Les médias de service public s’interrogent à Montréal sur « les liens à créer avec la génération du numérique »

14 sep 2016

L’Organisation Internationale des Diffuseurs de Service Public (« Public Boradcasters International – PBI -) a choisi, pour sa 25ème conférence annuelle, réunie à Montréal (Canada) du 14 au 16 septembre, de se pencher sur « comment conquérir le futur, comment créer des liens entre la génération du numérique et les diffuseurs publics? », en invitant près d’une centaine de décideurs de médias publics (CBC/Radio Canada, BBC, France Télévision, NHK Japon , RTBF Belgique, SNRT Maroc…), de régulateurs (CRTC Canada, CSA France, Haca Maroc…), d’experts, d’industriels des nouveaux médias (Google, YouTube, Vice, Spotify, Facebook…) et de journalistes.

Cet rencontre, inédite entre le monde de la télévision publique et le monde du Web et ses supports et à laquelle ont pris part du Maroc M. Faiçal Laraichi, PDG de la SNRT et M. Jamal Eddine Naji, Directeur Général de la Haca, accompagné de M.Redouane Draiss, directeur du DAF à la Haca, visait à démontrer que le service public se doit d’investir massivement dans les nouveaux médias et les nouvelles technologies car il demeure toujours l’acteur principal qui rassemble tous les publics de par sa mission et ses contenus variés et universellement diffusés. « Nous devons mettre en œuvre

des solutions créatives et innovantes afin de poursuivre notre rôle rassembleur auprès de nos différents publics », déclara, dans son allocution d'ouverture, le PDG de CBC/radio Canada, M. Hubert T. Lacroix, hôte de la conférence. Même souci souligné par M. Toshiyuki Sato, PDG de NHK, secrétaire général de PBI : « En tant que diffuseurs publics, nous avons le devoir de nous inspirer des changements qui ont lieu au cours des 25 dernières années et de faire nôtres les éléments qui viennent renforcer notre mandat et nos liens avec nos auditoires ».

Les débats, qui ont été lancés par la ministre canadienne du Patrimoine (département en charge, sous cette appellation, de la culture, de la communication et des médias), Mme Mélanie Joly, ont dégagé un panorama de constats et de vues de prospective sur les bouleversements et les tendances les plus récents du phénomène de la convergence entre médias classiques et nouveaux médias ou réseaux sociaux, mais en plaçant toujours le public au cœur des médias de service public et en s'interrogeant « comment séduire la génération du numérique ? », « comment interpeller les jeunes auditoires avec les contenus d'information? », en se demandant « quelles nouvelles stratégies en programmation de divertissement adopter ? », en confrontant, avec les grands industriels du WEB, comment Google, la question existentielle : « Quel avenir du journalisme ? ».

Liens
[1] https://www.haca.ma/fr/javascript%3A%3B