

## **WORLDSP ACE. La radio africaine hésite à monter sur le satellite (Serge Bailly) – Janvier 2000**

**Lancé par la société américaine Worldspace, le satellite Afristar émet depuis plusieurs mois des programmes en anglais bien sûr mais aussi en italien, en swahili, en français et en arabe. Son rayon d'action: l'Afrique et le Moyen-Orient. Le projet prévoyait de distribuer « une radio africaine pour les africains » mais ne transmet que des stations américaines...**

Worldspace Corporation est une société privée qui appartient à un riche homme d'affaires éthiopien vivant aux Etats-Unis, Noah Samara. Celui-ci est persuadé que le satellite est l'avenir du développement de la radio dans les régions les plus reculées du globe. Son projet mélange étroitement visées commerciales et éducatives.

La fondation Worldspace a été créée dont les activités se distinguent de celles de la compagnie. Enregistrée comme association caritative, elle prétend affecter 5% de ses ressources au développement, en particulier à des programmes éducatifs réalisés grâce aux ressources des Nation Unies, des ONG et des radios communautaires.

Au mois d'octobre 1999, un an après le lancement de Afristar, son premier satellite, Worldspace a inauguré la diffusion de programmes radio par satellite.

### **Une douzaine de chaînes seulement**

Worldspace dispose de trois faisceaux sur son satellite. Chacun peut accepter jusqu'à 70 radios. Le satellite Afristar devait distribuer plus de 25 chaînes d'information, de musique et de programmes de variété ainsi que des programmes éducatifs. Mais, au mois de décembre 1999, douze chaînes seulement avaient accepté d'être distribuées, parmi lesquelles CNN International et Bloomberg, la radio et télévision Égyptienne, des chaînes musicales thématiques de Johannesburg, la chaîne nationale du Kenya, la chaîne Media 1 du Maroc. Et encore, certaines sources estiment qu'une majorité de ces chaînes sont présentes uniquement à titre expérimental. Le bilan est maigre, mais il faut dire que les coûts ont de quoi décourager les radios du Sud: la location d'un canal coûte au moins 300.000 \$US par an.

Plusieurs stations africaines étaient d'ailleurs en principe engagées mais ne sont pas encore disponibles: Golfe FM (Bénin), Horizon FM (Burkina), GBC (Ghana), LBS (Liberia), Radio Klédu (Mali) et Sanyu FM (Ouganda). Outre Sud FM, Golfe FM et la GBC qui devraient bientôt étoffer le bouquet, plusieurs radios envisagent de rejoindre le peloton précédent, comme Radio la 7 du chanteur sénégalais Youssou N'Dour. Hors Afrique subsaharienne, Worldspace aurait noué des contacts avancés avec la BBC, la VOA (Voix de l'Amérique), avec la radio internationale japonaise NHK et le consortium arabe MBC (pour deux chaînes, dont l'une à caractère islamique).

Les responsables de Worldspace prétendent que les coûts devraient forcément baisser avec l'arrivée de gros clients mais la question des tarifs pêche par un manque évident de transparence. Pour convaincre les radios africaines, ils envisageraient la possibilité de subvenir au plan de financement de certains partenaires. Aux dernières nouvelles, ils leur proposent désormais de louer un canal moins cher pour obtenir quelques grands marchés publicitaires. Des radios commerciales comme Sud FM, Golfe FM et Klédu pourraient être tentées.

Worldspace veut séduire les radios communautaires africaines. Elles seraient plus de 700 à émettre dont près de cent rien qu'au Mali... Discours surréaliste où la bonne parole américaine, s'appuyant sur la technologie numérique, vient buter sur la réalité de ces centaines de petites radios qui diffusent, comme elles le peuvent et quand elles le peuvent<sup>1</sup>.

Cette frilosité des opérateurs à rejoindre une telle plate-forme tient à la proposition même du conglomérat: les programmes ne peuvent être écoutés qu'avec un récepteur recommandé par Worldspace. Pas question pour les villages reculés d'Afrique de chercher à capter les stations de Johannesburg sans le poste radio *ad hoc*. Hitachi, JVC, Panasonic et Sanyo ont été mis à contribution pour la fabrication et la distribution des appareils qui peuvent être alimentés par une connexion électrique ou par pile.

Le poste coûte 200/300 \$US, ce qui suffit à décourager la plupart des opérateurs privés ou publics. « Même si Worldspace affirme que les tarifs baisseront rapidement, il faut bien avouer que le prix des récepteurs est exorbitant pour l'Africain moyen ; aussi cher qu'une antenne TV5 et qu'un téléviseur d'occasion! Pour qu'intervienne une baisse significative des prix, il faudrait d'abord vendre près d'un million de récepteurs », constate le spécialiste NTI de Panos.

### **Un projet de canal éducatif francophone**

Les radios de l'aire francophone reprochent aussi à Worldspace sa couleur par trop anglo-saxonne. Frederic Torrea, vice-président de la division Corporate Business Development en France s'en défend. Tout en reconnaissant que la priorité a été donnée à l'Afrique du Sud, premier marché potentiel en termes d'audience, il explique qu'il appartient aux français de ne pas laisser passer l'occasion... Des négociations sont d'ailleurs en cours avec RFI (Radio France International) qui voit dans ce projet un bon moyen d'élargir sa couverture sur l'Afrique.

Par ailleurs, l'idée d'un canal Éducatif intéresse l'Agence de la francophonie qui souhaite associer plusieurs radios africaines à ce projet. La question du contenu reste un casse-tête. Comment imaginer par exemple qu'un programme d'une radio du Mali, puisse intéresser les populations de Côte d'Ivoire ou du Kenya?

Worldspace pourrait aussi permettre l'accès à des services Internet tels le réseau Arpinet. Mis en place par la coopération française, Arpinet se présente comme un réseau de partage d'informations, déjà disponible dans plusieurs pays africains.

Worldspace, qui ne manque jamais d'argument pour vendre son projet, dit vouloir commercialiser aussi les récepteurs numériques auprès de certaines diasporas, voire de démarcher des chaînes européennes pour les faire monter à bord d'Afristar. Profitant ainsi de l'opportunité de capter le faisceau septentrional d'Afristar dans une partie de l'Europe de l'Ouest, Worldspace veut donner la possibilité à des communautés immigrées de communiquer entre elles: les communautés maliennes éparpillées entre la Côte d'Ivoire, la France et les Etats-Unis se retrouveraient ainsi réunies par un même cordon ombilical à la mère patrie.

Dans la stratégie de Worldspace, opérateurs et organisations internationales ont jusqu'ici été privilégiés. Mais les efforts déployés n'ont convaincu que très modérément les organisations et les ONG<sup>2</sup>. Worldspace compte en effet sur les associations pour distribuer gratuitement les récepteurs. Sans une distribution

---

<sup>1</sup> Quand il y a du courant et quand elles peuvent payer la facture d'électricité.

<sup>2</sup> L'Unesco serait néanmoins acquise au projet.

massive de radios aux populations africaines, le projet n'a aucune chance de prendre la moindre ampleur. Worldspace promet d'affecter un canal spécifique aux ONG. On comprendra pourquoi elle tient tant à les convaincre du bien fondé de son initiative. Mais le coût reste un facteur dissuasif. L'Institut Panos a envisagé d'utiliser un canal pour distribuer ses programmes et d'autres vers des radios communautaires/associatives comme alternative au système d'échange des cassettes audio. Cependant, le « ticket d'entrée » a été jugé beaucoup trop prohibitif. Autre problème: la distribution des appareils semble avoir été limitée à l'Afrique australe même si on annonce leur commercialisation au Ghana, au Sénégal puis en Côte d'Ivoire, au Kenya et au Nigeria. Officiellement, pour Worldspace, le lancement en Afrique du Sud a été conçu comme un premier test avant une commercialisation plus large. Il semblerait cependant que les stocks des quatre fabricants de récepteurs numériques soient presque épuisés...