

Culture d'Oc et Développement des territoires EN REGION LANGUEDOC ROUSSILLON

« OC et SOCIETE »



**En languedoc Roussillon,
l'Occitanie, coeur de l'Europe & du monde**

SOMMAIRE

1 . Le Contexte :	p 3
2. Etat des lieux : de vrais atouts :	p 3
2-1 : histoire adossée aux Troubadours :	p 4
2-2 : Civilisation et valeurs universelles :	p 5
2-3 : L'Occitanie au carrefour des civilisations :	p 5
2-4 : L'occitan : une langue opprimée :	p 6
2-6 : des opérateurs multiples :	p 7
2-7 : Points d'alerte :	p 9
2-9 : Les Chiffres Clés de l'état des lieux :	p 11
2-9-1 : un région de contrastes :	P 11
2-9-2 : un budget régional trop longtemps contenu :	p 11
2-9-3 : Un budget OC régional supérieur aux autres régions :	p 11
2-9-4 : Le budget régional Culture comparé :	p 12
2-9-5 : Constats et analyses :	p 12
2-9-6 : Répartition des budgets Occitans et Catalans :	p 13
2-9-7 : Le CIRDOC une institution sans réels moyens d'agir :	p 13
3. Le Diagnostic OC et Société :	p 14
3-1 : Le Politique :	p 14
3-2 : l'Economie :	p 15
3-3 : la Société :	p 15
4. L'implication du Conseil Régional :	p 16
4-1 : La Visibilité :	p 16
4-2 : la Lisibilité :	p 17
4-2-1 : Dans le domaine de la langue :	p 17
4-2-2 : dans le domaine culturel :	p 17
4-2-3 : dans le domaine Economique :	p 18
4-2-4 : Dans le domaine du tourisme :	p 18
4-2-5 : Dans le domaine de la création , Innovation territoriale :	p 19
4-2-6 : Dans le domaine de la communication :	p 19
4-2-7 : Média –Radio – TV :	p 19
4-2-7-1 : La Presse :	p 20
4-2-7-2 : La RADIO :	p 21
4-2-7-3 : La Télévision :	p 26
4-2-7-4 : Création d'une cellule de production :	p 30
5. Les actions du Conseil Régional :	p 31
6. Préconisations d'axes politiques affichés :	p 33
ANNEXES :	p 36

**OC et SOCIETE : Propositions d'une démarche de politique participative
pour le développement de la langue et de la culture occitanes
L'implication de la Société**

1/ LE CONTEXTE

Au regard des entretiens et des audits menés auprès de plus de 500 personnes, le terme d'« Occitanie » provoque encore interrogations et surprises chez nombre d'interlocuteurs et auprès des natifs de cette région. Le côté « passéiste » et l'idée d'une langue de plus en plus inusitée au quotidien apparaissent *comme des aspects empêchant le développement et l'ouverture au monde*.

Pour notre part, nous avons identifié plus **une gêne** qu'une véritable animosité envers cette culture dont la noblesse est cachée par le « complexe du martyr » vis-à-vis des autres sociétés : catalans, français etc... Ce qui empêche tout simplement d'être fier et d'agir dans l'ici et maintenant .

Inversement, nous avons constaté une certaine appétence des jeunes générations et des nouveaux arrivants pour cette civilisation du PARATGE et de la CONVENVICIA et pour toutes les valeurs qui sont déclinées : ouverture, pluri culturalisme, accueil et intégration dans le respect des différences. Comme le président Georges Frèche l'avait écrit « **la langue et la culture occitane sont patrimoine régional¹** » Le moment est venu de donner un signe politique fort² vers l'occitanité pour agir en concertation pour une réelle visibilité et une évidente lisibilité des actions.

Mais ne sous estimons pas la réelle difficulté que nous avons eu à rencontrer des entreprises militantes ou des populations de jeunes vraiment investies de la cause Occitane. La relève se fait attendre dans de nombreuses organisations et il conviendrait de lancer rapidement une recherche – action quand aux nouveaux cadres de l'occitanie. Que deviennent les enfants du réseau Calendretta ? Où part la matière grise des filières Universitaires ?

2 / L' ETAT DES LIEUX : DE VRAIS ATOUTS !

Cette étude-action « Culture d'Oc et développement des territoires » a été bien perçue dans son objet même par l'ensemble des opérateurs et des décideurs en général .

Plus de 500 personnes et organisations ont été rencontrées et ont pu exprimer leurs doutes, leurs attentes, leurs besoins et leurs actions pour concrétiser des idées devenant projets pour agir ici et maintenant vers demain .

¹ **Georges Frèche** in courrier du 6 Février 2004 – candidat de la liste Union Toute « qui niera qu'elles sont patrimoine de l'humanité avec ce qu'elles ont apporté à la civilisation occidentale, littérature, poésie, renouvellement de la conception de l'amour, des rapports entre hommes et femmes, liberté de conscience, accueil de l'autre et convivencia qui est l'art du vivre ensemble avec nos différences et non malgré elles.

² **Eric Andrieu** Vice Président du Conseil Régional en Charge de l'Occitanie lors de la consulta Régionale des 3 & 4 Octobre 2005 au Conseil Régional de Montpellier : La méthode mise en oeuvre vise une ouverture maximum. Les élus, peu présents, ne se veulent pas bloquants. J'attends le dossier pour convaincre mes collègues élus et les décideurs et les partenaires : les CG, le rectorat, la DRAC...Je reste très optimiste : l'enjeu est un projet collectif qui prenne en compte l'intérêt collectif commun (et non une somme d'intérêts particuliers)

2-1 : Une histoire riche adossée aux **Troubadours**³ :

Un **troubadour** est un **poète**, un **chanteur**, durant le **Moyen Âge**, en **Occitanie**, en **Catalogne** et en **Italie**. Le terme *troubadour* est utilisé pour désigner les artistes s'exprimant en **occitan** (on dit aussi *langue d'oc*). Il vient du verbe occitan *trobar*, qui veut dire *trouver*. C'est au **XII^e siècle** que naquit l'**amour courtois** (« *fin amor* » en occitan), genre **littéraire** dont l'invention est attribuée à **Guillaume IX de Poitiers**, dit *le Troubadour* (**1071-1127**).

Il fut un modèle pour des générations de **trouvères** (*troubadour* a pour équivalent *trouvère* en **langue d'oïl**, et *Minnesänger* (**ménéstrel**) en **allemand**). Empreint de valeurs héroïques propres à la **chevalerie**, son *fin amor* est souvent réaliste et franchement charnel, n'écarte pas l'**adultère**, mais évoque aussi des sentiments délicats.

L'amour courtois se développa pour répondre à des règles très précises, finalement codifiées par plusieurs arrêts pris à la cour d'**Aliénor d'Aquitaine**.

« **L'importance de ce mouvement poético musical**⁴ » qui rayonna sur l'Europe durant deux siècles avec un souffle printanier de joie, de jeunesse et d'amour. La philosophie et les valeurs des troubadours peuvent être mise en parallèle avec aujourd'hui :

- Humanisme : ouverture de la culture occitane à toutes les cultures de l'Europe et de la Méditerranée dans le plus grand respect des autres.
- Mouvement laïque : éducation par écoles de trobar et rencontres troubadouresques le tout pour s'éduquer et étudier entre troubadours et amener les gens de pouvoir comme les autres à réfléchir sur des problèmes sociaux.
- Education sentimentale de l'Europe : la femme et l'homme sont égaux en amour et dans les relations amoureuses ce qui par extension pose tous les référents de "courtoisie".
- Invention artistique : d'une part de la littérature moderne en Europe et de la chanson avec des thèmes anticonformistes à l'époque et toujours d'actualité.
- Art de trobar : recherche de la qualité maximum : art d'amar et art de trobar. Comportement culturel, social et artistique

Trouver pour aimer, aimer pour trouver, créer, inventer et se dépasser. La *domna*, la dame, est placée au centre de la création lyrique. Les cours occitanes, espagnoles, italiennes... les personnages politiques influents, accueillent ces poètes, musiciens et chanteurs, avec un intérêt certain. Quand les grands de ce monde participent au débat poétique, les troubadours se mêlent au débat politique. Dans ce contexte de convivialité et partage, *convivencia e paratge*, naît et s'épanouit le *trobar*, aujourd'hui considéré, à juste titre, comme le berceau des littératures actuelles."

La Civilisation Occitane se définit par sa langue et sa culture, par les relations qu'elle entretient avec les peuples qui l'entourent. La Méditerranée et l'Atlantique, les Pyrénées, les Alpes et le Massif central sont ses frontières naturelles.

Cette situation particulière et privilégiée aux frontières des Sud, lui permet de tisser des liens avec des terres plus lointaines comme l'Andalousie, le Maghreb, ou les Orient. Au contact de tous ces peuples, l'Occitanie nourrit son identité et forge son avenir. Cette civilisation née du monde latin, enrichie de fréquentations de multiples cultures, demeure le terreau où la culture contemporaine prend force.

³ In Wikipédia et Gérard Zuchetto dans son ouvrage : "terre des troubadours" :

"Nous connaissons aujourd'hui quelques 2542 poésies de troubadours en langue d'oc et les noms de 350 poètes environ. Parmi les 95 chansonniers provençaux écrits par des copistes professionnels (52 ont été rédigés en Italie), retenons les 4 principaux chansonniers qui contiennent 256 poèmes notés avec la musique, soit autour de 342 mélodies, avec les variantes, qui sont attribuées à 44 auteurs ; 26 sont anonymes. Tous ces textes représentent la période du trobar, de 1076(date de naissance de Guilhem de Peiteus, le premier troubadour) à 1294(date de décès de Guiraut Riquier, le dernier troubadour)."

⁴ Gérard Zuchetto créateur et directeur du Troubadour Art ensemble - Trobar Production.

2-2 : Une Civilisation et des valeurs universelles

Culture du PARATGE et de la CONVIVENCIA

Aujourd'hui, c'est ici en Languedoc- Roussillon, et peut être plus qu'ailleurs, que cette civilisation du PARATGE et de la CONVIVENCIA fait de nouveau entendre sa voix. Sa vivacité nous étonne et nous interpellent que ce soit dans la rue à l'école ou à table, dans la création théâtrale, musicale, littéraire dans les médias et la société, la culture occitane émerge peu à peu

- **PARATGE** : Noblesse du cœur et de l'esprit.
- **CONVIVENCIA** : art de vivre ensemble dans le respect et l'accueil des différences en toute égalité

Ouverte à tous, née de l'échange et du respect de l'Autre, l'idée Occitane se fonde sur le « Paratge » : la vraie noblesse est celle du cœur et de l'esprit et sur la « Convivencia » : l'art du bien vivre ensemble dans l'accueil et le respect des différences en toute égalité. Cette philosophie de vie qui a hissé cette culture originale et singulière au rang de civilisation, s'inscrit par son humanisme dans l'Europe d'aujourd'hui et inspire la cohérence de l'Europe de demain.

2-3 L'Occitanie : civilisation au carrefour des civilisations

L'Occitanie a toujours été et demeure une terre de passage (15 millions de touristes / an en Languedoc Roussillon, la croisée des chemins de différentes cultures, de plusieurs identités : les Celtes, les Ligures, les Phéniciens, les Grecs, la civilisation romane, le Christianisme, venu d'Orient, les Wisigoths, et les Sarrasins ont fécondé la terre Occitane.

C'est au contact de toutes ses influences que se sont forgés la langue, la culture et un art de vivre ensemble qui signent la civilisation Occitane. Par sa géographie et son histoire, cette civilisation occupe aujourd'hui une place stratégique d'importance. En relation avec l'Espagne, chrétienne, l'Andalousie judéo musulmane, l'Italie et les peuples méditerranéens, l'Occitanie est au cœur des enjeux de la société d'aujourd'hui.

- + **3^{ème} région touristique française** (hors Paris) après Rhône-Alpes et Provence Alpes Côte d'Azur
- + **103 millions de nuitées par an** dont 40% hors juillet et août (soit l'équivalent d'une ville de 300.000 habitants)
- + **15 millions de touristes par an** dont 5 millions d'étrangers
- + **900.000 à 1.300.000 vacanciers** présents chaque jour en Languedoc-Roussillon entre le 14 juillet et le 15 août
- + **2 millions de lits touristiques** : quasiment 1 lit touristique pour 1 habitant de la région (rappel : population permanente = 2,3 millions d'habitants)
- + **7,5 nuits de durée moyenne de séjour**, tous hébergements confondus (1^{ère} moyenne de France)
- + **65.000 actifs directs dont 32.000 saisonniers** (soit l'équivalent du secteur du bâtiment ou de l'agroalimentaire)
- + **4,5 à 5 milliards d'Euros de dépenses des vacanciers par an dans la région :**
 - soit l'équivalent de **10,5% du PIB régional**,
 - soit l'équivalent d'un apport de 2.000€ par habitant et par an.
- + **Classement de l'OMT** : S'il était un pays, le Languedoc-Roussillon arriverait en 30^{ème} position pour l'accueil des touristes étrangers devant des pays comme la Tunisie ou le Maroc

Sources : INSEE / DIT / CRT / OMT

2-4 : L' occitan, une langue opprimée :

Chaque année, environ dix langages humains , dialectes locaux et minoritaires disparaissent sans laisser de traces . Une perte inestimable pour le patrimoine mondial⁵ Selon l'Unesco, 6000 à 7000 langues sont actuellement encore parlées à travers le monde mais une langue disparaît en moyenne toute les 3 semaines ⁶ . Pour sa part le CNRS assure qu'une société globalisée ne parlant qu'une seule langue ne donnerait qu'une image appauvrie de la nature humaine et de ses potentialités. Alors que les experts de Sils Consultant affirment qu'avec chaque langue, c'est un pan de notre culture mondiale qui s'incarne⁷.

La Culture Occitane s'est développée depuis le moyen âge et notamment avec les Troubadours à l'ombre de la culture francophone. Le français correspondait aux savoirs et aux progrès, et les patois à l'ignorance et l'archaïsme. L'interdiction promulguée par Jules Ferry de parler une autre langue que le français à l'école et le service militaire obligatoire devait en finir une fois pour toutes avec les exceptions régionales

Aujourd'hui, un siècle après Frédéric Mistral et son prix Nobel, la Société Civile et certains responsables politique semblent prendre conscience de la richesse des identités culturelles constituant le territoire . En 1863, le bilan des enfants francophones montraient que 22% des enfants Audois scolarisés n'avaient jamais entendu et pratiqué à la maison une autre langue que l'Occitan⁸

Selon l'INED , plus d'un million de personnes ont été bercées par la langue d'Oc dans leur enfance et 520 000 personnes serait locuteurs⁹ . À les différentes études¹⁰ s'accordent à reconnaître quelques 160 000 locuteurs Occitan en Languedoc Roussillon, nous avons relevé en nous appuyant sur les études INSEE / INED et Média Pluriel citée en référence :

- 34% de la population déclare comprendre l'occitan.
- 75% de la population souhaite une introduction de l'Occitan (langue, histoire civilisation) dans l'enseignement.
- 68% souhaite le développement de supports bilingues : panneauage, affichage.

Cela signifie que son usage « culturel » est entendu au sens de « comprendre la vie d'ici » plutôt qu'un moyen de communication. Elle devra donc être affichée à l'initiative des collectivités afin de légitimer son usage et permettre son apprentissage par braconnage et libre apprentissage.

2-5 : Jeunes et nouveaux arrivants à la recherche de repères :

La civilisation Occitane n'est plus matière à nostalgie ou regret d'un âge d'or aujourd'hui révolu. Elle se construit au présent, puisant dans son patrimoine pour nourrir la création contemporaine. Des artistes de tous horizons s'inspirent de sa culture et des références et sont autant de thèmes d'inspiration occitane :

- L'exaltation sensuelle et poétique (Joi) ,
- la recherche des équilibres et le goût de la connaissance (Gai saber - le gai savoir)
- Le « fin amor », amour épuré jusqu'à la mystique inspirent les grands artistes internationaux

⁵ Marc Boujnah in « les langues ont elles dit leur dernier mot? » in le magazine TGV No 78 – Octobre 2005

⁶ sources Unesco – Atlas mondial des langues en péril – 2002. <http://portal.unesco.org/fr>

⁷ voir site : www.sil.org

⁸ Victor Duruy Ministre de l'instruction publique en 1863 cité par Eugen Weber in la fin des terroirs 1977 -

⁹ Cité in L'Indépendant - Octobre 2005

¹⁰ Etudes INSEE / INED / MEDIA PLURIEL – Etienne Hammel - 1987 & 1991

Les « nouveaux arrivants¹¹ » en provenance des régions de l'Europe du nord et du sud et des pays d'Afrique du Nord (300 000 personnes attendues dans les 15 ans) mais aussi les jeunes, cherchent à s'approprier des valeurs « qui leur parlent ».

La Civilisation Occitane porte en elle un riche patrimoine de terroirs et de territoires, de Culture, de l'accent, de la langue, de la littérature, de l'Art sous toutes ses multiples formes : musique, danse, théâtre, audio visuels, mais aussi d'une certaine qualité de vie, de « vie dehors », de sports, de fêtes populaires, et tout ce qui a trait à la nature, à la mer, aux rivières, à la montagne, au vent, au soleil, à la gastronomie.

Les différentes cultures qui se croisent, se mélangent et se confrontent depuis des millénaires¹² avait commencé par deux cousines : Occitane et Catalane, qui intéressent de plus en plus le monde des hommes. Effet retour de la mondialisation inéluctable des produits économiques, le besoin de racines est plus que jamais d'actualité et ne demandent qu'à être mis en synergie et décliné en actions, pour que chacun se reconnaisse par ex dans l'Ailloli des Massilia Sound System ou dans les joutes des Fabulous Troubadours par exemple.

2-6 : DES OPERATEURS MULTIPLES et DIVERSIFIES

- Le **CIRDOC**, outil mal connu, va évoluer¹³ grâce à son équipe, son patrimoine et sa connaissance des acteurs de l'OCCITANIE en région mais aussi en Inter région et plus tard vers / dans l'Euro région (Espaces Occitans et Catalans)
- Des **opérateurs et des organisations** efficaces, qui agissent de **longue date** :
 - **Education** : public, privé, associatif : Chaque année, plus de 10 000 élèves sensibilisés à la langue et la culture d'Oc et plus de 2000 adultes apprenants. Les efforts remarquables des Calendreta et de l'ISLRF (Institut Supérieur des Langues de la République Française) méritent d'être soulignés.
 - **Action culturelle** : théâtre, musique, danse, audio visuel : des artistes de renom dépassant largement les frontières régionales voire européennes. Pas moins de 80 opérateurs « oc » sont aidés par la région cette année. Nombre d'entre eux s'épuisent en se débattant dans une très grande détresse matérielle et financière. Pour autant, certains « réussissent » et rencontrent un large public bien au delà des cercles occitans de la seule région Languedoc Roussillon.
 - Des auteurs : Max Rouquette, Yves Rouquette, Robert Laffont (plus de 100 ouvrages édités) et des poètes tels Sergi Pey, Jean Claude Foret ...
 - Des chanteurs : les « anciens » des années 70 tels Marty, Patrick, Mans de Breich, Marie Rouanet ou Eric Fraj chanteurs d'expression occitane, catalane, castillane...et de jeunes talents tels Laurent Cavalié, la mal coiffée, Joan Da ...
 - **Associations socio culturelles** parfois regroupées en fédération d'éducation populaire qui mènent un travail de proximité en faveur de la langue et la culture d'Oc souvent sans moyens ni reconnaissance au point parfois de devoir déposer le bilan tel le Crem

¹¹ Etude prospective en 3 scénarios publiée sur le site INSEE de la région

¹² Les découvertes d'outils permettent de retrouver en Languedoc certains aspects de la préhistoire européenne .../. Vers 3500 avec notre ère, certains traits de géographie humaine du Languedoc actuel commencent à se fixer. La région prend figure.. / .. C'est du Moyen Orient qu'arrivent sur les côtes du golfe du Lion par la voie maritime directe ou par l'Italie et l'Espagne les « bienfaits » de la civilisation néolithique. L'influence orientale apporte en tous cas dans la région les 1eres techniques agricoles, les rudiments de l'élevage, de l'architecture, de la céramique et de la métallurgie. Vers la fin du IIIe millénaire, les nouvelles influences prennent une extraordinaire ampleur. Emmanuel Leroy Ladurie In Histoire du Languedoc P.U.F. 1962

¹³ Déclarations d'Eric Andrieu, président du CIRDOC lors des Consulta de Montpellier, Mende, Lézignan et Nîmes Été 2005

Trobar ou de stopper toutes activités spécifiques telle la Fédération des Foyers Ruraux de Lozère et ses itinéraires littéraires ¹⁴. Un problème de relève nous est apparu tout au long des nos entretiens. Les responsables de ses structures sont à la fois expérimentés et donc assez âgés et ne savent pas comment mobiliser des jeunes notamment depuis les réseaux d'enseignement

- **Militants et réseaux** de parents et d'adhérents, d'utilisateurs et de curieux en capacité d'agir pour rendre **visible et lisible** la langue et la culture d'OC. Il s'agira d'activer des réseaux par le biais des « associations d'anciens », d'amis du CIRDOC par ex grâce à des actions socio culturelles et sportives visant à élargir les publics par une vraie adhésion populaire : rencontres sportives Occitanes inter régionales, Festivals itinérants de la jeunesse ¹⁵

LES CHIFFRES CLES DES ASSOCIATIONS EN LANGUEDOC-ROUSSILLON¹⁶

- Un rayonnement associatif remarquable
- Une personne sur trois membre d'une association
- Une personne sur cinq est bénévole

Le Languedoc-Roussillon compte 6,6% des associations du pays alors que la population régionale ne représente que 3,9% de la population nationale. **En tête des régions françaises pour la création annuelle d'associations : 10 créations d'associations par jour en région.** 6,64% des associations créées chaque année en France le sont en Languedoc-Roussillon. Avec un taux de création annuelle de 1,6 associations pour 1000 habitants, la région dépasse significativement la moyenne nationale (1,03).

La contribution en temps des bénévoles correspond en moyenne à 100h/an soit pour la région 30 400 emplois équivalent temps plein. (Source : Insee, 2002)

L'activité cumulée des salariés et des bénévoles correspond à près de 100 000 emplois en région. **Avec 67 647 emplois, Les associations devancent le bâtiment (58149 emplois)** Les effectifs salariés des associations représentent + de 9% des salariés du secteur privé tous secteurs confondus. (Sources : Insee + CRES LR, 2002)

85% des président(e)s ont plus + de 45 ans.

Nous avons relevé que certains artistes de Languedoc Roussillon se jouent de longue date de l'inter régionalité, de l'Euro région au sein des espaces occitans et Catalans et de la mondialisation en rencontrant un large public sans pour autant bénéficier de reconnaissance dans la région dont ils sont, en réalité, de réels ambassadeurs. Citons, entr'autre et pour illustrer le propos :

- La Compagnie « La Rampe – Théâtre Interrégional Occitan » : 187 représentations en 2004. Cette compagnie « occitane » fait tourner une dizaine de spectacles, avec 55 personnes rémunérées, et conventionne avec l'état, 4 régions, 3 départements et 2 villes ! Une reconnaissance de fait. !
- Le groupe OC (14 personnes) dirigé par Christian Salles donne une quarantaine de spectacles / an en région et en Europe notamment sur l'arc Méditerranéen : Sud de la France, Italie, Espagne, mais aussi Toulouse, Paris, Québec etc. Production de CD, DVD en 9 langues dont l'OC, des Clips, 7000 personnes sont abonnées à sa Newsletter.

¹⁴ Source : Marie Huguet Déléguée départementale de la fédération des Foyers Ruraux de Lozère

¹⁵ A titre d'exemple, le festival Convivencia – passerelles latines animé par l'association Chèvrefeuille (31) a déjà programmé 290 groupes en 450 concerts rassemblant plus de 75000 spectateurs en Inter-région et Euro région : avec Espagne et Portugal, sans compter le partenariat annuel avec la Mercè de Barcelone : en 2005 : production du groupe Les boukakes - jeunes musiciens de Montpellier.

¹⁶ Sources DRDJS LANGUEDOC-ROUSSILLON, Site : www.drdjs-languedoc-roussillon.jeunesse-sports.gouv.fr

- Le Troubadour Art Ensemble dirigé par Gérard Zuchetto est connu en Europe et dans le monde comme l'un des spécialistes incontesté de la musique troubadour. Il a su s'entourer d'artistes de talent telle la chanteuse Sandra Hurtudo Ros. : 1000 concerts à ce jour en Europe, Australie, Japon, Moyen Orient ... 37 CD produits !

2- 7 : Points d'alerte :

- **Nous n'avons rencontré que de très rares entrepreneurs fiers de se dire et s'afficher Occitan et porteurs des valeurs de l'Occitanie.**

L'Occitanie¹⁷ pourrait se considérer et être considérée comme forte de 6 régions françaises : Aquitaine, PACA, Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées, Limousin et Auvergne soit grosso modo 14,3 millions d'habitants sur 189 000 Kms² dont la production en 2000 était évaluée à 1,9 milliards de F (289 millions d'€) . L'Occitanie pèse autant que l'Île de France . L'espace Occitan est donc méconnu !

- 24% de la population française
- 34% du territoire national
- 21 % du PIB
- 23% des emplois

Difficultés internes : l'absence de projets : les régions du Sud ne travaillent jamais ensemble, les territoires de l'Occitanie se vivent en concurrence davantage qu'en complémentarité, le discours occitan est volontiers linguistique, parfois culturel jamais économique un discours occitan trop tourné vers le passé , un mythe d'âge d'or ..

Un travail de lobbying et de conviction devra être réalisé et des partenariats engagés avec les consulaires et les organisations représentatives et fédératives (chambres consulaires etc) sur des actions ponctuelles : fêtes, foires, festivals...

Pour Alain Alcouffe¹⁸, plusieurs éléments sont à prendre en compte et représentent un réel enjeu pour les 20 ans qui viennent

- **Rappel** : Jusqu'à 1950: tout le monde vivait dans des communes < 2000 hab.
- Polarisation en Europe autour de la banane bleue : Londres, Belgique, Allemagne, Turin, Milan, ...mais les régions « OC » en sont exclues ..
- Ici structures industrielles de petites entreprises artisanales. L'OC a raté la 1^{ère} et la 2^e révolution industrielle . la bourgeoisie a quitté la région = Etat pilleur ? « faire sa malle comme chantait Patrick .
- Les entreprises d'ici dépendent de sièges sociaux situés ailleurs, mais pas d'industrie lourde : donc pas de reconversion mais résilience : tourisme ?
- Depuis 1970, les régions OC se développent + rapidement que la moyenne des régions. La population s'accroît plus vite (Cf la France inversée de Félix Castan)
- Revanche du sud : faiblesse devenant force
 - Les jeunes ont choisi de faire des études plus qu'ailleurs
 - Bonnes statistiques des résultats économiques du savoir , de la connaissance:
- Aujourd'hui, il convient de marier racines et modernité : cassoulet et Airbus en créant de la confiance entre les acteurs (220 000 km²)

¹⁷ Philippe Langevin maître de conférences in la Convention Occitane - Béziers - 2 Février 2002 .

¹⁸ Alain Alcouffe in Consulta Régional des 2 et 3 Septembre au Conseil Régional LR . est directeur du pôle universitaire européen de Toulouse, docteur (d'état!) ès sciences économiques, professeur des universités en sciences économiques, et auteur de "pour l'occitanie" aux éditions Privat avec Robert Lafont et Pierre Lagarde en 1977 et d'articles sur le thème de l'Occitanie dans différentes revues (Autrement, Amiras, Sciences de la Société, Revue d'économie industrielle, Els Temps, Revue de la société catalane de géographie, etc. Il est par ailleurs président d'Euroccat .

- Midi Pyrénées a une économie aéronautique forte mais implantée qui cache mal des disparités (inquiétudes d'avenir) alors que Languedoc Roussillon peut créer de la richesse par petites unités et en valorisant le tourisme et l'arrivée massive de personnes âgées relativement aisées.

Qu'est ce que les économies et entreprises dites régionales ont à voir avec la culture et l'identité régionale ¹⁹?

Pour introduire nos réflexions et répondre à ces questions, nous pouvons nous appuyer, dans l'Eurorégion sur de nombreux travaux catalans. En particulier, nous voudrions exploiter une étude réalisée en 1986 par la Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat sur l'usage de la langue catalane dans le commerce et dans les relations socio-économiques en général. Cette étude montre la relation qu'établissent les habitants de la Catalogne entre la langue catalane et le dynamisme de leur économie. On peut relever comment les habitants de la Catalogne rapprochent les langues et identités régionales de la recherche d'une plus grande efficacité économique. Nous voudrions insister en particulier sur une question dans laquelle on demandait à un échantillon représentatif obtenus avec des critères rigoureux quelle serait leur réaction si le groupe Mercedes Benz (pp.60-61) décidait de présenter sa publicité en catalan. On sait que la population de la Catalogne est d'origine extrêmement diverse et son degré d'acculturation catalane occitane est très variable. Parmi les interprétations possibles, la majorité des personnes interrogées a estimé que si un grand groupe en plus situé dans le segment le plus élevé de son marché (produits de luxe ou de prestige) décidait d'utiliser le catalan ce serait une façon de reconnaître le dynamisme spécifique de l'économie catalane et d'essayer d'en profiter.

Ce questionnement d'Alain Alcouffe nous apparaît comme toujours pertinent. La question serait : comment le Politique peut donner un signe fort pour que la société dans son ensemble ose se dire et se vivre Occitane ?

- Nous n'avons pas rencontré d'associations ou de groupements représentatifs de la jeunesse Occitane ou affichés comme tels, mais de nombreux jeunes en manque et demande de repères et en quête d'appartenance. Quelques groupuscules inféodés à des mouvements politiques extrémistes nous ont été signalés²⁰. Les publics nombreux qui se pressent à chaque concert des Fabulous troubadours ou des Massilia Sound System en sont une preuve. Des manifestations multi culturelles spécifiques seraient à conforter et à inventer en vue d'élargir les publics .

2-8 : A propos des scenarii :

- **Arrêter le saupoudrage :** Action publique illisible et ressentie comme «perfusion» condamnant de nombreux acteurs à des actions incohérentes de survie et un découragement : *Tout ça pour ça ? a quoi bon ? nous ne sommes pas reconnus . .*
- **Déployer une politique cohérente :** Action publique affirmée en partenariat et contractualisée avec des opérateurs reconnus, agissant en faveur du développement de la langue et de la Culture d'Oc comme critère d'intégration : natifs et arrivants, jeunes et anciens, villes et campagnes, Néanmoins rien ne pourra se faire sans une **augmentation significative et évolutive des moyens** : Nous préconisons un engagement significatif de la région : doubler le budget dès 2006 et multiplier l'ensemble des budgets par 10 en 15 ans (passer de 1,5 M€ à 15 M€)

¹⁹ Cultures régionales et dynamique économique par Alain Alcouffe et Jean Menville communication publiée dans L'Eurorégion – journées d'études 8 et 9 décembre 1992 dirigées par Bernard Saint Girons, Presses Université des Sciences sociales de Toulouse.

²⁰ Sources Etudiants Université Paul Valéry et entretiens avec Antonio Fischetti journaliste à Charly Hebdo . Auteur de l'article sur Bessan in No 687 du 17 Aout 2005

2-9 : LES CHIFFRES CLES DE L' ETAT DES LIEUX

2-9-1 : une région de contrastes :

La faiblesse d'une culture industrielle malgré la force d'un accueil reconnu historique.

- 2,5 M d'habitants en progression régulière de personnes retraitées et à niveau de vie élevé.
- 300 à 500 000 nouveaux habitants attendus dans les 15 ans à venir.
- Une fuite de matière grise et de capital intellectuel et artistique des gens nés ici, compensée par l'arrivée des nouveaux venus du nord ou du sud de l'Europe et d'Afrique du Nord
- Une société du 3^{ème} et 4^{ème} âge grandissante qui fait naître une nouvelle économie sociale
- Classée dernière région en terme de taux de chômage et d'activité parallèle. Le revenu moyen est de 20 000€ / an par hab et la dépense moyenne de 25 000 € . La différence tendrait à prouver l'existence d'une économie parallèle²¹.
- 3^e région touristique de France avec 15 Millions de touristes / an (population x 6). 5 milliards d' € de dépenses soit 2000 € / hab et 10,5% du PIB régional. La région est la 4^e région pour « l'échange de billets » et la 2^e en Ete, prouvant une certaine aisance des personnes vivant de façon saisonnière, dans la région²².
- 10 000 emplois culturels en région estimés par la DRAC en 2002, ce qui représente une réalité économique non négligeable²³ avec des perspectives de création d'activités.²⁴

2-9-2 : UN BUDGET REGIONAL trop longtemps contenu

Le budget 2005 rattrape un niveau comparable aux régions voisines mais le Budget de la région reste ici comme ailleurs « faible » au regard des autres collectivités, limitant de fait les capacités d'interventions : **la région ne peut tout faire toute seule.**

- Région Languedoc-Roussillon : 550 M€ (2004) et 765 M€ (2005),
- Département de l'Hérault 727 M€ (2003), 1004 M€ (2005),
- La ville de Montpellier aurait un budget double de celui de la région.

Et pourtant de niveaux comparables aux régions voisines, Languedoc-Roussillon est considérée comme une région endettée à fortes recettes fiscales selon la Direction Générale des Collectivités Locales – Juin 2005.

2-9-3 : La région Languedoc Roussillon consacre un budget OC supérieur à la dépense engagée par les autres régions,

2005 REGION	Nombre d'habitants	budget M€	Depense €/hab	CULTURE	OC
Aquitaine	2 988 395	794,1	266	62,1	500 00 € + 1 M€ Basque
Midi Pyrénne	2 637 957	854,2	328	18 M€	826 800 €
PACA	4 665 051	1 424,3	305	53,3	430 000 €
LR	2 401 838	765,8	319	25,3 M€	1 119 000 €
Limousin	710 645	265,4	374	7,07 M€	45 000 €

Sources : Locales et DGCL 2005/DESL publication "Les budgets primitifs des Régions 2005".

²¹ Propos du président du Comité Economique et Social – avant COPIL – Montpellier Odysséum 20 Septembre 2005

²² Sources : Entretiens avec des Elus du Conseil Economique et Social Régional lors de la séance plénière du 20 Juillet 2005

²³ «La culture emploie plus de 440 000 personnes qui travaillent dans le secteur privé, associatif ou commercial » p 25 Rapport Latarjet Avril 2004 171 p

²⁴ In le mécénat culturel d'entreprise Avis du Comité Economique et Social Régional 14 Octobre 2003

2-9-4 : En Languedoc Roussillon, le budget de la Culture est passé de 13,8 M€ en 2004 à 25,3 M€ en 2005 soit une augmentation de 76%

Année	Budget total	Culture	%	OC et Catalan
2001	409 000 000	15 812 700	3,8	1 435 631
2002	514 000 000	18 771 680	3,6	1 549 069
2003	556 018 000	16 224 190	2,91	1 554 145
2004	554 265 000	13 810 000	2,49	1 552 142
2005	765 800 000	25 340 000	3,9	1 564 280

Sources : Locales et DGCL 2005/DESL publication "Les budgets primitifs des Régions 2005".

2-9-5 : CONSTATS et ANALYSES :

- **Un budget Oc (75%) et Catalan (25%) constant** depuis plusieurs années et partiellement amputés d'une subvention CIRDOC de 111 500 € et FESTAD'OC de 132 000 € (Budget 2003) soit grosso modo de 25% de la ligne OC . Nous notons qu'à ce jour (Été 2005) par rapport au budget 2004, **la ligne OC et Catalan n'a augmenté que de 12 138 € (0,9%) alors que le budget Culture a augmenté de 76 %** , ce qui n'est pas sans alarmer les opérateurs. *Pourrons nous poursuivre dans un tel manque de moyens ?* Il convient de noter que certains projets émargeront cette année sur la ligne «Culture» libérant d'autant la ligne Oc.
- **Un éparpillement du budget** : Jusqu'alors, des subventions allouées à une multitude de projets et d'opérateurs : 221 dossiers présentés par leurs opérateurs en 2003 et 112 attributaires. Certains ne recevant que 800 € / an ! Difficile d'agir avec de telles petites sommes. Au delà de la reconnaissance supposée de la région, ce saupoudrage a
 - d'une part induit une dispersion d'actions d'inégales qualités, fragilisant les organisations et rendant illisibles opérateurs et actions menées sans moyens
 - d'autre part rendue invisible la politique de la région.
 - tout en obligeant de nombreux opérateurs à réduire voire stopper toute activité. (Cf le Crem Trobar contraint à déposer le bilan faute de budgets suffisants pour mener à bien ses missions).

Jusqu'alors, le budget « OC » , peu élevé, n'a pas permis de mener une Politique d'envergure. Nous remarquons qu'en 2004, les subventions publiques, hors investissements et hors locaux, du seul Théâtre de Sète s'élevaient à 1 568 861 € ou celles du Cratère d'Alès à 1 546 010 € sans parler du budget du CDN de Montpellier s'élevant à 2 688 372 €²⁵ ...

A titre de comparaison le budget du festival d'Opéra d'Aix en Provence dépasse en 2004 les 16 M€²⁶, à mettre en regard des 25 M€ du budget total de la Culture en Languedoc Roussillon et les 1 500 000 € du budget Oc et Catalan ! Comment faire avec si peu ?

De ce point de vue, les opérateurs existants méritent une grande reconnaissance pour avoir réussi des prouesses en agissant avec de si faibles moyens.. Il y a lieu de s'alerter des moyens de survie de certains artistes, créateurs, et structures véritablement « aux abois²⁷ ». **Un réajustement des aides et interventions par des procédures d'urgence s'avère indispensable sous peine de voir des projets et actions s'arrêter brutalement et des créateurs obligés de s'exiler .**

²⁵ Sources DRAC 2005

²⁶ Source France Culture

²⁷ Cf Déclaration d'opérateurs et d'artistes et de créateurs lors de la Consulta de Montpellier + Courriers de Claude Alranq . Cf les structures non aidées en 2005 telles le Félibriges ou subissant des retards de versements mettant en péril leur existence : TIO La Rampe, radio Lengua d'Oc, La Phonothèque Méditerranéenne, le Troubadour Art Ensemble, les Editions Candarelle....

2-9-6 : REPARTITION DU BUDGET OC ET CATALAN :

Remarquable de stabilité et d'immobilisme !

	2001	2002	2003	2004	2005
Création - Animation	746 085 (52%)	734 815 (47%)	743 900 (48%)	671 100 (44%)	A définir
Enseignement	485 398 (34%)	615 012 (40%)	584 142 (38%)	622 850 (41%)	A définir
Recherche . Doc	202 147 (14%)	197 240 (13%)	224 100 (14%)	227 264 (15%)	A définir
TOTAL	1 435 631	1 549 069	1 554 145	1 552 142	1 564 280

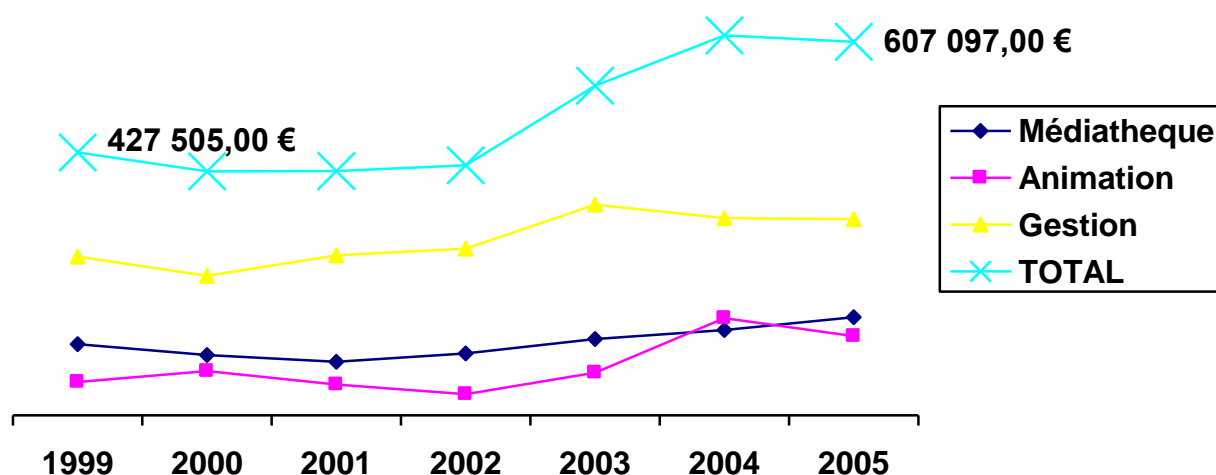
Sources Observatoire Culture –Conseil Régional Languedoc Roussillon 2005

Cette stabilité des enveloppes et des pourcentages de répartition pose la question de la volonté d'un réel soutien à la langue et la culture Occitane (et Catalane) et prouverait une absence de politique régionale concertée d'envergure. Comment faire avec si peu ? Comment agir avec cohérence ? Comment agir avec efficacité ?

2- 9-7 : Le CIRDOC : Une institution qui a manqué cruellement de moyens pour agir.

Il convient de souligner que le BUDGET CIRDOC émerge en 2005 à la hauteur de 218 000 € additionné aux 20 000 € de la ligne Etude OC pour un budget de fonctionnement total de 607 097 €. Le reste est pris en charge par la ville de Béziers, par le Conseil Régional pour les salaires soit 221 952 € et par la DRAC. Les collections appartiennent en grande partie à la ville de Béziers et l'investissement soit 4 097 007 € est pris en charge complètement par le Conseil Régional²⁸

EVOLUTION DU BUDGET CIRDOC 1999 - 2005²⁹



²⁸ soit : Terrain pour 81 407 € (ministère de la Défense), le bâtiment pour 3 965 600 € et l'équipement avec 50 000 €. Source : Observatoire de la Culture Conseil Régional

²⁹ Rapport annuel au Conseil Syndical – Entretiens et documents Denis Mallet / Claude Verdeille et Sylvie Dupuy - CIRDOC

3/ LE DIAGNOSTIC PROSPECTIF « OC et SOCIETE »

La problématique Occitane nous est apparue au fil des rencontres et entretiens comme complexe voire schizophrénique. Lors de la Consulta Régionale, Bernard Giacomo³⁰ a fait l'unanimité des 150 participants en relatant son expérience et de responsable d'une entreprise culturelle forte de 10 salariés + 10 vacataires :

- Oui il existe ici de nombreuses réussites en terme de Culture d'Oc mais le problème de mise en réseau reste chronique / Comment se féliciter et donner à connaître nos talents ?
- Le « politique » attend un projet collectif avec les partenaires mis en réseau et non une somme de projets juxtaposés. Comment se donner des objectifs précis
- Le mouvement occitan manque de cadres rompus aux exercices de négociations, de partenariats, d'alliances, de stratégies...
- Montrer de la cohérence : ne pas prendre les décisions à la place des élus
- La Culture d'Oc ne se développera qu'en se confrontant aux autres. Besoin d'enraciner la Culture d'oc dans les territoires OC : voir avec les CdC ; les pays, et la région et à l'inter régional
- Motivations : Que les gens des territoires pensent « oc » dans leur cœur et dans leur propre quotidien
- L'oc : un atout car très local et très ouvert. Il peut répondre aux demande de relocalisation (mon producteur, la poste de mon village etc) : l'Oc peut offrir cette ouverture : savoir articuler et se positionner avec les attentes des gens : cela doit être notre 1ere préoccupation de l'Oc.

3-1 : La politique :

3-1-1 : Les conditions de l'intervention

Dans un contexte de mondialisation et de crainte d'uniformisation, l'intervention politique en faveur de l'occitan (langue et culture) répond à **la nécessité de proposer des repères** et d'envisager une société pluri culturelle qui repose sur des valeurs progressistes d'ouverture et de partage. Cette action ne peut pas se faire « en cachette » ou discrètement, car nous devons répondre aux attentes d'un nombre grandissant des citoyens et nous sommes aussi sous le regard des autres collectivités, des chercheurs, de nos partenaires et des relations européennes ou internationales.

L'action entreprise doit donc être exemplaire, en particulier dans trois domaines :

- **Une ambition affichée**
- **Une cohérence des décisions**
- **La transparence des choix et des mises en œuvre.**

3-1-2 : Les acteurs

La Région occupe la place centrale dans son espace de compétences et prend la responsabilité des initiatives nécessaires. Outre les rapports habituels avec l'Etat et l'Europe, la Région articule son action à trois **échelons institutionnels et géographiques** indispensables que sont :

- les Territoires (départements, pays, communautés de communes, agglomérations)
- Le niveau interrégional de proximité (les autres régions occitanes, l'Espace Occitano – Catalan en développement que d'aucuns appellent leur vœu).

³⁰ Bernard Giacomo est directeur de l'Agence SIRVENTES, ex président de l'IEO

- Le niveau européen, parce que la civilisation occitane recoupe la France, l'Italie, l'Espagne et concerne de nombreux pays.³¹ La langue et la Culture occitane est enseignée dans plus de 90 universités d'une vingtaine de pays.

3-2 Regard sur l'économie : La langue, un catalyseur à l'économie régionale

3-2-1 : A court terme, l'occitan (langue et culture) sera mis **à la disposition** des opérateurs économiques régionaux qui l'utilisent déjà de façon spontanée ou qui souhaitent l'utiliser de façon formelle: tourisme, dénomination/ promotion des produits du terroir, loisirs, sports, communication, culture, ...

3-2-2 : Il nous paraît nécessaire de réaliser des étude – action prospectives³²

- Evaluant le potentiel dans l'économie, de **la référence « occitan, langue et culture »** afin d'engager à moyen terme les actions nécessaires notamment pour les secteurs actuellement non utilisateurs.
- Mesurant le poids et l'impact économique consolidé de la culture OC et de l'emploi direct et induit, resitué par rapport à la culture au niveau régional et au niveau national.

3-3 : Regard sur la vie sociale

Les pratiques socio - culturelles au sens de mode de vie, sont à encourager et à développer, notamment en améliorant **leur visibilité**. Cela concerne en particulier les sports traditionnels (joutes, tambourin, bouvine, pétanque...) mais aussi les pratiques amateurs en occitan (rassemblements régionaux) et plus largement les fêtes populaires et les pratiques associatives.

Des échanges de bonnes pratiques seront encouragés au sein de la région mais aussi de l'inter région à 5 ans et de l'Euro région à 10 ans³³. Voir par exemple le Centre de promotion de la culture populaire et traditionnelle Catalane.

³¹Sources WIKIPEDIA : Aquitaine , Aragon , ,Auvergne, Centre, Languedoc-Roussillon, Limousin, Midi-Pyrénées, Monaco, Piémont ,Poitou-Charentes , Provence-Alpes-Côte d'Azur,Rhône-Alpes ,Val d'Aran , Des enclaves occitanophones ont été créées dans le sud de l'Italie à Guardia Piemontese (La Gàrdia ;au Pays basque espagnol ,en Allemagne (Württemberg), en Argentine,Chili en Uruguay, au Mexique, au Brésil, aux États-Unis principalement dans des états de l'Ouest : Montpellier (Idaho), Oregon, Californie, mais aussi Valdese (Caroline du Nord), Montpellier (Vermont), Monett (Missouri); ainsi qu'en Louisiane dans la région de Baton Rouge de Arnaudville et de Houma où l'on utilise un parler cajun occitan Carte de la Louisiane occitane. Certaines de ces enclaves parlent encore aujourd'hui l'occitan ou utilisent un dialecte local mêlé à de l'occitan.

³² Le Comité Economique et Social Languedoc –Roussillon : www.cr-languedocroussillon.fr, pourrait s'auto saisir et rendre un avis tel celui concernant le Mécénat Culturel rendu en Octobre 2003

³³ Mediterrània. www.tradifiramanresa.com Salon des Spectacles ayant des Racines Traditionnelles est une initiative du Département de la Culture de la Generalitat de Catalogne promue et organisée par le Centre de Promotion de la Culture Populaire et Traditionnelle Catalane et qui compte sur la collaboration et le parrainage d'associations culturelles et sociales de Manresa et de Catalogne.

4/ L' IMPLICATION DU CONSEIL REGIONAL DANS L'ARTICULATION DES EVOLUTIONS SOCIETALES :

Préalable : le Conseil régional doit lancer une campagne de communication vigoureuse pour redresser l'image de la civilisation occitane : **redorer le blason « Occitanie »** en le réinscrivant comme élément constitutif capital de la région Languedoc – Roussillon.

4-1 LA VISIBILITE :

REPOSITIONNER LA C.I.R.D.O.C. au niveau régional, inter régional et Euro régional (Cf développement en document joint)

LES ATTENTES :

De nombreuses demandes se font jour, pour la création d'un véritable lieu ressources – conseil en matière de langue et culture d'Oc, clairement identifié comme Le « service public » .

L' OBJECTIF :

Asseoir les missions du « CIRDOC » et obtenir entre autres services que toutes problématiques occitanes puissent être traitées. A chaque demande une réponse.

LES ACTIONS :

Le Conseil Régional et ses partenaires dotent l'équipement existant de moyens afin de devenir l'organisme de référence et de ressources en matière d'OCCITANITE : Centre de ressources polyvalent :

- Le CIRDOC répondra par des conseils, des conduites, des recours voire des réponses aux attentes, aux demandes et aux initiatives des territoires visant à développer la présence de la culture occitane dans leur toponymie, leur vie associative, leurs organisations publiques comme privées ainsi qu'auprès des particuliers.
- Le CIRDOC utilisera des technologies de l'information et de la communication innovantes en mettant en place un site mondial interactif des connaissances et des savoirs. En déclinant la civilisation occitane et ses valeurs en « hier, aujourd'hui, demain » .
- Le CIRDOC interviendra dans les formations existantes ou à créer, initiales et continues, notamment en direction des techniciens et personnels de collectivités et structures administratives.
- Le CIRDOC abritera un groupe de référents linguistiques et culturels pour suivre et évaluer la portée des changements attendus et la conduite des projets référencés.
- Le CIRDOC développera en son sein un véritable **service animation** à la fois de conseils et d'intervention et de production : expositions, spectacles d'initiation en passerelle avec les créations professionnelles.
- Le CIRDOC abritera un service culturel de renseignements pour tout ce qui intéresse l'Occitan dans la région et au delà : Inter région et Euro Région, en utilisant le site Internet nouvelle génération, facile d'accès, et ouvert sur le monde – voir projet d'encyclopédie libre³⁴ .

³⁴ Voir note de présentation du projet opérationnel de création d'une Enciclopèdia Occitana Luira e Intercativa in « CIRDOC » et annexe

4-2 : LA LISIBILITE :

Cet Organisme de référence « CIRDOC » sera un Centre de formation, d'information et d'orientation de ressources mutualisées à l'interrégional, et plus tard à l'Euro régional. Il oeuvrera dans 3 domaines ; la langue, la culture et la société en s'appuyant transversalement sur la médiathèque devenant pôle associé BNF, sur le portail WEB : Enciclopèdia Occitana Liura è Interactiva et sur un observatoire des pratiques sociales et culturelles.

4-2-1 : DANS LE DOMAINE DE LA LANGUE :

LES ATTENTES :

La création de moyens pour un accès facilité à la langue notamment pour les jeunes et les nouveaux arrivés .

LES OBJECTIFS :

Obtenir que chacun des 2,5 millions d'habitants et des 15 millions de touristes de la région puisse accéder et/ou être sensibilisé à la langue et trouver des réponses adaptées et à proximité.

LES ACTIONS :

- Collecte, et organisation des archivages du patrimoine littéraire : littérature, musique ...
- Gestion du pôle occitan partenaire de la BNF (pôle associé)
- Un service de traduction ouvert aux élus, partenaires et particuliers.
- Un service « dictionnaire encyclopédique » actualisant la langue au monde.
- Un service animation avec mise en place d'initiatives contribuant au développement et à la diffusion de l'occitan dans la société : affichage urbain, travail avec les médias et notamment avec la presse locale, régionale, nationale. Un journal mis en ligne sera réalisé et diffusé largement ainsi que des émissions de Radio Lengua d'oc et de télévision.
- Répertoire les organismes et les acteurs de la transmission linguistique
- Encourager la sensibilisation à la langue et à la culture pour les nouveaux arrivants ; animations spécifiques ou commanditées : expositions, dépliants, kits occitan largement diffusés.
- Propositions d'interventions thématiques dans la formation des enseignants, des personnels des collectivités, des animateurs, des éducateurs, des prestataires de services...

4-2-2 : DANS LE DOMAINE CULTUREL :

LES ATTENTES :

Un besoin fort de professionnalisation dans le domaine de la Culture

LES OBJECTIFS :

Le Conseil Régional contribuera à l'élaboration et au développement d'un « projet d'économie de la culture », un tremplin vers le monde de l'entreprise et créateur d'emplois par la professionnalisation des cœurs de métiers.

LES ACTIONS :

- Promouvoir l'organisation de rencontres artistiques transnationales
- Etre un super office de renseignements culturels en capacité d'informer sur tout ce qui concerne la culture d'Oc grâce au portail Web

- Encourager à la professionnalisation de la culture d'Oc : artistes, techniciens, opérateurs, médias ...
- Elaborer des réseaux et des partenariats pour élargir la diffusion en région et à l'extérieur des territoires en s'aidant des relais d'associations, des collectivités, des institutions et des protagonistes de l'Oc.
- Travailler la problématique de l'élargissement des publics : aux artistes du bassin méditerranéen **et** européens par ex..
- Soutenir l'expérimentation de nouvelles créations pluri culturelles (fédération des moyens humains, matériels, techniques)

4-2-3 : DANS LE DOMAINE ECONOMIQUE :

LES ATTENTES

Comment utiliser l'OC en terme de valeur ajoutée dans une stratégie marketing ?

LES OBJECTIFS :

La région fera la promotion des atouts de l'Occitanie comme une valeur « qualité » aux produits utilisant les spécificités fondamentales : la mer et la montagne, le soleil et la vigne, la nature préservée, la gastronomie, la qualité de vie, la gestion de l'eau et d'un littoral protégé ... A condition d'en jouer sur les critères identifiables d'origine et de culture occitane.

LES ACTIONS :

- Des partenariats seront recherchés avec les chambres consulaires, les organisations professionnelles et les acteurs de l'économie alternative et solidaire. Les initiatives se rapportant à ces nouvelles économies seront encouragées. Une relance de la CEEPOC, transformée serait à envisager en région, inter région puis euro région.
- Labellisation de produits Oc spécifiques et authentiques : le miel, le vin, l'élevage, les fruits, la confiture, les produits de la mer, de la chasse, les produits artisanaux et issus de l'agriculture biologiques ...
- Des formations spécifiques aux terroirs des territoires seront à organisées en partenariat avec les organismes habilités notamment les chambres consulaires, les associations de gestions ET construites à la demande des opérateurs et usagers.

4-2-4 : DANS LE DOMAINE DU TOURSIME :

LES ATTENTES :

Trouver des réponses et des mises en œuvres pour définir comment utiliser la culture d'OC comme une valeur ajoutée (Cf le pays Cathare) et la culture des Troubadours inventeurs d'une nouvelle société de tolérance et de respect des différences ?

LES OBJECTIFS :

Se fixer pour interlocuteurs favoris les prestataires touristiques afin qu'ils s'approprient la culture d'Oc pour accroître la qualité de leurs services et donner une âme nouvelle à leur cœur de métier.

LES ACTIONS :

Offrir aux acteurs du tourisme des informations et des formations spécifiques à l'histoire, à la langue et à la culture – civilisation – occitane

4-2-5 : DANS LE DOMAINE DE LA CREATION ET DE L'INNOVATION TERRITORIALE :**LES ATTENTES :**

Jouer des atouts d'accueil et de convivia de la Région pour promouvoir une nouvelle utilisation de la langue et de la culture d'Oc comme valeur de création et d'innovation tant comportementale qu'artistique.

LES OBJECTIFS :

Faire connaître la culture et les valeurs de la civilisation occitane

LES MOYENS :

- L'accompagnement des porteurs de projets
- Le développement de la formation : animation, langue, littérature, arts et lettres occitanes ...
- La sensibilisation à l'histoire et à la culture : troubadours, cathares, religion, patrimoine...
- L'encouragement aux initiatives créatrices singulières.

4-2-6 : DANS LE DOMAINE DE LA COMMUNICATION :**LES ATTENTES :**

- Une large campagne pour redresser l'image de la civilisation Occitane
- Un accès facilité aux médias parlant la langue au sein de la culture d'Oc.

LES OBJECTIF :

L'accès à la culture pour tous est un droit. Chacun peut entendre, parler, lire ou comprendre la langue et la culture d'Oc.

LES MOYENS :

- La formation de professionnels de la communication sera intégrée dans un programme inter régional de stages et de séminaires en partenariat avec les sections socio linguistiques des universités, des laboratoires de recherche, Université Paul Valéry et CNRS, et des écoles de journalisme (CNJ) et des collectivités (CNFPT / ENACT)
- La création d'un réseau de radios d'expression occitane (émulation et non concurrence). La réattribution par le CSA en 2006 de fréquences FM est une chance à saisir. Le Conseil régional devra soutenir les opérateurs
- La réalisation d'émissions TV sur les chaînes existantes ou à créer notamment en utilisant INTERNET (Cf TV Oc), le câble, le satellite, la canal hertzien devront être encouragé.
- Le soutien apporté aux revues et aux bulletins, aux échanges électroniques, aux journaux de la presse écrite, à la création de site internet avec traduction systématique en occitan.

4-2-7 : DANS LE DOMAINE DES MEDIAS : RADIO et TV

L'enquête La croix - le point publiée par la SOFRES en Janvier 2005 montre que l'intérêt pour les médias ne faiblit pas : 72% mais les taux de confiance / méfiance restent proches et les indices taux d'écoute restent assez faible.

A la question : « Les évènements se sont ils passés comme décrits ?

- Dans la presse écrite : 48% de confiance et 44% méfiance
- En radio : 53% de confiance et 43% méfiance
- En TV : 45% de confiance et 54% de méfiance

4-2-7-1 : LA PRESSE EN OC ? 86 REVUES TEMOIGNENT d'UNE BELLE VITALITE !

A l'instar des autres médias la langue et Culture OC ne fait pas l'objet de traitement particulier dans la presse locale régionale et nationale. Les manifestations publiques à vocation artistiques et culturelles voire éducatives sont traitées efficacement et en fonction des spectateurs présents.

Comme questionne Sergi Granier : comment souhaiter une place dans des médias écrits grand public quand le grand public est analphabète et en plus connaît très inégalement la langue ? La place dans des quotidiens grand public ne peut donc pas être celle du français "en petit" : il faut qu'elle remplisse aussi un rôle 1) pédagogique, de familiarisation et d'apprentissage de la langue 2) d'alphabétisation (de familiarisation et d'apprentissage de son système d'écriture) 3) et qu'elle soit attractive et intéressante.

Nous avons principalement relevé :

- VIVRE en Région Languedoc Roussillon est tiré à **1 150 000 exemplaires**. Ce journal de la région, est distribué dans toutes les boîtes à lettres de la région et dans tous les lieux publics . Il comporte une page en occitan et une en Catalan (bilingue) . site www.cr-languedocroussillon.fr.
- LO JORNALIER AUDENC : Institut d'Estudis Occitans³⁵ édite une lettre d'information par internet . Inscription gratuite : ostal.sirventes@Wanadoo.fr
- "LA MARSEILLAISE" publie chaque semaine une demi page intitulée "Mesclum", entièrement en occitan, très variée et d'excellente qualité.
- SEMAINE DU MINERVOIS : Chronique « Papierèot menerbès »
- Le quotidien « **L'Indépendant** » publie chaque dimanche une chronique, "Caireforc Occitan" depuis plus de 30 ans sous la plume alerte de Sergi Granier dans les pages "Narbonne" de l'édition "Narbonne- Lézignan- Port La Nouvelle- Littoral". Environ 3000 signes, en occitan ou en français ou les deux, selon l'opportunité, soit information, soit réflexion davantage "chronique" ou "billet d'humeur", etc.
- **SETMANA**³⁶ : Le seul hebdomadaire généraliste publié en Occitan depuis mai 1995. 530 Nos parus et 1200 numéros vendus par semaine (abonnement + kiosque). En général sur un hebdo de ce genre, il convient de compter de 2 à 3 lecteurs par exemplaire, ce qui porterait à 4000 lecteurs / semaine. Ce journal traite de l'actualité en oc, même si nous attachons une attention particulière à l'occitan. La plupart des sujets traités sont d'une autre nature.
- **AUDE EN OC** revue lancée par le Conseil général de l'Aude en Juillet 2005. Deux Numéros parus et tirés et diffusés à 2000 exemplaires. Ce Journal est l'émanation intellectuelle et rédactionnelle des occitanistes et l'émanation financière du Conseil général de l'Aude dans la mesure où c'est la lettre thématique Oc du CG, supplément à leur Perspectives. la situation de Aude en Oc est atypique³⁷.
- **OCCITANIA** : revue du « Partit Occitan » paraît tous les deux mois. Déjà 143 Nos de parus avec un tirage de 1000 exemplaires. Le lectorat est évalué par les responsables à environ 1200 personnes dans la mesure où nous savons que le journal est lu dans certains cas par plusieurs membres d'une même famille et que certaines associations sont également abonnées.
- **HAR FAR** : la revista de l'Occitània qui bolèga : revista trimestriau : 34 Nos parus³⁸ revue créée en 1992 par le mouvement de la gauche révolutionnaire occitane. 500 lecteurs/No.

³⁵ **L'IEO-Aude** fédère des structures locales: Cercles Occitans (Païs de Carcassona, Narbona, Beluga de Limós, Esperasan, la Redòrta, Quercòrb), Fasètz la Lenga en Cabardès...

³⁶ SETMANA : VISTEDIT BP 486 – 64234 LESCAR Cedex. Tel 05 59 77B97 59 : Courriel : vistedit@wanadoo.fr

³⁷ Sources Alan ROCH délégué IEO 11

³⁸ Har/Far : Fronton deu Hedas, 2 còsta de la Hont, 64000 Pau ;site : www.anaram.org

- **86 REVUES** éditées en Occitan ou traitant de l'OCCITANIE : langue et Culture ³⁹ sont recensées au CIRDOC – voir **fiches individuelles de présentation en annexe** - Cette profusion d'éditions prouvent la vitalité de cette Culture et mérite un affichage grand public via le CIRDOC et les médias d'une manière générale. Une mise en ligne sur le portail WEB d'Enciclopèdia Occitana liura è Intercativa paraît vraiment nécessaire.
- **L'Université Paul Valéry de Montpellier**⁴⁰ sur <http://publications.univ-montp3.fr/+lengas> publie 2 revues spécialisées, reconnues et diffusées mondialement :
 - Langues Romanes : Un numéro par an composé de deux ensembles de 150 à 300 pp chacun. Tirage moyen autour de 400 et le nombre d'abonnés de 350. La première livraison de la revue est datée d'octobre 1870, on pourrait fêter le 135e anniversaire.
 - *Lengas* qui existe depuis 1977. Tirage 500 ex avec 2/3 d'abonnés Sommaire des derniers numéros Le tirage doit être autour de 500, avec 2/3 d'abonnés.

A NOTER que le Conseil Régional⁴¹ prépare une convention avec les groupes de presse régionaux (Les Journaux du Midi, La Gazette, La Dépêche, La Marseillaise/L'Hérault du Jour, Lozère Nouvelle...) par laquelle la Région, dans le respect de la ligne éditoriale de chaque titre, participerait à l'achat de milliers de journaux mis à la disposition des lycéens et des équipes éducatives. Objectifs : défendre le pluralisme, aider la presse régionale, permettre l'expression de la jeunesse dans ses colonnes... Ce projet nous apparaît comme de bon augure pour élargir les publics et les partenariats.

4-2-7-2 : Les RADIOS EN OCCITAN OU PARLANT DE L'OCCITANIE :

La Problématique « radios » en général et parlant de l'Occitanie en particulier n'est pas spécifique à la région. L'audimat règne en maître et les radios commerciales uniformisent la culture diffusée. De plus les fréquences de la bande FM sont affectées par le C.S.A qui paraît soucieux de respecter les parts de marchés et s'assurer d'une réelle diffusion. La question des radios associatives restent donc posée : Comment créer un réseau, avec quels moyens, quels matériels, quels professionnels... ? En sachant que le public est de plus en plus volatile et zappeur en fonction de son intérêt immédiat. (1ere : NRJ=12,3%, France Inter = 9,5%, Chérie FM = 5,9%)⁴²

Depuis 2004⁴³, nous pouvons observer en France un véritable engouement pour les **web radios** : **en un an, le pourcentage de radionavigateurs a augmenté de 15%** ; et au cours du dernier trimestre 2004, un étudiant sur quatre a écouté une radio en ligne, contre un sur cinq en 2003.

Ce développement des web radios coïncide sans conteste avec la généralisation du haut débit (48% des foyers possèdent Internet - Médiamétrie juin 2004). Mais les raisons sont également culturelles : la télévision est quasi omni-présente dans la société actuelle. Face à cette déferlante d'images, le public a de plus en plus besoin de textes et de sons pour comprendre. **Internet réussit cette alliance. Il offre un deuxième souffle aux radios traditionnelles** qui l'ont bien compris et proposent plus de contenus riches et diversifiés, innovants, inventifs, sous de nouveaux formats, proposant des écrits complémentaires aux sons.

La première à oser se lancer dans l'aventure fut la chaîne de télévision franco-allemande Arte. En effet, en mars 2002, elle investit dans une « radio sur la toile », au slogan percutant : « Ecoute Arte radio, c'est ton patron qui paie ». Dans le but d'attirer un auditoire plus large, et rajeunir l'image de la chaîne télé. A l'heure actuelle, avec près de 1500 connections par jour, soit une augmentation de 130% en 2003, <http://www.arteradio.com> est devenue une référence en matière de web radio. Avec une programmation riche et éclectique elle a atteint ses objectifs et réussi à conquérir la génération des 15-35 ans, alors que le téléspectateur d'Arte a en moyenne 50 ans...

³⁹ Liste établie par Pierre Costa, animateur spécialisé, Gilles et Françoise Bancarel Documentalistes spécialisés au CIRDOC

⁴⁰ Sources Marie Jeanne Verny, département d'occitan université Paul Valéry Montpellier, Secrétaire adjointe de la FELCO (Fédération des Enseignants de Langue et Culture d'oc). La FELCO est hébergée sur le site de son association académique le CREO de Toulouse : www.creo-mp.org

⁴¹ Annonce du président G Frêche lors de la signature de la convention Région FRANC. LR 3 Octobre 2005

⁴² Sondage 126 000 radios Médiamétrie Septembre – Octobre 2005

⁴³ Article Julie Bailleul - ANIS - Avril 2005

Les premières radios « pirates » c'est à dire clandestines et illégales apparaissent dans la région dans les années 1976 / 1978 et notamment Radio Occitania Narbona disparue **prématurément**, ou plutôt passée à la **francophonie**.

A ce jour, **France Bleu Hérault** diffuse depuis 2 ans, 3 fois par jour un « papier » de 2 minutes sur un mot occitan confié à un journaliste « pigiste » et sur les 35 radios associatives référencées, seules, Radio Lengadoc Narbona et Radio Lengad'oc Montpellier-Son e Resson émettent en permanence et 24 h / 24 et majoritairement en occitan.

Radio Lengad'oc Montpellier *Une Radio du Nord ...de la Méditerranée* (créée en 1999, budget annuel de 100 000 € hors locaux) peut prétendre à devenir tête de réseau eu égard à son expérience, notamment interrégionale⁴⁴ à son professionnalisme, (5 salariés) à son studio principal opérationnel et sa reconnaissance dans le paysage audio visuel local : *Une radio avec qui compter*. Le CSA ne s'y est pas trompé en leur ayant déjà attribué 5 autorisations temporaires, mais les privant du même coup des fonds FSER. Seule Radio lengadoc Narbona bénéficie d'une fréquence permanente et du fonds de soutien.

À la radio : dans le Narbonnais : possibilité d'écoute sur

- Radio-Lenga d'Òc-Narbona 95,5 mhz
- sur RCF-Pays d'Aude : Dejós ma . nèstra, le lundi à 8h03 et le mercredi à 18h15
- Als 4 Vents, le dimanche à 8h30.
- France-Bleu, en Ondes moyennes, le samedi à 12h.

Sur internet : Vous pouvez écouter des radios :

- Ràdio Lenga d'Òc (www.radiolengadoc.com),
- Ràdio País (www.radio-pais.com),
- Ràdio Occitania (www.radio-occitania.com).

• PROPOSITIONS : MALHUM RADIOFONIC OCCITAN⁴⁵

Créer RESEAU RADIOPHONIQUE OCCITAN EN LANGUEDOC ROUSSILLON

Objectif: Présenter une offre radiophonique occitane permanente à l'ensemble de la population, et sur l'ensemble du territoire, pour qu'à tout moment et sur tous les points de l'espace régional, chaque habitant ou population de passage puisse se brancher sur une fréquence occitane.

Enjeu : Faire vivre un présent quotidien en occitan

- Construire un avenir professionnel dans les médias occitan
- Préparer un futur médiatique occitan

La radio est la première étape d'un développement audiovisuel.

Ce média souple, relativement simple à mettre en œuvre, permet de toucher un public très large, d'établir une relation concrète entre la dynamique occitane et la société. Par son action d'enregistrement, de production, de réalisation, c'est un lieu de collectage de la mémoire sonore. Enfin c'est un lieu de formation, d'intégration notamment de la jeunesse à la vie adulte et un lieu de préparation à l'étape télévisuelle.

⁴⁴ Voir les émissions quotidiennes en direct 6h/jour lors de l'Estivada de Rodez avec Radio País (Béarn Aquitaine), Radio Occitane (Toulouse) et le journal la SETMANA. Diffusion sur chacune des fréquences + Web

⁴⁵ Bruno CECILLON, directeur de Radio Lenga d'Oc - Son e Resson Occitan 16 Octobre 2005

2006 : planification par le CSA des fréquences en Languedoc Roussillon

Structuré autour de Radio Lenga d'Oc Montpellier, tête de réseau, la mise en place d'un maillage radiophonique occitan en Languedoc Roussillon est **un enjeu immédiat**. En effet, à échéance du 10 mars 2007, 65 % des fréquences attribuées (hors réseau Radio France) doivent être renouvelées pour 15 ans. Début 2006, le CSA lance l'étude de planification des fréquences. La détermination des collectivités à soutenir, dès à présent, un réseau radiophonique occitan en Languedoc pèsera de façon déterminante dans les décisions du CSA et dans les arbitrages que les neuf "sages" auront à établir entre les projets commerciaux, associatifs, locaux et nationaux.

Radio Lenga d'Oc Montpellier, tête de réseau

L'expérience et la pratique de Radio Lenga d'Oc à Montpellier montre que cette équipe est compétente pour structurer, faire vivre et développer un réseau radiophonique occitan régional. Celui-ci pourrait préfigurer un réseau inter régional pan occitan avec les autres radios occitanes de Midi Pyrénées et Aquitaine (cf expérience de diffusion commune depuis Estivada Rodez 2005)

C'est un projet :

- **cohérent** avec la pratique radiophonique de Radio Lenga d'Oc
- **légitime** au regard de l'expérience acquise.
- **techniquement réalisable** du fait de la maîtrise des outils radiophoniques, informatiques.
- **nécessaire** au regard de l'absence quasi totale de programmes occitans sur la bande FM.

Radio sur internet : Ouverture sur le monde

La mise en place d'un réseau radiophonique hertzien est compatible avec la diffusion sur internet. Depuis mars 2001, Radio Lenga d'Oc en fait la preuve en diffusant sur le net tous ses programmes, 24h / 24. C'est la fenêtre internet ouverte qui nous a permis de continuer à exister quand la porte de la bande FM nous était fermée !

Conclusions :

- Le vrai défi est de produire, réaliser un programme radiophonique complet 24h / 24.
- Sa diffusion peut se faire par mode hertzien et / ou internet. C'est seulement une question d'équipement, de personnel, de moyens financiers, et pour la diffusion hertzienne, d'autorisation du CSA.
- Les deux modes se complètent. Ils sont cohérents et nécessaires dans notre société contemporaine qui se pose dans une dualité locale et planétaire.
- La technique internet facilite la multiplication des diffusions hertziennes locales (en attendant d'avoir un canal satellite !) tout en permettant à n'importe quel internaute de se connecter.

Budget Annuel Fonctionnement, Diffusion

DEPENSES		RECETTES	
Tête de réseau Radio Lenga d'Oc Montpellier	200 000	Fond Soutien Expression Radiophonique	100 000
Studios locaux		Aides à l'emploi	50 000
Béziers	50 000	Région LR spécifique	150 000
Nîmes	50 000	Collectivités Départ / Ville	120 000
Carcassonne	50 000		
Radio Lenga d'Oc Narbonne	60 000	Produits propres	10 000
Relais de diffusion TDF Piemont Cévennes Lozère	60 000	Partenariat Convention FRANC LR	40 000
TOTAL	470 000 €	TOTAL	470 000 €

Equipement : 150 000 € d'investissement

Pour les studios de Montpellier et Narbonne une partie de l'équipement à été réalisée ,puisque les studios sont opérationnels .C'est donc un complément (matériels informatique , reportage..) à apporter pour s'adapter à la mise en réseau et établir les liaisons entre les différents studios.

- Pour Béziers, les studios existent et sont partiellement équipés.
- Pour Carcassonne, Nîmes et la Lozère, les potentiels existent ,il faut les mettre en oeuvre.

PRECONISATIONS : Développer les émissions en occitan sur INTERNET

En 2006 :

- Soutenir en la renforçant l'action des radios Associatives et notamment Radio Lengadoc selon les termes de la convention Conseil régional – FRANC .LR.
- Favoriser l'accès aux émissions déjà réalisées : archivage – via le CIRDOC et la bibliothèque de l'enciclopèdia occitana liura è Intercativa
- Créer des émissions spécifiques à la demande – reportage

Dans les 5 ans ;

- Créer un réseau de radio en langue d'Oc audible sur toute la région avec des antennes à Carcassonne, Castelnaudary, Béziers , Nîmes Montpellier, Mende et Perpignan
- Promouvoir la diffusion des émissions en hertzien ET par Internet en diffusion mondiale
- Mettre en place des partenariats en Inter région à l'instar de l'Estivada de Rodez

Dans les 10 ans :

- Créer un réseau de radios en langue d'Oc au niveau de l'espace Occitano Catalan

Point de vue des organisations Occitanes représentatives en Inter-région⁴⁶

Pour une radio et une télévision en occitan : Volèm una radio e una television en occitan :

la situation de l'occitan dans l'audiovisuel est une situation tristement unique en Europe.

Dans l'Union européenne, il n'existe aucune langue dite « régionale » qui, avec plus d'un million de locuteurs, n'a pas sa télévision et sa radio publique. Il existe en effet des chaînes de télévision publiques en gallois, en catalan, en basque en galicien...mais en France rien pour l'occitan !

La radio publique ne fait pas mieux que la télévision. Il n'y a que quelques minutes par semaine sur quelques antennes locales de Radio France.

France Télévisions, avec sa chaîne France 3 n'a pas évolué depuis 25 ans. C'est à peine si l'on obtient une heure de programmes par semaine en faisant la somme de ce qui est diffusé sur les deux régions de Midi-Pyrénées et de Marseille. La plupart des téléspectateurs des régions occitanes ne peuvent même pas bénéficier d'une minute dans leur langue.

Une politique de promotion de la diversité linguistique et culturelle appelle la création d'une chaîne publique de télévision en occitan. La radio publique doit elle aussi pleinement assurer la diffusion de véritables programmes en occitan.

Le retard de la France en ce domaine est énorme.

⁴⁶ Institut d'Estudis Occitans, Calandreta, FELCO, Òc-Bi, Conselh de la Joventut d'Òc Co organisateurs de la manifestation nationale du 22 Octobre 2005 à Carcassonne **Anem! Per la lenga occitana, òc!**

La technologie du numérique a ouvert des possibilités nouvelles. Il n'y a pas d'obstacles techniques. Le service public ne peut ignorer la langue occitane car cela représente un potentiel énorme dans le domaine de la création. Pourquoi ne pas s'en servir.

Il faut en finir aussi avec l'idée que c'est aux collectivités de payer ces émissions et ces programmes. Les collectivités peuvent apporter leur soutien mais dans l'état actuel des choses il n'est pas normal de faire payer les régions pour que le service public remplisse la mission qui est la sienne : se mettre au service du public dans sa diversité.

L'aide à la présence de l'occitan dans l'audiovisuel, passe aussi par le soutien aux opérateurs privés (radios et télévisions) qui souhaitent participer à cet effort en faveur de l'occitan. Une politique de soutien et de promotion de l'occitan passe aussi par l'audiovisuel.

Volèm una radio e una television en occitan !

ACTUALITE : LA REGION AGIT, une 1ERE en France⁴⁷ (voir texte en annexe)

Le 3 Octobre 2005, une Convention a été signée par le Président du Conseil Régional G Freche et la fédération des radio associatives (FRAC-LR) en présence d'un représentant du CSA , Ceci est de bon augure vu que les fréquences seront réattribuées d'ici au 10 mars 2007. Dans cette Convention **l'aide financière régionale s'élève globalement à 200 000 € et pourra être doublée l'an prochain**

EXTRAITS : Les 35 radios associatives existantes en région, acquis démocratique des années 70 et 80, sont aujourd'hui menacées de disparition, et ce au moment de la remise à plat de la bande FM où nombre de fréquences sont convoitées par les grands groupes commerciaux. Cette convention contractualise le soutien de la Région à la FRANC-LR et aux radios associatives régionales s'impliquant dans la production et la diffusion de messages d'information, l'organisation de débats sur les problématiques notamment liées aux jeunes. La Région procède également à des aides à l'investissement et constitue, avec ces radios, une mémoire immatérielle régionale, c'est à dire un fonds radiophonique. La Région souhaite notamment que soit engagé un travail sur la mémoire d'immigrés, la mémoire des républicains espagnols...

Au titre de la pluralité linguistique, la Région aide les radios défendant la langue occitane et la langue catalane afin qu'elles soient diffusées sur les ondes.

Exposé liminaire: Le Conseil régional souhaite contribuer au développement du tiers secteur de la communication audiovisuelle et à l'amélioration d'une communication citoyenne qui constitue un **enjeu essentiel** du **développement local et culturel**.

Dans ce contexte, il porte une attention particulière aux services radiophoniques associatifs non commerciaux, héritiers du mouvement des " radios libres ". Ces médias, bien que ne disposant que de moyens de financement limités, assument une mission de lien social essentielle aux populations, sont un vecteur d'information de proximité et porteur **d'une identité de territoire**. La loi sur l'audiovisuel leur a reconnu ces fonctions et les a identifiés comme " remplissant une mission de **communication sociale de proximité** ".

Ce soutien régional se décline autour de trois axes :

- une aide à l'investissement
- une aide à l'investissement pour les radios adhérentes à la FRANC-LR ou au CNRA
- une aide à la production radiophonique :

Des magazines en langue occitane et catalane, en plus du français, pourront être proposés comme thématiques par le Conseil régional.

⁴⁷ CF en annexe : dossier de presse du 3 Octobre 2005 : une 1ere en France : une convention a été signée par le Président du Conseil Régional G Frêche et la Fédération des radio associatives (FRANC-LR)

Lesdits éléments de ce programme pourront être exposés et mis à disposition des radios, comme du public, à partir du **site web de la FRANC-LR**. Ils seront libres de droit pour une utilisation privée et soumis aux seules obligations suivantes pour les usages publics : utilisation non commerciale, citation des auteurs, respect de l'intégrité de l'oeuvre, déclaration de diffusion à la SCAM où ils seront déposés. Ils seront également disponibles sous les mêmes conditions, sans limitation de durée, pour une intégration au **site web du Conseil régional**.

Le soutien aux radios libres et indépendantes valorisant les langues régionales : Les radios défendant la langue catalane et la langue occitane feront l'objet, au titre du soutien du Conseil régional à la pluralité linguistique, d'une aide annuelle spécifique. Des demandes de soutien annuel devront être déposées par ses associations auprès de la Direction de la culture et du patrimoine. Le montant maximum de l'aide annuelle attribuée sera de 40 000 euros T.T.C (quarante mille euros, toutes taxes comprises).

4-2-7-3 : TELEVISION : PLACE DE L'OCCITANITE ?

Le rêve d'une télévision « OC » reste grande chez les Occitanistes . Ces revendications perdurent sans qu'aucun projet ne parvienne à voir le jour, hormis OC.TV diffusée sur Internet

Le Futur est ici : et si on le faisait ? s'est interrogé Jacmé GAUDAS⁴⁸ lors de la Consulta Régionala des 3 & 4 Septembre au Conseil Régional

Il n'est pas évident d'impliquer la Société car les »OC ont peur de l'argent . mais nous devons être en prise avec la Société dans son ensemble et ne pas rester entre soi. Etre Occitan c'est être plus intelligent . Nous avons besoin de formation professionnelle pour 8 à 10 vrais journalistes professionnels / an et qui parlent OC et non l'inverse.

En ce domaine – télévision- la culture Occitane entre dans les mêmes problématiques culturelles générales.

- La télévision représente un "moyen de connaissance" pour 53% des personnes interrogées et un "divertissement" pour 53% également. 12% la définissent comme "une dépendance", 8% comme "un esclavage" et 5% comme "un refuge". (sondage CSA)
- 53% de sondés se disent insatisfaits de la TV, selon le 2e baromètre Têlêrama/Sofrès "Les Français jugent la télévision" et Pourtant, les Français regardent pas moins de 3 heures et 24 minutes par jour en moyenne cette télévision qu'ils décrient.
- Selon un autre sondage CSA-La Croix-Arte paru mardi, trois Français sur quatre (74%) se disent prêts à se passer de télévision, mais seulement... pour une période d'une semaine à un mois.
- A la question de savoir quelle chaîne correspond les plus aux attentes, la chaîne Arte arrive en première position avec 21% (+ 4 points par rapport au 1er baromètre), talonnée TF1 avec 20% (+1 point). Suivent France 2 (13%), France 3 et M6 à égalité (11%) puis Canal+ et France 5 à égalité (10%).
- 59% des sondés estiment que le niveau de la télévision est "moins bon qu'avant", 38% le jugent "meilleur qu'avant" et 3% sont sans opinion.
- 60% perçoivent des différences entre les chaînes du service public et les chaînes privées. Pour 54%, cette différence réside au niveau des programmes, pour 22% au niveau du volume

⁴⁸ Au départ , envie de faire quelquechose en terme de décentralisation culturelle et d'Occitanie au moyen d'une télévision en nouvelles technologies et diffusée sur le Web . Création d'une association mais les partenaires restaient méfiants, donc création d'une société. Implication dans des actions militantes avec Claude Sicre, la ligne Imaginot selon la posture Felix Castan en 3 langues : Français, Occitan et Anglais

Les télévisions locales ⁴⁹ représentent un enjeu important pour l'évolution de notre paysage audiovisuel. A la différence de bon nombre de pays, notamment européens, la France n'est pas parvenue à développer un maillage de son territoire par des chaînes de proximité. Les chaînes locales demeurent peu nombreuses et surtout dans une situation économique et financière fragile.

Alors que notre pays aborde une nouvelle étape en matière de décentralisation, le dossier de la télévision locale devient plus que jamais d'actualité. Aujourd'hui, le poids des chaînes de proximité demeure marginal et de très nombreux Français ignorent l'existence même de télévisions locales de plein exercice ; ils ne connaissent que les décrochages de *France 3* et éventuellement ceux de *M6*. Cette absence de notoriété s'explique par l'histoire de notre paysage télévisuel, qui s'est construit sur un schéma excessivement centralisé. **Si cette situation devait perdurer, elle nuirait à l'essor d'une véritable démocratie de proximité** car, outre ses missions d'information, **la télévision locale a vocation à constituer un forum de la citoyenneté et un espace d'interactivité.**

Au cours des dernières années, plusieurs études sociologiques et enquêtes d'opinion ont montré que les téléspectateurs souhaitent davantage bénéficier d'informations de proximité. **Plus s'approfondit la mondialisation**, plus les nouvelles technologies de l'information et de la communication permettent à chacun d'être informé en temps réel de ce qui se déroule partout sur la planète. **Plus les hommes éprouvent le besoin** de se sentir davantage insérés dans la vie de leur quartier ou de leur région, plus ils ressentent le besoin de **retrouver leurs racines et leur identité culturelle**. Ce phénomène d'affirmation simultanée du global et du local a même conduit certains analystes à forger le néologisme de « glocalisation »⁴.

Les langues régionales sont aujourd'hui relativement peu présentes à la télévision. Certes, France 3, dont le cahier des missions et des charges dispose qu'elle doit « contribuer à l'expression des principales langues régionales parlées sur le territoire métropolitain », a diffusé en 2001 un total de 340 heures en breton, alsacien, corse, provençal, basque, catalan et **occitan**. Mais, alors même que ces langues bénéficient d'une reconnaissance accrue dans les régions d'origine et sont davantage enseignées dans les écoles, collèges et lycées, l'effort du service public ne permet pas de répondre à toutes les demandes.

L'accès aux émissions en langue minoritaire ou étrangère n'est possible aujourd'hui que via le câble ou le satellite. Une diffusion de tels programmes sur des canaux hertziens terrestres rendrait cet accès plus facile et moins coûteux et ne pourrait que contribuer à une plus grande reconnaissance des cultures et à une meilleure compréhension entre les peuples.

De manière générale, les chaînes locales peuvent donner plus facilement la parole à des groupes de population souffrant d'une certaine forme de marginalisation sociale et économique (immigrés, handicapés, chômeurs...) et ayant un accès réduit aux médias nationaux. Elles **peuvent ainsi favoriser l'intégration et la diversité culturelle.**

Le volume de diffusion régionale de *France 3* ayant atteint 11 540 heures en 2001, les émissions en langue régionale ont représenté globalement 3% du temps d'antenne, ce taux dépassant 20% en Corse.

Au sein du secteur associatif, de nombreux acteurs, face à la difficulté d'accès au mode de diffusion hertzien ou par câble, ont opté pour la mise en ligne des contenus locaux sur différents sites ou banques de données. La rediffusion de ces contenus est le plus souvent gratuite. **La création d'une chaîne locale sur l'Internet n'est pas subordonnée à la disponibilité d'une fréquence hertzienne ou à l'existence d'un réseau câblé. Dès lors, ce support peut paraître extrêmement favorable à l'éclosion de très nombreuses télévisions de proximité**

⁴⁹ Quelles perspectives de développement pour les télévisions locales –rapport au 1^{er} Ministre Mai 2003 – voir synthèse en annexe

○ OCCITAN à la Télévision

Sur les chaînes publiques régionales, seules les stations de F3 Sud (Toulouse) et de F3 Méditerranée (Marseille) présentent quelques programmes mais avec deux stratégies différentes, et une présence nettement supérieure sur F3 Méditerranée

Dans les autres régions Occitanes, et malgré les protestations comme en Auvergne, les manifestations en faveur de l'Occitan ne représentent rien sur les télévisions de service public régional.

sur France-3-Sud :

- Jornalet tous les samedis
- 19h15 ; magazine Viure al país, le dimanche à 11h28 (en alternance avec le magazine catalan)

Le cahier des charges de FR3 étant des plus succins, seul un partenariat avec les collectivités, les médias et les associations appuyés sur des événements et émissions intéressant le public (loi de l'audimat) sera de nature à faire bouger les choses. Nous avons relevé aussi qu'il s'agissait de problème d'hommes et de femmes⁵⁰

○ TV sur INTERNET ?

Les télévisions publiques et privées existantes représentent de très lourds investissements et sont dépendantes des sondages. Les lourds budgets nécessaires dépendent du nombre de téléspectateurs, qui attirent les annonceurs. Si ARTE est donnée pour comme la chaîne préférée des Français, TF1 continuent de caracoler en tête de l'audimat.

Aussi à l'instar des pionniers, de nombreux opérateurs utilisent déjà les nouvelles technologies de l'information pour diffuser sur INTERNET des émissions diverses et variées.

Avantages : outre les faibles coûts, le pouvoir d'être diffusé mondialement et surtout de répondre aux demandes de plus en plus précises de pouvoir accéder comme et quand on veut à un programme précis. Exemple : une école veut visionner aux horaires ad hoc une émission sur l'écobuage en Pyrénées ou sur Félix Castan ou sur l'épopée Cathare ou sur le concert des Massiliahs ... Pour mémoire, nous avons été étonnés que l'inauguration du CIRDOC diffusée sur OC-TV, ait généré autant de contacts des 5 continents !

Dans le cadre du projet de PORTAIL Web – enciclopèdia occitana liura e intercativa, nous préconisons à la fois de relayer la diffusion d'émissions radio et télévision mais aussi et surtout d'être « passeur libre des mémoires vives » en accédant par liens partenariaux avec les archives des radios et télévisions existantes tel Radio Lengad'Occ, et/ou OC-TV, VO Langue ou FR3 par ex.

⁵⁰ source : rapport au 1^{er} ministre **QUELLES PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT POUR LES TELEVISIONS LOCALES ? – Mai 2003** Sur le plan légal, France 3 (de même que RFO dans les DOM-TOM) dispose d'une grande latitude pour ouvrir ou modifier des décrochages locaux, sans qu'aucune modalité soit définie dans son cahier des charges. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel ne dispose d'aucune compétence en la matière. France 3 a passé, jusqu'à présent, une dizaine de conventions avec des régions concernant le financement d'investissements (équipement de rédactions locales par exemple) et le soutien à des productions régionales.

- **OC-TV :** Créée à Toulouse en 1999, OC-TV.net est la première plateforme TV Web en France. Indépendante, elle produit et diffuse quotidiennement des programmes pluriculturels, sur différentes thématiques (infos, arts & cultures, économie, société...). Avec plus de 500 000 pages vues mensuelles OC-TV maîtrise toute la chaîne de développement de web TV (production audiovisuelle, encodage, streaming, live, VOD, rich media, ...).
- **«VO LANGUES » :** Une réussite qui existe en OCCITAN : VO est une chaîne dédiée aux langues et à la connaissance des civilisations et des cultures. Tous les documents de VO sont diffusés en version originale et « mettent en scène » exclusivement des locuteurs natifs. A noter qu'elle existe en occitan .

Quatre types d'émissions permettent d'accéder pour une même langue à une palette de niveaux, de registres, de thèmes et d'accents.

VO est un réservoir de ressources pédagogiques pour les enseignants mais également un lieu d'auto apprentissage pour les étudiants qui pourront s'entraîner à la traduction ou à la compréhension grâce aux documents d'accompagnement : transcriptions, traductions, résumés, bibliographies...

Plus généralement VO constitue une banque d'informations pour tous ceux qui sont curieux de littérature, de géographie, d'ethnographie...

- **In situ :** In situ donne à entendre des témoignages enregistrés sur le terrain qui mettent l'accent sur une culture et nous font voir du pays...
- **Rencontres :** Rencontres, permet d'écouter des personnalités : auteurs, poètes, artistes, historiens... qui parlent de leurs œuvres, de leur expérience, de leur savoir...
- **Lectures :** Lectures est une émission où l'on écoute des textes de littérature, de poésie ou des chansons interprétés par leurs auteurs ou par des locuteurs natifs.
- **Voix OFF :** Voix off présente des documents sur des thématiques précises dont le commentaire, décliné dans plusieurs langues, aborde un champ lexical particulier : Histoire de l'art, météorologie...

VO Langues fait partie du bouquet CANAL U, la Web télévision de la communauté Universitaire. A travers un bouquet de 11 chaînes , étudiants, enseignants et grand public et accés a des programmes audiovisuels enrichis de documents pédagogiques VO Langues est dédiée aux langues et a la connaissance des civilisations et des Cultures (Université de Toulouse) www.canal-u.education.fr

- Plusieurs TV WEB sont déclarées existantes : Web Tv de la CCI de Sète- Frontignan- Mèze Cette web tv flash et interactive propose l'actualité en vidéo du bassin de Thau : informations économiques mais aussi culturelles et touristiques. Retrouvez notamment les Mag de Fiest'à Sète.
- Action Web Tv : est une télévision diffusée sur le Web et les satellites : ASTRA et HOT BIRD, elle propose aux internautes des interviews, des news, des reportages vidéos en différés et en directs sur la région du Languedoc Roussillon avec la technique à haut débit satellitaire d'AT-SKY..
- **Journal TV en occitan :** La BTV (Barcelona Televisió) diffuse chaque semaine un journal télévisé en occitan appelé « Inf'òc ». Ces émissions de la télévision catalane sont tantôt en gascon, tantôt en languedocien. La zone de diffusion couvre **Barcelone**, bien entendu, mais aussi **Girona, Sant Cugat, Mataró**

- A Anitre : Un pregit de Televista es a nàisser : **Un projet de télévision est en train de naître**⁵¹
L'étude en est déjà faite: Stratégie, prévisionnels, chiffres, objectifs. Le dossier est presque bouclé.

Nos buts, pour l'heure, d'un coté, trouver et monter des heures de programme de qualité, si pas gratuitement, au moins au meilleur prix possible, d'un autre coté constituer un groupe de pression sur les pouvoirs publics et être un outil de promotion et de relation.

Association Loi 1901 "Les Chevaliers Cathares" créée en Février 1998, est une association de soutien au projet de Télévision O.C. et autres si nécessaire. **Notre premier but** est de trouver des moyens de production d'émissions de télévision de qualité, en Occitan, ou d'émissions doublées, ou sous-titrées en Occitan. **Notre second but** est de créer l'évènement, de faire parler du projet, et d'en faire la promotion par tous les moyens légaux.

Notre troisième but est de prendre des contacts et de trouver des alliés et des soutiens au projet, c'est à dire, une activité de lobbying auprès de l'administration publique Française et Européenne.

Enfin **dernier but**, mais pas le moins important, vous serez des téléspectateurs privilégiés et aurez la responsabilité d'examiner les émissions et d'en donner votre évaluation.

4-2-7-4 : CREATION D'UNE CELLULE DE PRODUCTION OCCITANE⁵² ?

Lors des différentes « *consulta* » un très fort besoin de production de contenus OC s'est exprimé au niveau de l'ensemble des médias audio visuels .

Avant d'avoir une chaîne de TV ce qui, tout en étant une demande justifiée prendra nécessairement un certain temps, on peut déjà faire en sorte que nous ayons des dramatiques, concerts, films et dessins animés doublés, émissions et aussi sujets d'actualité en volume plus important dans les canaux existant, qui d'ailleurs se multiplient.

Pour avoir des contenus occitans et en occitan il faut créer, au niveau interrégional, une cellule audio visuelle Occitane qui s'occupera à la fois

- de négocier des diffusions avec la force de 3 régions au moins
- de soutenir la production, autant par la négociation de la diffusion que par l'aide au montage de la production et l'entrée dans les financements régionaux.

Il ne s'agit pas de créer une grosse structure fabricante de films à gros budgets ni espérer que le secteur cinéma et audio visuel occitan , quasi inexistant s'en saisisse mais de créer une cellule de négociation et de recherche des partenariats, qui aura mission de concrétiser les objectifs audio-visuels que doivent se donner les régions en terme de production.

Les objectifs à atteindre pourraient être , un peu comme pour le livre, de 5 à 10 doublages de dessin animés par an, plusieurs dramatiques (certaines à partir de pièces existantes) des concert ou événements faisant l'objet de transmission , ainsi que de film doublés et au moins 3 ou 4 **créations par an**.

L'exemple d'Oc-TV⁵³ montre le besoin d'une telle cellule. Pour assurer sa survie Oc-TV a été repris par un groupe. Il n'y a pas de financement pour du contenu en occitan qui risque de quasiment disparaître.

⁵¹ Voir Site **CiutatCity Dobl'Oc 3 Avenue Jean Rieux 31 400 – TOULOUSE** dobloc.free.fr/dobloc/ Tel: 05 61 47 20 30

⁵² Groupe Culture et contribution de Bruno Cécillon, Jean Daniel Esteve et Bernadette Bouché , Jean Louis Blénet

⁵³ L'Oc ne représente que 5% du Chiffre d'affaire d'Oc.Tv . Propos de Jaume Gaudas lors de la Consulta des 3 et 4 Septembre

Cette cellule audio-visuel occitan doit se mettre en place au niveau inter-régional afin d'asseoir l'audience et rechercher la plus large diffusion et établir des conventions avec le partenaire – opérateur historique FR3 identique pour les 3 principales régions : Montpellier dépendant, dans ce domaine, du centre de Toulouse.

Il s'agit avec cette cellule de créer un outil indispensable à la fois pour la vie de la culture occitane, pour le soutien à la transmission, ainsi que pour la présence de l'image et de la langue dans la société.

A noter la convention⁵⁴ signée entre le Conseil Régional , l'Etat – DRAC et le CNC, et son volet d'aide à l'Economie Culturelle par le soutien à la création et aux tournages en région et le soutien à la création cinématographique, audiovisuelle et multimédia (aides à l'écriture, à la recherche et a développement, a la production cinématographique, audiovisuelle et de multimédia) et par la mise en place d'un plan de formation . Dotation totale 2005 : 1 248 500 € .

5/ LES ACTIONS DU CONSEIL REGIONAL

LES ATTENTES :

Le Conseil Régional doit être un pôle d'initiatives et de compétence en matière de culture linguistique et de plurilinguisme : occitan, Catalan et Français voire Espagnol...

LES OBJECTIFS :

Les citoyens doivent pouvoir utiliser et parler la langue, être fiers de leur culture .

LES MOYENS :

Au sein même de l'Hôtel de Région et dans toutes les structures et les ramifications administratives, dépendantes ou partenaires (Conseils Généraux, Offices de tourisme...) le Conseil Régional développera :

- Un accueil téléphonique plurilingue
- La création d'une cellule capable d'informer, de transmettre et de traduire tous les documents, outils de diffusion ou de promotion, courrier et en-tête au sein de tous les projets politiques du territoire. Un lien fonctionnel pourra être créé avec le CIRDOC dans sa dimension « langue » : service traduction, information etc
- La formation à une base linguistique minimale du personnel et de tous les représentants de l'autorité régionale sur le territoire et à l'extérieur, pour induire cette démarche au sein de tous les Conseils Généraux, collectivités, administrations et services partenaires.

Le Conseil régional développera par des incitations financières :

- **Les projets des territoires** (villages, pays, etc ...) qui intégreront la dimension occitane. Et en tout premier lieu, par l'utilisation de la langue (orale, écrite, audiovisuelle...)
- **La rédaction de guides touristiques** en plusieurs langues dont l'occitan en lien avec les prestataires touristiques : Comité régional et comités départementaux du tourisme, Gîtes de France, Clés vacances,...
- **Le Bilinguisme ou le plurilinguisme** sera réalisé au niveau du panneautage routier et autoroutiers, des sentiers de randonnées, des sites touristiques et lieux publics: Mairie, Ecoles, La Poste, Pompiers, Gendarmerie, Hôpital, Office de Tourisme, ainsi que dans les gares et aéroports, sur les trains et notamment les TER et bus de transports scolaires.

⁵⁴ Voir en annexe la convention signée le 27 Octobre entre la région, l'Etat et le CNC et site de Pôle régional d'éducation artistique et de formation au cinéma, à l'audiovisuel et au multimédia, sous la coordination de l'**association bande annonce**, Laurent Joyeux et Pïala Coïc, 5 rue Bayard, 34000 Montpellier T & F : 04 67 64 81 53 . piala@a-ba.org et site : www.a-ba.org

- **L'étiquetage** et la présentation des produits "du terroir" en occitan,
- **Les prises de parole en occitan** dans les débats publics, emploi de la langue dans les organismes tournés vers le public (chambres de commerce, d'agriculture ...)
- **Les spectacles en occitan** : contes, chanson, musique, Théâtre et autres activités artistiques .
- **La toponymie** existante peut être le lien entre la langue parlée ou écrite et le territoire topographique : un effort particulier doit être impulsé pour expliquer et présenter le sens occitan de cette toponymie aux habitants des territoires, et aux visiteurs. La région doit veiller à utiliser la toponymie occitane dans les nouvelles dénominations liées à l'expansion géographiques de certaines zones urbaines notamment.
- Conformément aux conventions Média et Radio, la région achètera des **espaces publicitaires et des articles de communication** vantant les mérites de la langue et Culture Occitanes. Une convention particulière pourra être signée avec FR3 et Radio France Bleu
- D'une manière spectaculaire, la région "Languedoc – Roussillon pourrait proclamer l'Occitan et le Catalan "Langues Officielles à coté du Français » et l'assortir d'une charte très largement diffusée visant à la reconnaissance et à la promotion de ces langues dans tous les territoires régionaux. Un guide⁵⁵ de « parler Occitan » avec illustrations et humour (Cf les imagiers) traduisant toutes les expressions courantes en traduction bilingue voire trilingue. Ces guides pourraient être réalisés et diffusés gratuitement dans tous les lieux accueillant du public : collectivités, offices de tourisme, gares, lieux d'hébergement, mais aussi hôpitaux, maternités, crèches, écoles, lieux touristiques et de spectacles, les postes, les bibliothèques et les musées, ..

Le Conseil Régional créera une cellule de technicien (s) à compétences transversales en charge du suivi des dossiers : projets et actions au sein des différents services : éducation, formation, culture, jeunesse, emplois, patrimoine.

⁵⁵ Voir les fascicules « je parle Occitan » édité par l' IEO qui pourraient être réactualisé avant large diffusion

6/ PRECONISATIONS D'AXES POLITIQUES AFFICHES

L' Occitanie, civilisation au carrefour des civilisations est une création permanente

6-1 : LES OBJECTIFS POLITIQUES :

- à 5 ans : redorer le blason de la Langue et la Culture Occitane.
- à 10 ans : développer l'Inter régionalité Occitane.
- à 20 ans : Créer une véritable Euro région des espaces Occitans et Catalans.

6-2 A 5 ANS, REDORER LE BLASON de la langue et de la Culture OCCITANE

- Renforcer l'existant et notamment la vie associative
- Développer l'enseignement sous toutes ses formes
- Valoriser la langue et la Culture Occitane notamment dans tous les actes de la vie publique : promouvoir le bilinguisme

6-3 A 10 ANS, DEVELOPPER L' INTER REGION OCCITANE

- en structurant l'action politique avec les régions occitanes volontaires
- En soutenant les actions socio culturelles et culturelles partenariales et trans-générationnelles.

6-4 : ANS, CREER L'EURO REGION DES ESPACES OCCITANS ET CATALANS

L'Eurocongrès 2000 des Espaces Occitans et des Espaces Catalans s'est clôturé en avril 2003 à Barcelone (il s'était ouvert en mai 2001 à Narbonne) par des manifestations d'envergure exceptionnelle. La grande exposition **CATHARES ET TROUBADOURS – OCCITANIE ET CATALOGNE – RENAISSANCE ET FUTUR**, présentée au Musée d'Histoire de Catalogne, en était l'un des points forts. A ce jour la région Midi Pyrénéenne est intéressée pour l'installer de manière permanente.

Le travail d'analyse rétrospective et prospective des potentialités de cet euro-espace latin central (formule utilisée par Bruxelles pour désigner ce grand espace culturellement homogène) s'est achevé par la publication d'un livre de conclusions (« Propositions pour l'Europe »). L'esprit de l'Eurocongrès 2000 se perpétue désormais sous d'autres formes et avec d'autres stratégies⁵⁶.

Néanmoins, certains points peuvent s'avérer gênants :

⁵⁶ Denis Mallet : Note à Eric Andrieu Vice Président du Conseil Régional et président du CIRDOC

- Les conclusions de l'Eurocongrès 2000 présentent des aspects revendicatifs tout à fait légitimes, mais qui peuvent être mal compris en Occitanie et chez les catalans de France (idée de nation, confédéralisme de niveau régional, caractère virtuel des frontières étatales...)
- La confusion Eurocongrès 2000 / Eurorégion est toujours possible

6-5 PRECONISATIONS : l'Euro région, une réalité économique culturelle !

Suite à différents entretiens⁵⁷ l'opportunité d'agir au niveau de l'Euro-région – espaces occitans et espaces catalans apparaît comme une véritable chance à saisir. Toutes les régions Occitanes ont maintenant une même tendance politique et chacun s'accorde à reconnaître la nécessité de dépasser les clivages de politique politicienne droite – gauche.

Nous proposons de :

- **Fusionner les 2 Associations** : Fédération Occitano -Catalane dont l'actuel président est R Laffont et l'Euroccat dont le siège est à Toulouse et l'actuel président est Alain Alcouffe. Le secrétaire général de cette nouvelle structure à créer pourrait être confié à Denis Mallet , qui connaît "tout sur tout" sur les questions catalanes et Occitanes . Cette nouvelle structure serait positionnée au CIRDOC qui se verrait dotée de moyens spécifiques et de compétences pour mener cette mission.
- **Relancer (Elus) l'Euro région** en prenant pour exemple "la Communauté de travail des Pyrénées"⁵⁸ dont la région Languedoc-Roussillon est membre fondatrice depuis 1983. L'objectif serait, à 15 ans, que les régions occitanes (inter-région pan'occitanes) se mettent en ordre de marche entre elles et avec les Catalans .

De ce point de vue l'action Culturelle serait une des meilleures entrée :

Il s'agirait pour les Occitans de dépasser leurs clivages historiques entre la tendance Robert Lafont et la tendance Felix Castan, ou entre les Félibriges et l'IEO, entre les anciens des années 70 et les modernes de la jeune génération ou encore de rapprocher les cousins Occitans et Catalans dans le respect de l'histoire, des pratiques et de l'identité de chacun. Il s'agira de pouvoir agir ici et maintenant dans une fierté et une légitimité retrouvée, portée par « Le Politique » dans l'acceptation des différences.

Des commissions d'actions concrètes pourraient travailler dès à présent sur la question des transports, des médias ...

Il a été constaté que le développement économique et social est intimement lié au développement culturel : la Culture est la base de tout. Le comportement des personnes et des peuples et leur affirmation

⁵⁷ Alain Alcouffe , universitaire président de l'association EUROCCAT , Denis Mallet directeur du CIRDOC , et Joan Amoros directeurs exécutifs , Jean louis Blenet, René Pons, Bruno Cecillon , Etienne Hammel -APRENEI ...

⁵⁸ La Communauté de Travail des Pyrénées est un organisme interrégional de coopération transfrontalière souhaitant devenir le laboratoire de l'intégration européenne. Le 15 avril 1983, après un processus préalable de près de trois ans, le protocole d'accord concernant la Communauté de Travail des Pyrénées a été adopté, puis, le 4 novembre 1983, ce fut le tour de l'accord créant la Communauté de Travail des Pyrénées en tant qu'organisme de coopération frontalière régionale, qui englobe les Communautés Autonomes espagnoles de l'Aragon, la Catalogne, la Navarre et le Pays Basque; les Régions françaises de l'Aquitaine, de Midi-Pyrénées et le Languedoc-Roussillon; et la Principauté d'Andorre. C'est ainsi que culminait un processus engagé et promu par le Conseil de l'Europe afin de créer dans les Pyrénées des structures de coopération transfrontalière similaires à celles qui existent à d'autres frontières européennes. Son siège se trouve à Jaca, dans la Tour historique de l'Horloge. Contact : www.CTP.org.

de soi sont des éléments essentiels de leur implication dans tous les domaines professionnels, économique, scientifique, politique et somme toute, dans toutes les sphères de l'activité humaine⁵⁹.

- Le CIRDOC serait désigné comme lieu fédérateur – centre de ressources des 2 structures permanentes (Espaces Occitans et Catalans et Euro Région)
- Un directeur d'opération en charge des liens serait missionné à cet effet
- Un budget spécifique serait activé en vue de mener à bien des actions partenariales.

EN CONCLUSION :

«Occitània se pòt definir coma l'ensem dels país parla-occitans, que van de la mar Grand (o lo Peugue) a la mar Nòstra (o Mediterranèa), dels Aups als Pirenèus, de Culan a Vielha, de Baiona a Chaumont. A l'ora d'ara Occitània es ocupada subretot per França, mas tanben per Espanha (Val d'Aran) e Itàlia (Valadas aupencas). »

On peut définir l'Occitanie comme l'ensemble des pays de langue d'Oc; ils vont de la grande Mer ou Atlantique à la Méditerranée, des Alpes aux Pyrénées, de Culan à Vielhan, de Bayonne à Chaumont. Aujourd'hui l'Occitanie est située surtout en France, mais aussi en Espagne (Val d'Aran) et en Italie (Vallées alpines).

Le passé comme le présent de l'Occitanie⁶⁰ vérifient une constante de la vie politique locale : **sa tradition de contrepouvoir**. Des comportements particuliers ont contribué à une forme originale de civilisation à laquelle s'ajoute la proximité arabo-andalouse. Il est indéniable qu'en deçà du dialogue inter culturel et interreligieux, c'est un facteur géo-politique de différenciation à l'égard du modèle franc, au nord de la Loire.

L'occitanie⁶¹ ? regrouperait 6 régions du sud : Provence-Alpes-Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon-Septimanie, Midi-Pyrénées, Aquitaine, Limousin, et Auvergne, soit grosso modo 14,3 millions d'habitants sur 189 000 km² dont la production en 2000 était évaluée à 290 millions d'euros soit approximativement le quart de l'économie française. L'Occitanie pèse à peu près comme l'Ile de France aussi bien en production qu'en population, ce qui en dit long sur la centralisation économique du Pays. L'espace Occitan est donc méconnu . Ce qui pose à **l'Occitanie un triple problème : d'identité, d'aménagement et de lisibilité**.

⁵⁹ Conclusions générales : Euro Congres 2000 ; Propositions pour l'Europe Septembre 2003 . Espace Occitan, Fédération Occitanocatalana , Euroccat, Fundacio Occitanocatalana P 98 - 99

⁶⁰ In « La politique Occitane : une tradition de contre pouvoir » de Martine Boudet-Ekue in Occitania N 140 març – avril 2005

⁶¹ In « l'Occitanie, un territoire économique ? de Philippe Langevin à la Convention Occitane – Béziers – 2 Février 2002

**Aides de la Région Languedoc-Roussillon/Septimanie
423S LANGUES ET CULTURES REGIONALES 2004**

Enseignement de l'Occitan et du Catalan

<i>Demandeur</i>	<i>Mt voté</i>	<i>Date vote</i>	<i>Opération</i>	<i>Commune</i>	<i>Dép</i>	
Ecole Primaire de Pompignan	2 000,00	19/07/2004	Projet pédagogique occitan	POMPIGNAN	30	
Fédération des Calandretas du Languedoc	200 000,00	19/01/2004	Fonctionnement des classes Calandretas	MONTPELLIER	34	
Association La Poésia	15 000,00	19/01/2004	Création et diffusion de matériel pédagogique et de loisirs en occitan	MONTPELLIER	34	
Lycée La Trinité	1 800,00	27/02/2004	Heures d'enseignement de langue régionale	BEZIERS	34	
Fédération des Calandretas du Languedoc	100 000,00	27/02/2004	Solde fonctionnement des classes Calandretas	MONTPELLIER	34	
Lycée La Trinité	1 800,00	19/07/2004	Heures d'enseignement de langue régionale	BEZIERS	34	
Lycée Henri IV	5 500,00	19/07/2004	Heures d'enseignement de langues régionales dans les lycées publics de la r	BEZIERS	34	
CRDP CTRE REGIONAL DE DOCUMENT. PEDAGOGIQU	3 000,00	19/07/2004	Création du pôle pédagogique occitan	MONTPELLIER	34	
CRDP CTRE REGIONAL DE DOCUMENT. PEDAGOGIQU	6 000,00	19/07/2004	Animations et éditions pédagogiques en occitan	MONTPELLIER	34	
ASS ZO PETACON	40 000,00	19/07/2004	Projet pédagogique académique occitan	MONTPELLIER	34	
INSTITUT LATINITAS	10 000,00	27/10/2004	Poursuite des activités pédagogiques auprès des écoles et des enseignants	MONTPELLIER	34	
CREO	7 000,00	27/10/2004	Mise en place et suivi de l'enseignement et de la culture occitane	MONTPELLIER	34	
Asso agricole TERRE NOUVELLE (anciennement	11 800,00	27/02/2004	Heures d'enseignement de langue régionale	MARVEJOLS	48	
Lycée Polyvalent Saint-Joseph	6 200,00	19/07/2004	Heures d'enseignement de langue régionale	MARVEJOLS	48	
GROUPE SCOLAIRE DE MENDE	4 000,00	19/07/2004	Classes bilingues	MENDE	48	
Lycée Privé Notre-Dame	9 800,00	19/07/2004	Heures d'enseignement de langue régionale	MENDE	48	
Ecole Elémentaire Pablo Picasso	3 000,00	19/01/2004	Classes bilingues	CERET	66	
Ecole élémentaire d'Alembert I	6 000,00	19/01/2004	Organisation du 10ème anniversaire du 10ème anniversaire	PERPIGNAN	66	
Association Arrels	25 000,00	19/01/2004	Fonctionnement de l'école Arrels et Radio Arrels	PERPIGNAN	66	
CDDP DES P.O	12 000,00	19/01/2004	Fonctionnement du pôle de ressources pédagogiques pour l'enseignement du ca	PERPIGNAN	66	
Association La Bressola	92 400,00	19/01/2004	Fonctionnement des classes Bressolas	PERPIGNAN	66	
ASS DES JUMELAGES DE LA POSTE ET FRANCE TE	1 500,00	19/01/2004	Cours de catalan dans le cadre d'un jumelage avec la Catalogne	PERPIGNAN	66	
COMMUNE D'ANGOUSTRINE VILLENEUVE DES ESCAL	2 000,00	19/07/2004	Classe bilingue français catalan	ANGOUSTRINE VILLENEUVE DE	66	

Association APLEC	10 000,00	19/07/2004	Echanges scolaires inter-catalans	CABESTANY	66
Association APLEC	7 000,00	19/07/2004	Publication de la revue Mil Dimonis	CABESTANY	66
Ecole Jacques Prévert	2 000,00	19/07/2004	Classe bilingue	CABESTANY	66
Ecole La Fontaine	2 000,00	19/07/2004	Classe bilingue	CABESTANY	66
Ecole Elémentaire Chagall	6 000,00	19/07/2004	classes bilingues	CERET	66
Ecole Elémentaire Joseph Néo	2 000,00	19/07/2004	Classe bilingue	ELNE	66
Ecole Maternelle TORCATIS	4 000,00	19/07/2004	Mise en place de classes bilingues	ILLE SUR TET	66
ECOLE MATERNELLE LAMARTINE	4 000,00	19/07/2004	Classes bilingues	PERPIGNAN	66
CEDACC	3 000,00	19/07/2004	Publications et animations pour enfants en catalan	PERPIGNAN	66
Lycée Saint Louis de Gonzague	4 850,00	19/07/2004	Heures d'enseignement du catalan	PERPIGNAN	66
CEDACC	6 400,00	19/07/2004	Poursuite de l'opération scolaire "2000 heures de catalan"	PERPIGNAN	66
AS. D'EXPANSIO CULTURAL CATALANA	3 000,00	19/07/2004	Activités scolaires en faveur de la langue et de la culture catalane	PERPIGNAN	66
L.E.G.T. Notre Dame de Bon Secours	5 600,00	19/07/2004	Heures d'enseignement de langues régionales	PERPIGNAN	66
Ecole élémentaire d'Alembert I	6 000,00	19/07/2004	Fonctionnement de 4 classes bilingues	PERPIGNAN	66
ECOLE ELEMENTAIRE D'ALEMBERT II	2 000,00	19/07/2004	Fonctionnement de 3 classes bilingues	PERPIGNAN	66
ECOLE MATERNELLE JOAN MIRO	4 000,00	27/10/2004	Fonctionnement de classes bilingues	CERET	66
Ecole Elémentaire de la Forêt	2 000,00	27/10/2004	Fonctionnement d'une classe bilingue	FONT ROMEU	66
TOTAL ENSEIGNEMENT	639650				

PREMIER MINISTRE
MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION
Direction du développement des médias

QUELLES PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT POUR LES TELEVISIONS LOCALES ?

– Mai 2003 –

Extraits

Les télévisions locales représentent un enjeu important pour l'évolution de notre paysage audiovisuel. A la différence de bon nombre de pays, notamment européens, la France n'est pas parvenue à développer un maillage de son territoire par des chaînes de proximité. Les chaînes locales demeurent peu nombreuses et surtout dans une situation économique et financière fragile.

Alors que notre pays aborde une nouvelle étape en matière de décentralisation, le dossier de la télévision locale devient plus que jamais d'actualité. Aujourd'hui, le poids des chaînes de proximité demeure marginal et de très nombreux Français ignorent l'existence même de télévisions locales de plein exercice ; ils ne connaissent que les décrochages de *France 3* et éventuellement ceux de *M6*. Cette absence de notoriété s'explique par l'histoire de notre paysage télévisuel, qui s'est construit sur un schéma excessivement centralisé. **Si cette situation devait perdurer, elle nuirait à l'essor d'une véritable démocratie de proximité** car, outre ses missions d'information, **la télévision locale a vocation à constituer un forum de la citoyenneté et un espace d'interactivité.**

Au cours des dernières années, plusieurs études sociologiques et enquêtes d'opinion ont montré que les téléspectateurs souhaitent davantage bénéficier d'informations de proximité. **Plus s'approfondit la mondialisation**, plus les nouvelles technologies de l'information et de la communication permettent à chacun d'être informé en temps réel de ce qui se déroule partout sur la planète, et **plus les hommes éprouvent le besoin** de se sentir davantage insérés dans la vie de leur quartier ou de leur région, de **retrouver leurs racines et leur identité culturelle**. Ce phénomène d'affirmation simultanée du global et du local a même conduit certains analystes à forger le néologisme de « glocalisation » (en anglais : « globalization ») 4.

Les langues régionales sont aujourd'hui relativement peu présentes à la télévision. Certes, France 3, dont le cahier des missions et des charges dispose qu'elle doit « contribuer à l'expression des principales langues régionales parlées sur le territoire métropolitain », a diffusé en 2001 un total de 340 heures en breton, alsacien, corse, provençal, basque, catalan et **occitan**. Mais, alors même que ces langues bénéficient d'une reconnaissance accrue dans les régions d'origine et sont davantage enseignées dans les écoles, collèges et lycées, l'effort du service public ne permet pas de répondre à toutes les demandes.

L'accès aux émissions en langue minoritaire ou étrangère n'est possible aujourd'hui que via le câble ou le satellite. Une diffusion de tels programmes sur des canaux hertziens terrestres rendrait cet accès plus facile et moins coûteux et ne pourrait que contribuer à une plus grande reconnaissance des cultures et à une meilleure compréhension entre les peuples.

De manière générale, les chaînes locales peuvent donner plus facilement la parole à des groupes de population souffrant d'une certaine forme de marginalisation sociale et économique (immigrés, handicapés, chômeurs...) et ayant un accès réduit aux médias nationaux. Elles **peuvent ainsi favoriser l'intégration et la diversité culturelle.**

Le volume de diffusion régionale de France 3 ayant atteint 11 540 heures en 2001, les émissions en langue régionale ont représenté globalement 3% du temps d'antenne, ce taux dépassant 20% en Corse.

Un exemple : TV Breizh : La chaîne a été créée à l'initiative de M. Patrick Le Lay, président-directeur général de TF1 mais son actionnariat est très composite. Elle dispose d'une équipe de quarante salariés. Sa programmation est orientée vers les séries, les fictions, la musique et les émissions pour la jeunesse. Depuis septembre 2002, elle diffuse un journal quotidien de 15 minutes en concurrence avec celui de *France 3 Ouest*. En 2002, son budget s'élève à 12 M€. Encore fortement déficitaire, elle vise à atteindre l'équilibre en 2005. Elle est financée par la publicité et le parrainage, ainsi que par les redevances versées par les opérateurs de bouquets. Ses investissements dans l'achat de programmes frais bénéficient essentiellement à des sociétés bretonnes. Aujourd'hui, le statut de *TV Breizh* est davantage celui d'une chaîne thématique plus que régionale dans la mesure où elle n'est reçue que par une faible partie des téléspectateurs bretons. C'est pourquoi, elle revendique l'accès à des fréquences hertziennes dans l'ensemble de la Bretagne et vient, dans un premier temps, de se porter candidate pour l'obtention d'une autorisation de diffusion hertzienne en mode analogique à Nantes, en partenariat avec Ouest- France.

Le coût des décrochages proposés par les réseaux nationaux est élevé (760 000 à 910 000 € par ville pour *M6*, de 610 000 à 1 070 000 € par édition locale pour *France 3*) mais leur audience est désormais supérieure à l'audience réalisée sur l'antenne nationale. Ainsi, sur la tranche 19 h-20 h, il est fréquent que les actualités régionales de *France 3* recueillent plus de 35 % de part de marché, et peuvent atteindre 58 %. La part d'audience des décrochages de *M6*, sur l'ensemble des villes concernées, est en constante progression (44,6 % en 1999 contre 38,8 % en 1998). Dans les régions où sont présentes les éditions locales des deux diffuseurs, les études d'audience montrent qu'il n'y a pas de concurrence frontale mais plutôt une addition des publics et une complémentarité des informations.

Au sein du secteur associatif, de nombreux acteurs , face à la difficulté d'accès au mode de diffusion hertzien ou par câble, ont opté pour la mise en ligne des contenus locaux sur différents sites ou banques de données. La rediffusion de ces contenus est le plus souvent gratuite. **La création d'une chaîne locale sur l'Internet n'est pas subordonnée à la disponibilité d'une fréquence hertzienne ou à l'existence d'un réseau câblé. Dès lors, ce support peut paraître extrêmement favorable à l'éclosion de très nombreuses télévisions de proximité**

Les télévisions locales hertziennes privées autorisées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel ont réalisé en 2001 un chiffre d'affaires global de 10 M€ environ, pour un résultat négatif de 7 M€ 91. Faute du renouvellement de son contrat avec **le département de Dordogne, qui a préféré financer l'ouverture d'un bureau de France 3 à Périgueux**, et en l'absence de plans de reprise sérieux, *Aqui TV*, qui, après plus de dix ans d'existence perdait 150 000 € par an, a été mise en liquidation judiciaire en janvier 2003. De même, *TLT*, *TLM* et *TV7 Bordeaux* enregistrent des pertes annuelles de 1,5 à 2 M€ en moyenne. Quant à *TV8 Mont-Blanc*, en dépit de ses efforts de réduction des coûts et de recherche de nouvelles ressources, elle ne parvient toujours pas à atteindre l'équilibre 92. Seules les deux télévisions vendéennes, qui fonctionnent sur une économie « artisanale », ont réussi à équilibrer leurs comptes en 2001. La faiblesse des ressources publicitaires constitue le mal chronique des chaînes locales. Elles ne parviennent pas à trouver suffisamment d'annonceurs et doivent compter sur un volume publicitaire très réduit par rapport au maximum prévu dans leur convention (quinze minutes pour une heure donnée et douze minutes en moyenne) et par rapport aux chaînes nationales : elles ne diffusent en moyenne que cinq minutes de publicité par heure, les extrêmes étant représentées d'une part par *Télé Toulouse* (dix minutes), d'autre part par *Télé Sud Vendée* et *Canal 32* (deux à trois minutes).

à législation inchangée, le modèle économique de la télévision locale est introuvable. Dès lors que, dans le contexte juridico-économique actuel, il n'existe aucune perspective de rentabilité à moyen terme, on peut sérieusement s'interroger sur la pérennité de l'engagement des actionnaires. **Les télévisions locales hertziennes sont bel et bien menacées de disparition.**

Les canaux locaux du câble se trouvent dans une situation généralement moins délicate ; étant financés principalement par les collectivités locales, ils sont peu, voire pas du tout dépendants de la publicité commerciale. En outre, non seulement ils n'ont pas à supporter de frais de diffusion substantiels comme les chaînes hertziennes mais en général le câblo-opérateur leur verse une redevance qui peut représenter une part importante de leurs ressources ⁹³. Leur budget, voté chaque année par la collectivité locale ou la société d'économie mixte gestionnaire du canal, est « calibré » en fonction des ressources attendues, lesquelles sont peu sensibles à la conjoncture. Cette situation permet d'éviter les déficits mais n'est pas forcément propice à des stratégies ambitieuses de développement.

Les télévisions sur Internet

Sur Internet, plusieurs catégories d'acteurs diffusent des informations ou contenus d'intérêt local. Il existe d'abord des web-TV nationales ayant passé des accords avec des titres de la presse quotidienne régionale. A titre d'exemple, *CanalWeb* diffusait des reportages locaux en partenariat avec six quotidiens ⁶¹ regroupés au sein de « TV web régions ». Mais, ces télévisions ont subi de plein fouet la crise de la « nouvelle économie » et connu de sérieux revers financiers. Ainsi, les premières web-TV françaises, *Nouvo.com* et *Clicvision*, dans un climat boursier difficile, n'ont pu lever les fonds nécessaires à leur survie. L'absence de mise en place de modèle économique payant pour l'accès à ses programmes a également été fatal à *CanalWeb* qui a déposé son bilan en septembre 2001.

Certaines chaînes locales comme *TV7 Bordeaux* retransmettent en temps réel l'intégralité de leurs programmes sur leur site Internet. Quel que soit leur mode de diffusion principal, les télévisions de proximité ont intérêt à utiliser l'Internet pour accroître l'interactivité avec leurs téléspectateurs, promouvoir leurs programmes et éventuellement rechercher des recettes publicitaires.

Au sein du secteur associatif, de nombreux acteurs ⁶², face à la difficulté d'accès au mode de diffusion hertzien ou par câble, ont opté pour la mise en ligne des contenus locaux sur différents sites ou banques de données. La rediffusion de ces contenus est le plus souvent gratuite.

La création d'une chaîne locale sur l'Internet n'est pas subordonnée à la disponibilité d'une fréquence hertzienne ou à l'existence d'un réseau câblé. Dès lors, ce support peut paraître extrêmement favorable à l'éclosion de très nombreuses télévisions de proximité.

PRRECONISATION : Développer les partenariats de France 3 avec la presse locale, les associations et les collectivités territoriales

France 3 pourrait accueillir sur son antenne des programmes produits localement par des entités ne bénéficiant pas de structures de diffusion propres. Ainsi, elle aiderait les acteurs associatifs ou locaux de l'information de proximité en leur commandant des programmes relatifs à des thématiques bien précises. La chaîne n'est pas hostile à ce type de partenariats, à condition de prendre certaines précautions, notamment en terme de cohérence de la grille.

Du reste, *France 3* a de nombreuses fois, par le passé, initié des collaborations avec des titres de la presse quotidienne régionale, comme *La Voix du Nord*, avec des magazines ou encore avec des écoles de journalisme. Certains titres de presse locale se sont déclarés prêts à initier dès aujourd'hui une collaboration avec les chaînes régionales du service public. Cette orientation stratégique doit s'accompagner de partenariats renforcés avec les collectivités territoriales. Même si ces partenariats existent déjà, il convient de les renforcer et de les systématiser, en cohérence avec une offre régionale de *France 3* accrue et différenciée.

Sur le plan légal, France 3 (de même que RFO dans les DOM-TOM) dispose d'une grande latitude pour ouvrir ou modifier des décrochages locaux, sans qu'aucune modalité soit définie dans son cahier des charges. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel ne dispose d'aucune compétence en la matière.

France 3 a passé, jusqu'à présent, une dizaine de conventions avec des régions concernant le financement d'investissements (équipement de rédactions locales par exemple) et le soutien à des productions régionales.

Le renforcement de l'offre régionale et locale de France 3 n'est pas incompatible avec le développement du secteur privé. Au contraire, l'émulation entre public et privé, pourrait créer une dynamique favorable à la télévision locale. M. Marc Tessier, président-directeur général de France Télévision, rejoint ce point de vue lorsqu'il déclare qu' « *il est sidérant que les chaînes locales ne puissent pas se développer. Pour France 3, il est important d'évoluer dans un environnement de concurrence* » .

Les boom des Web Radios

Lorsque l'on parle de webradios, il faut distinguer deux notions :

- La retransmission sur Internet de programmes radiodiffusés « traditionnels », de manière simultanée et sans changement (le simulcasting). La plupart des radios hertziennes retransmet aujourd'hui tout ou partie des programmes via leur site web.
- Et la diffusion en continu d'un programme propre sur Internet (le webcasting). Il s'agit là d'un nouveau marché de l'internet, sans modèle économique encore véritablement fixé.

Les services de webradios payants peinent à percer sur le Net en France, compte tenu de la concurrence des services de streaming gratuits. Certes, quelques uns ont pris les plages du web, mais les résultats et les attentes sont très différents selon le contenu musical proposé. Et la législation concernant les droits d'auteur sur les webradios est encore très floue...Entre la simple rediffusion en ligne d'émissions des radios hertziennes et le véritable webcasting, le régime légal diffère (cf « Pour aller plus loin » - article « Webradios : quel régime légal ? »).

Quoi qu'il en soit, les derniers sondages Médiamétrie l'attestent : depuis 2004, nous pouvons observer en France un véritable engouement pour les webradios : **en un an, le pourcentage de radionautes a augmenté de 15%** ; et au cours du dernier trimestre 2004, un étudiant sur quatre a écouté une radio en ligne, contre un sur cinq en 2003. La radio est une passion qui habite beaucoup de jeunes (et de moins jeunes), et grâce au web, ils peuvent la vivre en toute liberté.

Ce développement des webradios coïncide sans conteste avec la généralisation du haut débit (48% des foyers possèdent Internet - Médiamétrie juin 2004). Mais les raisons sont également culturelles : la télévision est quasi omni-présente dans la société actuelle. Face à cette déferlante d'images, le public a de plus en plus besoin de textes et de sons pour comprendre. **Internet réussit cette alliance. Il offre un deuxième souffle aux radios traditionnelles** qui l'ont bien compris et proposent plus de contenus riches et diversifiés, innovants, inventifs, sous de nouveaux formats, proposant des écrits complémentaires aux sons.

La première à oser se lancer dans l'aventure fut la chaîne de télévision franco-allemande Arte. En effet, en mars 2002, elle investit dans une « radio sur la toile », au slogan percutant : « Ecoute Arte radio, c'est ton patron qui paie ». Dans le but d'attirer un auditoire plus large, plus jeune, plus urbain, et rajeunir l'image de la chaîne télé. A l'heure actuelle, avec près de 1500 connections par jour, soit une augmentation de 130% en 2003, <http://www.arteradio.com> est devenue une référence en matière de webradio. Avec une programmation riche et éclectique (reportages, témoignages, « bruits pas sages », créations sonores, journaux intimes, documentaires radios, centaines de fichiers audio à écouter à volonté), elle a atteint ses objectifs et réussi à conquérir la génération des 15-35 ans, alors que le téléspectateur d'Arte a en moyenne 50 ans...

Mais Arte n'est qu'un exemple parmi d'autres. En quelques mois, de nombreuses nouvelles webradios sont apparues, non pas seulement sous la forme de programmes musicaux diffusés en flux continu comme au début d'Internet, mais bien sous forme de prolongements des médias déjà existants sur les ondes ou sur le papier.

Citons par exemple les deux nouveaux Web programmes de France Culture : « Les sentiers de la création » et « Les chemins de la connaissance ». « Petites, modestes, ces deux nouvelles radios sur le net ont l'ambition de s'adresser à des auditeurs du monde entier - francophones ou pas - désireux d'écouter des programmes qui les informent dans les disciplines du savoir et leur ouvrent de nouveaux horizons tant sur le plan intellectuel et scientifique qu'artistique ». Sont ainsi proposés, en flux et bientôt à la carte, des archives de l'INA, des enregistrements de cours au Collège de France, des captations de spectacle, des journaux intimes et sonores d'artistes, etc. « Ces programmes constituant un instrument de la transmission du savoir ». Précisons en outre que France Culture est deux fois plus écoutée en ligne que sur les ondes...

Autres exemples, France Musique qui élabore une station en ligne entièrement consacrée à la retransmission de concerts. Ou la rédaction du magazine Magic qui propose depuis décembre 2004 « Radio magic », une version audio de sa revue papier (5 000 morceaux à écouter, des nouveautés, des avant-premières, des inédits, pour 3 euros par mois). Ou encore le magazine Télérama qui planche sur un projet de webradio

Le cyberspace peut également offrir une seconde vie aux radios traditionnelles... Ce fut par exemple le cas pour SRI, la radio Suisse Internationale. Station historique, créée en 1935, SRI est condamnée à disparaître faute de subventions (le gouvernement suisse ne la considérant plus comme rentable). Mise en ligne, depuis octobre 2004, plus connue et plus écoutée par le grand public, elle compte désormais près de huit millions de connexions par mois !

Ainsi, les webradios n'offrent plus seulement de la radio classique, simples copies de versions déjà existantes, mais une nouvelle forme radiophonique, en pleine mutation, inventive, mêlant sons, images, textes, liens. Un nouveau média complémentaire...

Source : « Télérama » n°2872 - 26 Janvier 2005.

Source : sondage Médiamétrie (« La France plurimédia, janvier-juin 2003, janvier-juin 2004 »).

Quelques liens :

- Webradios-News - « L'officiel des webradios » : <http://www.webradios-news.com>
- France Culture : <http://www.radiofrance.fr/home-culture.htm>
- Arte : <http://www.arteradio.com/home.html>
- Radiomagic : <http://www.eko.fr/radiomagic/visu>
- UBU : <http://www.ubu.com>.

Pour aller plus loin :

« Webradios : quel régime légal ? » par Thibault Verbiest (07/12/04)

Lien : <http://www.journaldunet.com/juridique/juridique041207.shtml>

« Webradios payantes : un marché encore balbutiant en France » par Sophie Fievue-Balat (06/07/04)

Lien : <http://www.journaldunet.com/0407/040706webradiopayant.shtml>

« Les Webradios grignotent de l'audience » - Etude de Médiamétrie - juillet 2003.

Lien : <http://www.journaldunet.com/0307/030723webradios.shtml>.



tns-sofrès.

Page d'Accueil

Qui sommes-nous ?

Nos Expertises

Solutions

Outils

Etudes en Souscription

Espace Presse

Espace Emploi



Les Français et la télévision

Le 21 septembre 2005 – Notre étude réalisée pour **Télérama** fait le point sur les rapports qu'entretiennent les Français avec la télévision. Principaux enseignements : par rapport à 2004, la part des personnes satisfaites de la télévision diminue (46% en 2005, pour 51% en 2004). Mais parallèlement, la part des individus qui jugent que la télévision est meilleure qu'avant augmente en 2005 par rapport à 2004 (38%, pour 32%). Enfin, s'ils ne devaient conserver qu'un seul média, les Français privilégieraient le téléphone portable (33%), devant l'accès Internet (28%), la radio (22%) et la télévision (17%).

Une insatisfaction croissante

Par rapport à 2004, la part des personnes satisfaites de la télévision diminue (46% en 2005, pour 51% en 2004). Parallèlement, la part des individus qui jugent que la télévision est meilleure qu'avant augmente en 2005 par rapport à 2004 (38%, pour 32%). Cela signifie que le niveau d'exigence envers la télévision s'est accru : certes, le niveau actuel est jugé meilleur, mais pas encore suffisant pour contenter les téléspectateurs.

Typologie satisfaction des programmes

Les typologies de téléspectateurs confirment ce constat peu enthousiasmant vis-à-vis du petit écran : "les frustrés" (pour qui les programmes actuels non seulement ne sont pas satisfaisants, mais continuent à se dégrader) représentent toujours la majorité des téléspectateurs (38%). De même, "les nostalgiques" (qui voient le niveau de la télévision se dégrader sans que des changements soient perceptibles depuis un an) représentent près d'un tiers des personnes interrogées.

Surtout, la part des "jamais contents" (qui admettent que le niveau s'améliore, mais de manière insuffisante pour les combler) augmente de 4 points, tandis que celle des "philosophes" (qui reconnaissent que le niveau se dégrade, mais continuent d'apprécier ce qu'on leur propose) diminue de 6 points.

Enfin, le quart des personnes interrogées peuvent être qualifiées de "décues" dès lors qu'elles perçoivent des évolutions depuis 1 an, mais dans le sens d'une dégradation du contenu.

- Les frustrés (38%) : Les plus nombreux, et stables par rapport à 2004. Ils ne sont pas satisfaits des programmes actuels et trouvent qu'ils continuent à se dégrader.
- Les philosophes (20%) : Moins nombreux qu'en 2004 (-6). Ils reconnaissent que le niveau se dégrade, mais se font une raison et continue à apprécier ce qu'on leur donne.

POUR EN SA

Expertise secto

Média

ENVOYE
ANALYSE

Nom exp

Email exp

Nom des

Email des

Env

NEWSL
» CLIQUToutes les
le thème :Les 10 de
enquêtesL'ensembl
et des résu
et par cible

POUR EN SA

- Dossier

- Les comblés (24%, +2): Ils sont satisfaits de ce qu'ils voient à la TV et estiment que le niveau s'améliore.
- Les jamais contents (13%) : Plus nombreux qu'en 2004 (+4). Ils admettent que le niveau s'améliore, mais reste insuffisant pour les satisfaire pleinement.

L'augmentation de la part des jamais contents au détriment des frustrés prouve que le niveau d'exigence envers la TV croît.

Typologie Satisfaction à l'égard de l'évolution des programmes depuis un an

- Les déçus (26%) : ils trouvent que la TV a changé depuis un an, mais ces évolutions ne leur conviennent pas.
- Les charmés (17%) : les changements qu'ils ont constaté depuis un an viennent combler leurs attentes.
- Les nostalgiques (32%) : ils regrettent le temps d'avant. Le niveau de la TV est non seulement pour eux moins bon qu'autrefois, mais en plus cette situation n'est pas prête de s'améliorer puisqu'ils ne constatent pas de changements depuis l'année dernière.
- Les bienheureux (20%) : ils n'ont pas constaté de changement par rapport à l'année dernière, mais ça ne les préoccupe pas vraiment, puisque malgré tout, la tendance est à l'amélioration par rapport à avant.

Jeunes et seniors plus tolérants

Parmi les plus tolérants, 2 groupes se dégagent :

- Les plus jeunes, les 18-24 ans. Ils sont légèrement plus satisfaits que l'ensemble (51%, pour 46% ensemble) tout en considérant de manière significative que le niveau de la télévision est moins bon qu'avant (70%, pour 58% ensemble). Leur niveau d'exigence est donc faible.
- Même constat pour les 65 ans et plus : satisfaits à hauteur de 53% (pour 46% ensemble), ils considèrent légèrement plus que l'ensemble que le niveau est moins bon qu'avant 59% pour 58% ensemble).

Cela s'explique en grande partie par le fait que ces cibles ont un rapport fonctionnel ou routinier à la télévision. Les anciens regardent significativement plus que l'ensemble la télévision pour combler des moments de solitude (85%, pour 72 %) et ensuite mieux parler échanger (50% pour 41%). Les deux cibles déclarent légèrement plus que l'ensemble regarder la télévision plus par habitude que par choix (61% pour les 18-24 ans et 59% pour les 65 ans et plus contre 58% ensemble). La qualité proposée par le petit écran importe alors moins que sa capacité à jouer les "fonds sonores".

25-34 ans et catégories socio-professionnelles supérieures parmi les plus sévères

Parmi les plus sévères, on relève 4 groupes :

- Les PCS + sont la catégorie socio-professionnelle la plus insatisfaite (60%, pour 53%) et la plus déçue de l'évolution du niveau de la télévision (63% moins bon qu'avant, pour 58 % ensemble).
- Les 25-34 ans correspondent à la tranche d'âge la plus critique (60%, pour 53% ensemble) et celle qui considère en majorité que le niveau de la télévision est moins bon qu'avant (70%, pour 58% ensemble).
- Les résidents de l'agglomération parisienne sont également des insatisfaits du niveau actuel de la télévision (62%, pour 53 % ensemble) et de manière non significative de son évolution (64% pour 58% ensemble).
- Les personnes bénéficiant d'un accès Internet : 58% sont insatisfaites de la télévision telle qu'elle est aujourd'hui et 61% estiment que son niveau se dégrade.

Le média Internet semble donc combler un certain nombre d'attentes auxquelles la télévision ne répond pas, qu'il s'agisse d'ailleurs des chaînes hertziennes, de celles du câble ou de la TNT, puisque l'accès à ce type d'offres ne vient pas améliorer le niveau de satisfaction et de

perception d'évolution à l'égard du petit écran.

De même, dès lors qu'on dispose d'un accès Internet chez soi, on tend à passer moins de temps devant la télévision (56%), ce qui corrobore le fait que si les personnes interrogées ne devaient garder qu'un seul média c'est le portable (33%) puis Internet (28%) loin devant la télévision (17%) qui seraient gardés en premiers.

Ouverture, culture et éthique, principales attentes envers la télévision

Les exigences et les attentes à l'encontre de la télévision se situent au niveau du contenu. Les personnes interrogées aimeraient que la télévision fonctionne telle une fenêtre ouverte sur le monde et réponde à leur besoin de comprendre :

- 90 % considèrent que la télévision doit permettre de découvrir des choses inconnues.

- les trois quarts estiment que la télévision permet de mieux comprendre le monde qui nous entoure. C'est encore plus manifeste chez les cibles âgées, rurales, peu instruites et celles ne disposant pas d'Internet.

On sent donc poindre cette année une volonté de voir la télévision redevenir un média culturel et pas seulement un outil de divertissement.

D'ailleurs, parmi les chaînes correspondant le plus aux attentes personnelles, Arte arrive en tête et devance désormais TF1, à l'inverse de ce que l'on observait en 2004. En outre, Arte progresse de 4 points dans la hiérarchie des Français tandis que M6 perd 5 points.

Même si TF1 progresse par ailleurs d'un point d'affinité avec les Français, ce double mouvement semble traduire une distance prise - ou tout au moins déclarée - face au contenu proposé (notamment la télé réalité) par les deux principales chaînes privées.

Ainsi, plus largement, les chaînes publiques recueillent plus l'adhésion en 2005 (55%) qu'en 2004 (47%). Elles sont perçues comme différentes (60%), par des personnes pour qui ces différences reposent en grande partie sur les programmes et en second lieu seulement sur le mode de financement et le volume publicitaire (35%).

C'est donc bien au niveau du contenu et de la qualité des programmes que se situent les exigences des Français envers la télévision aujourd'hui. Et le fait que la satisfaction envers le petit écran diminue plus encore auprès des personnes abonnées à une offre de télévision payante (- 8 points entre 2004 et 2005 ; - 3 points pour les personnes ne recevant que les chaînes hertziennes) prouve que c'est bien d'une exigence de qualité et non de quantité dont font preuve les Français.

Dans cette situation, on ne s'étonnera pas de constater que l'intérêt pour la TNT est relativement modéré (53%), seule une valeur ajoutée en termes de contenu pourrait permettre un plus grand enthousiasme envers ces chaînes.



Téléchargez les résultats de cette étude (.pdf)

Plus d'informations :

Stanislas SEVENO / Béatrice SOMMIER
Département Media
Tél : 33 (0)1 40 92 31 39 / 31 36
Fax : 33 (0)1 40 92 31 98
stanislas.seveno@tns-sofres.com
beatrice.sommier@tns-sofres.com

Voir aussi...

Département
Media



La confiance des Français dans les médias

Fiche Technique

Enquête réalisée les 26 et 27 janvier 2005 pour **Le Point** et **La Croix** auprès d'un échantillon national de 1 000 personnes représentatif de l'ensemble de la population âgée de 18 ans et plus, interrogées en face-à-face à leur domicile. Méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de ménage PCS) et stratification par région et catégorie d'agglomération.

- 1 - L'intérêt porté aux médias et leur crédibilité
- 2 - La presse écrite
- 3 - Le traitement des questions d'actualité

Les résultats

L'intérêt porté aux médias et leur crédibilité

Question : Est-ce que vous suivez les nouvelles données par les moyens d'information (presse, radio, télévision) avec un intérêt : très grand, assez grand, assez faible ou très faible ?

	Rappel Le Point et La Croix / janvier 2004	Le Point et La Croix janvier 2005
- Très grand	17	15
- Assez grand	54	57
ST Grand	71	72
- Assez faible	22	23
- Très faible	6	4
ST Faible	28	27
- Sans opinion	1	1

L'évolution de l'intérêt porté aux médias

POUR EN SA

Expertise secte

Média

ENVOYE
ANALYSE

Nom exp

Email exp

Nom des

Email des

Env

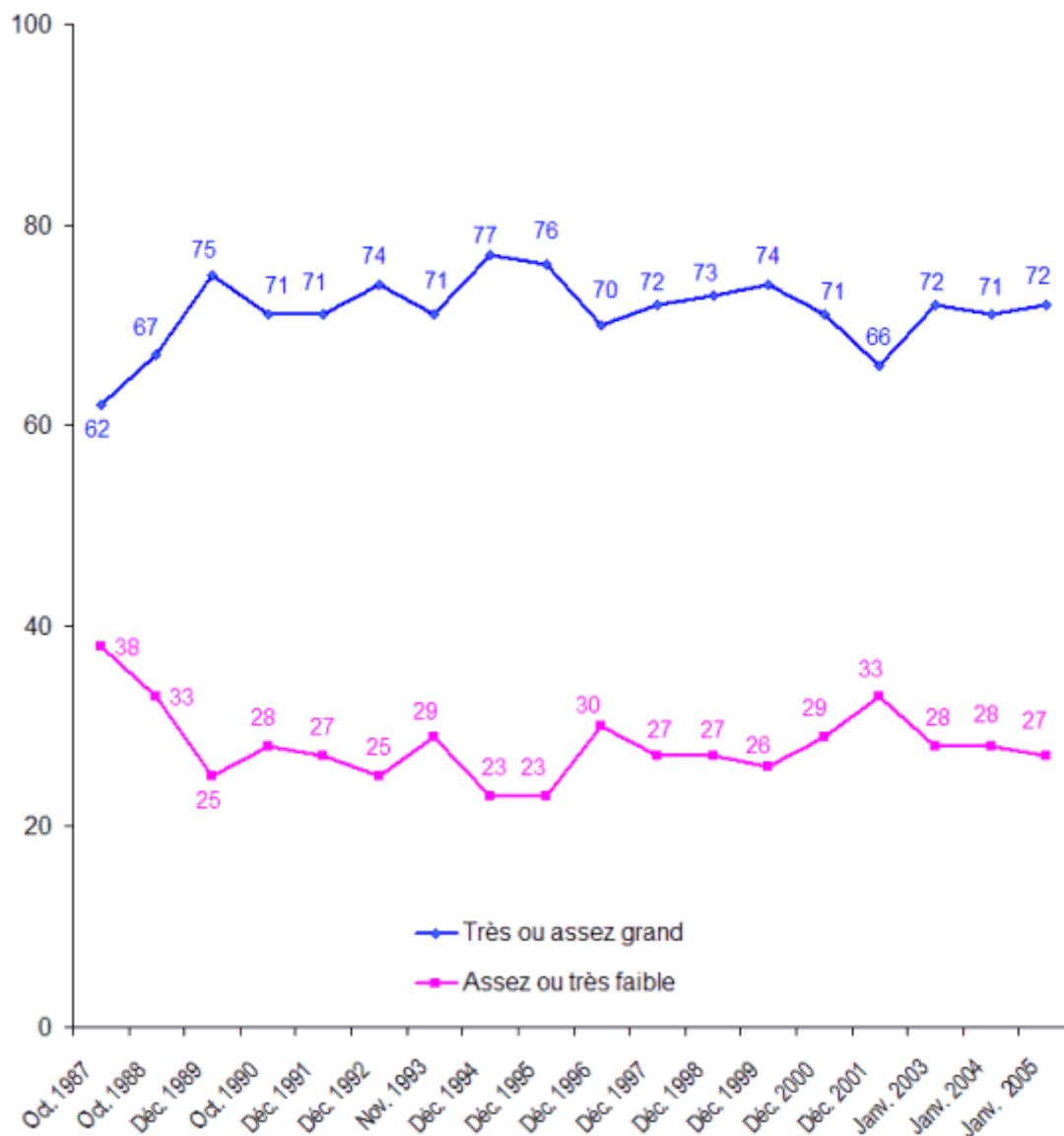
NEWSL

» CLIQ

Toutes les
le thème : SLes 10 der
enquêtesL'ensembl
et des résu
et par cible

POUR EN SA

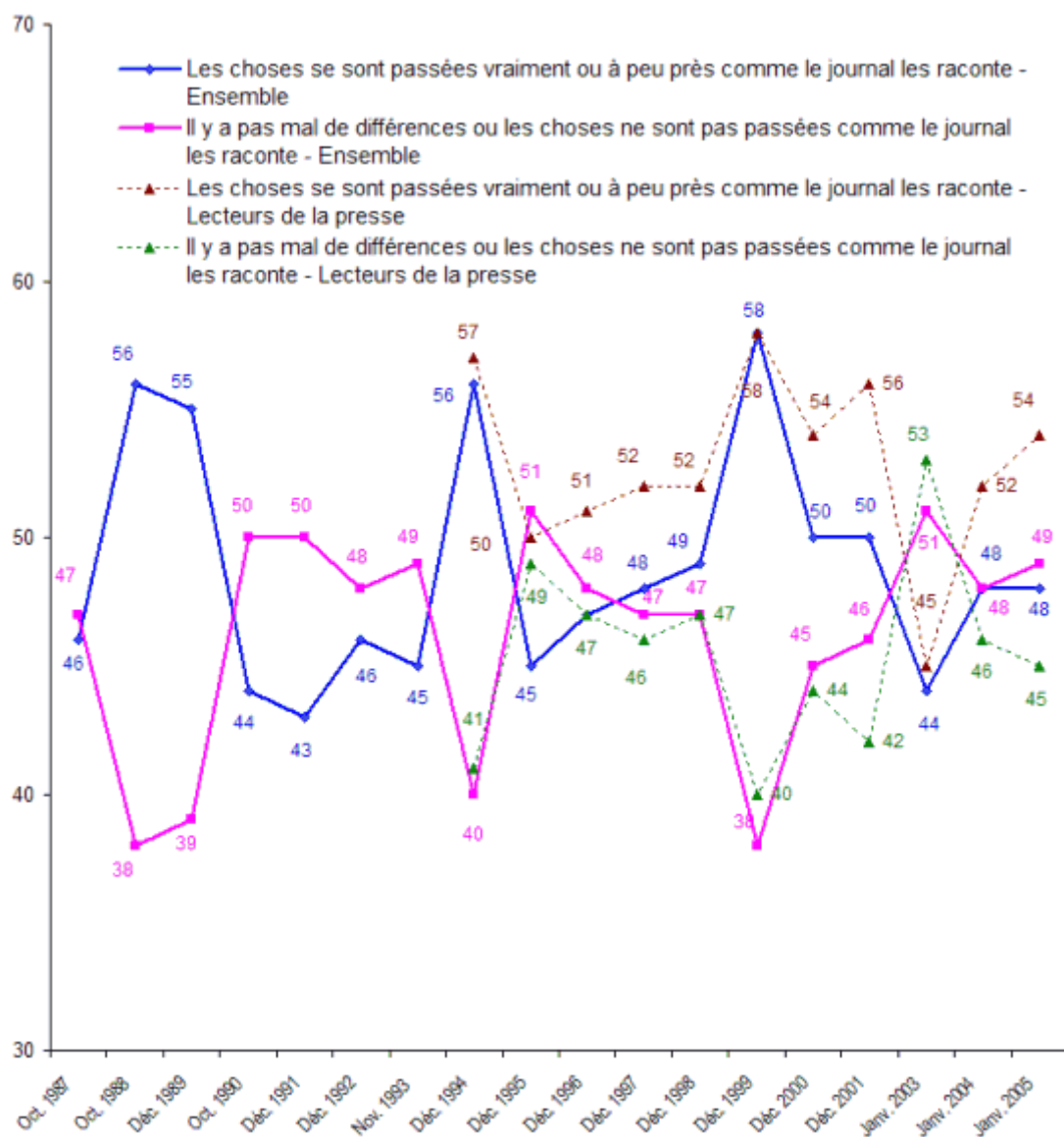
- Dossier Me
Communica



Question : En général, à propos des nouvelles que vous lisez **dans un journal**, est-ce que vous vous dites :

	Rappel Le Point et La Croix/ janvier 2004	Le Point et La Croix janvier 2005
- Les choses se sont passées vraiment comme le journal les raconte	6	5
- Les choses se sont passées à peu près comme le journal les raconte	42	43
ST Se sont passées vraiment comme le journal les raconte	48	48
- Il y a sans doute pas mal de différences entre la façon dont les choses se sont passées et la façon dont le journal les raconte	42	44
- Les choses ne se sont vraisemblablement pas passées du tout comme le journal les raconte	6	5
ST Ne se sont pas passées vraiment comme le journal les raconte	48	49
- Sans opinion	4	3

L'évolution de la crédibilité des journaux
comme source d'information

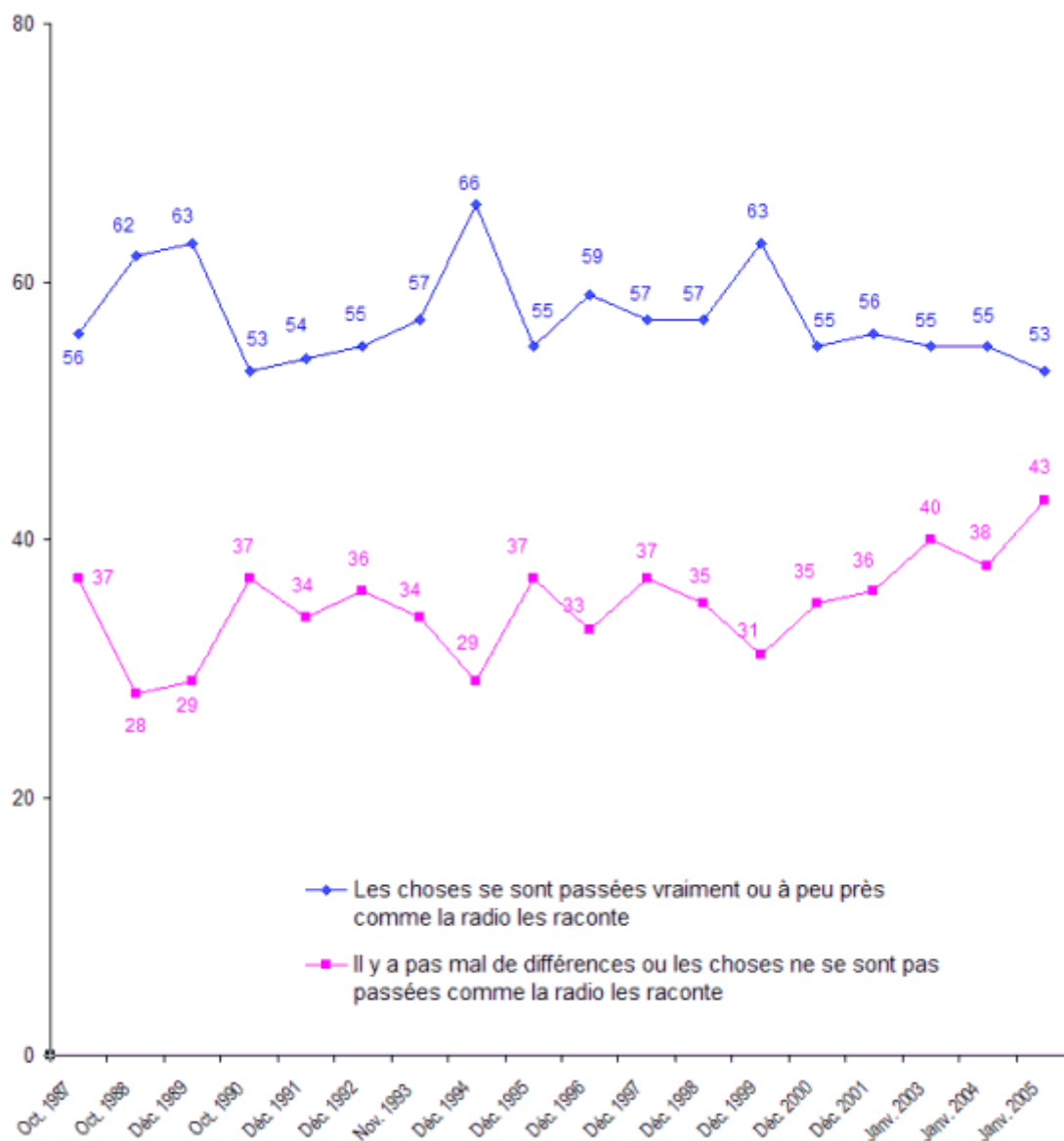


↑
TOP

Question : A propos des nouvelles que vous entendez à la radio, est-ce que vous vous dites plutôt :

	Rappel Le Point et La Croix / janvier 2004	Le Point et La Croix janvier 2005
- Les choses se sont passées vraiment comme la radio les raconte	7	6
- Les choses se sont passées à peu près comme la radio les raconte	48	47
ST Se sont passées vraiment comme la radio les raconte	55	53
- Il y a sans doute pas mal de différences entre la façon dont les choses se sont passées et la façon dont la radio les raconte	33	38
- Les choses ne se sont vraisemblablement pas passées du tout comme la radio les raconte	5	5
ST Ne se sont pas passées vraiment comme la radio les raconte	38	43
- Sans opinion	7	4

**L'évolution de la crédibilité de la radio
comme source d'information**

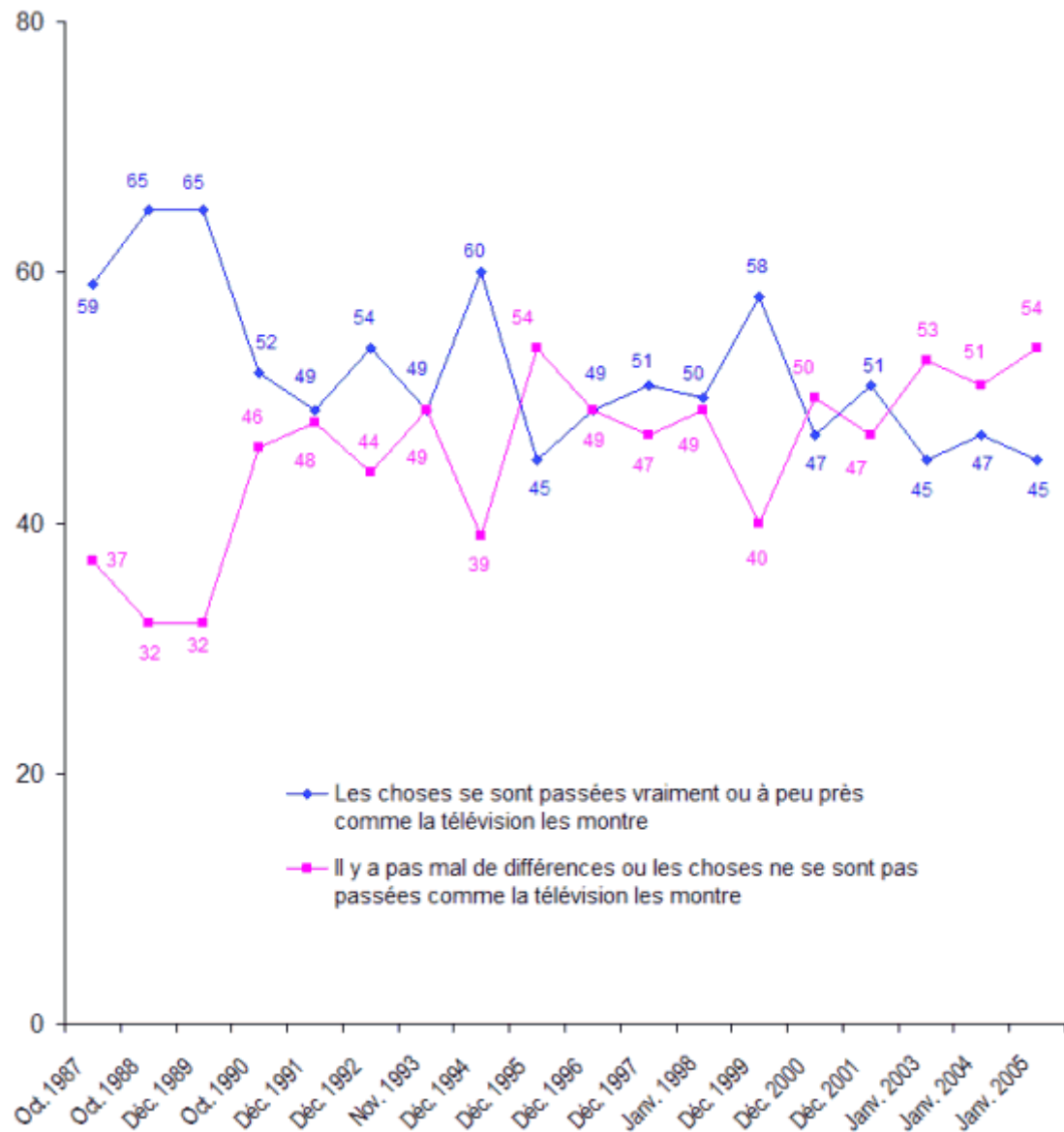


Question : Pour les nouvelles que vous voyez à la télévision, est-ce que vous vous dites plutôt :

	Rappel Le Point et La Croix/ janvier 2004	Le Point et La Croix janvier 2005
- Les choses se sont passées vraiment comme la télévision les montre	6	8
- Les choses se sont passées à peu près comme la télévision les montre	41	37
ST Se sont passées vraiment comme la télévision les montre	47	45
- Il y a sans doute pas mal de différences entre la façon dont les choses se sont passées et la façon dont la télévision les montre	42	45
- Les choses ne se sont vraisemblablement pas passées du tout comme la télévision les montre	9	9

ST Ne se sont pas passées comme la télévision les montre	51	54
- Sans opinion	2	1

L'évolution de la crédibilité de la télévision
comme source d'information



Question : A propos des nouvelles que vous lisez sur **Internet**, est-ce que vous vous dites plutôt :

	Le Point et La Croix janvier 2005
- Les choses se sont passées vraiment comme Internet les montre	3
- Les choses se sont passées à peu près comme Internet les montre	20
ST Se sont passées vraiment comme Internet les montre	23
- Il y a sans doute pas mal de différences entre la façon dont les choses se sont passées et la façon dont Internet les montre	18
- Les choses ne se sont vraisemblablement pas passées du tout comme Internet les montre	2
ST Ne se sont pas passées comme Internet les montre	20

- Sans opinion	57
----------------	----



La presse écrite

Question : Vous même, quand vous lisez un quotidien ou un magazine d'information générale ou d'actualité, diriez-vous que c'est avant tout... ?

	Le Point et La Croix jan 2005	Rang
- Pour connaître rapidement l'actualité du jour	61	1
- Pour avoir des explications sur un événement précis	32	2
- Pour mieux comprendre un sujet de fond	17	3
- Pour connaître les différents points de vue	17	3
- Pour le plaisir de la lecture	11	5
- Pour avoir des informations fiables	10	6
- Pour passer le temps, dans les transports par exemple	7	7
- Parce que vous faites confiance au journal que vous lisez	6	8
- Sans opinion	5	

Question : Je vais vous lire quelques opinions que l'on peut entendre à propos des quotidiens gratuits comme 20 minutes ou Metro. Pour chacune, dites-moi si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout.

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	ST D'accord	Plutôt pas d'accord	Pas d'accord du tout	ST Pas d'accord	Sans opinion
- Ces journaux permettent à certaines personnes de lire des journaux, alors qu'elles n'en achèteraient pas autrement	37	38	75	4	1	5	20
- Ces journaux sont un bon moyen de s'informer de manière simple et rapide	22	42	64	8	2	10	26
- Le financement complet des journaux par la publicité n'est pas une bonne chose pour la qualité de l'information	10	26	36	27	10	37	27
- Personnellement, je fais davantage confiance aux journaux payants	9	25	34	30	11	41	25



Le traitement des questions d'actualité

Question : Estimez-vous que les médias d'une façon générale, en 2004, ont trop parlé, pas assez ou comme il faut des choses suivantes ?

	Trop	Pas assez	Comme il faut	Sans opinion
- Le premier mariage homosexuel en France	64	7	23	6
- Nicolas Sarkozy	59	3	33	5
Rappel 2004 :	65	3	28	4
- La loi sur le port de signes religieux à l'école	58	9	30	3

- La guerre en Irak	51	7	40	2
<i>Rappel 2004 :</i>	58	6	34	2
- Le raz-de-marée en Asie	34	5	60	1
- Le procès pour pédophilie d'Outreau	33	18	44	5
- La candidature de la Turquie à l'UE	32	23	38	7
- Le film de Mel Gibson, La passion du Christ	30	10	31	29
- Le film Les Choristes	25	7	55	13
- Les JO d'Athènes	16	13	65	6
- Le 60ème anniversaire du Débarquement	15	14	68	3
- Les élections régionales	13	28	51	8
- Les attentats de Madrid	9	18	68	5



Plus d'informations :
Brice TEINTURIER / Anne-Hélène MANGIN

Département Politique et Opinion

Tél : 33 (0)1 40 92 47 70 / 47 33

Fax : 33 (0)1 40 92 46 60

Politique&Opinion@tns-sofres.com
Voir aussi...

 Département
Politique Opinion

© TNS