



Pamt²

PROGRAMME D'APPUI
AUX MÉDIAS TUNISIENS

Journalisme et IA

Enjeux et opportunités de l'intelligence artificielle en Tunisie

Un projet financé par l'Union européenne



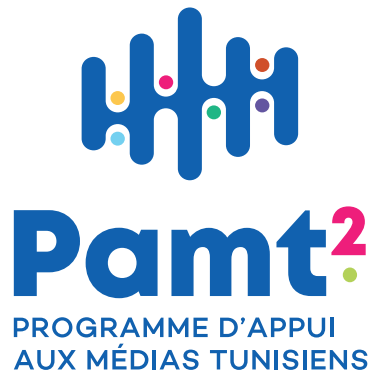
Mis en oeuvre par CFI et ses partenaires



DÉVELOPPEMENT
MÉDIAS



EUROPEAID/140677/DH/SER/TN
Instrument européen de voisinage
Assistance Technique pour le programme MediaUp2 (Tunisie)



Journalisme et IA

Enjeux et opportunités de l'intelligence artificielle en Tunisie

Mai 2025



Un projet financé par l'Union européenne



Mis en oeuvre par CFI et ses partenaires

AVERTISSEMENT

Le contenu de ce rapport relève de la seule responsabilité de ses auteurs et ne peut en aucune manière être considéré comme reflétant les vues de l'Union européenne.



Pamt²

PROGRAMME D'APPUI
AUX MÉDIAS TUNISIENS

Journalisme et IA

Enjeux et opportunités de l'intelligence artificielle en Tunisie

AUTEURS

Aymen Zaghdoudi

Aymen Zaghdoudi est maître-assistant en droit public à l'Institut de Presse et des Sciences de l'Information en Tunisie, où il enseigne le droit de la presse, la régulation des médias et le droit constitutionnel. Titulaire d'un doctorat obtenu en 2016 sur la liberté d'expression, il est auteur de plusieurs publications sur les cybercrimes, la régulation des médias et la protection des journalistes. Consultant pour diverses organisations internationales et régionales, il analyse les textes juridiques liés à la liberté des médias et réseaux sociaux dans la région MENA. Il a également contribué à l'élaboration de projets de loi sur la presse, l'audiovisuel et les partis politiques dans la région MENA.



Malek Khadhraoui

Malek Khadhraoui est journaliste, formateur et directeur de la publication de www.inkyfada.com, magazine tunisien dédié aux enquêtes et au journalisme au long-court. CEO de Inkylab technologies, une start up tunisienne qui développe des solutions et des outils pour les éditeurs en ligne. Consultant pour plusieurs organisations nationales et internationales travaillant dans le domaine de la formation et du support aux médias. Il est membre de l'International consortium of investigative journalists (ICIJ).



Gérald Holubowicz

Gérald Holubowicz est journaliste, auteur et réalisateur, spécialisé dans les médias synthétiques et l'impact des technologies émergentes sur l'information. Depuis fin 2017, il explore les enjeux éthiques et sociétaux liés aux deepfakes et à l'intelligence artificielle générative. Il a fondé et dirige Synthmedia.fr, un site d'information et d'analyse critique sur les transformations politiques, économiques et culturelles induites par ces technologies. Consultant et formateur, il accompagne les médias, ONG et institutions dans leur transition numérique, en mettant l'accent sur l'innovation éditoriale et l'intégration responsable de l'IA. Enseignant à Sciences Po, l'ESJ et d'autres établissements, il forme les professionnels de l'information aux défis posés par l'automatisation et la désinformation. Son approche, nourrie par une veille interdisciplinaire, vise à renforcer la résilience des rédactions face aux bouleversements technologiques.



TABLE DES MATIÈRES

PRÉAMBULE	4
INTRODUCTION	6
CHAPITRE 1. L'IA DANS LE SECTEUR DE LA PRESSE	10
1.1 Usages de l'IA dans la sphère informationnelle	11
Quelques exemples concrets d'utilisation de l'IA par des médias tunisiens :	13
Initiatives académiques et de formation :	15
Réflexions sur l'impact de l'IA dans les médias :	15
Les cas de désinformation	16
1.2. L'impact sur l'organisation industrielle du secteur de la presse	16
Dimensions économiques	16
Les inquiétudes RH	17
La compétitivité et l'innovation	18
Start-up	19
1.3. Besoin de régulation et priorités	19
Lutte contre la désinformation	19
Transparence des algorithmes	19
1.4. Recommandations	20
Formation et sensibilisation	20
Charte éthique	20
Soutien à l'innovation	21
Régulation et gouvernance	21
Dans les rédactions	22
Chez les créateurs de contenu	23
Les cas de désinformation	23
L'impact sur l'organisation industrielle du secteur de la presse	24
1.5. Une industrie en transformation rapide	25
1.6. L'IA dans la production journalistique : efficacité ou dépendance accrue ?	27
1.7. Le modèle économique des médias face aux bouleversements de l'IA	28
1.8. Défis éthiques et juridiques : entre régulation et innovation responsable	30
1.9. Quel futur pour une presse augmentée par l'IA ?	32
CHAPITRE 2. CONTEXTE, QUESTIONS ÉTHIQUES ET CADRE JURIDIQUE	33
2.1 Cadre éthique et global des usages	34
2.2. Le contexte juridique international, continental et régional	36
2.2.1. L'approche européenne	36
2.2.2. L'approche américaine	36
2.2.3. L'approche chinoise	37
2.2.4. Le cadre juridique tunisien	38
2.3. IA et délits d'expression	39
CHAPITRE 3. RECOMMANDATIONS STRATEGIQUES	43
3.1. Des formations adaptées en premier cycle	44
3.2. Une formation continue pour assurer aux équipes un maintien de compétence	45

3.3. Quelles actions mettre en place pour favoriser une adoption raisonnable de l'IA dans les rédactions ? 45

Des solutions mutualisées pour optimiser les coûts 47

Des partenariats stratégiques avec les fournisseurs 47

Développement d'outils locaux adaptés au contexte tunisien 47

3.4. Mise en place d'un cadre d'utilisation éthique 47

Élaboration d'une charte d'utilisation de l'IA dans la presse tunisienne 47

Mise en place d'une signalétique commune 48

3.5. Création d'espaces d'expérimentation et d'innovation 48

Laboratoires d'innovation médiatique 48

Hackathons et défis d'innovation 48

3.6. Veille technologique et partage des connaissances 48

CONCLUSION 49

Un écosystème médiatique à la fois vulnérable et résilient 50

Les enjeux spécifiques au contexte tunisien 51

Les risques d'une transformation non maîtrisée 51

Une vision stratégique pour l'avenir 52

Formation et développement des compétences 52

Cadre éthique et juridique adapté 53

Soutien à l'innovation et à la collaboration 53

L'impératif d'une réponse coordonnée et collective 53

Vers un journalisme augmenté mais profondément humain 54

ANNEXES 56

● L'IA dans les médias tunisiens : entre espoirs, expérimentations et inquiétudes éthiques. 57

Résultats de la consultation auprès de 17 professionnels des médias tunisiens.

Une adoption inégale mais en progression 57

Entre gains d'efficacité et craintes éthiques 57

Vers une transformation profonde du métier 58

● La problématique de l'intelligence artificielle dans le contexte tunisien 59

Intelligence artificielle dans les médias tunisiens : défis, opportunités et souveraineté culturelle.

Propos d'Ahmed Amine Azouzi, fondateur de QLM Media et Pencils Consulting, recueillis par Malek Khadhraoui, Directeur Exécutif d'Inkyfada.

L'intelligence artificielle, grande absente du paysage médiatique tunisien 59

QLM Media : pionnier de l'intégration de l'IA en Tunisie 59

Des défis spécifiques au contexte tunisien 60

● L'IA dans la presse Tunisienne: défis et opportunités d'un secteur en mutation. 61

Entretien avec Sahar Mechri, directrice exécutive du magazine Managers, recueilli par Gérald Holubowicz.

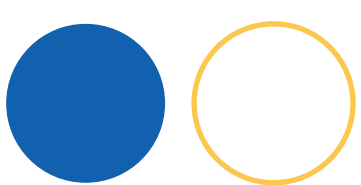
Un secteur médiatique fragilisé sur ses fondamentaux 61

L'IA : menace existentielle ou opportunité stratégique ? 61

Réinventer le modèle économique par les services dérivés 62



PRÉAMBULE



En l'espace de quelques années, l'intelligence artificielle (IA), jadis réservée aux pages des livres de science-fiction ou aux blockbusters américains, s'est imposée dans le quotidien de millions d'individus sur la planète. D'une technologie cantonnée à des applications spécifiques dont le grand public ignorait presque tout, l'IA s'est imposée d'abord dans les débats publics, puis dans les usages quotidiens. L'apparition sur le marché d'abord de Stable Diffusion et Midjourney début 2022, mais surtout de ChatGPT fin novembre 2022, a largement contribué à la popularisation de cette technologie synthétique et a profondément modifié notre rapport à la création de productions intellectuelles. Cette intelligence artificielle — dite « générative », c'est-à-dire capable de créer du texte, des images, du son et de la vidéo - ouvre des perspectives de développement sans doute intéressantes, mais non dépourvues de défis éthiques et légaux considérables.

Pour les journalistes, ce fut une révolution, un séisme presque. Dans toutes les rédactions, l'inquiétude et la fascination ont grandi de pair vis-à-vis de ces outils apparemment capables d'automatiser une partie du travail des journalistes. Alors que l'industrie connaît une période de plus en plus difficile sur le plan économique, une révolution technologique sans précédent avec la numérisation croissante de tous les pans de son activité et une crise de confiance multifactorielle de la part du lectorat, l'arrivée de l'intelligence artificielle dans le paysage médiatique semble ajouter une calamité de plus à un tableau déjà sombre.

Pourtant, les promesses des premiers systèmes d'IA avaient déjà fait mouche au sein de certains médias. Dès le début des années 2010, la technologie, sous une forme plus ancienne, avait déjà pénétré certaines rédactions aux États-Unis, en Grande-Bretagne, en Allemagne, en France, en Espagne et dans les pays du Nord pour automatiser certaines tâches jugées trop chronophages ou faciliter les parcours d'abonnement des lecteurs. Résultats sportifs ou électoraux, météo ou infos trafic, l'IA était au cœur d'expérimentations pour améliorer la rapidité de traitement de l'information et sa distribution.

Mais de l'eau a coulé sous les ponts et les années 2010 semblent, à l'échelle numérique, remonter à des temps anciens. L'accélération des moyens de communication, le développement des médias sociaux, la multiplication des plateformes, l'essor de la vidéo ont imprimé à nos sociétés des rythmes inconnus jusque-là. Il faut aller plus vite, faire toujours plus et mieux avec des sources de revenus de moins en moins disponibles et captées pour l'essentiel par les géants du numérique américains. Les médias, exsangues, cherchent donc avant tout à survivre dans cet environnement ultra compétitif et l'IA pourrait trouver une place centrale dans les stratégies de développement des titres capables de l'implémenter. C'est d'ailleurs ce qu'il ressort des entretiens menés dans le cadre de cette étude sur les enjeux et les opportunités de l'intelligence artificielle pour la presse tunisienne, sur un échantillon certes limité, mais représentatif, le gain de productivité remonte en tête des objectifs professionnels interrogés.



GPT-4 et les LLM (large langage models ou modèles de fondation) qui ont suivi, comme Claude 3.5, Gemini 1.5, Mistral Large, Llama 3.1 ou des modèles de diffusion comme Midjourney, ElevenLabs, HeyGen, Sora, Flux et mille autres, suscitent la curiosité et chacun tente de comprendre à son niveau quel bénéfice tirer de ces nouvelles technologies disponibles. La rapidité à laquelle se déploient les systèmes, la constante pression des évolutions technologiques, l'apparition frénétique de nouvelles plateformes, de nouveaux acteurs, et le volume considérable d'innovations promises peut en dérouter plus d'un.

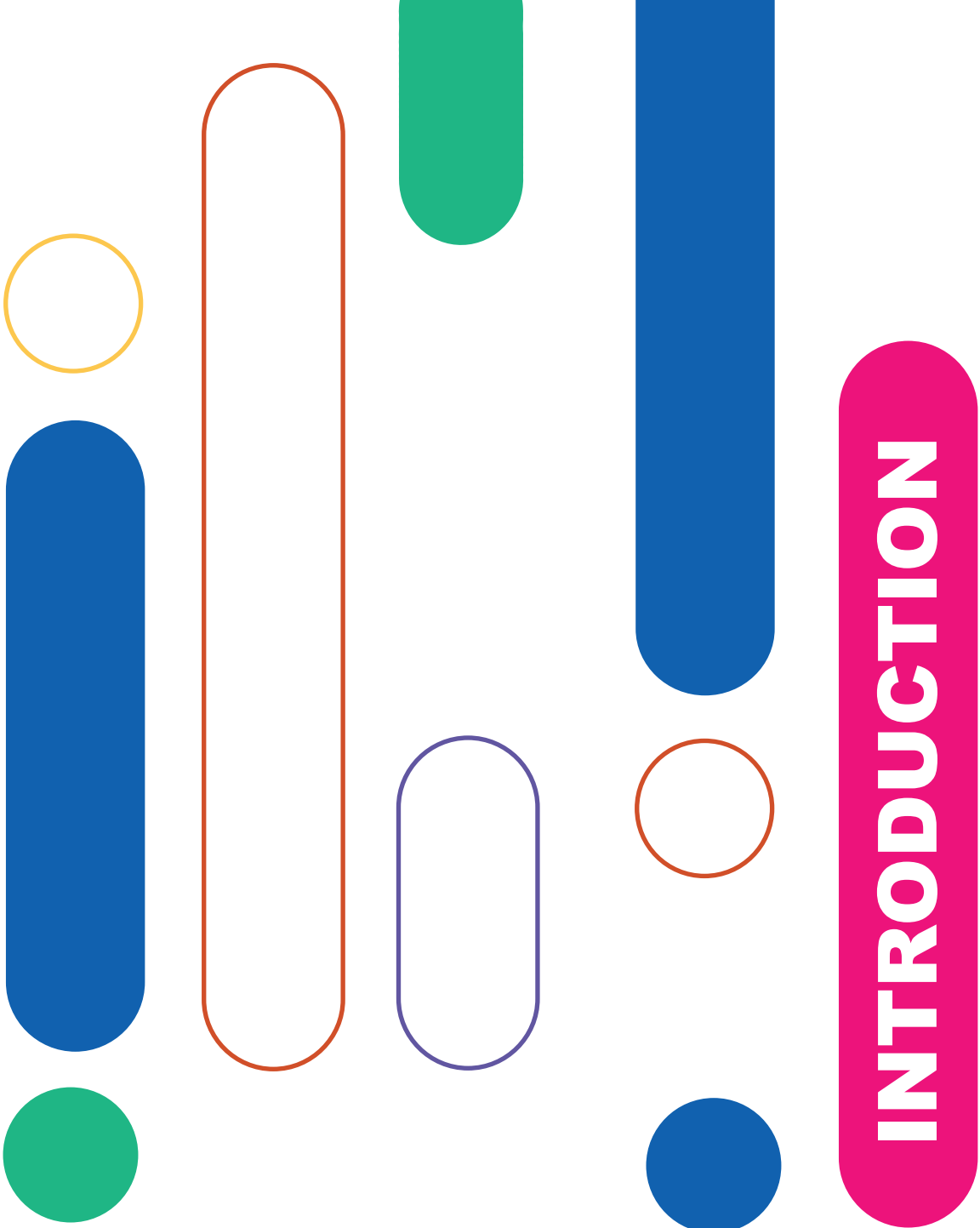
Au sein des rédactions, le premier réflexe des journalistes pourrait être de complètement rejeter ces nouveaux usages en détournant le regard pour ignorer un monde en plein changement. Ou tout au contraire, ils pourraient s'empressez — comme beaucoup d'autres le font déjà — d'adopter des solutions prêtes à l'emploi pour augmenter la productivité des rédactions, réduire les coûts de production et donc gagner en compétitivité. Ce que les observateurs constatent, c'est une réponse contrastée, plus ou moins dynamique en fonction des pays et des environnements économiques, motivée la plupart du temps par la peur de rater un train technologique capital pour la survie des médias. Cette réponse varie en fonction de la santé économique des médias, de leur acculturation et celle des journalistes au numérique, de leur avancement dans la transition entre anciens modèles de diffusion et numérique et de la sensibilisation globale des sociétés à l'innovation, à la recherche et au développement. La dette technologique des systèmes déjà à l'œuvre et leur mise à niveau coûteuse constituent des freins notables à une adoption saine d'une nouvelle couche technologique, comme l'intelligence artificielle générative.

Il s'agit pour des équipes éditoriales n'ayant pas encore pleinement embrassé ce nouveau jeu d'outils d'adopter une posture prudente. L'implémentation des outils d'IA générative requiert une évaluation sérieuse des besoins et des environnements de production de l'information et exige un effort d'accompagnement particulièrement soutenu.

Il s'agit par exemple d'évaluer les besoins au regard des exigences éthiques professionnelles, choisir avec conscience les outils les plus adaptés pour gagner en indépendance, en manœuvrabilité et en capacité d'innovation, sans jamais se détourner de la dimension humaine du journalisme.

L'intelligence artificielle s'annonce comme un facteur de profondes mutations des pratiques journalistiques et des conditions de travail des journalistes. Un bouleversement de l'écosystème de l'information, de l'économie de l'attention, certainement des notions les plus élémentaires, comme la liberté d'expression ou de création, jusqu'à la fabrique même des communs et de notre vision collective des sociétés que nous construisons tous ensemble, chaque jour.

Dans ce contexte, la presse tunisienne fait face à de nombreux défis de taille à relever pour continuer à jouer un rôle significatif dans la vie des Tunisiennes et des Tunisiens. C'est tout l'objet de ces pages que de tenter de dresser un état des lieux de la situation et de proposer un ensemble de pistes crédibles pour réussir à intégrer l'intelligence artificielle au sein des rédactions dans les années à venir.



INTRODUCTION

Ce rapport sur l'impact de l'intelligence artificielle générative sur les médias tunisiens, élaboré sous l'égide du Programme d'appui aux médias tunisiens (PAMT2), s'inscrit dans un contexte de profonde transformation du paysage médiatique international. Pour rappel, le PAMT2, un projet financé par l'Union européenne, vise à renforcer l'innovation éditoriale et la viabilité des médias tunisiens face aux défis économiques et technologiques contemporains.

L'initiative du PAMT2 repose sur la volonté de répondre aux enjeux cruciaux liés à la durabilité des médias en Tunisie, notamment dans un contexte où l'IA représente à la fois une opportunité et un défi de taille à relever. L'objectif principal du rapport, tel que proposé par le PAMT2, est de fournir une analyse approfondie de l'impact de l'IA sur les entreprises de médias, tout en recueillant les avis des acteurs du secteur ainsi que des représentants des organisations syndicales et professionnelles.

Méthodologie des entretiens : Pour atteindre ces objectifs, deux niveaux de consultation ont été mis en place :

1. Entretiens personnalisés et ciblés

Menés en tête à tête, ces entretiens ont permis de recueillir les points de vue des experts et des leaders d'opinion du secteur, ainsi que des représentants des syndicats et groupements professionnels.

2. Consultation par questionnaires

Ces questionnaires visaient à obtenir une perception plus large de l'impact de l'IA sur les entreprises médiatiques tunisiennes, permettant ainsi de dresser un panorama plus global et inclusif.

L'intelligence artificielle a le potentiel de réduire les écarts technologiques dans les contextes régionaux, permettant à des pays comme la Tunisie de s'aligner sur les standards internationaux. L'IA générative constitue une opportunité majeure pour un secteur médiatique en quête de modèles économiques durables, cherchant à s'adapter et à prospérer dans un écosystème de plus en plus dominé par le numérique.

D'un point de vue juridique, la Tunisie, à l'instar de nombreux pays de la région et du continent africain, commence à se questionner sur l'encadrement légal de l'IA, afin de s'aligner au plus près des meilleures pratiques internationales en matière de régulation et d'éthique. Mais alors que des rédactions internationales adoptent activement ces technologies, la situation en Tunisie présente un tableau différent. Comme le souligne le Président du Syndicat National des Journalistes Tunisiens (SNJT), « **en Tunisie, nous ne voyons pratiquement pas d'intégration de ces technologies dans les rédactions. L'IA reste davantage un sujet d'actualité qu'un outil réellement exploité par les journalistes** ». La préparation d'un environnement favorable à l'adoption mesurée et stratégique de l'IA dans les rédactions passe donc par la prise en compte de différents enjeux.

L'enjeu éthique est particulièrement central, notamment en ce qui concerne les droits d'auteur, la protection des contenus et la promotion d'une conception plus ouverte et collaborative des ressources intellectuelles sur lesquels repose la production d'information de qualité.

Sur le plan économique, les défis sont nombreux et questionnent l'adaptabilité du modèle d'affaires des médias tunisiens et leur célérité à transitionner d'un modèle traditionnel vers un modèle à forte composante numérique, très personnalisé et flexible. « **La question de l'intelligence artificielle se pose dans un contexte médiatique dégradé et pour le moins critique.** Des médias ferment pour des raisons économiques et l'autocensure progresse. A fortiori, en l'absence de politiques publiques médiatiques, on navigue à vue », estime Manoubi Marouki, journaliste, membre du Conseil de presse et de l'association Media Development Center (MDC).

Le rapport met également en lumière les acteurs clés du secteur médiatique tunisien, notamment les journalistes, les dirigeants de médias, la Fédération Tunisienne des Directeurs de Journaux (FTDJ), ainsi que les laboratoires de recherche en IA, comme l'Institut National des Sciences Appliquées et de Technologie (INSAT), l'École Nationale des Sciences de l'Informatique (ENSI), et l'École supérieure privée d'ingénierie et de technologie (ESPRIT), sans oublier l'écosystème des startups soutenu par le Startup Act.

Avant de rentrer dans le vif du sujet, il s'agit de proposer une définition de l'intelligence artificielle qui corresponde à celle reconnue par les organisations internationales.

Le Rapporteur spécial sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinion et d'expression a défini l'intelligence artificielle comme étant un terme qui « sert souvent de raccourci pour évoquer l'indépendance, la vitesse et l'ampleur sans cesse croissantes des moyens informatiques de prise de décision.

L'IA n'est pas un seul objet, mais plutôt une constellation de techniques et de procédés permettant d'utiliser des ordinateurs pour accompagner ou remplacer des opérateurs humains dans des tâches de résolution de problèmes ou de prise de décision ». Cette définition large revêt un ensemble de réalités toutes très différentes et dans le cadre de ce rapport, nous évoquerons quasi exclusivement l'intelligence artificielle dite « générative », dont l'apparition plus récente se cantonne — au moment où nous écrivons ces lignes — à la création de contenus textuels, sonores, audiovisuels ou graphiques incitée par un prompt (qu'on désignera également sous le terme d'invite ou de requête) rédigée en langage naturel.

Les IA génératives sont associées à des modèles de langage (large language models — LLM) ou à des modèles de diffusion (text to image ou text to speech) qui peuvent être combinés pour fonctionner de concert (on parle d'IA multimodale, capable d'analyser ou générer sans discernement du texte, de l'image, du code, du son ou de la vidéo). Ces modèles ont été entraînés à l'aide de vastes bases de données contenant des milliards de contenus récoltés notamment sur internet par les entreprises conceptrices des modèles concernés (OpenAI, Anthropic, Google, Meta, Mistra, NVIDIA et d'autres). Certains sont des modèles fermés ou dits « propriétaires », c'est-à-dire que leur conception, leur architecture et les données d'entraînement sont inconnues, et d'autres sont publiés en licence Opensource, c'est-à-dire qu'ils peuvent être modifiés et distribués sous des conditions plus libres. Nous reviendrons plus loin sur ce qu'implique cette architecture.

En somme, l'intelligence artificielle générative correspond à une collection de programmes en interaction, une collection de sous-systèmes consommés (couches matérielles), des applications, dont les différentes IA consommées ne sont ni plus ni moins que des bibliothèques, des frameworks techniques faisant office de briques plus ou moins spécialisées.²

Il est bon à ce stade d'indiquer que le statut juridique des contenus utilisés lors de l'entraînement des modèles de langage, et dont nous avons parlé plus haut, reste encore flou à ce stade. De nombreuses actions en justice sont intentées par des ayants droit, comme le prestigieux New York Times, Time Inc, Universal et bien d'autres aux États-Unis et à travers le monde pour violation de la propriété intellectuelle. Ces actions en cours de procédure ne présagent en rien de la réalité d'une violation des droits, mais suggèrent que les conditions de collecte des données d'entraînement ont été réalisées sur des bases fragiles, en s'appuyant notamment sur le "fair use" (ou le droit de fouille en Europe) pour contourner l'exigence de demande d'autorisation explicite de l'utilisation de ces contenus.

¹ Rapport du Rapporteur spécial sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinion et d'expression, Liberté d'expression et intelligence artificielle, A/73/348, 29 août 2018.

² L'IA comme système, l'illusion de cloisonnement, Technoréalistes, 2023: <https://www.technorealisme.org/manifeste-technorealiste-sur-lia/a-lencontre-de-quelques-lubies-dominantes-sur-lia/des-notions-contestables-inutiles-voire-trompeuses/lia-comme-syste-me-lillusion-de-cloisonnement/>

Intuitivement, en revanche, chacun se rendra parfaitement compte que les entreprises conceptrices de ces modèles, en ne demandant ni autorisation ni consentement à l'utilisation des contenus aux ayants droit, s'arrogent unilatéralement un droit d'exploitation qui place les détenteurs de propriété intellectuelle dans un désarroi total.

Ceci étant dit, il faut envisager l'émergence de l'intelligence artificielle générative dans un contexte d'expression démocratique libre où s'expriment les enjeux de la liberté de la presse, de la liberté d'expression et un ensemble de droits sociaux exprimés ou non, incluant, mais ne se limitant pas au droit à la vie privée, à la protection des données privées, au droit à l'image, au droit à la non-discrimination, à l'égalité et à la représentativité culturelle. Nous n'évoquerons pas ici les questions de colonialisme numérique et de dépendance technologique que l'intelligence artificielle générative impose de facto.³

Observons, cependant, les deux premiers pour offrir une définition de ce qu'on entend par liberté d'expression et liberté de la presse.

Le comité des Droits de l'Homme a défini la liberté d'expression comme étant « le droit de rechercher, de recevoir et de répandre des informations et des idées de toute espèce sans considération de frontières. Ce droit couvre l'expression et la réception de communications sur toute forme d'idée et d'opinion susceptible d'être transmise à autrui, sous réserve des dispositions du paragraphe 3 de l'article 19 et de l'article 20. »

Ce droit constitue l'un des éléments essentiels pour toute société démocratique dans la mesure où il constitue un outil primordial dans les débats politiques, économiques ou autres. Il constitue également une condition essentielle au développement et à l'épanouissement des individus.

Grâce aux développements technologiques, la liberté d'expression a eu une autre dimension en permettant aux individus d'avoir accès aux informations et opinions d'une façon plus simple et facile sans considération de frontières. Après l'avènement de l'intelligence artificielle générative, d'autres perspectives et opportunités se sont présentées permettant l'accélération des échanges et la production des contenus à l'échelle mondiale. Cependant d'autres défis ont vu le jour, tels que la facilité de produire, à travers un logiciel d'imitation vocale, les schémas de discours d'une personne suffisamment réelle pour convaincre une banque, une administration ou un ami, ou la génération de centaines de contenus pour altérer un processus électoral.

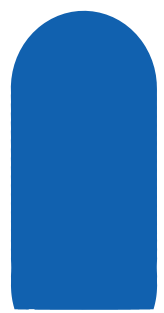
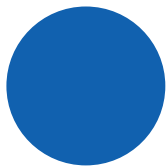
De même, l'intelligence artificielle pourrait accentuer les discriminations qui existent déjà dans l'espace réel ou virtuel en utilisant les contenus discriminatoires ou haineux qui vont apparaître dans les résultats de recherche. Dans ce cadre, le Rapporteur Spécial sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinion et d'expression a publié un rapport sur les liens entre la liberté d'expression et l'intelligence artificielle dans lequel il a essayé d'apporter quelques éléments de réponse à cette question relativement récente.

³ AI expert warns of 'digital colonization' in Africa, UN News, 2 janvier 2024

⁴ Comité des Droits de l'Homme, Observation générale n°34, 12 septembre 2011. Disponible en ligne: <https://docstore.ohchr.org/-SelfServices/FilesHandler.ashx?enc=6QkG1d%2FPPRiCAqhKb7yhsrdB0H1I5979OVGGB%2BWPAXiks7ivEzdmLQdosDnCG8FAlrAe52sxDnAvPLlhVoGvFML3ewcPMK6fRYI%2BYkvgzp1xfm%2Fk4W2CfdYF9C9uBrul>

⁵ Nations Unies, Haut Commissariat des Droits de l'Homme, Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme, 2011. Disponible en ligne: https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/publications/guidingprinciplesbusinessshr_fr.pdf

Les États et le secteur privé ont des devoirs à l'égard de la liberté d'expression et de presse. Les premiers ont une obligation internationale de protéger et garantir cette liberté à travers deux types d'obligations. Une obligation négative de s'abstenir de prendre des mesures qui entravent l'exercice de la liberté d'expression et de la presse, et l'obligation positive de protéger le libre exercice de cette liberté, ainsi que le pluralisme et la diversité médiatique et de créer un écosystème favorable à leur réalisation. Les acteurs du secteur privé ont plusieurs obligations en vertu du droit international des droits de l'homme. Il a été tenu compte, dans la rédaction de l'étude, des expériences professionnelles concrètes et de l'éclairage des professionnels, des défis pratiques, et de l'évolution des outils de l'IA dans les expériences comparées.



1. L'IA DANS LE SECTEUR DE LA PRESSE

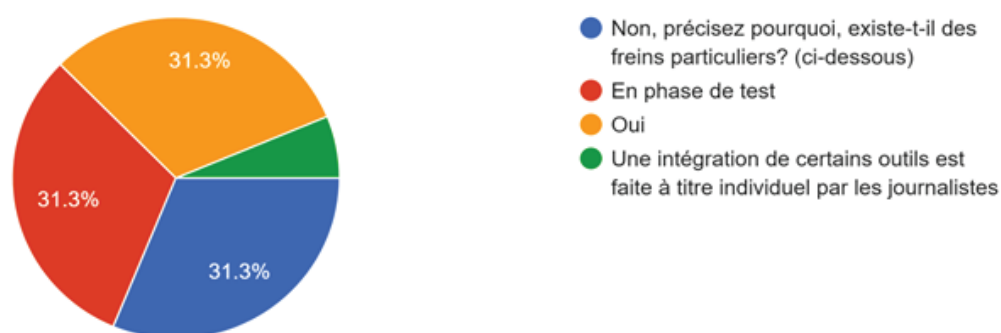
L'intelligence artificielle (IA) trouve son chemin dans le paysage morose des médias tunisiens. Ses applications commencent à influencer les pratiques journalistiques, la production et la diffusion de l'information, ainsi que l'interaction avec le public. Cette mutation soulève des opportunités mais également des défis majeurs, notamment en matière de standards journalistiques, de fiabilité des sources et d'impact sur l'écosystème économique et informationnel.

1.1 Usages de l'IA dans la sphère informationnelle

Les médias tunisiens commencent à intégrer progressivement l'intelligence artificielle (IA) dans leurs processus journalistiques, bien que son adoption reste encore limitée et inégale en raison de plusieurs défis spécifiques au contexte local. L'un des obstacles majeurs réside dans le fait que le dialecte tunisien, utilisé largement dans les échanges quotidiens et même dans certains formats médiatiques, n'est pas encore pleinement pris en charge par les outils d'IA existants. Cela limite l'efficacité des systèmes de transcription automatique ou d'analyse linguistique, qui fonctionnent principalement avec l'arabe standard ou d'autres langues internationales.

Votre rédaction a-t-elle déjà intégré des outils basés sur l'IA dans ses processus de travail ?

16 réponses



généralisée de l'IA. Le coût élevé des technologies d'IA et l'accès limité aux solutions adaptées à des budgets modestes compliquent leur acquisition par les médias locaux, en particulier les petites rédactions. De plus, les moyens de paiement internationaux souvent requis pour accéder à ces technologies ou pour conclure des abonnements à des plateformes d'IA peuvent poser problème, notamment en raison des restrictions économiques et monétaires spécifiques à la Tunisie.

Enfin, l'adoption de l'IA dans les médias tunisiens est également freinée par des facteurs culturels de la profession et un manque de formation. L'utilisation des technologies d'IA nécessite des compétences techniques spécifiques, qui ne sont pas toujours disponibles au sein des équipes. Le manque d'accompagnement des journalistes et des équipes techniques à l'utilisation de ces outils limite leur capacité à exploiter pleinement les opportunités offertes par l'IA. Par ailleurs, une certaine méfiance envers les technologies émergentes peut ralentir leur adoption, en particulier lorsqu'il s'agit de confier des tâches sensibles, comme l'analyse des données ou la production de contenus, à des systèmes automatisés. Comme l'indique Zied Dabbar, président du SNJT, « le journaliste tunisien n'est pas étranger aux mutations technologiques et au flux massif d'informations circulant sur les réseaux sociaux. Il est capable d'apprendre à utiliser ces outils, mais le problème réside dans l'absence de formation et de sensibilisation à ces nouvelles technologies. » Sami Oueslati, Directeur de la formation au Centre Africain de Perfectionnement des Journalistes et Communicateurs (CAPJC), reconnaît l'importance d'intégrer l'IA dans les formations, tout en soulignant qu'elle est néanmoins « une arme à double tranchant pour les journalistes. Son utilisation dans la production journalistique peut faciliter les recherches et la réalisation d'enquêtes ; en dépendre entièrement serait dangereux. **A trop compter sur l'IA, les journalistes pourraient oublier le sens de leur profession.** »

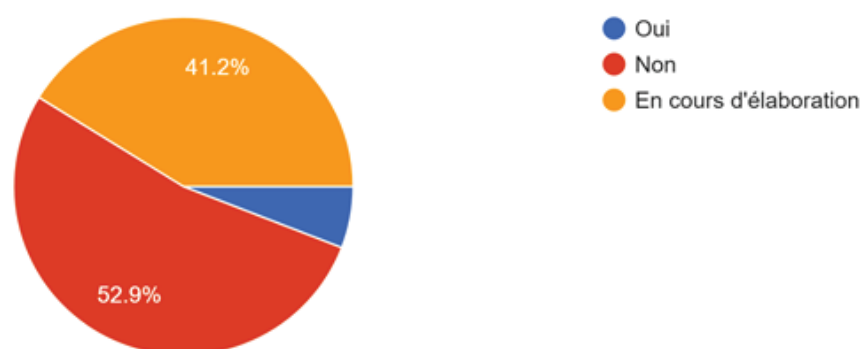
Ces défis combinés expliquent pourquoi, malgré des avancées ponctuelles, l'intégration de l'intelligence artificielle dans les médias tunisiens reste encore au stade expérimental, nécessitant des efforts supplémentaires en termes d'adaptation technologique, de financement et de développement des compétences.

Un constat appuyé par le témoignage d'Ahmed Amine Azouzi, directeur de la publication de QLM media, un média pure player sur les réseaux sociaux : « En vrai, je ne vois pas. Je vois que ça va venir, mais je ne vois rien qui arrive là, tout de suite, maintenant. Je pense que ce n'est pas du tout un outil qui est exploité, ni dans sa bonne manière de faire, ni dans sa mauvaise manière de faire. »

Par ailleurs, l'adoption de l'IA dans les médias tunisiens soulève des préoccupations importantes. Parmi celles-ci figure la désinformation, qui peut être amplifiée par des algorithmes non encadrés, et les biais algorithmiques, qui risquent de reproduire ou d'accentuer des stéréotypes existants. Ces enjeux soulignent la nécessité pour les organisations médiatiques d'établir des lignes directrices éthiques sur l'utilisation de l'IA. Des discussions émergent dans le secteur pour élaborer des codes de conduite ou des chartes encadrant cette transition technologique. Parmi les médias qui ont répondu à notre questionnaire, seule une rédaction a mis en place une charte d'utilisation de ces outils. Pour 41.2% des répondants, une charte est en cours d'élaboration.

Existe-t-il, au sein de votre rédaction, un cadre éthique et/ou juridique spécifique encadrant l'utilisation de l'IA ?

17 réponses



Enfin, bien que les perspectives soient prometteuses, l'adoption de l'IA dans les médias tunisiens devra s'accompagner d'une réflexion sur ses implications éthiques, économiques et sociales. **Pour qu'elle devienne un levier véritablement transformateur, il est essentiel de combiner innovation technologique, formation des équipes et engagement envers une utilisation responsable et équitable des outils d'IA.**

Cette démarche pourrait permettre au secteur de surmonter les défis actuels tout en capitalisant sur les opportunités offertes par ces technologies.

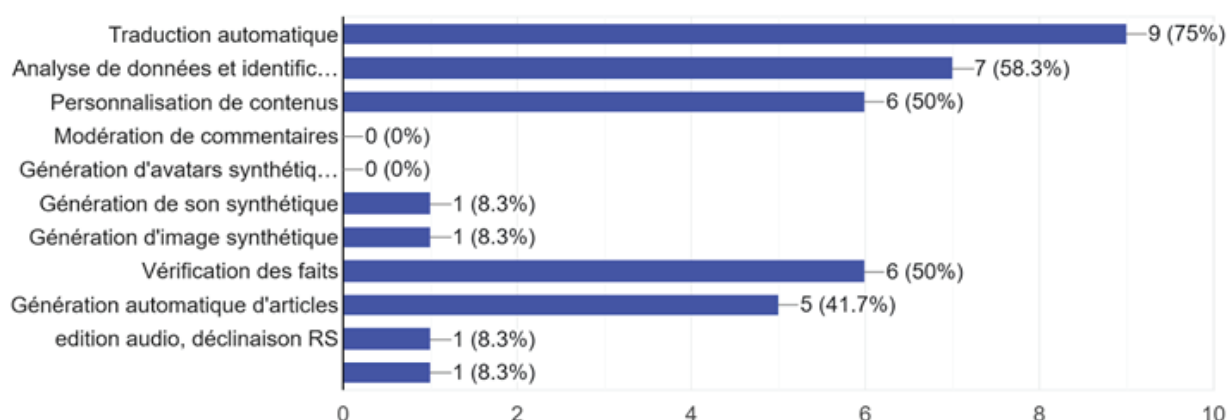
L'utilisation de l'IA dans les rédactions tunisiennes commence à s'intégrer progressivement, bien que son adoption reste hétérogène. Parmi les répondants, 75% citent la traduction automatique comme l'un des usages principaux, reflétant la nécessité pour les médias de produire des contenus multilingues adaptés à une audience diversifiée. Pour 58.3% des répondants déclarent utiliser l'IA pour l'analyse de données et identification des sujets d'actualité. La vérification des faits, mentionnée par 50%, est une autre application clé, répondant à l'urgence de lutter contre la désinformation.

Cependant, près de la moitié (41.7%) des répondants utilisent l'IA pour générer des articles simples, indiquant une certaine prudence vis-à-vis de l'automatisation complète des contenus. La génération automatique d'images, des audios et des déclinaisons pour les réseaux sociaux restent faibles (8.3% des répondants).

Les limitations budgétaires et techniques restent des obstacles majeurs, freinant une adoption généralisée. L'absence de stratégies intégrées ou de formations spécialisées exacerbe ce décalage.

Si oui, quels sont les usages principaux de l'IA au sein de votre rédaction ? (plusieurs choix possibles)

12 réponses



● Quelques exemples concrets d'utilisation de l'IA par des médias tunisiens :

Millim.tn

Millim.tn est un média numérique tunisien qui a intégré l'intelligence artificielle (IA) pour enrichir l'expérience de ses lecteurs. Une des fonctionnalités innovantes du site permet aux utilisateurs d'interagir directement avec les articles en engageant une "conversation" pour obtenir des éclaircissements ou des informations supplémentaires sur des points spécifiques. Cette initiative vise à assister le lecteur dans la prise de décisions éclairées, notamment pour les investisseurs.

Selon **Mounir Mili**, fondateur de Millim.tn, "cette intégration de l'IA représente la première phase d'une stratégie plus large visant à développer de nouveaux outils basés sur l'intelligence artificielle. L'objectif est d'accompagner les lecteurs de manière plus efficace dans leur parcours, en particulier en tant qu'investisseurs."

Inkyfada

Inkyfada intègre des outils et technologies basés sur l'intelligence artificielle pour optimiser et enrichir son processus éditorial. Elle permet de traiter d'importantes quantités de données et d'identifier des tendances ou anomalies, particulièrement utiles dans le cadre d'enquêtes complexes ou de projets de visualisation des données. "En automatisant cette étape, les journalistes peuvent se concentrer sur l'interprétation et la contextualisation des résultats pour produire des analyses approfondies et percutantes", déclare Zeineb Ben Ismail, rédactrice en chef du média.

Les outils d'analyse sémantique basés sur l'IA aident également à structurer les contenus, à détecter les thématiques clés et à proposer des suggestions d'amélioration. Cela permet de produire des articles plus clairs, tout en optimisant leur pertinence pour le lectorat. Par ailleurs, l'IA simplifie les tâches chronophages comme la transcription des interviews en podcast ou en vidéo. Ces systèmes, rapides et précis, permettent aux journalistes de se concentrer sur l'essentiel : le contenu éditorial et la création.

Chez Inkyfada, l'IA est également utilisée pour analyser les préférences des audiences via son outil de mesure d'audience Indepth Analytics et optimiser les contenus en conséquence. En s'appuyant sur des algorithmes prédictifs, les journalistes peuvent anticiper les sujets d'intérêt et rendre leurs articles plus accessibles et pertinents, améliorant ainsi leur portée et leur impact.

Enfin, Gender Balance Tracker est un outil développé par Inkylab, le laboratoire d'innovation technologique et éditoriale d'Inkyfada, en partenariat avec Women in News, une initiative de l'organisation World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA). Cet outil a été conçu pour mesurer la représentation des femmes dans les productions médiatiques, en se concentrant notamment sur leur visibilité en tant que sources d'information et expertes citées dans les articles.

Nefzawa TV

Le projet de « salle intelligente » de Nefzawa TV, développé dans le sud tunisien, vise à expérimenter l'intégration de technologies d'intelligence artificielle (IA) dans la production et la formation journalistiques. Organisé autour de quatre composantes principales : un studio audiovisuel, un pôle IA, un espace de formation et une plateforme de veille, ce dispositif a pour objectif de soutenir les pratiques professionnelles des journalistes, des correspondants et des créateurs de contenu. Selon Khouloud Smida, responsable du projet, l'initiative vise à « fournir un espace professionnel créatif pour les journalistes, les rédacteurs, les correspondants et les intervenants du secteur médiatique. »

L'intégration de l'IA se fait progressivement, à partir d'un travail de diagnostic des besoins des utilisateurs. Plusieurs outils sont en cours d'étude, notamment ceux liés à la génération de contenus textuels ou visuels, à la synthèse vocale, à la traduction et à la vérification des faits. « J'ai mené des discussions avec les journalistes pour comprendre les outils qu'ils utilisent actuellement, leurs besoins, et les compétences qu'ils souhaiteraient acquérir », explique la responsable du projet. Une première formation interne est prévue, suivie d'un bootcamp en 2026 pour initier les journalistes aux usages concrets et aux précautions associées à ces technologies.

L'objectif est de « leur permettre de comprendre les différences entre les outils, les usages appropriés, et les limites éthiques de chacun. »

Un code d'usage de l'intelligence artificielle a été élaboré et partagé en interne, comprenant des règles de vigilance et de bonnes pratiques. « Tous les membres ont pris connaissance du code, et il a été diffusé sur le site de Nefzawa », précise-t-on. Le projet prévoit également des collaborations avec des institutions éducatives et des associations locales pour renforcer le volet formation. En phase pilote, cette expérience s'inscrit dans une dynamique plus large de structuration du secteur médiatique local, autour des enjeux d'innovation technologique, de compétences et d'éthique.

● Initiatives académiques et de formation

Institut de Presse et des Sciences de l'Information (IPSI) : L'IPSI œuvre à intégrer l'enseignement de l'IA dans le cursus des journalistes. Des forums et des partenariats avec des chercheurs en IA sont organisés pour préparer les étudiants aux évolutions technologiques du secteur médiatique.⁶

● Réflexions sur l'impact de l'IA dans les médias

Colloque de l'IPSI en 2023 : Lors de cet événement, des discussions ont porté sur l'impact de l'IA sur l'économie des médias en ligne en Tunisie, avec un focus sur des outils comme ChatGPT. Ces réflexions visent à comprendre comment l'IA peut transformer les modèles économiques et les pratiques journalistiques.

En mai 2024, une conférence organisée à Tunis par l'Alliance des agences de presse de la Méditerranée (Aman)⁷ a mis en lumière les opportunités et les défis liés à l'intégration de l'IA dans le journalisme. Les discussions ont porté sur l'amélioration des contenus, la gestion des défis éthiques et juridiques, ainsi que la nécessité de chartes ou de codes de conduite pour encadrer cette transition technologique. Helmi Raïs, expert en sécurité informatique, a souligné que l'IA est une arme à double tranchant, pouvant être utilisée pour se protéger des attaques cybernétiques, mais aussi contribuer à la vulnérabilité numérique des utilisateurs. En revanche, les modèles économiques des éditeurs tunisiens pourraient être à terme menacés. « **Un éditeur qui mettrait en place une plateforme regroupant tous les communiqués, toutes les dépêches réécrites avec l'IA pourrait écraser une bonne partie des médias en proposant un contenu équivalent à ce qui se fait déjà pour un coût et une rapidité de production jusque-là sans comparaison. Une plateforme comme ça capterait rapidement l'intérêt des annonceurs et assècherait le marché pour les autres titres** », rapporte Sahar Mechri, la directrice du magazine Managers.

Par ailleurs, des initiatives gouvernementales visent à renforcer l'utilisation du numérique et à valoriser les atouts de la Tunisie dans le domaine de l'IA. En novembre 2024, le ministre des Technologies de la Communication, Sofiene Hemissi, a annoncé⁸ la mise en place d'une stratégie nationale de transformation numérique, incluant la numérisation des services administratifs et publics, le développement de l'économie numérique, le soutien à l'innovation et à l'entrepreneuriat dans les domaines numériques, ainsi que l'amélioration de l'infrastructure des réseaux de communication.

⁶ Tunisie – Vers l'intégration de l'enseignement de l'intelligence artificielle dans le cursus des journalistes, tunisienumerique.com

⁷ IA et journalisme : Révolution digitale ou piège de la désinformation ?, La Presse

⁸ La Tunisie peaufine sa stratégie de transformation numérique et d'IA, wearetech.africa

● Les cas de désinformation

En Tunisie, les deepfakes (des contenus photos, audio ou vidéo hyper-réalistes générés par l'intelligence artificielle) suscitent des inquiétudes croissantes quant à leur potentiel de manipulation de l'opinion publique et de déstabilisation politique, même si la Tunisie n'a pas connu de cas de deepfakes significatifs. Le cas le plus notable reste celui de "L'affaire Nadia Akacha". En 2022, une série d'enregistrements audio attribués à Nadia Akacha, ancienne directrice du cabinet présidentiel, a été diffusée sur les réseaux sociaux. Ces enregistrements, dont l'authenticité reste contestée notamment par Nadia Akacha elle-même, ont alimenté des spéculations et des tensions politiques. L'affaire a mis en lumière la capacité de potentiels deepfakes à semer le doute et à influencer l'opinion publique, même en l'absence de preuves tangibles.

1.2. L'impact sur l'organisation industrielle du secteur de la presse

● Dimensions économiques

L'IA offre des opportunités économiques significatives, notamment à travers l'optimisation des revenus via des publicités ciblées et des systèmes de monétisation intelligents. Pour 87.5% des répondants, l'IA peut contribuer à l'émergence de nouveaux modèles économiques pour la presse en Tunisie. Ces innovations permettent aux médias de répondre à une audience plus précise, augmentant ainsi leur potentiel de rentabilité. Cependant, l'adoption de ces technologies nécessite des investissements initiaux importants, un obstacle pour certaines rédactions qui jugent le contexte économique tunisien encore fragile.

L'IA peut optimiser la création de contenus personnalisés, améliorer le ciblage publicitaire et analyser les données pour mieux comprendre les audiences ce qui peut aider les médias à diversifier leurs sources de revenus et à s'adapter aux difficultés économiques, et peut également alléger considérablement les charges : moins de ressources humaines et plus de productivité.⁹

Pour ces répondants, l'IA permettrait aux rédactions de mieux comprendre les comportements de leur audience, d'adapter leur stratégie de contenu et de capter davantage de valeur. Elle pourrait également favoriser le développement de produits éditoriaux segmentés et de services à valeur ajoutée, basés sur des analyses prédictives ou des recommandations personnalisées. Ainsi, l'automatisation des tâches marketing et la capacité de segmenter les publics deviennent, selon plusieurs participants, des atouts compétitifs majeurs dans un marché saturé et en quête de fidélisation.

Cependant, cette promesse économique est tempérée par la minorité (12,5%) des répondants qui restent sceptiques. Ceux-ci pointent le manque de maturité du marché tunisien, la fragilité structurelle du secteur médiatique, et surtout, le fait que l'audience numérique n'est pas encore suffisamment valorisée pour permettre à ces technologies de générer des revenus significatifs. Pour ces derniers, il serait prématuré de miser sur l'IA sans d'abord consolider les bases économiques et techniques des rédactions.

⁹ Deux enquêtes WAN-IFRA, une étude universitaire (Reuters Institute) et deux études pratiques (Digiday, Media Helping Media) – décrivent toutes l'IA comme levier simultané de personnalisation, monétisation publicitaire, connaissance d'audience et efficience opérationnelle. WAN-IFRA souligne aussi l'écart actuel entre attentes et ROI mesuré ; la transformation reste donc progressive et dépend de la maturité technique, de la gouvernance des données et de la capacité à recruter ou former des profils adéquats.

Au-delà des promesses de rentabilité, cette dualité met en lumière un enjeu stratégique : **l'IA ne garantit pas une viabilité économique automatique, mais elle peut constituer un accélérateur puissant si elle est intégrée dans une vision globale de développement, accompagnée d'une montée en compétence des équipes et d'un renforcement des infrastructures numériques.**

● Les inquiétudes RH

Si l'intelligence artificielle est perçue comme un levier d'innovation et d'amélioration des pratiques journalistiques, son intégration progressive dans les rédactions tunisiennes soulève des inquiétudes majeures quant à son impact sur l'emploi et l'organisation du travail. À travers les réponses au questionnaire, plusieurs dirigeants de médias expriment des craintes claires concernant la transformation, voire la disparition, de certaines fonctions traditionnelles de la chaîne éditoriale.

L'un des risques les plus souvent évoqués est la suppression potentielle de postes, notamment ceux liés à des tâches facilement automatisables comme la rédaction de brèves, les résumés ou les comptes rendus. « La disparition de certains métiers, l'IA remplace l'humain », résume un répondant de manière concise. Un autre précise que « les formes classiques du journalisme sont vouées à la disparition », au profit d'une automatisation croissante qui remet en question la place même du journaliste dans la chaîne de production de l'information.

Dans un contexte où les rédactions tunisiennes sont souvent confrontées à un sous-effectif chronique, certains voient toutefois dans l'IA une forme de soulagement organisationnel. Elle permettrait, selon eux, de déléguer les journalistes de certaines tâches routinières pour qu'ils se consacrent davantage à l'enquête et au terrain. « L'IA peut permettre aux journalistes d'avoir plus de temps à consacrer sur le terrain », note l'un d'eux. Mais cette promesse d'optimisation s'accompagne d'un risque latent : celui de transformer l'IA en solution de facilité qui justifierait une réduction des effectifs, une intensification du travail, voire une baisse des rémunérations. Comme le souligne un répondant : « En diminuant la rémunération et les délais d'exécution des productions journalistiques. »

Cette évolution, si elle n'est pas accompagnée, risque également d'accentuer la fracture entre deux types de profils : d'un côté, des journalistes formés, dotés de compétences techniques solides, capables d'interagir avec des systèmes d'IA ; de l'autre, des journalistes plus précaires, moins acculturés aux technologies, qui pourraient se voir marginalisés. Comme le souligne un répondant : « L'IA remplacera les ressources humaines, surtout celles qui sont non compétentes. »

Face à ces bouleversements, une constante ressort des réponses : la nécessité de repenser la formation professionnelle. **Pour que l'IA soit un outil au service du journalisme, et non un facteur de fragilisation du métier, il est urgent d'investir dans la montée en compétence des équipes rédactionnelles.** Les journalistes de demain devront être capables de superviser l'automatisation, d'interpréter les données, de vérifier les productions algorithmiques, mais aussi de réaffirmer leur rôle critique dans un environnement saturé d'informations générées par des machines.

Les réponses des dirigeants et dirigeantes de médias tunisiens révèlent une prise de conscience progressive du potentiel compétitif que représente l'intelligence artificielle dans un environnement médiatique de plus en plus technologique, rapide et dominé par les plateformes numériques. Bien que les usages restent encore partiels ou expérimentaux, les attentes en matière de transformation des pratiques et de renforcement de l'innovation sont manifestes.

Plusieurs répondants évoquent l'IA comme **un catalyseur de renouveau du métier, notamment face aux dérives des réseaux sociaux et à la surcharge informationnelle**. « Sans doute à redonner une nouvelle crédibilité pour le métier au regard des dérapages des réseaux sociaux », écrit l'un d'eux. Pour d'autres, l'IA est avant tout une opportunité d'optimiser les processus rédactionnels et de favoriser une information plus réactive, plus personnalisée et plus performante.

« Gain de temps, originalité, réduction des erreurs et des reprises, augmentation de la productivité, et réduction des coûts. »

Les cas d'usage identifiés confirment cette dynamique d'innovation : traduction automatique, analyse de données, génération d'articles, vérification des faits et même édition audio et déclinaison pour les réseaux sociaux. Ces outils permettent non seulement de produire plus efficacement, mais aussi de renforcer la présence numérique des médias, notamment dans un environnement mobile et multiplateforme. Un répondant évoque ainsi :

« Cela peut aider à la vérification des faits, à l'analyse des données, voire à la personnalisation des contenus. »

Néanmoins, cette capacité d'innovation ne se concrétise pleinement que si les rédactions investissent dans la formation et l'acculturation technologique de leurs équipes. Plusieurs dirigeants reconnaissent que les journalistes devront maîtriser des outils nouveaux et adopter des postures plus transversales, entre analyse, traitement algorithmique et supervision éditoriale.

« Les journalistes devront suivre des formations spécifiques pour maîtriser les outils d'IA, ce qui inclut l'analyse de données, l'automatisation des tâches rédactionnelles, et la vérification des faits. »

En ce sens, l'IA ne représente pas simplement un outil de productivité : elle redéfinit les compétences-clés dans les rédactions, pousse à l'hybridation des profils et invite à repenser les stratégies de différenciation éditoriale.

La compétitivité ne sera donc pas assurée par la simple adoption technologique, mais par la capacité des rédactions à intégrer l'IA dans une vision stratégique, au service de leur identité, de leur audience et de leur mission sociétale. L'innovation ne se mesure pas uniquement en gains techniques, mais aussi en capacité à offrir un journalisme pertinent, crédible, et adapté aux nouveaux usages.

● Start-up

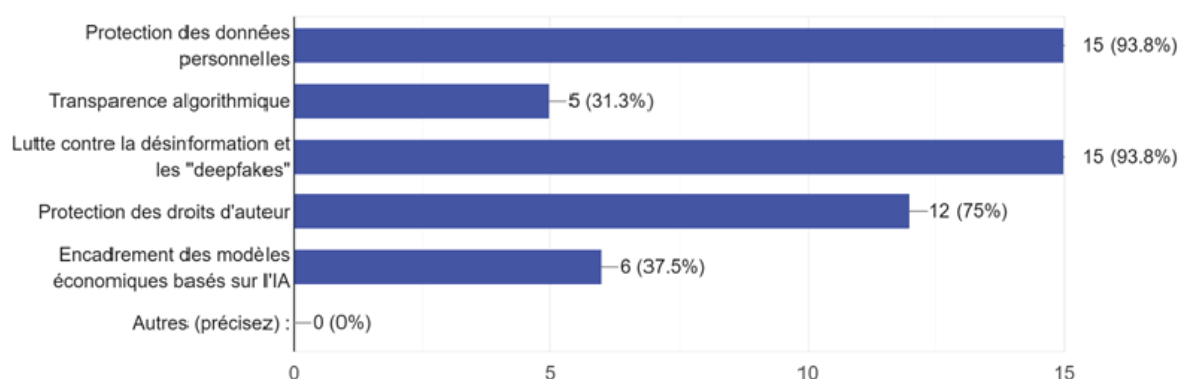
InstaDeep est une entreprise pionnière en intelligence artificielle (IA) fondée en 2014 par Karim Beguir et Zohra Slim à Tunis, en Tunisie. Spécialisée dans les systèmes de prise de décision assistés par l'IA, InstaDeep développe des solutions innovantes pour divers secteurs, notamment la biotechnologie, la logistique, les transports et la fabrication électronique. InstaDeep a également été reconnue pour son engagement envers la communauté technologique africaine. En 2019, l'entreprise a reçu le label "Start-Up Act" du ministère des Technologies de la Communication et de l'Économie Numérique de Tunisie.

En janvier 2023, InstaDeep a été acquise par BioNTech, une entreprise biotechnologique allemande, pour un montant pouvant atteindre 562 millions de livres sterling (environ 680 millions de dollars). Cette acquisition vise à renforcer les capacités de BioNTech en matière de découverte de médicaments et de développement de vaccins personnalisés en intégrant les technologies avancées d'IA d'InstaDeep⁹. Ce système a démontré son efficacité en détectant des variants préoccupants plusieurs mois avant leur désignation officielle par l'Organisation mondiale de la santé (OMS).

1.3. Besoin de régulation et priorités

Si oui, quelles devraient être les priorités de cette régulation ? (plusieurs choix possibles)

16 réponses



● Lutte contre la désinformation

La désinformation, amplifiée par l'IA, constitue une menace majeure. 93,8 % des personnes interrogées estiment que l'État tunisien doit jouer un rôle actif dans la régulation de l'usage de l'IA dans les médias. Les priorités sont la lutte contre la désinformation et la protection des données personnelles (pour 93.8% des répondants)

● Transparence des algorithmes

La transparence est une priorité pour 31.3 % des répondants, qui demandent des garanties sur l'impartialité des algorithmes. Les biais introduits par l'IA peuvent avoir des conséquences graves sur la qualité de l'information et sur la confiance du public envers les médias. Une régulation doit exiger la divulgation des critères algorithmiques et encourager une supervision humaine accrue.

¹⁰ BioNTech acquires Tunisian-born and UK-based AI startup InstaDeep for £562M, TechCrunch

1.4. Recommandations

● Formation et sensibilisation

Les réponses au questionnaire montrent un large consensus sur la nécessité de former les journalistes aux outils d'intelligence artificielle. Toutefois, cette acculturation reste encore largement absente des cursus universitaires et des formations continues. L'enjeu n'est pas seulement technique, mais aussi éthique, critique et stratégique.

Recommandations :

- Intégrer l'enseignement de l'intelligence artificielle dans les cursus des instituts de journalisme, en particulier à l'IPSI et dans les écoles privées, avec un volet à la fois théorique (enjeux, fonctionnement, éthique) et pratique (outils, cas d'usage, supervision).
- Mettre en place des programmes de formation continue pour les journalistes en poste, incluant l'utilisation des IA génératives (ChatGPT, Gemini, etc.), les outils d'analyse de données, la vérification automatisée des faits, et la détection de deepfakes.
- Développer une offre de formations courtes et accessibles (ateliers, MOOCs, certifications) en partenariat avec des universités, centres de recherche et startups locales spécialisées dans l'IA.
- Lancer une campagne nationale de sensibilisation à destination du grand public et des acteurs des médias, sur les risques liés à l'IA (désinformation, manipulation, biais), afin d'encourager une consommation critique de l'information.

● Charte éthique

Plus de la moitié des médias interrogés ne disposent d'aucune charte encadrant l'usage de l'IA, et ceux qui en ont une sont encore en phase d'élaboration. Cela pose des risques en matière de responsabilité éditoriale, de transparence et de respect des droits des lecteurs. Recommandations :

- Élaborer une charte nationale d'éthique de l'usage de l'IA dans les médias tunisiens, à travers une démarche concertée entre syndicats, associations professionnelles, universitaires et experts en IA. Cette charte servirait de guide pour garantir un usage responsable et aligné sur les valeurs journalistiques.¹¹

Cette charte pourrait inclure des principes-clés tels que :

- L'identification explicite des contenus générés ou assistés par l'IA ;
 - L'obligation de supervision humaine systématique ;
 - La lutte contre les biais algorithmiques ;
 - La protection des données personnelles et des droits d'auteur ;
 - L'interdiction de l'usage de deepfakes à des fins de manipulation ou de satire non signalée.
- Encourager chaque rédaction à adapter cette charte à ses pratiques internes sous forme de protocoles éditoriaux transparents.
 - Former des "référents IA" dans les rédactions, garants du respect des bonnes pratiques et de l'usage responsable de ces technologies.

¹¹ Une base de données regroupant près d'une cinquantaine de chartes permet de constater les différents points communs des bonnes pratiques identifiées par les rédactions. À consulter ici : <https://journalismdesign.notion.site/1ee57ee51a804dc5acd788d69aa5b17f?v=08f5eb734f264398a01f49f6d10835e2&pvs=74>

● Soutien à l'innovation

L'IA est perçue par une majorité de médias comme un levier de transformation économique, mais les investissements, les outils adaptés et les collaborations locales restent encore très limités.

Recommandations :

- Encourager l'émergence de projets médias innovants portés par des journalistes, via des programmes d'incubation spécifiques aux médias, des appels à projets, et des dispositifs de financement dédiés (subventions, capital amorçage, bourses de prototypage).
- Soutenir les startups tunisiennes développant des outils IA pour les médias, en facilitant leur accès aux rédactions à travers des partenariats pilotes, des démonstrateurs ou des marchés publics orientés innovation.
- Créer un fonds d'innovation pour les médias tunisiens, soutenu par l'État ou des partenaires internationaux, visant à accompagner la transformation numérique (automatisation, personnalisation de contenus, datajournalisme, visualisation interactive, etc.).
- Favoriser la coopération régionale et internationale entre les médias tunisiens et des acteurs d'autres pays du Sud pour partager des outils, méthodologies, traductions automatiques et bonnes pratiques en matière d'IA.
- Développer un label "Média innovant" qui reconnaît et valorise les structures médiatiques ayant intégré l'IA de manière éthique, stratégique et créative.

● Régulation et gouvernance

Une régulation claire, appuyée par un organisme indépendant, est indispensable pour superviser l'usage de l'IA. Cet organisme pourrait surveiller les algorithmes, détecter les abus, et promouvoir une adoption éthique et équilibrée de l'IA dans les médias.

L'intelligence artificielle générative s'invite donc désormais, bon gré mal gré, dans toutes les rédactions. Comment ces rédactions vivent-elles cette nouvelle phase de développement technologique ? Il s'agit de dresser un état des lieux de la situation afin de bien comprendre les enjeux et les forces à l'œuvre, d'évaluer la pertinence de l'intégration des outils en fonction de leur provenance et de voir quels effets cette intégration peut avoir sur le secteur de l'information et des médias.

Au sein des rédactions, la réception de l'IA générative s'est faite en plusieurs temps. Une première phase d'observation sceptique (mais saine) du phénomène que beaucoup ont mené en suivant le récit porté par les bigs tech dans les médias spécialisés, la presse américaine et les relais des médias nationaux. Cette phase s'est étendue de la moitié de l'année à la fin de l'année 2022. Une seconde phase d'alerte où les équipes dirigeantes ont constaté que le phénomène n'allait pas disparaître et qui a réveillé les peurs de rater une nouvelle opportunité de développement. Cette phase s'est étirée approximativement de début janvier à mi 2023. Une troisième phase d'acceptation et de planification technique rapide accompagnée parfois en Europe et aux États-Unis de l'initiation de programmes de formation et/ou d'accords avec certains fournisseurs.

Nous entrons à l'automne 2024 dans une phase d'implémentation industrielle où les médias les plus matures sur le sujet testent des solutions techniques, forment leurs cadres et une partie des rédactions en chef, tout en menant une réflexion sur le cadre éthique et juridique à fournir pour utiliser ces nouveaux outils. Pour les médias les moins avancés en revanche, les défis sont nombreux et le chemin reste long — entre recherche de financement, identification des cas pratiques et formation des journalistes. Mais l'IA générative ne concerne pas que la production d'information dans les rédactions, elle renforce également des acteurs qu'il convient de recenser pour évaluer l'étendue de la compétition dans cette course interminable pour attirer l'attention du public à laquelle se livrent les différents acteurs agissant sur les médias sociaux et plus largement sur le web.

● Dans les rédactions

L'intelligence artificielle (IA) est de plus en plus intégrée dans les rédactions, automatisant certaines tâches entrant dans la fabrication de l'information. Des outils d'IA générative sont utilisés en phase préparatoire, c'est-à-dire au moment de la recherche d'informations, de la collecte de sources, de l'analyse de documents, de leur traduction, de la conception de produits éditoriaux, de la gestion de la production de l'information.

La phase de production de l'information, et, notamment sur le plan rédactionnel, les exemples où l'IA générative fournit l'essentiel de la copie ne sont pas encore légion dans les médias traditionnels. Mais certains entrevoient le potentiel de ces outils pour rédiger des articles basés sur des données factuelles collectées et vérifiées par les journalistes, leur permettant ainsi de se libérer du temps pour se concentrer davantage sur des analyses approfondies, le reportage, l'enquête. Cependant, cette automatisation soulève des questions sur la qualité et l'authenticité de l'information produite ainsi que sur la perception du public de ces contenus produits automatiquement.

Le Digital News Report 2024¹² publié par le Reuters Institute montre bien que le public interrogé se méfie des contenus dans lesquels l'IA générative a très largement participé à la fabrication finale du contenu. Aux États-Unis cet « inconfort » vis-à-vis des contenus fabriqués majoritairement à l'aide de l'IA générative frôle les 52 % des personnes interrogées, quand en Grande-Bretagne il atteint 63 %. La nature des formats ou les thématiques des contenus coproduits avec l'IA nuancent cette gêne.

Le rapport constate que l'utilisation d'outils à base d'IA dans l'édition de texte, la traduction ou l'analyse de données reste largement acceptable (en partie parce que ce sont des usages répandus également chez les lecteurs), quand en revanche, l'écriture complète d'articles, l'usage de voix ou d'avatars synthétiques soulèvent la controverse.

Concernant les thématiques, l'utilisation de l'IA générative pour produire des contenus parlant de politique et l'utilisation des champs associés (informations internationales ou économiques) reste proscrite par les personnes interrogées quand, en revanche, la mode, la beauté, la culture ou le sport sont des domaines où l'utilisation de l'IA générative reste acceptable. Enfin, sur la question de la monétisation, le constat est clair ; beaucoup hésitent à payer pour des contenus où l'IA a pris une place importante dans la production.

¹² <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>

● Chez les créateurs de contenu

La montée en force des créateurs de contenu ne peut être négligée dans le paysage médiatique. Leur ascension dans la sphère numérique concentre les regards de beaucoup, comme le suggère le cahier de tendance Métamédia consacré aux journalistes/influenceurs¹³. Les récentes élections aux États-Unis ont également vu les créateurs de contenu accéder à une place de choix dans la stratégie de communication politique des candidats, notamment celle de Donald Trump, tout comme au sein de la couverture de la campagne qui a accueilli, lors de nombreux meetings, journalistes et créateurs de contenus côte à côte.

Il faut pourtant garder à l'esprit que, pour le moment, les règles qui régissent la pratique professionnelle de ces créateurs ne sont pas celles qui encadrent celles de la presse et les journalistes. Leur usage de l'IA générative est donc particulièrement intéressant puisqu'il dépasse celui des rédactions traditionnelles, investit des champs d'application ignorés par les journalistes et peut inspirer quelques pistes de réflexion.

Concrètement donc, les créateurs de contenu exploitent l'IA pour générer des images d'illustration, des vignettes pour les vidéos publiées sur les réseaux, avec ou sans retouches, des vidéos partielles ou complètes, de la voix généralement pour des raisons techniques (remplacement de voix mal enregistrées ou génération de questions pour fluidifier les montages) et des textes, facilitant ainsi la production de contenu à grande échelle. **Cette appropriation de l'IA générative par les créateurs de contenu montre que dans la bataille de l'attention qui agite les médias sociaux et le web plus largement, les créateurs ont une longueur d'avance et pourraient tirer rapidement parti de ces outils pour gagner en part d'audience.**

● Les cas de désinformation

Faux sites

Face à la crise budgétaire des organes de presse locaux, les sites d'information générés par intelligence artificielle (IA) se multiplient, se faisant souvent passer pour des médias de confiance et accentuant la confusion pour les plateformes numériques, les annonceurs, et le grand public. Ce phénomène menace l'intégrité de l'information locale ou nationale en Europe et aux États-Unis.

L'organisation à but non-lucratif NewsGuard¹⁴, acteur majeur de la lutte contre la désinformation, a recensé au 11 novembre 2023 près de 1121 sites générés par IA. Un chiffre en constante augmentation. Positionnés en concurrence des sites locaux d'information, alors que ceux-ci peinent à renouveler leur public, ces sites générés prétendent couvrir l'actualité sans jamais répondre aux critères d'exigence de la presse traditionnelle. **NewsGuard évoque d'ailleurs qu'il est désormais probable que plus d'un site sur deux prétendant couvrir l'actualité locale soit en réalité un faux, sans rédaction humaine ni ancrage réel dans la communauté.**

¹³ Journaliste influenceur: Moins de média, plus de service ?, MetaMedia n°23, 2024

¹⁴ AI "News" Sites Are on the Rise, NewsGuard, novembre 2024.

Ces faux sites « d'information » exploitent l'absence de paywalls et les faibles coûts d'opération pour attirer les revenus publicitaires programmatiques. Ce modèle économique asphyxie les médias traditionnels, qui peinent à concurrencer des sites sans journalistes ni frais de gestion. Cette dynamique aggrave les difficultés financières des organes de presse, renforçant la spirale de réduction des effectifs et des ressources. Conséquence, l'écosystème de l'information locale est submergé de contenus inauthentiques, fragilisant ainsi la qualité du débat public et les acteurs de la presse locale. Les « fermes à contenu », des organisations utilisant l'IA pour produire des volumes massifs de contenu de faible qualité, se focalisent principalement sur le classement SEO¹⁵ (Search Engine Optimization), au détriment de la rigueur journalistique. En réécrivant des articles d'autres sources sans attribution, ces fermes renforcent le poids de l'IA dans la diffusion d'informations de second ordre. Dans un contexte de désinformation parrainée par des États comme la Russie, la Chine ou l'Iran, qui tentent d'influencer les élections présidentielles, la prolifération de ces sites complique l'identification de sources fiables.

Deepfakes parodiques

Les deepfakes, ces vidéos truquées générées par IA, sont utilisés à des fins parodiques, mais peuvent également servir à diffuser de la désinformation. Des personnalités publiques ont été faussement représentées dans des situations compromettantes, affectant leur réputation et semant le doute parmi le public.

Les deepfakes audio

Les deepfakes audio, reproduisant la voix de personnalités, ont été utilisés pour diffuser de faux messages, notamment lors de campagnes électorales, influençant ainsi l'opinion publique et compromettant l'intégrité des processus démocratiques.

● L'impact sur l'organisation industrielle du secteur de la presse

L'adoption de l'IA modifie l'organisation des entreprises de presse, nécessitant une adaptation des processus de production et une formation des équipes aux nouvelles technologies. Cette transformation vise à améliorer l'efficacité et la rapidité de diffusion de l'information.

Dimensions économiques

L'IA offre des opportunités économiques en réduisant les coûts de production et en ouvrant de nouvelles sources de revenus, notamment par la personnalisation des contenus et la publicité ciblée. Cependant, elle pose également des défis, tels que la concurrence accrue et la nécessité d'investir dans des technologies coûteuses.

Les inquiétudes RH

L'intégration de l'IA suscite des préoccupations parmi les ressources humaines, notamment en ce qui concerne la réduction potentielle des effectifs et la transformation des compétences requises. Les entreprises doivent accompagner leurs employés dans cette transition pour maintenir la motivation et l'engagement.

¹⁴ Le classement SEO (Search Engine Optimization) désigne la position qu'occupe un site web dans les pages de résultats des moteurs de recherche

La compétitivité et innovation

L'IA est un levier de compétitivité pour les entreprises de presse, favorisant l'innovation dans les formats et les modes de diffusion. Les acteurs qui sauront intégrer efficacement ces technologies pourront se démarquer sur un marché en constante évolution.

1.5. Une industrie en transformation rapide

Le secteur de la presse, que ce soit en Tunisie ou ailleurs dans le monde, traverse une phase de transformation accélérée, marquée par l'émergence récente des systèmes d'intelligence artificielle générative qui questionnent chaque étape de la chaîne de valeur de l'information.

Les nouvelles capacités offertes par l'IA générative, telles que la personnalisation des contenus, l'automatisation des tâches de rédaction, et l'analyse des données à grande échelle, bousculent profondément le secteur des médias, désormais capable de traiter l'information plus rapidement. Mais cette rapidité et les gains marginaux de productivité ne sont qu'un aspect de cette médaille à double face, dont l'autre versant se situe sur le plan social et notamment sur les effets potentiels négatifs qui pourraient affecter l'employabilité des journalistes et de certains métiers supports dans les entreprises où l'IA générative ne serait pas déployée de façon responsable.

D'après le rapport *AI in Journalism Futures 2024*¹⁶ publié par Open Society Foundations, l'IA pourrait remodeler radicalement l'écosystème informationnel au cours des quinze prochaines années. Ce changement soulève cependant des questions fondamentales : si l'IA générative promet d'optimiser l'efficacité des salles de rédaction, elle suscite également des inquiétudes quant à son impact sur l'autonomie journalistique et la qualité de l'information produite. Par ailleurs, l'appréciation de l'intégration des IA génératives au sein des rédactions n'est pas systématiquement positive chez les journalistes, notamment en raison de la crainte d'un abus d'automatisation pouvant précariser les postes déjà présents au sein de la rédaction.

La pression pour adopter ces nouvelles technologies se ressent particulièrement dans un contexte où les modèles économiques traditionnels de la presse sont en crise, exacerbée par la baisse des revenus publicitaires et le recul des ventes de la presse imprimée. Selon les résultats de l'étude menée par Katerina Mandenaki, chercheuse à la NKUA (université nationale et capodistrienne d'Athènes) pour IQ Media¹⁷ auprès de professionnels des médias européens, la majorité des rédactions ressentent le besoin d'intégrer des outils d'IA et d'analyse de données pour maintenir leur compétitivité et attirer de nouveaux publics. Toutefois, cet engouement pour la transformation numérique ne s'accompagne pas toujours des ressources financières et humaines nécessaires pour une implémentation efficace, ce qui crée un écart grandissant entre les rédactions qui peuvent se permettre d'investir dans ces technologies, et les structures plus modestes, souvent contraintes de se contenter des solutions sur étagères, plus accessibles mais limitées.

¹⁶ <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/ai-in-journalism-futures-2024>

¹⁷ Mandenaki, Katerina and Sotirakou, Catherine and Karampela, Anastasia and Mourlas, Konstantinos, Digital Literacy and AI in Media Transformation: Perceptions, Challenges and Opportunities in four European countries (February 01, 2025). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=5156325> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5156325>

Cette tendance avait déjà été relevée dans un rapport intitulé : « Générer le changement: Enquête mondiale sur l'utilisation de l'IA par les organismes de presse », publié en 2023 par Charlie Beckett et Mira Yaseen du think tank Polis du département médias et communication de la London School of Economics and Political Science. Les deux études examinées montrent un tableau similaire de l'adoption timide des technologies avancées dans les rédactions. Dans l'étude menée par Katerina Mandenaki (2024), moins de 10 % des médias en Grèce, à Chypre et en France utilisent des outils d'IA de manière régulière, alors que l'étude de Charlie Beckett et Mira Yaseen montrait une adoption marginale des outils. Ce faible taux d'adoption est lié à des préoccupations concernant l'intégrité du journalisme et la crainte que l'IA remplace les journalistes humains. Les journalistes préfèrent voir l'IA comme un outil d'assistance plutôt que comme un substitut, soulignant le besoin de maintenir la qualité et l'éthique du journalisme.

L'adoption de l'IA générative dans le secteur de la presse et des médias ne se limite pas aux outils opérationnels. Elle redéfinit également les attentes des audiences, qui sont désormais habituées à une consommation d'information hautement personnalisée et à une réactivité accrue, mais aussi à davantage de transparence et un rapport de méfiance pour ne pas dire de défiance exacerbée.

L'étude¹⁸ de Katerina Mandenaki souligne que ces évolutions poussent les entreprises de presse à intégrer des pratiques comme le data journalisme, la création de contenus semi-automatisés et la diffusion d'informations hyper-personnalisées. Mais **cet impératif d'adaptation rapide est aussi source de fragilisation, avec des risques de dépendance accrue aux plateformes technologiques, qui viennent désormais se positionner comme des acteurs incontournables de la diffusion et de la monétisation de l'information.**

L'IA, en transformant les pratiques journalistiques, interroge également la nature même de l'information et le rôle des journalistes. Alors que l'IA promet de réduire le temps consacré aux tâches répétitives, elle pourrait aussi faire perdre au journalisme une part de sa spécificité humaine, et donner naissance à des contenus produits en grande partie par des algorithmes. Cette automatisation accrue pose des questions éthiques : jusqu'où doit-on laisser l'IA intervenir dans les choix éditoriaux et la narration de l'information ? Quelles seront les conséquences d'une telle évolution pour l'indépendance journalistique ? Face à ces défis, les acteurs du secteur sont confrontés à un dilemme : comment tirer parti des innovations technologiques sans compromettre l'intégrité et la mission première de la presse ?

Dans cet environnement mouvant, les professionnels des médias sont à la fois témoins et acteurs de cette transformation, contraints de naviguer entre les promesses de l'IA et les risques qu'elle comporte pour la qualité et la diversité de l'information. La question centrale reste de savoir si le secteur de la presse parviendra à trouver un équilibre entre efficacité technologique et indépendance éditoriale, dans un écosystème où les grandes plateformes et les outils d'intelligence artificielle imposent leurs propres logiques de marché.

¹⁸ Mandenaki, Katerina and Sotirakou, Catherine and Karampela, Anastasia and Mourlas, Konstantinos, Digital Literacy and AI in Media Transformation: Perceptions, Challenges and Opportunities in four European countries (February 01, 2025). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=5156325> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5156325>

Pour s'assurer d'un contrôle maximisé des externalités négatives induites par l'automatisation algorithmique de certains processus de production, le consensus au sein des organisations expertes comme JournalismAI de la London School of Economics, tend vers la rédaction de chartes éthiques par des groupes mixtes de professionnels pour assurer un cadrage conforme à l'éthique de la profession des pratiques de l'IA générative. Ce sont près de 60 % des 105 organismes de presse et médias de 46 pays différents interrogés sur l'IA et ses technologies dans le cadre de l'étude menée en 2023 par la LSE¹⁹ qui se disent inquiets sur les répercussions « éthiques quant à l'impact sur des valeurs clés du journalisme telles que l'exactitude, l'équité et la transparence ».

1.6. L'IA dans la production journalistique : efficacité ou dépendance accrue ?

L'introduction de l'intelligence artificielle dans les processus de production journalistique semble, à première vue, être une avancée prometteuse pour un secteur en quête d'efficacité et de rapidité. Des tâches autrefois réservées aux humains, comme la rédaction de résumés de nouvelles, la classification des informations, ou encore l'analyse de données, peuvent désormais être effectuées par des algorithmes sophistiqués. Selon le rapport AI in Journalism Futures 2024, l'IA permet une automatisation de la collecte et de la production de l'information à une échelle sans précédent, rendant possible la création de contenus plus rapidement et à moindre coût. Cependant, cette automatisation pose également des questions de fond sur la dépendance croissante des rédactions à des technologies contrôlées par des entreprises extérieures, souvent peu transparentes dans leur fonctionnement.

Les bénéfices apparents de l'IA incluent une réduction significative des coûts de production et une optimisation des flux de travail. Dans des contextes où les budgets se resserrent, notamment pour les petits médias locaux, cette efficacité accrue pourrait représenter une véritable bouée de sauvetage. Par exemple, comme le souligne l'étude de IQ Media, de nombreux professionnels voient dans l'IA un moyen de compenser le manque de ressources humaines, en automatisant certaines tâches répétitives et en permettant aux journalistes de se concentrer sur des enquêtes plus approfondies. De plus, les outils d'IA permettent de segmenter les audiences et d'adapter les contenus en fonction des préférences de chaque utilisateur, améliorant ainsi l'expérience de consommation d'informations personnalisées.

Néanmoins, cette quête d'efficacité n'est pas sans contreparties. En déléguant certaines fonctions éditoriales aux algorithmes, les médias risquent de perdre une partie de leur autonomie et de leur capacité à contrôler pleinement le contenu qu'ils produisent. **Les grandes plateformes technologiques, telles que Google et Meta, occupent une place dominante dans la fourniture d'outils d'IA, et de nombreux médias sont contraints d'adopter leurs solutions, faute de moyens pour développer leurs propres systèmes.** Cette dépendance vis-à-vis des technologies externes pourrait à terme affaiblir l'indépendance des rédactions, les rendant vulnérables aux logiques commerciales et aux intérêts des fournisseurs de technologie, qui ne sont pas toujours alignés avec ceux des journalistes ou du public.

¹⁹ Générer le changement: Enquête mondiale sur l'utilisation de l'IA par les organismes de presse, Charlie Beckett et Mira Yaseen, Polis journalism at LSE, 2023 <https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change>

L'automatisation de la production journalistique pose également des défis qualitatifs. La production massive de contenus standardisés pourrait entraîner une uniformisation de l'information, où l'analyse et la profondeur cèdent le pas à la rapidité et à l'optimisation des algorithmes. Les études montrent que cette production accélérée peut mener à une « surinformation » (information overload), qui noie le lecteur dans un flux de données sans hiérarchisation claire ni analyse approfondie. Ainsi, la fragmentation de l'audience en sous-groupes, chacun recevant un contenu personnalisé, pourrait créer un environnement d'information fragmenté et polarisé, alimentant des bulles de filtres qui renforcent les biais cognitifs existants. Le rapport *AI in Journalism Futures 2024* avertit également contre la possibilité que ces outils, en privilégiant les contenus qui captent le plus d'attention, privilégient des informations sensationnalistes ou polémiques au détriment d'une couverture équilibrée et nuancée des sujets.

Enfin, cette dépendance accrue aux outils d'IA remet en question la viabilité à long terme des compétences journalistiques traditionnelles. En effet, si la technologie continue de s'imposer comme un intermédiaire essentiel dans le traitement de l'information, les journalistes pourraient voir leur rôle évoluer vers un simple contrôle ou une supervision des contenus automatisés, plutôt que vers un travail d'enquête et d'analyse. Ce risque d'appauvrissement du rôle journalistique inquiète particulièrement les rédactions, qui craignent une réduction de la qualité éditoriale et une possible perte de confiance de la part des audiences, qui pourraient percevoir ces contenus comme impersonnels et déconnectés de la réalité.

1.7. Le modèle économique des médias face aux bouleversements de l'IA

L'intégration de l'intelligence artificielle dans le secteur médiatique entraîne des mutations profondes dans les modèles économiques, remettant en question des sources de revenus traditionnelles comme la publicité et poussant les entreprises à explorer de nouveaux modes de monétisation. Selon le rapport *AI in Journalism Futures 2024*, l'IA offre des perspectives intéressantes en matière de personnalisation de l'audience et de fidélisation des lecteurs, éléments essentiels pour accroître les revenus. Cependant, les rédactions restent divisées quant à l'impact réel de ces innovations sur leur rentabilité, une réticence alimentée par des coûts initiaux importants et un retour sur investissement incertain.

Une des premières conséquences de l'IA est la transformation des pratiques publicitaires. Traditionnellement, la publicité représentait une part substantielle des revenus des médias. Mais comme le souligne l'étude d'IQ Media, le recul continu des revenus publicitaires pousse les médias à se réinventer. Ainsi, parmi les professionnels interrogés dans quatre pays européens (Grèce, Portugal, France et Chypre), 47,97 % des organisations déclarent s'appuyer sur la publicité, mais beaucoup d'entre elles commencent également à explorer d'autres modèles économiques, comme les abonnements (9,46 %), les contenus sponsorisés (13,51 %) et les offres premium. La diversification des sources de revenus devient ainsi un impératif pour s'adapter aux bouleversements numériques.

Les données de Katerina Mandenaki montrent que 52 % des médias européens interrogés ont déjà mis en place une stratégie de transformation numérique, avec une priorité accordée aux outils d'analyse de données et aux technologies d'automatisation pour personnaliser le contenu et renforcer l'engagement des audiences. Cependant, le fossé est important entre les grands groupes de presse, capables d'investir dans des technologies coûteuses, et les petites rédactions, qui peinent à suivre le rythme de ces changements. En France, par exemple, le niveau d'agilité numérique²⁰ atteint 6,68 pour les médias nés sur le digital, contre seulement 4,24 pour les radios, moins équipées pour répondre aux exigences de la transformation numérique.

L'IA ne se contente pas de remodeler les modèles économiques, elle redéfinit également les relations entre médias et audiences. La capacité de l'IA à segmenter les audiences et à cibler les contenus en fonction des préférences individuelles permet aux médias de proposer des expériences plus personnalisées, augmentant ainsi les chances d'abonnement et de fidélisation. Cette approche se heurte néanmoins à des questions de viabilité : comme le montre le rapport de Katerina Mandenaki, 75,7 % des professionnels affirment ne pas connaître l'ensemble des outils d'IA disponibles pour la personnalisation des contenus et la gestion des audiences. Cette méconnaissance limite l'implémentation de stratégies basées sur l'IA et souligne le besoin de formations spécialisées pour que les médias puissent exploiter pleinement ces technologies innovantes.

Par ailleurs, le rapport révèle une tension notable entre les dirigeants et les journalistes quant aux attentes liées à l'IA. Environ 65,9 % des cadres dirigeants voient dans l'IA un moyen d'augmenter les revenus (au Portugal ce sont les attentes de 92,6 % des répondants et à Chypre celles de 63,6 % des répondants), de baisser les coûts de production (pour 40,7 % des répondant au Portugal et 31,8 % à Chypre) et d'accroître la part de marché (en Grèce cela représente les attentes de 45,1 % des répondants et celles de 44,4 % au Portugal), alors que les journalistes se montrent plus sceptiques, craignant une diminution de la qualité de l'information au profit d'une course à l'audience (alors que 64,7 % des répondants en France et 59,3 % des répondants au Portugal espèrent une amélioration de la qualité des informations). Cette divergence met en lumière une fracture au sein des rédactions, où les décisions en matière de transformation numérique sont souvent prises par des cadres non-journalistiques, ce qui pourrait fragiliser la ligne éditoriale et le lien de confiance avec les lecteurs.

Enfin, l'IA offre aux médias une promesse d'efficacité économique en réduisant les coûts de production, mais cette promesse s'avère souvent difficile à réaliser. La majorité des petites et moyennes rédactions ne disposent pas des fonds nécessaires pour investir dans des infrastructures technologiques robustes, ce qui les contraint à s'appuyer sur des solutions proposées par de grandes plateformes comme Google ou Meta, renforçant ainsi leur dépendance économique vis-à-vis de ces géants. En conséquence, le secteur de la presse risque de voir son indépendance financière et éditoriale compromise à mesure que les grandes entreprises technologiques consolident leur contrôle sur la distribution et la monétisation des contenus médiatiques.

²⁰ Le niveau d'agilité numérique réfère à la capacité d'une entreprise à s'adapter rapidement aux changements du marché et à l'évolution des technologies.

Pour faire face à ces défis, il devient impératif pour les médias de repenser leur modèle économique, en intégrant non seulement les opportunités offertes par l'IA mais aussi les risques associés à une dépendance accrue. Si certaines entreprises explorent déjà des options comme le financement participatif ou les micro-paiements, l'absence de régulation claire sur l'usage de l'IA dans le secteur limite la portée de ces initiatives. En l'état, rien n'empêche des acteurs malveillants de prospérer sur des contenus existants produits par des rédactions traditionnelles réécrits à l'aide de l'IA générative. Les coûts de production de telles « informations » seraient évidemment marginaux par rapport à ceux des médias traditionnels et permettraient à ces acteurs de dégager des marges opérationnelles conséquentes. Ces marges permettraient à ces acteurs malveillants de constituer un trésor de guerre aux dépens des acteurs traditionnels et de se concentrer sur l'acquisition de nouveaux lecteurs, le développement de nouveaux modèles économiques ou la captation des revenus existants via des pratiques de concurrence déloyale. Le résultat d'une telle mécanique verrait l'appauvrissement progressif des médias traditionnels au profit de nouveaux acteurs, non régulés, mais dotés d'une vision stratégique plus agressive.

D'autres facteurs peuvent également entraver la capacité des entreprises de presse à développer des canaux de revenus liés à de nouveaux produits favorisés par l'IA générative. Ce peut être particulièrement le cas en Tunisie où la facilité de paiement en ligne et les coûts de ces outils peuvent entraver le développement de ces innovations dans le secteur de la presse. L'absence d'aide au secteur de la presse peut également contribuer à l'affaiblissement de l'offre éditoriale globale, déjà en très grande difficulté. La question reste de savoir si l'IA pourra réellement permettre aux médias de compenser les pertes de revenus traditionnels par les gains de productivité et l'abaissement des coûts associés, ou si elle risque au contraire d'accélérer une concentration de la presse autour de quelques grands acteurs — traditionnels ou nouveaux — rendant les plus petits titres encore plus vulnérables dans un environnement ultra-compétitif.

1.8. Défis éthiques et juridiques : entre régulation et innovation responsable

L'essor de l'intelligence artificielle dans les médias pose des questions fondamentales de régulation et de responsabilité, en particulier face aux risques de manipulation de l'information, de perte de transparence et d'atteinte à la vie privée des utilisateurs. Alors que l'IA devient un acteur clé dans la sélection, la production et la diffusion des contenus, les préoccupations éthiques se multiplient. Le rapport *AI in Journalism Futures 2024* met en lumière le danger que l'IA ne soit pas seulement un outil passif, mais qu'elle prenne un rôle actif dans la formulation de l'information, avec des décisions algorithmiques qui influencent ce que les audiences lisent et voient. Cette influence soulève la question de la responsabilité éditoriale : qui sera tenu responsable si une IA diffuse de fausses informations ou biaise un sujet ?

Le risque de désinformation est particulièrement préoccupant dans un contexte où la production de contenus automatisés se développe à grande vitesse. Le rapport *IQ Media* révèle que près de 45,3 % des journalistes européens interrogés déclarent ne pas maîtriser les outils d'IA et ne savent pas évaluer leur fiabilité, un chiffre qui met en évidence le manque de compétences et d'infrastructures adéquates pour encadrer l'usage de ces technologies.

Ce manque de maîtrise technique peut conduire à une exploitation incontrôlée de l'IA, où des contenus générés automatiquement échappent à tout contrôle éditorial humain, exacerbant le phénomène de « bulles de filtres » et de polarisation de l'information.

La personnalisation extrême des contenus, facilitée par les algorithmes d'IA, comporte également le risque de fracturer davantage les audiences, chaque utilisateur recevant une information adaptée à ses préférences mais potentiellement éloignée des faits. Le rapport *AI in Journalism Futures* signale que **cette hyper-personnalisation pourrait créer une société « d'omniscience pour certains, de bruit pour les autres », où seuls les utilisateurs ayant un certain niveau de compétences numériques ou d'accès financier pourraient bénéficier d'une information de qualité, tandis que d'autres seraient submergés par un flot de contenus de moindre valeur ou polarisants.**

Au-delà de la question de la qualité de l'information, l'IA pose également des problèmes cruciaux de protection des données personnelles. L'utilisation de technologies de suivi et de profilage pour personnaliser l'information repose sur l'analyse de grandes quantités de données personnelles. Cependant, l'étude IQ Media indique que seulement 31,1 % des médias interrogés disposent des infrastructures nécessaires pour sécuriser correctement ces données, ce qui expose les utilisateurs à des risques d'intrusion dans leur vie privée et de mauvaise utilisation de leurs informations. En Europe, le Règlement général sur la protection des données (RGPD) impose déjà un cadre strict, mais il reste largement insuffisant pour réguler des pratiques d'IA de plus en plus sophistiquées, d'autant que les algorithmes d'IA fonctionnent souvent comme des « boîtes noires », rendant leurs décisions difficilement traçables et audibles par des régulateurs ou des utilisateurs.

Face à ces risques, les appels à une régulation plus rigoureuse se multiplient. Le rapport Mandenaki sur la transformation numérique des rédactions souligne que 64,9 % des professionnels interrogés estiment nécessaire de mettre en place une stratégie de régulation pour l'utilisation de l'IA dans le journalisme, soulignant l'importance de cadres éthiques clairs et de mécanismes de transparence. Néanmoins, le secteur reste confronté à un dilemme : une régulation trop restrictive pourrait freiner l'innovation et désavantager les médias face aux géants technologiques, alors qu'un manque de régulation risque de laisser l'IA dominer le paysage médiatique sans contrôle.

La question de la responsabilité des plateformes, qui jouent un rôle central dans la diffusion de l'information, devient également cruciale. Les grandes entreprises de technologie, souvent les seules à pouvoir développer et fournir des systèmes d'IA avancés, se retrouvent en position de monopole, imposant leurs propres standards de régulation interne. Par exemple, les chiffres montrent qu'environ 47,3 % des médias européens utilisent le cloud et les infrastructures technologiques fournies par ces grandes entreprises, créant une dépendance préoccupante. Cette situation accroît leur pouvoir sur la manière dont l'information est produite et distribuée, au détriment de la diversité des sources et de l'autonomie éditoriale des rédactions.

Ainsi, alors que l'IA offre des opportunités sans précédent pour transformer le secteur médiatique, elle impose également des responsabilités nouvelles et complexes. Dans un environnement où l'accès à l'information devient de plus en plus personnalisé et ciblé, la nécessité de normes éthiques et d'une régulation stricte apparaît incontournable pour garantir que les progrès technologiques servent réellement le bien commun, sans compromettre la mission essentielle des médias : informer de manière transparente et indépendante.

1.9. Quel futur pour une presse augmentée par l'IA ?

L'intelligence artificielle s'impose désormais comme un levier incontournable pour transformer la presse, mais elle entraîne avec elle des défis profonds et complexes pour l'industrie médiatique. En promettant une production plus rapide et moins coûteuse, l'IA redéfinit le modèle économique des médias, qui espèrent compenser la perte des revenus traditionnels tout en répondant aux nouvelles attentes de personnalisation des audiences. Toutefois, cette innovation pourrait se révéler être une arme à double tranchant, car elle accroît également la dépendance des rédactions aux grands acteurs technologiques, imposant ainsi un rapport de force asymétrique dans lequel les médias perdent peu à peu leur autonomie.

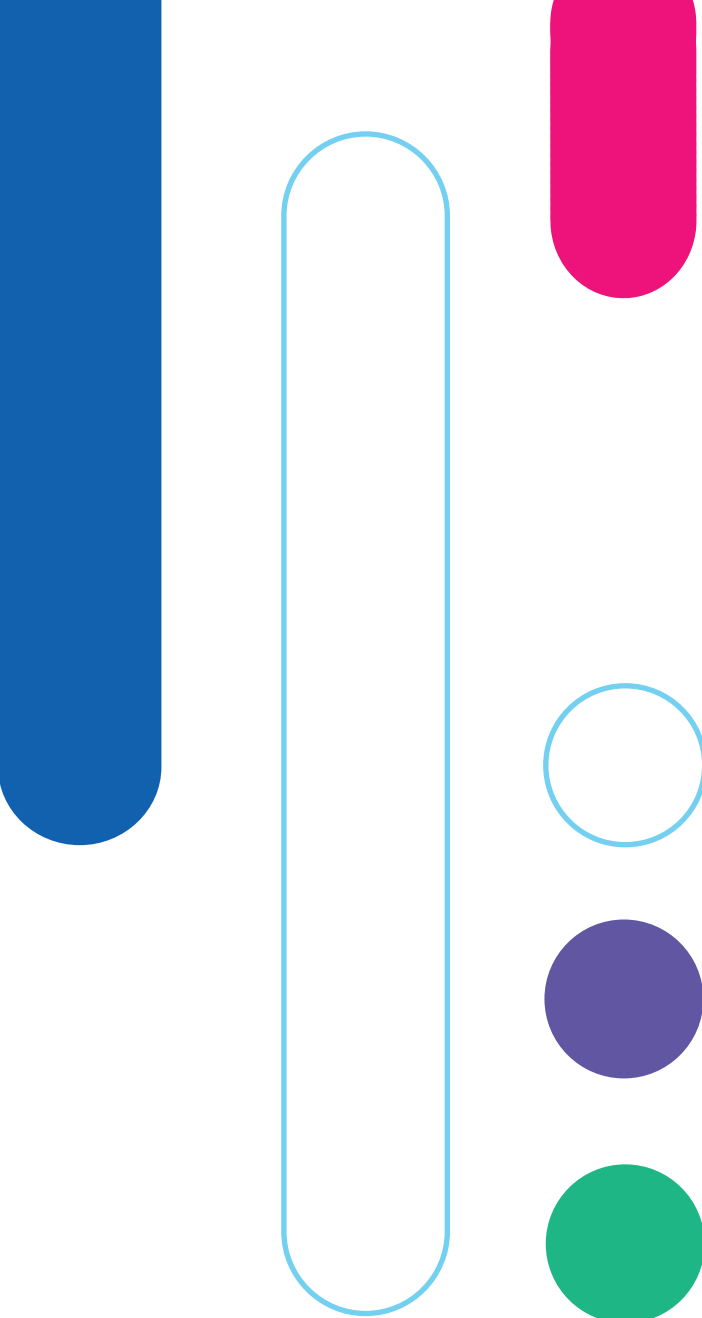
Les chiffres issus des enquêtes montrent un secteur divisé face à cette transformation. Près de 45 % des journalistes européens disent ne pas maîtriser les outils d'IA, ce qui souligne une fracture entre les compétences existantes et les besoins imposés par les nouvelles technologies. De même, le fait que 39 % des rédactions en Europe²¹ aient adopté une stratégie de transformation numérique démontre une volonté d'adaptation, mais laisse aussi entrevoir un manque de moyens pour les petites structures, moins agiles et souvent contraintes par des ressources limitées.

Sur le plan éthique, l'utilisation de l'IA dans les médias ne peut être envisagée sans une réflexion approfondie sur ses implications pour la qualité de l'information et la démocratie. La capacité de l'IA à segmenter les audiences et à produire des contenus hyper-personnalisés pose des risques réels de fragmentation de l'information et de renforcement des biais, au risque de créer des « bulles de filtres » où chacun voit ses préjugés confirmés. Cette polarisation potentielle pourrait menacer la cohésion sociale et transformer la presse en un simple prestataire de contenus divertissants plutôt qu'un pilier essentiel de la démocratie. En parallèle, la question de la transparence et de la responsabilité des algorithmes reste en suspens, alors même que 64,9 % des professionnels du secteur estiment urgent de mettre en place des normes pour encadrer l'usage de l'IA dans les rédactions.

Le futur de la presse augmentée par l'IA repose donc sur un équilibre délicat : exploiter les technologies pour améliorer l'efficacité et la personnalisation, sans pour autant céder aux dérives d'une information aseptisée et contrôlée par des intérêts économiques. Les acteurs du secteur, des petits médias indépendants aux géants de la presse, doivent œuvrer ensemble pour garantir un avenir où l'innovation technologique sert les valeurs fondamentales de la presse — indépendance, transparence et responsabilité éditoriale.

Alors que l'IA continue de bouleverser le paysage médiatique, la question reste ouverte : les médias sauront-ils utiliser cette puissance technologique pour renforcer leur rôle dans la société, ou risquent-ils de devenir des rouages dans un écosystème dominé par des plateformes et des algorithmes ? Le défi consiste à intégrer l'IA sans perdre de vue l'essentiel, pour que la transformation numérique ne se fasse pas au détriment de la mission de la presse : informer et éclairer, au service du public et de la démocratie.

²¹ Près de quatre entreprises sur dix (39 %) décrivent leurs efforts de transformation numérique comme étant « avancés ». World Press Trends Outlook 2023-2024 - WAN-IFRA Report, January 2024



2. CONTEXTE, QUESTIONS ÉTHIQUES ET

CADRE JURIDIQUE

2.1 Cadre éthique et global des usages

L'intégration de l'IA dans le journalisme ne peut se faire sans une réflexion approfondie sur les cadres réglementaires appropriés. Le SNJT reconnaît par exemple que « l'IA pose un défi majeur en termes de déontologie journalistique. Nous devons réfléchir aux limites de son utilisation, aux risques qu'elle peut représenter pour la profession et aux principes éthiques à respecter. »

Cette réflexion ne peut être menée isolément. Selon le syndicat, « ce débat ne peut être porté uniquement par les journalistes : il nécessite l'implication des acteurs de la société civile, des chercheurs en IA et des législateurs. » Malheureusement, « dans le contexte politique actuel, nous faisons face à un blocage institutionnel » qui complique l'établissement d'un tel cadre.

D'une façon générale, les journalistes utilisent les outils d'IA dans le cadre de plusieurs tâches, telles que la production de l'information, la traduction de textes, la vérification et l'analyse de données, la génération (encore rare) de photos, de sons et encore plus rarement de vidéos. L'IA est en revanche de plus en plus expérimentée dans le cadre d'actions visant l'augmentation du trafic sur les sites et l'amélioration de leur visibilité auprès des publics.

En Tunisie, tout comme dans le reste du monde, les experts s'appuient sur des technologies d'intelligence artificielle développées par des sociétés spécialisées, telles que ChatGPT, Gemini, Claude Sora, ElevenLabs, Kling AI, pour ne citer que celles-là. Cependant, il est crucial que les journalistes et les médias respectent certaines règles juridiques et déontologiques lorsqu'ils utilisent ces outils.

Il est primordial de noter que le souci principal pour les professionnels devrait être la production d'un contenu journalistique digne de ce nom au lieu d'un but proprement lucratif même si ce dernier est nécessaire pour la viabilité du secteur. En effet, la question qui se pose dans ce contexte est celle de l'établissement d'un équilibre entre, d'une part, les obligations déontologiques de la profession et, d'autre part, la réalisation des gains nécessaires à sa prospérité.

Dans ce cadre, plusieurs instances d'autorégulation ont adopté des décisions et rapports portant sur l'utilisation de l'intelligence artificielle par les journalistes. Le Conseil de presse suisse a publié un guide sur « L'intelligence artificielle dans le journalisme²²»; le Conseil de presse du Québec a publié son nouveau principe déontologique sur l'intelligence artificielle;²³ le Conseil de déontologie journalistique et médiation français a, quant à lui, publié une recommandation détaillée où il explique la place que joue l'éthique journalistique dans les diverses utilisations des outils de l'IA selon la sévérité des risques qui pourraient en découler.²⁴

²² Conseil de Presse Suisse, L'intelligence artificielle dans le journalisme, 17 Janvier 2024.

Disponible en ligne: https://presserat.ch/journalistenkodex/ki_leitfaden/

²³ <https://conseildepresse.qc.ca/actualites/le-coseil-de-prese-lance-son-nouveau-principe-deontologique-sur-lintelligence-artificielle/>

²⁴ Conseil de Déontologie Journalistique et Médiation Français, Journalisme et intelligence artificielle : les bonnes pratiques, Recommandation adoptée par le CDJM le 3 juillet 2023. Disponible en ligne: https://cdjm.org/files/recommandations/recommandation_IA.pdf

D'après les rapports cités, trois principes majeurs devraient être respectés par les professionnels à savoir : Le contrôle éditorial humain, l'identification du contenu généré par un outil d'IA et le respect des droits humains.

En ce qui concerne le contrôle éditorial humain, il incombe à l'équipe éditoriale d'approuver tout contenu généré par l'IA avant qu'il ne soit diffusé au public. Les rédactions sont toujours responsables du respect de la déontologie journalistique. Les textes ou autres contenus créés à l'aide des outils d'IA ne peuvent donc être utilisés qu'avec prudence et doivent être strictement vérifiés selon les pratiques journalistiques habituelles à savoir la véracité, la précision, la fiabilité, et ce avant leur publication.

Ensuite, tout contenu généré par un outil d'IA doit être marqué comme tel. Les journalistes doivent indiquer les sources sur lesquelles se basent les contenus créés artificiellement de la même façon que dans le cas d'une contribution journalistique classique. L'instance d'autorégulation française recommande que cette mention apparaisse «à chaque fois que le contenu publié ou diffusé n'est pas essentiellement le résultat de l'activité de cerveaux humains.²⁵».

Membre du Conseil de presse tunisien, Manoubi Marouki met en garde : « Nous sommes déjà confrontés au recul de la confiance du public dans les médias et l'IA risque de contribuer à l'accélération des phénomènes de fausses informations, de manipulation et de propagande. Il y a un vrai enjeu de crédibilité. Si l'IA peut libérer du temps et permettre aux journalistes d'enrichir leurs articles, parfait ! Néanmoins, **continuons à vérifier, contextualiser, analyser et spécifions-le, quand un contenu est produit avec des outils de l'IA.** »

Enfin, les journalistes devraient être conscients de la question des droits humains et la possibilité de générer des contenus basés sur des biais et des formes, même implicites, de discrimination engendrées par les systèmes algorithimiques.

Dans ce cadre, un dialogue continu au sein des rédactions est crucial pour évaluer les dérives algorithmiques et supprimer tout risque éventuel sur les droits humains.

De même, les journalistes doivent faire preuve d'une grande vigilance quant aux données qu'ils saisissent dans les outils d'intelligence artificielle, car celles-ci pourraient être réutilisées ultérieurement par ces systèmes dans les requêtes d'autres utilisateurs.

Quant aux droits d'auteurs et au plagiat, il faut appliquer les méthodes classiques pour connaître la source, l'auteur ou le propriétaire pour éviter la violation des règles éthiques. Le Conseil de presse suisse recommande que « les contenus qu'un programme d'IA reprend à partir de sources existantes doivent être cités lors de la publication selon les critères habituels.²⁶»

Toutefois, il faut ajouter que les développements rapides engendrés par les outils d'IA ont impacté également le droit sur le plan international et régional.

²⁵ Conseil de Déontologie Journalistique et Médiation Français, Journalisme et intelligence artificielle : les bonnes pratiques, Recommandation adoptée par le CDJM le 3 juillet 2023. Disponible en ligne: https://cdjm.org/files/recommandations/recommandation_IA.pdf

²⁶ Conseil de Presse Suisse, L'intelligence artificielle dans le journalisme, 17 Janvier 2024. Disponible en ligne: https://presserat.ch/journalistenkodex/ki_leitfaden/

2.2. Le contexte juridique international, continental et régional

Le contexte international et régional de la réglementation de l'IA est en pleine évolution. Divers États et régions développent leurs cadres pour gérer les risques et les préoccupations éthiques associés à l'intelligence artificielle.

Plusieurs organisations internationales et régionales ont développé des lignes directrices en la matière. Ainsi, l'ONU, par exemple, s'efforce de promouvoir des lignes directrices mondiales par l'intermédiaire de ses agences telles que l'UNESCO, qui a publié des recommandations sur l'éthique de l'IA.²⁷ On peut également citer les principes de l'OCDE en matière d'IA publiés en 2019 et amendés en 2024.²⁸ Ces rapports d'orientation s'articulent autour de trois principes clés à savoir la responsabilité des entreprises qui produisent des outils d'IA en s'assurant de respecter les principes de transparence et de robustesse, le respect des droits humains à travers l'examen des algorithmes pour éviter toute violation des droits humains et la coopération multipartite pour réduire le fossé entre les régions et les États.

Il existe trois tendances majeures en matière de réglementation de l'IA, une tendance européenne, une autre américaine et enfin une tendance chinoise.²⁹

2.2.1. L'approche européenne

L'approche européenne est centrée sur la protection des droits humains et les risques qui pourraient découler des algorithmes (risques systémiques).

Cette approche est influencée dans une large mesure par le règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'Union Européenne qui constitue une base solide pour la réglementation de l'IA, en particulier en ce qui concerne la confidentialité et le traitement des données à caractère personnel.³⁰

L'impact extraterritorial du RGPD sur les systèmes d'IA qui traitent les données personnelles aurait des conséquences juridiques sur les entreprises qui offrent leurs services dans l'Union Européenne. De même, la loi européenne relative à l'IA de 2024 offre une protection accentuée des droits humains en imposant des conséquences juridiques en cas de violation.³¹

2.2.2. L'approche américaine

Les États-Unis ont adopté une approche décentralisée de la réglementation de l'IA, en se concentrant principalement sur l'innovation et la concurrence.

²⁷ UNESCO, Recommandation sur l'éthique de l'intelligence artificielle, 2021. Disponible en ligne:

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380455_fre

²⁸ OCDE, Principes sur l'intelligence artificielle, 2019. Disponible en ligne:

<https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0449>

²⁹ Pour une comparaison entre les approches européennes et américaines en matière d'IA, voir: Anne-Gabrielle Haie et autres, A Comparative Analysis of the EU, US and UK Approaches to AI Regulation, Steptoe, 2024. Disponible en ligne: <https://www.step-toe.com/en/news-publications/steptoe-blog/a-comparative-analysis-of-the-eu-us-and-uk-approaches-to-ai-regulation.html>

³⁰ Le RGPD est disponible en ligne : <https://gdpr-info.eu/>

³¹ La loi sur l'IA de l'UE est disponible en ligne : <https://artificialintelligenceact.eu/the-act/>

Le gouvernement a donné la priorité à l'évaluation et à la gestion des risques liés à l'IA, reconnaissant l'importance de comprendre les processus décisionnels des algorithmes.

Des propositions législatives telles que l'Algorithmic Accountability Act, le DEEP FAKES Accountability Act et le Digital Services Oversight and Safety Act soulignent les efforts déployés pour améliorer la transparence et la responsabilité dans les opérations des systèmes d'IA.³²

Dans le même cadre, l'administration de Joe Biden a pris des mesures importantes pour promouvoir le développement responsable de l'IA par le biais du décret 14110. Ce décret met l'accent sur l'atténuation des risques, l'acquisition de talents, la protection des travailleurs, la préservation des droits civils, la protection des consommateurs et la collaboration internationale, signalant ainsi un engagement en faveur d'une gouvernance globale de l'IA au niveau fédéral.³³

L'Institut National des Standards et Technologie (National Institute of Standards and Technology, NIST), a fourni des lignes directrices et des recommandations volontaires pour l'évaluation et la gestion des risques associés aux technologies d'IA. Ce cadre propose une approche structurée pour identifier, évaluer et atténuer les risques tout au long du cycle de vie de l'IA, en englobant la qualité des données, la transparence des modèles, l'équité, la responsabilité et la sécurité.³⁴

2.2.3. L'approche chinoise

La Chine a mis en place un cadre réglementaire relatif à l'IA focalisant sur la responsabilisation des entreprises œuvrant dans ce domaine dans le but d'entretenir un écosystème réglementaire qui encourage le développement éthique de l'IA tout en répondant efficacement aux défis et aux risques émergents liés à sa prolifération.³⁵

À côté de ces tendances majeures, il existe d'autres initiatives en Afrique et dans la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord à des degrés différents.

La réglementation de l'IA n'en est qu'à ses débuts en Afrique. L'Union africaine a entamé des discussions sur une stratégie continentale en matière d'IA, en se concentrant sur les défis régionaux tels que l'accès aux données, l'infrastructure technologique et le renforcement des capacités.³⁶ Toutefois, des pays comme le Kenya,³⁷ l'Afrique du Sud³⁸ et le Rwanda³⁹ adoptent des stratégies d'IA qui mettent l'accent sur l'inclusion, la croissance économique et la protection des données.

³² Rebecca Kappel, Overview of AI Regulations and Regulatory Proposals of 2023, disponible en ligne : <https://www.centraleyes.com/ai-regulations-and-regulatory-proposals/>

³³ Disponible en ligne : <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/presidential-actions/2023/10/30/executive-order-on-the-safe-secure-and-trustworthy-development-and-use-of-artificial-intelligence/>
Voir également dans ce sens, European Parliamentary Research Service, United States approach to AI, 2024. Disponible en ligne : [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2024/757605/EPRS_ATA\(2024\)757605_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2024/757605/EPRS_ATA(2024)757605_EN.pdf)

³⁴ Disponible en ligne : <https://www.nist.gov/artificial-intelligence>

³⁵ Rebecca Kappel, Overview of AI Regulations and Regulatory Proposals of 2023, disponible en ligne : <https://www.centraleyes.com/ai-regulations-and-regulatory-proposals/>

³⁶ Union Africaine, Continental artificial intelligence strategy, 2024. Disponible en ligne : https://au.int/sites/default/files/documents/44004-doc-EN-_Continental_AI_Strategy_July_2024.pdf

³⁷ Jackline Akello, Policy Brief Artificial Intelligence in Kenya, Paradigm Initiative, 2022. Disponible en ligne : <https://paradigmhq.org/wp-content/uploads/2022/02/Artificial-Intelligence-in-Kenya-1.pdf>

³⁸ Sandra Makumbirofa, Reflections on South Africa's AI Industrial Policy, AI NOW, 2024. Disponible en ligne : <https://ainowinstitute.org/publication/reflections-on-south-africas-ai-industrial-policy>

³⁹ ICT works, Introducing the National Artificial Intelligence Policy for Rwanda, 2023. Disponible en ligne : <https://www.ictworks.org/national-artificial-intelligence-policy-rwanda/>

Dans la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord, les pays du Golfe ont énormément investi dans l'IA dans le but d'obtenir un positionnement moteur au niveau régional en la matière.

Dans ce cadre, les Émirats Arabes Unis ont élaboré une stratégie nationale en matière d'IA 2031. En 2017, ils sont devenus le premier pays à nommer un ministre d'État chargé de l'intelligence artificielle. Cette stratégie présente un plan complet de réglementation de l'IA, en mettant l'accent sur la gouvernance et la réglementation pour garantir une utilisation éthique de l'IA dans divers secteurs tels que l'éducation, les soins de santé, les transports et l'espace.⁴⁰

Quant à l'Arabie saoudite, l'Autorité des données et de l'intelligence artificielle s'est dotée de la mission de supervision des politiques d'IA et de la gouvernance des données en se focalisant sur la gouvernance, le développement et les pratiques éthiques en matière d'IA.⁴¹

L'Égypte⁴² et le Maroc⁴³ intègrent progressivement l'IA dans leurs politiques économiques et sociales. Les deux pays se concentrent essentiellement sur l'utilisation de l'IA pour le développement économique et l'amélioration des services publics.

2.2.4. Le cadre juridique tunisien

La Tunisie a lancé en 2021 sa stratégie nationale pour l'IA visant à faire de la Tunisie un hub régional de l'intelligence artificielle.⁴⁴

La stratégie nationale se focalise principalement sur les volets économiques et technologiques plutôt que sur des aspects relatifs, d'une façon directe, au secteur médiatique ou à la liberté d'expression. Les objectifs déclarés sont les suivants :

- Faire prendre conscience des véritables enjeux et possibilités de l'IA
- Acculturer et démystifier l'IA pour faciliter son appropriation
- Faire prendre conscience de l'impact de l'IA sur la transformation des métiers et des compétences nécessaires de demain
- Comprendre les lacunes des outils de l'IA existants
- Renforcer l'écosystème pour développer l'IA en abordant les principaux piliers de l'IA
- Développer les compétences en IA
- Mettre en place des infrastructures
- Adopter des politiques de données, des Open Data et des plateformes de crowdsourcing
- Promouvoir les activités de réseautage
- Développer des projets « de la recherche à l'industrie ».

En l'absence d'un cadre juridique ou éthique relatif à l'IA, il existe plusieurs textes épars qui pourraient être appliqués en la matière.

⁴⁰ Le programme national pour l'IA 2031. Disponible en ligne: <https://ai.gov.ae/wp-content/uploads/2021/07/UAE-National-Strategy-for-Artificial-Intelligence-2031.pdf>

⁴¹ Pour plus de détails, voir le site officiel de l'Autorité des Données et de l'Intelligence Artificielle . Disponible en ligne: <https://ai.sa/>

⁴² https://mcit.gov.eg/en/Artificial_Intelligence?TSP-D_101_R0=08ecc2ff4bab20008cf0de3239a933b5784725964a63a2e25154683d665db7de089b57a7228616df08a97a557f143000abd21d90324da4cdb9ec635c892986e7fbed4e8f5c71b3524b0fc67009c7f2185ebcdc9f3934322d31e228accf00557d

⁴³ UNESCO, Maroc : rapport d'évaluation de l'état de préparation à l'intelligence artificielle, 2024. Disponible en ligne: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000389744>

Il s'agit principalement du cadre juridique relatif aux délits d'expression, à la propriété intellectuelle ainsi qu'aux données personnelles.

2.3. IA et délits d'expression

L'utilisation des outils d'IA générative pourrait conduire à la publication d'un contenu discriminatoire, diffamatoire ou autres types d'expression interdits par la législation en vigueur. Dans ce cadre, les professionnels devraient s'assurer que tout contenu généré par l'IA soit vérifié et approuvé selon les règles déontologiques comme toutes autres informations transmises par une source. Ces étapes de vérification et de validation vont fournir une protection juridique contre toute poursuite judiciaire dans la mesure où la responsabilité éditoriale incombe toujours au professionnel et non pas à l'outil d'IA qui a généré le contenu.

Quant aux textes juridiques applicables, le décret-loi n° 2011-115 du 2 novembre 2011, relatif à la liberté de la presse, l'imprimerie et l'édition interdit dans ces articles 50 et suivants l'incitation à la violence, le discours de haine, la désinformation, la diffamation, l'insulte, etc⁴⁵

Toutefois, le cadre juridique national ne s'arrête pas à la limite du décret-loi n° 115, dans la mesure où il y a d'autres textes passibles d'être appliqués en cas de diffusion ou de publication des contenus illégaux. Il s'agit principalement du code pénal,⁴⁶ du code des télécommunications⁴⁷ ainsi que du décret-loi n° 2022-54 du 13 septembre 2022, relatif à la lutte contre les infractions se rapportant aux systèmes d'information et de communication.⁴⁸

Il faut noter, dans ce contexte, que seul le décret-loi n° 115 est considéré comme étant le texte le plus conforme aux standards internationaux relatifs à la liberté d'expression par rapport aux autres textes juridiques.⁴⁹

Cependant, la pratique judiciaire ayant recours aux textes autres que le décret-loi n° 115, c'est ce qui explique l'analyse de ces textes dans le cadre de ce rapport.

Le code pénal contient plusieurs articles incriminant les expressions qui visent les agents publics.⁵⁰

⁴⁵ Le texte est disponible en ligne :

<https://legislation-securite.tn/latest-laws/decret-loi-n-2011-115-du-2-novembre-2011-relatif-a-la-liberte-de-la-presse-limprimerie-et-ledition/>

⁴⁶ Le texte est disponible en ligne :

<https://legislation-securite.tn/latest-laws/decret-du-9-juillet-1913-portant-promulgation-du-code-penal/>

⁴⁷ Le texte est disponible en ligne :

<https://legislation-securite.tn/latest-laws/loi-n-2001-1-du-15-janvier-2001-portant-promulgation-du-code-des-telecommunications/>

⁴⁸ Le texte est disponible en ligne : <https://legislation-securite.tn/latest-laws/decret-loi-n-2022-54-du-13-septembre-2022-relatif-a-la-lutte-contre-les-infractions-se-rapportant-aux-systemes-dinformation-et-de-communication/>

⁴⁹ Access Now, Freedom of expression at risk in Tunisia, 2023. Disponible en ligne :

<https://www.accessnow.org/wp-content/uploads/2023/05/FoE-Report-English-Final.pdf>

ARTICLE 19, Analyse juridique du Décret-loi n° 2022-54, 2023. Disponible en ligne : https://pamt2.org/ressources_post/analyse-juridique-du-decret-loi-n-2022-54/

⁵⁰ On peut citer à titre d'exemple les articles 67 (Outrage au président de la république), 125 (Outrage à un fonctionnaire public ou assimilé), 128 (Imputation à un fonctionnaire public ou assimilé des faits illégaux en rapport avec ses fonctions, sans en établir la véracité), 228 (Attentat à la pudeur), 245 (La diffamation), 246 (La calomnie), etc.

Les délits d'expression prévus par le code pénal et l'article 86 du code des télécommunications⁵¹ requièrent une remarque préliminaire.

Les articles relatifs à l'insulte, la diffamation et la nuisance aux tiers ou perturbation de leur quiétude à travers les réseaux publics des télécommunications incriminent les mêmes actes sanctionnés par les articles 55, 56 et 57 du décret-loi n° 115, ce qui pose une question sur la solution à prévoir en cas de concurrence entre deux textes qui incriminent le même acte, en prévoyant, a fortiori, deux peines nettement différentes dans la mesure où le décret-loi n° 115 prévoit une amende tandis que le code pénal prévoit une peine d'emprisonnement allant jusqu'à deux ans d'emprisonnement.

Ce conflit entre les textes crée un état d'incertitude, d'autant plus que la pratique judiciaire a montré à plusieurs reprises que des journalistes et autres individus ont été sanctionnés sur la base des deux textes.⁵²

Par exemple, l'article 128 dispose que « est puni de deux ans d'emprisonnement et de cent vingt dinars d'amende, quiconque par discours publics, presse ou tous autres moyens de publicité, impute à un fonctionnaire public ou assimilé des faits illégaux en rapport avec ses fonctions, sans en établir la véracité. » Cet article pourrait être appliqué si l'utilisation d'un outil d'IA aboutit à la génération d'un contenu diffamatoire à l'encontre d'un agent public. Par exemple, une image générée dans le cadre d'un article sur la corruption au sein d'une administration publique avec une illustration montrant un agent public en train de prendre de l'argent pour fournir un service illégal. Si la photo générée est celle d'un agent public en exercice ou retraité dont l'image a été incluse dans les données traitées par l'outil d'IA, le journaliste pourrait être poursuivi pour diffamation ou l'utilisation non autorisée d'une donnée personnelle.

Le décret-loi n° 2022-54 du 13 septembre 2022, relatif à la lutte contre les infractions se rapportant aux systèmes d'information et de communication, pourrait être également appliqué en matière d'IA au moins à travers les articles 24 et 25.⁵³

De prime abord, nous attirons l'attention sur l'incompatibilité des infractions prévues à l'article 24 avec la Convention de Budapest sur la cybercriminalité, que la Tunisie a ratifiée en mars 2024. Les dispositions dudit article sont également en contradiction avec les standards internationaux relatifs au droit à la liberté d'expression en raison de la sévérité des peines et de l'imprécision de certains termes utilisés.⁵⁴

⁵¹ La pratique judiciaire a montré un recours presque automatique à l'article 86 du code des télécommunications chaque fois où il s'agit de diffamation ou insulte en ligne. ⁵² Aymen Zaghdoudi, La liberté d'expression en Tunisie, Thèse de doctorat en droit public, Faculté de droit et des sciences politiques de Sousse, 2016. (En arabe)

⁵³ Article 24 "Est puni de cinq ans d'emprisonnement et d'une amende de cinquante mille dinars quiconque utilise sciemment des systèmes et réseaux d'information et de communication en vue de produire, répandre, diffuser, ou envoyer, ou rédiger de fausses nouvelles, de fausses données, des rumeurs, des documents faux ou falsifiés ou faussement attribués à autrui dans le but de porter atteinte aux droits d'autrui ou porter préjudice à la sûreté publique ou à la défense nationale ou de semer la terreur parmi la population. Est passible des mêmes peines encourues au premier alinéa toute personne qui procède à l'utilisation de systèmes d'information en vue de publier ou de diffuser des nouvelles ou des documents faux ou falsifiés ou des informations contenant des données à caractère personnel, ou attribution de données infondées visant à diffamer les autres, de porter atteinte à leur réputation, de leur nuire financièrement ou moralement, d'inciter à des agressions contre eux ou d'inciter au discours de haine. Les peines prévues sont portées au double si la personne visée est un agent public ou assimilé."

Article 25 "Sous réserve des peines prévues par des textes spéciaux, est puni d'un mois à un an d'emprisonnement et d'une amende de cinquante mille dinars, ou de l'une des deux peines, quiconque utilise intentionnellement des systèmes d'informations et de communication pour violer les droits d'auteur et les droits voisins sans obtenir une autorisation de ou des ayants droit dans le but d'en tirer profit ou de porter préjudice à l'économie ou aux droits d'autrui."

⁵⁴ Access Now, Freedom of expression at risk in Tunisia, 2023. Disponible en ligne :

<https://www.accessnow.org/wp-content/uploads/2023/05/FoE-Report-English-Final.pdf>

ARTICLE 19, Analyse juridique du Décret-loi n° 2022-54, 2023. Disponible en ligne : https://pamt2.org/ressources_post/analyse-juridique-du-decret-loi-n-2022-54/

L'article 24 prévoit une peine de 10 ans en cas de falsification de documents dans le but de porter atteinte aux droits d'autrui ou porter préjudice à la sûreté publique ou à la défense nationale ou de semer la terreur parmi la population ou la réputation des autres ou d'inciter au discours de haine.

L'utilisation des outils d'IA pourrait être considérée comme une violation de l'article 24 si le contenu généré est qualifié de diffamatoire ou portant atteinte à la sûreté publique. Indépendamment du danger que cet article représente pour la liberté de la presse, il est essentiel que les journalistes se protègent en vérifiant les contenus générés par l'IA et en consultant des auditeurs juridiques pour s'assurer de la légalité du contenu.

Ensuite, l'article 25 prévoit une peine d'un mois à un an d'emprisonnement et une amende de cinquante mille dinars, ou de l'une des deux peines, dans le cas d'une utilisation intentionnelle « des systèmes d'information et de communication pour violer les droits d'auteur et les droits voisins sans obtenir une autorisation de ou des ayants droit dans le but d'en tirer profit, ou de porter préjudice à l'économie ou aux droits d'autrui. »

Cet article a pour objectif la protection des droits d'auteur et des droits voisins. Cependant, la distinction n'est pas très claire en ce qui concerne son champ d'application dans la mesure où l'article 52 de la loi n°94-36, du 24 février 1994, relative à la propriété littéraire et artistique, prévoit une peine d'emprisonnement contre tout exploitant d'une œuvre protégée qui n'a pas obtenu une autorisation.

Indépendamment de la concurrence des textes, les journalistes devraient s'assurer du respect des droits d'auteurs et des droits voisins dans le cadre de l'utilisation des outils d'IA pour éviter tout risque. Ici encore, la déontologie journalistique offre une base solide pour assurer une telle protection en vérifiant la source même s'il est parfois difficile d'avoir une certitude absolue.

Enfin, la loi organique n° 2004-63 du 27 juillet 2004, portant sur la protection des données à caractère personnel, offre également un éclairage juridique en matière de l'utilisation de l'IA par les journalistes.⁵⁵

Le traitement automatisé des données personnelles est soumis, selon l'article 7, à une déclaration préalable déposée au siège de l'Instance Nationale de Protection des Données à Caractère Personnel (INPDP) contre récépissé ou notifiée par lettre recommandée avec accusé de réception ou par tout autre moyen laissant une trace écrite.

Il s'ensuit que si une entreprise de presse va construire un système d'IA interne dans lequel elle va mettre des données servant de base pour générer des contenus, elle doit avoir l'autorisation de l'INPDP chaque fois que les données collectées sont des données personnelles.

Selon l'article 9 de la loi n° 2004-63 : « Le traitement des données à caractère personnel, quelle que soit son origine ou sa forme, ne doit pas porter atteinte aux droits des personnes protégés par les lois et les règlements en vigueur, et il est, dans tous les cas, interdit d'utiliser ces données pour porter atteinte aux personnes ou à leur réputation. »

⁵⁵ Disponible en ligne: <https://legislation-securite.tn/latest-laws/loi-organique-n-2004-63-du-27-juillet-2004-portant-sur-la-protection-des-donnees-a-caractere-personnel/#:~:text=Le%20traitement%20des%20donn%C3%A9es%20%C3%A0%20caract%C3%A8re%20personnel%2C%20quelle%20que%20soit,Art.>

En effet, la loi prévoit plusieurs garanties pour protéger les données personnelles et exige dans son article 12 que « le traitement des données à caractère personnel ne peut être effectué pour des finalités autres que celles pour lesquelles elles ont été collectées sauf dans les cas suivants :

- Si la personne concernée a donné son consentement ;
- Si le traitement est nécessaire à la sauvegarde d'un intérêt vital de la personne concernée ;
- Si le traitement mis en œuvre est nécessaire à des fins scientifiques certaines. »

Concernant l'utilisation des outils d'IA construits par d'autres entreprises, les journalistes devraient s'assurer qu'ils n'ont pas violé la loi de 2004 en prenant des précautions telles que la vérification de la véracité, précision, fiabilité, et ce avant la publication. Ensuite, tout contenu généré par un outil d'IA doit être marqué comme tel. Les journalistes doivent indiquer les sources sur lesquelles se basent les contenus créés artificiellement de la même façon que dans le cas d'une contribution journalistique classique. Cette mention doit apparaître à chaque fois que le contenu publié ou diffusé n'est pas essentiellement le résultat de l'activité de cerveaux humains.

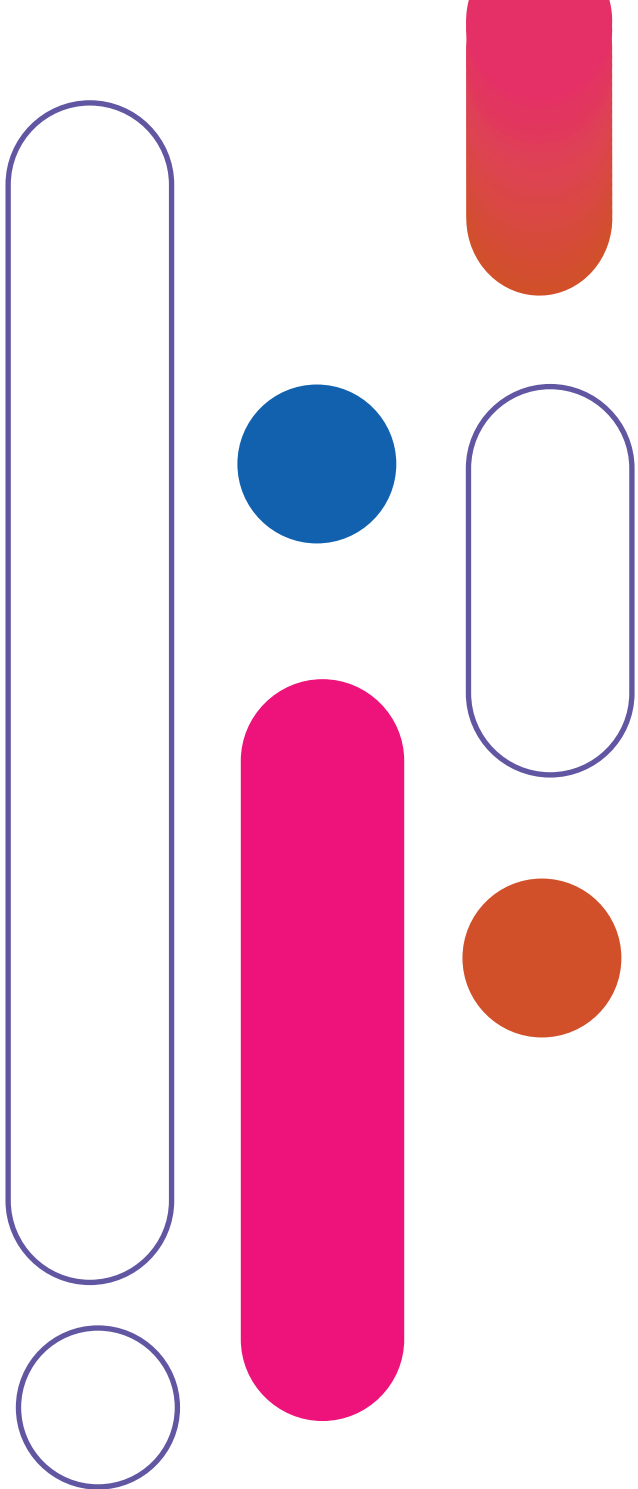
Ces précautions pourraient être utiles en cas de publication d'un contenu qui viole le cadre juridique national en matière de données personnelles, chaque fois où cette violation émane d'un outil d'IA fabriqué par un fournisseur externe à l'entreprise de presse.

Il s'ensuit de ce qui précède que la Tunisie n'a pas encore un régime juridique adéquat à l'IA. **Les textes qui pourraient être appliqués dans le domaine de l'utilisation d'IA par les journalistes se caractérisent par la sévérité des peines et la non-conformité avec les exigences du métier, ce qui nécessite une réforme du cadre juridique existant dans le but de l'adapter aux besoins du secteur.**

Selon les standards internationaux, tout cadre juridique portant sur l'IA, d'une manière générale, devrait respecter certains principes et se focaliser sur les aspects relatifs à la conception des systèmes algorithmiques plutôt que sur les contenus générés par des outils d'IA.

Dans le cadre de cette réflexion sur l'intégration des systèmes d'intelligence artificielle au sein des rédactions, il apparaît que la Tunisie dispose de certains atouts pour développer une stratégie d'implémentation industrielle de ces outils dans la presse. Concrètement, comment envisager une réponse structurée du secteur pour assurer une adoption respectueuse des pratiques, de l'éthique et des conditions économiques ?

Le plan d'action idéal porterait sur trois grands axes importants qu'il convient d'examiner : l'amélioration du cadre juridique pour permettre à la fois une intégration compatible avec les textes de loi et les textes d'encadrement éthiques en vigueur, la mise en place de cycles de formation adaptés aux différentes catégories professionnelles exerçant dans la presse avec un focus important sur l'acculturation aux thématiques fortes du traitement des données, de la dépendance technologique et des techniques de production assistée par IA, et enfin, un accompagnement du secteur par le biais de différents dispositifs.



3. RECOMMANDATIONS

STRATEGIQUES

3.1. Des formations adaptées en premier cycle

Dans le premier rapport « Generating Change: The Journalism AI report » publié en 2019 par la London School of Economics and Political Science Journalism AI project, nombre des personnes interrogées rapportaient les difficultés rencontrées par les salles de presse dans le développement d'une culture de l'IA dans l'ensemble de l'organisation. Dans le plus récent rapport publié en 2023, près de 43 % des interrogés continuent de souligner l'importance de former les journalistes et les autres membres du personnel aux compétences et aux technologies d'IA.⁵⁶

Les journalistes de 71 organismes de presse dans 32 pays différents ont souligné un grand besoin d'éducation et de formation ainsi qu'un changement de culture pour adopter avec succès des solutions d'IA dans les salles de rédaction.

Le développement des capacités professionnelles des équipes managériales, des journalistes et des équipes support passe par un renforcement de la formation des personnels. En cycle de formation initiale, c'est-à-dire pour les étudiants en école de journalisme et les instituts de formation professionnelle, l'adoption d'un cours systématique et obligatoire sur l'intelligence artificielle dans la presse et les médias semble un premier pas incontournable.

Par exemple, dans le cadre de l'IPSI, un cours adapté aux différentes années de la licence appliquée en journalisme permettrait d'abord de sensibiliser les étudiants aux questions essentielles de l'intelligence artificielle dans la pratique du journalisme. Ce cours réparti sur trois ans permettrait d'assurer un socle de connaissances transversales nécessaires aux années supérieures qui serait dédié à l'exploration des outils et fonctionnalités, mais aussi aux enjeux propres au développement de l'IA dans la société.

Ainsi, une étudiante ou un étudiant sortant de ces trois années de formation aurait à la fois la maîtrise concrète des techniques et des outils disponibles sur le marché permettant une employabilité accrue, mais également disposerait des notions essentielles pour à la fois gérer l'utilisation de ces outils dans le cadre d'une rédaction et pour analyser l'impact de l'intelligence artificielle sur la société tunisienne.

C'est en substance ce qui est proposé dans différentes écoles de journalisme en Europe et notamment en France. À l'école de journalisme de Sciences Po Paris, trois enseignants se répartissent la formation d'une quinzaine d'étudiants des Master 1 en journalisme et M1 Journalism and International Affairs. À l'ESJ, l'école W et au CFJ, des cours d'introduction et d'acculturation à l'intelligence artificielle sont dispensés depuis l'année 2023-2024 avec un focus particulier sur la pratique qui s'exprime lors « d'intensives », des séquences-atelier de plusieurs jours jusqu'à une semaine, au cours desquelles les étudiants et étudiantes doivent travailler sur un sujet en mobilisant leurs savoirs pratiques et théoriques sur l'intelligence artificielle.

⁵⁶ "Générer le changement Enquête mondiale sur l'utilisation de l'IA par les organismes de presse Charlie Beckett et Mira Yaseen" - London School of Economics and Political Science Journalism AI project, 2019 et 2023.

Il faut néanmoins porter une attention particulière à **ne pas déséquilibrer la conception pédagogique de ces formations qui trop souvent mettent l'accent sur la dimension « outil » — qui répond à un besoin immédiat des employeurs — et pas assez sur la compréhension des phénomènes sous-jacents de l'IA**. La nature particulière de l'intelligence artificielle n'est en rien comparable à l'apprentissage d'un logiciel de montage ou à l'acquisition des techniques d'écriture.

En effet, il s'agit à la fois d'un outil et d'un phénomène de société dont la teneur politique et éthique peut affecter la vie des Tunisiennes et Tunisiens de multiples façons. Économie, culture, environnement, santé, éducation... les secteurs de la société susceptibles d'être affectés sont multiples et les ramifications importantes. Les acteurs technologiques et les fournisseurs de solutions logicielles sont pour l'essentiel des agents économiques internationaux de premier plan dont les intérêts peuvent parfois ne pas être alignés avec les préoccupations locales.

3.2. Une formation continue pour assurer aux équipes un maintien de compétence

Parallèlement, c'est sur le plan de la formation continue que porte également nos recommandations. Quel que soit leur poste au sein des entreprises de presse, les salariés doivent comprendre les enjeux attachés à l'intelligence artificielle.

La mise à niveau des compétences est cruciale dans le développement des entreprises et leur bonne capacité à naviguer un paysage économique qui va être particulièrement bouleversé par le déploiement de l'IA dans les mois et années qui viennent.

Dans l'ensemble, en Europe comme aux États-Unis, les formations dédiées à l'intelligence artificielle sont organisées au sein de rédactions pour acculturer massivement les rédactions aux outils disponibles. Il s'agit dans un premier temps de gagner en compétence technique mais le plus souvent ce sont les questions éthiques et juridiques qui sont au cœur des préoccupations des journalistes qui s'interrogent sur le périmètre d'action de l'IA.

3.3. Quelles actions mettre en place pour favoriser une adoption raisonnable de l'IA dans les rédactions ?

Les efforts observés chez les éditeurs européens et américains montrent une organisation par séquence et par strate pour permettre une acculturation progressive de l'encadrement et des journalistes et une implémentation pragmatique des outils.

Le séquençage consiste à identifier les grandes phases de chantier et en premier lieu conduire un audit interne qui permettra d'identifier les activités qui pourraient bénéficier de l'apport de l'IA générative. Cet audit tient généralement compte des contraintes de la rédaction sur le plan organisationnel comme humain, de l'acceptabilité des dispositifs par l'équipe rédactionnelle et évalue les gains de temps pour mieux imaginer la redistribution des forces dans une approche qualitative.

L'implication par strates successives consiste à impliquer les différents acteurs en fonction de leur niveau de responsabilité. Concrètement, il s'agit donc d'**identifier les acteurs les plus impliqués dans l'apprentissage de ces nouvelles technologies au sein de la rédaction et de constituer un groupe de pilotage comprenant les managers et les journalistes.**

Ce groupe a pour vocation de diriger l'implémentation des outils qui doit être préparée en amont par des services techniques, en coordination avec la rédaction pour répondre aux besoins identifiés durant l'audit. Il a également pour objectif de développer un plan de formation acculturation/compétences auprès d'un premier groupe test de la rédaction et des salariés possiblement intéressés.

Enfin, les outils peuvent être mis à disposition de ce groupe test pendant une période donnée pour évaluer des cas d'usage pertinents en conditions de production réelles. Ce groupe test a pour vocation finale de s'élargir en incluant chaque fois davantage de collaborateurs, jusqu'à ce que l'ensemble des salariés aient été exposés et soient en mesure d'utiliser l'outil dans les cas d'usage appropriés. La concertation et le dialogue sont une clef de la réussite de ce type d'implémentation pour éviter les incompréhensions et assurer le respect des règles éthiques professionnelles ainsi que l'équilibre des ressources humaines.

Un groupe de pilotage pour coordonner un effort collectif

Le contexte concurrentiel qui préexiste à l'apparition de l'IA dans la presse et les médias tend à renforcer les initiatives individuelles. Pour autant, il s'agit pour les éditeurs de s'appuyer sur les structures de coopération, les syndicats ou les groupements professionnels existants pour coordonner les efforts et mutualiser les connaissances, voire les ressources.

Le dialogue inter-entreprise à ce stade permet de mettre en commun les approches éthiques, de définir les standards à appliquer dans les rédactions et les signalétiques appropriées, pour assurer aux lecteurs et audiences une transparence dans les usages.

Des bourses

Un ensemble de mesures d'aide et d'accompagnement peuvent appuyer les initiatives des entreprises de presse tunisiennes désireuses d'intégrer les systèmes d'intelligence artificielle dans leur rédaction. La stimulation des initiatives d'innovation par l'aide directe et la mise en place de bourses dédiées à l'innovation — soit directement abondées par la puissance publique, soit par un consortium privé dédié au développement de l'innovation dans la presse — peuvent inciter l'encadrement des médias à lancer des programmes internes d'innovation ou à rejoindre des programmes déjà existants.

Ces bourses pourraient être construites sur un modèle d'avance remboursable (pour les projets lucratifs) ou de remboursement des investissements réalisés (pour les projets orientés innovation) pour permettre à une entreprise d'amorcer une démarche innovante susceptible de générer un chiffre d'affaires conséquent. Un tel dispositif permettrait notamment de mieux encadrer la dépense et de conditionner l'attribution de la dotation à un résultat tangible de sorte que les fonds servent effectivement à la raison invoquée dans le dossier de candidature.

Les programmes d'aide au développement économique pilotés par certains organismes publics ou certaines organisations non gouvernementales étrangères pourraient venir compléter ces initiatives.

Accès aux outils

La myriade d'outils existants peut rapidement représenter un investissement significatif au regard du retour sur investissement qui peut ne pas être immédiatement perçu. Face au coût potentiellement élevé des outils d'IA pour les rédactions tunisiennes, plusieurs approches peuvent être envisagées pour faciliter leur adoption sans compromettre l'équilibre financier déjà fragile des médias.

● Des solutions mutualisées pour optimiser les coûts

Une approche collaborative entre les médias tunisiens pourrait permettre de mutualiser les abonnements aux plateformes d'IA les plus coûteuses. Cette mutualisation, organisée via une structure associative ou un consortium médiatique ou encore le SNJT, offrirait un accès partagé à des outils premium tout en répartissant les coûts entre plusieurs rédactions.

● Des partenariats stratégiques avec les fournisseurs

Les rédactions tunisiennes pourraient également négocier collectivement des tarifs préférentiels auprès des grands fournisseurs d'outils d'IA. En se présentant comme un marché émergent avec un fort potentiel de croissance, le secteur médiatique tunisien pourrait convaincre certains acteurs technologiques d'offrir des forfaits adaptés aux réalités économiques locales, notamment pour les phases d'expérimentation et d'adoption initiale.

● Développement d'outils locaux adaptés au contexte tunisien

Le paysage médiatique tunisien présente des spécificités linguistiques et culturelles qui ne sont pas toujours bien prises en compte par les solutions d'IA internationales. **Le développement d'outils locaux, en partenariat avec les écoles d'ingénieurs et les start-ups tunisiennes spécialisées en IA, permettrait de créer des solutions plus adaptées aux besoins des rédactions locales, particulièrement pour le traitement du dialecte tunisien et de l'arabe.**

Ces outils pourraient être développés selon un modèle open source, garantissant un accès équitable à l'ensemble des acteurs du secteur et une indépendance vis-à-vis des géants technologiques étrangers.

3.4. Mise en place d'un cadre d'utilisation éthique

● Élaboration d'une charte d'utilisation de l'IA dans la presse tunisienne

Pour encadrer l'adoption des outils d'IA dans les rédactions, il semble indispensable d'élaborer collectivement une charte nationale d'utilisation de l'IA dans la presse. Cette charte, développée en concertation avec les instances professionnelles, les syndicats de journalistes et les experts en éthique numérique, définirait les limites et les bonnes pratiques à respecter pour préserver l'intégrité journalistique.

La charte pourrait aborder plusieurs aspects essentiels :

- Les obligations de transparence envers le public concernant l'utilisation de l'IA
- Les types de contenus pouvant être produits avec assistance de l'IA
- Les règles de vérification humaine et de responsabilité éditoriale
- La protection des données et le respect de la vie privée
- La définition claire des rôles entre IA et journalistes

● Mise en place d'une signalétique commune

L'adoption d'une signalétique standardisée et facilement identifiable permettrait d'informer le public des contenus ayant bénéficié d'une assistance par IA. Cette transparence est cruciale pour maintenir la confiance des lecteurs et distinguer clairement le travail journalistique traditionnel des contenus assistés ou générés par l'intelligence artificielle.

3.5. Création d'espaces d'expérimentation et d'innovation

● Laboratoires d'innovation médiatique

Sur le modèle des "media labs" qui se développent à l'international, la création d'espaces dédiés à l'expérimentation des technologies d'IA dans un cadre journalistique permettrait aux professionnels tunisiens de tester des approches innovantes sans les contraintes de production quotidiennes. Ces laboratoires pourraient être hébergés au sein des écoles de journalisme comme l'IPSI, ou constituer des structures indépendantes soutenues par des fonds publics et privés.

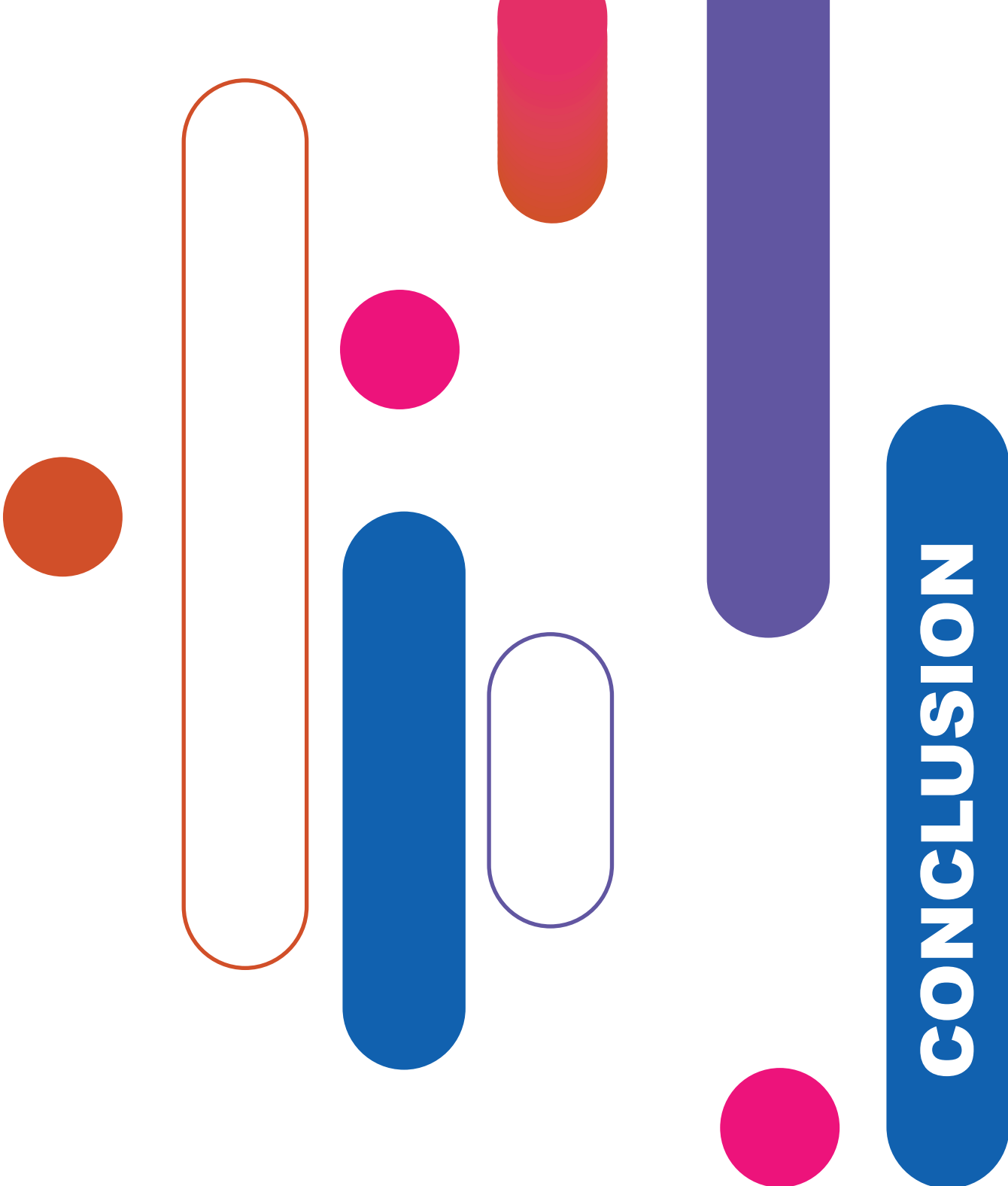
● Hackathons et défis d'innovation

L'organisation régulière d'événements de type hackathon, réunissant journalistes, développeurs et experts en IA, stimulerait l'émergence de solutions créatives adaptées aux problématiques spécifiques de la presse tunisienne. Ces rencontres favoriseraient également le transfert de compétences entre les différents secteurs et la création d'une communauté d'intérêt autour de l'IA appliquée au journalisme.

3.6. Veille technologique et partage des connaissances

Face à l'évolution rapide des technologies d'IA, la mise en place d'un système de veille partagée entre les rédactions tunisiennes permettrait de suivre collectivement les innovations pertinentes pour le secteur. Cette veille pourrait prendre la forme d'une plateforme collaborative, alimentée par les différents acteurs du secteur et accessible à l'ensemble des professionnels des médias.

Des rencontres trimestrielles pourraient compléter ce dispositif, offrant aux rédactions l'opportunité de partager leurs expériences, succès et difficultés dans l'implémentation des outils d'IA, contribuant ainsi à l'intelligence collective du secteur face à ces transformations majeures.



CONCLUSION

L'avènement de l'intelligence artificielle générative constitue sans conteste l'une des transformations les plus profondes que connaît le secteur médiatique mondial. La Tunisie, à l'instar d'autres pays, se trouve aujourd'hui à la croisée des chemins face à cette révolution technologique qui promet autant d'opportunités qu'elle soulève de défis. Au terme de cette étude approfondie, plusieurs constats s'imposent quant à l'état actuel de l'intégration de l'IA dans les rédactions tunisiennes et aux perspectives qui se dessinent pour l'avenir du journalisme national.

● Un écosystème médiatique à la fois vulnérable et résilient

Le paysage médiatique tunisien présente des particularités qui conditionnent fortement sa capacité à intégrer l'IA. Marqué par une fragilité économique persistante, une transition numérique encore inachevée et des ressources humaines limitées, il se caractérise par ce que le Professeur **Sadok Hammami** qualifie de « **paradoxe digital tunisien** » : une société hyperconnectée face à des institutions médiatiques qui peinent à suivre le rythme des innovations technologiques. Ce décalage trouve sa source dans une résistance structurelle au changement, mais aussi dans un manque de moyens et d'accompagnement technique.

La problématique de l'intelligence artificielle dans le contexte tunisien

Sadok Hammami, Professeur de l'enseignement supérieur, Université de la Manouba.

La question de l'intelligence artificielle (IA) et notamment l'intelligence artificielle générative (IAG) dans le contexte tunisien est indissociable de trois problématiques : institutionnelle, médiatique et informationnelle

D'abord, le paradoxe digital tunisien qui s'incarne dans une société hyperconnectée et des institutions à la traîne. L'hyper-connexion des individus à l'Internet se traduit par une routinisation et une diversification des usages des médias sociaux. Le digital infuse l'ensemble des sphères personnelles, collectives et familiales. Les réseaux sociaux accueillent des activités d'une grande diversité. Plusieurs enquêtes quantitatives montrent la place grandissante des réseaux sociaux en tant que sources d'information sur la vie politique et publique.

Cette hyper-connexion contraste avec la faible digitalisation des institutions de l'éducation, de l'enseignement supérieur, de l'administration, de la santé, de la culture, mais également les médias tant publics que privés. Naît de ce contraste ce que nous appelons le « paradoxe digital tunisien » : une société hyperconnectée et un système institutionnel réfractaire à la digitalisation. Ce paradoxe très singulier s'explique par la résistance à l'innovation, source potentielle de changement disruptif pour le pouvoir bureaucratique. La digitalisation suppose en plus des changements majeurs tant dans l'organisation que dans les processus de travail. De la sorte, les acteurs du système ne voient pas l'intérêt qu'ils pourraient tirer d'une digitalisation dont ils ne peuvent pas tirer les bénéfices, tant les environnements institutionnels sont sclérosés par une bureaucratie endémique.

Ensuite des médias indifférents à l'enjeu de l'IA Générative dont ils annoncent pourtant la révolution imminente. Ce « paradoxe digital tunisien » se traduit dans le domaine médiatique par la faible digitalisation des médias à tous les niveaux, tant au niveau de leur organisation et leur management qu'au niveau des newsrooms et la distribution.

La problématique de l'IA est donc inséparable là-aussi de cette « sous-digitalisation ».

Le déficit en chartes éthiques ne favorise pas également une autorégulation des usages journalistiques de l'IAG dans les rédactions. La « sous-digitalisation » ne favorise pas non plus l'intégration de l'IAG dans la production de contenus journalistiques ou médiatiques. Une présence limitée sur les réseaux sociaux et une faible culture marketing, rendront improbable l'usage de l'IA dans les stratégies de distribution ou dans l'acquisition de connaissances sur les audiences. La « révolution de l'IA » ressemble à tous points de vue à la « révolution Internet » annoncée à la fin des années 90 comme levier de changement sociétal, instituant une administration et l'enseignement électronique et faisant de la Tunisie un « tigre de l'Afrique ». Célébrée par les médias comme force de transformation, elle a été ignorée par le système même qu'il l'a promu.

Enfin les technologies de l'IAG surviennent dans un contexte marqué par ce que nous appelons la « désinformation systémique »⁶⁰. Celle-ci renvoie d'une part à l'usage massif de la désinformation dans la vie politique et dans la sphère publique numérique et d'autre part à des contenus informationnels de médiocre qualité fournis par les médias d'information. L'IA peut subir le sort des autres technologies numériques. Ignorée par le système institutionnel et en l'absence de débat sociétal et de politiques publiques adéquates, elle peut se transformer, à l'instar des réseaux sociaux, en dispositif de disruption de la vie politique et de la sphère publique, en favorisant de nouvelles façons de désinformer la société.

⁶⁰ Sadok Hammami, Mohamed Khalil Jelassi, Maroua Ben Becha « La fabrique de la désinformation politique, Approches théoriques, Acteurs et Tactiques de la désinformation dans le contexte tunisien. Etude exploratoire », IPSI, Labtrack, Mourakiboun, (DRI), Sem 2, 2023.

Les témoignages recueillis auprès des professionnels du secteur convergent vers un constat sans équivoque : l'intelligence artificielle reste encore très marginalement exploitée dans les rédactions tunisiennes. Comme le souligne Ahmed Amine Azouzi, "je pense que ce n'est pas du tout un outil qui est exploité", reflétant une réalité où l'expérimentation demeure timide et essentiellement individuelle. Cette situation contraste avec les transformations déjà engagées dans de nombreuses rédactions internationales, creusant potentiellement un écart technologique préoccupant.

Néanmoins, quelques initiatives pionnières émergent, à l'image de Millim.tn qui développe des fonctionnalités interactives basées sur l'IA, d'Inkyfada qui exploite ces technologies pour l'analyse des données et le suivi des audiences, ou encore de QLM Media qui intègre progressivement l'IA dans ses processus de production. Ces expériences, bien que limitées, témoignent d'une prise de conscience naissante des possibilités offertes par ces outils dans le contexte tunisien.

● Les enjeux spécifiques au contexte tunisien

L'adoption de l'IA dans le secteur médiatique tunisien se heurte à plusieurs obstacles particuliers qui méritent une attention spécifique :

Le défi linguistique et culturel constitue probablement l'enjeu le plus distinctif. Les modèles d'IA actuels, développés principalement pour les langues occidentales ou l'arabe standard, peinent à traiter efficacement le dialecte tunisien, créant ainsi une barrière technique significative. Comme le rappelle Ahmed Amine Azouzi, « pour qu'un contenu produit en Tunisie ait la même chance d'arriver aux Tunisiens par rapport à celui qui est fait en anglais, en français, en arabe égyptien ou en arabe standard, il faut que les outils comprennent notre langue. » Cette question dépasse le simple aspect technique pour devenir un enjeu de souveraineté culturelle et numérique.

Les contraintes économiques constituent un second obstacle majeur. L'accès aux outils d'IA les plus performants requiert des investissements substantiels, difficilement envisageables pour de nombreuses rédactions tunisiennes déjà fragilisées économiquement. Les restrictions sur les paiements internationaux complexifient également l'acquisition de ces technologies, renforçant la fracture numérique entre les médias disposant de moyens conséquents et les structures plus modestes.

Le déficit de formation des journalistes et des équipes techniques constitue le troisième pilier de cette problématique. L'utilisation efficace et éthique des technologies d'IA nécessite des compétences spécifiques encore peu répandues dans les rédactions tunisiennes. Comme le souligne Zied Dabbar du SNJT, « le journaliste tunisien n'est pas étranger aux mutations technologiques [...] mais le problème réside dans l'absence de formation et de sensibilisation à ces nouvelles technologies. »

● Les risques d'une transformation non maîtrisée

L'intégration de l'IA dans le journalisme tunisien, si elle n'est pas correctement encadrée, pourrait engendrer plusieurs risques majeurs :

La désinformation amplifiée constitue une préoccupation de premier plan. Dans un contexte que le Professeur Hammami qualifie de « **désinformation systémique** », l'IA pourrait devenir, à l'instar des réseaux sociaux, « un dispositif de disruption de la vie politique et de la sphère publique. » La capacité de l'IA à générer du contenu falsifié de manière convaincante (deepfakes, textes mensongers mais crédibles) représente une menace réelle pour l'intégrité de l'information.

La fragilisation du modèle économique des médias traditionnels constitue un autre danger identifié. Comme le souligne Sahar Mechri, « un éditeur qui mettrait en place une plateforme regroupant tous les communiqués, toutes les dépêches réécrites avec l'IA pourrait écraser une bonne partie des médias en proposant un contenu équivalent à ce qui se fait déjà pour un coût et une rapidité de production jusqu'ici sans comparaison. » Cette disruption potentielle pourrait accélérer la concentration du secteur autour de quelques acteurs dominants, au détriment du pluralisme médiatique.

La dépendance technologique envers des solutions développées hors du contexte tunisien pose également question. En l'absence de solutions adaptées aux spécificités linguistiques et culturelles locales, les médias tunisiens risquent de se retrouver à la merci de technologies étrangères, potentiellement mal adaptées à leurs besoins et valeurs.

● Une vision stratégique pour l'avenir

Face à ces constats, cette étude propose une approche structurée en trois axes complémentaires pour accompagner l'intégration raisonnée de l'IA dans le paysage médiatique tunisien :

Formation et développement des compétences

Le renforcement des capacités constitue le premier pilier indispensable à cette transformation. Trois niveaux d'intervention ont été identifiés :

La formation initiale doit être repensée pour intégrer systématiquement les questions liées à l'IA dans les cursus des écoles de journalisme, à l'image de l'IPSI. Ces formations ne doivent pas se limiter aux aspects techniques, mais aborder également les dimensions éthiques, sociales et politiques de ces technologies, en équilibrant la maîtrise des outils et la compréhension critique de leurs implications.

La formation continue des professionnels déjà en poste constitue un second niveau d'action essentiel. Des programmes spécifiques doivent être développés pour permettre aux journalistes, responsables éditoriaux et personnels techniques d'acquérir les compétences nécessaires à l'utilisation éthique et efficace des outils d'IA, tout en développant une compréhension critique de leurs limites.

La sensibilisation du grand public et des dirigeants médiatiques apparaît comme un troisième niveau nécessaire, afin de créer un environnement propice à une adoption raisonnée de ces technologies.

● Cadre éthique et juridique adapté

Le développement d'un encadrement approprié constitue le second pilier de cette stratégie :

L'élaboration d'une charte nationale d'utilisation de l'IA dans la presse tunisienne, développée en concertation avec l'ensemble des parties prenantes, permettrait d'établir un cadre de référence partagé. Cette charte définirait les bonnes pratiques concernant la transparence, la vérification humaine, la protection des données personnelles et la responsabilité éditoriale.

La mise en place d'une signalétique commune pour identifier clairement les contenus produits ou assistés par IA constituerait une mesure concrète pour maintenir la confiance du public, en distinguant explicitement le travail journalistique traditionnel des contenus automatisés.

L'adaptation du cadre juridique tunisien pour qu'il prenne en compte les spécificités de l'IA tout en garantissant la liberté de la presse et les droits fondamentaux apparaît également nécessaire, en s'inspirant des meilleures pratiques internationales tout en les adaptant au contexte local.

● Soutien à l'innovation et à la collaboration

Le troisième pilier vise à créer un écosystème favorable à l'innovation responsable :

La création d'espaces d'expérimentation comme des laboratoires d'innovation médiatique permettrait aux professionnels tunisiens de tester des approches novatrices sans les contraintes de la production quotidienne. Ces initiatives pourraient être hébergées au sein des établissements d'enseignement ou constituer des structures indépendantes.

Le développement d'outils adaptés au contexte tunisien, notamment pour le traitement du dialecte local, constitue un enjeu stratégique. Des partenariats entre médias, universités et startups pourraient favoriser l'émergence de solutions respectant la souveraineté numérique du pays.

La mutualisation des ressources et des connaissances entre médias tunisiens apparaît comme une approche pragmatique face aux contraintes économiques. Le partage d'abonnements aux plateformes d'IA, la négociation collective avec les fournisseurs ou la mise en place d'une veille technologique commune permettraient d'optimiser les coûts tout en maximisant les bénéfices.

● L'impératif d'une réponse coordonnée et collective

La transformation du paysage médiatique tunisien sous l'effet de l'IA ne peut se réaliser efficacement sans une approche coordonnée impliquant l'ensemble des parties prenantes :

Les pouvoirs publics ont un rôle essentiel à jouer dans la création d'un environnement favorable, que ce soit par l'adaptation du cadre juridique, le soutien à la recherche sur les technologies adaptées au contexte linguistique tunisien, ou la mise en place d'incitations économiques pour accompagner la transition.

Les organisations professionnelles, comme le SNJT, peuvent jouer un rôle central dans l'élaboration des standards éthiques, l'organisation de formations ou la coordination des efforts de mutualisation. Comme le souligne le SNJT, "ce débat ne peut être porté uniquement par les journalistes : il nécessite l'implication des acteurs de la société civile, des chercheurs en IA et des législateurs."

Les établissements d'enseignement et de recherche doivent adapter leurs programmes pour former les futurs professionnels tout en développant des solutions technologiques adaptées aux spécificités tunisiennes.

Les médias eux-mêmes sont appelés à définir des stratégies d'intégration réfléchies, privilégiant une approche graduelle et inclusive, associant l'ensemble des équipes à cette transformation. Il faut noter d'ailleurs que les principaux risques liés au déploiement de l'intelligence artificielle générative concernent davantage la découvrabilité des contenus que leur production. La rapide transformation des moteurs de recherche, notamment de Google avec son Google AI overview, mais aussi la forte croissance du nombre d'utilisateurs de Search GPT ou de Perplexity, renseigne sur le grand défi à venir. Le CJR⁵⁷ et la BBC⁵⁸ ont d'ores et déjà montré qu'ils présentaient de nombreuses erreurs d'attribution de lien, mais le phénomène peut-être davantage dévastateur pour l'écosystème média et leur capacité à faire connaître leur travail. Les résumés fournis par ces moteurs de recherche boostés à l'IA réduisent significativement le nombre de sources, augmentent drastiquement la compétition entre les titres pour apparaître dans un espace plus restreint mais nettement plus pratique pour les utilisateurs, cassent le modèle de la publicité en ligne que nous connaissons jusqu'ici et affectent massivement le trafic vers les sites d'information⁵⁹. Si l'on ajoute à cela les efforts des réseaux sociaux et de Google pour démonétiser l'information qui se retrouve face à une abondance de contenus publiés sans modération, ce sont davantage les éditeurs que les journalistes qui sont impactés par les effets négatifs de l'IA générative. Dans cette configuration, il est indispensable pour tous les titres de presse de se préparer au plus vite aux conséquences de l'IA en cherchant à se démarquer, à créer un lien fort avec les lecteurs, à développer des stratégies "offline" pour conserver ce lien direct, à mettre en place toutes les stratégies disponibles pour éviter la désintermédiation massive que va entraîner le développement de l'AI search.

● Vers un journalisme augmenté mais profondément humain

L'avenir du journalisme tunisien à l'ère de l'IA ne se résume donc pas à une simple question technologique — il s'agit d'une transformation profonde qui interroge l'essence même de la pratique journalistique et ses valeurs fondamentales. Dans cette perspective, l'objectif ne doit pas être uniquement l'adoption d'outils technologiques, mais bien la réinvention d'un journalisme « augmenté » qui préserve sa mission essentielle tout en exploitant les nouvelles possibilités offertes et en renforçant les liens avec son public.

⁵⁷ AI Search Has A Citation Problem, Columbia Journalism Review, Mars 2025

⁵⁸ Groundbreaking BBC research shows issues with over half the answers from Artificial Intelligence (AI) assistants, BBC, 11 février 2025

⁵⁹ AI Overviews are transforming search: what impact for news websites?, ContentSide, 28 octobre 2024

« Il faut entamer une réflexion sur les objectifs que l'on veut poursuivre avec l'introduction de l'IA dans le travail des rédactions et pas juste la greffer sur un corps malade, » estime Manoubi Marouki.

En libérant les journalistes des tâches répétitives et chronophages, l'IA peut permettre un recentrage sur les activités à forte valeur ajoutée : enquêtes approfondies, reportages de terrain, analyses complexes. Loin de remplacer le journaliste, elle peut devenir un puissant allié pour un journalisme plus rigoureux et plus ambitieux, à condition que son intégration soit guidée par des considérations éthiques solides et un souci constant de la qualité éditoriale.

La particularité du contexte tunisien, avec ses défis linguistiques, économiques et politiques spécifiques, appelle une approche sur mesure, qui ne peut se contenter de reproduire les modèles développés dans d'autres environnements. Il s'agit de construire une voie tunisienne vers l'intégration de l'IA dans le journalisme, qui tire parti des opportunités offertes par ces technologies tout en préservant l'identité culturelle et les valeurs démocratiques du pays.

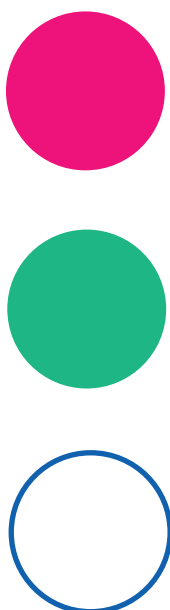
En définitive, le succès de cette transformation reposera sur la capacité des différents acteurs à collaborer efficacement, à développer des solutions adaptées aux réalités locales, et à placer l'éthique et la qualité journalistique au cœur de leurs préoccupations. C'est à ces conditions que l'intelligence artificielle pourra véritablement contribuer à renforcer — plutôt qu'à affaiblir — le rôle essentiel des médias tunisiens comme piliers d'une société démocratique et informée.

Comme le résume parfaitement **Ahmed Amine Azouzi**, **« on a une culture, on a des choses à raconter au monde. Il faut qu'on soit capable de les raconter aussi efficacement que les autres. »** L'enjeu est donc de faire de l'IA non pas une menace pour le journalisme tunisien, mais un levier pour amplifier sa voix et renforcer sa mission, dans un monde où la bataille pour l'attention et pour la vérité n'a jamais été aussi cruciale.

Face aux bouleversements annoncés — **« En 2026, 80 % des contenus internet seront générés par des IA. Quel sera alors le business model d'un média avec des humains à l'intérieur ? »** s'interroge **Azouzi** — l'anticipation et la préparation deviennent des impératifs catégoriques pour l'ensemble du secteur. Car au-delà des défis techniques ou économiques, c'est bien l'avenir de l'information de qualité en Tunisie qui se joue aujourd'hui dans cette révolution silencieuse mais profonde de l'intelligence artificielle.



ANNEXES



L'IA dans les médias tunisiens : entre espoirs, expérimentations et inquiétudes éthiques

Résultats de la consultation auprès de 17 professionnels des médias tunisiens

Une fracture numérique se dessine entre les rédactions tunisiennes face à l'intelligence artificielle. Si certains médias du pays, notamment les pure players, testent déjà activement ces technologies — principalement pour la traduction, l'analyse de données et la vérification factuelle — d'autres y résistent encore. Cette adoption progressive, qui pourrait redéfinir le paysage médiatique local, soulève autant d'opportunités que d'interrogations sur l'avenir du journalisme dans le pays.

L'adoption des technologies d'intelligence artificielle transforme progressivement les salles de rédaction à travers le monde. La Tunisie, carrefour médiatique important du Maghreb, n'échappe pas à cette révolution silencieuse. Une récente enquête menée auprès de professionnels du secteur — journalistes, rédacteurs, directeurs de publication et autres acteurs médiatiques — offre un éclairage inédit sur cette transformation en cours, révélant un paysage contrasté où l'expérimentation côtoie la prudence.

À l'heure où la génération automatique de textes et l'analyse intelligente des données semblent redessiner les contours du journalisme mondial, comment les rédactions tunisiennes négocient-elles ce virage technologique ? Entre promesses d'efficacité et craintes légitimes, l'enquête dévoile les nuances d'une transition encore balbutiante mais déterminante pour l'avenir de l'information dans le pays.

Une adoption inégale mais en progression

Le panorama de l'intégration de l'IA dans les médias tunisiens révèle des disparités significatives entre les différents types de structures. Environ 40 % des répondants affirment avoir déjà implémenté des outils basés sur l'intelligence artificielle — avec une prédominance notable des médias exclusivement numériques, qui semblent avoir pris une longueur d'avance sur leurs homologues traditionnels.

Cette fracture numérique interne au secteur s'explique partiellement par les contraintes économiques — l'acquisition de technologies avancées requérant des investissements substantiels — mais également par des facteurs culturels inhérents à chaque type de rédaction. « Une intégration de certains outils est faite à titre expérimental, mais le cadre reste limité », témoigne l'un des participants, illustrant cette prudence caractéristique qui teinte l'approche tunisienne.

La transition s'effectue graduellement, privilégiant d'abord les fonctions périphériques à la production éditoriale centrale. Les outils de traduction automatique trônent au premier rang des usages identifiés, permettant aux rédactions de produire rapidement des contenus multilingues — un atout considérable dans un pays au carrefour des influences arabophones et francophones. L'analyse de données et la vérification factuelle complètent ce triptyque des applications les plus courantes.

Entre gains d'efficacité et craintes éthiques

L'intégration de l'IA dans les processus rédactionnels tunisiens s'accompagne d'un sentiment ambivalent chez les professionnels interrogés. D'un côté, les avantages pratiques apparaissent indéniables — gain de temps significatif, amélioration de la productivité et réduction potentielle des erreurs factuelles — permettant aux journalistes de se recentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée.

« L'IA offre une originalité dans la création de contenus et réduit les erreurs », avance un professionnel, tandis qu'un autre souligne qu'elle « nous aide à maximiser notre temps, surtout pour la traduction et la vérification » — deux aspects chronophages du métier qui bénéficient particulièrement de l'automatisation.

Cependant, cette médaille technologique présente son revers. Les préoccupations exprimées concernent principalement trois dimensions critiques : la qualité de l'information — potentiellement menacée par une standardisation excessive du contenu —, les problèmes éthiques liés au plagiat ou à l'exploitation des données personnelles, et la présence de biais algorithmiques susceptibles de reproduire, voire d'amplifier des stéréotypes existants.

« L'utilisation excessive de l'IA peut conduire à des dérives, comme la désinformation », alerte l'un des répondants, pointant l'un des paradoxes fondamentaux de ces technologies : conçues pour améliorer l'information, elles peuvent parfois contribuer à sa détérioration qualitative.

Vers une transformation profonde du métier

Si l'intégration de l'IA semble inéluctable, elle soulève des interrogations fondamentales sur l'évolution du métier de journaliste en Tunisie. La quasi-totalité des professionnels consultés — près de 90% — estime cruciale la formation des étudiants et des jeunes journalistes à ces technologies émergentes.

Cette nécessité formative s'articule autour d'un double impératif : maîtriser techniquement ces outils, certes, mais également développer une compréhension critique de leurs limites et implications éthiques. « C'est indispensable à la condition qu'ils en comprennent les limites et les risques », nuance un participant, suggérant que l'acculturation à l'IA ne peut se limiter à son aspect purement instrumental.

La question de la régulation étatique émerge également comme préoccupation majeure. Une majorité des participants considère qu'un cadre réglementaire spécifique devrait être établi pour encadrer l'usage de l'IA dans le secteur médiatique tunisien — avec comme priorités la protection des données personnelles, la lutte contre la désinformation et la transparence des algorithmes.

L'avenir du journalisme tunisien à l'ère de l'intelligence artificielle reste à écrire. Entre opportunités techniques indéniables et défis éthiques complexes, les rédactions locales naviguent dans un territoire encore largement inexploré. Comment concilier innovation technologique et préservation des valeurs fondamentales du journalisme ? Comment adapter ces outils conçus ailleurs aux spécificités linguistiques et culturelles tunisiennes — notamment concernant le dialecte local ?

Autant de questions qui appellent non pas un rejet ou une adoption sans réserve de ces technologies, mais bien une approche réfléchie et contextualisée, où l'humain demeure le pilote et l'IA un copilote au service de l'information de qualité.



Intelligence artificielle dans les médias tunisiens : défis, opportunités et souveraineté culturelle

Propos d'Ahmed Amine Azouzi, fondateur de QLM Media et Pencils Consulting, recueillis par Malek Khadhraoui, Directeur Exécutif d'Inkyfada

Entre méfiance et curiosité prudente, l'intelligence artificielle commence progressivement à s'inviter dans certaines rédactions tunisiennes. Alors que les grands médias internationaux redéfinissent leurs pratiques face à cette technologie, la Tunisie observe le phénomène avec un certain recul, révélant des enjeux spécifiques liés à l'identité culturelle et aux ressources disponibles.

Le paysage médiatique tunisien se caractérise aujourd'hui par une quasi-absence d'intégration des outils d'intelligence artificielle. Cette situation, loin d'être anecdotique, reflète un décalage significatif avec les transformations profondes que connaissent les médias internationaux. Ahmed Amine Azouzi, fondateur de QLM Media et Pencils Consulting, dresse un constat sans ambiguïté : « Je ne vois rien qui arrive tout de suite, maintenant. Je pense que ce n'est pas du tout un outil qui est exploité, ni dans sa bonne manière de faire, ni dans sa mauvaise manière de faire. » Cette observation, fruit d'une connaissance approfondie du secteur, soulève des questions fondamentales sur l'avenir du journalisme tunisien à l'ère de l'IA.

L'intelligence artificielle, grande absente du paysage médiatique tunisien

Ce retard d'adoption s'explique en partie par une méconnaissance généralisée des potentialités de l'IA. Au-delà des simples outils comme ChatGPT, utilisés sporadiquement par quelques journalistes ou étudiants, aucune intégration stratégique n'est véritablement observée dans les rédactions tunisiennes. « Est-ce qu'un individu lambda va aller chercher de l'information en utilisant une IA ? Je n'y crois vraiment pas, » affirme Azouzi, pointant du doigt le manque de familiarité avec ces technologies⁶¹.

Cette méconnaissance se manifeste parfois de façon surprenante. Azouzi évoque notamment l'absence remarquée de deepfakes lors des récentes élections tunisiennes — un phénomène pourtant remarqué dans d'autres contextes électoraux internationaux. Il rappelle toutefois quelques épisodes révélateurs.

En 2024, un fait divers a impliqué une altercation verbale entre un fonctionnaire d'un établissement de recettes des finances et un citoyen. Ce dernier a filmé l'échange et a publié la vidéo pour dénoncer ce qu'il estime être une agression verbale. La fonctionnaire, pour se défendre, a affirmé qu'on a changé ses propos/son image avec une IA et n'a jamais agi de la sorte. La complexité de l'image et de la vidéo exclut une génération par une IA au vu de l'état de la technologie à ce moment-là. « Cet épisode démontre la confusion qu'il peut y avoir vis à vis des images et des contenus dorénavant. Elles peuvent être générées comme preuve ou source d'information erronée et de vraies images et vidéos peuvent être reniées avec le prétexte d'une génération IA. »

QLM Media : pionnier de l'intégration de l'IA en Tunisie

QLM Media fait figure d'exception dans ce panorama. Depuis mi-2023, l'entreprise a engagé une réflexion approfondie sur l'intégration de l'IA dans ses processus créatifs et journalistiques. « C'est un sujet clairement sur la table qui est défini comme étant un des sujets majeurs du média et du fonctionnement du média depuis fin 2023, » explique Azouzi.

L'approche adoptée par QLM Media se veut pragmatique et éthique. L'IA est considérée comme un outil — avec ses forces et ses limites — nécessitant systématiquement une supervision humaine. « On est très conscient que c'est un outil avec tout ce que ça veut dire comme fonctionnement qui n'est pas forcément optimal, nécessitant une intervention humaine a posteriori pour s'assurer que ce qu'on est en train de sortir a vraiment du sens, » précise Azouzi.

Concrètement, QLM Media utilise déjà l'IA dans plusieurs aspects de sa production : génération d'images — notamment pour illustrer des situations où la captation est impossible —, aide à l'écriture de scripts, structuration de l'information, et depuis peu, génération de sous-titres. « Aujourd'hui, clairement depuis le début de 2024, toutes les captations de QLM sont générées par IA, » confirme Azouzi, soulignant les gains d'efficacité considérables malgré les corrections encore nécessaires, particulièrement pour le dialecte tunisien.

⁶¹Depuis l'entretien, des outils gratuits comme perplexity.ai, google ai overview ou encore Search GPT d'OpenAI ont fait leur apparition et deviennent de plus en plus populaires en dépit des risques liés au manque de précision des réponses générées. Une étude plus complète sur les usages du grand public et notamment sur l'adoption de ces moteurs de recherche augmentés par l'IA pourrait révéler une autre réalité chez les utilisateurs tunisiens.

L'équipe a également établi des "lignes rouges", notamment concernant le clonage vocal : « Le clonage de voix de personnes travaillant chez QLM a été très vite mis à l'écart parce que l'équipe, dès l'apparition du sujet, a exprimé une inquiétude. »

Des défis spécifiques au contexte tunisien

L'intégration de l'IA dans le paysage médiatique tunisien se heurte à des obstacles particuliers, dont le plus significatif concerne le dialecte tunisien. « À mon sens, le premier enjeu, je pense que c'est vraiment une politique publique ou une politique partagée, c'est la question du dialecte, » insiste Azouzi. Cette problématique dépasse le cadre strictement linguistique pour toucher à l'identité culturelle et à la souveraineté numérique.

En effet, sans modèles d'IA formés sur le dialecte tunisien — dans sa dimension écrite comme orale —, les médias tunisiens risquent de se retrouver marginalisés. « Pour qu'un contenu produit en Tunisie ait la même chance d'arriver aux Tunisiens par rapport à celui qui est fait en anglais, en français, en arabe égyptien ou en arabe standard, il faut que les outils comprennent notre langue, » explique Azouzi.

Au-delà de la question linguistique, le défi porte également sur les corpus culturels qui alimentent les modèles d'IA. Azouzi illustre cette difficulté : « Il est très compliqué de générer une image dans un contexte tunisien. Quand on dit 'Tunisie', très vite, ça va être une version du Maroc très arabisée qui ne nous ressemble pas et n'a aucun intérêt éditorial. »

Face à ces enjeux, Azouzi appelle à une prise de conscience collective et à des initiatives concrètes : formation des journalistes, création de consortiums pour développer des modèles adaptés au contexte tunisien, et mise en place d'outils prédictifs spécifiques. Il évoque notamment l'initiative jordanienne soutenue par Google, qui a créé un fonds d'un million de dollars pour les startups locales travaillant sur les dialectes arabes, en regrettant que « le dialecte d'Afrique du Nord va venir en dernier. »

Pour Azouzi, l'enjeu est fondamentalement culturel : « On a une culture, on a des choses à raconter au monde. Il faut qu'on soit capable de les raconter aussi efficacement que les autres. » Une question de souveraineté qui dépasse largement le cadre journalistique pour toucher à l'identité même du pays dans l'espace numérique mondial.

Alors que les usages médiatiques évoluent à une vitesse vertigineuse, Azouzi s'inquiète d'un avenir où les modèles économiques traditionnels des médias pourraient être bouleversés par l'IA. « En 2026, 80 % des contenus internet seront générés par des IA. Quel sera alors le business model d'un média avec des humains à l'intérieur ? » Une question cruciale qui, comme souvent en matière d'innovation technologique, risque de trouver la Tunisie en position de retard si une prise de conscience collective n'émerge pas rapidement.

Face à cette révolution silencieuse mais inexorable, comment les médias tunisiens parviendront-ils à préserver leur voix unique tout en



L'IA dans la presse tunisienne: défis et opportunités d'un secteur en mutation

Entretien avec Sahar Mechri, directrice exécutive du magazine Managers, recueilli par Gérald Holubowicz

À l'heure où l'intelligence artificielle bouleverse l'ensemble des industries, le secteur médiatique tunisien navigue entre prudence et nécessité d'innover. Sahar Mechri, directrice exécutive du magazine Managers, magazine économique de référence présent depuis trente ans sur le marché, et membre de la Fédération Tunisienne des Directeurs de Journaux (FTDJ), livre sa vision d'un écosystème fragilisé mais qui cherche ses voies de transformation.

Dans les rédactions du monde entier, ChatGPT et la multitude de plateformes qui ont émergé depuis suscitent tantôt enthousiasme, tantôt inquiétude. En Tunisie, ces interrogations se posent avec une acuité particulière, dans un contexte où les défis structurels préexistants — fragilité économique, ressources humaines limitées, évolution des usages — contraignent déjà fortement les médias. "Je suis en pleine réflexion sur le sujet", admet d'emblée Sahar Mechri, "l'IA aujourd'hui, c'est quelque chose qui me travaille pour ne pas dire que ça m'inquiète." Une préoccupation qui dépasse largement la simple curiosité technologique.

Un secteur médiatique fragilisé sur ses fondamentaux

La question de l'intelligence artificielle dans la presse tunisienne ne peut être abordée sans comprendre les vulnérabilités préexistantes du secteur. "C'est un secteur où il n'y a pas beaucoup de ressources", explique Sahar Mechri, soulignant la double pénurie — financière et humaine — qui affecte l'écosystème médiatique. Les contraintes économiques actuelles — dans un pays traversant une période particulièrement difficile — exacerbent cette fragilité : "Les premiers budgets qui vont être coupés, c'est ceux-là, ceux de la pub par exemple. Pour des considérations politiques également, les gens ne veulent plus s'exposer en cherchant la communication."

Cette précarité financière rejaille inévitablement sur la qualité des ressources humaines. "Pour trouver un bon journaliste aujourd'hui, ce n'est pas évident. Ce n'est pas un métier très sexy, ni bien payé", observe-t-elle avec franchise. Les formations existantes ne produisent pas, selon elle, les profils recherchés — notamment pour la presse spécialisée : « Les gens formés à l'école de journalisme n'ont pas de spécialité. Je ne recrute pas à l'école de journalisme, ça ne m'intéresse pas parce que nous sommes un média spécialisé et que les étudiants de l'école sont trop généralistes. »

Cette situation a un impact direct sur la qualité et l'originalité des contenus produits. « Le contenu qui circule est assez standardisé », déplore-t-elle, « il repose sur des dépêches d'agence de presse, des communiqués, des événements où tout le monde va. » Une uniformisation qui — selon la directrice — rend le secteur particulièrement vulnérable face à l'émergence de l'intelligence artificielle.

L'IA : menace existentielle ou opportunité stratégique ?

C'est précisément cette standardisation qui, selon Sahar Mechri, expose le secteur à une menace potentielle : « Un éditeur qui mettrait en place une plateforme regroupant tous les communiqués, toutes les dépêches réécrites avec l'IA pourrait écraser une bonne partie des médias en proposant un contenu équivalent à ce qui se fait déjà pour un coût et une rapidité de production jusque-là sans comparaison. Une plateforme comme ça capterait rapidement l'intérêt des annonceurs et assècherait le marché pour les autres titres." La raison en est simple — et brutale : "De façon générale, dans la presse en Tunisie, il n'y a pas d'enquêtes de terrain, pas de vrai reportage, pas de journalisme d'investigation aujourd'hui. Les équipes de rédaction ne sont équipées ni en matière de personnel ni en moyens pour faire ça. La valeur ajoutée est faible ».

Si l'usage de l'IA est déjà présent dans les rédactions — « c'est très bien pour travailler son interview, chercher des questions, structurer l'article, ça aide à la correction et me fait gagner beaucoup de temps » — celui-ci reste encadré : « Je dis à l'équipe qu'ils peuvent l'utiliser pour la structure mais pas pour produire des écrits qui se ressemblent tous." Une prudence renforcée par les considérations SEO : « Apparemment, Google censure les articles écrits avec l'intelligence artificielle. »⁶²

⁶² Rien n'indique en réalité que Google censure le contenu généré. C'est même le contraire puisque dans ses CGU, Google affirme que le contenu généré peut être utile (<https://developers.google.com/search/blog/2023/02/google-search-and-ai-content?hl=fr>). En revanche, le blocage des bots crawlers de Gemini pourrait avoir un impact sur le référencement, d'où la frilosité de certains titres à bloquer Google.

Concernant la détection de ces contenus générés, la directrice se montre confiante : « Quand tu relis, tu sens le changement de style facilement. » Une vigilance d'autant plus importante que l'éthique journalistique constitue un pilier fondamental pour Managers : « L'honnêteté intellectuelle est quelque chose sur laquelle je suis très intransigeante. J'utilise Google tout le temps, j'utilise des outils qui détectent le contenu IA⁶³ »

Réinventer le modèle économique par les services dérivés

Face à ces défis, Sahar Mechri envisage plusieurs pistes d'évolution où l'IA jouerait un rôle positif. « Aujourd'hui, aucun média ne peut vivre du journalisme pur. Il faut développer des produits dérivés », affirme-t-elle. Cette réflexion l'amène à considérer l'exploitation des données accumulées depuis trente ans par le magazine, notamment sur les entreprises tunisiennes.

« On a beaucoup de données, de la data quali et quanti sur les entreprises. Comment les exploiter pour en faire des services à valeur ajoutée ? » s'interroge-t-elle. Une démarche qui s'inscrit dans une tendance déjà observable sur le marché tunisien : « On a un site d'information financière qui essaie de faire de l'anticipation sur les cours. On a un site sur le tourisme et le showbiz qui fait de la réservation privée. »

L'automatisation de certaines tâches répétitives apparaît également comme une opportunité : « Les communiqués de presse et dépêches, on va les automatiser. C'est un contenu qui n'a pas vraiment de valeur ajoutée en terme journalistique. S'il y a moyen d'automatiser on le fera, mais comment l'avoir en intégrant la ligne éditoriale du magazine ? »

⁶³ À ce stade les détecteurs de contenus générés par IA ne sont pas fiables (<https://www.cs.umd.edu/article/2023/05/ai-generated-content-actually-detectable> | <https://edintegrity.biomedcentral.com/articles/10.1007/s40979-023-00140-5> | <https://effortlessacademic.com/how-reliable-are-ai-detectors/>)

L'audiovisuel constitue un autre champ d'exploration prometteur — avec toutefois des spécificités culturelles à prendre en compte : "Aujourd'hui, avec l'audiovisuel, on peut faire plein de concepts sympathiques. Les podcasts qui marchent sont des podcasts avec vidéo. Ce n'est pas le podcast, c'est la vidéo !" Une évolution des usages qui pourrait s'accélérer grâce à l'IA : "Je pense que l'IA va vraiment démocratiser le contenu audio et vidéo. Les gens lisent de moins en moins, l'idée de transformer les articles en format audio me semble pertinente."

La question linguistique ouvre également des perspectives intéressantes dans un pays multilingue : « Une des recommandations qui a été faite est de traduire en arabe, en dialecte tunisien. Ça explose plus en dialecte tunisien ! Le fait d'avoir un outil disponible pour traduire, ça va changer le secteur. »

Face aux inquiétudes liées au développement des résumés automatiques par Google (AI Overview), Sahar Mechri reconnaît l'enjeu : « L'effort qu'on met sur le digital est quatre fois plus important que celui qu'on met sur le papier. La guerre se joue sur le digital. Donc oui, bien sûr que c'est problématique. »

Interrogée sur l'opportunité d'une régulation, la directrice se montre peu convaincue : « C'est un marché. Si quelqu'un a trouvé quelque chose qui intéresse les gens, tant mieux pour lui. Restreindre les libertés n'a jamais été efficace. » Elle préfère mettre l'accent sur la qualité et la différenciation : « Si les journalistes utilisent l'IA pour le fact-checking, tant mieux, s'ils gagnent du temps. Le problème, c'est qu'on va vers un journalisme qui n'est pas de bonne qualité, qui n'est pas là réellement pour ouvrir les esprits. »

Comment les médias tunisiens pourront-ils préserver leur raison d'être tout en embrassant ces nouvelles technologies ? Les prochaines années détermineront quels acteurs auront su transformer cette disruption en avantage stratégique — et lesquels n'auront pas survécu à cette vague de fond.



Pamt?

PROGRAMME D'APPUI
AUX MÉDIAS TUNISIENS



www.pamt2.org



[pamt2ue](https://www.facebook.com/pamt2ue)



contact@pamt2.org



[pamt2](https://www.youtube.com/pamt2)