtube.

LE BEAR-MARKET DES CRYPTO-MONNAIES ENTRAÎNE LES NFT DANS LEUR CHUTE

PAR NILÜFER KANAR



Crédit photo - banque d'images gratuites - Pixabay

Après une année 2021 qui cumule les records, 2022 enchaîne les échecs. Le cours des cryptomonnaies est frappé de plein fouet par une crise du marché traversant un « Bear-market », soit un marché baissier dans le jargon boursier, et tous les secteurs qui gravitent autour en ont subi les conséquences, notamment les jetons non fongibles, plus communément appelés les NFT.

En 2022, il y a aussi eu du bon pour le monde des crypto-actifs tels que des avancées technologiques et des projets législatifs avantageux pour les entreprises et les particuliers du milieu. Cependant, le positif a rapidement été balayé par « l'hiver crypto » comme le qualifie Romain Gouloumes, journaliste, chef de service du journal 20 Minutes et co-créateur du magazine 20 Mint dédié à la vulgarisation du WEB.3 .

“Bear-market” ?

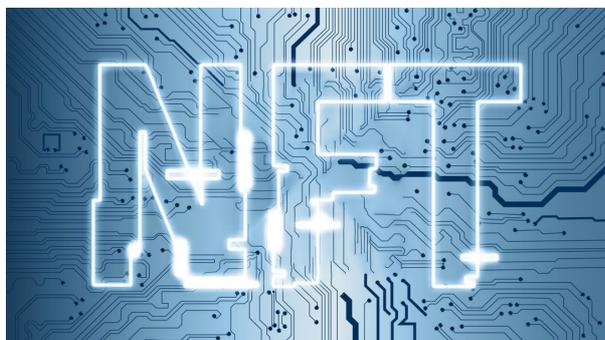
Fin 2021, la plupart des cours de cryptomonnaies se portent pour le mieux. Le bitcoin vaut plus de 42 000 euros et l'éther tourne autour des 3 000 euros. Mais après une année exceptionnelle, le marché de la monnaie virtuelle connaît fin 2022 une chute, lente puis vertigineuse, et perd 63 % de sa valeur. Le marché qui était valorisé à 2,5 trilliards de

dollars au premier trimestre 2022 en vaut moins de 1 trilliard à la fin de l'année, selon des données de Bloomberg. C'est tout le secteur qui est en crise, et c'est ce qu'on appelle un bear market.

La baisse des valeurs est aussi impressionnante qu'elle était prévisible, selon certains observateurs. Comme pour tous les marchés (classiques ou non) les bear markets ont tendance à arriver après des périodes de record comme en 2021, lorsque les banques centrales augmentent leurs taux directeurs (comme depuis le 9 juin 2022), ou lorsqu'il y a des périodes d'instabilité mondiale qui peuvent être dues, entre autres, à des épidémies telles que le Covid-19 ou à des conflits tels que la guerre en Ukraine. Tous ces éléments ont contribué à l'impressionnante et constante érosion des prix en 2022.

Pour ne rien faciliter, le secteur qui subit déjà une importante crise de confiance doit faire face à de nombreux scandales suivis de faillites. C'est le cas pour l'affaire SBF (Sam Bankman-Fried) et sa plateforme d'échange et d'achat de crypto-monnaies. Créée en 2018 par Sam Bankman-Fried, la plateforme s'est spécialisée dans les dérivés (des placements pour spéculer sur la valeur d'un actif) et les autres produits financiers risqués. Malgré la complexité des produits et des options proposées, la plateforme a vite attiré de nombreux utilisateurs, qu'ils soient spécialistes du trading ou débutants. Le succès est tel qu'en septembre 2022, la plateforme comptait 1,2 million d'utilisateurs et était valorisée à 32 milliards de dollars. Mais en novembre, c'est la banqueroute pour FTX. La plateforme d'échange crypto, la deuxième plus importante au monde, a déclaré faillite à la suite de la découverte de la mauvaise gestion des fonds par son PDG, Sam Bankman-Fried. FTX est passé, en quelques jours, d'une valorisation de 32 milliards de dollars à presque rien, laissant un grand nombre de clients sur la paille et assénant le coup fatal à l'écosystème de la cryptographie pour cette fin d'année 2022.

Credit photo - banque d'images gratuites - CANVA



Les NFT dans la tourmente

L'impact de cette crise crypto sur le marché des jetons non fongibles est inévitable. Le NFT est perçu comme l'une des technologies émergentes et innovantes du début de la décennie mais le marché des jetons non fongibles a pâti de la crise des crypto-monnaies. Inévitablement, les investisseurs se retrouvent avec des NFTs d'une valeur fortement réduite. Au troisième trimestre 2022,

le volume d'échanges des NFT a connu une baisse de 77% par rapport au deuxième trimestre, passant de 7,3 à 1,67 milliard de dollars, selon le site spécialisé NonFungible. Pourtant, le nombre de transactions n'a que légèrement diminué avec une baisse de 5%, passant de 11,46 millions à 10,9 millions de ventes. Ce qui montre qu'en définitive, c'est la valeur moyenne des NFTs qui s'est effondrée et non l'offre et la demande.

Romain Gouloumes explique : "cette crise a impacté la pagination du second numéro du magazine. L'affaire SBF avec FTX et le scandale qui en a découlé, a bousculé toutes les pages qui étaient prévues sur le sujet du Bear-market*." Selon lui, "la crise des cryptomonnaies a énormément freiné le marché des NFTs, c'est indéniable". Pour Devin Finzer, directeur général d'OpenSea, le leader des places de marché NFT, cette crise est inédite : « les NFTs ne peuvent pas exister sans un écosystème qui les anime et autour duquel ils gravitent. Le macroclimat qui existait autour d'eux a radicalement changé, ce qui a affecté la manière dont les investisseurs et les créateurs se comportent " (Devin Fincher au Financial Times).

Les NFTs sont nés sur la blockchain Ethereum et peuvent être achetés et échangés comme n'importe quelle autre crypto-monnaie basée sur cette blockchain. Mais les transactions de NFT ont lieu sur diverses plateformes d'échange, ou plutôt sur une extension de navigateur de type Metamask, comme OpenSea. Tout cela constitue le macroclimat auquel Devin Fincher fait référence. Actuellement, pour se procurer un NFT, il faut payer en crypto-monnaie, le plus couramment en ETH (cryptomonnaie de la blockchain Ethereum). Le "bear-market" s'appliquant aussi à l'ETH, le secteur des NFTs en pâtit au même titre que les crypto-monnaies.

Se diversifier pour remonter la pente

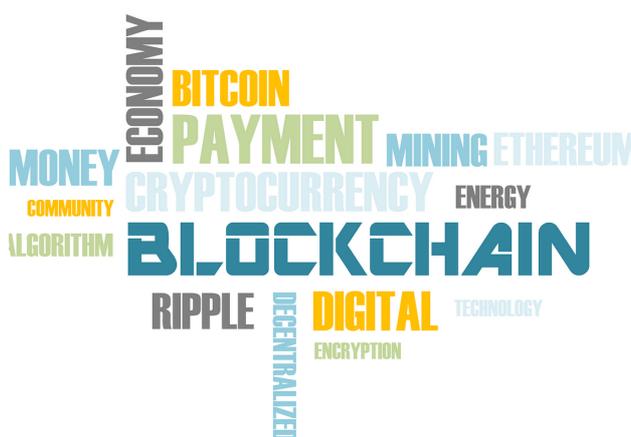
Romain Gouloumes perçoit des avantages à cette crise soudaine, qu'il explique ainsi : "Le point positif que j'y vois, c'est que cette crise permet de nettoyer d'une certaine façon l'offre des NFTs. Il y avait beaucoup de projets NFTs opportunistes, c'était des boîtes à fric clairement, il pouvait être qualifiés de "rub" ou d'arnaque. Aujourd'hui, le marché est beaucoup plus propre, ses fondamentaux et ses piliers ont été revus". Il précise cependant que cet aspect positif n'est pas vu du même œil pour les investisseurs qui "ont perdu des milliers, voire des dizaines de milliers d'euros à cause de l'hiver crypto, je ne peux malheureusement pas dire que c'est un mal pour un bien pour ces personnes là."

En effet, les créateurs de NFT qui proposent leurs productions sur les places de marché NFT tel que OpenSea et les investisseurs qui échangent des NFTs sont fortement atteints par la baisse de valeur du marché. Malgré les pertes subies, ils ne restent pas abattus et n'hésitent pas à investir ou à diversifier leurs canaux de business en entrant sur des marchés en meilleure forme, comme le divertissement qui comprend les jeux vidéo, la musique, le sport, le cinéma, les beaux-arts, la mode, le luxe, etc. Comme l'indique le Financial Times, c'est la voie empruntée par Doodles, une série de NFT à l'apparence juvénile qui a connu un certain succès dans le WEB.3. Son dirigeant a décidé de collaborer avec le chanteur Pharrell Williams pour réaliser des animations et des clips qui accompagneront les musiques de l'artiste. « Nous nous dirigeons vers un environnement économique qui devrait être un peu plus lent au cours des deux prochaines années, et ce qui nous permettra de rebondir c'est le divertissement », précise Julian Holguin, le directeur général de Doodles.

Le projet 20 Mint permet de rendre compte des possibilités offertes par les jetons non fongibles. Contrairement aux idées reçues du grand public, les NFTs ne se cantonnent pas à l'objet d'art ou à la spéculation. Pour Romain

Gouloumes, "l'avantage majeur des NFTs est qu'ils permettent de créer des communautés, ces jetons sont nommés des "token gated communities" et peuvent être transmissibles". C'est-à-dire que si quelqu'un souhaite passer son statut au sein d'une communauté créée autour d'une collection de NFT, il lui suffit d'échanger son jeton non fongible. Cet acte est possible grâce au haut niveau de paramétrage qu'offre un NFT puisqu'en définitive, c'est un certificat d'authentification ou de propriété. Il est donc possible d'inscrire une multitude de facteurs dans le "contrat" avant de le minter*.

Dans l'écosystème 20 Mint, "il n'y a vraiment pas de partie spéculative. Il n'y a pas de reward* monétaire avec les 999 NFT Typewriter. La volonté de ce projet est de créer un sésame d'entrée dans la communauté 20 Mint. Ses membres collaborent ensuite à la démocratisation du WEB.3 de la manière la plus simple, puissante et efficace possible." déclare le journaliste en ajoutant que "les acquéreurs étaient vraiment là pour le projet, ils étaient prêts à mettre la main au protège-feuille et à la patte, mais jamais dans l'idée de recevoir un retour sur investissement monétaire."



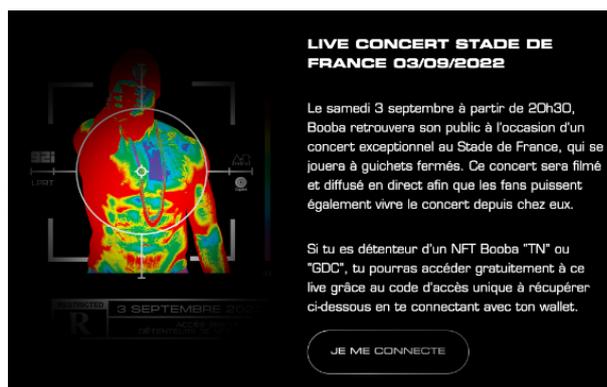
Crédit photo - banque d'images gratuites - Pixabay

On comprend donc que les NFTs permettent de renforcer les liens entre passionnés et d'affirmer son appartenance à une communauté.

Que l'on soit fan de basket avec la plateforme NBA Top shot*, ou encore de vampires avec les NFTs de Sneaky Vampire Syndicate où les membres ne se rejoignent qu'en ligne dans un espace dédié et accessible aux seuls possesseurs de NFTs. Ils ont créé leur propre métavers. Autre exemple : en achetant et en affichant sur twitter une photo de profil Crypto punk ou Bored Ape Yacht Club comme Snoop Dog, Steve Aoki ou encore Adidas, ils signifient qu'ils font partie d'un groupe, qu'ils ont compris ce que sont les NFTs et qu'ils ont une réelle valeur pour eux, qu'elle soit émotionnelle, financière ou autre. Les musiciens et artistes s'en saisissent également ment pour proposer de nouvelles expériences de partage.

L'artiste américain Snoop Dogg a ainsi invité ses fans à un concert sur The Sandbox* auquel ils pouvaient assister grâce à l'obtention d'un ticket NFT. Le rappeur français Booba s'était lui aussi lancé dans cette nouvelle forme d'interaction avec sa communauté de fans en 2022 : "Si tu es détenteur d'un NFT Booba TN ou GDC, tu pourras accéder gratuitement à ce live grâce au code d'accès unique à récupérer ci-dessous en te connectant avec ton wallet (portefeuille numérique)".

Crediti photo - banque d'images gratuites - Pixabay



Malgré la crise, les NFTs continuent de susciter de l'intérêt et de plus en plus de personnes et de sociétés issues de domaines très divers tels que la mode, la musique, les jeux vidéos ou encore la presse s'y intéressent. En 2023, les investisseurs et les créateurs devront continuer à chercher de nouveaux débouchés pour réussir à surmonter cette crise.

LE GLOSSAIRE

WEB.3

Le WEB.3 est un terme utilisé pour désigner l'idée d'un web décentralisé exploitant la technologie des blockchains et ce qui en découle, se voulant ainsi le successeur du Web 2.0, terme utilisé pour désigner le web « social ».

UNE BLOCKCHAIN

C'est une technologie de stockage et de transmission d'informations, prenant la forme d'une base de données. Elle a la particularité d'être partagée simultanément avec tous ses utilisateurs et ne dépend d'aucun organe central et a pour avantage d'être rapide et sécurisée. (Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site economie.gouv.fr).

UNE CRYPTO-MONNAIE

Monnaie numérique en usage sur Internet, indépendante des réseaux bancaires et liée à un système de cryptage tel que la technologie blockchain.

UN NFT

C'est un jeton non fongible qui permet de désigner une propriété numérique comme étant l'authentique, la seule et unique. L'information est encryptée sur la blockchain sous forme de jeton, le fameux NFT.

CES COUVERTURES À CÔTÉ DESQUELLES VOUS ÊTES PASSÉS...

