



HAL
open science

Chapitre 4. Les nouveaux rapports de forces entre “ grossistes ” de l’information internationale

Dominique Marchetti

► **To cite this version:**

Dominique Marchetti. Chapitre 4. Les nouveaux rapports de forces entre “ grossistes ” de l’information internationale. La circulation des productions culturelles, Centre Jacques-Berque, 2017, 10.4000/books.cjb.1218 . halshs-02379214

HAL Id: halshs-02379214

<https://shs.hal.science/halshs-02379214>

Submitted on 25 Nov 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Centre Jacques- Berque



La circulation des productions culturelles | Dominique Marchetti

Chapitre 4. Les nouveaux rapports de forces entre « grossistes » de l'information internationale

**Le cas révélateur de la production et de la circulation
transnationale de l'information « marocaine »**

Dominique Marchetti

Texte intégral

- 1 Cet état provisoire d'une recherche en cours s'inscrit dans le cadre d'un projet plus large qui vise à comprendre les conditions de production et de circulation des biens culturels de grande diffusion dits transnationaux, à partir de l'exemple de l'actualité « internationale »

produite par les médias généralistes. La problématique générale est d'appréhender ces processus de transnationalisation en mettant en relation plusieurs espaces qui sont trop souvent séparés dans les analyses : l'espace médiatique du pays d'origine de la production des informations, celui du pays d'accueil où celles-ci sont diffusées, mais aussi l'espace médiatique international ou ses sous-espaces régionaux, ceux-ci rassemblant des médias transnationaux sous différentes formes (agences de presse, chaînes internationales, médias nationaux ayant des effets transnationaux, etc.). Ce travail s'inspire d'un des schèmes principaux, apparemment simple, des sciences sociales de l'immigration développée par le sociologue Abdelmalek Sayad (1995), selon lequel on ne peut comprendre l'immigration sans saisir en même temps l'émigration, c'est-à-dire le champ national d'origine. L'étude des pratiques et des productions d'« intermédiaires clés » de la transnationalisation des biens culturels, ici les correspondants des médias étrangers (Baisnée, 2003 ; Bourdon, 2009 ; Hannerz, 2004 ; Hess, 2005 ; Pedelty, 1995) ou les journalistes des grandes agences transnationales multimédias (Boyd-Barrett et Rantanen, 1998 ; Boyd-Barrett et Palmer, 1980) qui forment une fraction stratégique des « grossistes »¹ de l'information internationale, permet de mettre au jour des processus très généraux de division du travail transnational et les luttes sociales, économiques, politiques, professionnelles qu'ils engendrent (Marchetti, 2015). Pour « localiser » cet « international » (Siméant, 2013), et ainsi éviter les propos généraux sur la « globalisation » et la « mondialisation » ou bien les voir par un prisme trop monographique, le choix s'est porté sur une étude de cas, celle du Maroc, de manière à chercher à comprendre comment une information « marocaine » devient ou non « transnationale ». Ce texte s'appuie sur les éléments d'un travail en cours, notamment une quarantaine d'interviews avec des journalistes travaillant (ou ayant travaillé) pour différents médias étrangers au Maroc² et une analyse statistique de leur présence.

- 2 Après avoir caractérisé la position dominée de ce pays dans l'espace médiatique transnational, et c'est ce qui fait entre autres son intérêt scientifique d'autant plus qu'il n'a pas été étudié sous cet aspect, cette contribution esquisse quelques grands principes de structuration de l'espace des producteurs (médias et journalistes) de l'actualité dite « marocaine » à l'étranger, notamment dans ses fractions qui produisent et diffusent dans les mondes arabes et musulmans³. Ils permettent de pointer une série de transformations contemporaines de la production et de la circulation de l'information dite « internationale ».

Une domination politique, économique et médiatique de quelques États

3 Si le terrain marocain constitue un laboratoire des processus de production et de circulation de l'information internationale, c'est par la position d'interrelations du Royaume entre différents espaces de la production culturelle, et des *news* en particulier. Comme Karl Deutsch (1960), et Johan Heilbron (2001) dans un prolongement programmatique à propos des biens culturels, l'ont bien montré, l'orientation internationale des pays dans différents types de transactions, notamment économiques, est inverse à leur taille. L'intérêt heuristique du Maroc tient en effet au fait qu'il forme une zone d'interconnexion politique, économique et culturelle. Il est, par sa situation géopolitique et son histoire, en relation avec des instances transnationales très variées : la Ligue arabe, l'Organisation des nations unies (ONU) avec laquelle les autorités marocaines sont en pourparlers permanents sur le conflit dans le Sahara qui est un des piliers de la « cause nationale », l'Union européenne notamment via un accord d'association, le Conseil de coopération du Golfe, suite à un partenariat existant depuis 2011, etc. Des espaces nationaux relevant de zones géopolitiques et économiques très diversifiées sont ensuite en lien direct avec ce pays dans différents domaines. Ainsi, ses rapports demeurent particulièrement forts avec plusieurs pays d'Europe, ce continent représentant presque les deux tiers de ses échanges commerciaux, et tout particulièrement ses anciens colonisateurs, l'Espagne et la France, avec lesquels en 2014 un tiers de ses transactions et 42,5 % de ses exportations étaient réalisées⁴. La principale transformation contemporaine concernant les pays majoritairement de langues arabes et/ou musulmans tient au renforcement croissant des liens, d'une part, avec des pays du Golfe (l'Arabie saoudite de longue date qui était son septième partenaire commercial en 2014 avec lequel le Maroc a un accord depuis 1966, puis plus récemment avec les Émirats arabes unis et le Koweït) qui investissent massivement dans des secteurs importants de l'économie du Royaume (immobilier, minier et tourisme essentiellement)⁵. Cette dernière dépend également fortement de ces pays dans son approvisionnement en produits énergétiques (pétrole et gaz naturel notamment). D'autre part, les échanges avec la Turquie se sont renforcés avec l'arrivée au pouvoir de l'AKP, parti islamo conservateur, à partir du début des années 2000, et plus encore avec celle *mutatis mutandis* de son homologue marocain, le Parti de la Justice et du Développement (PJD) en 2011. Ainsi, dans le cas de l'accord de libre-échange avec ce pays au milieu des années 2000, les transactions commerciales ont presque doublé entre 2008 et 2013, même si la Turquie n'était que le onzième client du Maroc et son neuvième fournisseur en 2013. Pour des raisons plus politiques (là encore notamment du fait du conflit au Sahara) que commerciales, le Maroc est très lié aux États-Unis, qui représentent un pôle stratégique dans

les relations internationales. L'État marocain entretient par ailleurs des liens forts dans différents domaines avec de nombreux pays d'Afrique subsaharienne et d'Asie, dont surtout la Chine, troisième partenaire commercial (Rhattat, 2013) et membre du Conseil de sécurité de l'ONU.

- 4 C'est précisément parce que l'économie nationale dépend très fortement des investissements étrangers⁶, notamment des recettes du tourisme, que le champ du pouvoir marocain se montre aussi soucieux des représentations médiatiques et politiques à l'étranger. Par comparaison, notamment avec les pays majoritairement de langues arabes et/ou de confessions musulmanes qui sont trop souvent homogénéisés et auxquels il est généralement rattaché⁷ comme on le verra, les représentants du Maroc mettent en avant « la stabilité politique et sociale » et un « islam modéré », qui en ferait de ce pays une « exception ». De même, la mise en place d'institutions politiques, tout comme la limitation des atteintes les plus visibles aux droits de l'homme (tout particulièrement concernant les femmes, les minorités... et les journalistes), participent à la construction de l'image d'une « démocratie moderne » et d'un « État de droit » (Rollinde, 2002), qui sont autant d'arguments récurrents pour pouvoir attirer les entreprises étrangères (Hibou et Tozy, 2002) et les touristes. Il y aurait bien évidemment bien d'autres variables à prendre en compte dans la politique extérieure du Maroc, tout particulièrement les questions religieuses et politiques liées au conflit au Sahara (Fernández-Molina, 2013).
- 5 Cette orientation internationale, qui témoigne également et surtout de la place très dominée du Maroc dans les espaces politique et économique transnationaux, se réfracte dans l'espace médiatique international. Comme le résume abruptement un journaliste d'une agence transnationale, « le problème éternel du Maroc quand il s'agit de la couverture des agences de presse, c'est un pays qui ne fait pas le poids. Sur plusieurs niveaux : politiquement, économiquement, financièrement, tout ce que vous voulez »⁸. Pour des raisons économiques et politiques mais aussi pour d'autres liées notamment à sa « stabilité », le Maroc ne fait pas partie des pôles dominants de l'actualité transnationale généraliste, comme le sont historiquement les États-Unis, Israël (pour la guerre avec la Palestine), la Chine, la Russie, les pays les plus peuplés de l'Union européenne (l'Allemagne, la Grande-Bretagne, la France), ou encore la Belgique (pour l'Union européenne). On y reviendra, cette position est d'autant plus dominée que l'actualité transnationale du Maroc, et du Maghreb plus généralement, est souvent intégrée dans le cadre géopolitique de la région MENA marquée par une « actualité » abondante et permanente. Enfin, l'étroitesse du marché médiatique marocain n'en fait pas un enjeu stratégique pour les médias étrangers transnationaux en quête

de nouveaux clients.

L'espace des producteurs de l'actualité transnationale « marocaine »

Les hiérarchies économique et politique de l'espace journalistique transnational

- 6 L'orientation internationale du Maroc, et sa place dominée, dans la production de l'information internationale omnibus⁹, s'objective dans la carte des correspondants des médias étrangers accrédités sur place. Plus largement, les spécificités de cet espace national donnent à voir avec une loupe grossissante quelques transformations contemporaines de ce champ transnational de l'information et de ses rapports de force, sans prétendre bien évidemment ici à une quelconque exhaustivité.
- 7 Dans cet univers de production des nouvelles de grande diffusion, le poids relatif des médias, mais aussi parfois des États qui les créent dans le but de servir leurs intérêts nationaux (Rantanen, 2002), est très variable. La hiérarchie des entreprises médiatiques est en grande partie celle de leur capital économique, comme l'illustrent par exemple les conditions dans lesquelles les journalistes réalisent leurs reportages (effectifs, budgets, etc.), et éventuellement du capital politique accumulé par les États. Le Maroc, aussi bien l'État lui-même que les grands groupes du royaume, n'a pas les moyens humains et financiers de participer aux luttes politiques, économiques, etc. entre espaces nationaux¹⁰ qui sont au fondement de la structure même de cet univers journalistique transnational depuis la fin du XIX^e siècle. Les sièges des médias « grossistes » transnationaux (Boyd-Barrett, 1998) sont en effet basés dans les quelques pays historiquement dominants de cet univers : les États-Unis et quelques États d'Europe de l'Ouest, c'est-à-dire la Grande-Bretagne, l'Allemagne et la France qui se sont longtemps partagés le monde des « nouvelles internationales » à travers une lutte entre agences de presse (Wolff, 1991). Ce constat a été un des arguments au centre du débat des années 1970 autour du Nouvel Ordre Mondial de l'Information et de la Communication (NOMIC) contestant cette forte prédominance des « grossistes » états-uniens et européens sur les flux d'informations.
- 8 Mais, depuis les années 1990, les États du Golfe (Qatar, Arabie saoudite et Émirats arabes unis) sont entrés dans le jeu, se livrant avec d'autres à travers leurs médias à une concurrence politique, économique, professionnelle et religieuse très forte, non pas seulement en matière de production d'information mais de programmes télévisés, de films, etc.¹¹. Les guerres successives dans des pays majoritairement de langue arabe et/ou de confession musulmane, mais surtout l'économie forte de ces pays basée sur les rentes pétrolières et gazières, figurent au premier rang de l'émergence relativement récente de ces

pays sur l'espace international de l'information.

- 9 Si ces espaces nationaux d'origine des « grossistes » transnationaux constituent les principaux fournisseurs de la matière première de l'« actualité internationale » omnibus, ils en sont aussi les principaux clients. C'est pourquoi les choix d'implanter ou de supprimer des bureaux à l'étranger, ici plutôt que là, et de couvrir tel ou tel type de sujets ont d'autant plus d'effets sur l'actualité transnationale qu'ils dépendent en partie des attentes des clients les plus importants¹², c'est-à-dire en partie des médias américains, anglais et/ou de ceux basés dans les pays du Golfe. En effet, une partie du temps de travail des cadres dirigeants des médias nationaux et transnationaux, chargés de traiter l'« actualité internationale », est occupée par la veille des banques de textes et d'images auxquels ils sont abonnés, notamment celles des trois grandes agences transnationales généralistes (Agence France Presse, Associated Press et Reuters)¹³. Ce poids souvent méconnu des « grossistes » transnationaux en situation oligopolistique pèse fortement dans le processus de sélection des informations et sur leurs interprétations (cf. notamment Paterson, 2011 et Silberstein, 2014).
- 10 Il faudrait également spécifier les sous-espaces de cet univers journalistique transnational, qu'il s'agisse de ceux qui sont liés aux langues de production et de diffusion mais aussi aux supports (texte, vidéos et photographies). Ainsi, pour ne citer que ce dernier exemple, le marché de la vidéo d'actualité est historiquement dominé par l'agence anglaise Reuters et l'américaine Associated Press Television News (Paterson, 2011 ; Marchetti, 2002), alors que, pour le texte comme pour la photo, l'Agence France Presse (AFP) occupe une position plus centrale (Laville, 2010) avec de fortes variations selon les régions du monde. La position des « grossistes » peut également fortement varier selon les thématiques traitées, Reuters et plus récemment Bloomberg étant par exemple en concurrence pour s'imposer sur le marché très lucratif de l'information économique et surtout financière dont les principaux clients ne sont pas les médias.



(© D. Marchetti, 17 avril 2016).



Ces écrans de télévision pris dans la rédaction de la chaîne Al Jazeera English à Doha montrent les principales sources d'images de l'actualité transnationale aujourd'hui : d'une part, les trois agences d'images (illustration 1 en bas) Reuters, Associated Press Television News (APTN) et l'Agence France presse (AFP) auxquels est abonnée la chaîne ; d'autre part, les grandes chaînes d'information en langue anglaise (CNN, Sky News et la BBC) qui sont les concurrents d'Al Jazeera English (illustration 2 en bas).

(© D. Marchetti, 8 janvier 2017).

- 11 C'est d'autant plus fort dans le cas du Maroc qu'il s'agit d'un « petit » pays pour les raisons évoquées précédemment, comme le montre le nombre limité de correspondants des médias étrangers (à peine une centaine¹⁴), et le caractère transnational de la plupart des médias pour lesquels ils travaillent (65,7 % d'entre eux exercent dans ce type de supports). À l'exception de l'Espagne et à un degré moindre de

l'Allemagne, la présence des médias étrangers exclusivement nationaux demeure faible (voir encadré). Dotées de moyens financiers et humains sans comparaison avec ceux des correspondants freelance, quelques entreprises médiatiques transnationales sont par conséquent les seules à disposer de journalistes permanents salariés, voire d'un bureau national ou régional au Maroc. Du coup, ce pays est essentiellement vu à l'étranger à travers les cadrages de ces quelques « grossistes ».

- 12 Ainsi, à Rabat, dans la capitale administrative et politique du Maroc, seules les agences de presse transnationales des pays dominants de cet univers sont surreprésentées : l'agence américaine Associated Press (n =4)¹⁵ y a installé son bureau régional au Maghreb en 2011 avec deux journalistes expatriés¹⁶ alors que, jusque-là, elle traitait l'actualité « marocaine » depuis Paris et avec des pigistes sur place ; l'anglaise (devenue en partie canadienne) Reuters (n =4) a choisi de déplacer son bureau régional à Alger et a désormais une activité réduite au Maroc avec des journalistes en contrat dit « local » ; l'Agence France Presse (n =5) y a renforcé son bureau depuis le milieu des années 1990, dont le responsable est toujours expatrié ; enfin, Bloomberg, l'agence américaine spécialisée dans l'information économique, dispose depuis 2013 d'un journaliste permanent.
- 13 La représentation des grandes télévisions transnationales généralistes, qui incarnent l'autre fraction des « grossistes » produisant des news, illustre plus encore les concurrences que se livrent quelques grands pays. Al Arabiya (Arabie saoudite, créée en 2003), qui a installé son bureau régional à Rabat, Al Hurra (États-Unis, 2004), les versions arabes de la Deutsche Welle TV (Allemagne, 2011), de France 24 (France, 2007) et de Sky News (Émirats arabes unis et Grande-Bretagne, 2012) ont très récemment recruté des correspondants au Maroc pour contester la position dominante acquise par Al Jazeera (Qatar, 1996) sur ce marché. La chaîne basée à Doha a, quant à elle, à nouveau depuis 2014 un correspondant à Rabat après la fermeture de son bureau en 2010. Mais, dans cet ensemble de chaînes, le volume de production n'est bien évidemment pas comparable entre, d'une part, celles qui ont un programme quotidien sur le Maghreb comme Al Jazeera ou France 24 et ont une diffusion importante au Maroc, et, d'autre part, celles qui n'en ont pas.



Ces écrans, qui figurent au-dessus de la salle de rédaction d'Al Jazeera produisant en langue arabe et font face aux deux plateaux des journaux télévisés, permettent aux journalistes de comparer simultanément (de gauche à droite) non seulement les sujets diffusés sur différentes chaînes d'information du réseau d'Al Jazeera (chaînes en arabe, en anglais et Al Jazeera Mubasher) mais aussi le flux des images des agences transnationales (Associated press television news, Agence France Presse et Reuters) et celles des chaînes transnationales panarabes concurrentes (Al Arabiya, France 24 et Sky News en arabe notamment).

(© D. Marchetti, 8 janvier 2017).

Un désintérêt des espaces médiatiques nationaux étrangers : les exceptions espagnole et allemande

Ce qui est appelé « information internationale » varie également d'un espace médiatique national à l'autre, dans la mesure où des intérêts géopolitiques et culturels anciens ou des conceptions différentes de l'information d'un pays ou d'une chaîne à l'autre pèsent fortement sur les choix de hiérarchisation des informations. La cartographie des correspondants des médias accrédités montre que la position du Maroc dans la production des espaces journalistiques nationaux étrangers est très faible, y compris et même surtout dans les pays où les langues arabes sont majoritaires. Les rares exceptions, qu'on peut mesurer à travers la présence de pays quasi-exclusivement représentés par des médias nationaux stricto sensu, sont deux pays européens. Les médias nationaux étrangers les plus représentés sont espagnols, puisque neuf sur douze s'inscrivent dans cette catégorie, les autres travaillant pour l'agence de presse hispanophone EFE. Ce voisinage se traduit tout particulièrement par la récurrence d'une « actualité marocaine » en Espagne marquée par la colonisation, comme en témoignent les conflits territoriaux au sujet des enclaves espagnoles et de la question dite du « Sahara occidental », et l'immigration. Les relations bilatérales sous différentes formes (actualités royales de part et d'autre, échanges commerciaux, etc.), l'immigration et les religions sont les principales thématiques de cette transnationalisation des news du

Maroc en Espagne. Cependant, cet intérêt du champ journalistique espagnol n'est que celui de quelques-unes de ses fractions : les télévisions publiques (tout particulièrement la télévision régionale andalouse Canal Sur qui compte quatre journalistes accrédités et la 1 qui a remplacé la TVE 1) et les radios privées accordant une place importante aux informations (Cadena Ser, Cadena Cope, Onda Cero). Aucun quotidien national ou régional espagnol ne figurait dans la liste des journalistes accrédités au Maroc en 2012 et 2013 mais El País vient à nouveau d'installer un correspondant Rabat depuis le 1^{er} septembre 2014.

L'Allemagne est l'autre espace national représenté essentiellement par ses médias nationaux (cinq correspondants sur six). Le capital économique de ses médias audiovisuels publics (ARD et ZDF) et la place qu'ils accordent à l'actualité « internationale » n'y sont bien évidemment pas étrangers. En rapport avec sa taille et avec son éloignement, le Koweït est très présent à travers quatre correspondants qui travaillent exclusivement pour des médias nationaux. En revanche, compte tenu notamment de leurs faibles moyens, les autres pays du Maghreb sont faiblement représentés par des médias nationaux à Rabat à l'exception de la Tunisie à travers Nessma (n =3), un groupe de chaînes privées qui ne sont pas exclusivement nationales, la Lybie (n =2) et l'Algérie (n =1), présente uniquement via son agence de presse d'État l'APS.

Le développement de l'information en langue arabe et ses polarités

- 14 Mais ce constat général du poids fonctionnel (Champagne, 1995, p. 228) de ces quelques « grossistes » de l'information internationale sur le Maroc mérite d'être précisé parce qu'il est non seulement lié à leur position (et leur trajectoire historique) dans l'espace journalistique transnational mais aussi à celle du pays d'origine de production de l'information transnationalisée, c'est-à-dire dans le cas présent le Maroc. La cartographie des médias représentés sur place donne en effet à voir combien la hiérarchie des langues (tabl. 1) dans cet univers diffère fortement selon l'espace national dans lequel on « localise » les productions et circulations transnationales, sachant que celles-ci sont elles-mêmes des indicateurs des hiérarchies politiques et économiques entre les espaces nationaux. Le Maroc est un exemple parmi d'autres, qui permet d'éviter certains tropismes des terrains européens et américains dans l'analyse des processus de transnationalisation culturelle comme l'ont montré plusieurs auteurs (Curran et Park, 2000 ; Thussu, 2007).
- 15 Alors que l'anglais, entendu ici comme un langage supraterritorial, domine fortement le « système mondial des langues » (De Swaan, 1998), et tout particulièrement l'espace journalistique transnational, il

demeure très peu représenté au Maroc puisque seuls six journalistes sur les quatre-vingt-treize dont on a renseigné la production, travaillent majoritairement dans cette langue. À l'exception des deux grandes agences majoritairement anglophones, Associated Press et Reuters¹⁷, qui sont moins présentes numériquement et productives que l'Agence France Presse, les autres grands grossistes transnationaux anglophones (CNN International a cependant un *freelance* qui travaille de temps en temps pour elle, *Christian Science Monitor*, *Financial Times*, *Guardian*, *New York Times*, Sky News en anglais, *Washington Post*, *Wall Street Journal* par exemple) sont absents du Maroc. Comme le dit un agencier anglophone travaillant à Rabat, « pour X [nom de son média], l'Afrique ce n'est pas important » ou, pour un autre, « le *desk*¹⁸ anglais pour moi, c'est parfois difficile de le convaincre [sous-entendu : de parler du Maroc] ». Sauf à l'occasion de grands faits divers, le Royaume est très peu traité par ces grands médias. Quand c'est le cas, il l'est majoritairement par des journalistes travaillant au sein des sièges des pays d'origine de ces médias (Londres, New-York, etc.), dans leurs bureaux à Paris, ou encore par les correspondants Maghreb basés en Algérie ou en Tunisie, voire par ceux de la région MENA résidant au Caire. La suppression en 2015 d'un poste de journaliste anglophone au bureau de Rabat de l'AFP, qui avait été créé deux ans auparavant pour assurer la couverture en anglais de l'Algérie, du Maroc et de la Tunisie, illustre cette position faible du Maroc, et plus largement du Maghreb, dans le sous-espace journalistique anglophone. Le poids des correspondants au Maroc travaillant en français (n =14) est surévalué par la présence de journalistes des magazines spécialisés, qui représentent la moitié de ceux produisant dans cette langue, et non par celle des médias généralistes, hormis les médias transnationaux basés en France. Par exemple, d'après les éléments dont on dispose, *Le Monde* n'a plus de correspondant attiré à Rabat depuis les années 1990 alors qu'il en a toujours eu en Algérie. Comme la plupart des grands quotidiens nationaux des pays dominants la production de l'« information internationale », *Le Monde* envoie très ponctuellement au Maroc des reporters¹⁹. En revanche, le cas de l'espagnol est inverse puisque douze des treize journalistes produisant en espagnol exercent dans des supports d'information généralistes nationaux.

Un centre de gravité de plus en plus vers les pays du Golfe

- 16 Le cas marocain met donc au jour une propriété (et aussi une transformation) contemporaine de l'espace journalistique transnational, qui est à la fois le développement sans précédent du marché en langue arabe et le déplacement de son centre de gravité. Si ce processus s'inscrit sur une longue durée, il s'est incontestablement accéléré ces trois dernières décennies. Les deux « guerres du Golfe »,

les attentats du 11 septembre 2001 et leurs effets, puis plus récemment les « révoltes » dans plusieurs pays majoritairement de langue arabe, ont renforcé l'intérêt pour cette zone et, plus précisément, des traitements journalistiques très présents dans les médias américains et européens stigmatisant les pays dits « arabes et musulmans », réactivant des dichotomies anciennes qui ont été finement analysées par Edward Saïd (1981). Comme l'écrit Tristan Mattelart, ce type de cadre d'interprétation tend désormais à fonctionner comme la principale grille de lecture des relations internationales²⁰, d'autant plus que celle de la « guerre froide » a disparu. C'est pourquoi, comme en attestent à la fois la cartographie des correspondants et les entretiens menés dans cette enquête, les principaux débouchés transnationaux de l'actualité « marocaine » sont situés dans les pays où les langues arabes sont majoritaires puisque plus d'un correspondant sur deux au Maroc produit dans cette langue.

Tableau 1 : liste des langues majoritairement utilisées par les journalistes accrédités par les autorités marocaines pour travailler pour des médias étrangers

| Langues utilisées | Effectif |
|-------------------|-----------|
| arabe | 49 |
| français | 14 |
| espagnol | 13 |
| anglais | 6 |
| allemand | 5 |
| néerlandais | 2 |
| turc | 2 |
| russe | 1 |
| Total | 92 |

- 17 La structuration de ce sous-espace transnational en langue arabe s'articule autour d'un premier pôle historique, constitué par les principaux « grossistes » de l'information évoqués plus haut, notamment les trois grandes agences de presse²¹. Comme on l'a vu, leurs sièges centraux ne sont pas dans des pays où on parle majoritairement cette langue mais ces entreprises ont fortement développé dans les années 2000 la production originale en arabe. Si Reuters et l'AFP avaient mis en place un fil arabe depuis plusieurs décennies (respectivement en 1954 et en 1969), il n'est pas anodin que ces deux agences aient recruté à Rabat, depuis 2003 pour la première et 2012 pour la seconde, un(e) journaliste chargé(e) de ne rédiger que des dépêches en arabe standard. Jusque-là, les « desks arabes »²² traduisaient les dépêches produites au Maghreb mais dans d'autres langues, le français et/ou l'anglais. Dans le cas de l'AFP par exemple, cette politique de développement de l'arabe s'étend à tous les bureaux de l'Afrique du Nord puisque, depuis 2012, un des journalistes sur place rédige directement en langue arabe, et non plus seulement en français comme c'était le cas auparavant. L'embauche en 2014 d'un directeur commercial arabophone pour la région Maghreb fournit une

autre illustration de cette orientation commerciale et professionnelle. Cependant, la part des « *stories* » écrites en langue arabe reste faible puisque, selon les documents officiels de l'AFP en 2014²³, elle représentait 8 % d'une production dominée par le français (47 %), l'anglais (22 %) et l'espagnol (13 %). De même, à titre d'indicateur très grossier, pour la même année, les médias clients du « Moyen-Orient » et à un degré moindre d'« Afrique », pour reprendre les catégories utilisées par les documents publics de l'AFP, où se concentrent les pays majoritairement de langue arabe, représentaient respectivement 6,9 % et 1,5 % de ses clients (hors État français)²⁴ contre 45,7 % pour la France, 24 % pour l'Europe et 13 % pour l'Asie. Mais il est évident que, pour saisir la part strictement commerciale des clients en langue arabe, il faudrait connaître la part des recettes générées par les grands médias où la langue arabe domine, tout particulièrement ceux des pays du Golfe très richement dotés qui constituent la principale clientèle visée²⁵.

- 18 Pour le Maroc, et plus généralement le Maghreb, l'AFP incarne plus particulièrement ce pôle des grossistes historiques, du fait de l'histoire de la colonisation française²⁶. Si la présence de la France au Maroc dans ces trois dernières décennies est visible à travers l'audiovisuel public – Radio France Internationale, qui a même eu dans les années 2000 un projet de développer un bureau régional, l'AITV, TV5, et depuis plusieurs années France 24 qui a un correspondant en français et un autre en arabe –, elle l'est toujours et surtout via le bureau de l'AFP. Cette dernière prédomine non seulement dans la production de l'« actualité internationale » généraliste dans les zones francophones (Maghreb, Afrique francophone), où elle n'est pas réellement « concurrencée », comme l'explique un de ses journalistes, mais aussi dans celles où les langues arabes sont majoritaires : 55 % des marchés des journaux publiés en arabe sont abonnés à un fil AFP²⁷. L'anglais et l'arabe sont les langues qui ont été les plus développées par l'agence depuis deux décennies parce qu'elles figurent parmi les conditions de son développement et de sa survie. En effet, depuis 2011, la part de ses recettes liées aux clients internationaux dépasse celle des abonnés français qui constituaient ses partenaires historiques, notamment la presse quotidienne. Entre 1990 et 2009, si le chiffre d'affaires de l'AFP a augmenté de 98 %, la part des revenus commerciaux à l'international s'est accrue de 225 % (Filloux, 2010, p. 10).



Un rassemblement est organisé à Rabat le 9 janvier 2015 pour rendre hommage aux journalistes de l'hebdomadaire satirique français *Charlie Hebdo*. Le choix du lieu, le siège de l'AFP qui est situé en plein centre-ville de la capitale politique, illustre la centralité de cette agence dans la production de l'information sur le Maroc.

(© D. Marchetti, 9 janvier 2015).

- 19 Cette centralité de l'AFP sur ce marché linguistique arabe, et surtout plus largement sur « l'actualité » transnationale du Moyen-Orient et plus encore de l'Afrique du Nord, est très prégnante, celle-ci étant présentée comme « la première agence d'information arabe » (Baron, 2014, p. 188). Même si le marché marocain représente une part infime des clients arabophones de l'agence, cette position dominante est encore plus visible au Maroc à la fois pour ses confrères... comme pour les autorités qui sont très largement francophones de formation : « Ici, on est quand même sous une pression permanente qui est très lourde, très lourde (insistant) », explique ainsi un cadre de l'agence.
- 20 Au-delà de l'AFP, la couverture en langue arabe de ses deux autres consœurs internationales, Associated Press et Reuters, est également en pleine croissance. Les études d'audience (supposée) sur les pays formant le *Middle East* semblent peser fortement dans ces nouveaux investissements, comme le montre explicitement ce communiqué d'Associated Press (Associated Press, 2014) annonçant la création d'un service vidéo intitulé « Middle East Extra » en anglais et en arabe, notamment à destination de ses clients du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord :

« Research to be released soon from AP and Deloitte shows that 97 percent of consumers in the region regularly discuss news and current affairs, and their average daily consumption of news is 72 minutes, which is significantly higher than their counterparts in the UK and Germany (...) While the research shows that consumers in the region

care deeply about big breaking stories and international news, it also reveals a desire for more regionally focused stories ».

- 21 De même, l'agence Reuters a créé au fil des années 2000 un service vidéo dédié à la région MENA (« Reuters Middle East Report »), un autre consacré à l'information en ligne en arabe et un fil arabe spécialisé exclusivement dans l'actualité sportive. Selon les déclarations de ses dirigeants, ses productions originales en langue arabe ont doublé dans la période contemporaine (Flanagan, 2010).
- 22 Mais, comme le montre la présence actuelle des « grossistes » de l'information à Rabat, ces luttes économiques et politiques sur ce sous-espace en langue arabe (et plus largement de l'information sur le *Middle East* au sens large) ne se jouent plus seulement entre les trois principales agences de presse transnationales, liées aux États-Unis et aux anciennes puissances coloniales européennes (France et Angleterre). Depuis les années 2000, d'autres grands pays non arabophones ont renforcé leur position sur le marché comme l'agence chinoise *Xinhua*, qui a un fil en arabe depuis 1964, ou cherchent à en occuper une. C'est aussi le cas de la Russie, notamment via la version arabe de la chaîne de télévision Russia Today (2007) et de la Turquie à travers la création en 2012 du fil arabe de l'agence Anatolie (*Anadolu Ajansı*). Ces trois médias sont présents à Rabat, et tout particulièrement l'agence turque qui y a ouvert en mars 2013 un bureau régional Maghreb composé de cinq journalistes à plein temps auxquels s'ajoutent des pigistes. Si le développement d'une agence de presse turque transnationale, notamment en arabe²⁸, est très directement lié à la volonté de la fraction islamo-conservatrice au pouvoir depuis le début des années 2000²⁹ et que sa pérennité reste à démontrer, celle-ci entend concurrencer les grandes puissances de l'information, cassant les prix sur les marchés nationaux (comme au Maroc) et internationaux pour attirer des clients et lutter contre la « domination occidentale », selon les mots mêmes d'un membre de l'agence. Ce discours lié à l'histoire ottomane, aux enjeux politiques, économiques et religieux apparaît clairement dans les prises de parole officielles de ses dirigeants.

« When the president or the prime minister of Turkey speaks, who translates the speeches and reports them to the international media? It was not us. And for the Arabic translations, it was not Arabs. That was an interesting point; all the reports in Arabic, French and English are done by western news agencies. While another country's agency reports our president's or prime minister's news to other countries, our news agency was reporting them only to our country, only in Turkish. That means we were reporting the Anatolian news to the Anatolian people. It was a self-enclosed, inward-oriented model of news reporting. But a globalizing country needs a globalizing news agency. Now, we have a news agency which reports in seven languages about our president, our prime minister or other leaders of the opposition parties to the world

(...) We have an extended operational office with 60 people in Cairo, the Egyptian capital (...) We assert that all news from the Middle East is suspicious if it is not reported by AA. We also rank first place in producing Arabic news. We have offices in Gaza, Ramallah and Al-Quds (...) We are the strongest agency in Egypt. In the scale of the number of produced news, AA ranks first among AFP and Reuters. For example AFP's Arabic news desk was established in 1969, that it is 45 years old; whereas AA's Arabic news desk was established two and a half years ago. But we have a history of 400 years in the region. » (Kemal Öztürk, directeur général d'Anadolu Ajansı) (Yediyıldız, 2014).

- 23 Mais par-delà cette reconfiguration des rapports de force entre les agences de presse non directement liées aux pays arabes, le développement de ce sous-espace médiatique en langue arabe s'explique aussi et surtout depuis les années 1990 par l'émergence d'un autre pôle stratégique, incarné par les médias transnationaux, dont les sièges sont localisés dans des pays où la langue arabe est dominante. Auparavant, la production en langue arabe était non seulement très largement nationale mais aussi jugée peu crédible parce qu'elle était uniquement réalisée par des médias officiels, au sens où ils sont à la fois très institutionnels et dirigés directement par les pouvoirs en place. Le centre de gravité de ce sous-espace transnational en langue arabe s'est par ailleurs en partie déplacé en partie de l'Égypte vers des États du Golfe, sachant que le Maroc à l'instar des autres pays du Maghreb est plus un « espace de consommation » que de « production » (Djefafla, 2013, p. 25).
- 24 Historiquement, l'Égypte jouait un rôle central, et continue dans une moindre mesure, dans la production et la diffusion des nouvelles transnationales en langue arabe³⁰, notamment au travers de son agence de presse MENA (Middle East News Agency) qui a été créée après le conflit du Canal de Suez (1967), et de la radio *Sawt al-'Arab*. Cependant, aucune agence majoritairement de langue arabe n'a jusque-là réussi à se faire une place sur ce marché. La centralisation au Caire des *desks* en langue arabe des agences et en partie des bureaux régionaux du *Middle East* des « grossistes » de l'information sur cette zone marquait également (et marque encore) la puissance égyptienne après son indépendance ainsi que son intérêt géopolitique, du fait de sa proximité avec le conflit israélo-palestinien. Par exemple, le fil arabe de l'AFP depuis le Caire en 1969 était réalisé par des traducteurs de l'agence égyptienne MENA (Baron, 2014, p. 188), qui a hébergé ce service jusqu'à la fin des années 1980. L'Égypte représente aussi avec l'Arabie saoudite, l'un des deux principaux marchés de diffusion en langue arabe (Sakr, 2007, p. 147). Pour reprendre le cas des agences de presse transnationales, leur politique de régionalisation de la production des contenus et des traductions est révélatrice de ce développement d'autres « centres ». L'AFP a déplacé son service en arabe créé au Caire vers Nicosie (1987), où elle a installé le bureau

régional Moyen-Orient. Si le *desk* arabe de Reuters reste au Caire, il existe un bureau de la région Maghreb à Alger, l'Agence turque *Anadolu Ajansı* étant dans la même configuration. Associated Press a certes basé au Caire son *desk* régional « Middle East » (2009) mais, comme on l'a vu, elle a installé un bureau consacré à l'Afrique du Nord à Rabat. Cette domination égyptienne dépassait le domaine de l'information mais elle était aussi visible dans les champs politique, culturel (feuilletons, cinéma, musique, etc.), académique, etc. Le Liban a joué et joue également, selon les époques, un rôle central dans la production et la diffusion des informations (des programmes aussi) transnationales en langue arabe (par exemple, Khalil, 2015, p. 23-25).

- 25 Depuis l'émergence des télévisions panarabes d'information en continu des pays du Golfe, le centre de gravité de cet espace s'est en partie déplacé vers Riyad et Doha notamment. La liste des chaînes de télévision et des principaux quotidiens transnationaux en langue arabe présents au Maroc est représentative de cette transformation majeure du marché de l'information en arabe, visible aussi dans d'autres domaines comme la recherche scientifique³¹. Ainsi, les États du Golfe incarnent désormais un pôle très dominant (22,9 % des correspondants au Maroc renseignés travaillent pour des médias de cette région). L'Arabie saoudite (15,2 %) est le pays le plus présent à Rabat à travers ses chaînes de télévision transnationales, ses quotidiens (*Acharq Al Awsat* avait cinq journalistes accrédités et *Al Hayat* deux) et son magazine féminin panarabe (*Sayidati*). Le Qatar est exclusivement représenté par Al Jazeera (un correspondant, un cameraman, un *producer* pour la chaîne d'information et deux pour le sport sont officiellement accrédités) mais il pourrait être beaucoup plus présent si les autorités marocaines le souhaitaient. Pour des raisons qui tiennent non pas au capital économique du pays, comme dans le cas des pays du Golfe, mais en raison de sa position stratégique, la Palestine joue un rôle non négligeable sur ce sous-espace en langue arabe à travers le quotidien panarabe *Al Quds Al Arabi* (Jérusalem arabe). Même s'il est basé à Londres comme ses deux quotidiens concurrents saoudiens, ses ressources sont nettement plus modestes. Il s'en distingue également par un espace important accordé au pays du Maghreb mais aussi un ton plus « critique », « indépendant », moins institutionnel³² par rapport à son homologue *Acharq Al Awsat* (Moyen-Orient), considéré comme très conservateur et autorisé depuis 1984 à être imprimé au Maroc³³. Au-delà de la culture, *Al Quds Al Arabi* accorde une place importante au thème des droits de l'homme et du conflit au Sahara. Non seulement ce journal palestinien possède depuis sa création un correspondant au Maroc, qui est toujours le même, mais il a également fortement développé ses pages consacrées au Maghreb : « Le Maroc a toujours été perçu d'un œil orientaliste. Ça veut dire que toujours, le lecteur arabe perçoit le

Maroc avec le regard de l'Orient. On a décidé de présenter le Maroc au monde arabe en tant que Maroc (...) comme si le lecteur vit au Maroc », explique un des journalistes du quotidien basé à Rabat. Selon lui, le Maroc serait le pays qui représente le plus grand nombre de lecteurs du site internet du quotidien. C'est pourquoi, le correspondant est désormais suppléé depuis 2014 par deux journalistes à temps plein qui s'ajoutent aux *freelance*.



Le bureau du quotidien saoudien *Asharq Al Awsat* au Maroc est situé entre le Palais royal et le Parlement à Rabat.

(© D. Marchetti, 17 avril 2016).

Tableau 2 : liste des zones et/ou des pays représentés par les journalistes accrédités par les autorités marocaines pour travailler pour des médias étrangers

| Pays du propriétaire | Effectif | Pourcentage |
|----------------------|------------|----------------|
| Pays du Golfe | 23 | 22,1 % |
| Espagne | 12 | 11,5 % |
| France | 12 | 11,5 % |
| Maghreb | 11 | 10,6 % |
| Afrique | 8 | 7,7 % |
| États-Unis | 7 | 6,7 % |
| Grande-Bretagne | 7 | 6,7 % |
| Allemagne | 6 | 5,8 % |
| Turquie | 6 | 5,8 % |
| Irak | 2 | 1,9 % |
| Pays-Bas | 2 | 1,9 % |
| Russie | 2 | 1,9 % |
| Palestine | 2 | 1,9 % |
| Chine | 1 | 1,0 % |
| Mexique | 1 | 1,0 % |
| Syrie | 1 | 1,0 % |
| Yémen | 1 | 1,0 % |
| Total | 104 | 100,0 % |

Une question « régionale » : le déplacement de l'Afrique du Nord vers le *Middle East*

- 26 Le cas du Maroc fait non seulement apparaître le développement et les transformations du sous-espace en langue arabe, et plus largement de la couverture où celle-ci est majoritaire, mais aussi la position des pays du Maghreb en son sein, et plus généralement dans l'espace journalistique transnational. Pour comprendre le processus de division du travail de production de l'actualité transnationale, il faut certes « localiser » les correspondants – ici au Maroc – mais également, même sommairement dans le cadre de cette contribution, les interlocuteurs éditoriaux dont ils dépendent fortement. Cette relation se joue au quotidien dans la coordination des offres et des demandes avec les *gatekeepers* des *desks*. En effet, les interlocuteurs des journalistes travaillant pour les médias étrangers au Maroc sont soit les *desks* et éventuellement les bureaux régionaux pour les agences, les chefs de service pour la presse écrite et les rédacteurs en chef des programmes dans le cas des chaînes de télévisions (souvent l'information pour les journaux d'actualité et le service du planning pour les magazines) et des stations de radios. On évoquera ici quasi-exclusivement l'exemple des trois agences de presse transnationales (Associated Press, AFP et Reuters). Le choix de la localisation géographique des *gatekeepers* de l'information transnationale produite depuis le Maroc permet d'émettre une série d'hypothèses à vérifier par une enquête plus développée sur les cadres de perception dominants dans ce microcosme journalistique et surtout ici leurs enjeux.
- 27 Tout d'abord, l'actualité « marocaine » est souvent rattachée de fait, objectivement et subjectivement, à l'ensemble du « Maghreb » ou « l'Afrique du Nord », voire plus rarement, et seulement dans le cas de médias anglo-saxons, à « l'Afrique ». C'est ainsi que la plupart des « grossistes » transnationaux possèdent des bureaux ou des correspondants dits « régionaux » au Maghreb, montrant par-là même que, pour eux, ce territoire fait sens en soi. Il en va de même pour quelques chaînes de télévision qui ont des programmes dédiés spécifiquement au Maghreb dans une perspective de régionalisation. Mais celle-ci se heurte parfois à des obstacles politiques. Si la localisation du bureau ou du correspondant régional dans un des trois pays peut être certes très dépendante de la situation politique et sociale à une période donnée – comme ce fut le cas par exemple en Algérie au début des années 1990 – ou, ce qui en est une des conséquences, aux facilités de transports (aériens notamment) avec l'étranger, voire aux contraintes administratives imposées dans la circulation vers l'étranger, elle constitue souvent un enjeu hautement politique et/ou économique pour des raisons historiques. C'est tout particulièrement vrai pour les médias français les plus prestigieux pour lesquels la création (ou non) et le choix de la localisation de bureaux régionaux chargés du Maghreb est un objet récurrent de controverses³⁴. Ainsi, *Le*

Monde comme l'AFP ont toujours essayé de composer avec les différents pouvoirs politiques en place dans ces pays, tout particulièrement entre le Maroc et l'Algérie qui sont en conflit permanent entre autres à propos de la question du Sahara. C'est pourquoi, l'AFP n'a jamais créé de bureau régional au Maghreb en conservant des bureaux nationaux dans chacun des pays : « si on avait eu un correspondant régional au Maroc, ça aurait protesté immédiatement en Algérie et en Tunisie », explique cet ancien directeur du bureau de Rabat de l'agence. Instaurer un bureau régional dans un des États introduirait *de facto* une hiérarchie entre pays qui aurait inévitablement des effets très directs sur les conditions de travail des agenciers dans les deux autres pays écartés.

« Mais à Alger ça se passe comme ça à l'AFP. Pourquoi Rabat et pas Alger ? Et pourquoi vous faites ça au Maroc et pas sur l'Algérie ? (...) L'autre arbitrage, ça serait de choisir la Tunisie, mais la Tunisie on est encore dans un processus un peu précaire, mais ça serait effectivement, et certainement le meilleur pays, parce que c'est le pays où déjà la liberté de l'expression est à l'heure actuelle plus grande. Et puis parce que, ça ne poserait pas la question, ce désaccord historique entre Marocains et Algériens. On le vit quotidiennement, moi je veille, seulement pour des questions déontologiques, pour mon bien propre, à ce qu'on garde une ligne totalement neutre. Mais je vous dirais que je le fais aussi pour mes camarades d'Alger, parce que c'est déjà arrivé qu'ils se fassent attaquer à Alger sur des dépêches écrites à Rabat » (ancien directeur de bureau de Rabat, 2015).

- 28 De même, si *Le Monde* a eu pendant longtemps des correspondants au Maghreb, quand Paul Balta a été nommé « correspondant régional » pour le Maghreb dans les années 1970, il raconte les conséquences immédiates de ce choix : « pendant un an, je n'ai pas obtenu de visa pour aller au Maroc, et j'ai découvert qu'en fait Hassan II était furieux qu'on m'ait envoyé à Alger et pas au Maroc »³⁵. Cette crispation de la localisation du bureau régional s'est également posée dans le cas d'Al Jazeera au Maghreb.
- 29 Ensuite, dans la division du travail de production et de diffusion de l'information transnationale, les enjeux de localisation sont encore plus importants s'agissant du choix du siège du *desk* dont dépendent les pays du Maghreb, et du Maroc ici en particulier. Cette question de la région dont relèvent les journalistes sur place au Maroc est déterminante parce que ces pôles régionaux sont dirigés par des cadres journalistes du siège qui contribuent fortement à impulser les hiérarchies et les cadrages éditoriaux. Les « révoltes » dans plusieurs pays majoritairement de langue arabe à partir de 2011, semblent avoir entériné une tendance historique ancrant de plus en plus l'actualité transnationale « marocaine » dans la région MENA, et donc un peu moins en Europe :

« C'est antérieur aux révolutions arabes, c'est une prise de conscience

peut-être tardive mais... C'est une prise de conscience que les uns et les autres ont eu dans cette maison que la logique était plutôt de dialoguer avec Nicosie qui dialoguait déjà au quotidien avec le monde arabe plutôt que de dialoguer avec les interlocuteurs qui... (...) Alors déjà la région Europe-Afrique est énorme, je crois qu'il y a une quarantaine de bureaux donc... ça soulageait aussi la région Europe-Afrique qui a tellement de choses dans son escarcelle que ça paraissait logique voilà... » (cadre dirigeant de l'AFP).

- 30 Ainsi, l'AFP a pendant longtemps rattaché pour des raisons politiques et économiques la production de ses bureaux situés dans les colonies françaises en Afrique du Nord à un *desk* spécifiquement dédié à cette zone. Si, entre 1987 et 2012, celle-ci a relevé d'un *desk* régional « Europe-Afrique » toujours basé à Paris, elle est associée depuis au *desk* « Moyen-Orient » situé à Nicosie, qui est devenu de ce fait le *desk* « Moyen-Orient et Afrique du Nord »³⁶. Celle-ci est donc désormais intégrée à un univers linguistique plus arabophone et moins francophone ou anglophone, faisant partie du *Middle East* au sens large qui est le cadre régional dans lequel travaillent de nombreux « grossistes » transnationaux anglophones. Bref, les textes, photos et vidéos produits à Rabat, qu'ils soient en arabe ou en français, sont désormais traités par ce *desk* régional aux pouvoirs élargis qui va de l'Iran au Maroc mais dont les effectifs restent faibles comparativement à d'autres.
- 31 L'agence américaine Associated Press continue à rattacher la production des textes de son bureau régional à Rabat, qui est uniquement en anglais, à son *desk* régional Europe situé à Londres : « Mais les enjeux ici [au Maroc], les choses qui se passent ici, les choses qui sont intéressantes c'est toujours lié au reste du Moyen-Orient, c'est l'islam, c'est le terrorisme, les gens de l'Europe vraiment ne comprennent pas ça, alors ça c'est un peu difficile pour moi », se plaint un agencier. Pour la vidéo, les images de la région « Afrique du Nord-Afrique de l'Ouest », qui est pilotée par le correspondant d'APTV à Rabat, sont envoyées comme les textes à Londres, mais aussi de plus en plus au Caire. À l'agence d'origine anglaise Reuters, l'actualité « marocaine » est également vue depuis le siège général à Londres quand le texte est en anglais et au Caire quand il est rédigé en arabe, mais aussi, à un degré moindre depuis Alger, où est situé le bureau régional pour l'Afrique du Nord. Les visions homogénéisantes dominantes de ce pôle anglophone sur le Maroc, et le Maghreb plus généralement, sont décisives pour comprendre les productions et les circulations. Par exemple, pour les médias états-uniens, « toute la région est vue comme un seul bloc. C'est le même *cluster*, l'Afrique du Nord et le Moyen-Orient », explique ce journaliste qui travaille pour un média dont le siège est basé dans ce pays. Dans le cas des chaînes transnationales majoritairement arabophones présentes à Rabat, les interlocuteurs des *desks* sont basés dans les grandes villes des pays du

Golfe, tout particulièrement Doha, Abu Dhabi et Riyad.

Les propriétés des journalistes et les limites du modèle « centre-périphérie »

- 32 Mais ce n'est pas seulement à partir de la seule géographie de ces « capitales », comme du modèle « centre-périphérie » qu'il faut prendre en compte pour restituer les rapports de forces au sein de ce sous-espace journalistique transnational, notamment en langue arabe. En effet, c'est davantage les relations sociales qui s'établissent entre, d'un côté des journalistes travaillant pour les médias étrangers au Maroc, quasi-exclusivement marocains de nationalité, et leurs confrères des *desks* qui ont été socialisés dans d'autres espaces nationaux. Mais l'analyse reste ici à faire, dépassant ces premiers résultats d'enquête, sans compter que ces relations varient au cas par cas dans chaque média.
- 33 Cependant, d'après les entretiens en cours, de manière tendancielle, la position des producteurs d'information dans le pays d'origine semble souvent au moins doublement dominée. Tout d'abord, comme on l'a vu et même si la migration des journalistes du Maghreb vers les capitales de l'information des mondes arabes est forte depuis les années 1990³⁷, la part des journalistes socialisés dans l'espace national marocain demeure faible comparativement à la proportion de ceux qui ont été formés dans les espaces nationaux dominant les *desks* couvrant la région MENA. Ainsi, nombreux sont les professionnels de l'information en poste au Maroc qui se plaignent du faible intérêt pour ce pays de la part de leurs interlocuteurs égyptiens, palestiniens et libanais. « Pour le siège de la région, le siège régional, le Maghreb c'est la dernière actualité, franchement, et je ne dis pas que c'est juste ou pas juste, c'est juste une réalité », explique un journaliste qui a travaillé au bureau régional de l'AFP à Nicosie.
- 34 Ensuite et surtout, la domination s'exerce du fait des rapports de forces entre les espaces nationaux – ici notamment majoritairement de langue arabe – mais aussi parce que l'« actualité marocaine » ne correspond majoritairement pas aux propriétés de l'information dominante des grands médias généralistes, qu'il s'agisse du pôle des « grossistes » transnationaux anglophones ou francophones ou de celui des supports transnationaux des pays du Golfe. En effet, il faut des « crises politiques », des conflits civils et/ou militaires mais surtout, dans le cas marocain, des faits divers pour que les médias étrangers jugent cette « actualité » digne d'être retenue : « ils ne s'intéressent pas aux choses banales qui viennent du Maroc », explique cette journaliste d'une agence de presse. « Daniel Gate, le changement gouvernemental, les élections, les manifestations du 20 février, la mort d'Abdessalam Yassine » sont les plus récents événements qui ont suscité un intérêt transnational de grande ampleur, note ce journaliste d'une grande

chaîne arabe transnationale. Les récits de *breaking news* contemporaines renvoient systématiquement aux attentats de Casablanca et Marrakech, au tremblement de terre d'Al Hoceima. Autrement dit, les différences liées aux zones concernées ne doivent pas faire oublier la prédominance forte d'une définition de l'« actualité » transnationale liée aux *breaking news* les plus récentes. La volonté de présenter un « produit » combinant vidéos, photos et textes pour les reportages magazine contribue également à cette homogénéisation thématique. « Ils m'ont dit une fois "les grands sujets qu'on veut de ta région c'est le terrorisme, l'islam et le pétrole" », raconte un journaliste d'un média transnational.

Bibliographie

AGENCE FRANCE PRESSE, *Rapport d'activité 2012*, p. 15 [en ligne] URL : https://www.afp.com/communication/report_2012/pdf/main/afp_2012_fr.pdf [consulté le 3 octobre 2016].

AGENCE FRANCE PRESSE, « AFP signs Video contract with Qatari Channel Al Jazeera », *AFP Press Releases*, 6 mars 2013 [en ligne] URL : <https://www.afp.com/en/agency/press-releases-newsletter/afp-signs-video-contract-qatari-channel-al-jazeera> [consulté le 3 octobre 2016].

ASSOCIATED PRESS, « New AP video service meets insatiable demand for news in Middle East », *AFP.com*, 16 juin 2014 [en ligne] URL : <http://www.ap.org/Content/Press-Release/2014/New-AP-video-service-meets-insatiable-demand-for-news-in-the-Middle-East> [consulté le 18 juin 2015].

BAISNÉE, O., *La production de l'actualité communautaire : éléments d'une sociologie comparée du corps de presse accrédité auprès de l'Union européenne (France, Grande-Bretagne)*, Rennes, thèse en science politique, Université Rennes 1, 2003 [en ligne] URI : <http://publications.ut-capitole.fr/id/eprint/14127> [consulté le 3 octobre 2016].

BARON, X., *Le Monde en direct. De Charles-Louis Havas à l'AFP, deux siècles d'histoire*, Paris, La Découverte, 2014.

BOURDON, J., *Le récit impossible. Le conflit israélo-palestinien et les médias*, Bruxelles-Paris, Ina/De Boeck, 2009.

BOYD, D. A., « International Broadcasting in Arabic to the Middle East and North Africa », *International Communication Gazette*, n° 3, 22, 1976, p. 183-196 [en ligne] DOI: [10.1177/001654927602200305](https://doi.org/10.1177/001654927602200305) [consulté le 3 octobre 2016].

BOYD-BARRETT, O. et PALMER, M., *Trafic de nouvelles : les agences mondiales d'information*, Paris, A. Moreau, 1981.

BOYD-BARRETT, O. et RANTANEN, T., « “Global” news agencies » dans *The Globalization of News*, sous la dir. d'O. Boyd-Barrett et T. Rantanen, Londres, Sage, 1998, p. 19-34.

BURKE, E., « Morocco and the Near East : Reflections on some basic differences », *Archives Européennes de Sociologie*, n° 1, 10, 1969, p. 70-94 [en ligne] DOI : [10.1017/S0003975600001740](https://doi.org/10.1017/S0003975600001740) [consulté le 3 octobre 2016].

CURRAN, J., PARK, M.-J., dir., *De-Westernizing Media Studies*, Londres, Routledge, 2000.

DJEFAFLA, D., « Le déséquilibre de l'offre télévisuelle transfrontière dans le Maghreb et le Machrek arabes », *Revue des sciences humaines*, n° 32, 2013, p. 23-38 [en ligne] URL : <http://revues.univ-biskra.dz/index.php/sh/article/view/548> [consulté le 3 octobre 2016].

CHAMPAGNE, P., « La double dépendance. Quelques remarques sur les rapports entre les champs politique, économique et journalistique », *Hermès*, n° 17-18, 1995, p. 215-229 [en ligne] URL : <http://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-1995-3-page-215.htm> [consulté le 3 octobre 2016].

DE SWAAN, A., « Pour une sociologie de la société transnationale », *Revue de synthèse*, n° 1, 119, 1998, p. 89-111 [en ligne] DOI : [10.1007/BF03181371](https://doi.org/10.1007/BF03181371) [consulté le 3 octobre 2016].

DEUTSCH, K., « The Propensity to International Transactions », *Political Studies*, 8 (2), 1960, p. 147-155 [en ligne] DOI : [10.1111/j.1467-9248.1960.tb01135.x](https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1960.tb01135.x) [consulté le 3 octobre 2016].

FERNÁNDEZ-MOLINA, I., *La política exterior de Marruecos en el reinado Mohamed VI (1998-2008) : actores, discursos y proyecciones internas*, Universidad Complutense de Madrid, Memoria para optar al grado de doctor, Departamento de Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales (Estudios Internacionales) 2013 [en ligne] URL : <http://eprints.ucm.es/21808/1/T34552.pdf> [consulté le 3 octobre 2016].

FILLOUX, F., *Pérenniser l'Agence France Presse*, Paris, AFP, 2010.

FLANAGAN, B., « Reuters doubles original Arabic news coverage », *The National*, 27 juin 2010 [en ligne] URL : <http://www.thenational.ae/business/media/reuters-doubles-original-arabic-news-coverage> [consulté le 3 octobre 2016].

HANNERZ, U., *Foreign News. Exploring the World of Foreign Correspondents*, Chicago, University of Chicago Press, 2004.

EL HAOUZI, K., *Panorama des IDE au Maroc 2007-2011*, Rabat, Office des changes, décembre 2012 [en ligne] URL : http://www.oc.gov.ma/portal/sites/default/files/2_El%20Haouzi%20v2.pdf [consulté le 3 octobre 2016].

HEILBRON, J., « Échanges culturels transnationaux et mondialisation : quelques réflexions », *Regards sociologiques*, n° 22, 2001, p. 150-154 [en ligne] URL : https://www.researchgate.net/publication/254749455_Echanges_culturels_transnationaux_et_mondialisation_quelques_reflexion [consulté le 3 octobre 2016].

HESS, S., *Through Their Eyes. Foreign Correspondents in the United States*, Washington D.C., Brookings Institution Press, 2005.

HIBOU, B., TOZY, M., « De la friture sur la ligne des réformes. La libéralisation des télécommunications au Maroc », *Critique internationale*, n° 1, 14, 2002, p. 91-118 [en ligne] DOI : [10.3917/crii.014.0091](https://doi.org/10.3917/crii.014.0091) [consulté le 3 octobre 2016].

KHALIL, J.F., « Modalities of the Media Governance in the Arab World », in *Arab Media Moguls*, sous la dir. de D. Della Ratta, N. Sakr, J. Skovgaard-Petersen, Londres-New-York, IB Tauris, 2015, p. 13-30.

LANDINI, F., MALERBA, F., MAVILIA, R., « The structure and dynamics of networks of scientific collaborations in Northern Africa », *Scientometrics*, n° 105, 3, 2015, p. 1-21 [en ligne] DOI: [10.1007/s11192-015-1635-1](https://doi.org/10.1007/s11192-015-1635-1) [consulté le 3 octobre 2016].

LAVILLE, C., *Les transformations du journalisme de 1945 à 2010, le cas des correspondants étrangers de l'Agence France Presse*, Bruxelles, Ina/De Boeck, 2011.

MARCHETTI, D., « Les espaces de la migration des biens culturels transnationaux. À propos des logiques de production et de circulation de l'information journalistique transnationale », in *Guide de l'enquête globale en sciences sociales*, sous la dir. de J. Siméant, Paris, CNRS Éditions, 2015, p. 115-126.

MARCHETTI, D., « L'internationale des images ». *Actes de La recherche en sciences sociales*, n°145, 2002, p. 71-83.

MILLER, C., « Évolution des usages linguistiques dans les nouvelles radios marocaines » in *Évolution des pratiques et des représentations linguistiques dans le Maroc du XXI^e siècle* sous la dir. de M., Benitez-Fernandez, C., Miller, J.J., de Ruitter, Y., Tamer, Paris, L'Harmattan,

p. 14-59, 2012 [en ligne] URL : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00904847/document> [consulté le 14 janvier 2013].

PATERSON, C. A., *The international television news agencies: The world from London*. New York, Peter Lang, 2011.

PEDELTY, M., *War Stories: The Culture of Foreign Correspondents*, New York, Routledge, 1995.

RANTANEN, T., *The global and the national : Media and communications in post-Communist Russia*, Lanham, Md: Rowman & Littlefield, 2002.

RHATTAT, R., « La relation économique et commerciale sino-marocaine : De la coopération au partenariat stratégique », *L'Année du Maghreb IX | 2013*, [en ligne] URL : <http://anneemaghreb.revues.org/1922> [consulté le 29 juin 2015].

ROLLINDE, M., *Le mouvement des droits de l'Homme au Maroc. De l'engagement national à la lutte pour la citoyenneté*, Paris, Karthala-Institut Maghreb-Europe, 2002.

SAÏD, E., *Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the Rest of the World*, New York, Pantheon, 1981.

SAKR, N., *Arab Television Today*, Londres-New York, IB Tauris, 2007.

SAYAD, A., *L'Immigration ou les paradoxes de l'altérité*, Bruxelles, De Boeck-Wesmael, 1995.

SILBERSTEIN, J., *The International Distribution of News: The Associated Press, Press Association, and Reuters, 1848-1947*, Cambridge, Cambridge University Press, 2014.

SIMÉANT, J., « Localiser le terrain de l'international », *Politix*, n° 4, 100, 2013, p. 129-147 [en ligne] DOI : [10.3917/pox.100.0129](https://doi.org/10.3917/pox.100.0129) [consulté le 3 octobre 2016].

THUSSU, D. K., dir., *Media on the Move: Global Flow and Contra-Flow*, Londres, Routledge, 2007.

WOLFF, J., « Structure, fonctionnement et évolution du marché international des nouvelles. Les agences de presse de 1835 à 1934 », *Revue économique*, n° 3, 42, 1991, p. 575-601 [en ligne] DOI : [10.3406/reco.1991.409294](https://doi.org/10.3406/reco.1991.409294) [consulté le 3 octobre 2016].

YEDIYILDIZ, E. M., « Anadolu Agency: Linking Turkey and the world », *Daily Sabah*, 13 avril 2014 [en ligne] <http://www.dailysabah.com/politics/2014/04/14/anadolu-agency-linking-turkey-and-the-world>

[consulté le 3 octobre 2016].

Notes

1. Cette expression empruntée à Oliver Boyd-Barrett et Terhi Rantanen (1998) signifie qu'une série de médias généralistes transnationaux, c'est-à-dire comme nous le verrons quelques grandes agences de presse et chaînes de télévision d'information transnationales, fournissent l'essentiel de la matière première des informations jugées dignes de figurer dans l'« actualité internationale ». La grande majorité des autres médias reprennent et retraitent ces données de première main.
2. Quelques entretiens avec des journalistes arabophones ont été réalisés avec Driss Ksikes, directeur du centre de recherche de HEM à Rabat (CESEM) et ancien journaliste, ainsi qu'Intissar Rachdi, doctorante à l'Université Hassan II Aïn-Chock de Casablanca. Je les remercie pour leur collaboration.
3. Nous avons mis le pluriel à cette expression, de manière à mettre en évidence non seulement les fortes différences entre les espaces nationaux – par exemple, les spécificités du Maroc à l'égard des pays du Proche-Orient (Burke, 1969) – mais aussi le fait qu'il s'agit des pays parlant majoritairement les langues arabes et/ou de confessions musulmanes.
4. Source : Office des changes, 2014.
5. À titre d'indicateur, la part des investissements directs étrangers des pays du Conseil de Coopération du Golfe au Maroc est passée de 8,3 % en 2004 à 15,7 % en 2013. D'autres variables montrent cette intensification des échanges, qu'il s'agisse de l'importance des dons des pays du CCG (14,8 % du total des dons au Maroc en 2013 contre 2,2 % en 2005) et surtout des transferts de fonds effectués par les Marocains résidant à l'étranger, ces États se situant en deuxième position des pays de provenance des recettes MRE (15,6 % contre 37,1 % pour la France). Source : Office des changes, *Focus Maroc-Pays du Golfe 2003-2013*, Rabat, septembre 2014.
6. Une partie de l'économie nationale dépend fortement de l'étranger – le déficit commercial s'élevait à 201,5 millions de dirhams en 2012, soit environ 18,5 millions d'euros –, spécialement dans le cas du tourisme et de l'investissement durable d'entreprises étrangères dans des secteurs stratégiques (aéronautique, agriculture, automobile, gestion de l'eau et de l'électricité, immobilier, infrastructures liées aux transports, téléphonie, etc.). À titre d'indicateur grossier là encore, les investissements directs étrangers dans l'économie marocaine entre 2007 et 2011 concernaient l'immobilier (23,6 %), les télécommunications (17,3 %) et le tourisme (15,8 %) (El Haouzi, 2012).
7. Pourtant, cette expression de « pays arabe » est elle-même un enjeu de luttes, notamment interne au Maroc, comme le montre par exemple lors du « mouvement du 20 février » 2011 la contestation par de nombreux amazighs de l'expression « révolutions arabes ».
8. Sauf indication contraire, ces types d'extraits entre guillemets sont issus d'entretiens réalisés entre 2013 et 2015 au Maroc.
9. Pour être précis, il s'agit de l'information internationale qui est diffusée dans les médias généralistes et omnibus, c'est-à-dire s'adressant à de larges publics. Les secteurs d'information plus spécialisés comme l'économie relèvent en partie d'autres logiques.
10. Les seules expériences médiatiques transnationales du Maroc sont les déclinaisons internationales des chaînes nationales s'adressant à la diaspora à l'étranger et la radio Medi1 dont l'audience est essentiellement basée au Maroc, en dépit de ses ambitions de diffusion à l'échelle du Maghreb.

11. On se reportera utilement aux contributions de Nicolas Dot-Pouillard, Yves Gonzalez-Quijano et Michel Tabet dans cet ouvrage.

12. Il va de soi que certains choix d'implantation dépendent également d'autres facteurs. Des journalistes travaillant pour les médias étrangers racontent par exemple que le choix du Maroc comme bureau régional tient à des facteurs politiques (sa stabilité politique, de meilleures conditions de travail, etc.), économiques et sociaux, qu'il s'agisse par exemple de l'importance des liaisons aériennes vers différentes régions du monde, dont l'Europe et l'Afrique, ou des conditions de vie plus sûres pour les journalistes et leurs familles.

13. Le chiffre d'affaires commercial de l'AFP, hors subvention de l'État français (163 millions d'euros), représenterait environ 32 % des revenus de l'Associated Press et 53 % de celui de Reuters Media (Filloux, 2010, p. 13).

14. Ces données sont issues d'une exploitation de la base des correspondants accrédités en 2012 par le ministère de l'Information et de la communication au Maroc, qui a été complétée par des éléments (nouveaux médias arrivés, langues utilisées) recueillis lors des interviews. Je tiens à remercier les services du ministère, tout particulièrement Mustapha Amadjar et Adra Alaoui, de m'avoir communiqué ces données.

15. Les chiffres indiqués de cette manière entre parenthèses au fil du texte correspondent aux effectifs par médias.

16. Ces précisions sont autant d'indicateurs de la place accordée à l'espace national marocain dans l'« actualité internationale » généraliste de grande diffusion.

17. Les journalistes d'Associated Press ne produisent depuis Rabat qu'en langue anglaise tandis que Reuters produit également directement en arabe dans le cas d'une de ses journalistes.

18. Dans les agences de presse, le desk est le lieu où des journalistes corrigent, valident, voire traduisent les dépêches envoyées par les journalistes produisant sur le terrain.

19. À titre d'indication grossière du faible intérêt des médias nationaux français pour le Maroc, celui-ci avait fait l'objet en 2013 de 57 sujets dans les journaux télévisés de début de soirée des six principales chaînes généralistes françaises, étant proche du Portugal (51), de l'Argentine (52) et des Pays-Bas (57). Source : Institut national de l'audiovisuel (INA).

20. Voir sa postface dans cet ouvrage.

21. Il faudrait également évoquer le rôle pionnier des radios transnationales dans l'émergence de cet espace transnational en langue arabe : voir à ce sujet Boyd (1976).

22. Pour les journalistes de langue arabe de l'AFP, la copie était relue au Caire jusqu'en 1987, depuis lors elle l'est à Nicosie.

23. Ces pourcentages ont été calculés à partir des données publiées en 2015 sur le site de l'agence (<http://www.afp.com/en/products/services/text>).

24. La contribution de l'État français n'a cessé de se réduire : elle était inférieure à 40 % en 2009 contre 51 % en 1990 et 70 % en 1970 (Filloux, 2010, p. 11).

25. Par exemple, en 2012 et 2013, l'AFP Vidéo a signé deux contrats avec les deux principales chaînes transnationales de cette région, Al Jazeera et Al Arabiya : « AFP signs Video contract with Qatari Channel Al Jazeera », *AFP Press Releases*, 6 mars 2013 [en ligne] URL : <https://www.afp.com/en/agency/press-releases-newsletter/afp-signs-video-contract-qatari-channel-al-jazeera> [consulté le 3 octobre 2016].

26. Avant de régionaliser ses desks et de les délocaliser dans des grandes capitales étrangères au milieu de la décennie 1980, l'AFP avait un découpage de l'actualité

« internationale » très lié à l'histoire coloniale. Elle avait mis en place un *desk* dit « Étranger » et deux *desks* spécifiques, dédiés pour l'un à l'Afrique et pour l'autre à l'Afrique du Nord.

27. Cette donnée est extraite d'un enregistrement personnel d'une intervention du PDG de l'AFP, Emmanuel Hoog, aux Assises du journalisme à Strasbourg le 16 novembre 2010.

28. Anadolu Ajansı, qui diffuse en sept langues, a également ouvert un desk régional en langue française à Tunis pour toute l'actualité du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord.

29. Les deux directeurs généraux de cette agence, qui se sont succédé depuis 2011, étaient des conseillers de Recep Tayyip Erdoğan, l'un quand il était Premier ministre, l'autre quand il est devenu président de la République.

30. Cf. le chapitre 1 de ce livre rédigé par Tourya Guaaybess et plus largement ses travaux sur les télévisions satellitaires, ainsi qu'un article synthétique de Catherine Miller (2011).

31. S'appuyant sur une étude statistique des références d'articles de revues rédigés par un auteur ou plus issu(s) de l'Algérie, d'Égypte, du Maroc ou de la Tunisie, et consignés dans la liste Web of science (WoS) entre 2003 et 2013, un article montre que, si l'Égypte représente de plus en plus un « hub régional », sa centralité est de plus en plus liée aux collaborations avec l'Arabie saoudite (Landini et al., 2015).

32. Selon plusieurs témoignages, la possibilité d'imprimer au Maroc a été refusée au journal par les autorités marocaines.

33. Cette impression au Maroc s'est arrêtée au mois de février 2015 sur une décision venant du siège du quotidien à Londres.

34. Ce problème se pose pour de nombreux médias jugés stratégiques par les autorités marocaines. Ainsi, Al Jazeera installe en 2006 son bureau régional à Rabat à partir duquel elle diffuse son *Journal du Maghreb*, ne pouvant le faire ni en Tunisie, ni en Algérie (où le bureau a été fermé en 2004) en raison des relations difficiles avec les autorités nationales. Cette structure rassemblait plusieurs dizaines de personnes tous métiers confondus.

35. Entretien avec l'auteur, 2014.

36. « Au total nous avons dans la région Proche et Moyen-Orient et Afrique du Nord [dans les bureaux sur place] 65 journalistes texte, 25 photographes et une dizaine de vidéastes travaillant à plein temps pour l'AFP », expliquait en 2012 Ezzedine Said, rédacteur en chef pour cette région à l'AFP (AFP, *Rapport d'activité 2012*, p. 15 [en ligne] URL : https://www.afp.com/communication/report_2012/pdf/main/afp_2012_fr.pdf [consulté le 3 octobre 2016]).

37. Par exemple, au milieu des années 2000, Al Jazeera a lancé un concours pour recruter des journalistes issus du Maghreb, tout particulièrement pour ses programmes « régionaux ».

Auteur

Dominique Marchetti

© Centre Jacques-Berque, 2017

Conditions d'utilisation : <http://www.openedition.org/6540>

Référence électronique du chapitre

MARCHETTI, Dominique. *Chapitre 4. Les nouveaux rapports de forces entre « grossistes » de l'information internationale : Le cas révélateur de la production et de la circulation transnationale de l'information « marocaine »* In : *La circulation des productions culturelles : Cinémas, informations et séries télévisées dans les mondes arabes et musulmans* [en ligne]. Rabat, Istanbul : Centre Jacques-Berque, 2017 (généré le 10 mars 2017). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/cjb/1218>>.

Référence électronique du livre

MARCHETTI, Dominique (dir.). *La circulation des productions culturelles : Cinémas, informations et séries télévisées dans les mondes arabes et musulmans*. Nouvelle édition [en ligne]. Rabat, Istanbul : Centre Jacques-Berque, 2017 (généré le 10 mars 2017). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/cjb/1201>>. Compatible avec Zotero