

Forum sur la Coopération des médias (suite et fin)

Rêves et réserves autour de la route de la soie

Innocent M'BADOUMA
Beijing / Chine

Comment se présente l'initiative la Ceinture et la Route sur les cartes des continents et des océans ? Comment impacte-t-elle l'Afrique et le Monde ? Quelle retombée pour les économies du monde ? Quels réserves formulent l'Occident ?

ORGANISÉ récemment par le quotidien du Peuple, le forum sur la coopération des médias sur l'initiative "La Ceinture, la Route" visait, entre autres, à mieux comprendre le sens à donner à cette initiative, ainsi que les moyens pour les peuples d'y tirer avantage. Pour le vice-ministre chinois du Commerce Zhang Gaoli, cette initiative qui est de "réaliser le rêve partagé du socialisme à la chinoise" veut établir au plan international cinq types d'interconnectivité : politique, économique, financière, culturelle et des infrastructures. L'initiative repose sur quatre dimensions de transport : terrestre (chemin de



Photo : I.M'B



Photo : D.R

fer et route), maritime, aérienne et informatique. Pour Zhou Wei, le ministre chinois des Transports, "l'interconnectivité via ces dimensions du transport améliore le commerce et la fluidité des ressources humaines". En Afrique, la façade Est du continent est un point de connectivité primordiale de cette route de la soie. A ce titre, la Chine a signé 16 conventions de partenariats, ouvert 365 lignes aériennes de fret en lien direct avec 43 pays dans le monde. De plus, ces interconnectivités permettent à 40 en-



Photo : I.M'B

M. Zhang Gaoli, vice-premier ministre chinois de l'Economie, en charge de l'initiative la Ceinture et la Route.

treprises d'Etat chinoises de travailler sur 1600 projets nécessaires en cours et nécessaires au bien-être des populations, en Afrique et dans le monde. Un exemple, 5000 km de chemin de fer fonctionnel depuis le 1er janvier 2017, ont permis de désenclaver des peuples entre la Chine et l'Europe. Depuis sa création, l'initiative a permis aux entreprises chinoises de redistribuer plus de 2000 milliards de francs d'impôts dans le monde. De manière géographique, la nouvelle route de la soie englobe "une ceinture terrestre", et une route mari-

time (voir cartes). Selon un expert, "le projet est le seul projet de mondialisation inclusive de développement multilatéral de grande échelle que le 21e siècle ait vu jusqu'à présent". Pour Alfred Chipke, de la section Asie du Fonds monétaire international, "cette initiative est source d'une forte croissance économique".

RESERVES. Pour Christophe Ayad, rédacteur en chef service international du Monde, "la double route de la soie ne peut enregistrer de succès total que si les marchandises circulent dans les deux sens, et non à sens unique", avant d'ajouter que "la Chine doit ouvrir son marché aux produits étrangers". Pour sa part, Sylvie Matelly, économiste et directrice adjointe de l'Institut des relations internationales et stratégiques (Iris - France), estime que cette initiative doit être réellement inclusive et devrait pas favoriser la dépendance des autres États à la Chine. Aussi, a-t-elle souhaité une diversification des flux commerciaux dans les deux sens.

Quelques avis des participants

L'avenir des médias traditionnels face à internet et aux réseaux sociaux

Propos recueillis par I.M'B.
Beijing / Chine

Perçus comme une menace pour les uns, les réseaux sociaux et le contenu information des sites internet ont fait l'objet des débats lors du Forum sur la coopération des médias sur l'initiative "la Ceinture et la route" tenue à Dunhuang, puis à Beijing. Face aux éditeurs traditionnels qui craignent la concurrence, les patrons des nouveaux médias ont appelé à y voir des gisements de performance économique.

Daniel Chou, vice-président de Microsoft "Sachez que l'opposé de la technologie, c'est la stupidité. Les statistiques montrent toutes les six minutes,

qu'une personne consulte internet ou son smartphone pour une information. J'ai entendu des arguments contre les réseaux sociaux et internet présentés comme des dangers pour les médias. C'est faux, l'opposé de la technologie, c'est la stupidité. Il faut intégrer les technologies dans le modèle économique des organes de presse".

Alejandro Esquivel, Notimex News Agency (agence d'état mexicain d'informations nationales et internationales) "Internet et les réseaux sociaux modifient les comportements de nous autres, éditeurs. Il faut affronter avec un esprit positif ce changement. Face aux réseaux sociaux, la presse doit produire un contenu davantage varié, à savoir un mélange de textes et images.



Photo : I.M'B

Stephen Rae, P-dg Independent News Media d'Irlande : "Internet et les réseaux sociaux des atouts pour la rentabilité des médias".

De la sorte que notre audience, et la publicité qui s'en suit, peuvent croître. Notimex s'engage à renforcer la coopération entre médias d'Amérique, d'Europe et d'Asie. Notimex va renforcer les liens culturels et économiques".

Gary Zitter, P-DG de Daily Mail and General Trust (Groupe de média en ligne du Royaume-Uni) "Amis des médias, nous devons accorder de l'interconnectivité avec les médias en ligne. Elle est bénéfique

pour tout le monde. Aux chefs d'entreprises de presse de savoir saisir cette opportunité qu'offre l'intelligence artificielle."

Alexis Michie, Grande Bretagne "La coopération seule ne suffit pas. Il faut s'adapter à notre ère du big data (bases de données, ndlr). Le suivi des big data permet de mieux connaître les lecteurs et savoir comment s'adapter à leurs besoins. Qu'il s'agisse des TV en ligne ou des sites, il faut savoir s'adapter au public cible".

Stephen Rae, directeur de publication de "Independent News and Media" (plus grand organe de presse irlandais, dont une version en ligne) "L'initiative "la route de la soie" est importante pour les journaux des pays de pe-

tite taille comme l'Irlande. Les technologies nous ont permis d'accroître notre audience. Les consommateurs sont devenus un moteur de croissance, de développement et de mutation pour les nouveaux médias. Dans l'ensemble, il existe beaucoup de domaines de coopération pour les médias."

Li Shufu, Geely Holding Group (conglomérat chinois fabricant de voitures) "L'initiative "La Ceinture, la Route" suppose changer la culture d'entreprise, afin de devenir une entreprise internationale. L'intégration et l'ouverture permettent de briser les barrières linguistiques. Enfin, face aux crises, il faut s'adapter et conquérir le marché international".

Promotion commerciale des produits étrangers

Chine : une première foire des produits importés en 2018

I.M'B.
Beijing / Chine

La Chine veut donner sa chance aux produits étrangers sur son marché intérieur. De quoi taire les murmures de l'Occident parlant d'une Chine qui ne veut pas accueillir les pro-

duits fabriqués ailleurs.

C'EST Li Changgang, haut cadre du ministère du Commerce de la République populaire de Chine qui l'a annoncé le 19 septembre dernier : l'an prochain, c'est-à-dire en 2018, Pékin organisera la première foire des pro-

duits importés en Chine ou des produits susceptibles d'intéresser les consommateurs chinois. En effet, en vue de promouvoir la vente des produits et services étrangers dans leur pays, les autorités chinoises annoncent la préparation d'une grande foire. « Il est question d'élever le niveau de libre-

échange, de raffermir les accords bilatéraux, et de permettre aux entreprises du monde entier de bénéficier du vaste marché de consommation qu'est la Chine », a indiqué Li Changgang, lors de son adresse aux journalistes. Cette foire des produits importés ou à importer en Chine sera l'occasion de

mieux faciliter les connexions commerciales entre producteurs du monde et consommateurs chinois, dans la pure tradition de l'esprit de l'initiative "la Ceinture et la Route de la soie". « Par cette foire, il est question d'étendre et relier le rêve chinois à celui des autres êtres humains », a-t-il

ajouté. Cette foire commerciale va permettre, selon les autorités, de "renforcer la confiance entre les peuples". Cet événement sera une preuve que la double route de la soie n'est pas une voie de circulation économique à sens unique.