

Les dernières années ont mis à rude épreuve

toute idée constructive de coopération en Méditerranée. Les suites du 11 septembre, la théorie du choc des civilisations, la politique guerrière de l'administration en place à Washington, l'enlèvement total des rêves de « l'euromed », le raidissement aigu d'une Europe assiégée face à l'immigration, ont bien sûr compromis les efforts incessants en vue de rapprochements et d'échanges fructueux. Jamais, dans le même temps nos leaders politiques n'ont autant parlé de Méditerranée. Après le processus failli de Barcelone, ils nous servent désormais une toute nouvelle union : Union de, Union pour... la Méditerranée. Comme s'ils cherchaient en fait, à travers le discours, à conjurer le sort, à tromper le destin ou bien tout simplement à taire la vérité. La crise financière et l'offensive violente de l'État d'Israël dans la bande de Gaza ont couronné le tout. Face à l'engrenage dans lequel nous sommes apparemment entrés, un Barak Obama est-il à la hauteur des espoirs qu'il suscite ? Nous devons y croire et dans l'audiovisuel, « média entre les terres », tout faire pour contribuer à l'émergence possible d'un dialogue respectueux. Or où en sommes nous en matière de dialogue à travers les médias ?

En Méditerranée, les images de télé et les flux migratoires sont deux fleuves qui se croisent. Très schématiquement, les premières, les images, se dirigent vers le Sud, les seconds, les migrants, se déplacent vers le Nord. Quel rapport direz-vous entre ces deux flux ? Sont-ce les images qui attirent les hommes ? Le miroir aux alouettes de nos petites lucarnes, incontestablement, entretient le désir puisqu'il est fait pour ça (c'est du moins ce que croient ceux qui, de nos jours en régime libéral, dirigent les entreprises de l'audiovisuel). Mais des raisons profondes, autrement plus profondes, président à ce mouvement. Chacun vend ce qu'il a. Le Sud propose son sang : le sang de la terre (le pétrole et le gaz),



ANGUINETTI. *Naples.*

le sang des travailleurs (une force bon marché). Le Nord vend ses produits : ses voitures, ses avions, ses « Nike » et ses images. Ce n'est pas très égal et il est très choquant de mettre le sang des hommes dans cette présentation au niveau des produits. Mais les hommes en question envoyant leurs salaires, une partie de leurs salaires, au pays d'origine pour aider leurs familles, les termes de l'échange conduisent malheureusement à dresser ce constat. Et puis le parallèle ne s'arrête pas là. Images et travailleurs voyagent plus ou moins de la même manière : au mépris des frontières, parfois clandestinement. Les unes par satellite les autres au raz de la terre dans les soutes à bagages ou sur les « *pateras* » au péril de leur vie. Il existe donc deux sortes de marchés : le marché officiel des produits qu'on s'achète et le marché non dit des hommes et des images. Car effectivement il existe un non dit du marché des migrants comme il existe aussi un non dit des images qui voyagent sur nos têtes. Chacun, officiellement, s'affirme incommodé par ces « importations » que nul ne paraît vraiment maîtriser. Il y a, c'est certain, beaucoup d'hypocrisie dans cette condamnation : tout le monde sait bien qu'au nord l'économie a besoin de main-d'œuvre et qu'au sud le public a besoin de rêver.

J'admets que cette manière de poser le problème est un peu cavalière, sûrement provocatrice, voire iconoclaste. Encore que ce terme, le mot iconoclaste, paraît à contre sens puisque ce ne sont pas, dans le cas présent, les hommes qui détruisent les icônes sacrées, mais ce sont les images qui détruisent les hommes. Dans les deux cas enfin, nous sommes dans l'héritage du temps des colonies. Si les hommes viennent au nord pour trouver du travail, ils choisissent très souvent le pays de l'ancien colonisateur dont ils parlent la langue et qu'ils connaissent un peu. Et si un large public s'est doté, au sud, des antennes paraboles qui lui donnent le moyen de capter les programmes en provenance d'Europe, c'est de la même manière parce qu'il entend les langues des anciens « occupants ». À travers la langue ce n'est pas seulement une forme d'héritage dont chacun jouirait, c'est la continuité d'une forme nouvelle de colonisation qui se perpétue. Dans le cas du travail, les hommes sont exploités sans même bénéficier d'une juste reconnaissance. Ils enrichissent bien sûr les ignobles passeurs. Ils enrichissent aussi, et je dirais surtout, les futurs employeurs et donc leurs sociétés. Quant aux télévisions dont les images voyagent via le satellite, elles ignorent ces publics d'au-delà des frontières, comme s'ils n'existaient pas. Leurs programmes sont conçus presque exclusivement pour le « marché » réduit des publics nationaux. Pour donner un exemple, la France parle aux Français, du point de vue des Français, et ne fait aucun cas du point de vue des Arabes qui captent ses messages.

Pourquoi donc, direz vous, captent-ils ces images ? Pourquoi regardent-ils les chaînes généralistes en provenance de l'Europe ? Il existe un faisceau de raisons à cela. En guise de boutade et en tout premier lieu, je poserais une question : pourquoi regardons-nous, en Europe et ailleurs, les films américains ? La production d'images est une grande industrie avec des savoir-faire et des coûts colossaux. Dans cette partie du monde, les chaînes européennes ont acquis de l'avance et sont mieux financées que celles, évidemment, des pays du Maghreb. Mais cela ne suffit pas. Les sociétés plus riches explorent en permanence, depuis des décennies, les limites concevables de la transgression parce qu'elles imaginent pouvoir se le permettre. Ces formes de transgressions agissent comme des drogues et aucun d'entre nous ne sait y résister, ni au nord ni au sud. Enfin il est exact que dans beaucoup de pays du Sud et de l'Orient les grandes télévisions ont tardé à sortir des logiques étatiques et qu'elles tardent encore. L'Europe de ce point de vue n'a probablement pas de leçons à donner. La France notamment à longterm confondu télévision d'État et de service public. Elle en est sortie plus tardivement que d'autres et les hommes politiques le regrettent toujours. Nicolas Sarkozy, d'ailleurs en 2008, a très bien expliqué que le service public c'est l'État actionnaire et qu'au niveau de l'État, le patron, c'était lui. Ce serait donc à lui de faire et de défaire les cercles dirigeants de la télévision comme ceux de la radio. Un brutal retour à la télé d'État avec évidemment tous les risques que cela comporte dans un pays qui avait dépassé cette problématique. Dans la plus grande partie des pays de l'Afrique et des rives orientales de Méditerranée cette même problématique est une réalité dont le dépassement reste hypothétique. D'où cette volonté des publics nationaux de regarder ailleurs.

Ce regard des publics, au-delà des frontières, sur cette production de messages et d'images investit donc l'Europe d'une large et pesante responsabilité. La Méditerranée est un espace étroit où depuis très longtemps se joue pour une part l'avenir des équilibres dont la fragilité promet de grands changements ou menace notre monde : les enjeux du pétrole, les routes incontournables du commerce maritime, la montée en puissance des pays du Maghreb, la pression grandissante d'une jeunesse africaine prête à tout risquer pour chercher du travail, pour découvrir le monde, pour changer le destin... la poudrière terrible de ce Moyen Orient qui divise la planète, le réveil humilié des cadres musulmans, l'omniprésence pesante des forces américaines et le rôle ambiguë du système de l'Otan, les sentiments dangereux d'une Europe assiégée, le repositionnement des peuples slaves du Sud dans le

cœur des Balkans... Nul ne peut donc plus fabriquer des messages et tourner des images de son seul point de vue, au mépris de tous ceux qui ailleurs les reçoivent. Au sein de cet espace, les problèmes sont communs. Nous devons concevoir les moyens d'un dialogue, d'un va-et-vient des mots, d'un échange consenti, et d'un respect mutuel. Quelques professionnels depuis de longues années s'y emploient activement. Mais ils ont très souvent l'impression absurde de chercher à bouger des montagnes colossales. Ils se sentent isolés et ont le sentiment de servir d'alibis. J'ai eu ce sentiment. Le monde illuminé de la télévision dans nos grandes capitales vit sur une planète qui n'appartient qu'à lui.

Il y a quatorze ans, des amis italiens, dans l'esprit justement d'amener des journalistes en provenance des deux rives à travailler ensemble, sont venus proposer un projet bien conçu : *Mediterraneo*. Il s'agissait alors, de créer à Palerme une rédaction commune chargée de fabriquer chaque semaine un programme d'environ une demi-heure. Ce magazine commun comporterait chaque fois quatre reportages de cinq à six minutes sur tous les thèmes possibles en Méditerranée. Il aurait pour objet d'être diffusable dans une majorité des pays du bassin. Il nous faudrait donc concevoir les images ainsi que les commentaires pour des publics divers, de cultures différentes, et non plus comme toujours pour les habitants d'un pays unique. Pour ce faire il fallait obtenir le feu vert (c'est-à-dire également une enveloppe financière) de nos grands dirigeants. Je leur en parlais donc. « La Méditerranée ? Mais c'est sans intérêt ! Ça n'est pas un concept pour la télévision. Tu vas perdre ton temps »... Un argument de taille : ce n'est pas un concept pour la télévision ! Qu'est ce que c'est qu'un concept à la télévision ? C'est, disons, une recette. Une recette qui marche et qui fait de l'audience. C'est la petite cuisine des directeurs d'antennes, responsables des programmes. Ce directeur-là était un directeur tout à fait dans le vent, ficelé de relations, promis à une carrière qu'il fit effectivement. Nous parlions politique, il parlait de cuisine. Il se trouve, dieu merci, qu'à l'étage supérieur le président d'alors se montra plus amène et prit la décision de nous laisser tenter cette nouvelle aventure. Y croyait-il vraiment ? Je n'en suis pas très sûr. Mais à ce niveau-là, il parlait lui aussi en termes de politique et il était prudent. *Mediterraneo* existe maintenant depuis quatorze ans. Or la chaîne France 3 n'a jamais diffusé au niveau national ce programme qu'elle finance. La Méditerranée ce n'est que régional. Cela concerne Marseille et, bien sûr, la Corse. Le reste de la France n'en a « rien à cirer ».

Je raconte cette histoire pour souligner trois choses. Premièrement ces gens-là, responsables des programmes, restent prisonniers d'une vision très étroite de la télévision, entre parisianisme, culture franco française, défense d'un pré carré et jeu de concurrence avec les chaînes privées. Des logiques à court terme qui les rendent aveugles. Ils n'ont, deuxièmement, aucun sens du monde, je parle du monde réel. Ils ont ce qu'ils appellent le sens professionnel de la dite « ménagère ». Leurs « ménagères » à eux, de moins de cinquante ans ou de plus de cinquante ans, telles qu'ils les imaginent, telles qu'ils les définissent, qu'auraient-elles donc à faire des rapports politiques Est-Ouest et Nord-Sud en Méditerranée ? Et donc, troisièmement, ils sont bien incapables de situer leur mission en termes compliqués de géopolitique. La Méditerranée, celle dont nous parlions, ne représentait rien. La Méditerranée, c'était tout juste pour eux une histoire de bains de mer, d'aventures estivales, de rendez-vous people sur la Côte d'Azur, de croisières en bateau, de plongée sous-marine, d'un « Orient » romantique qu'on visite en vacance avec condescendance, ou de belles excursions sur les ruines antiques de civilisations aujourd'hui disparues. Des racines et des ailes... c'est beau, c'est séduisant. Tourisme balnéaire, tourisme culturel, nous apprécions beaucoup, mais laissez-nous tranquilles avec l'avenir du monde, la misère des hommes, les enjeux stratégiques, le respect des cultures...

Or dans le même temps, tout était en mouvement. Côté télévisions, pendant que ces génies de l'audience du prime time sur les chaînes nationales dites généralistes, accrochés à leurs dogmes de non-segmentation des publics captifs, se prenaient encore pour les maîtres du monde, inéluctablement le système planétaire de communication installait les relais qui bientôt chambouleraient leurs belles certitudes. Du côté politique, l'équilibre mondial était en mutation et tout était lisible en Méditerranée. La jeunesse africaine s'était mise en mouvement. Les pays du Maghreb rattrapaient leur retard plus vite qu'on imagine. L'univers des Balkans était déjà entré dans le temps redoutable d'un séisme majeur. Et au Moyen Orient une bande de fanatiques s'apprêtait à tuer, avec Yitzhak Rabin, le processus de paix. Deux puissances majeures se donnaient rendez-vous sur cette plaque tournante. États-Unis d'une part, en termes militaires, et les Chinois de l'autre en quête de marchés. Le président Chirac qui ne s'y trompait pas, voulait bien intégrer ou bien réintégrer les sphères de commandement des forces de l'OTAN à la seule condition que la France à son tour puisse se voir confier le commandement sud, en Méditerranée. Il n'en est pas question

répondit Washington, la Méditerranée c'est bien trop important, ça ne se partage pas. Ils savent de quoi ils parlent.

Face à de tels enjeux, les médias de toutes sortes avaient évidemment un rôle majeur à jouer : se penser comme une arme ou se voir comme des ponts. Devaient-ils préparer les termes d'un dialogue ou bien privilégier une guerre future des mots et des images ? Personne bien sûr n'a fait le choix de la guerre, c'est ce qu'on vous dira les deux mains sur le cœur. Mais dans l'indifférence personne non plus n'a fait le choix de la paix. Or l'absence de choix débouche très rarement sur ce qu'il y a de mieux. Les énormes machines de la télévision, préoccupées d'elles-mêmes, sont restées ignorantes face à ce type d'enjeux. Les logiques nationales étaient incontournables. L'immense réalité des images qui voyagent, des messages qu'on diffuse au-delà des frontières, via les satellites, ne préoccupait pas les rédacteurs en chef et les programmeurs. Pour parler de la France dont j'appréhende mieux le système médiatique, ces mêmes programmeurs dans le secteur public avaient, on le sait bien, pour unique objectif de battre TF1. Le reste apparaissait comme purement accessoire. Les chaînes de l'Hexagone sont faites pour les Français, d'abord pour les Français, seulement pour les Français. Si d'autres les regardent et veulent les regarder, cela concerne très peu les maîtres de l'antenne. C'est sans doute du ressort des sphères politiques, pas des professionnels. Le niveau politique tente donc d'inventer des chaînes spécialisées dans la francophonie ou l'échange de programmes : des chaînes confidentielles. Elles ont des raisons d'être, mais en Afrique du Nord ce ne sont pas ces chaînes-là qui étaient regardées.

Plus généralement, du côté de la rive nord, l'Italie et l'Espagne, la Rai et TVE, tous les autres pays et leurs télévisions avec des différences, fonctionnaient plus ou moins de la même manière. Les services de programmes et ceux d'information s'adressaient uniquement à leurs compatriotes. Car c'est d'eux que les chaînes tenaient toutes leurs ressources. Le système est comme ça. Certes, elles entretenaient, elles entretiennent toujours, des services efficaces dits de relations internationales mais qui le plus souvent paraissent vivre en marge. Les programmes les ignorent et les rédactions s'en moquent éperdument. Ces services se démènent, animent des colloques, d'énormes conférences, débattent de l'avenir, apprennent à se connaître, inventent des programmes, montent des productions ou des coproductions dans un monde parallèle, sans liens avec l'antenne. Ils supplient par la suite les services de l'antenne de leur concéder un tout petit créneau, à n'importe quelle heure, pour tenter de donner une visibilité à ce travail commun. En France ils

n'eurent d'écho qu'au niveau des régions. Et un écho d'ailleurs qui, ces dernières années, s'est doucement affaibli.

Du côté de la rive sud, c'est un peu différent. Chaque pays réagit de manière spécifique. Algérie et Maroc cherchaient à entretenir d'étroites relations avec les organismes de coopération. Le Maroc en radio plus qu'en télévision. L'Algérie pour sa part, ces toutes dernières années, investissait beaucoup dans la télévision. Elle cherchait à s'ouvrir dans un sens et dans l'autre : dans des relations avec nos organismes, dans le financement de rencontres passionnantes entre professionnels, et dans la création d'une chaîne par satellite destinée notamment à ses ressortissants qui vivent en Europe. La Tunisie par contre entretenait une présence dans les associations, mais gardait ses distances. La Libye on s'en doute était malheureusement quasiment absente. Et l'Égypte enfin se comportait, somme toute, comme les télévisions, les « grandes télévisions », du monde européen.

Du côté de l'Orient nous étions suspendus, nous restons suspendus aux fractures des conflits. À part la Jordanie qui tentait vaille que vaille une diplomatie de la médiation, tous les autres pays étaient préoccupés principalement par les conflits en cours. L'Europe a financé toutes les installations d'une chaîne palestinienne que très vite Israël a totalement détruite, ou presque totalement, tout comme l'aéroport dans la bande de Gaza et tant d'autres équipements.

Deux événements, durant toutes ces années, ont bousculé les choses.

Le premier événement fut une réponse à l'inadaptation du contenu des messages en provenance de l'Europe. Les chaînes nationales, dans tout le monde arabe, tardant à se sortir des logiques étatiques et les chaînes de l'Europe se regardant le nombril, un créneau existait. Un émir du Qatar décida d'inventer par-dessus les frontières une voix du monde Arabe, la chaîne Al Djezira. Incontestablement le choc fut assez rude pour certains des États des rives sud et d'Orient. Mais ils durent l'accepter. Et de fait l'émergence de cette nouvelle chaîne rétablit l'équilibre d'une voix différente face à la concurrence des chaînes européennes et de la CNN. Cela ne reste qu'une voix mais qui a fait comprendre aux publics divers de l'Afrique du Nord et du Moyen Orient que dans ce domaine-là rien n'était impossible. Elle oblige désormais les différents pays à changer d'attitude ou à l'envisager. Pour donner un exemple : en vue de regagner l'audience populaire dans son propre pays, le système tunisien vient de décider de lancer cette année, en 2009, face au secteur public des antennes privées.

Le second événement fut la prise de conscience (une conscience relative) au niveau politique des enjeux à venir en Méditerranée. C'est ainsi que naquit le fameux processus dit de Barcelone : « Euroméditerranée ». Un processus plombé par deux lourds handicaps. Un premier handicap : l'incapacité des nations de l'Europe à se vivre autrement qu'au-dessus de ce monde arabo-musulman, au-dessus de « l'Orient ». C'est long et difficile d'oublier le passé, la nostalgie du temps où nous étions les maîtres. Un second handicap que Yasser Arafat était venu brandir à la face de l'Europe, un jour à La Valette dans les îles maltaises, en 1997 : vos gesticulations en Méditerranée ne serviront à rien tant que la Palestine restera humiliée. Le devoir de l'Europe, disait-il en substance, c'est celui de peser, peser de tout son poids pour contraindre Israël à enfin respecter toutes les résolutions des Nations Unies et faire avancer le processus de paix. Car il existait encore un processus de paix. Certes les gouvernements, même dans le monde arabe, paraissaient trop souvent s'accommoder des faits, mais ce n'était pas le cas des opinions publiques. L'avenir de nos échanges en Méditerranée, l'avenir d'un rapprochement Est, Ouest et Nord, sera hypothétique tant que cette question restera sans réponse.

En termes d'audiovisuel, la coopération en Méditerranée tournait principalement autour d'associations qui groupaient pour les unes l'ensemble des diffuseurs des secteurs publics, et groupaient pour les autres certains des producteurs. L'une des plus importantes, dont le siège est à Rome, s'appelle la COPEAM, Conférence permanente de l'audiovisuel en Méditerranée. La coopération en Méditerranée c'est en gros la rencontre entre trois grandes sphères d'influences culturelles et de liens religieux : l'europeo-chrétienne, l'arabo-musulmane, la slavo-orthodoxe. Elles sont incontournables. Au sein de ces échanges, depuis des décennies, tout dialogue, toute rencontre entre les représentants des chaînes israéliennes et ceux du monde arabe est voué à l'échec. La présence d'Israël est donc, en d'autres termes, totalement impossible au niveau de ces échanges alors que la question lourde de la Palestine est omniprésente. C'est une problématique en forme d'incertitude dont nul pour l'instant ne voit l'aboutissement.

Alors quel est l'avenir ? Il faut effectuer une série de constats. En tout premier lieu, le monde audiovisuel est en pleine mutation. Les chaînes généralistes perdent de l'influence quand les chaînes thématiques en gagnent tous les jours. Cela peut vouloir dire qu'une partie au moins de ces chaînes thématiques, plus universalistes parce que moins liées aux schémas nationaux

et à l'obligation de flatter un public qu'on suppose chauvin, seront mieux adaptées à la diversité des publics possibles. Ces publics eux-mêmes doivent être analysés. L'écrivain croate Predrag Matvejevic nous déclarait un jour : « La vieillesse est au nord, la jeunesse est au sud ». Ce n'est pas simplement une manière de parler. C'est une réalité : les populations des pays de l'Europe ont tendance à vieillir alors que la jeunesse domine très largement dans les pays du Sud. C'est donc bien au sud, au sud et en Asie, que les opérateurs de télécommunications iront bientôt chercher leurs publics favoris par-dessus les frontières et au-delà des langues. Mais parler de la sorte, par le moyen des mots ou celui des images, au-dessus des frontières et au-delà des langues, cela ne s'improvise pas. C'est l'énorme domaine que des professionnels au sein de la Copeam ou d'autres organismes, explorent depuis longtemps par la coproduction de films documentaires ou bien par les rencontres et le travail commun qui se font chaque année dans divers ateliers ou « universités ». C'est aussi l'expérience encore inachevée de *Mediterraneo* : diffuser chaque semaine un programme magazine conçu pour des publics des trois sphères culturelles de Méditerranée. Cela exige d'abord d'acquérir une culture de la diversité, une certaine modestie, une grande capacité à l'écoute des autres, la conscience permanente de ses propres tendances à l'auto-suffisance, le goût de la découverte et la conviction d'une relativité. Cela exige ensuite d'acquérir également et plus prosaïquement le savoir de l'histoire, de tous les points de vue et non plus seulement du point de vue de l'Europe. Tout cela s'apprend au contact des autres et dans une logique de l'égal à égal.

Je voudrais pour finir raconter une histoire. Les instruments modernes de communication nous rendent très souvent plus inquiets qu'optimistes. Après la télé voilà que nos enfants surfent sur internet et dialoguent sur Facebook. Les logiques d'entreprises et les raisons d'État laisseront donc en partie la place et le champ libre à des liens, des histoires, d'individus entre eux. Or, s'il y a des dangers, il existe également des raisons d'espérer. Au mois de février j'étais en Algérie avec une quarantaine d'autres journalistes (douze nationalités). Nous avions pour mission de produire en dix jours un programme de télé sur le thème très précis de « L'influence des nouvelles technologies dans la vie des oasis du Sahara ». Au-delà de l'expérience très enrichissante de ce travail commun et au-delà bien sûr des multiples aspects de cette « révolution » dont nous avons ensemble exploré les effets au cœur du grand désert, nous fûmes les témoins et un peu les acteurs d'une histoire sympathique. Un ami algérien fut un jour abordé par un petit garçon. L'ami

s'appelle Sofiane. Le petit garçon s'appelle Mohamed et il a douze ans. Mohamed parle arabe, or il avait reçu une jolie carte postale écrite en français qu'il ne pouvait pas lire. Il voulait de Sofiane qu'il lui traduisit ce qui était écrit. La carte disait en gros : « Mohamed, je suis Pha-la Youn et je t'écris de France pour venir te souhaiter une bonne année 2009. Nous nous sommes connus il y a quatre ans lorsque je suis venue avec ma maman passer quelques jours dans l'oasis. Nous avons joué et chanté ensemble. J'ai un beau souvenir de ces jours à Taghit et j'aimerais te revoir ». Le petit Mohamed découvrant ce message se souvenait très bien de la petite fille et il était ému. Mais comment lui répondre : elle ne lui donnait pas de contact ou d'adresse. Sofiane eut donc l'idée de dire à Mohammed que peut-être il trouverait la petite Pha-la Youn sur le réseau Facebook. Du moins décida-t-il que c'était à Mohammed de rechercher lui-même si ce lien existait. Il lui apprit donc à créer son profil et à utiliser le réseau internet. Ils tapèrent sur Facebook le nom de Pha-la Youn et, surprise, la trouvèrent : « Mohammed voudrait bien devenir ton ami ». La réponse fut rapide : « J'accepte Mohammed ». Bien sûr, sans Sofiane pour faire les traductions, même le réseau Facebook n'aurait servi à rien. Mais il y a, à Taghit, deux cybercafés et suffisamment de gens qui parlent le français pour aider Mohammed. Celui-ci désormais pourra communiquer avec la petite fille. Ils se sont donc promis de tout faire rapidement pour bientôt se revoir.

SAMPIERO SANGUINETTI, journaliste de radio et de télévision, est à l'origine de la création de la télévision régionale corse, France 3 Corse, et de sa récente version satellitaire, Via Stella. Il est aujourd'hui président de la commission télévision de la Copeam. Il est l'auteur de trois essais consacrés à la Corse ou à son métier (Albiana et éd. Autre Temps).