

**VENDREDI 6 AVRIL 2007**

## **Nouvelles formes d'expressions et de diffusions culturelles**

### **Table ronde**

### **Médias régionaux : évolutions et innovations des supports traditionnels**

Intervenants :

**Didier Gourin**, Directeur départemental (Finistère), du quotidien **Ouest France**

**Lionel Buannic**, journaliste du **Télégramme** et initiateur du nouveau concept d'émission TV en breton sur Internet « **WebNoz** »

**Didier Le Corre**, Rédacteur en chef du magazine **Bretons**

**Emmanuel Yvon**, Directeur de **France Bleu Breiz Izel**

**Loeiz Guillamot**, animateur à **France Bleu Breiz Izel**

**Goulwena An Henaff**, animatrice d'émissions en breton sur **France 3 Ouest**

**Laurent Le Mouillour**, chargé de mission auprès de la Direction régionale, **France 3 Ouest**

Modératrice : **Joan Bizien**, membre de la Commission jeunesse du Conseil Culturel de Bretagne, Master de sociologie spécialisé sur les médias bretons

Didier Gourin, pour introduire cette table-ronde, indique que l'environnement de la presse écrite se trouve bouleversé depuis quelques années, notamment par l'apparition d'Internet. Mais les évolutions ne font que commencer ...

16 milliards d'euros, ce sont les chiffres de la presse. Internet ne représente pour le moment qu'1% de cette somme. La presse gratuite induit également des changements importants. En ce qui concerne la presse écrite, *Ouest-France* fait 6 millions de consultations de son site par mois. La presse écrite doit s'adapter à ces évolutions mais elle ne sait pas trop où elle va, pour le moment.

Pour Lionel Buannic, depuis cinq ans, les média régionaux perdent du lectorat et des parts de marché. À la télévision, on est passé de 3 à 100 chaînes. En ce qui concerne la radio, ce sont les petites radios qui prennent des parts de marché. Pour lui, ce n'est pas que les choses vont mal, c'est que les choses changent : *Métopol* et *20'* prennent de plus en plus de place.

Des magazines comme *Bretons* fonctionnent car ils sont beaucoup plus ciblés.

Didier Le Corre raconte qu'il a pris le risque de créer un nouveau magazine alors que l'on annonçait la mort de la presse écrite. Pour lui, il y a une part de fantasmes et d'inquiétudes dans cette situation. Aujourd'hui les titres de presse gratuite perdent de l'argent car il s'agit d'un investissement : on ne sait pas où l'on va. Beaucoup de journaux perdent également de l'argent sur Internet. Lancer un magazine payant est toujours possible, mais il faut travailler sur un ciblage plus important.

Emmanuel Yvon pense qu'il faut relativiser. Les média n'ont qu'une histoire très récente. En 1980, les journaux régionaux dominaient avec des référents comme *Ouest-France* ou le *Télégramme*. L'ORTF (Organisation des Radios et Télévisions Françaises) disposait d'un monopole d'État (*France Musique*, *Inter*, *Culture*). Dans les années 1980, le Président de la République, François Mitterrand, supprime ce monopole d'État et permet ainsi l'apparition de radios locales avec un statut associatif.

## SKOL-VEUR YAOUANKIZ BREIZH - UNIVERSITÉ JEUNES EN BRETAGNE

### Synthèses des débats

Beaucoup de radios vont naître à cette époque. Mais à l'apparition des premières radios commerciales, de grands groupes commencent à s'organiser en réseaux pour construire leurs radios locales (par la création ou la reprise de radios déjà existantes). Dès la fin des années 1970, on s'interroge à *Radio France* du rapport à la télévision.

En Bretagne, lorsque l'on crée *FR3*, cela concerne à la fois la radio et la télévision. Mais en 1982, la loi sur l'audiovisuel sépare les choses. Naissent alors des radios comme *Radio Armorique* à Rennes, pour la Haute-Bretagne et *RBO* à Quimper, pour la Basse-Bretagne. De la radio monopole d'État, on est passé à la radio associative et à la radio privée. Aujourd'hui, il faut prendre en compte les radios sur Internet. Il faut évoluer, s'adapter.

Loeiz Guillamot revient quant à lui sur le paradoxe des gens qui défendent la culture et la langue bretonne mais qui ne parlent pas breton. Sur *RBO* il y avait cinq heures de breton par jour et aujourd'hui, il n'y a en plus que quatre-vingt dix minutes. Par contre, le breton remonte sur les radios associatives. Pour lui, le français doit permettre de promouvoir le breton et d'amener ainsi les gens à s'y intéresser.

Goulwena An Henaff souligne que dès la naissance des médias régionaux, il y a eu du breton, même dans les années 1930. *FR3* était une chaîne publique dépendante du gouvernement. Les décrochages régionaux s'inscrivaient dans une politique nationale française.

Lionel Buannic ajoute que depuis quinze ans, il n'y a jamais eu autant de place pour la langue bretonne dans les médias. Avant, il n'y avait du breton que sur *FR3*, mais aujourd'hui il y en a dans le *Télégramme*, sur *France 3*, sur *TV Breizh*, sur Internet avec des sites comme ceux de *Webnoz* ou *Gwagenn TV*... Maintenant, des journalistes, des comédiens peuvent faire des choses en breton.

Didier Le Corre indique que pour lui, il n'y a pas de place pour le breton dans son magazine.

Loeiz Guillamot pense qu'il n'est pas difficile de mettre un peu de breton.

Lionel Buannic prend l'exemple de l'enquête "Vu/Lu" du *Télégramme*. Les bretonnants sont contents d'avoir une page en breton dans leur journal, et les non-bretonnants trouvent cela sympathique. De même pour la télévision.

*BreizhMag* fait quant à lui une page bilingue tous les mois. La question qui reste posée c'est de savoir pour qui on fait des choses en breton. Lorsque que l'on fait des choses en français sur le breton, sur la question du breton, cela peut atteindre tout le monde. Mais les gens qui parlent breton veulent avoir des choses à lire en breton qui ne parlent pas que du breton ou de la Bretagne.

Emmanuel Yvon fait remarquer qu'il ne faut pas rester sur l'idée du tout ou rien, c'est-à-dire, tout en breton ou tout en français.

*Bretons* est un magazine qui met en exergue le besoin de certains de revenir en Bretagne. De plus en plus de jeune bretonnants, avec des métiers différents, trouvent facilement des gens pour parler de choses contemporaines en breton.

Loeiz Guillamot indique qu'il y a trois manières de parler : en français, en breton, ou bilingue. Mais les propositions en breton intéressent de plus en plus de monde.

Goulwena An Henaff indique également que *France 3 Ouest* propose des émissions en breton pour toutes sortes de personnes, grâce aux sous-titres notamment. La chaîne propose des émissions pour les jeunes enfants, adolescents, voire jeunes adultes (*Mouchig Dall*, *Te ha Me*) dont certaines sont regardées par des francophones, même si elles ne sont pas sous-titrées. De plus, ce sont des émissions que l'on regarde vraiment pour le plaisir.

De même, *WebNoz*, comme l'indique Lionel Buannic, est une émission qui vise les moins de trente ans, mais qui finalement est regardée par toutes sortes de personnes. Il faut tenir compte des nouveaux médias. La radio permet quant à elle de découvrir de nouveaux artistes. C'est le premier médium de diffusion de la musique. Mais il ne faut pas forcément chercher à segmenter le public. Il faut avoir une vision plus généraliste. On offre à écouter une programmation diverse et qui est

## SKOL-VEUR YAOUANKIZ BREIZH - UNIVERSITÉ JEUNES EN BRETAGNE

### Synthèses des débats

également un relais de la création en dehors de la Bretagne. Mais il reste le médium référent pour la diffusion de la culture locale.

Didier Le Corre pose la question de savoir à quoi sert le breton et à quoi cela sert-il d'être breton ? En dehors de la Bretagne on ne comprend quel intérêt cela peut avoir. Il faut se justifier. Le breton est donc une langue qui permet aux gens de se construire.

Laurent Le Moullour affirme que l'on attend peut-être trop des médias quand on véhicule de la langue. Les médias doivent accompagner la langue, ils n'ont pas un rôle d'éducation.

Pour Goulwena An Henaff, cela permet aux gens d'être curieux. On écoute ou l'on regarde des émissions en breton parce qu'il y a du plaisir à le faire, pas parce que c'est obligatoire.

Lionel Le Buannic indique que certains francophones sont frustrés de ne pas pouvoir lire ou comprendre les émissions en breton. Il est donc important de donner envie aux gens de s'intéresser au breton et/ou de l'apprendre.

Pour Didier Gourin, qui représente *Ouest-France*, le médium papier permet d'offrir une place pour tous. Il faut travailler sur une complémentarité entre les médias papier et Internet. Les gens qui consomment de l'information sont dans une demande forte qui se porte sur différents médias en même temps.

Pour Emmanuel Yvon, ce qui est important, ce sont les contenus. Les supports vont garder leurs spécificités. Chaque média doit avoir une forte identité dont le contenu spécifique sera recherché. Dans cette même perspective il faut chercher à travailler une complémentarité avec Internet.

Pour Lionel Buannic, ce qui compte aujourd'hui c'est la manière dont tout le monde est capable d'aller chercher l'information là où elle se trouve. La moyenne nationale du temps de regard de la télévision est de trois heures par jour, mais chez les jeunes, c'est seulement d'une heure car ils vont beaucoup plus sur Internet. Maintenant, on peut-être responsable de ce que l'on a envie d'avoir et de voir dans l'information régionale.

Rapporteur : Anaïs Meunier-Berthaux