

FORMATION PRATIQUE À LA PRESSE EN AFRIQUE

- *Droit, déontologie et éthique des médias*
par André Linard en collaboration avec Bertrand Scirpo
- *Journaux et radios en Afrique aux XIX^e et XX^e siècles*
par André-Jean Tudesq en collaboration avec Serge Nédélec
- *Le métier de journaliste en 30 questions-réponses*
par Gérard Ponthieu en collaboration avec Pierre Barrot
- *Créer, gérer et animer une publication*
par Daniel Fra en collaboration avec Eyoum Ngangué
- *Créer, gérer et animer une radio*
par Jean-Michel Brosseau et Jacques Soncin
- *Appui aux médias africains, les politiques des bailleurs de fonds*
coordonné par Daniel Fra

Appui aux médias africains

Les politiques des bailleurs de fonds

La réalisation de ce manuel a été financée par le
Ministère français des Affaires étrangères

▷ ont participé à cet ouvrage :

Réal Barnabé
Christophe Champin
Anna Gustaffson
Florence Lemoine-Minéry
Elisabeth Paquot
Anne Perrin
Michel Philippart
Samir Senoussi

Ouvrage coordonné par **Daniel Fra** (Gret – Paris).

Photos de couverture : **Mandémory Touré**
(*Dakar-Soir* – Dakar), **Anne Perrin** (Gret – Paris).

Conception et réalisation : **Cédric Scandella**
pour [et Associés].

Photogravure : [et Associés].

Impression **Dumas** à Saint-Etienne.

Sommaire

p. 7 Avertissement

p. 11 Introduction

Chapitre I**Politiques et interventions des coopérations publiques bilatérales**

- p. 27 ACDI - Canada
- p. 31 DANIDA - Danemark
- p. 39 DDC - Suisse
- p. 45 FINNIDA - Finlande
- p. 51 GTZ - Allemagne
- p. 57 JICA - Japon
- p. 63 MAE - France
- p. 69 DGIS - Pays-Bas
- p. 75 NORAD - Norvège
- p. 81 SIDA - Suède
- p. 89 USAID - États-Unis

Chapitre II**Politiques et interventions des coopérations multilatérales**

- p. 103 Agence intergouvernementale de la Francophonie
- p. 115 Commission européenne
- p. 125 Institut de la Banque mondiale
- p. 131 Pidc - Unesco

Chapitre III**Politiques et interventions des fondations et associations privées, politiques ou confessionnelles**

- p. 141 WACC - Royaume-Uni
- p. 149 CAF/SCO - Pays-Bas
- p. 155 Cordaid - Pays-Bas
- p. 159 EMW - Allemagne
- p. 163 Fondation Ford
- p. 167 Fondation Friedrich Ebert - Allemagne
- p. 177 Fondation Heinrich Böll - Allemagne
- p. 181 Fondation Konrad Adenauer - Allemagne
- p. 189 Fondation La Voix de l'Afrique - Pays-Bas
- p. 195 Misereor - Allemagne
- p. 199 Missio - Allemagne

Chapitre IV**Points de vue et témoignages**

- p. 211 Le marché international du film et de la télévision - Afrique du Sud
- p. 213 Observatoire de la déontologie et de l'éthique dans les médias - Bénin
- p. 214 *Le Messenger* - Cameroun
- p. 216 *Fraternité Matin* - Côte d'Ivoire
- p. 217 Nordic - SADC - Journalism Center - Mozambique
- p. 219 National Broadcasting Commission - Nigéria
- p. 221 *The Financial Gazette* - Zimbabwe

Avertissement

Avertissement

- ▷ Les noms développés de chaque organisme ont tous été traduits en français. Cependant, pour plus de facilité, leurs sigle, initiales ou acronyme anglais ou d'autres langues ont été conservés dans le titre de la fiche les concernant. Par exemple, la Coopération technique allemande est précédée du sigle GTZ sous lequel elle est très largement connue et reconnue.
À l'intérieur des sections thématiques, les organismes sont ensuite classés par ordre alphabétique.
- ▷ Les montants monétaires sont libellés en dollars US pour les organismes dont le siège est en Amérique du Nord. Pour les pays de l'Union européenne, c'est l'euro qui a été adopté, accompagné, le cas échéant, de la somme équivalente dans la monnaie du pays d'origine.
Pour la Suisse et le Japon, le franc suisse et le yen ont été conservés, accompagnés de la valeur en euro.
- ▷ 1 dollar = 1,135 €

Introduction

Un guide d'information complété par un site Internet

L'ouverture démocratique de nombreux pays d'Afrique a conduit dans son sillage la multiplication de médias indépendants. Entamé dans les années 87 et 88, le mouvement prend son essor dans les années 89 et 90. La liberté des ondes est plus tardive, et plus difficile à obtenir. Les premières autorisations d'émettre sont données à partir des années 90-91.

Après des débuts tumultueux, les médias abordent aujourd'hui une nouvelle phase où s'amorcent professionnalisation et consolidation. Malgré cette maturité, la presse comme la radio restent fragiles. Même si les situations demeurent très variables selon les pays, les médias rencontrent des difficultés voisines.

La multiplication de journaux et radios indépendants a amené de nombreux bailleurs de fonds à créer de nouveaux programmes d'appui à ce secteur encore fragile. Ces interventions se mettent en place dans un contexte où les règles et les formes de coopération prennent un nouveau visage.

Nouvelles règles du jeu et nouvelles questions

Trente années de coopération internationale et d'aide au développement, avec leur cortège de succès et d'échec, ont amené la plupart des bailleurs à de profondes remises en question. Ceci, d'autant plus que le contexte international a changé. De façon très sommaire, on constate cinq évolutions majeures :

- une volonté d'engager des programmes de coopération avec les acteurs de la société civile, et plus seulement avec l'État ;
- une volonté d'associer plus fortement les bénéficiaires à la définition des projets et de passer d'une logique de « l'offre » de coopération à une logique de réponse à la demande ;
- un souci de garantir une plus grande pérennité des activités soutenues et de rechercher un impact à moyen terme des programmes engagés ;
- une recherche d'une plus grande efficacité qui se traduit par des concentrations, concentration géographique de l'aide sur certains pays ; concentration sur des programmes structurés plutôt que des sommes de projets ; concentration sur quelques grands objectifs prioritaires, etc.

- des exigences plus rigoureuses sur l'impact des budgets consacrés à l'aide au développement qui prennent la forme de contraintes de résultats renforcées.

Ces nouvelles options suscitent différentes questions :

- comment identifier des organismes réellement représentatifs du secteur des médias ?
- comment concilier le dialogue avec l'État et avec les représentants de la profession ?
- quels nouveaux dispositifs de coopération et de concertation mettre en place pour que les projets soient réellement conçus et portés par les partenaires du Sud ?
- comment éviter qu'une logique de réponse aux besoins se traduise par des listes types de demandes : matériel, formation, etc. ?

Un outil d'information

La réponse à ces questions, qui se posent autant aux bailleurs qu'aux bénéficiaires, passe sans doute par un dialogue renforcé entre eux. Cet ouvrage n'a pas l'ambition de s'y substituer et encore moins celle d'apporter des réponses

toutes faites à des questions qui se travaillent sur le terrain, en fonction des contextes.

Il a, de façon plus modeste, l'objectif de donner une information sur les activités d'appui au secteur des médias que mènent différents bailleurs de fonds. Ce livre est donc un simple outil d'information. Ceux qui y chercheraient des modèles tout faits de projets à soumettre aux bailleurs seront déçus. Il n'est d'ailleurs pas inutile à cette occasion de rappeler aux bénéficiaires que c'est essentiellement la qualité et la pertinence du projet qu'ils soumettent qui déterminent l'octroi de financements et non pas le fait de chercher à coller à ce qu'ils pensent être les priorités des bailleurs.

Une demande de coopération peu formalisée

De ce point de vue, les bailleurs de fonds avec qui nous avons discuté pour élaborer les fiches d'informations qui suivent sont unanimes. Les deux principales difficultés qu'ils rencontrent pour mieux faire jouer une logique de réponse à la demande, et non plus d'offre de coopération, sont la faiblesse des projets qui leur sont soumis, et le manque d'interlocuteurs collectifs avec qui réfléchir et négocier des programmes d'appui au secteur des médias indépendants.

Le manque d'information joue un rôle majeur dans cette difficulté des médias africains à proposer des projets cohérents et recevables.

Une offre de coopération importante mais mal connue

De façon paradoxale, alors que l'offre des bailleurs est importante et diversifiée, elle est peu ou mal connue des bénéficiaires présumés. Cette relative méconnaissance est source d'incompréhension et de perceptions erronées sur les actions de coopération dans le secteur.

Par exemple, alors que l'ensemble des programmes d'appui des coopérations dans le secteur des médias représente un investissement important, les professionnels africains ont souvent l'impression qu'il s'agit d'un secteur délaissé, qui bénéficie de très peu d'appui.

Autre exemple. Alors que toutes les coopérations ont mis en place des méthodes et des procédures rigoureuses d'identification, de négociation et de suivi des projets, les professionnels africains ont souvent tendance à croire que les projets de coopération se négocient surtout sur la base de réseaux relationnels

informels. La notion de « projet » n'est pas toujours bien comprise. Et en particulier, la nécessité de bâtir des diagnostics clairs, de cibler des objectifs, de définir des actions cohérentes avec les objectifs et de trouver les façons de pérenniser les activités.

Enfin, parce qu'elles constituent des enjeux de pouvoir, les informations sur les programmes d'appui sont assez jalousement gardées par ceux qui y ont accès. Ils s'abstiennent bien souvent de les diffuser à d'autres. Du coup, alors qu'une grande partie des bailleurs souhaitent privilégier des programmes collectifs et structurants, ils reçoivent souvent des demandes ponctuelles et individuelles qui constituent rarement une base sérieuse de négociations.

Un ouvrage pour les professionnels africains des médias qui pourra aussi être utile aux bailleurs de fonds

Ce manuel est un outil d'information pour les professionnels africains, mais il pourra aussi être utile aux différents bailleurs et opérateurs qui interviennent dans le secteur.

Pour les professionnels des médias du Sud, ce manuel sera le moyen d'obtenir une information difficilement disponible ailleurs, et qui n'existe nulle part sous la forme d'un document synthétique. Pour se garder de l'effet « annuaire », où chacun viendrait prendre les adresses de bailleurs comme autant de guichets auxquels envoyer des demandes d'aide, l'ouvrage insiste sur les objectifs spécifiques des différents bailleurs. Il s'agit d'inciter les professionnels africains à adopter une démarche basée sur une véritable analyse des besoins d'appui, des facteurs de blocage et des leviers possibles de changement.

Pour les bailleurs de fonds, les informations sur les actions de leurs collègues contenues dans cet ouvrage pourront servir à améliorer les échanges et la concertation sur les interventions dans le secteur.

Une offre multiple et diversifiée

De nombreux bailleurs de fonds interviennent dans le secteur des médias africains. Qu'elles soient bilatérales ou multilatérales, publiques ou privées, ces coopérations développent des interventions spécifiques.

Cette diversité concerne aussi bien :

- *les objectifs* mêmes de l'appui aux médias ;
- *les zones géographiques et linguistiques* ;
- *les types d'acteurs du secteur concernés* : les professionnels des médias ; les syndicats et associations ; les ONG de défense de la liberté d'expression ; les maisons de la presse ; les centres de formation ; les instances de régulation ou d'autorégulation ; les agences de presse ; les administrations et ministères de la communication ;
- *les méthodes d'intervention* : projets, programmes, subventions, fonds d'appui ; assistance technique, gestion directe de projets ou gestion par l'intermédiaire d'opérateurs spécialisés, recours plus ou moins important, voire systématique à l'expertise africaine ; etc. ;
- *les types d'action* : formations, bourses et stages, expertises, rencontres, réseaux, études, partenariat, fourniture d'information, financement d'équipements et de matériels, etc. ;
- *la durée des interventions* : actions ponctuelles ou programmes pluriannuels, etc.

Les différentes fiches d'informations de ce livre présentent donc les actions des bailleurs selon des critères qui permettent de mieux lire et comprendre les logiques de chacun, dans leur cohérence et leur diversité.

Les bailleurs de fonds sont classés dans cet ouvrage selon leur statut institutionnel : coopérations publiques bilatérales, coopérations publiques multilatérales et coopérations privées (fondations et associations). Les ONGs qui interviennent en appui aux médias ont été présentées uniquement lorsqu'elles jouent un rôle de bailleurs de fonds et non pas seulement d'appui technique, c'est-à-dire lorsqu'elles interviennent pour financer des projets et activités dans le secteur des médias.

Des exemples de projets illustrent les différents types d'actions mises en place. D'autre part, quelques fonds d'appui sont présentés. Les points de vue de bénéficiaires de programmes d'appui ont également été recueillis. Certains soulignent les limites des interventions des bailleurs, pour proposer des pistes d'amélioration.

Un site Internet pour actualiser régulièrement l'information

Les informations proposées dans ce livre sont par nature en constante évolution. Pour faciliter leur nécessaire actualisation, ce manuel est complété par un site Internet (<http://www.gret.org/mediapartner>) où les données seront régulièrement mises à jour.

L'édition anglaise de ce livre est assurée par CAF (Communication Assistance Foundation), grâce à un appui du ministère hollandais des Affaires étrangères.

▷ Chapitre I

**Politiques
et interventions
des coopérations publiques
bilatérales**

En matière de coopération au développement, les actions des coopérations publiques bilatérales sont définies par un ministère, généralement celui des Affaires étrangères, ou par une agence spécialisée. Ce ministère ou cette agence mettent en œuvre la politique de coopération soit avec leurs propres agents, soit en confiant la gestion et la réalisation des projets à des maîtres d'œuvre de statut public ou privé, soit encore en finançant des organisations non gouvernementales pour des projets précis et ponctuels. Les trois options ne sont pas exclusives l'une de l'autre, mais la détermination des lignes politiques générales reste toujours du ressort du ministère.

▷ **Acidi – Agence canadienne de développement international – Canada**

Présentation

Objectifs généraux

Les programmes de l'Acidi ont pour objectif d'aider les pays en développement et les pays en transition à assurer leur propre développement, en fonction de leurs besoins spécifiques. À cette fin, les ressources sont concentrées dans les six secteurs prioritaires suivants :

- ▷ les besoins humains fondamentaux ;
- ▷ l'intégration de la femme au développement ;
- ▷ les services d'infrastructure ;
- ▷ les droits de la personne, la démocratie et le bon gouvernement ;
- ▷ le développement du secteur privé ;
- ▷ l'environnement.

Objectifs spécifiques

Dans le cadre de ses activités visant à promouvoir le développement de la démocratie, l'Acidi appuie des projets de consolidation de la liberté de presse. La formation et l'accompagnement de journalistes par des professionnels du milieu aident à stimuler le développement d'une culture permettant la libre circulation de l'information.

Il est difficile de répertorier les activités de consolidation de la liberté de la presse en Afrique puisqu'elles font partie de projets plus vastes portant sur la démocratisation.

Budget

Montant total consacré aux médias africains

- ▷ Non communiqué.

- ▷ **Couverture géographique**

Zone d'intervention

- ▷ Tous les pays d'Afrique sont admissibles à l'aide canadienne au développement. En fait la liste des pays admissible est inspirée de celle du Comité d'aide au développement (Cad) de l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE). Le Canada peut retirer certains pays de la liste du Cad en raison de ses relations politiques avec l'un d'eux ou de la situation des droits de la personne.

Premiers pays bénéficiaires

- ▷ Non communiqué.

Modalités d'intervention ou d'appui

Les activités d'appui et/ou de formation des journalistes s'inscrivent dans des programmes plus vastes tels que ceux qui visent le développement des droits de la personne, de la démocratie et de la bonne gouvernance.

- ▷ **Formation**

Les formations se déroulent généralement *in situ* dans le pays qui participe au programme ou au projet de l'Acidi.

Procédures

Le chef de l'aide canadienne dans les missions canadiennes peut fournir des renseignements sur les programmes disponibles.

Agence canadienne de développement international : un projet**Programme « Démocratie et médias » avec l'université de Montréal**

Depuis juillet 1996, l'université de Montréal est opérateur du programme de l'ACDI/CIDA d'appui aux médias dans quatre pays d'Afrique de l'Ouest. « Démocratie et médias » est un projet de 5 millions de dollars canadiens environ, qui s'adresse non seulement à la presse mais aussi à la magistrature et l'administration.

Son objet est de stimuler le développement d'une culture favorable à la libre circulation de l'information.

Mené au Bénin, au Mali, en Guinée et au Ghana, le programme part du postulat que la liberté de la presse n'appartient pas qu'aux seuls journalistes ou aux médias. Les dirigeants politiques, les fonctionnaires, le pouvoir judiciaire et les différents acteurs de la justice y ont aussi un rôle particulier à l'égard de l'émergence et du développement d'une véritable liberté de presse.

Le projet a mis sur pied un programme de formation complet de deuxième cycle portant spécifiquement sur la liberté de la presse, la démocratie et la bonne gouvernance. Il est proposé à des individus en provenance des médias, des gouvernements ou du monde juridique. Dans le cadre de la première phase du projet, ce programme menant à l'obtention d'un DESS délivré par l'université de Montréal est dispensé en collaboration avec les universités locales au Bénin, au Mali et en Guinée. De vingt à trente personnes issues du milieu des médias participent à chaque formation.

« Démocratie et médias » organise aussi plusieurs autres activités de formation portant sur l'accès à l'information au Bénin, les femmes et le journalisme au Ghana et le droit de la presse au Mali et en Guinée. De plus, il appuie la mise sur pied de coopératives d'achat de papier et d'imprimerie au Ghana, au Mali et en Guinée. Des expériences sont d'autre part en cours en matière de gestion des radios et de sondages au Mali. Enfin, il apporte un soutien institutionnel important à certains organismes de régulation ainsi qu'à des ministères de la communication.

Bureaux

Site Internet : www.acdi-cida.gc.ca
E-mail : info@acdi-cida.gc.ca

Agence canadienne de développement international (Acdi)
200, promenade du Portage
Hull (Québec)
K1A 0G4
Tél. : (1) 819 997 50 06
Fax : (1) 819 953 60 88
Pour les malentendants et les personnes atteintes de troubles
de la parole (ATS) : (1) 819 953 50 23

Service d'information et de documentation

Les Nouvelles de l'Acdi est un bulletin mensuel destiné aux journalistes. Vous pouvez vous abonner électroniquement à l'adresse suivante :

www.acdi-cida.gc.ca/newsro-f.htm

▷ Danida – Aide internationale au développement – Danemark

Présentation

Objectifs généraux

Depuis 1994, l'action du Danemark en matière de coopération met l'accent sur la lutte contre la pauvreté.

Dans ce cadre général, les autres objectifs prioritaires sont le renforcement du rôle des femmes dans le processus de développement durable, le soutien à la démocratisation et les actions de promotion des droits de l'homme.

Objectifs particuliers

Le document « Aider à la promotion d'une presse libre dans les pays en développement » (1994) insiste sur le rôle d'une presse libre dans le processus de démocratisation. Ses trois principaux objectifs sont :

- ▷ de promouvoir le pluralisme des médias. L'aide sera adressée par exemple aux syndicats de journalistes, aux organisations d'éditeurs, aux instituts de formation, aux médias privés et, de manière exceptionnelle, aux médias contrôlés par les États bénéficiaires ;
- ▷ de contribuer à la professionnalisation des médias dans les pays en développement (éducation et formation) ;
- ▷ d'encourager la mise en place et le développement de réseaux d'organisations professionnelles et de médias.

Danida**Des appuis adaptés
aux situations nationales**

Les médias vont prendre de plus en plus d'importance dans l'action de la coopération danoise pour le développement, leur rôle dans la société allant croissant dans le monde entier. Cette mise en avant de projets d'appui aux médias va de pair avec la tendance actuelle à considérer les médias comme une composante à part entière d'un objectif plus large : la démocratie et le renforcement de la société civile.

En Afrique, les appuis aux médias de Danida doivent dépendre du pays dans lequel ils sont menés. Danida met en œuvre différents types de projets, adaptés aux situations nationales : certains appui, comme la formation continue, peuvent être appliqués partout. Parfois, comme en Afrique du Sud, l'appui a consisté à créer des médias alternatifs à partir de rien ; ailleurs, Danida a soutenu des médias existant dans leur évolution vers davantage d'indépendance politique.

L'appui aux médias est organisé indépendamment des gros programmes sectoriels de Danida (programmes à long terme concernant un secteur particulier dans un pays) tels que la santé, l'agriculture, etc. L'agence est en effet consciente du risque que présentent ces programmes globaux : l'administration du pays bénéficiaire étant décisionnaire dans l'utilisation des budgets de ces programmes, elle a tendance à les diriger vers les pouvoirs publics et les institutions étatiques aux dépens de la société civile. C'est pourquoi Danida estime nécessaire d'équilibrer ce type d'aide avec des appuis directs à la société civile, dont les médias constituent une composante importante.

En 1997, Danida a organisé un séminaire sur les expériences et perspectives relatives à la promotion d'une presse libre dans les pays en développement. Les conclusions et recommandations de ce séminaire mettaient entre autres l'accent sur le professionnalisme et la formation, sur l'appui à la mise en place d'un cadre législatif et réglementaire, de syndicats, etc., sur le soutien à la radio et à la presse écrite communautaire ainsi qu'aux stations de radio et chaînes de télévision nationales et sur l'appui aux organisations non gouvernementales en création.

A. G.

Budget

Non communiqué.

Couverture géographique**Zone d'intervention**

▷ Danida est présent en Afrique, en Asie et en Amérique latine.

Pour la période 1996-1998, les pays africains ayant bénéficié de l'aide bilatérale aux médias sont :

▷ l'Angola, le Burkina Faso, l'Égypte, le Ghana, le Malawi, le Mozambique, le Nigeria, l'Afrique du Sud, la Tanzanie, l'Ouganda, le Zimbabwe et la Zambie.

Principaux pays bénéficiaires

▷ Afrique du Sud : 1,555 M € (11,56 M DKR) ;
▷ Zambie : 643 000 € (4,85 M DKR) ;
▷ Burkina Faso : 500 000 € (3,7 M DKR).

Bénéficiaires prioritaires

L'appui aux médias de Danida porte sur le secteur public comme sur le privé.

Les médias sont soutenus aussi bien à titre individuel (qu'il s'agisse d'une chaîne de télévision, d'un journal ou d'une station de radio) qu'à titre collectif (à travers des regroupements professionnels).

Plusieurs actions, projets et programmes sont menés en faveur et en collaboration avec des organisations professionnelles, régionales ou nationales. Par exemple, en 1997, Danida a contribué à l'installation d'un bureau régional pour l'Afrique australe et de l'Est de l'Amarc (Association mondiale des associations de radios communautaires) en Afrique du Sud (budget : un peu plus de 100 000 € (750 000 DKR)). Ce budget a également permis de financer la même année une conférence panafricaine de la radio communautaire.

L'appui va également ponctuellement aux instances de régulation, comme le Conseil des médias du Zimbabwe (Zimbabwe Media Council) en 1996-1997 qui a reçu un soutien pour son fonctionnement et son équipement de 36 000 € (265 000 DKR).

Enfin, la coopération danoise soutient fortement depuis plusieurs années une école de journalisme, le Nordic SADC Journalism Centre (4,33 M € – 32,2 M DKR – de 1993 à 1999) à Maputo au Mozambique. Cet appui comprend aussi bien une subvention au fonctionnement de l'école qu'une contribution à l'élaboration des programmes.

Modalités d'intervention ou d'appui

Formation

Formation aussi bien sur place qu'à l'étranger, *via* des bourses et des voyages d'étude.

Aide technique, études, expertises

- ▷ Danida fournit des équipements. Elle peut également fournir de l'assistance technique et réaliser des études préalables et des expertises.

Financement de productions et coproductions

- ▷ Oui.

Programmes et projet en cours

- ▷ au niveau régional. Le programme « Pluralisme des médias en Afrique de l'Ouest », dont l'opérateur est l'Institut Panos-Paris. Le but de ce programme est de promouvoir et de consolider le pluralisme des médias et la culture démocratique et d'encourager la mise en place d'une presse critique et indépendante (budget de 1994 à 1999 : 1,9 M € – 14 M DKR).

- ▷ **Programme** « Développement de médias indépendants et professionnels en Afrique australe ». Le programme, d'un budget de 2 M € (14,8 M DKR) de 1998 à 2002, consiste à promouvoir l'émergence de médias indépendants, pluralistes et professionnels en renforçant l'Institut des médias d'Afrique australe (Media Institute for Southern Africa - Misa).
- ▷ **Au niveau national.** Projet de protection des droits de l'homme en Egypte. Opérateur : Center for Human Rights Legal Aid – CHRLA, (Centre d'assistance juridique pour la protection des droits de l'homme). Le programme vise à susciter l'intérêt des jeunes journalistes pour les questions relatives aux droits de l'homme et à accroître leur capacité d'action dans ce domaine. Le programme, par des séminaires sur la protection des droits de l'homme et les méthodes journalistiques, vise également à mettre au point des outils pédagogiques adaptés (budget 1997-1999 : 0,44 M € – 3,3 M DKR).

Procédure

Contacteur l'ambassade du Danemark ou écrire une lettre succincte exposant les principaux objectifs du projet/de l'étude. On peut aussi envoyer ces informations par courrier, fax ou courrier électronique au siège de la Danida.

Le circuit passant par l'ambassade est le plus court.

Bureaux et contacts

- ▷ Site Internet : www.um.dk
- ▷ Ministry of Foreign Affairs
Asiatisk Plads 2, DK-1448 København K.
Danemark
Tél. : (45) 33 92 00 00
Fax : (45) 32 54 05 33 - Telex : 31292 etr dk
E-mail : um@um.dk

Danida : un projet**Centre de journalisme
pays nordiques/Sadec de Maputo**

La création du Nordic-SADC Journalism Centre, inauguré en 1993 à Maputo au Mozambique, a été décidée suite à un accord entre les pays nordiques représentés par le Danemark et ceux de la Sadec représentés par le Mozambique. Tous les gouvernements de cette zone ont signé la Déclaration de Windhoek de 1991 dont le but est de renforcer l'indépendance et la liberté de la presse.

Le centre est financé en grande partie par Danida (la coopération danoise). Mais d'autres organisations scandinaves et plusieurs instituts et écoles de journalisme ont également joué un rôle actif dans sa création.

Tous les journalistes (presse écrite, radio, télévision, mais aussi enseignants des écoles de journalisme) peuvent accéder aux services du centre. Sa mission est « d'offrir des formations pour les journalistes et les gestionnaires des médias et d'encourager la professionnalisation du secteur ».

« Tout au long du processus, nous avons travaillé avec des professionnels locaux », affirme Hans Henrik Holm, directeur de département à l'École danoise de journalisme. Selon lui, « le projet est maintenant à un stade où Danida et les autres coordinateurs scandinaves peuvent se désengager ». Dans la première phase du projet, le NSJC était géré par des scandinaves, et le bureau présidé par un Nordique. Ce bureau était composé d'une part par des représentants des pays nordiques et d'autre part par des professionnels d'Afrique australe ; ceux-ci étaient mandatés par les organisations nationales de journalistes et de médias pour éviter l'incursion des intérêts politiques.

Depuis, les experts locaux ont pris le relais et le centre est devenu une organisation autonome avec des responsabilités juridiques et économiques. A l'heure actuelle, les Nordiques sont uniquement représentés dans des groupes de contact et de conseil.

Henrik Holm affirme « il était important pour nous d'établir une structure qui ne puisse pas être influencée par le monde de la politique ».

A. G.

Délégations et bureaux en Afrique

Ambassades du Danemark.

Evaluations disponibles

Danida publie tous ses rapports d'évaluation. Les rapports et les résumés sont adressés gratuitement à toutes les personnes intéressées et sont également consultables sur son site web.

Services d'information et de documentation

▷ <http://www.um.dk/udenrigspolitik/udviklingspolitik/>

▷ **DDC – Direction du développement et de la coopération – Suisse**

Présentation

Objectif général

La Coopération suisse entend favoriser la communication au sens large.

Objectifs particuliers

- ▷ renforcer les capacités locales de communication favorables au développement durable ;
- ▷ promouvoir la presse pluraliste, audiovisuelle et écrite ;
- ▷ contribution à la bonne gestion des affaires publiques dans le domaine des médias en appuyant la création des conditions favorables au pluralisme ;
- ▷ améliorer la gestion des entreprises du secteur des médias, tant publiques que privées ;
- ▷ renforcer la formation.

Budget

Montant annuel consacré aux médias africains

- ▷ Environ 2 millions de CHF. (1,24 M €)

Couverture géographique

Zone d'intervention

- ▷ Afrique francophone principalement.

DDC : un projet**Radios rurales : proximité et service public**

La Radio rurale de Guinée, un projet largement financé par la coopération suisse au travers du principal opérateur de la coopération helvétique, Intermédia. Aujourd'hui, la Guinée dispose de quatre stations régionales plutôt appréciées dans un pays où l'audiovisuel reste un monopole d'État.

▷ Comment ce projet de radios rurales a-t-il été lancé ?

En fait, tout a commencé avec une table ronde organisée à Conakry avec des institutions internationales, comme l'Unesco et la FAO, pour voir comment la radio rurale pourrait combler les difficultés de communication qui existaient dans le pays. Il s'agissait de voir comment les populations à la base pouvaient participer au développement du pays de façon volontaire. Avec les bailleurs de fonds et le gouvernement guinéen, nous avons décidé de lancer la radio rurale. Elle a été créée en 1990.

▷ Quelles ont été les étapes du développement ?

Cela a commencé par le Fouta Djallon et la Haute Guinée, en 1990. Et en 1992 sont nées les stations de la Guinée maritime et de la Guinée forestière. Il y a donc aujourd'hui quatre stations, correspondant aux quatre régions naturelles du pays. Chacune de ces régions recouvre une zone linguistique bien déterminée.

▷ Quels sont les objectifs de la Radio rurale de Guinée ?

Cette radio a pour mission essentielle de produire et de diffuser des émissions éducatives et culturelles en direction du milieu rural. Ensuite, de soutenir et d'animer des programmes de développement initiés par la population elle-même et par certaines institutions de la place. Il s'agit aussi de participer aux campagnes d'alphabétisation. Enfin, le réseau doit recueillir et archiver les éléments du patrimoine culturel national.

▷ Quel est le statut de ce groupe de radios ?

C'est un média de service public avec une forte participation de la société civile à son fonctionnement. C'est cela sa particularité et sa singularité, par rapport aux autres radios rurales de la région. Si vous prenez, par exemple, celles du Sénégal, elles sont incluses dans la radio nationale. En Guinée, la radio rurale est restée indépendante de la radio nationale.

.../...

.../...

▷ Cela veut-il dire que le pouvoir politique n'a aucun contrôle sur le contenu ?

Non. Parce que à la radio rurale, on ne parle pas de politique, on parle de développement. Nous ne sommes pas à proprement parler indépendants. Mais nous avons toute latitude pour élaborer nos programmes et mettre en onde notre propre grille. Il y a donc une séparation avec la radio nationale. C'est important. D'autre part nous avons une autonomie financière.

▷ Et côté financement, comment cela se passe-t-il ?

Nous avons d'abord les ressources propres de nos stations, qui sont obtenues grâce aux contrats que nous signons avec nos partenaires du terrain, comme l'Unicef ou l'Organisation mondiale de la santé, ou encore des organisations non gouvernementales. Ensuite, il y a les contributions de la société civile. Enfin, il y a l'État.

▷ Mais au départ le principal bailleur, c'est la coopération suisse...

Oui. La coopération suisse nous a aidés jusqu'ici. Nous sommes dans la dernière phase de cet appui. La première, c'était l'implantation de ces radios rurales, donc l'équipement. La deuxième, c'était la formation du personnel. Et maintenant, il s'agit de nous aider à parvenir à l'autonomie technique, financière et institutionnelle.

▷ Quel bilan faites-vous de ces dix années d'existence ?

Cela a été très intéressant de détacher la radio rurale de la radio nationale. Cela restera une des grandes victoires de la Radio rurale de Guinée. Ensuite, notre mission de renforcement de la participation de la société civile me semble important : qu'on le veuille ou non, l'avenir ce sera les radios et les télévisions privées. Ensuite, le fait d'être en réseau avec d'autres radios rurales de la sous-région est également important, parce que cela nous permet d'échanger nos programmes et nos personnels et d'être au courant de ce qui se passe. Enfin, il faut noter que nos stations sont de véritables stations de proximité qui sont crédibles auprès des populations rurales, contrairement à la radio nationale. Cela veut dire que quand on reste en dehors de la « politique politicienne », même avec une mission de service public, on peut faire de très bonnes choses.

Interview de Alpha Kabiné Keita, directeur de la radio rurale de Conakry réalisée par C.C.

Intermédia, opérateur de la Coopération suisse**«S'appuyer sur les experts de terrain africains»**

En matière de médias en Afrique subsaharienne, la Coopération suisse n'intervient pas directement : elle s'appuie sur des opérateurs dont le principal est un bureau d'études helvétique, Intermédia. Cette petite structure (moins de dix permanents, dont trois installés en Afrique) a une politique bien particulière : s'appuyer au maximum sur les experts de terrain, dont une grande partie sont africains. *«D'une manière générale, on emploie de moins en moins d'experts du Nord. Quand il s'agit de projets nouveaux, comme sur Internet, c'est encore le cas. Mais d'ici quelques années, il y aura suffisamment d'experts formés sur place»*, explique Bernard Feller, directeur général d'Intermédia.

Depuis une dizaine d'années, Intermédia met l'accent sur deux secteurs : la formation, d'abord. Avec des actions dans plusieurs pays africains, essentiellement francophones, soit en soutenant des structures, comme la Société des éditeurs de la presse indépendante du Sénégal, soit en intervenant directement par des séminaires de formation.

Le deuxième volet de l'action d'Intermédia consiste en des projets au coup par coup. Plusieurs concernent les radios rurales. *«Nous défendons le modèle de la radio rurale participative, souligne Bernard Feller. Nous nous sommes occupés, du début à la fin, d'un gros projet en Guinée avec quatre radios, en collaboration notamment avec la FAO (lire p. précédente).»*

Intermédia a lancé ou participé à plusieurs autres initiatives du même type, en particulier au Sénégal et au Cameroun, où le projet est porté par l'Agence de la Francophonie.

C.C.

Bénéficiaires prioritaires

La Coopération suisse entend participer à l'évolution de l'ensemble du champ des médias, mais dans les faits travaille surtout avec les radios rurales et la presse privée indépendante.

L'un des principaux appuis a été celui apporté au centre de formation, le Centre interafricain d'études en radio rurale de Ouagadougou (Cierro) au Burkina Faso.

Modalités d'intervention ou d'appui

Pour l'essentiel, les actions de la DDC portent sur la formation. Le programme : «Formation dans le domaine de la communication», dont l'opérateur est Intermédia a pour objectif de multiplier de petites opérations de formation professionnelle. Dans certains cas, il prévoit la fourniture d'équipements usagés, mais remis en état, surtout pour des stations de radios.

Procédures

Contactez directement Intermédia, opérateur principal de la DDC (Bernard Feller, Intermedia@bluewin.ch).

Bureaux et contacts

Direction du développement et de la coopération
Freiburgstrasse 130
CH- 3003 Berne
Suisse

Tél. : (41) 31 322 35 35

Fax : (41) 31 324 16 93

Bureaux en Afrique

Bureaux de coordination de la coopération suisse à Bamako, Ouagadougou, Niamey, Cotonou, N'Djamena, Dar-es-Salaam, Kigali, Maputo, Johannesburg, Antananarivo.

**▷ Finnida –
Ministère des Affaires
étrangères, département
de la coopération pour le
développement – Finlande****Présentation*****Objectifs généraux***

Le principal objectif de la politique de développement finlandaise est de promouvoir la paix, la coopération et le bien-être et de combattre tout ce qui constitue une menace pour ces valeurs dans un monde d'interdépendance croissante.

Objectifs particuliers

La protection des droits de l'homme et la promotion de la démocratie font partie des principaux objectifs de la politique étrangère de la Finlande.

Le gouvernement finlandais considère donc l'accès à des médias pluralistes, pertinents et indépendants, ainsi qu'à d'autres formes de communication, comme un élément essentiel du travail en faveur de la démocratie et des droits de l'homme.

Dans les programmes d'appui aux médias, la formation est considérée comme essentielle. Finnida préfère l'investissement « humain » à l'investissement en matériel.

Finnida**Un domaine essentiel, mais complexe**

«Les médias sont un domaine essentiel à soutenir lorsque l'on travaille dans l'objectif d'un développement démocratique et durable, mais c'est un secteur bien plus compliqué que les projets de santé publique ou de constructions de routes», estime Christian Sundgren, directeur adjoint du Département pour la coopération internationale au ministère finlandais des Affaires étrangères. «Il est essentiel de très bien connaître l'environnement culturel si l'on ne veut pas courir à l'échec. La communication se fonde sur les traditions et sur les réseaux locaux».

«Aujourd'hui, nous considérons les projets d'appui aux médias comme une composante importante du travail en faveur de la démocratie et des droits de l'homme, les deux principaux chevaux de bataille de la politique étrangère et de développement finlandaise, poursuit Christian Sundgren. Nous sommes désormais convaincus que l'appui aux médias doit être un des éléments constitutifs de l'aide bilatérale. Malheureusement, les pays bénéficiaires avec lesquels nous travaillons ne reconnaissent pas toujours les médias comme un secteur nécessitant un soutien».

«Le respect des droits de l'homme, l'égalité, la démocratie et l'existence d'un gouvernement juste sont considérés comme les meilleures garanties à long terme du développement économique et social; les médias jouent un rôle important dans ce dispositif, en tant qu'organes de contrôle et de remise en cause».

La Finlande a soutenu des projets d'appui aux médias en Afrique, notamment au Burkina Faso, en Zambie, en Tanzanie et en Namibie. L'un des problèmes est que ce soutien concernait des projets spécifiques très locaux qui n'ont eu que peu d'effet sur la situation générale des médias au niveau national.

«Dans le cadre de projets de formation en journalisme, en revanche, les effets se font davantage ressentir au niveau régional, et le résultat au plan national est meilleur», conclut Christian Sundgren.

Propos recueillis par A. G.

Budget

Montant annuel consacré aux médias africains

▷ Environ 336 000 € (2 M FIM)

Couverture géographique

La principale zone d'action de la coopération finlandaise est la Southern African Development Community (SADC).

Bénéficiaires prioritaires

Sont appuyés les médias audiovisuels (radio et télévision) aussi bien publics que privés. L'agence de presse IPS est également soutenue. Plusieurs ONG internationales, comme l'Institut Panos, bénéficient de l'appui finlandais.

Modalités d'intervention ou d'appui**Formation**

▷ Etudes, bourses et voyages d'étude. L'appui institutionnel et l'appui à des activités spécifiques sont les deux principales stratégies. Des formations, menées par la chaîne finlandaise TV2, comprennent un programme de formation et de voyage d'étude, de même que le projet Shuttle 99 (lire ci-après).

Aide technique, études, expertises

▷ **Financement d'équipements.** Finnida finance des équipements pour les médias audiovisuels en Afrique.

▷ **Études, expertises et assistance technique.** Ce type d'interventions est possible. Elle sont menées par des opérateurs tels que la Corporation finlandaise de diffusion (Finnish Broadcasting Corporation).

▷ **Financement de productions et coproductions.** La série de documentaires TV «Sous le même soleil» a été produite en Afrique et dans d'autres pays en développement et diffusée sur la chaîne TV2 Finland.

Le programme entre les pays nordiques et l'Afrique australe

Shuttle 99 permet de soutenir la coopération dans les domaines du film et de la vidéo par des échanges et de la formation.

Programmes en cours (1998-1999)

- ▷ L'un des principaux appuis de la coopération finlandaise va, à travers des actions spécifiques (financement du Séminaire Nord-Sud sur les médias en 1998 et Atelier de réalisation de documentaires TV en Namibie en 1997), au Nordic-SADC-Journalism Center de Maputo qui les a gérées et réalisées.
- ▷ 1999 : projet de formation en journalisme au Burkina Faso (à l'étude) ;
- ▷ Projet de formation en journalisme télévisuel en Namibie (à l'étude).

Procédures à suivre

Pour des projets bilatéraux

- ▷ La demande doit provenir du gouvernement du pays africain. Dans ce cas, contacter le ministère du Plan du pays concerné.

Pour des projets d'ONG finlandaises ou internationales

- ▷ Contacter les ambassades de Finlande. Les demandes sont examinées annuellement.

Pour les bourses

- ▷ Contacter le département de la coopération pour le développement dans les ambassades de Finlande.

Finnida : un projet

Namibia Special

Dans le cadre de l'action du Centre de journalisme Sadec - Pays nordiques de Maputo, au Mozambique, Finnida a participé en 1997 au financement d'un atelier intitulé « Namibia Special » en Namibie. La télévision finlandaise et d'autres sociétés de production nordiques ont participé à la fois à la planification et à la réalisation de cet événement. L'atelier s'est déroulé sur 15 jours. Durant la première partie, les participants ont analysé un certain nombre de films. Le second volet était centré sur la production.

Les participants de l'atelier étaient des producteurs et éditeurs européens et indiens et des réalisateurs africains, expérimentés ou débutants. L'objectif était d'instaurer un dialogue entre l'Europe et l'Afrique (sans oublier le photographe venu d'Inde) et de travailler ensemble à la production de court métrages.

Au cours de la première partie de l'atelier, des documentaires d'Afrique australe ont été projetés et ont servi de matière à discussion pour les participants. Pour la deuxième partie, les participants étaient regroupés en cinq équipes de 5 à 6 personnes (chaque équipe comprenant nécessairement des professionnels expérimentés).

Le premier résultat tangible a été un film de 48 minutes. Il s'agit en fait d'une « revue de films » explique Ikka Vehka Lahti, de la télévision finlandaise TV2. Il s'intitule « Namibia Special » et a été diffusé sur les chaînes finlandaise et namibienne. « L'idée de base n'était pas de former ou d'enseigner. L'idée, c'était de produire ensemble » souligne Ikka Vehka Lahti.

L'atelier a ouvert la voie au dialogue et à la coopération. Dans son sillage, plusieurs événements se sont succédés : un programme « Shuttle » de trois ans a été lancé, plusieurs documentaires, diffusés dans le monde entier, ont été tournés et un atelier similaire a pu être organisé en Afrique du Sud.

A.G.

Bureaux et contacts

Site Internet : <http://global.finland.fi>

Christian Sundgren
Deputy Director General
Ministry of Foreign Affairs
Division for Information and NGO Activities
Department for International Development Cooperation
PO Box 176
00161 Helsinki,
Finlande
Tél. : (358) 9 134 151

Services d'information et de documentation

Adresse Internet : <http://global.finland.fi>

Le département de la coopération pour le développement international produit des ouvrages et des films en finnois, en suédois, en anglais et en français pour le grand public et pour des publics professionnels. Toutes les publications sont disponibles gratuitement à :

Information Unit
Kanavakatu 4 a
FIN-00160 Helsinki
Finlande
Tél. : (358) 9 1341 6370
Fax : (358) 9 1341 6375
E-mail : kyotilaus@formin.fi

Délégations en Afrique

Toutes les ambassades de Finlande.

▷ GTZ – Agence de coopération technique – Allemagne

Présentation

La Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH – la Coopération technique allemande – est une entreprise d'utilité publique financée sur fonds publics. Comme telle elle n'a pas de fonds propres, et donc n'est pas directement un bailleur, même si elle est en fait une des plus importantes organisations de conseil et d'assistance technique pour la coopération au développement au monde.

La GTZ appartient au gouvernement fédéral allemand et est chargée de la mise en œuvre des actions de coopération technique du ministère fédéral de la coopération économique et du développement (BMZ). La GTZ travaille aussi pour d'autres ministères allemands, pour d'autres gouvernements partenaires et des organisations internationales qui la mandatent pour soutenir leurs actions de développement et de réformes.

Objectifs généraux

Dans le secteur de la coopération technique, les objectifs de la GTZ sont ceux de la politique de développement allemande qui vise à améliorer les conditions de vie des populations, et en particulier des populations pauvres. Cette politique est menée dans le respect du principe d'un développement durable à l'échelle planétaire, impliquant croissance économique productive, justice sociale et viabilité écologique.

La coopération allemande en chiffres

En 1996, l'Allemagne a consacré plus de 31 milliards de DM (soit 20,6 milliards US\$) à la coopération au développement, tous secteurs confondus.

Les dépenses du ministère fédéral allemand pour la coopération (BMZ) en 1996 se sont élevées à environ 7,9 milliards de DM dont 5,5 milliards au titre de la coopération bilatérale et 2,3 milliards pour la coopération multilatérale. Actuellement 40 % des dépenses vont à l'Afrique subsaharienne, qui est la principale bénéficiaire de la coopération allemande.

Le BMZ n'assure pas lui-même l'exécution des projets et programmes de la coopération allemande. Un certain nombre d'organisations autonomes en sont chargées, dont notamment la Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH – l'agence allemande pour la coopération technique dont les actions engagent environ 1,6 milliard DM du budget fédéral du ministère de la Coopération.

Une partie des fonds du BMZ, environ 800 millions de DM, est distribuée à des organisations non gouvernementales qui les utilisent selon leurs orientations propres, mais en conformité avec les principes généraux et critères régissant la coopération allemande. Il s'agit :

- des fondations politiques (pour l'année 1997 : DM 347,5 millions), à savoir "Friedrich Ebert Stiftung", "Konrad Adenauer Stiftung", "Friedrich Naumann Stiftung", "Hanns Seidel Stiftung" et "Heinrich Böll Stiftung" ;
- d'autres organisations privées de coopération au développement (pour l'année 1997 : DM 70,4 millions) ;
- d'organismes de coopération au développement des Églises (pour l'année 1997 : DM 286,5 millions).

M.P.

L'objectif fondamental de la GTZ est de renforcer l'autonomie des personnes, groupes, organisations et secteurs publics partenaires et de favoriser un transfert de compétences et de savoir-faire au bénéfice des populations.

Un autre objectif est la création et le soutien de structures locales ayant pour mission d'impulser et de gérer des projets.

En Afrique, après avoir été très active dans le soutien aux médias publics (radios rurales, agences nationales de presse, etc.), la GTZ n'est plus très présente dans l'appui aux médias et à la presse en général, à l'exception d'un soutien technique à la radio publique au Mali et au Rwanda.

Budget

Pas de chiffres sur les activités « médias » en Afrique. Le continent représente près de 317 M € tous types d'appuis confondus, sur un budget global d'aide au développement de 820 M € en 1998.

Couverture géographique

Zone d'intervention

- ▷ Toute l'Afrique.

Autres zones d'interventions

- ▷ Asie, Amérique latine et centrale, Europe centrale et orientale, Proche et Moyen-Orient.

Bénéficiaires prioritaires

Secteur public exclusivement.

Modalités d'intervention ou d'appui

L'assistance fournie par la GTZ consiste en un appui technique et professionnel :

- ▷ mise en place de conseillers, formateurs, experts, consultants et autres spécialistes ;

- ▷ fourniture de matériels et équipements pour les institutions bénéficiant d'un appui ;
- ▷ formation initiale et continue de personnels opérationnels et de cadres de direction locaux ;
- ▷ contributions financières à des projets et programmes réalisés par des structures locales.

Processus d'élaboration des programmes

La GTZ agit au nom de son ministère de tutelle. Les projets qu'elle met en œuvre ou auxquels elle apporte son soutien technique entrent dans le cadre des accords bilatéraux officiels entre le gouvernement allemand et celui du pays partenaire.

Le gouvernement fédéral a fixé cinq principales conditions pour son engagement envers un pays. Ces critères sont les suivants :

- ▷ respect des droits de l'homme ;
- ▷ participation des populations concernées aux décisions politiques ;
- ▷ état de droit et sécurité juridique du citoyen ;
- ▷ aménagement d'une économie de marché à dimension sociale ;
- ▷ orientation de l'action gouvernementale vers le développement.

Procédures

S'adresser au responsable dans le pays du service de l'administration des projets de la représentation locale de la GTZ, qui sera à même d'apprécier si le projet peut rentrer dans le cadre de la coopération bilatérale et de conseiller sur les démarches à entreprendre.

A défaut s'adresser à l'ambassade de la République fédérale d'Allemagne.

Responsabilité de mise en œuvre

Pour la mise en œuvre de ses projets, la GTZ recrute du personnel en Allemagne et dans les pays partenaires.

La GTZ compte 1500 expatriés allemands et plus de 8000 collaborateurs nationaux sous contrat travaillant dans 130 pays.

Bureaux (siège)

▷ Site internet : www.gtz.de

▷ Deutsche Gesellschaft für
Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH
Dag-Hammarskjöld-Weg, 1 à 5
D-65760 Eschborn

Allemagne

Tél. : (49) 6196 79 0

Fax : (49) 6196 79 11 15

E-mail : postmaster@gtz.de

Délégations et bureaux en Afrique

Représentations dans trente pays africains :

- ▷ Bénin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Cameroun, République centrafricaine, Tchad, Côte d'Ivoire, République démocratique du Congo, Erythrée, Ethiopie, Ghana, Guinée, Kenya, Madagascar, Malawi, Mali, Mozambique, Namibie, Niger, Nigeria, Rwanda, Sénégal, Afrique du Sud, Swaziland, Tanzanie, Togo, Ouganda, Zambie et Zimbabwe.

Les contacts et coordonnées des bureaux et antennes sont sur le site : www.gtz.de/laender/asp/

▷ **Jica – Agence
de coopération
internationale – Japon**

Présentation

Objectifs généraux

L'Agence japonaise de coopération internationale (Japanese International Cooperation Agency – Jica) est un organisme public dont le but est de contribuer à la croissance économique et sociale des régions et pays en développement. Ses axes d'actions sont de « valoriser les ressources humaines, renforcer les capacités nationales et favoriser le rapprochement entre partenaires ».

Objectifs particuliers

La Jica n'est pas un bailleur et n'octroie pas de subventions. Sa coopération est essentiellement technique.

La Jica n'aide pas directement les entreprises, ONG et individus. Toutes ses opérations passent par les gouvernements des pays appuyés (cf. procédures). En matière de médias, sa politique s'organise autour de trois axes :

- ▷ réhabilitation des radios et télévisions nationales : elle a ainsi mené en collaboration avec le ministère des Affaires étrangères japonais des opérations de rénovation d'offices de la radio et de la télévision nationale (cas du Sénégal, Cameroun et Djibouti) ;
- ▷ formation des journalistes et des techniciens de l'audio-visuel ;
- ▷ développement des réseaux de diffusion et télécommunication ;

Budget**Montant de l'aide allouée aux médias africains**

- ▷ Environ 150 millions de yens (1,43 M €).

Couverture géographique**Zone d'intervention**

- ▷ La Jica est présente dans toute l'Afrique. Dans les faits, elle aide plutôt les pays anglophones. Les pays prioritaires pour le gouvernement japonais sont le Ghana, l'Éthiopie, le Zimbabwe, la Tanzanie et le Sénégal.

Principaux pays bénéficiaires

- ▷ Kenya : 4,2 milliards de yens (40 M €)
- ▷ Tanzanie : 3,4 milliards de yens (29,6 M €)
- ▷ Ghana : 1,8 milliard de yens (17,2 M €)
- ▷ Sénégal (premier pays francophone aidé) : 1,04 milliards de yens (10 M €).

(sommes pour l'ensemble des actions de la Jica, pas seulement pour l'audiovisuel).

Bénéficiaires prioritaires

Actuellement, la Jica travaille uniquement avec des radios et télévisions publiques (ou avec les télévisions et radios récemment privatisées). Elle n'a pas d'opposition de principe à une collaboration avec le secteur privé, mais c'est aux médias privés de s'adresser à leur gouvernement pour qu'ils sollicitent la coopération japonaise. Les médias sont appuyés individuellement.

Les organisations professionnelles, régionales et nationales ne peuvent être appuyées que si l'État soutient lui-même l'organisation.

Modalités d'intervention ou d'appui**Formation**

- ▷ In situ. La Jica envoie des experts techniques dans les radios et télévisions d'État.

Bourses et voyages d'étude

- ▷ La Jica organise des stages de formation au Japon. Les bénéficiaires sont les directeurs de chaînes, les techniciens audio et vidéo et les réalisateurs de programmes éducatifs et sociaux. La mise en œuvre (hébergement des stages, mise à disposition d'équipements, enseignants) est assurée pour l'essentiel par des opérateurs privés, comme Sony, ou publics, comme la NHK (télévision nationale japonaise). Il s'agit de cours de formation en groupes de 10 personnes de trois mois environ. Les lauréats sont sélectionnés par le gouvernement du pays bénéficiaire et non par la Jica.

Aide technique, études, expertise**Financement d'équipements**

- ▷ La Jica fournit des équipements audiovisuels japonais. La livraison des matériels s'accompagne toujours, pour la supervision de son installation et ses premières semaines d'exploitation, de l'appui de techniciens japonais ou de techniciens africains ayant participé à des stages au Japon.

Études, expertise et assistance technique

- ▷ Principalement dans le cas de fourniture de matériels (cf. ci-dessus).

Procédures

Les demandes d'appui doivent nécessairement être adressées au gouvernement local.

Une information sur les stages offerts est régulièrement faite par la Jica ou l'Ambassade japonaise sur place auprès du gouvernement. C'est ce dernier qui sélectionne les candidats. Les organismes intéressés peuvent retirer de la documentation et un formulaire de candidature auprès des bureaux de la Jica, mais ils doivent faire acte de candidature auprès des services compétents du gouvernement.

Bureaux

Site internet : www.jica.go.jp

▷ Japon

Japanese International Cooperation Agency
6-13F, Shinjuku Maynds Tower, 1-1
Yoyogi 2-Chome, Shibuya-Ku,
Tokyo 151-8558
Tél. : (81) 35352 5311/5312/5313/5314

Bureaux en Afrique

▷ Éthiopie

Woreda 17, Kebele 17
House n°222
P.O. Box 5384 Addis Ababa
Tél. : (251) 1- 615562

▷ Ghana

Valco Trust House
Castle Road, Ridge
P.O. Box 6402
Accra-North
Tél. : (233) 21 23 84 19

▷ Côte d'Ivoire

7, boulevard Roume
04 B.P. 1825
Abidjan 04
Tél. : (225) 22 22 90

▷ Kenya

Utumishi Co-op, House
3rd floor, Mamlaka Road
P.O. Box 50572, Nairobi
Tél. : 254 2 72 41 21

▷ Nigéria

Cowrie House
27/29 Adeyemo Alakija Street
P.M.B. 74403
Victoria Islands
Lagos
Tél. : (234) 1 262 00 86

▷ Sénégal

Immeuble SDIH
3, place de l'Indépendance
B.P. 3323 Dakar
Tél. : (221) 821 69 19

▷ Afrique du Sud

1st floor
Bank Forum Building
Fehrsen & Bronkhorsts
Streets, New Muckleneuk
P.O. Box 14068
Hatfield 0028, Pretoria
Tél. : (27) 12 34 64 493

▷ Tanzanie

Plot n° 1033/1
Mindu Street, Upanga
P.O. Box 9450
Dar es Salaam
Tél. : (255) 51 11 37 27

▷ Zambie

Plot n° 59B
Mutandwa Road, Roma
P.O. Box 30027, Lusaka 10101
Tél. : (260) 1 29 10 75

▷ Niger

N°8, rue des lacs
BP10036
Ancien Plateau
Niamey
Tél. : (227) 75 55 69

▷ Zimbabwe

Southampton Life Center
8th floor
77 Jason Moyo Avenue
P.O. Box 4060, Harare
Tél. : (263) 4 72 72 69

▷ Malawi

Area 13-Plots 5 and 6
Development House
Ground Floor
P.O. Box 30321
Capital City - Lilongwe 3
Tél. : (265) 78 16 44

▷ Botswana

Plot n°2688
Hôpital Way
Gaborone
Tél. : (267) 31 21 76
E-mail : jocv@info.bw

▷ **Ministère des Affaires étrangères – France**

Présentation

Le dispositif de la coopération française pour le développement a été réformé en 1999. Cette réforme s'est notamment traduite par la fusion entre les Ministères de la Coopération et des Affaires étrangères afin de mieux intégrer la politique de coopération pour le développement au sein de la politique extérieure de la France.

Objectifs généraux

La politique d'appui aux médias du Ministère des Affaires étrangères est construite autour des objectifs suivants :

- ▷ Favoriser un état de droit et la démocratie. Il s'agit de promouvoir une information indépendante, de qualité et pluraliste, condition de base de la démocratie et du contrôle des affaires publiques par les citoyens. Pour jouer ce rôle ambitieux et indispensable, la presse doit être crédible. Cette crédibilité repose en grande partie sur son indépendance et sur la qualité de ses informations.
- ▷ Aider la structuration, la modernisation et le développement économique du secteur des médias. La multiplication de nouveaux médias a créé de nouvelles activités économiques génératrices d'emplois et de revenus. Néanmoins le secteur reste économiquement très fragile et la viabilité de nombreuses entreprises de presse est très précaire. Or la viabilité du secteur est une condition de son indépendance et de sa capacité à jouer correctement son rôle.
- ▷ Favoriser les échanges entre les médias de différents pays et régions, notamment au sein de l'espace francophone. Les médias constituent l'expression d'une identité culturelle, surtout dans les pays où le journal

est souvent le seul support écrit auquel ait accès une grande partie de la population alphabétisée. D'autre part, faire connaître la presse africaine au Nord permet de donner une image plus exacte et moins caricaturale des sociétés africaines.

Objectifs particuliers

- ▷ Renforcer le professionnalisme des acteurs du secteur. Le développement des entreprises de presse écrite et audiovisuelle passe par l'amélioration de la qualité de la production des médias. Cet objectif se traduit surtout par des formations, pour la plupart réalisées sur place, et par un appui à la structuration et l'organisation collective de la profession.
- ▷ Améliorer l'environnement institutionnel et juridique des entreprises de presse.

L'enjeu est d'aider à créer des cadres réglementaires et de nouvelles règles du jeu qui facilitent la liberté d'expression des médias et en définissent les limites : évolution des législations, appui aux instances de régulation et d'autorégulation, etc.

- ▷ Améliorer l'environnement économique des entreprises de presse

Il s'agit de créer des conditions économiques plus favorables au développement de l'ensemble des entreprises de presse. Les interventions peuvent concerner le régime fiscal et douanier tout comme le fonctionnement de la filière de production : études de marché, études d'audience, expertises économiques, formations en gestion, appui à la mise en place de services collectifs aux entreprises de presse écrite et audiovisuelles, etc.

Budget

Montant annuel consacré aux médias africains

- ▷ Non communiqué.

Couverture géographique

Pays prioritaires

- ▷ La zone de solidarité prioritaire (ZSP) définit les pays de concentration de l'aide française. Sont concernés 52 pays d'Afrique subsaharienne, d'Asie du Sud Est, des Caraïbes, du Pacifique, du Maghreb et du Proche-Orient. La plupart des pays d'Afrique, francophones, anglophones et lusophones font partie de cette zone prioritaire.

De 1997 à 2000, les pays suivants ont bénéficié de programmes nationaux d'appui aux médias : Afrique du Sud, Angola, Bénin, Madagascar, Mauritanie, Namibie, Sao Tomé et Principe, Tchad, Vietnam.

Autres zones d'intervention

- ▷ Tous les pays en développement ou en reconstruction sont concernés par les interventions du Ministère des Affaires étrangères en appui aux médias.

Bénéficiaires prioritaires

Le Ministère français des Affaires étrangères donne priorité à des actions structurantes pour le secteur : professionnalisation, amélioration du cadre législatif et institutionnel, etc. Il intervient donc en faveur de tous les médias et non pas de quelques uns, que ces médias soient publics ou privés, qu'ils aient un statut commercial ou associatif.

Les bénéficiaires des actions ne sont pas seulement les médias, mais aussi les organisations professionnelles, les instances de régulation et d'autorégulation, les maisons de la presse, les centres de formation, les réseaux et agences de presse.

La presse écrite, la radio et la télévision sont concernés par les programmes du Ministère.

Modalités d'intervention ou d'appui

Formation

La priorité est mise sur des actions de formation, réalisées de préférence dans les pays mêmes, en partenariat entre des écoles françaises de formation et des associations professionnelles ou centres de formation dans les pays bénéficiaires. Des actions de formation structurantes, à moyen ou long terme, basées sur la mise en œuvre de plans de formation, sont préférées à des stages ponctuels de formation.

Des bourses permettent de financer des formations ou des stages en France ou à l'étranger.

Les autres types d'action sont les suivants :

Appui technique

- ▷ la mise à disposition d'assistance technique ;
- ▷ la réalisation d'études et d'expertises .

Appui à la programmation

- ▷ le soutien à des agences de presse (Syfia, MFI) ;
- ▷ la mise à disposition de programmes sonores (RFI et Ofrédia) et audiovisuels (CFI).

Appui financier et en équipement

- ▷ Ce type d'action est de plus en plus limité. Il est mis en place seulement en complément d'actions plus structurantes (actions de formation notamment). Dans le secteur audiovisuel, après s'être longtemps caractérisé par un appui en équipement et matériel technique, le soutien du Ministère des Affaires étrangères s'oriente désormais vers une aide à la réorganisation et l'amélioration du fonctionnement des télévisions nationales : statut, gestion, programmation.

Appui à la production

- ▷ Il est essentiellement apporté dans le cadre des fonds

d'appui à la production audiovisuelle et cinématographique.

Procédures

- ▷ Les interventions d'appui peuvent avoir une dimension nationale, régionale ou internationale.
- ▷ Les programmes nationaux d'appui tendent à être privilégiés. Ils sont mis en place suite à des demandes des bénéficiaires et après une identification et une négociation préalables avec les partenaires nationaux, notamment dans le cadre de commissions mixtes.
- ▷ La supervision de ces programmes d'appui nationaux qui ont en général un caractère pluriannuel est confiée à des comités de pilotages nationaux. Ils font l'objet d'évaluations régulières.
- ▷ Les décisions d'attribution de crédits pluriannuels sont prises dans le cadre d'un comité interministériel qui supervise le FSP (Fonds de Solidarité Prioritaire).
- ▷ D'autres lignes de crédits annuels peuvent être mobilisées au niveau des Ambassades et services de coopération ou bien au niveau du Ministère.
- ▷ Enfin une partie des financements français d'appui aux médias est gérée directement par des organisations et agences internationales : Agence de la Francophonie, Pidc-Unesco, Institut de la Banque mondiale notamment.
- ▷ Des actions d'appui aux médias mises en œuvre par des ONGs peuvent également être financées (lignes de co-financement des projets des ONGs).

Bureaux et contacts

Site internet : www.diplomatie.fr/coopération

- ▷ Ministère des Affaires étrangères
 Direction générale de la coopération internationale et
 du développement (DGCID)
 Direction de l'audiovisuelle extérieur et des techniques
 de communication (DATC)

244, boulevard St Germain 75 303 Paris 07 SP

Tél. : 33 1 43 17 90 00

Michel Monfort, Sous-Directeur du cinéma et de la
 coopération audiovisuelle

Jean-Pierre Farjon, Chef de la division de la coopéra-
 tion audiovisuelle et du journalisme

Corinne Matras, Chef du bureau du journalisme

Marguerite Hitier, Chef du bureau de la coopération
 télévisuelle

Denis Lebeau, Chef du bureau de la coopération radio-
 phonique

Représentations en Afrique

Ambassades de France et Services de Coopération.

▷ Ministère des Affaires étrangères, DGIS : Direction générale des affaires internationales – Pays-Bas

Présentation

Objectifs généraux

Le programme en faveur de la communication de la direc-
 tion générale des affaires internationales du ministère des
 Affaires étrangères néerlandais est de soutenir un dévelop-
 pement durable en renforçant le rôle de la communication
 dans les pays du Sud.

Le programme se concentre sur :

- ▷ la communication en tant que moyen de renforcer les pro-
 cessus de démocratisation par l'accès aux informations
 indépendantes et au pluralisme des médias ;
- ▷ les « nouvelles technologies de l'information et la com-
 munication » comme instruments de la réduction de la pau-
 vreté structurelle et comme une technologie suscitant des
 réflexions dans le domaine social et socio-économique.

Objectifs particuliers

- ▷ promouvoir les actions pour la liberté et le pluralisme de
 la presse comme moyens de renforcer les processus de
 démocratisation ;
- ▷ développer des capacités institutionnelles dans le Sud et
 promouvoir sur le plan structurel les actions citées précé-
 demment ;
- ▷ promouvoir les actions pour la réduction de la pauvreté
 structurelle ainsi que pour le développement durable dans
 le Sud ;

- ▷ Développer les capacités institutionnelles à utiliser les nouvelles technologies de l'information pour la réalisation des objectifs de développement dans le Sud.

Budget

Montant annuel consacré aux médias africains

- ▷ Environ 2,27 M € (5M florins NL).

Il n'existe pas de budget minimal ou maximal pour un projet ; le financement le plus bas accordé a été d'environ 11 350 € (25 000 florins NL).

Couverture géographique

Pays prioritaires

- ▷ Afrique du Sud, Burkina Faso, Egypte, Erythrée, Ethiopie, Ghana, Guinée Bissau, Kenya, Mali, Mozambique, Namibie, Ouganda, Rwanda, Tanzanie, Zambie.

Autres zones d'intervention

- ▷ Europe de l'Est, Asie, Moyen-Orient, Amérique latine et centrale.

Bénéficiaires prioritaires

L'appui de DGIS va prioritairement aux organisations non gouvernementales.

Il peut également toucher des initiatives privées et des entreprises publiques. Tous les types de presse (journaux, radios, télévisions, ou agences de presse) sont concernés.

DGIS apporte également son concours aux organisations professionnelles, tant régionales que nationales. L'appui aux instances de régulation lui paraît intéressant, notamment à travers un réseau d'échange comme le Riarc (Réseau d'instances africaines de régulation de la communication).

Pour toutes les structures, l'appui de DGIS peut être, suivant les cas, de type institutionnel (contribution au budget de fonctionnement) ou un appui par des activités spécifiques (réalisation d'un projet rémunéré).

Modalités d'intervention ou d'appui

Formation

Le ministère des Affaires étrangères néerlandais ne dispense pas lui-même de formation ; il a recours pour cela à des opérateurs spécialisés qui accueillent des stagiaires boursiers dans le cadre de visites d'études subventionnées ou de programmes d'échange.

Ces opérateurs sont principalement :

- ▷ Le Centre de formation de *Radio Nederland* (RNTC) à Hilversum ;
- ▷ L'Institut international pour la communication et le développement (IICD) à La Haye pour une assistance et des formations aux nouvelles technologies.
- ▷ Le ministère peut éventuellement étudier le financement de sessions de formation *in situ* en Afrique.

Assistance technique, études, expertises

Aucune assistance technique mais éventuellement des études et des expertises.

Des équipements peuvent être subventionnés, seulement lorsqu'il s'agit de matériels prévus dans une proposition de projet.

Le financement de co-productions est possible.

Exemples de programmes en cours (1998 - 1999)

Projets ou programmes inter-États

- ▷ Appui à *Inter Press Service*, agence de presse spécialisée sur les questions du Tiers Monde et diffusant sur le monde entier ;

- ▷ Presse Mondiale Photo, programme de développement de la photographie dans la presse au Zimbabwe ainsi que dans trois autres pays (Bangladesh, Bosnie et Pérou).

Projet régional

- ▷ Appui à l'Institute for the Advancement of Journalism (Afrique du Sud) : bourses de stage pour les journalistes de l'Afrique australe.

Procédures

La proposition présentée devra inclure :

- ▷ une description de l'organisation demandeuse ; incluant un bilan financier annuel ;
- ▷ un historique du projet ;
- ▷ une description du projet (durée, objectifs à long et court termes, résultats ou impacts escomptés) ;
- ▷ les groupes cibles et leurs critères de sélection ;
- ▷ les méthodes d'évaluation et de suivi mises en oeuvre ;
- ▷ une note sur la viabilité et la faisabilité de la proposition ;
- ▷ un budget détaillé et commenté ;
- ▷ les contributions demandées pour le co-financement par d'autres bailleurs.

Les financements sont annuels ou pluri-annuels.
Le délai d'obtention d'une réponse est d'environ trois mois.

Les projets sont à envoyer, en anglais ou en français, à :

▷ Ministerie van Buitenlandse Zaken
Département DCO/OC (Division recherches et communication)
PO Box 20061
2500 EB La Haye
Pays-Bas

Tél. : (31) 70 348 58 34
Fax : (31) 70 348 64 36

E-mail : d.vande.weerd@dco.minbuza.nl
ou dco-dco@dco.minbuza.nl

Bureaux et contacts

Site internet : www.minbuza.nl

▷ Ministerie van Buitenlandse Zaken
Département DCO/OC (Division recherches et communications)
M. L. Boer (Directeur du DCO/OC)
PO Box 20061
2500 EB La Haye
Pays-Bas

Tél. : (31) 70 348 58 34

Fax : (31) 70 348 64 36

E-mail : dco-dco@dco.minbuza.nl

Représentations en Afrique

Ambassades des Pays-Bas.

▷ **Norad – Agence de coopération pour le développement – Norvège**

Présentation

Objectifs généraux

Les six axes de travail de Norad sont :

- ▷ le développement social ;
- ▷ le développement économique ;
- ▷ la paix, la démocratie et le respect des droits de l'homme ;
- ▷ la protection de l'environnement et la gestion des ressources naturelles ;
- ▷ l'aide humanitaire dans les situations de conflits et de catastrophes naturelles ;
- ▷ l'égalité hommes-femmes.

Objectifs particuliers

Les programmes de soutien aux médias s'inscrivent dans le cadre des actions de Norad en faveur des droits de l'homme.

Les médias jouent un rôle essentiel dans la formation des démocraties et dans la lutte contre la corruption, Norad a donc fait des médias un domaine d'intervention à part entière pour souligner leur importance.

Le principal objectif est l'amélioration de l'accès à l'information.

Budget

L'aide bilatérale versée par Norad en Afrique (tous secteurs confondus) en 1998 est de 380 M €.

Norad**Décentralisation et délégation aux bénéficiaires**

« Il y a deux ans, Norad a pris la décision de faire des médias l'un des trois principaux domaines de son action de promotion des droits de l'homme », déclare Bjørnulf Remme, conseiller à l'Agence norvégienne de coopération pour le développement. Les deux autres sont donc l'état de droit et la société civile. « Nous avons appuyé les médias pendant plusieurs années mais de manière sporadique. En 1997, cette décision était un moyen de souligner l'importance du secteur ».

Par exemple, un projet tel que le Media Trust Fund en Zambie (lire p. XXX) a pour but d'accroître l'accessibilité, la pertinence et la qualité des médias zambiens. « Un an après la mise en place de ce fonds, nous avons déjà constaté un résultat important : les cinq médias participants, certains publics, d'autres privés, travaillent ensemble » constate Bjørnulf Remme, pour qui la polarisation médias publics/médias privés est l'un des problèmes liés à l'appui aux médias.

Un autre problème, qui se pose notamment en Zambie, est le harcèlement des journalistes. L'Association des médias zambiens indépendants (Zima), la branche zambienne de l'Institut des médias d'Afrique australe (Misa), fournit une assistance juridique aux journalistes dans cette situation, financée par Norad et par d'autres bailleurs de fonds.

« D'autre part, il faut également savoir que la plus grande partie de l'aide de Norad est distribuée et administrée par les ambassades, explique Bjørnulf Remme. En quelque sorte, il n'y a pas de Norad : nous travaillons à travers les ambassades et les demandes se font auprès d'elles. A quelques rares occasions, nous soumettons des idées de projet mais l'un des principaux principes de l'appui de la Norvège est de confier la responsabilité de formulation de priorités, de planification et de réalisation aux bénéficiaires ».

A. G.

Couverture géographique**Zone d'intervention**

▷ Toute l'Afrique, l'Amérique latine, l'Asie et l'Europe.

Pays africains prioritaires

▷ Ouganda, Malawi, Zambie, Zimbabwe, Tanzanie, Mozambique, Éthiopie, Érythrée et Afrique du Sud.

Les deux premiers pays appuyés sont :

▷ la Zambie pour 29 M €.
▷ l'Afrique du Sud pour 20,1 M €.

Bénéficiaires prioritaires

Les médias appuyés par Norad sont aussi bien publics que privés et dans tous les domaines (télévisions, presse écrite, radio, agences de presse).

Norad ne mène elle-même aucun projet mais travaille avec des organisations professionnelles intermédiaires. Ce sont notamment des organisations régionales comme Misa, basé à Windhoek en Namibie et travaillant sur toute l'Afrique australe, ou nationales, comme Zima, Zamcom et l'Evelyn Hone College en Zambie.

Modalités d'intervention ou d'appui**Formation**

▷ L'essentiel des actions de formation ont lieu *in situ*, comme par exemple à l'institut Zamcom et à l'Evelyn Hone College en Zambie.
▷ Il existe également la possibilité de bourses et des voyages d'étude, comme ceux offerts à des journalistes tanzaniens en Norvège et financés par l'ambassade norvégienne concernée.

▷ Assistance technique, études, expertises

- ▷ Norad peut financer l'achat d'équipements comme elle l'a fait par exemple pour le Media Trust Fund en Zambie et l'Evelyn Hone College en Zambie également.
- ▷ Elle réalise également des études, des expertises et peut fournir une assistance technique.
- ▷ Elle a aussi contribué au financement du réseau de circulation d'informations opéré par le Media Institute for Southern Africa (Windhoek).
- ▷ Norad finance des productions et coproductions.

▷ Programmes en cours

- ▷ Media Trust Fund en Zambie. Personne à contacter : M. Kikkan Haugen, Royal Norwegian Embassy, PO Box 34570, Lusaka, Zambia. Tél. : (260) 1 25 21 88 ; fax : (260) 1 25 39 15 ; e-mail : ambassade-lusaka@lun.norad.no
- ▷ Au niveau régional. Le projet SADC avec le Misa (*lire p 217*).
- ▷ Au niveau national. L'Evelyn Hone College de Lusaka en Zambie et l'Institute for the Advancement of Journalism (Afrique du Sud).

Procédures

Toutes les institutions de médias africaines peuvent en principe faire une demande pour bénéficier de l'aide de Norad pour leurs projets. En général, ce sont les ambassades de Norvège qui se chargent de ce type d'appui. La meilleure façon de présenter sa candidature est donc de les contacter.

Pour accéder à l'aide de Norad, les bénéficiaires doivent impérativement prendre eux-mêmes en charge la planification et la mise en œuvre du projet.

Norad : un projet

Fonds d'appui à la presse en Zambie

Depuis septembre 1998, un fonds d'appui géré par les professionnels zambiens, initié et financé par la Norvège, permet la mise en œuvre de projets de développement dans le domaine des médias.

Tout a commencé en 1997. « Nous nous sommes rendu compte que la presse zambienne bénéficiait peu d'aides directes », explique Kikkan Haugen, responsable de cette initiative à l'ambassade de Norvège en Zambie. D'où l'idée de créer un fonds. « Nous avons invité les trois organisations zambiennes les plus représentatives dans le domaine des médias pour en discuter. Nous avions l'argent, mais nous souhaitions qu'ils montent eux-mêmes le projet. Finalement, ils sont venus avec une proposition de fonds, baptisé 'Media Trust Fund'. »

Cinq associations professionnelles en assument la responsabilité. Ses objectifs sont :

- ▷ d'améliorer la qualité des médias et le professionnalisme des journalistes ;
- ▷ d'adapter le contenu des médias à un public plus large que l'élite urbaine ;
- ▷ d'améliorer la distribution des journaux, jusqu'ici peu disponibles en dehors de la capitale.

« Le Media Trust Fund doit également veiller à ce que les projets ne représentent pas plus de 30% des ressources disponibles et surtout à ce que les financements soient répartis de manière équitable entre médias publics et privés », précise Kikkan Haugen.

Mis en place officiellement en septembre 1998, le fonds en est encore à sa phase expérimentale. Un premier don a tout de même déjà bénéficié à un nouveau groupe de journaux communautaires, pour l'achat d'équipements et la formation de journalistes. Le responsable norvégien reste plutôt optimiste. Son gouvernement a débloqué 300 000 dollars pour l'exercice 1998-1999 et d'autres bailleurs manifestent désormais leur intérêt pour l'initiative.

C. C.

Les demandes sont examinées par Norad à son siège et font l'objet de discussions qui sont ensuite compilées dans un document de projet/de programme. Norad décide du montant de l'aide (lorsque la demande émane d'une ONG norvégienne, le financement est souvent partagé entre l'organisation demandeuse (20 %) et Norad (80 %)). Les suivis et évaluations sont réalisés par Norad mais c'est au bénéficiaire qu'« appartient » le projet.

Bureaux (siège)

▷ Site Internet : www.norad.no

▷ Norwegian Agency for Development Cooperation
270 Ruseløkkvn. 26
P.B. 8034 Dep.
0030 Oslo

Norvège

Tél. : (47) 22 24 20 30

Fax : (47) 22 24 20 31

E-mail : postmottak@norad.no

Services d'information et de documentation

▷ Norads Informasjonssenter
Pb 8034 DEP
0030 Oslo

Norvège

Tél. : (47) 22 31 44 53

Fax : (47) 22 31 44 74

E-mail : informasjonssenteret@norad.no

Délégations et bureaux en Afrique

Ambassades de Norvège.

▷ Sida – Agence de coopération pour le développement international – Suède

Présentation

Objectifs généraux

Les objectifs de la coopération suédoise sont au premier chef d'ordre économique. Ils visent à augmenter la croissance économique, par l'accroissement de la production des biens et des services. Cette croissance doit aller de pair avec une égalité économique et sociale, dans le but de réduire le fossé entre riches et pauvres, en garantissant la satisfaction des besoins élémentaires de tous. Enfin, l'action de Sida dans ce domaine vise à aider les pays à atteindre l'autodétermination nationale, c'est-à-dire l'indépendance économique et politique.

Parallèlement, Sida mène une politique de promotion de la démocratie en aidant la population à exercer une influence plus grande sur le développement au niveau local, régional et national.

La protection de l'environnement est prise en compte, par des contributions à la maîtrise de l'exploitation des ressources naturelles.

Enfin, Sida promeut l'égalité hommes-femmes.

Sida**Renforcer les droits civiques et la participation à la vie politique**

La Coopération suédoise travaille en faveur de la paix, de la démocratie et des droits de l'homme et le soutien aux médias indépendants est l'une de ses priorités. Depuis une décennie, la coopération pour le développement des médias a pour objectif de renforcer les droits civiques, la participation à la vie politique dans les pays bénéficiaires et d'encourager la diversité de l'expression culturelle.

«L'aide aux médias africains remonte à la fin des années 70, explique Per Knutsson, directeur des programmes pour l'Afrique de l'Est. A la fin des années 80, poursuit-il, nous avons commencé à considérer l'appui aux médias dans une perspective de protection des droits de l'homme, dont la liberté d'expression est un élément central. Depuis le début des années 90, il existe une section spéciale pour la culture et les médias qui est devenue en 1995 la Division de la culture et des médias, rattachée au Département pour la démocratie et le développement social».

Sida articule son aide aux médias autour de quatre axes : l'étude du secteur des médias dans le pays ou la région concernée, le développement du secteur des médias dans son ensemble, l'appui aux médias individuels et la coopération pour le développement de la formation professionnelle.

Concernant l'appui aux médias individuels, Sida se concentre essentiellement sur la radio, la presse écrite et les agences de presse. Cet appui peut être direct ou indirect, via des intermédiaires. L'agence apporte par exemple un soutien important à l'Institut Panos, qui travaille dans le domaine de l'information et de la communication au service du développement durable.

«Nous avons déjà constaté des résultats positifs de nos actions à plusieurs niveaux, affirme Per Knutsson. Nos soutiens à la mise en place du Media Institute of Southern Africa (Misa) en 1992 ainsi qu'à l'organisation en 1991 de la conférence de Windhoek de l'Unesco, qui a abouti à la Déclaration de Windhoek, comptent parmi les accomplissements stratégiques les plus importants».

A. G.

Objectifs particuliers

Sida encourage la croissance et la vitalité des médias caractérisés par le pluralisme, le professionnalisme et l'intégrité, ceci afin d'atteindre le grand public et promouvoir le droit des citoyens à l'information et au libre échange des idées et des opinions.

Sida contribue à la croissance et à la vitalité des médias, notamment la radio, la presse et les services de presse qui se distinguent par leur expérience, leur qualité, leur diversité et leur intégrité.

La coopération suédoise encourage enfin l'implication des médias et de la communication dans les projets et programmes d'autres secteurs de la société comme la santé publique et les soins médicaux, l'éducation, les droits de l'homme, la protection de l'environnement, etc.

Budget**Montant versé pour la culture et les médias en 1998**

▷ 6,5 M €.

Premier semestre 1999

▷ 3,76 M €.

Fourchette des projets financés

▷ Entre 34 600 € et 1,27 M € par projet.

Couverture géographique**Zone d'intervention**

▷ Afrique, Asie, Amérique latine et Antilles.

Principaux pays bénéficiaires (en 1998)

- ▷ Afrique du Sud : 3,53 M €.
- ▷ Tanzanie : 140 000 €.
- ▷ Mozambique : 280 000 €.
- ▷ Le Zimbabwe est également un pays prioritaire dans la stratégie de Sida.

Bénéficiaires prioritaires

En théorie, tous les types de médias, publics ou privés, entrent dans le champ d'actions de Sida, mais la radio et la presse écrite sont plus spécifiquement aidées.

Sida soutient aussi l'AIA, agence de presse basée à Harare.

L'agence préfère soutenir les regroupements de médias que les médias à titre individuel. Elle peut soutenir des médias individuels mais avec prudence, de façon à éviter d'introduire des distorsions de concurrence ou une dépendance à l'aide.

L'agence soutient des organisations professionnelles, régionales et nationales : par exemple le Media Institute of Southern Africa (Misa) basé à Windhoek en Namibie et l'Institute for the Advancement of Journalism, en Afrique du Sud.

Sida a pris part à la mise en place d'une instance de régulation, le Media Council of Tanzania, un organe de contrôle de l'éthique dans les médias.

Enfin, elle pourrait contribuer à l'émergence et au suivi de structures du type maisons de la presse.

Modalités d'interventions ou d'appui

En Suède, le Forum Syd (Forum Sud) est une plate-forme commune aux organisations non gouvernementales suédoises opérant dans le secteur du développement. Les fonds de Sida sont acheminés par le Forum Syd vers les projets de développement des organisations.

Il existe une page web avec des informations détaillées sur les organisations et leurs adresses en Suède : <http://www.forumsyd.se>

Formation

Les actions de formation sont aussi bien menées *in situ* que par le biais de bourses et des voyages d'étude à l'étranger.

Études, expertises, assistance technique

Des équipements peuvent être financés, ainsi que des études, expertises et une assistance technique.

Exemples de programmes et projets en cours (1998-1999)

- ▷ Eco News Africa – programme pilote de radios communautaires en Afrique de l'Est (environ 150 000 € par an depuis 1998) ;
- ▷ Programme Journalisme environnemental en Tanzanie, Ouganda et Kenya (150 000 €) ;
- ▷ Media Institute of Southern Africa (1999 : 240 000 € , 2000 : 360 000 €) ;
- ▷ Institute for the Advancement of Journalism (Institut pour la promotion du journalisme) (1998 : 150 000 €).

Procédure à suivre

Sida coopère soit directement avec les ONG, les institutions et les gouvernements africains, soit *via* des organisations professionnelles suédoises ou des institutions qui ont leurs homologues dans les pays bénéficiaires.

Le moyen le plus simple pour déposer une candidature est de contacter l'ambassade de Suède. Sida travaille beaucoup par l'intermédiaire de l'ambassade et la procédure sera plus rapide en passant par elle.

On peut également contacter le siège (coordonnées page suivante).

Sida : un projet**Radio Kagidi-Kibaale, Ouganda**

En août 1999, le président ougandais Yoweri Museveni inaugurerait la première radio communautaire en Afrique de l'Est. La station *Kagidi-Kibaale* a commencé à émettre fin 1999 et s'inscrit dans un projet régional de médias soutenu par Sida. Trois organisations communautaires participent à ce projet : la Lonkonorei Pastoralists Organisation en Tanzanie, l'Ouganda Rural Development Training Association (association de formation en développement rural) en Ouganda et la Mangelete Woman's Community au Kenya.

Le projet est financé par Sida ainsi que par le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) et la Fondation Ford. Sida est le principal bailleur du volet radio, à savoir le Programme pilote est-africain de radio communautaire (East African Pilot Programme for Community Radio). L'aide s'élève à 570 000 euros (5 MSEK) sur une période de trois ans.

Pour Per Knutsson, directeur pour l'Afrique de l'Est, le programme est bien parti : « La première station vient de commencer à émettre, les deux autres stations ont déjà préparé leur plan d'action et leur plan stratégique et le personnel est formé. La prochaine station à émettre sera celle de Tanzanie. Là-bas, tout le matériel est commandé et il reste à installer le studio ».

Per Knutsson explique que les stations fonctionnent à l'aide de piles solaires et utilisent des pylônes de 80 mètres de haut ; elles auront accès à Internet par l'intermédiaire du téléphone par satellite.

Monter des radios communautaires locales est un moyen de renforcer l'influence de certains groupes sociaux qui, autrement, ne pourraient pas faire entendre leur voix. C'est une manière de renforcer la démocratie et la liberté d'expression et également, comme conclut Per Knutsson, « de reconnaître l'importance des gens ordinaires ».

A. G.

Bureaux et contacts

- ▷ Site internet : www.sida.se
- ▷ Division of Culture and Media/DESO
105 25 Stockholm
Suède

Tél. : (46) 8 698 50 00

Fax : (46) 8 208 864

Délégations en Afrique

Toutes les ambassades suédoises.

Services d'information et de documentation

Contactez le siège et les ambassades de Suède ou consultez les pages web.

On peut également disposer d'informations directement au

- ▷ Centre d'information, Sveavägen 20 à Stockholm,
Tél. : (46) 8 698 50 00.

▷ **USAID – Agence pour le développement international – États-Unis**

Présentation

Objectifs généraux

L'USAID est l'entité gouvernementale en charge de la politique extérieure des USA lorsqu'elle relève de l'aide au développement. Son but principal est d'améliorer le niveau socio-économique des pays en développement.

L'USAID opère par l'intermédiaire de partenaires – américains ou étrangers – en mettant à leur disposition des supports financiers pour des programmes dans différents secteurs (santé, éducation, lutte contre le Sida, gestion des ressources naturelles, promotion de la démocratie et de la bonne gouvernance, agriculture, etc.).

En matière de démocratie et de gouvernance, l'USAID travaille sur quatre thèmes :

- ▷ société civile ;
- ▷ cadre législatif ;
- ▷ gouvernance ;
- ▷ appui au processus électoral.

Les objectifs de l'USAID sont de renforcer les parlements, de contribuer au déroulement d'élections libres et équitables et d'améliorer le système judiciaire.

Budget

Montant total consacré aux médias africains

Non communiqué. Le système comptable de l'USAID ne lui permet pas d'extraire sans retraitement les budgets spécifiquement consacrés aux médias.

*Agence de développement international des États-Unis***Renforcer la démocratie et la transparence de l'action des gouvernements**

- Les médias africains sont-ils une priorité pour l'USAID ?

Les médias sont pour nous un moyen d'accès pour intervenir dans la promotion de la démocratie. Le journalisme a une importance évidente qui se placerait cependant à la deuxième ou troisième place après l'assistance aux Parlements (formation des parlementaires) ou après les actions dans les systèmes judiciaires pour plus de transparence.

- Quel est votre appui aux médias africains ?

L'USAID soutient les médias africains de différentes façons. Mon bureau gère un programme de subventions, le Fonds pour la démocratie et les droits de l'homme (Democracy and Human Rights Fund), avec un bureau du Département d'État (Affaires étrangères). Nous octroyons de petites subventions à des organisations engagées dans les droits de l'homme... C'est dans ce cadre que nous subventionnons les organisations de presse, pour environ 15 à 20% des sommes disponibles sur ce fonds.

- Des exemples ?

Nous fournissons le papier pour les journaux, comme nous l'avons fait pour un regroupement de journaux. À travers un programme bilatéral, nous aidons aussi l'institut de formation Zamcom en Zambie. Nous travaillons également avec le Media Institute of Southern Africa (Misa) en Namibie à travers notre bureau régional au Botswana. Une subvention a été accordée pour leurs activités de défense des journalistes. Notre assistance est donc menée à travers un mécanisme centralisé autour de ce fonds pour la démocratie et les droits de l'homme, ou à travers nos programmes d'aide bilatérale puis apportent un appui à des journaux ou des organisations régionales.

.../...

.../...

- Pouvez-vous recevoir directement des requêtes faites par les organes de presse africains ?

Oui, bien sûr, mais pas au niveau central à Washington : la demande sera plutôt étudiée au niveau de nos missions d'aides bilatérales. Mais nous avons, à Washington comme sur le terrain, un mécanisme de « propositions non sollicitées » pour le financement d'ONG ou d'autres organisations. Washington traite les demandes d'envergure régionale tandis que les requêtes qui ne concernent qu'un pays sont dirigées vers les missions USAID pour étude et prise de décision. [...] Je dois aussi ajouter que la tendance de la politique gouvernementale est de subventionner les ONG siégeant aux États-Unis. Mais ce n'est pas une règle stricte et rigoureuse : nous soutenons également diverses organisations comme Transparency International dont le siège est à Berlin.

- Sur quels points visez-vous une amélioration des pratiques journalistiques ?

Les journalistes ouvrent au grand public une fenêtre sur l'explication des événements et aussi sur les actions de leurs gouvernants. Nous avons souvent constaté que les journalistes n'ont pas accès aux officiels de leurs gouvernements : c'est pourquoi ils ne peuvent pas vérifier leurs sources. Globalement, la plupart de leurs reportages sont des articles à sensations. Il est important pour nous d'aider les médias à s'améliorer sur ce point.

- Quel est votre degré de contrôle sur les projets que vous financez ?

Nos missions identifient les priorités et voient ce qu'elles peuvent faire non seulement sur le plan financier mais aussi en appui à la capacité de gestion de l'équipe sur place. C'est toujours le principal problème des propositions qui parviennent à l'USAID, il faut que nous soyons en mesure aussi bien de les financer que de les gérer, car notre Congrès nous charge de veiller à ce que l'argent des contribuables américains soit bien utilisé.

Interview de Donald Muncy, Senior Governance Advisor, Bureau Afrique, USAID, réalisée par R. B.

Couverture géographique**Zone d'intervention**

- ▷ Toute l'Afrique

Pays prioritaires

- ▷ Nigeria ;
- ▷ Afrique du Sud ;
- ▷ Soudan ;
- ▷ Angola ;
- ▷ Kenya.

**Principaux pays bénéficiaires
(pour des projets « démocratie et gouvernance »)**

- ▷ Afrique du Sud (14,5 millions US \$) ;
- ▷ Nigéria (4 millions US \$) ;
- ▷ Angola (3 millions US \$).

Autres zones d'intervention

Asie, Amérique latine, Pacifique.

Bénéficiaires prioritaires

- ▷ La majorité des programmes de l'USAID concerne des organisations non gouvernementales ;
- ▷ l'appui direct aux entreprises de presse est limité ;
- ▷ l'essentiel de l'appui américain dans le domaine des médias africains est dirigé sur le Media Institute for Southern African (Misa) de Windhoek qui gère plusieurs projets d'appui aux médias ;
- ▷ un appui aux organes de régulation des médias est possible, mais peu fréquent.

Modalités d'intervention ou d'appui

La majorité des projets et programmes sont à court terme. Les activités peuvent être initiées par des ONG locales ou américaines. Par ailleurs, les missions de l'USAID dans les pays ont latitude pour lancer des projets sur leurs propres ressources. Idem pour les bourses d'études.

Formation

- ▷ Les formations *in situ* sont privilégiées.
- ▷ Les financements de bourses et voyages d'étude sont plutôt rares.

Financement de matériels

- ▷ Concerne principalement des ordinateurs et du matériel de reprographie.

Études, expertises et assistance technique

- ▷ Ce type d'intervention et d'appui est peu courant dans le secteur des médias.

Procédures**Pour les projets et pour les bourses**

Toutes les demandes sont à soumettre aux missions de l'USAID implantées dans les pays africains. Ce sont elles qui sont maîtres-d'œuvre des projets.

Modalités de financements

Les budgets peuvent être aussi bien annuels que pluriannuels.

Les demandes aboutissent généralement entre 6 et 12 mois.

Bureaux et contacts

- ▷ Site Internet : www.usaid.gov

▷ Dr. Donald Muncy
Senior Governance Advisor
Bureau for Africa - USAID
Ronald Reagan Building
1300 Pa. Ave.
Washington, D.C. 20523

États-Unis

Tél. : (1) 202 712 06 36

Fax : (1) 202 216 33 73

E-mail: dmuncy@usaid.gov

Bureaux en Afrique

▷ Afrique du Sud

524 Church Street

Sancardia Building

Pretoria

Tél. : (27) 123 23 88 69

Fax : (27) 123 23 64 43

▷ Angola

64 Rua da Liga

Luanda

Tél. : (244) 2 399 540/502

Fax : (244) 2 339 489

▷ Bénin

Rue Caporal Anani

BP 2012

Cotonou

Tél. : (229) 30 05 00/30 09 52

Fax : (229) 30 12 60

▷ Érythrée

34, Zera Yacob St.

Asmara

Tél. : (291) 1 12 05 19/12 65 46

Fax : (291) 1 12 30 93

▷ Éthiopie

Bole Amice Road

PO Box 1014

Addis Ababa

Tél. : (251) 1 51 00 88

Fax : (251) 1 51 00 43

▷ Ghana

E45-3

Independence Ave.

Accra

Tél. : (233) 21 23 19 38/39

Fax : (233) 21 23 19 37

▷ Guinée

Camayenne Corniche Nord

Quartier Cameroun

Conakry

Tél. : (224) 41 21 63/41 20 29

Fax : (224) 41 19 85

▷ Guinée-Bissau

C.P. 297

Avenida Domingos Ramos

Bissau

Tél. : (245) 20 18 09

Fax : (245) 20 18 08

▷ Kenya

USAID Towers

The Crescent

Parklands

Nairobi

Tél. : (254) 2 75 16 13

Fax : (254) 2 74 95 90

▷ Liberia

P.O. Box 10-1445

1000 Monrovia 10

Tél. : (231) 22 63 70

Fax : (231) 22 61 48/52

▷ Madagascar

Immeuble Vonisoa III
Ave. Docteur Ravohangy
Anosy, Antananarivo, 101
Tél. : (261) 2 25 489
Fax : (261) 2 34 883

▷ Malawi

Nico House - 1st Fl.
Lilongwe 3
Tél. : (265) 78 24 55/78 21 97
Fax : (265) 78 31 81

▷ Mali

Immeuble Dotembougou
Rue Raymond Poincaré & Rue 319
Quartier du Fleuve
Bamako
Tél. : (223) 22 36 02
Fax : (223) 22 39 33

▷ Mozambique

Rua Faria de Sousa
Maputo
Tél. : (258) 1 49 07 26
Fax : (258) 1 49 20 98

▷ Namibie

6th Fl., Southern Life Tower
Post Street Mall
Windhoek
Tél. : (264) 61 22 59 35
Fax : (264) 61 22 70 06

▷ Niger

s/c Ambassade des États-Unis
Bd. des Ambassades
Niamey
Tél. : (227) 73 35 08
Fax : (227) 72 39 18

▷ Nigéria

2 Eleke Crescent
Lagos
Tél. : (234) 1 61 44 12
Fax : (234) 1 61 46 98

▷ Ouganda

42 Nakasero Road
Kampala
Tél. : (256) 41 23 58 79
Fax : (256) 41 23 34 17

▷ République démocratique du Congo

The Mobil Building
Avenue L'Isiro
Kinshasa
Tél. : (243) 884 36 04
Fax : (243) 880 32 74

▷ Rwanda

Bvd. de la Révolution
B.P. 28
Kigali
Tél. : (250) 73 251/252
Fax : (250) 73 950

▷ Sénégal

B.P. 49
Avenue Jean XXIII et Rue Kléber
Dakar
Tél. : (221) 823 58 80
Fax : (221) 823 29 65

▷ Tanzanie

3rd Floor ATC House
Ohio Street
Dar Es Salaam
Tél. : (255) 51 11 75 37/38
Fax : (255) 51 11 65 59

USAID : un projet**Zamcom en Zambie**

L'engagement de l'USAID-Zambie aux côtés de la Zamcom est lié à un accord bilatéral conclu en 1992 entre les gouvernements zambien et américain. Cet accord prévoyait une composante « indépendance des médias », dont l'objectif était de promouvoir la liberté de la presse et le développement des médias libres et indépendants en Zambie. La Zamcom a été identifiée comme l'une des institutions en mesure de contribuer à la réalisation de cet objectif.

À cette époque, la Zamcom était un organisme officiel, créé en 1991 pour remplacer le département pour la formation du ministère de l'information et des services de diffusion. L'USAID-Zambie a encouragé la transformation de la Zamcom, jusqu'alors entité sous contrôle gouvernemental, en une organisation tournée vers ses adhérents.

Cette mutation a atteint son point culminant avec la réforme législative engagée par le gouvernement, dotant la Zamcom d'un statut autonome et la libérant de tout contrôle gouvernemental. En 1996, la Zamcom est devenue un centre de formation indépendant et autofinancé, et l'est toujours aujourd'hui.

Pour parvenir à ce résultat, une assistance technique a été mise en place. Elle a réalisé une étude de faisabilité sur l'aménagement au sein de la Zamcom d'un centre de ressources médias. L'étude a porté sur les équipements disponibles, sur le niveau de la demande et sur la pérennité financière du centre. Elle a également examiné la capacité de la Zamcom à maintenir le niveau de ses services et programmes existants sous son statut d'agence autonome.

L'USAID-Zambie a également parrainé la mise en place de formations dans les domaines spécialisés du reportage économique, de la politique, de l'investigation et de l'analyse d'actualités. En outre, grâce au soutien de l'USAID, le personnel de la Zamcom a reçu une formation lui permettant d'acquérir les nouvelles compétences nécessaires. Cette formation s'est tenue en Zambie, dans des pays tiers d'Afrique et aux États-Unis.

R. B.

▷ **Zambie**

351 Independence Ave.

Lusaka

Tél. : (260) 1 25 43 03/06

Fax : (260) 1 25 45 32

▷ **Zimbabwe**

1, Pascoe Avenue

Belgravia

Harare

Tél. : (263) 472 07 57/472 06 30

Fax : (263) 472 24 18

▷ Chapitre II

**Politiques
et interventions
des coopérations
multilatérales**

Les organismes multilatéraux sont financés par les contributions de plusieurs États. Ces pays regroupent leurs contributions dans un organisme collectif à vocation financière (le FMI), économique (la Banque mondiale ou les banques régionales de développement, ou encore le PNUD), technique (la FAO, l'Unesco ou l'OMS). Les regroupements peuvent aussi se faire selon des critères culturels (comme la langue), géographiques (d'une même région du globe) ou politiques, les trois pouvant être combinés.

Comme les bailleurs bilatéraux, les organismes multilatéraux réalisent eux-mêmes leurs actions de coopération, les confient à des opérateurs ou financent des organisations non gouvernementales.

▷ Agence intergouvernementale de la Francophonie

Présentation

L'Agence intergouvernementale de la Francophonie (ancienne Agence de coopération culturelle et technique) est une organisation internationale de droit public, créée par la convention de Niamey (Niger) le 20 mars 1970 sous l'impulsion de trois chefs d'États africains : Léopold Sedar Senghor, Habib Bourguiba et Hamani Diori. Elle regroupe aujourd'hui 49 États et gouvernements, répartis sur les cinq continents, soit un pays sur quatre dans le monde et près d'un demi milliard de personnes. Elle est l'opérateur principal des programmes décidés par les chefs d'État et de gouvernement de la Francophonie.

Ayant pour devise égalité, complémentarité, solidarité, l'Agence intergouvernementale de la Francophonie mène des actions de coopération multilatérale dans de nombreux domaines :

- ▷ éducation et formation technique et professionnelle ;
- ▷ culture et médias ;
- ▷ technologies de l'information et de la communication ;
- ▷ droits de l'homme et démocratie ;
- ▷ développement et solidarité économique ;
- ▷ énergie et environnement ;
- ▷ coopération juridique et judiciaire.

*Agence intergouvernementale de la Francophonie***Professionnalisation de la presse et création de radios locales**

- Quelles sont les grandes orientations de l'Agence intergouvernementale de la Francophonie dans le domaine des médias en Afrique subsaharienne ?

Nous visons dans ce secteur à soutenir le développement d'une expression pluraliste de la presse écrite francophone. Notre deuxième objectif est d'aider à la viabilité des entreprises de presse. Et le troisième de permettre à ces entreprises d'évoluer conformément à l'environnement médiatique général et en particulier d'accéder aux nouvelles technologies de l'information.

- Votre contribution est donc à la fois politique et économique...

Les deux sont liés. Nous faisons fondamentalement référence à l'État de droit et à la progression de la démocratie en Afrique. Le public doit avoir la possibilité de lire des journaux d'opinions différentes véhiculant autre chose qu'une information strictement officielle. Ça c'est le point de départ. Après, nous sommes dans une logique de coopération durable. Il ne sert à rien de susciter l'émergence de journaux qui s'arrêtent le jour où l'assistance internationale cesse. Aussi nous appuyons des entreprises qui doivent préalablement démontrer qu'elles ont une existence réelle. Nous voulons savoir, avant de les soutenir, quelle est leur viabilité économique. Pour notre fonds d'appui à la presse écrite (lire p. 111), nous n'acceptons pas de projets d'entreprises existant depuis moins d'un an : elles doivent produire les bilans et comptes de résultats des exercices passés.

- Faites-vous une différence entre presse publique et presse privée ?

Certains journaux naviguent dans le sens du pouvoir, d'autres dans celui de l'opposition. Mais tous sont considérés comme des entreprises de presse. Ce que nous examinons pour justifier notre appui, c'est uniquement le projet qui les sous-tend : en quoi il est novateur, structurant pour l'entreprise et favorisant l'expression dans le pays concerné. Notre approche est donc strictement professionnelle. Sur ces critères, nous sélectionnons aussi des projets déposés par des médias officiels.

.../...

.../...

- Ce fonds d'appui à la presse écrite est-il abondamment sollicité ?

Nous en sommes à 45 médias bénéficiaires, dans une quinzaine de pays [NDLR : y compris Asie et Océan Indien]. Au départ, le fonds était relativement confidentiel, mais maintenant, il a une diffusion plus large parce que le bouche à oreille joue beaucoup dans ce domaine-là. On voit maintenant des médias de pays qui autrefois ne proposaient pas de projets solliciter le fonds.

- Beaucoup de professionnels africains évoquent leurs besoins d'assistance en matière de gestion des entreprises de presse. L'Agence intervient-elle dans ce domaine ?

Tout à fait. Au-delà des interventions spécifiques que nous faisons dans les entreprises de presse, nous avons développé une activité de formation soit sur une base régionale, soit sur une base nationale. Les deux principaux domaines de formation sont actuellement la gestion générale d'une entreprise de presse et l'amélioration des techniques rédactionnelles.

- L'Agence de la Francophonie travaille également dans le domaine de la radio de type associatif. Pourquoi intervenir dans ce secteur ?

Premièrement, la radio est le moyen de communication le plus populaire en Afrique. Deuxièmement, il est maintenant admis dans la plupart des pays qu'il puisse y avoir des radios qui ne soient pas la radio publique nationale au sens strict du terme. Vous avez au Burkina Faso et au Bénin, par exemple, des radios privées. Et donc, il y a de la place aussi pour des radios qui contribuent au service public. Il faut préciser que ce sont les États qui demandent à bénéficier d'une implantation de radios locales sur leur territoire. Nous réalisons alors une étude afin de vérifier s'il y a de la place pour des radios locales et, si oui, dans quelles régions prioritaires. Sachant qu'elles doivent être viables économiquement. Nous vérifions également que le tissu associatif local soit suffisamment solide. Nous avons de cette manière installé 42 radios dans 10 pays africains et le réseau se développe à raison d'une dizaine de stations supplémentaires par an.

Interview de Jean-Claude Crépeau, directeur du cinéma et des médias à l'AIF, réalisée par C.C.

Objectifs particuliers**Presse écrite**

- ▷ contribuer à l'émergence d'une presse pluraliste de qualité ;
- ▷ renforcer les capacités de gestion des entreprises de presse du Sud ;
- ▷ améliorer la production éditoriale ;
- ▷ répondre aux besoins de formation spécifiques des entreprises ;
- ▷ favoriser l'usage des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) et d'Internet au sein des entreprises de presse.

Radio

Mettre à la disposition des collectivités du Sud des instruments de communication pour le développement.

Couverture géographique

Tous les pays du Sud et d'Europe centrale et orientale membres de l'Agence.

Bénéficiaires prioritaires

Sont appuyés tant les journaux publics que privés. En radio, l'appui est réservé aux stations rurales locales ou associatives de droit privé. Les financements sont attribués pour des activités précises et non pas pour le fonctionnement de l'institution appuyée.

Les associations professionnelles, qu'elles soient régionales ou nationales, ne sont pas éligibles au fonds d'appui à la presse francophone du Sud (cf. ci-dessous). Elles peuvent en revanche bénéficier des autres axes d'intervention du Programme d'appui à la presse francophone, notamment le volet « réglementation/ actions de concertation » dont les buts sont de développer le principe d'une protection de la liberté de la presse, de renforcer et promouvoir le rôle des organismes et institutions en matière de presse et de réglementation (notamment les instances de régulation de la presse et/ou de l'audiovisuel), et enfin développer l'échange et la circulation de l'information entre les structures nationales, notamment par le biais de réseaux.

En octobre 1999, l'Agence intergouvernementale de la Francophonie a annoncé des appuis possibles aux maisons de la presse et observatoires professionnels de la déontologie et de l'éthique.

Les programmes d'appui**Formations**

L'Agence n'octroie pas de bourses à l'étranger. Toutes les formations ont lieu *in situ* dans les pays d'origine des stagiaires.

Presse écrite

Formation pour permettre aux entreprises de presse d'améliorer leur gestion financière et marketing et leur organisation rédactionnelle.

Formation aux nouvelles technologies

- ▷ à la demande, dans le cadre du fonds d'appui à la presse du Sud ;
- ▷ dans le cadre des plans de formation mis en œuvre par l'agence au niveau national et au niveau sous-régional.

Sont traitées en priorité les demandes émanant des bénéficiaires du fonds d'appui à la presse du Sud et celles des membres du réseau des médias francophones du Sud (cf. Médiaf).

Radio

- ▷ Dans le cadre du programme d'appui aux radios rurales locales, des formations sont dispensées dans la phase d'installation des stations. Un suivi de formation est mené par la suite.

Aide technique, études, expertises**Presse écrite**

- ▷ Le Fonds d'appui à la presse francophone du Sud ne finance qu'un certain type d'équipements, en particulier l'équipement informatique (cf. ci-dessous).

Le Fonds finance aussi des études et expertises ; il peut offrir une assistance technique.

Radio

- ▷ Études préparatoires, études marketing, fourniture du matériel de départ.

Programmes et projet en cours (1998-1999)

Presse écrite

- ▷ Financement de l'agence de presse Syfia international (Système francophone d'information agricole). Créée en 1987 au sein de l'association Periscoop, Syfia dispose de bureaux au Bénin, au Burkina Faso, au Sénégal, au Cameroun et à Madagascar. Avec des correspondants dans de nombreux autres pays, le réseau Syfia produit des articles qui sont ensuite distribués libres de droit à plus de 300 titres sur le continent. Au départ spécialisée dans l'agriculture des pays du Sud, l'agence Syfia a élargi son champ aux thèmes économiques et de société.

- ▷ Le fonds d'appui à la presse francophone du Sud est destiné aux entreprises de presse écrite du Sud uniquement.

Radio

- ▷ Installation de cinq radios au Sénégal, d'une station au Burkina Faso et d'une au Congo-Brazzaville. Études préparatoires pour Madagascar et le Togo.

Financement de réseaux

Presse écrite

- ▷ La plate-forme d'échanges de la presse francophone, troisième axe d'intervention du Programme d'appui à la presse francophone a été créée pour faire émerger un partenariat entre médias francophones du Sud autour de la production, de l'échange et de la diffusion d'informations grâce aux possibilités offertes par les technologies de l'information et de la communication. Elle a donné naissance à Médiaf, le Réseau des médias francophones du Sud. Ce réseau, régi par une charte, est composé d'organes de presse du Sud, d'associations professionnelles et entreprises de presse désirant unir leurs efforts pour assurer le développement des pratiques d'échanges et de partage de l'information entre médias francophones.

Ses objectifs sont de :

- faciliter l'accès à des informations de type régional et international ;
- échanger des ressources rédactionnelles, iconographiques et archives entre médias membres ;
- favoriser la libre circulation de cette l'information professionnelle au sein du réseau ;
- appuyer le développement des médias du Sud en favorisant la création de contenus originaux et culturellement appropriés ;
- contribuer à promouvoir la Francophonie en créant, à plus ou moins long terme, une plate-forme des médias francophones accessible au public.

L'Agence agit comme moteur et soutient ce réseau réunissant à ce jour plus d'une quarantaine d'organes de presse d'Afrique, de l'Océan indien, du Maghreb et d'Asie.

Radio

- ▷ L'agence a créé un réseau d'échanges d'informations et de programmes, de même qu'un site web d'échange de fichiers sonores, géré par le Cierro de Ouagadougou.

Bureaux et contacts

Agence intergouvernementale de la Francophonie

- ▷ M. Jean-Claude Crépeau
Directeur du Cinéma et des Médias
13 quai André Citroën, 75015 Paris
France

Tél. : (33) 1 44 37 33 00

Fax : (33) 1 44 37 71 12

- ▷ Mme Souad Houssein - Direction du cinéma et des médias
Audiovisuel et cinéma
13, quai André Citroën 75015 Paris
France

Tél. : (33) 1 44 37 33 20

Fax : (33) 1 44 37 71 12

Souad.houssein@francophonie.org

▷ M. Jean-Pierre Lamonde – Direction du cinéma et des médias – Radios
13 quai André Citroën, 75015 Paris
France

Tél. : (33) 1 44 37 32 97

Fax : (33) 1 44 37 71 12

Lamonde.j@francophonie.org

Services d'information et de documentation

Site Internet :

www.agence.francophonie.org

Centre international francophone de documentation et d'information (CIFDI) : www.cifdi.francophonie.org/

Délégations et bureaux en Afrique

▷ Bureau régional de l'Afrique de l'Ouest (BRAO)

BP 7223

Lomé, Togo

Tél. : (228) 216 350

Fax : (228) 218 116

brao@francophonie.org

▷ Bureau régional de l'Afrique Centrale (BRAC)

BP 8075

Libreville, Gabon

Tél. : (241) 739 561

Fax : (241) 739 558

Agence intergouvernementale de la francophonie

Le fonds d'appui aux entreprises de la presse écrite francophone du Sud

Contrairement à la notion de projet, qui implique souvent un travail préalable concerté d'identification des besoins et des activités à mettre en place en réponse, les fonds d'appui fonctionnent «à la carte», sur la base des propositions des bénéficiaires. Le travail préalable réalisé avant la mise en place de ce type de fonds concerne la définition des règles de fonctionnement : critères d'éligibilité et composition des comités de sélection notamment. Projet et fonds d'appui sont donc des formes d'action différentes mais complémentaires.

► Présentation

L'Agence intergouvernementale de la francophonie a proposé aux chefs d'État réunis au Sommet des Chefs d'États et de gouvernements à Cotonou (1995) un programme d'aide à la presse écrite francophone.

Le projet de création d'un fonds d'appui au sein du programme d'aide à la presse, permettant d'appuyer directement les entreprises de presse écrite des pays du Sud a ensuite été développé au cours d'une rencontre avec les professionnels, à Dakar, en juillet 1997, puis par un comité de suivi composé de professionnels africains et d'opérateurs du Nord à Paris en juin 1998. L'opérateur de ce fonds est l'AIF.

– Objectifs

Le fonds d'appui aux entreprises de la presse écrite francophone du Sud est mis à la disposition des entreprises du Sud pour réaliser des projets spécifiques afin d'améliorer les performances de l'entreprise tant au plan de son organisation, de sa gestion et de sa technique rédactionnelle qu'au plan du développement des nouvelles technologies.

Le fonds apporte un appui aux entreprises de presse qui désirent améliorer leur politique éditoriale, leur gestion managériale et/ou leur développement technologique.

– *Couverture géographique***Zone d'intervention**

Pays du Sud membres de l'Agence intergouvernementale de la francophonie (Afrique subsaharienne, Maghreb, Océan indien, Asie et Caraïbes)

– *Budget***Montant global attribué depuis la création du fonds (octobre 1998)**

– 796 429 €

Provenance des fonds

– Agence intergouvernementale de la Francophonie

Montant maximum alloué par projet

– 30 500 €

Auto-financement et co-financements

– 30 % du montant de la demande

► **Bénéficiaires/critères d'admissibilité**

Sont susceptibles d'accéder au fonds les entreprises de presse ayant :

- un statut juridique ;
- une structure cohérente ;
- des ressources matérielles suffisantes ;
- des ressources humaines dûment qualifiées ;
- le désir d'améliorer leur politique éditoriale, leur gestion managériale et/ou leur développement technologique.

L'entreprise demandeuse doit :

- émaner de personnes morales en activité (indépendantes d'organes politiques ou religieux) ayant pour objet social principal une activité éditoriale liée à la presse ;
- émaner d'une entreprise de presse en activité depuis au moins un an, dont la publication est partiellement (+ de 50%) ou entièrement en langue française.

Les agences de presse et maisons de la presse ne sont pas éligibles.

► **Instance de sélection**

La commission de sélection, présidée par le directeur du cinéma et des médias de l'AIF comporte 7 membres, professionnels du secteur de la presse (édition, associations professionnelles, organismes de formation, instances de régulation) et représentatifs des différentes régions de la francophonie.

- 5 experts du Sud ;
- 2 experts du Nord.

La commission se réunit deux fois par an :

- 1^{ère} commission en mai, date limite de dépôt des dossiers le 15 mars ;
- 2^{ème} commission en novembre, date limite de dépôt des dossiers le 15 septembre.

Les avis positifs motivés donnés par la commission de sélection sont transmis à l'administrateur général de l'AIF qui notifie sa décision aux intéressés dans un délai de 4 semaines.

► **Critères d'attribution****Le projet doit :**

- répondre aux objectifs du fonds : amélioration de l'organisation et de la gestion de l'entreprise, amélioration de la technique rédactionnelle, développement des nouvelles technologies ;
- être structurant pour l'entreprise et rester réaliste : l'entreprise doit pouvoir montrer la cohérence de sa demande par rapport à sa stratégie globale de développement. Il est indispensable qu'il y ait une adéquation et une cohérence entre le coût du projet et ses retombées pour l'entreprise.

Le fonds d'appui aux entreprises de la presse écrite francophone du Sud accorde une attention particulière aux projets fédérateurs, pouvant bénéficier à plusieurs entreprises, et favorisant une approche structurelle du secteur national de la presse.

► **Procédures**

Toute demande devra être accompagnée d'un formulaire disponible auprès de l'agence à l'adresse fondspresse@francophonie.org ou téléchargeable sur son site Internet : www.agence.francophonie.org/fondspresse. Ce formulaire-guide réclame les documents suivants :

- les objectifs du projet ;
- les retombées pour l'entreprise ;
- le coût global du projet ;
- la justification de la part de 30 % prise par l'entreprise ;
- le plan de financement du projet ;
- le CV du responsable du projet ;

- l'évolution de la société durant la dernière année ou les deux années précédentes ;
 - les comptes d'exploitation de l'année précédente ;
 - les statuts (certifiés officiellement) de la société ;
 - les 3 derniers numéros du journal de l'année en cours.
- La requête (dossier dactylographié et formulaire) est à envoyer, en 10 exemplaires, par voie postale à :

– Agence intergouvernementale de la francophonie
Direction du cinéma et des médias,
Fonds d'appui à la presse écrite du Sud
13 quai André Citroën - 75015 Paris
France

Les frais d'expédition sont à la charge du demandeur.

Les demandeurs ayant bénéficié d'un soutien du fonds doivent attendre un délai de 2 ans avant le dépôt d'une nouvelle requête.

► Contreparties, contrôle

L'accès au fonds est formalisé par une convention signée entre l'entreprise de presse bénéficiaire et l'Agence intergouvernementale de la francophonie. Ce texte fixe les obligations des deux signataires :

- Le bénéficiaire s'engage à faire mention de l'aide accordée par l'AIF sur son support, sous forme rédactionnelle, avec le logo de l'Agence ;
- le bénéficiaire s'engage à se soumettre à un contrôle *a posteriori* qui a pour objet de vérifier la bonne utilisation des crédits en faveur du projet retenu et mesurer l'impact structurant pour l'entreprise ;
- il s'engage à adhérer et participer à la « plate-forme d'échanges de la presse francophone ». Ce réseau ouvert a pour vocation de permettre l'échange d'informations (articles et images entre ses membres par Internet. L'adhésion et la participation au réseau sont contractualisées par une charte, établissant les règles de fonctionnement et les obligations de respect de la déontologie ;
- le bénéficiaire devra contribuer à la diffusion de communiqués de presse relatifs au fonds d'appui à la presse francophone du Sud diffusés par l'Agence.

Le non-respect des termes de la convention peut entraîner le remboursement de la contribution par le bénéficiaire initial qui sera désormais inadmissible.

▷ Commission européenne

Présentation

► Objectifs généraux

- ▷ promouvoir la démocratisation et le respect des droits de l'homme ;
- ▷ aider au développement des médias comme « contre pouvoir » visant à surveiller le pouvoir exécutif et aider au renforcement de la société civile ;
- ▷ informer et sensibiliser les populations dans le cadre de projets de développement nécessitant leur participation active tels la lutte contre le Sida, le développement rural, l'information agricole, la protection de l'environnement ;
- ▷ aider à la création et au développement d'entreprises privées dans le secteur des médias.

Tous les projets seront appréciés à la lumière de la situation politique des pays dans lesquels ils se dérouleront.

- ▷ dans les pays où l'ouverture démocratique n'est pas encore acquise, l'accent sera mis sur les actions de défense de la liberté d'expression et sur l'importance d'une information fiable ;
- ▷ dans les démocraties en train de naître, il faut consolider la presse indépendante par l'amélioration de ses outils et de son organisation ;
- ▷ dans les pays où le processus de démocratisation est bien entamé, il faut privilégier la formation journalistique et déontologique.

► Objectifs particuliers

- ▷ défense de la liberté de la presse ;
- ▷ aide à la professionnalisation du secteur ;
- ▷ amélioration de l'accès aux sources d'information ;
- ▷ amélioration du cadre législatif et déontologique ;
- ▷ renforcement des organisations professionnelles.

(Lire suite p. 120)

Commission européenne**Une réorganisation du dispositif de fonctionnement**

- ▷ La politique de la Commission dans le domaine des médias a, jusqu'à maintenant, été très appréciée en Afrique subsaharienne. Elle est même souvent citée en exemple. Avec les récentes réformes structurelles, les médias restent-ils une priorité ?

Tout à fait. Pourquoi sont-ils une priorité ? Parce qu'ils sont une condition du respect de la liberté d'expression. Ils contribuent ensuite à la participation des populations et de la société civile au débat sur les problèmes politiques et les actions des gouvernements. Ils constituent un élément de contrôle démocratique des institutions d'un pays. Le pluralisme des médias promeut le débat public et évite ce qui s'est souvent passé, à savoir une manipulation de la vérité par ceux qui détiennent le pouvoir. Donc je vois difficilement comment la Commission pourrait diminuer ses efforts dans ces directions. Elles sont de plus en plus d'actualité, et on en a de plus en plus besoin dans la société africaine d'aujourd'hui et pour les prochaines années.

- ▷ Concrètement, aujourd'hui, de quelle unité ou direction générale les interventions concernant les médias dépendent-elles ?

Concrètement, elles dépendent de l'unité pour l'information et la communication, ici dans la direction générale au développement. Cette direction faisait, jusqu'à récemment, appel à une ligne budgétaire pour la démocratie et les droits humains, mais aussi à d'autres lignes budgétaires dans leurs actions d'appui aux médias en Afrique subsaharienne. Il s'avère que l'une des unités qui jadis était dans la DG VIII, qui s'occupait aussi de la démocratie et des droits humains dans l'espace Afrique-Caraïbes-Pacifique, est passée dans la nouvelle direction des relations extérieures de M. Patten. Mais elle va offrir le même service à notre unité communication et à nos bureaux géographiques en Afrique. Si nous avons à appuyer des actions dans le domaine des médias en Tanzanie ou en Côte d'Ivoire, ils vont pouvoir nous offrir des crédits pour les appuyer.

.../...

.../...

Mais avec, j'espère, le bénéfice de leurs expériences en Bolivie ou au Cambodge. Donc, il y a un travail en commun. Certes, l'unité directement concernée par l'appui aux droits de l'homme et à la démocratie passe sous le régime, strictement parlant, de M. Patten. Mais les deux commissaires (au développement et aux relations extérieures) s'intéressent tellement à cette question qu'il n'y aucun problème pour la poursuite et le renforcement de l'action.

- ▷ Cette aide reste-t-elle dans le cadre des pays ACP ou peut elle s'étendre à d'autres pays ?

Nous disposons essentiellement de deux sortes de financements pour nos efforts en matière de coopération et de développement. D'une part, le Fonds européen de développement (FED), qui est l'instrument financier du partenariat de la convention de Lomé. Il concerne exclusivement les pays ACP et se fait avec eux, dans la mesure où tout financement doit être agréé par le gouvernement concerné. Ce fonds a ses avantages et ses inconvénients et c'est pourquoi nous avons souvent eu recours à une autre source de financement, qui compte pour un tiers de nos dépenses en Afrique (les deux autres provenant du FED). Ce tiers, ce sont les crédits du budget communautaire pour les actions extérieures, qui sont plutôt organisées sur une base thématique : démocratie et droits humains, lutte contre le sida, environnement, etc. Pour ces actions-là, il y a une répartition indicative entre les régions du monde, selon les besoins. La nouvelle organisation ne remet pas en cause cet effort de répartition qui est nécessaire pour pouvoir utiliser l'argent de la façon la plus efficace.

- ▷ Une question qu'on peut se poser en vous entendant parler, est qu'il aurait peut-être mieux valu créer tout simplement une seule unité chargée de tous les projets médias...

Pour être efficace, une telle unité devrait être en étroit contact avec les bureaux géographiques. Si nous avons une unité unique et spécialisée dans l'appui aux médias, nous aurions probablement tendance à financer des projets sans nécessairement tenir compte des réalités locales. Et je trouve que ce lien avec ce qui se passe sur le terrain est essentiel. Néanmoins, il n'est pas exclu, compte tenu de l'ampleur des activités que nous menons, qu'on crée une telle unité.

.../...

Mais je plaiderais pour garder un lien étroit avec les différents desks. Une unité qui s'occuperait de ces problèmes pour le monde entier aurait peut-être des difficultés. De plus, l'appui aux médias, lié aux autres actions d'appui à la société civile pour une région particulière est pour l'instant assez efficace.

Autre changement dans le fonctionnement de la Commission, qui a forcément une incidence sur les projets médias, tous les dossiers sont désormais instruits par une unité spécialisée. Comment est-ce que tout cela fonctionne ?

La décision a été prise, il y a deux ans, par la précédente Commission, de créer un service financier commun aux différentes directions générales. Cette unité s'occupe des appels d'offre et de la contractualisation de toutes nos actions. L'idée est d'apporter une certaine objectivité dans le choix des contractants et aussi de simplifier les procédures et de les harmoniser.

► Vous dites que ces changements ont été introduits par volonté de transparence, de satisfaire la demande de certains États membres, mais aussi de simplifier les procédures. Or, on entend souvent les opérateurs ou les ONG dire qu'avec ce système, les projets prennent beaucoup plus de temps à être instruits. Que leur répondez-vous ?

Nous ne sommes pas au bout de ces changements.

La nouvelle Commission s'est déclarée insatisfaite des activités de ce nouveau service. Elle a estimé que la répartition des tâches, entre ceux qui décident les projets et ceux qui les mettent en œuvre, mène d'une part à une absence de responsabilités, d'autre part à des procédures longues et complexes. Ce que pense M. Patten, qui a la charge de ce service central, c'est qu'il faudra trouver une nouvelle conception permettant de résoudre ces problèmes et de simplifier les procédures et, notamment, de faire en sorte que les personnes qui décident aient aussi la responsabilité de la mise en œuvre. Il s'agit aussi de pousser davantage les efforts d'harmonisation et de simplification.

► Vous parliez de réflexion sur un autre mode de fonctionnement. Quelles en sont les options ?

Il n'y en a pas 36. Ou bien on fait marche arrière et on

réintègre les services financiers dans leurs unités, mais politiquement ce serait difficile. Ou alors on confie davantage de responsabilités au service commun qui décide lui-même des actions à financer dans le cadre d'une programmation globale des priorités fixée par les directions générales. Ceci peut mener à une agence comme la GTZ allemande ; c'est une seule et même structure qui serait responsable des projets du début à la fin.

► Dernier aspect, soulevé régulièrement par les opérateurs : la tendance à soutenir de plus en plus les gros projets aux dépens des petits. Pourquoi cette orientation ?

Ce qui compte c'est la finalité et la qualité des actions proposées. Souvent les petits projets sont préparatoires à des projets plus importants. Nous n'allons pas les abandonner s'ils sont innovateurs et en ligne avec notre politique. Mais nous devons poser des questions sérieuses sur l'administration de tout projet indépendamment de sa dimension. Avant de pouvoir bâtir une structure d'appui efficace, nous devons voir la réalité en face. Nous avons une masse considérable de demandes, et une machine administrative aux capacités forcément limitées. Donc nous ne sommes pas en mesure d'instruire efficacement des milliers de contrats dans des délais raisonnables. Il est inacceptable que quelqu'un qui fait une demande attende plus de six mois pour savoir ce qu'il advient de son projet. Dans le domaine des droits humains par exemple, nous avons décidé, pour l'année 1999, de ne traiter que les projets importants et de voir l'année suivante ceux que nous avons « mis de côté ». Le but n'est donc pas d'exclure les petits projets, mais de trouver un moyen de les gérer efficacement.

Nous cherchons des solutions et nous posons un certain nombre de questions : souhaiteriez-vous que votre projet soit financé dans trois ans par Bruxelles ou dans six mois à travers un institut auquel l'Europe donne l'argent dans votre pays ? Ne serait-il pas également intéressant que nos délégations en Afrique aient la possibilité de cofinancer des petits projets sur leur budget propre ? Voilà les voies de sortie que nous envisageons.

Interview de Philip Lowe, Directeur Général du développement à la Commission européenne, réalisée par C.C., novembre 1999

(Suite de la p. 115)

Budget

Montant annuel consacré aux médias africains

- ▷ Pas de montants fixes budgétisés. Dans la pratique, 2 à 3 millions d'Euros par an.

Couverture géographique

Zone d'intervention

- ▷ Tous les pays ACP (Afrique, Caraïbes, Pacifique).

Autres zones d'intervention

- ▷ Tous les pays en voie de développement ; l'Europe de l'Est et l'Europe centrale.

Bénéficiaires prioritaires

Appui prioritaire aux médias indépendants, qu'ils soient d'État ou privés, commerciaux ou associatifs.

- ▷ En principe, tous les médias – presse écrite, radio, télévisions, agence de presse – sont éligibles. Toutefois, en ce qui concerne la télévision et les agences de presse qui disposent d'un monopole de l'information et qui sont traditionnellement contrôlées par les États, la Commission européenne est attentive à ne pas renforcer ce monopole. Elle travaille à appuyer la transition vers une télévision et une agence de service public ;
- ▷ les actions appuyées doivent bénéficier au secteur des médias dans son ensemble. *A priori*, l'appui aux médias pris individuellement n'est pas possible, sauf exceptions à justifier au cas par cas (dans le cadre de l'aide à la création ou au développement de petites et moyennes entreprises) ;
- ▷ appui aux organisations professionnelles qui contribuent à améliorer le statut social de la profession, à renforcer sa cohésion au-delà des clivages politiques, à défendre ses intérêts et à venir en aide aux journalistes victimes de répression ;

- ▷ appui aux organisations nationales, régionales et internationales pour la défense de la liberté d'expression, notamment par le « monitoring » (surveillance par des organismes indépendants de l'utilisation faite des médias), les enquêtes et la dénonciation de toutes violations de liberté de la presse, ainsi que par l'assistance directe aux médias et journalistes victimes des mêmes violations. La priorité est donnée aux projets de création d'organisations régionales présentant l'avantage de sortir de leur isolement les organisations nationales qui luttent pour la liberté d'expression, et de favoriser les échanges avec les organisations sœurs des pays voisins : les organisations d'éditeurs de journaux, les associations de diffuseurs radio qui peuvent renforcer le poids politique du secteur et réaliser des économies d'échelle (imprimeries, coopératives, centrale d'achat du papier journal et/ou de matériel électronique) ;
- ▷ appui à la création d'organismes régulateurs de la presse et des ondes (instances de régulation, observatoires) en lien avec appui à la rédaction d'un code de la presse, de codes déontologiques et à la mise en place de formations à la déontologie journalistique.

Modalités d'intervention ou d'appui

Subventions à des projets proposés par des opérateurs du Nord ou du Sud.

Formations

- ▷ formations de préférence *in situ* ;
- ▷ formations traitant notamment des aspects déontologiques de la profession et de la couverture des droits de l'homme et de la démocratisation ;
- ▷ formations à la gestion des entreprises de presse ;
- ▷ priorité aux actions à caractère durable et à effet multiplicateur ;
- ▷ cours s'inscrivant dans un programme structurant de professionnalisation du secteur ;
- ▷ appui à la réalisation de manuels et à la conception de programmes de cours ;
- ▷ formation des formateurs ;

- ▷ formation à des postes-clé : rédacteurs en chef, secrétaires de rédaction, chefs de rubrique ;
- ▷ formations à l'étranger exceptionnellement possibles dans le cadre de partenariats et jumelages Nord – Sud de journaux, de radios et d'écoles de journalisme.

Documentation/accès aux sources d'information

- ▷ appui à la création de centres de documentation ;
- ▷ accès partagé entre plusieurs organes de presse à une agence internationale de presse, une photothèque, etc.

Appui aux activités

- ▷ Les financements concernent uniquement des projets. Il n'est pas prévu de financement de frais courants des organismes ou associations.

Matériels

- ▷ Financement possible de petits matériels commun (type duplicopieurs) nécessaires à la mise en oeuvre des projets.

Procédures

Depuis 1999 la sélection de projets se fait uniquement par appel à propositions. Des renseignements peuvent être obtenus auprès de

▷ Mme D. Napoli
Unité Droits de l'homme

Direction générale des relations extérieures

Tél. : (32) 2 295 55 01

Exemples de programmes et projets en cours (1998-1999)

- ▷ Inter-États :
– Reporters sans frontières (RSF) : programme sur plusieurs

années comportant le « monitoring » de la liberté d'expression et des violations de la liberté de la presse, la dénonciation des exactions, les démarches à effectuer dans ces cas, l'appui aux journalistes et aux médias victimes de répression.

– Fédération internationale des journalistes (FIJ) : programmes sur plusieurs années portant sur l'appui aux associations professionnelles de journalistes, la sensibilisation des leaders politiques, des décideurs et du public à la liberté d'expression, l'organisation de tables rondes et d'ateliers sur la déontologie journalistique, etc.

▷ Régionaux :

– Article 19 : Programme pluriannuel en Afrique australe : Législation et déontologie professionnelle.

– Institut Panos (France) : Programme pluriannuel en Afrique centrale et de l'Ouest : « Informer pour plus de tolérance et de démocratie ».

▷ Nationaux :

– Côte d'Ivoire : programme intégré sur 18 mois : modules de formation professionnelle de base et spécialisée ; appui à l'Union nationale des journalistes ; déontologie et législation (fondation Friedrich Ebert et UNJCI).

– Zambie : formation professionnelle de base : presse écrite et audiovisuelle (Zamcom).

Modalités de financement

- ▷ Budgets de projets s'étalant sur maximum trois ans.
- ▷ Fourchettes : préférence sera donnée aux projets supérieurs à 500 000 €. Toutefois, un certain montant est réservé annuellement aux « petits » projets.
- ▷ Délai d'obtention du financement : environ six mois.

Responsabilités de mise en œuvre

L'appui prend la forme de subvention à des projets proposés par les ONG et autres opérateurs en réponse à des appels à propositions.

- ▷ Opérateurs Nord + Sud : ONG et autres.

Bureaux (siège) et contacts

▷ Commission européenne
Direction générale des relations extérieures,
Unité Droits de l'homme et démocratisation,
200 Rue de la Loi,
1049 Bruxelles
Belgique

Services d'information et de documentation

▷ Commission européenne
Direction générale des relations extérieures
Unité Information et communication
200 Rue de la Loi,
1049 Bruxelles
Belgique

Délégations et bureaux en Afrique

- ▷ Toutes les délégations de l'Union européenne.

▷ Institut de la Banque mondiale

Présentation

L'institut est l'organisme de formation de la Banque mondiale. Lorsque la Banque mondiale identifie, dans ses « stratégies d'appui aux pays », des besoins en formation, c'est à l'Institut de la Banque mondiale qu'il revient d'opérer ces formations, généralement en collaboration avec des organismes nationaux ou internationaux.

Objectifs généraux

L'Institut de la Banque mondiale soutient les médias dans leur rôle clé de lutte contre la corruption.

Objectifs spécifiques

- ▷ Améliorer l'environnement dans lequel travaillent les journalistes, par exemple en encourageant la liberté d'expression et facilitant l'accès à l'information.
- ▷ Améliorer la qualité du journalisme d'investigation.
- ▷ Apporter un appui en formation et professionnalisation du secteur.

Budget

Montant annuel consacré aux médias africains

- ▷ Un million de dollars environ.
- ▷ La Banque mondiale n'apporte pas de contribution financière directe au secteur des médias africains.

*Institut de la Banque mondiale***Lutte contre la corruption et formation à distance**

- Pour quelle raison l'Institut a-t-il décidé d'organiser des ateliers pour les journalistes ?

Nous savons que les médias ont un rôle fondamental à jouer dans la lutte contre la corruption « question centrale à l'Institut de la Banque mondiale ». À travers les médias, nous voulons attirer l'attention du public sur cette question de la corruption. Les gens savent ce qu'est la corruption ; mais ils ne comprennent pas que c'est un phénomène réversible... et qu'il est possible d'agir contre.

Notre autre objectif est d'enseigner aux journalistes comment enquêter et rédiger sur les effets de la corruption de manière professionnelle et en respectant les règles d'éthique. Nous avons donc mis sur pied des ateliers classiques, durant généralement une semaine, animés par un ou plusieurs experts internationaux. Nous avons aussi pris en compte la nécessité de pérenniser notre action, en organisant plusieurs sessions de formation de formateurs ; les experts locaux ainsi formés ont pu ensuite mener leurs propres ateliers.

- Qu'est-ce qui a changé depuis vos premières actions menées en 1995 ?

Tout en maintenant nos objectifs d'amélioration des compétences et d'éthique des journalistes, nous sommes devenus conscients qu'il y avait d'autres contraintes. Nous n'avons pas encore toutes les réponses mais nous nous interrogeons par exemple sur notre rôle en tant que défenseur de la liberté de la presse.

L'autre grande évolution, intervenue principalement parce que nous ne pouvions répondre à toutes les demandes d'ateliers, a été de développer la formation à distance. Celle-ci nous permet de mener un programme nettement plus ambitieux (jusqu'à cinq fois plus de journalistes bénéficiaires) à des coûts pratiquement identiques. Sur ce principe, une série de cours à distance sur le journalisme d'investigation sera menée en mai 2000 en Afrique de l'Est et de l'Ouest.

Interview de Rick Stapenhurst, responsable du secteur médias à l'institut de la Banque mondiale réalisée par R.M.

Couverture géographique**Zone d'intervention**

- La Banque mondiale appuie tous les pays luttant contre la corruption. Les pays prioritaires sont (en août 1999) le Bénin, l'Éthiopie, le Ghana, le Kenya, le Malawi, le Mali, l'Ile Maurice, le Nigeria, la Tanzanie et l'Ouganda.

Premiers pays bénéficiaires

(sur l'exercice juillet 1999-juin 2000)

- Nigéria : 200 000 US \$
 ► Éthiopie : 100 000 US \$
 ► Bénin : 50 000 US \$

Autres zones d'intervention

- Europe de l'Est, Amérique latine, Asie du Sud.

Bénéficiaires prioritaires

La Banque mondiale aide aussi bien le secteur public que le privé, quelle que soit la nature du média (presse écrite, radio et télévision). Les journalistes sont aidés à titre individuel lorsqu'ils participent aux formations. L'appui peut également porter sur des associations professionnelles. Entre autres associations supportées par la Banque mondiale, l'Association des journalistes et employés des médias de Tanzanie, le Media Trust de l'Ile Maurice ou le West Africa News Agency Development project (WANAD) à Cotonou.

Programmes en cours

- **Programme de formation à distance.** Ce programme consiste en une série de cours et ateliers sur le journalisme d'investigation. Il est actuellement mené en Éthiopie et en Tanzanie et il est prévu de le mener dans plusieurs pays d'Afrique francophone.
- **Programme de visio-conférences bimestrielles.** Un système de communication par satellite permet de mettre en lien direct des participants installés dans des studios de plusieurs pays (jusqu'à six). Animés par un intervenant basé au siège de la Banque mondiale à Washington, les débats portent sur la liberté de la presse, les observatoires de la déontologie, les instances de régulation.

Institut de la Banque mondiale : un projet**Des ateliers de formation anti-corruption en Tanzanie**

► Que représente l'Association des journalistes et travailleurs des médias de Tanzanie (AJM)? Quels sont ses principaux objectifs?

Créée fin 1994, notre ONG compte 850 membres. Elle vise à élargir les connaissances des journalistes ou de tout métier relié aux médias en identifiant leurs besoins en formation. Ainsi, elle organise conjointement des formations, leurs financements, l'octroi de bourses, l'organisation de séminaires, d'ateliers et de programmes d'échanges.

► Comment avez-vous travaillé avec l'Institut de la Banque mondiale?

Suite aux premières discussions en 1996, nous avons convenu d'organiser des ateliers sur le journalisme anti-corruption pour des professionnels tanzaniens et des pays avoisinants (Ouganda, Malawi). Les ateliers ont été organisés conjointement par l'AJM et le bureau de prévention contre la corruption de la présidence tanzanienne.

► Combien de journalistes ont suivi les ateliers de la Banque mondiale ces trois dernières années?

A raison d'une trentaine de participants pour chacun des neuf ateliers de formation, à peu près 270 journalistes ont jusqu'ici bénéficié du programme de formation financé par la Banque mondiale.

► Quels projets avez-vous en préparation avec l'Institut de la Banque mondiale?

Nous envisageons de monter un programme en kiswahili pour les reporters travaillant dans les zones rurales. Ils ont à couvrir les activités des gouvernements locaux dont la plupart sont minés par la corruption, la mauvaise gestion et la faiblesse des services rendus aux citoyens.

Nous aimerions enfin que la Banque mondiale, ou d'autres bailleurs, financent la publication d'un magazine mensuel, le Tanzania Journalist, qui soit un forum d'échanges d'informations professionnelles et de réflexion sur l'éthique et la morale dans le secteur médiatique.

Interview de Lawrence Kilimwiko, président de l'AJM, réalisée par R.M.

► Atelier régional (Éthiopie, Tanzanie, Ouganda, Kenya) de formation pour les rédacteurs en chef.

Procédures

Tout appui est subordonné à la signature, par le pays bénéficiaire concerné, d'un programme de lutte contre la corruption avec la Banque mondiale.

La Banque mondiale travaille de préférence en collaboration avec d'autres bailleurs et opérateurs du Nord, ainsi qu'avec des opérateurs du Sud. Elle a par exemple déjà co-développé et co-financé des actions avec le ministère français des Affaires étrangères et le Department for International Development (DFID) du Royaume-Uni.

Mise en œuvre des programmes

Les principaux opérateurs Nord de la Banque mondiale sont la Commonwealth Press Union et la Commonwealth Broadcasting Association.

Les principaux partenaires du Sud sont l'Association des journalistes et des travailleurs des médias de Tanzanie et le West Africa News Agency Development project au Bénin.

Bureaux et contacts

▷ Rick Stapenhurst

▷ Rod MacDonell

World Bank Institute
1818 H Street NW
Washington, DC 20433
United States
Tél. : (1) 202 473-3210

▷ **PIDC - Programme international pour le développement de la communication - Unesco**

Présentation

▷ *Objectifs*

Créé en 1980 lors de la 28ème session de la Conférence générale de l'Unesco, le Programme international pour le développement de la communication (PIDC) vise quatre objectifs :

- ▷ renforcer la communication de masse dans les pays en développement ;
- ▷ développer les ressources techniques et humaines dans ces pays ;
- ▷ promouvoir le transfert de technologie pour diminuer les disparités entre les pays du Nord et du Sud ;
- ▷ encourager le pluralisme et l'indépendance de médias, la démocratie et les droits de l'homme.

▷ *Budget annuel*

Montant annuel consacré aux médias africains

- ▷ Environ 3 millions de dollars.

Délai d'obtention des financements

- ▷ Environ 6 mois après soumission des projets et approbation du Conseil intergouvernemental du PIDC.

Depuis sa création en 1980, le PIDC a mobilisé quelques 77 millions de dollars et a financé plus de 700 projets dans les pays en développement.

Unesco**Libre circulation de l'information et renforcement des capacités de communication**

- Quels sont les principaux objectifs de l'Unesco dans le domaine des médias en Afrique subsaharienne ?

Ils restent ceux que l'Unesco a soulignés dans sa « nouvelle stratégie de la communication », adoptée par sa conférence générale en 1989. Cette stratégie englobe toutes les interventions de l'Unesco dans le domaine des médias à travers le monde. Les trois principes fondamentaux en sont les suivants : d'abord, encourager la libre circulation de l'information au plan international aussi bien que national ; deuxièmement, promouvoir la diffusion aussi large et équilibrée que possible de l'information, sans aucune entrave à la liberté d'expression ; et troisièmement, développer tous les moyens propres à renforcer les capacités de communication dans les pays en développement.

- Concrètement, comment l'Unesco met-elle en œuvre ces orientations ?

Prenons l'exemple de la libre circulation de l'information. L'Unesco soutient un grand nombre d'activités qui visent à favoriser la liberté d'expression. Nous soutenons les organisations non gouvernementales, les professionnels et les organisations de journalistes, de même que toutes les organisations qui ont des activités dans ce domaine. Je citerai trois cas concrets. L'Unesco aide à mettre en place un Institut des médias d'Afrique australe. Il suivra, entre autres, les questions de liberté de la presse, les relations entre les médias et les gouvernements, et il sera chargé de rendre public tout abus relevé dans ce domaine. Nous soutenons également l'Association des journalistes d'Afrique de l'Ouest, ou des organisations de journalistes nationales. Ces soutiens sont principalement d'ordre financier.

- Qu'en est-il du troisième principe, à savoir le renforcement des capacités de la presse africaine ?

L'Unesco travaille de deux manières dans cette direc-

tion. D'abord, pour renforcer le secteur des médias, il faut viser le développement des infrastructures : nous offrons notre soutien en ce domaine. Nous avons, par exemple, été étroitement impliqués dans la restructuration de l'Agence panafricaine de presse (Pana).

Nous avons également aidé à l'équipement d'un grand nombre d'agences d'informations nationales. Nous intervenons aussi dans le domaine radiophonique, à travers l'informatisation des stations, notamment, mais aussi en développant un programme de radios communautaires dans plusieurs pays. Sur le plan des ressources humaines, nous organisons des séminaires de formations pour améliorer les compétences techniques des professionnels africains. Nous avons un grand projet dans ce sens en Afrique du Sud. Enfin nous travaillons dans plusieurs pays à l'amélioration des législations sur la presse afin qu'elles soient moins contraignantes.

- L'un des objectifs de l'Unesco dans le domaine des médias était, initialement, de rétablir l'équilibre dans la diffusion de l'information entre le Nord et le Sud. Or la situation n'a guère évolué. N'est-ce pas là un échec ?

L'Unesco a essayé, depuis déjà longtemps, de sortir de ce débat qui a provoqué d'importantes polémiques. C'est d'ailleurs pour cela que j'ai fait référence, au début de cette interview, à sa nouvelle stratégie de communication adoptée en 1989. Je dirai que le Programme international pour le développement de la communication (PIDC) se porte à merveille. Bien sûr, si vous comparez à l'environnement mondial des médias, les moyens de la plupart des pays africains restent négligeables. Il faudra beaucoup de temps pour les développer. Mais ce que je peux dire, c'est que beaucoup a été fait par l'Unesco dans ce domaine. À mon sens, on ne peut en aucun cas dire qu'il y a eu échec. Je pense que la balance penche davantage du côté du succès.

Interview de Kwame Boafo, responsable Afrique des programmes Communication de l'Unesco, réalisée par C.C.

↘ Couverture géographique

Zone d'intervention

- ▷ Tous les pays en développement.

Autres zones d'intervention

- ▷ Les pays en transition d'Europe de l'Est.

Bénéficiaires prioritaires

L'assistance du PIDC concerne tous les types de médias : presse écrite, radio, télévision, agences de presse, aussi bien publics que privés, tant à titre individuel que par le biais de regroupements des médias ou d'organisations non gouvernementales (ONG) travaillant dans le domaine des médias. Entre autres organisations professionnelles, le Misa (Windhoek, Namibie) a bénéficié de l'assistance du programme. Le PIDC apporte aussi son aide aux instances de régulation (financement d'équipement pour le Réseau des instances africaines de régulation de la communication) et aux maisons de la presse (Rwanda).

Modalités d'intervention ou d'appui

↘ Formations

Le PIDC finance des actions de formation *in situ* dans la plupart des pays.

À titre d'exemple :

- ▷ Le financement d'ateliers de formation pour les journalistes femmes des pays francophones d'Afrique de l'Ouest et d'Afrique centrale ;
- ▷ La mise en place de deux ateliers de formation en production et en gestion des radios en Afrique de l'Est ;

- ▷ La formation du personnel de la Société de radiodiffusion namibienne (BCN). Une action qui s'est traduite par la tenue de plusieurs ateliers de formation à la production et à la rédaction de scénarios pour la radio éducative, à la production en studio et à l'édition de nouvelles et de l'actualité pour la radio et la télévision.

Bourses et voyages d'études à l'étranger

Le PIDC, par le biais de ses programmes de coopération avec les États membres, a accordé plus de 300 bourses d'études et plus de 700 allocations de stages dans environ 13 pays principalement à des journalistes africains, pour des perfectionnements en audiovisuel, nouvelles technologies, gestion, etc.

Aide technique, études, expertises

Le PIDC finance l'achat d'équipement et tous types d'études et d'expertises relevant du domaine des médias. Il peut également envoyer des assistants techniques sur le terrain si nécessaire. C'est le cas auprès des États membres (39) pour s'engager dans la voie de l'indépendance et du pluralisme des médias.

Productions et co-productions

Par le biais des projets qu'il finance, le PIDC intervient dans la production et co-production. À titre d'exemple :

- ▷ Le financement en coopération avec certaines ONG de la télévision publique internationale (Input), en vue de promouvoir la mission éducative et culturelle des médias du service public, et d'améliorer la distribution internationale des produits télévisuels des pays en développement et des pays en transition.
- ▷ Le financement en coopération avec le Conseil international de la radio et de la télévision d'expression française (Cirtef) pour la production locale de films documentaires, et la création d'unités de post-production au Bénin et au Cameroun.

Aide aux médias ruraux

Le PIDC décerne tous les deux ans dans le cadre d'une initiative d'encouragement aux médias ruraux, le prix PIDC/Unesco pour la communication rurale. Ce prix est destiné à récompenser des activités novatrices dans ce domaine.

Unesco : un projet**Un projet de Radio communautaire de femmes au Cameroun****► En quoi consiste votre projet de radios communautaires ?**

Il entre dans le cadre d'un vaste projet de l'Unesco intitulé « Les femmes parlent aux femmes ». L'objectif est d'implanter des radios communautaires rurales en Afrique, en Asie et en Amérique latine. Au Cameroun, nous avons un projet de ce type à Mbalmayo, une ville au centre du pays. Il s'agit de donner la parole aux femmes pour parler de leurs problèmes, mais aussi des questions de développement (agriculture, santé, environnement, etc.) et d'éducation.

► Quel rôle joue l'Unesco dans la mise en place de cette radio ?

Nous aidons les associations locales à acquérir les équipements, à faciliter leur formation sur le plan éditorial, à la gestion et à la technique journalistique, ainsi que l'éthique et la déontologie. Nous les accompagnons pendant deux à trois années pour qu'elles puissent être autosuffisantes. En revanche, nous n'avons pas à leur imposer de contenus et de rubriques particulières.

► Mais le projet de radio, lancé en 1998, n'était pas encore opérationnel fin 1999...

C'est vrai. Et cela pour plusieurs raisons. Nous ne voulions pas, par exemple, remettre en état les locaux. Je pense que c'était la responsabilité de la communauté. C'était la contrepartie locale. Tout cela est lié aux critères exigés par le Programme international pour le développement de la communication de l'Unesco qui veut éviter de créer de nouveaux « éléphants blancs ». Nous voulons qu'un tel projet soit l'affaire des populations. On a finalement pu récolter 5 000 dollars sur place, dans la communauté rurale, ce qui est assez impressionnant.

Interview de Cheikh Sy, représentant de l'Unesco à Yaoundé pour l'Afrique de l'Ouest et du Centre, réalisée par C. C.

Exemples de projets en cours**Projets régionaux**

- ▷ Pour la sous-région d'Afrique de l'Ouest projet Wanad (Développement des agences de presse d'Afrique de l'Ouest) ;
- ▷ Pour l'Afrique centrale, projet Canad (Développement des agences de presse d'Afrique centrale) ;
- ▷ Pour l'Afrique de l'Est et du Sud, projet Seanad (Développement des agences de presse d'Afrique de l'Est et du Sud).

Bureaux et contacts

▷ Site Internet : www.unesco.org/webworld/ipdc/index.html

▷ M. Claude Ondobo
E-mail : c.ondobo@unesco.org

▷ M. Kwame Boafo
E-mail : k.boafo@unesco.org

PIDC - Unesco
7, place de Fontenoy
75352 Paris 07 SP
Tél. : (33) 1 45 68 10 00
Fax : (33) 1 45 67 16 90

▷ Chapitre III

**Politiques et interventions
des fondations et
associations privées,
politiques ou confessionnelles**

Un ou plusieurs individus, une entreprise commerciale, une Église ou un parti politique peuvent créer une fondation ou une association, destinée à agir dans un domaine donné. Le principe de la fondation et de l'association exclut toute notion de profit ou de bénéfice.

Le financement de tels organismes est assuré par les dons des personnes privées, par une partie des bénéfices d'entreprises commerciales, par les cotisations de membres ou de fidèles. Les fondations et associations mènent leurs propres actions indépendamment de celles des États ou des organismes multilatéraux.

Les finances de certaines fondations et associations peuvent également être abondées par des coopérations bi ou multilatérales (les États des pays où est implantée la fondation). Ainsi, les fondations allemandes notamment se voient reverser une partie de l'impôt prélevé par l'État. Menant d'un côté leurs propres actions avec leurs propres agents, elles peuvent aussi confier certains projets à des partenaires (ONG, voire entreprises privées) pour mener des actions conformes à leurs valeurs. Elles remplissent à ce titre le même rôle que les autres bailleurs de fonds.

▷ **WACC – Association mondiale pour la communication chrétienne – Royaume-Uni**

Présentation

La World Association for Christian Communication compte 800 membres – organisations et particuliers – dans 119 pays. Ces membres sont des professionnels des médias, des éducateurs et des enseignants, des responsables d'Églises et de communautés, des organismes engagés dans le développement et des agences œcuméniques.

Objectifs généraux

La WACC souhaite donner la priorité aux valeurs chrétiennes dans le monde de la communication.

Les objectifs principaux poursuivis pour la WACC visent l'auto-développement et la dignité de toute personne ainsi que la promotion de structures démocratiques dans la communication. Convaincue de l'importance et du rôle déterminant de la communication, la WACC accorde une attention toute particulière aux nouvelles technologies en tant que facteurs déterminant de la communication et de la démocratie.

Le mot d'ordre de la WACC est « *Une communauté mondiale de « communicateurs » oeuvrant pour la dignité humaine* ».

Objectifs particuliers

En 1999, la WACC a accordé la priorité aux médias dans leur rôle de résolution des conflits, notamment par l'organisation et l'appui à un programme d'ateliers et de rencontres pour la région « Afrique ».

D'autres projets sur le continent concernent le renforcement des capacités de groupes marginalisés dont les femmes et les enfants, l'appui à la communication participative et aux médias électroniques, écrits et alternatifs (théâtre, marionnettes).

Budget**Montant annuel consacré aux médias africains**

- ▷ En 1999, 244 615 € ont été consacrés à 19 projets de communication.

Pour l'année 1999, le montant total de l'aide allouée par la WACC à des projets s'élève à 1,23 million €. Près de 436 000 € sont destinés à appuyer les activités du programme 1997-2001 de la WACC sous le titre générique « Communication pour la dignité humaine ».

Fourchette des financements alloués

Les montants accordés en 1999 varient entre 5 100 € pour un projet de promotion des droits de l'homme par une action multimédia combinant l'écrit, la radio et la vidéo au Burkina Faso et 47 000 € pour un soutien à l'agence de presse All Africa News Agency basée à Nairobi (lire p. 146).

Les projets doivent viser à une certaine indépendance et autonomie financières.

Couverture géographique**Pays d'intervention en 1999**

- ▷ Afrique du Sud, Bénin, Burkina Faso, Ghana, Kenya, République démocratique du Congo, Rwanda, Sierra Leone, Tanzanie, Zimbabwe.

Premiers pays appuyés en 1999

- ▷ Kenya : 97 500 € pour des projets basés au Kenya, mais ayant un impact régional ;
- ▷ Rwanda : 27 800 € ;
- ▷ Afrique du Sud : 22 500 €.

Autres zones d'intervention

- ▷ Asie, Amérique latine et Caraïbes, Océanie-Pacifique, Proche-Orient, Europe centrale et orientale.

Bénéficiaires prioritaires

- ▷ Associations et groupes membres de la WACC ;
- ▷ Autres associations et groupes non membres, mais dont les objectifs correspondent à ceux de la WACC ;
- ▷ Groupes marginalisés, en particulier les femmes.

Modalités d'intervention ou d'appui**Formation**

Soutien à des programmes et des centres de formation, tel le « Electronic Media Production Course » offert par le Communication Training Centre de la Conférence de toutes les Églises d'Afrique à Nairobi.

Voir également ci-dessous *Exemple de programmes et projets en cours*.

Financement d'équipements

La WACC finance des équipements pour studios radio, pour la production de journaux (publication assistée par ordinateur, PAO), photographiques, mais à des hauteurs de subventions limitées (maximum 25 000 €) que la WACC essaie de cofinancer avec ses partenaires surtout d'Allemagne. La WACC ne finance ni véhicules, ni bâtiments, ni meubles.

Exemples de programmes et projets en cours (1998-1999)

Le programme « Communication pour la dignité humaine », courant de 1997 à 2001 inclut l'organisation de séminaires, colloques et consultations sur 6 thèmes :

- ▷ communication pour la recherche de valeurs communes ;
- ▷ communication et globalisation de la pauvreté ;
- ▷ peuples autochtones et groupes marginalisés ;
- ▷ programme pour les femmes ;
- ▷ éducation à la communication ;
- ▷ mise en réseau.

Programmes régionaux

Les programmes régionaux sont supervisés par le bureau de WACC-Afrique.

- ▷ All Africa News Agency, Nairobi, Kenya (lire p. 146) ;

La WACC a deux programmes spécifiques d'assistance à la formation en communication dotés chacun d'un fonds d'environ 62 000 €.

- ▷ Training Assistance Programme : offre des bourses pour de courts programmes de formation académique ou des études non-formelles en communication en faveur de personnes et cadres d'Églises ou d'organisations qui poursuivent des objectifs compatibles avec ceux de la WACC ;
- ▷ Media Training Fund : offre des bourses pour des spécialisations en faveur de personnes appelées à occuper des postes de responsabilités ou de cours spéciaux et sessions en particulier dans le secteur de la radiotélédiffusion et les NTIC.

Programmes nationaux

- ▷ Appui au Journal Œcuménique en langues fon et ewe au Bénin.
- ▷ Participation au financement de la production du film documentaire « Razing the Fences », Afrique du Sud.

Modalités de financement**Budgets annuels**

Même si un projet s'étend sur une période de trois ans, la demande doit être renouvelée chaque année.

Délai d'obtention du financement

La WACC dispose de deux types de financement :

- ▷ Les projets « réguliers » sont d'abord étudiés par le comité exécutif régional (bureau Afrique) qui se réunit chaque année en mars. Ce comité régional fait ses recommandations au comité central, réuni en juin, et qui prend la décision finale. Pour de tels projets les décisions sont prises une année avant l'exécution. Ainsi, tous les projets approuvés en juin 1999 seront menés en 2000. Les fonds seront envoyés en deux tranches : la première début février 2000, la seconde en juillet.
- ▷ La deuxième catégorie de projets s'inscrit dans le « Programme des initiatives de développement » (Development Initiative Programme). Ce sont normalement de petits projets – moins de 24 000 euros – qui doivent être très innovateurs et dont le délai d'exécution ne dépasse pas un an. Les demandes sont à adresser directement à la WACC Londres pour y être étudiées par un comité permanent. La décision est communiquée au demandeur dans un délai d'un mois, voire moins. La WACC cofinance ces projets avec l'un de ses partenaires allemands.

Procédures**Pour les projets**

- ▷ Ecrire à la WACC Londres qui envoie un formulaire.

Pour les équipements

- ▷ Toujours fournir des factures *pro forma*.

Pour les bourses

- ▷ Ecrire à Mrs Elvira Alves, à la WACC Londres pour obtenir les formulaires de demande.

Wacc et EMW : un projet**Agence de Presse de toute l'Afrique, Nairobi**

L'Agence de presse de toute l'Afrique, Apta (All Africa News Agency, AANA) a été établie à Nairobi en 1998 en tant que service panafricain et œcuménique d'informations.

Successeur du Service d'information des Églises d'Afrique (SIEA) fondé en 1979, l'Apta offre en français et en anglais un service hebdomadaire d'informations et d'articles sur tous les sujets et événements qui affectent la vie des Africains.

Le premier objectif est de renforcer la circulation de l'information d'une part en Afrique même, de l'autre entre le continent et le reste du monde. Une distribution du bulletin par courrier électronique s'est ajoutée à la production du bulletin imprimé, améliorant la rapidité de circulation des nouvelles.

Service autonome de la Conférence de toutes les Églises d'Afrique (Ceta), l'Apta reçoit une aide financière importante de la part d'un groupe de bailleurs des Églises européennes parmi lesquels l'Association mondiale pour la communication chrétienne (Wacc) et l'Association des Églises et missions protestantes d'Allemagne (EMW). Sans cette aide extérieure, l'agence n'aurait aucune chance de survie : les recettes des abonnements et d'autres services couvrent à peine 20% du budget !

Mais le soutien des bailleurs ne se limite pas à l'octroi de subventions. Ces donateurs l'appuient également par un accompagnement permanent.

- ▷ des représentants des bailleurs participent aux assemblées générales de l'agence ;
- ▷ à plusieurs reprises, des évaluations ont été conduites afin de réorienter le développement de l'agence. L'établissement de l'Apta comme successeur du SIEA en est un résultat concret ;
- ▷ des consultations réunissant les bailleurs et les responsables de l'agence sont organisées périodiquement afin d'étudier la situation de l'agence, ses problèmes et ses besoins, de discuter les orientations prises et adapter

l'aide pour l'avenir. Ces consultations veulent aussi apporter un soutien professionnel aux dirigeants et au personnel de l'Apta.

Contact :

Mitch Otero / Claire Essombo / Noel Okoth
APTA/AANA

B.P. 66878, Nairobi, Kenya

Tél. : 00254-2-44 22 15 ; 44 02 24 ; 44 66 69

Fax : 00254-2-44 58 47 ; 44 32 41

Email : acis@africaonline.co.ke

Évaluation et contrôle des projets

- ▷ La WACC attend des organismes requérants qu'ils présentent des rapports d'activités et financiers détaillés à la fin de l'année. Ces rapports sont nécessaires à la WACC pour rechercher des fonds supplémentaires pour les phases ultérieures du même projet ou pour d'autres actions.

Bureaux et contacts

- ▷ Site Internet : www.wacc.org.uk

▷ WACC

General Secretariat
Kennington Lane 357
London SE11 5QY

Great Britain

Tél. : (44) 171 582 91 39

Fax : (44) 171 735 03 40

E-mail : wacc@wacc.org.uk

Bureaux en Afrique

▷ WACC Région Afrique
P.O. Box 44400
Nairobi, Kenya
E-mail : daystar@maf.org

Services d'information et de documentation

La WACC publie trimestriellement *Media Development* distribué par abonnement ; et bimestriellement son bulletin *Media and Gender Monitor*.

Le centre de documentation de la WACC, spécialisé dans le développement de la communication, est constitué d'une bibliothèque de livres et de revues, de vidéos, d'une banque de données et de produits multimédia accessibles à ses membres et aux étudiants, chercheurs et visiteurs d'autres ONG.

▷ CAF/SCO – Fondation d'appui à la communication – Pays-Bas

Présentation

Stichting Communicatie Ontwikkelingssamenwerking (SCO)/Communication Assistance Foundation (CAF) a été créée en 1986 par l'Union des journalistes, l'Association de la presse quotidienne et l'Association des rédacteurs en chef néerlandais pour promouvoir les médias indépendants dans les pays en développement. Ses principaux financements proviennent du ministère néerlandais du Développement, de la Loterie royale de la Poste et de plusieurs éditeurs de presse néerlandais.

Dans le secteur des médias, CAF/SCO est la principale agence d'exécution du ministère du développement des Pays-Bas.

Objectifs généraux

L'objectif global de CAF/SCO est de contribuer aux processus de démocratisation dans les pays en voie de développement par la promotion de la libre circulation des informations et du pluralisme des médias.

L'appui apporté est essentiellement un appui financier.

Budget

Montant annuel alloué aux médias africains
0,82 M € (1,8 M florins NL).

Contribution annuelle maximale (sur 4 ans au maximum)
227 000 € (500 000 florins NL).

Couverture géographique

Zone d'intervention

- ▷ Afrique de l'Ouest et australe.

Pays prioritaires

- ▷ Afrique du Sud, Burkina Faso, Mali, Ghana, Tanzanie, Zambie, Zimbabwe.

Premiers pays aidés (en 1998)

- ▷ Afrique du Sud ;
- ▷ Zimbabwe.

Autre zones d'intervention

- ▷ Asie du Sud et du Sud-Est, Amérique du Sud et centrale.

Bénéficiaires prioritaires

Initiatives indépendantes de journaux, de radios, de production de vidéo et d'émissions télévisées, de produits Internet. CAF/SCO entend par « médias indépendants » ceux qui ne dépendent ni d'un gouvernement ni d'organisations à vocation politique ou partisane ; ils sont propriété d'une société privée et sont gérés par elle.

Organisations de journalistes et de services : sociétés de productions, centres de presse, agences de presse, établissements de formation, organisations de défense de la liberté de la presse et des droits des journalistes, associations de journalistes.

CAF distingue et appuie particulièrement trois types d'initiatives

- ▷ Les médias communautaires créés, gérés et animés par des communautés locales, selon des principes de participation.
- ▷ Les initiatives de « balisage » réalisées par des médias pratiquant un journalisme d'enquête sérieux, indépendants et objectifs, critiquant les abus de pouvoir et la corruption.
- ▷ Les associations et organismes professionnels : les organisations qui soutiennent les journalistes et les personnes

travaillant dans les médias dans l'exercice et le développement de leur profession. Par exemple les unions de la presse, les établissements de formation et les organisations pour la liberté de la presse.

Modalités d'intervention ou d'appui

Formation

CAF/SCO ne dispense pas elle-même de formations mais peut les financer. Elle privilégie les subventions pour des formations *in situ*. Dans certains cas, elle peut faciliter l'organisation de sessions par son réseau de contacts.

Aide technique, études, expertise

- ▷ CAF/SCO peut financer des équipements professionnels. Elle réalise également des études et fournit de l'expertise et de l'assistance technique seulement au niveau des institutions collectives (pas pour des demandes de médias à titre individuel).
- ▷ CAF/SCO peut également appuyer des réseaux de journalistes.
- ▷ Elle finance certaines activités spécifiques des institutions ou initiatives et non pas leur fonctionnement.
- ▷ CAF/SCO peut aussi financer des manuels et autres matériaux de formation au journalisme.

Exemples de programmes en cours (1999)

- ▷ développement du secteur médiatique en Afrique Australe ;
- ▷ fonds et projet régional en Afrique australe.

Procédures

Les propositions de projets sont à déposer en anglais, français ou espagnol, sous la forme voulue des demandeurs, sans recours à des formulaires.

Elles doivent contenir les informations suivantes :

- ▷ objectifs et finalité du projet ;
- ▷ description de l'organisation demandeuse ;
- ▷ « base » sociale du projet, c'est-à-dire comment il est soutenu par la communauté bénéficiaire ;
- ▷ moyens utilisés : outils et compétences en gestion et financement ; moyens de production mis en œuvre ; expertises, commercialisation ; marketing ;
- ▷ contexte socio-économique du projet (région visée, nombre d'habitants, sources et niveau des revenus, situation politique et économique, niveau d'alphabétisation, panorama des médias opérant déjà dans la zone couverte par le projet ; public de lecteurs/auditeurs/utilisateurs de ces autres médias ;
- ▷ le budget précis pour le volet à financer par CAF/SCO ainsi que le budget global de l'initiative, incluant les montants financés par les autres bailleurs de fonds ;

Pour le cas où la proposition serait soumise à une organisation intermédiaire, préciser quelle part de responsabilité cette organisation assumerait dans la coordination et la supervision du projet.

Les données concernant le budget de fonctionnement sont également à fournir :

- ▷ pour une action isolée : évaluation des coûts totaux et des procédures ;
- ▷ pour un projet à long terme : durée de la phase de démarrage, budget de fonctionnement pour chacune des années suivantes ;
- ▷ pour les organisations déjà actives : bilans financiers et rapport d'activités des deux précédentes années.

Enfin, le dossier devra comprendre :

- ▷ un programme de fonctionnement mettant en évidence la viabilité économique et/ou institutionnelle après la phase d'appui ;
- ▷ un plan d'évaluation de l'impact du projet.

Les responsables des bureaux régionaux (au siège) étudient et soumettent les propositions au Comité de conseil des projets (CCP). La décision finale d'intervention est prise par la direction de CAF/SCO en tenant compte de l'avis du CCP.

Responsabilités de mise en œuvre

Ce sont les partenaires au Sud qui sont responsables du projet financé.

Évaluations disponibles

« Evaluation of CAF/SCO projects in West and Southern Africa » (1997) (en anglais)

Bureaux et contacts

Witte Kruislaan 55
P.O. Box 66
1200 AB Hilversum
Pays-Bas
Tél. : (31) 35 625 0110
Fax : (31) 35 625 0111

E-mail : cafscsco@cafscsco.antenna.nl

Responsables des bureaux régionaux (au siège)▷ **Afrique de l'Ouest**

Mme Ruth de Vries
Tél. : (31) 35 625 0117

▷ **Afrique Australe**

Mme Fenneke Hulshoff Pol
Tél. : (31) 35 625 0118

▷ **Cordaid –
Organisation catholique
pour l'assistance et
le développement–Pays-Bas**

Présentation

A la fin de 1999, les organisations catholiques néerlandaises pour le développement Bilance, Memisa et Caritas ont fusionné dans une nouvelle organisation appelée Cordaid (Catholic Organisation for Relief and Development). Cordaid intègre ainsi l'expertise de chacune et couvre tous les aspects de la coopération au développement : aide d'urgence, santé et lutte structurelle contre la pauvreté et l'injustice.

Objectifs généraux

Dans la ligne de celle de ses « associations-mères », l'action de Cordaid continue à s'inscrire dans le cadre de la promotion d'une société durable et digne en faveur des groupes défavorisés, femmes et hommes, en leur donnant la possibilité de prendre en main leur développement, d'améliorer leur position socio-économique et obtenir une place à part entière dans la société. Bref d'œuvrer pour le développement social sous trois composantes : lutte contre la pauvreté ; auto-développement ; et pour chacun, surtout les plus défavorisés, une place à part entière dans la société.

Cordaid inscrit son action dans trois champs d'activités prioritaires : les équipements et services de base ; les moyens d'existence ; les droits de l'homme et le champ de la démocratisation déclinés selon trois thèmes dominants : le « genre » ; le développement durable et la cohésion sociale.

À ces priorités s'ajoutent l'aide d'urgence et celle en faveur des groupes défavorisés (personnes âgées, enfants de la rue, handicapés, réfugiés et déplacés).

Objectifs particuliers

En (re)composition fin 1999, Cordaid n'a pas encore de ligne directrice établie en matière d'appui aux médias. Mais, malgré le montant réduit de son enveloppe en leur faveur (voir «budget» ci-dessous), Cordaid considère toujours les médias comme un secteur important.

Budget annuel consacré aux médias africains**Projets «médias et communication» en Afrique (1998)**

▷ 181 000 €.

Montant total, toutes actions confondues, en 1998

▷ 136 M € dont 56 M € à l'Afrique.

Sources des fonds

▷ Fonds publics, Union européenne et donateurs privés qui soutiennent financièrement l'action des organisations constitutives de Cordaid (voir «Objectifs généraux»).

Couverture géographique**Zone d'intervention**

▷ 40 pays, dont 16 en Afrique, 8 en Asie, 11 en Amérique latine et 5 en Europe centrale et orientale.

Pays d'intervention en Afrique

▷ Afrique du Sud, Angola, Cameroun, Éthiopie, Ghana, Kenya, Malawi, Mali, Maroc, Mozambique, Ouganda, République démocratique du Congo, Sierra Leone, Soudan, Tanzanie, Tchad.

▷ 85 % de l'aide accordée en Afrique le sont entre ces 16 pays. Le reste est disponible pour répondre à des besoins dans d'autres pays en fonction de circonstances particulières (par exemple actuellement la région des Grands Lacs).

Trois premiers pays appuyés en Afrique

▷ Éthiopie
▷ République démocratique du Congo
▷ Afrique du Sud

Bénéficiaires prioritaires

Les groupes bénéficiaires diffèrent d'un pays à l'autre. Quelques priorités sont accordées :

- ▷ aux groupes culturellement défavorisés ; les pauvres en zones urbaines reçoivent une attention particulière ;
- ▷ à la politique de «genre», c'est-à-dire aux projets et programmes qui contribuent au renforcement de l'égalité et de la complémentarité entre femmes et hommes à tous les niveaux de la société.

Procédures

Ecrire à Cordaid à son siège.

- ▷ Pour l'Afrique de l'Ouest et centrale : Peter de Keijzer
- ▷ Pour l'Afrique de l'Est et australe : Monique Lagro

Bureaux et contacts

Site internet : www.cordaid.nl

Cordaid
Postbus 16440
NL-2500 BK The Hague,
Pays-Bas
Tél. : (31) 70 31 36 300
Fax : (31) 70 31 36 301

E-mail : cordaid@cordaid.nl

Délégations et bureaux en Afrique

- ▷ Un bureau régional est établi à Nairobi, dont le responsable est Peter Spaarman. Changement d'adresse en cours fin 1999.

▷ **EMW –
Association des Églises et
des missions protestantes –
Allemagne**

Présentation

Objectif général

EMW (Evangelisches Missionswerk) est une organisation rassemblant les Églises protestantes d'Allemagne. Son objectif est de renforcer la communication en vue de la promotion de la justice, dans une approche œcuménique.

Budget

Budget global

▷ Environ 2,5 M € en 1998.

Montant alloué à des projets en Afrique

▷ Environ 665 000 € en 1998.

Fourchette des subventions accordées

▷ De 2 500 € à 51 000 € par projet. En général, les subventions sont inférieures à 25 000 € par projet.

Sources des fonds

▷ Service protestant pour le développement (Evangelische Zentralstelle für Entwicklungshilfe e.V.), c'est-à-dire des contributions des Églises membres à travers le système allemand des taxes (un certain pourcentage de l'impôt des personnes physiques est reversé aux Églises). Il s'agit donc de fonds publics.

Couverture géographique**Zones d'intervention**

▷ Afrique, Asie, Amérique Latine

Pays prioritaires en Afrique

▷ Pays anglophones

Bénéficiaires prioritaires

Les organisations affiliées à une Église (œcuménique) et les organisations non gouvernementales (ONG).

Secteurs d'intervention :

En principe tout type de projets dans le secteur des médias et de la communication compte tenu des situations et contextes spécifiques. À l'exclusion des projets de télévision.

Modalités d'intervention ou d'appui**F o r m a t i o n**

L'appui à la formation est une priorité d'EMW.

Financement d'équipements.

Seulement dans le cadre d'un programme plus large.

Évaluation, expertise et assistance technique.

Occasionnellement financement d'assistance et d'expertise conduites par des experts locaux.

Financement de (co-) productions

À titre exceptionnel.

Publications (manuels, matériel de formation)

À titre exceptionnel.

Procédures

Les demandes de financement de projets sont étudiées par EMW. Elles sont ensuite soumises à un comité d'experts en communication travaillant dans une perspective œcuménique.

Envoyer les demandes au siège d'EMW (voir rubrique «Siège et contacts»).

Actuellement les procédures d'étude, de décision et de financement sont en discussion, et donc sujettes à modification.

Responsabilités et mise en œuvre

L'organisme demandeur de la subvention est chargé entièrement de sa mise en œuvre. L'assistance et l'accompagnement d'EMW sur le terrain sont rares. Le bénéficiaire est responsable du projet et doit présenter un rapport moral d'activité et un rapport financier.

En relation avec des organisations partenaires d'EMW, des évaluations ou des consultations peuvent être conduites et financées. Dans ce cas, un rapport et des recommandations sont demandées.

Siège et contacts

▷ Evangelisches Missionswerk (EMW)
Communications Desk
Normannenweg 17-21
D-20537 Hamburg
Allemagne
Tél. : (49) 40 254 56 165
Fax : (49) 40 254 29 87

E-mail : com@emw-d.de

▷ **Fondation Ford**

Présentation

Objectifs généraux

La Fondation Ford vise à :

- ▷ renforcer les valeurs démocratiques ;
- ▷ réduire la pauvreté et l'injustice ;
- ▷ promouvoir la coopération internationale.

La fondation appuie les organismes et les personnes ayant des capacités à innover dans leur secteur.

Objectifs spécifiques

La Fondation Ford contribue au renforcement du pluralisme des médias en appuyant principalement les organes de presse proposant une information libre et responsable.

Budget

Montant annuel consacré aux médias africains :

- ▷ Non communiqué. En 1998, la fondation a octroyé 2 007 subventions et bourses (sur 35 700 demandes reçues).

Couverture géographique

Zone d'intervention

- ▷ Toute l'Afrique.

Premiers pays appuyés

- ▷ le Nigeria, qui reçoit actuellement plus de la moitié des subventions octroyées par la fondation dans le cadre de son programme Afrique de l'Ouest ;
- ▷ le Ghana, deuxième bénéficiaire du programme ;
- ▷ les pays francophones d'Afrique de l'Ouest (sur le même programme).

Bénéficiaires prioritaires

Les organisations non gouvernementales et les réseaux. Sont exclus les organismes ayant des actions à caractère religieux. Les actions subventionnées et les investissements dans un projet doivent être de nature caritative, éducative ou scientifique, conformément aux conditions stipulées dans le Code des revenus internes et réglementations du Trésor des États-Unis.

Modalités d'intervention ou d'appui

Bourses et subventions

- ▷ En général, aucun fonds n'est alloué pour le budget de fonctionnement des institutions bénéficiaires. Les financements ne peuvent pas non plus contribuer à la construction ou à l'entretien de bâtiments.
- ▷ Les projets dont les bénéficiaires sont des minorités (groupes ethniques, femmes) sont davantage considérés, ainsi que ceux susceptibles d'avoir un impact important (touchant un maximum de bénéficiaires).
- ▷ La fondation octroie également des bourses individuelles.

Procédures à suivre

Pour les subventions

- ▷ Dans un premier temps, il est recommandé de rédiger une brève proposition afin que la fondation détermine si la demande est conforme à ses objectifs et à son budget. La lettre doit comprendre les éléments de méthode du projet (paramètres, objectifs, déroulement, organisation), une estimation globale de son budget, les qualifications des intervenants et les dates d'intervention des financements.
- ▷ Dans une seconde phase (généralement après un délai d'environ six semaines), la fondation, dans le cas où la demande semble conforme, demande au requérant de soumettre une proposition formelle.

Cette proposition doit comprendre :

- ▷ le statut légal, la situation fiscale et le budget de l'organisation ;
- ▷ une description de l'action proposée et de sa méthodologie ;
- ▷ les noms et curriculum vitae des personnes impliquées dans le projet ;
- ▷ un budget détaillé du projet ;
- ▷ les moyens mis en oeuvre ;
- ▷ la situation des demandes adressées à d'autres sources de financement. Dans certaines circonstances, la Fondation demande un co-financement d'autres provenances.

La fondation contrôle l'utilisation des subventions par des rapports financiers détaillés que les bénéficiaires doivent lui faire parvenir régulièrement.

Pour les bourses individuelles

- ▷ La fondation n'octroie pas de bourses à des personnes non diplômées. Les bourses s'obtiennent par le biais d'organismes (généralement des universités) responsables de la sélection des bénéficiaires. La plupart des bourses individuelles que la fondation accorde ont été allouées sur concours annoncés au public ou sur la base de nomination par des universités.
- ▷ Toutes les demandes sont à envoyer au bureau de la fondation le plus proche (voir adresses des bureaux en Afrique pages suivantes).

Siège

- ▷ Site Internet : www.fordfound.org/

▷ Ford Foundation
320 East 43rd Street
New York
NY 10017
USA

Tél. : (1) 212 573 50 00
Fax : (1) 212 351 36 77

Demandes de subventions

- ▷ office-secretary@fordfound.org

Services d'information et de documentation

▷ office-communications@fordfound.org

Bureaux en Afrique▷ **Afrique Occidentale**

Ford Foundation
AIB Plaza, Level 6
Akin Adesola Street
Victoria Island
P.O. Box 2368
Lagos, Nigeria
Tél. : (234) 1 262 39 71
Fax : (234) 1 262 39 73
ford-lagos@fordfound.org

▷ **Afrique Orientale**

Ford Foundation
P.O. Box 41081
Nairobi, Republic of Kenya
Tél. : (254) 2 71 04 44
Fax : (254) 2 71 97 29
ford-nairobi@fordfound.org

▷ **Afrique du Sud**

Ford Foundation
P.O. Box 30953
Braamfontein 201
Johannesburg, South Africa
Tél. : (27) 11 403 59 12
Fax : (27) 11 403 15 75
ford-johannesburg@fordfound.org

▷ **Namibie**

Ford Foundation
P.O. Box 20614
Windhoek, Namibia
Tél. : (264) 61 23 91 33
Fax : (264) 61 23 90 60
ford-windhoek@fordfound.org

▷ **Fondation Friedrich Ebert – Allemagne****Présentation***Objectifs généraux*

La fondation Friedrich Ebert (Friedrich Ebert Stiftung, FES) est la plus importante fondation politique allemande. C'est une institution privée d'intérêt général représentant les idéaux et les valeurs de la social-démocratie allemande. Sa mission est de promouvoir la liberté, la solidarité et la justice sociale. La fondation poursuit ce mandat à la fois en Allemagne et à l'étranger, à travers des programmes d'éducation civique en faveur de la démocratie, de coopération internationale, de bourses d'études et de recherche. La fondation fait également la promotion de l'art et de la culture en tant qu'éléments constitutifs d'une démocratie.

*Budget***Montant annuel consacré aux médias africains**

▷ 1,09 M € en 1999.

Montant maximum

▷ Le montant alloué pour un projet peut atteindre environ 410 000 € par an pour des programmes régionaux.

*Couverture géographique***Zone d'intervention**

▷ La FES coopère avec des partenaires d'Afrique, d'Asie, d'Amérique latine, du Pacifique et d'Europe de l'Est.

Pays prioritaires

- ▷ La zone d'intervention prioritaire de la FES sur le continent est l'Afrique australe (pays de la Sadec) ; elle est également très présente en Afrique de l'Ouest (Côte d'Ivoire, Bénin).

Bénéficiaires prioritaires**Organisations professionnelles**

L'essentiel de l'effort de la FES en faveur des médias africains concerne la coopération avec des **organisations professionnelles nationales ou régionales**, thématiques ou généralistes. Parmi les partenaires de la fondation Ebert, on peut citer, entre autres

Des organismes régionaux

- ▷ Eastern Africa Media Institute (EAMI) basé à Nairobi, Media Institute of Southern Africa (Misa), à Windhoek, Southern African Broadcasting Association (SABA) à Harare et West Africa Journalists Association (WAJA/UJAO), avec sa présidence au Ghana et son secrétariat au Sénégal.

Des organes nationaux

- ▷ Association of Journalists and Media Workers (AJM) en Tanzanie, National Community Radio Forum (NCRF) en Afrique du Sud, Nigerian Journalist Union (NJU), ZIMA (Zambia Independent Media Association, UMWA (Uganda Media Women Association), Zimbabwe Union of Journalists (ZUJ).

Médias communautaires

L'appui direct de la FES aux médias concerne uniquement des radios communautaires, comme *Bush Radio* au Cap ou *Katatura Community Radio* à Windhoek en Namibie. C'est un appui à des **activités spécifiques** (production de programmes thématiques par exemple) et non pas au fonctionnement de ces médias.

Instances de régulation

La Friedrich Ebert Stiftung a soutenu la Haute autorité de l'audiovisuel et de la communication (HAAC) du Bénin, la National Media Commission (NMC) du Ghana et d'autres instances de régulation nationales. Elle a également contribué à la mise sur pied du réseau de ces instances, le Réseau des instances africaines de régulation de la communication (Riarc).

Modalités d'intervention ou d'appui**Formation**

La fondation organise, en collaboration avec les organisations de journalistes, des programmes de formation. C'est le cas notamment sur un programme global d'appui à la presse en Côte d'Ivoire, financé par l'Union européenne. Les formations ont lieu en Afrique.

Aide technique, études, expertise**Financement d'équipements**

- ▷ La FES a par exemple récemment appuyé l'Institut des médias du Lesotho (Media Institute of Lesotho - Miles). En septembre 1999, elle a remis à cette institution une unité de publication assistée par ordinateur à l'usage de la presse écrite indépendante, qui souffre encore des conséquences des violents affrontements d'octobre 1998.

Études, expertise et assistance technique

- ▷ La FES mène études et expertises et peut apporter une assistance technique à travers ses bureaux africains (voir liste page suivante).

Édition

- ▷ La Friedrich Ebert Stiftung est editrice d'une série « Manuels de communication ». Parmi les plus récents,
 - *Ethics in Journalism. A reader on their perception in the Third World*, M. Kunczik (Ed.) Bonn 1999 ;

- *La production des actualités télévisées. Cours pratique : journalisme - Caméra - Son - Montage.* E. Launer (Ed.) Bonn, 1997 ;
- *Le courrier électronique facile. Manuel pour les ONG qui utilisent le courrier électronique dans les pays en voie de développement.* Bonn, 1996.

Programmes en cours

- ▷ Un programme d'appui au pluralisme des médias dans la Sadec a pour but de renforcer la société civile dans les pays de la Communauté pour le développement de l'Afrique australe (Southern African Development Community, SADC - Sadec).
- ▷ Un programme avec Sabanews à Harare (Zimbabwe) est destiné à la production de nouvelles régionales quotidiennes. Il comprend une unité de formation pour les éditeurs de nouvelles et d'actualités des sociétés de diffusion nationales membres de l'Association de diffusion d'Afrique australe (Saba, Southern African Broadcasting Association), basée à Harare.
- ▷ Un programme d'appui à la réalisation, assistance technique et logistique au mouvement de radios communautaires d'Afrique australe avec pour stations partenaires *Bush Radio*, Le Cap (Afrique du Sud) ; *Radio Katutura*, Windhoek/Namibie ; *Radio Dzimwe*, Mangochi/Malawi (station dirigée et menée par les membres de la Federation of African Media Women, FAMW-S). Contact étroit avec le Forum national de radio communautaire (National Community Radio Forum), Afrique du Sud.
- ▷ La fondation soutient la coopération régionale avec les branches nationales de l'Institut des médias d'Afrique australe (Misa). Cela consiste en un soutien d'activités en faveur de la pluralisation des ondes, de la diversité des médias et de l'indépendance de la presse écrite et numérique. Le projet comprend également des ateliers sur la libéralisation des lois nationales sur les médias dans les pays de la zone.

Procédures

Procédure chronologique pour les demandes d'appui aux projets et de bourses d'étude :

- ▷ les partenaires contactent les bureaux de la FES en Afrique et présentent une proposition de projet ;
- ▷ les membres de la FES sur place discutent du projet et des idées directement avec leurs partenaires ;
- ▷ les projets sont discutés au siège à Bonn ;
- ▷ les membres de la FES sur place et les membres du siège décident des grandes lignes et des activités du projet au début de l'année, à l'intérieur du cadre budgétaire décidé.

Bureaux

- ▷ Site internet : www.fes.de

▷ Friedrich Ebert Stiftung
Hiroshimastraße 1
D-10785 Berlin
Allemagne

Tél. : (49) 302 693 56

▷ Friedrich Ebert Stiftung
Godesberger Allee 149
D-53175 Bonn
Allemagne

Tél. : (49) 228 88 30

Department for Africa
Dr. Volker Vinnai
E-mail : vinnaiv@fes.de

Bureaux en Afrique

▷ Afrique du Sud

Friedrich Ebert Stiftung
Dunkeld West
P.O. Box 41 26 64
34 Bompas Road
Craighall 2024

Johannesburg - Afrique du Sud

Tél. : (27) 11 788 59 95

Fax : (27) 11 788 58 40

E-mail : ulrich.golaszinski@fessa.co.za

▷ Angola

Friedrich Ebert Stiftung

Caixa Postal 3984

Alameda do Principe Real No.45-47

Luanda - Angola

Tél. : (244) 234 59 73/234 23 61

Fax (par satellite) : (871) 76 129 38 67

▷ Bénin

Fondation Friedrich Ebert

Lot No. 570

08 B.P. 0620 Tri Postal

Rue No. 240 (en face du Camp Guezo)

DY Cotonou - Bénin

Tél. : (229) 30 27 89/30 28 84

Fax : (229) 30 32 27

E-mail : ebert@intnet.bj

▷ Botswana

Friedrich Ebert Stiftung

Impala House

P.O. Box 18

Station Road, Plot 4771

Gaborone - Botswana

Tél. : (267) 35 24 41

Fax : (267) 35 72 12

E-mail : fes@info.bw

▷ Cameroun

Friedrich Ebert Stiftung

B.P. 11939

Yaoundé - Cameroun

Tél. : (237) 21 29 96/21 41 32

Fax : (237) 21 52 74

E-mail : friedrich.ebertcameroun@lom.camnet.cm

▷ Côte d'Ivoire

Fondation Friedrich Ebert

08 B.P. 312

371, Bd Latrille

Abidjan 08 - Côte d'Ivoire

Cocody/II Plateaux, Abidjan

Tél. : (225) 41 20 89/41 40 11

Fax : (225) 41 20 89/41 40 11

E-mail : fesciv@afnet.net

▷ Égypte

Friedrich Ebert Stiftung

Mohandessin-Giza

31, Lebnan St.

ET-12411 Cairo - A.R. Egypt

Tél. : (202) 347 45 32/344 26 43

Fax : (202) 344 17 11

E-mail : ebertcai@gega.net

▷ Éthiopie

Friedrich Ebert Stiftung

P.O. Box 8786

Addis Ababa - Ethiopia

Tél. : (251) 1 61 37 53

Fax : (251) 1 61 37 33

E-mail : fes-ethiopia@telecom.net.et

▷ Ghana

Friedrich Ebert Stiftung

P.O. Box 9722 KIA

Ring Road East, opp. US-Embassy

Accra - Ghana

Tél. : (233) 21 77 24 71/21 77 26 87

Fax : (233) 21 77 29 90

E-mail : fesrd@africaonline.dom.gh

▷ Guinée Conakry

Fondation Friedrich Ebert

B.P. 1875

GUI Conakry - Guinée

Tél. : (244) 41 31 75/41 51 48

Fax : (224) 41 12 62

E-mail : fesgui@mirinet.net.gn

▷ Kenya

Friedrich Ebert Stiftung

P.O. Box 59947

Forest Road

Nairobi - Kenya

Tél. : (254) 274 69 92/274 83 38/39

Fax : (254) 275 03 29

E-mail : FesKenya@Form-Net.com

▷ Madagascar

Friedrich Ebert Stiftung

Lot VA 14 FA

B.P. 3185

Route de l'Université, Tsiadana

101 Antananarivo - Madagascar

Tél. : (261) 202 23 44 24/25

Fax : (261) 202 22 57 31

E-mail : ebert@dts.mg

▷ Mali

Friedrich Ebert Stiftung

Sema-Gesco, Log. Y 4

B.P. 428

Badalabougou

Bamako - Mali

Tél. : (223) 22 44 24

Fax : (223) 22 91 13

E-mail : ffebert@malinet.ml

▷ Mozambique

Fundação Friedrich Ebert

Caixa Postal 3694

Rua Tomas Nduda, No. 1313

Maputo - Mozambique

Tél. : (258) 1 49 12 31

Fax : (258) 1 49 02 86

E-mail : fesmoz@zebra.uem.mz

▷ Namibie

Friedrich Ebert Stiftung

P.O. Box 23 652

Verdistraße 13

Windhoek 9000 - Namibie

Tél. : (264) 61 23 74 38/23 74 95

Fax : (264) 61 23 74 41

E-mail : fes@fesnam.org.na

▷ Nigéria

Friedrich Ebert Stiftung

c/o University of Lagos

P.O. Box 1019 UNILAG

Lagos Akoka - Nigeria

Tél. : (234) 1 288 18 67/68

Fax : (234) 1 288 18 66

E-mail : feflagos@infoweb.abs.net

▷ Ouganda

Friedrich Ebert Stiftung

Nakasero Road, 22

P.O. Box 3860

Nakasero

Kampala - Ouganda

Tél. : (256) 41 34 55 35

Fax : (256) 41 25 65 59

E-mail : fesugand@imul.com

▷ Sénégal

Fondation Friedrich Ebert

B.P. 3246

12, Av. Albert Sarraut

Dakar - Sénégal

Dakar-Plateau

Tél. : (221) 823 01 50

Fax : (221) 823 01 51

E-mail : fesdakar@telecomplus.sn

▷ Soudan

Friedrich Ebert Stiftung
1th Str. off Baladia – House n°14
P. O. Box 7091
Khartoum -East Soudan
Tél. : (249) 11 78 05 57
Fax : (249) 11 77 70 17
E-mail : belalabdelrahim@hotmail.com

▷ Tanzanie

Friedrich Ebert Stiftung
P.O. Box 4472
Kawawa Road, Plot 397
Dar-es-Salaam - Tanzanie
Tél. : (255) 51 66 85 75
Fax : (255) 51 66 86 69
E-mail : fes@festz.org

▷ Zambie

Friedrich Ebert Stiftung
P.O. Box 30554
5583, Great East Road
Kalunda, Lusaka - Zambie
Tél. : (260) 1 29 56 15/16
Fax : (260) 1 29 35 57
E-mail : fes@zamnet.zm

▷ Zimbabwe

Friedrich Ebert Stiftung
P.O. Box 47 20
No. 6 Ross Avenue
ZW Harare - Zimbabwe
Belgravia, Harare
Tél. : (263) 4 79 66 72/70 56 53
Fax : (263) 4 72 38 67
E-mail : fesmedia@id.co.zw

▷ **Fondation Heinrich Böll-
Allemagne****Présentation***Objectifs généraux*

- ▷ aider à la structuration de la société civile ;
- ▷ contribuer à la protection de l'environnement ;
- ▷ œuvrer en faveur de la paix ;
- ▷ encourager la société à la démocratisation.

Objectifs particuliers

- ▷ aider les médias indépendants par des actions de formation ;
- ▷ renforcer la présence des femmes dans les médias.

*Budget***Budget total annuel**

- ▷ environ 250 000 €.

Lignes budgétaires par projet

- ▷ entre 2 500 € et 100 000 € par an.

*Couverture géographique***Zone d'intervention**

- ▷ Toute l'Afrique.

Zones d'action prioritaires

- ▷ Afrique australe (Afrique du Sud, Namibie, Zimbabwe) ;
- ▷ corne de l'Afrique (Éthiopie, Érythrée, Somalie) ;
- ▷ Afrique de l'Ouest (Nigéria et Mali).

La fondation soutient tout particulièrement

- ▷ Afrique du Sud
- ▷ Éthiopie
- ▷ Nigéria

Bénéficiaires prioritaires

La Fondation Heinrich Böll appuie uniquement les ONG dans les domaines exclusifs de la presse écrite et de la radio. Elle soutient également des organisations professionnelles régionales, comme Misa.

Modalité d'intervention ou d'appui**Formation**

En matière de formation, la fondation privilégie les opérations *in situ*. Elle soutient les structures de formation sur place (lire ci-dessous le principal programme en cours). Par contre, les voyages d'études à l'étranger et les bourses sont assez rares.

Aide technique, études, expertises

La fondation ne finance pas d'équipement, mais peut financer ou réaliser des études ou expertises, et apporter une assistance technique.

Programmes en cours

Le programme Développement des médias indépendants en Afrique australe, qui porte sur trois ans, est actuellement dans sa seconde phase. Son but est de favoriser le renforcement des médias indépendants (des États ou des pouvoirs économiques) à travers le soutien aux centres de formation africains et autres organisations (l'Africa Information Afrique à Harare, l'Institut for the Advancement of Journalism à Johannesburg, le Nordic School of Journalism à Maputo, le Media Institute of Southern Africa à Windhoek, etc).

Procédures

Envoyer des propositions informelles au siège à Berlin ou à l'un des deux bureaux régionaux, en joignant des notes sur la situation du média et éventuellement des études de faisabilité produites par un organisme indépendant du média (cabinet comptable, ONG, etc.).

Bureaux et contacts

▷ Site internet : www.boell.de

▷ Heinrich Böll Stiftung
Africa Department
Stefan Cramer
Rosenthaler Strasse 40/41
10178 Berlin,
Allemagne

Tél. : (49) 30 28 534 341/340

Fax : (49) 30 28 534 308

E-mail : cramer@boell.de

Délégations et bureaux en Afrique

▷ Afrique Australe
Heinrich Boell Foundation (HBF)
Regional Office for Southern Africa
attn. Mrs. Sigrid Thomsen
P.O. Box 30892

Adresse physique :
4 th Floor Heerengracht Building
87 De Korte Street
Braamfontein 2017
Johannesburg
South Africa
Tél. : (27) 11 403 0186
Fax : (27) 11 403 0187

E-mail : hbssa@wn.apc.org

▷ Corne de l'Afrique
Heinrich Boell Foundation (HBF)
Regional Office Horn of Africa
attn : Mrs. Asgedeth Ghirmazion
PO Box 19861
Addis Ababa
Ethiopia

Tél. : (251) 1 61 1270
Fax : (251) 1 61 5439

E-mail : hbfha@telecom.net.et

▷ Fondation Konrad Adenauer – Allemagne

Présentation

La fondation Konrad Adenauer (Konrad Adenauer Stiftung) est la fondation politique allemande liée au parti chrétien-démocrate (CDU). Issue de la Société pour le travail d'éducation civique chrétien-démocrate fondée en 1956, elle porte depuis 1954 le nom du premier chancelier allemand et est guidée par les principes qui ont inspiré l'œuvre de Konrad Adenauer.

Objectifs généraux

L'objectif de l'action internationale de la fondation Konrad Adenauer est la promotion de la démocratie et du développement, de la compréhension internationale au-delà des frontières nationales et culturelles, de l'auto-assistance et de la lutte contre les causes de la pauvreté et de la destruction de l'environnement. Ce faisant, la fondation entend contribuer à une politique active de paix à l'échelle mondiale.

Les objectifs des activités internationales de la fondation Konrad Adenauer sont notamment :

- ▷ la promotion et la défense des droits de l'homme, de la démocratie et de l'état de droit partout dans le monde ;
- ▷ la promotion des valeurs, des principes et des institutions chrétiennes-démocrates ;
- ▷ l'encouragement à un dialogue sur les valeurs internationales et interculturelles ;
- ▷ l'approfondissement et l'élargissement de l'intégration et de la collaboration européenne ;
- ▷ l'encouragement du fédéralisme et de l'administration communale autonome ;

Fondation Konrad Adenauer**Renforcer les interventions en faveur des médias en Afrique**

- Quelle est la stratégie de la Fondation Konrad Adenauer en matière de médias en Afrique?

La fondation a déjà mis en application, sur la base d'un document politique intitulé «Médias et démocratie» rédigé en 1993, une stratégie en faveur des médias en Amérique latine et dans les Caraïbes. En ce qui concerne l'Afrique, nous élaborons actuellement une approche similaire.

- Cela signifie-t-il qu'en Afrique la Fondation Konrad Adenauer n'est guère engagée actuellement en faveur des médias?

Il est vrai que l'Afrique n'a pas été jusqu'ici une priorité dans l'engagement de la fondation. Et nous voulons renforcer notre action sur ce continent, notamment en faveur des médias. Mais ceci dit, la fondation y est déjà présente : ainsi 200 journalistes ougandais, et environ 70 autres en Afrique du Sud ont bénéficié de bourses de formation de la part de la fondation Konrad Adenauer. Au Mali, en collaboration avec la Banque mondiale, la fondation a organisé un séminaire pour les journalistes économiques. La fondation prend aussi l'initiative, seule ou avec des partenaires locaux comme Misa ou le Namibia Institute for Democracy, de conférences et d'ateliers sur des sujets d'actualité pour les médias dans la région ou le pays. Par exemple la question de la liberté de la presse en Zambie lorsque le journal *The Post* a connu des problèmes avec les autorités ; ou l'adaptation du cadre juridique des médias, comme actuellement au Zimbabwe où une nouvelle loi sur l'audiovisuel est en préparation. Chaque fois, nous tâchons de réunir tous les acteurs : gouvernement, société civile, associations de juristes, syndicats, journalistes, etc.

- Pour l'avenir, quel seront les axes prioritaires de l'engagement de la Fondation Konrad Adenauer dans le secteur des médias africains?

En fonction des objectifs de la fondation, notre engagement s'inscrira certainement dans les trois secteurs suivants :

- ▷ la politique de communication, le cadre juridique des médias et la recherche en communication ;
- ▷ la formation de base et continue des journalistes ;
- ▷ la communication politique.

Interview de Michael Plesch, responsable de la région Afrique
réalisée par M. P.

- ▷ la promotion du rôle de l'Allemagne dans le monde ;
- ▷ l'encouragement à l'aide pour l'auto-assistance et à la lutte contre les causes de la pauvreté ;
- ▷ la discussion des principes fondamentaux de la collaboration internationale, du développement et d'une cohabitation pacifique des peuples ;
- ▷ l'initiation et l'organisation d'entretiens, de rencontres et de dialogues internationaux entre des interlocuteurs allemands et étrangers.

Objectifs particuliers

Convaincue que les médias sont des supports importants du changement social, la fondation Konrad Adenauer leur accorde dans son action une place non négligeable. L'action de la fondation dans ce secteur se concentre autour de la problématique «médias et démocratie» et veut contribuer au développement de médias critiques, indépendants et professionnels qui soient un élément constitutif de la démocratie.

Cette action est développée dans des initiatives (séminaires, conférences et rencontres notamment) destinées à renforcer le pluralisme des opinions dans les médias, et dans le soutien de la formation des journalistes par l'octroi de bourses d'études, de stages et d'échanges culturels.

Budget

La fondation n'a pas de budget spécifiquement consacré aux médias.

Le budget total annuel de la fondation Konrad Adenauer est de l'ordre de 102 M € dont la moitié est consacrée à l'action internationale. Cette partie du budget dédiée à l'action internationale provient de la dotation du ministère fédéral allemand pour la Coopération économique et le développement (BMZ).

Couverture géographique**Premiers pays bénéficiaires**

- ▷ Ouganda
- ▷ Kenya
- ▷ Afrique du Sud
- ▷ Ghana

Autres zones d'intervention

- ▷ La fondation est active dans plus de 100 pays et compte 85 représentants à l'étranger qui suivent plus de 200 programmes. Tous les continents sont concernés : Europe, Asie, Afrique, Amérique latine.

Bénéficiaires prioritaires

- ▷ médias privés et publics ;
- ▷ institutions de formation, à titre collectif (par exemple en Amérique latine, la Fédération latino-américaine des associations des facultés de communication sociale - Fela-facs - de préférence à un soutien à des universités ou départements à titre individuel) ;
- ▷ les journalistes (par l'octroi de bourses).

Modalités d'intervention ou d'appui

- ▷ bourses d'études pour journalistes ;
- ▷ organisation et financement de séminaires et conférences sur les questions de la liberté de la presse, du pluralisme de l'information et du rôle des médias en faveur de la démocratisation ;
- ▷ promotion et soutien d'organisations professionnelles dans le secteur des médias travaillant dans le développement, tels les Media Development Associations en Ouganda, Kenya et Tanzanie. En Afrique australe, collaboration avec Media Institute of Southern Africa et le Namibia Institute for Democracy ;
- ▷ production de documentations et livres (en allemand, espagnol et anglais).

Exemples de programmes en cours (1998-1999)**Régionaux**

- ▷ Séminaires en Afrique australe sur les questions éthiques, juridiques et d'exercice de la liberté de presse et d'opinion en vue de la promotion du pluralisme de l'information.

Nationaux

- ▷ Collaboration avec le Media Institute of Southern Africa et le Namibia Institute for Democracy pour l'organisation d'un séminaire sur les médias et l'opinion publique, tenu au Zimbabwe en juillet 1999.

Processus d'élaboration des projets

La collaboration internationale est généralement organisée avec des partenaires indépendants dans les pays d'accueil. Ces partenaires sont des institutions et des organisations sociales et politiques. Le choix de ces partenaires repose sur des valeurs de référence communes (cf. objectifs généraux).

Évaluation des résultats

En collaboration avec ses partenaires, la Fondation Konrad Adenauer s'efforce de vérifier à intervalles réguliers l'effet et la réussite de ses projets par des évaluations faisant ressortir :

- ▷ l'importance et la solidité de l'organisation partenaire ;
- ▷ la qualité du travail du partenaire ;
- ▷ les effets d'actions sur les groupes-cibles sur le plan économique et social ;
- ▷ l'utilisation adéquate des moyens mis à disposition du partenaire ;
- ▷ la conformité des actions entreprises avec la culture et les particularités du pays.

Procédures à suivre

Contacteur les représentants locaux ou régionaux de la Fondation Konrad Adenauer en Afrique. Ces personnes pourront apprécier si le projet ou la candidature pour une bourse entrent dans les axes d'action et les possibilités d'intervention de la fondation. En cas de bourses, il y a toujours une interview du bénéficiaire.

C'est la représentation locale ou régionale qui recommande ensuite le projet ou la demande au siège de la fondation pour financement.

Bureaux

Site internet : www.kas.de

Konrad Adenauer Stiftung
Rathausallee 12
D-53757 Sankt Augustin
Allemagne

Tél. : (49) 2241 246 331
Fax : (49) 2241 246 508

E-mail : zentral@kas.de

Services d'information et de documentation

Les travaux de recherches, de consultations et de rencontres de la fondation Konrad Adenauer sont portés à la connaissance du public par des séries de brochures éditées par la fondation, dans des documentations, des ouvrages de collection et des articles publiés dans des revues spécialisées allemandes et internationales. La fondation Konrad Adenauer publie elle-même plusieurs revues dont la revue « Informations de la fondation Konrad Adenauer en provenance de l'étranger » (*KAS-Auslandsinformationen*).

Le siège en Allemagne comprend des archives écrites et audiovisuelles consacrées à l'histoire des mouvements démocrates-chrétiens et une bibliothèque.

Bureaux en Afrique

▷ Bénin (bureau pour l'Afrique de l'Ouest, sauf Sénégal et Mali)
Fondation Konrad Adenauer
Dr. Holger Dix, Thomas Lütke Entrup
B.P. 01-3304 Recette Principale

Cotonou

Tél. : (229) 30 10 22
Fax : (229) 30 01 42
E-mail : fka@bow.intnet.bj

▷ Ghana

Konrad Adenauer Foundation
Martin J. Wilde
P.O. Box C 1105 Cantonments
Accra-North

Tél. : (233) 21 77 57 45
Fax : (233) 21 77 57 45

▷ Kenya (bureau national et régional)

Konrad Adenauer Foundation
Uda Weber ; Dr. Ingo Scholz (region)
P.O. Box 66471
Nairobi

Tél. : (254) 2 725 957, 718 035
Fax : (254) 2 724 902
E-mail : weber.kas@net2000ke.com

▷ Namibie

Konrad Adenauer Foundation
Dr. Burkhard Dobiey
P.O. Box 11 45
Sanlam Centre, Independence Ave. 154, 8th Floor – Room 805
Windhoek

Tél. : (264) 61 225 568, 232 156/7
Fax : (264) 61 225 678
E-mail : kas@namib.com

▷ Afrique du Sud

Konrad Adenauer Foundation
Dr. Michael Lange
P.O. Box 1383
Houghton 2041 / Johannesburg

Tél. : (27) 11 484 79 40 / 41
Fax : (27) 11 624 40 20 / 787 71 24
E-mail : kas-jng@iafrica.com

▷ Sénégal (pour le Sénégal et le Mali)

Fondation Konrad Adenauer

Anke C. Lerch

c/o Ambassade de RFA

B.P. 2100

Dakar

Tél. : (221) 8 25 30 30

Fax : (221) 8 25 96 46

E-mail : kasdakar@telecom-plus.com

▷ Tanzanie

Konrad Adenauer Foundation

Dr. Ingo Scholz

P.O. Box 6992

Dar es Salaam

Tél. : (255) 51 11 29 09

Fax : (255) 51 11 29 09

E-mail : kaf-dar@twiga.com

▷ Ouganda

Konrad Adenauer Stiftung

Thomas Knirsch

P.O. Box 647

Kampala

Tél. : (256) 41 25 96 11

Fax : (256) 41 25 54 95

E-mail : kaf@imul.com

▷ Zimbabwe

Konrad Adenauer Foundation

Dr. Michael T. Marx

P.O. Box 4325

1, Downie Avenue, Belgravia

Harare

Tél. : (263) 4 733 517, 703 327

Fax : (263) 4 733 517, 703 327

E-mail : kas@samara.co.zw

▷ **Fondation
La Voix de l'Afrique – Pays-Bas****Présentation***Objectifs généraux*

La fondation Stem van Afrika («La Voix de l'Afrique») soutient la formation de base d'Africains, femmes et hommes, travaillant dans le secteur des médias, spécialement dans le secteur de la radio, et en particulier les radios communautaires pour le développement.

Objectifs particuliers

Stem van Africa appuie à la professionnalisation des médias par :

- ▷ des bourses individuelles pour des formations initiales dans des institutions de formation en Afrique ;
- ▷ le financement de programmes de formation de base *in situ* pour le personnel et les intervenants de radios communautaires ;
- ▷ un appui au développement de radios communautaires.

*Budget***Budget général annuel**

- ▷ de l'ordre de 113 000 €. Ce budget provient des intérêts générés par le capital de la fondation.

Montants accordés par projet

- ▷ entre 453 € et 15 882 €.
- ▷ La fondation donne la préférence et limite son soutien à quelques partenaires, plutôt que d'éparpiller son assistance.

Fondation Stem van Afrika**Un appui aux radios communautaires**

Pour la Fondation Stem van Afrika, la radio, en Afrique, est le plus important et le plus adéquat des moyens de communication. Elle est naturellement adaptée à la culture orale africaine et est un moyen moderne de développer cette culture ; elle est accessible à tous, même aux analphabètes, là où les autres moyens de communications et médias ne peuvent parvenir.

Enfin, la radio est au cœur des évolutions politiques en cours (fin des monopoles notamment) et elle a un rôle central à jouer dans les processus de démocratisation.

Dans ce contexte, Stem van Afrika souhaite participer au développement des radios africaines, et plus particulièrement à la création de radios communautaires.

Il n'y a pas de modèle idéal, mais certaines caractéristiques marquent la frontière entre radios communautaires, radios commerciales et « grandes » radios de service public.

Le rôle des radios communautaires est de se centrer sur les priorités déterminées par les communautés, de les renforcer, de les remettre en question, de faciliter le dialogue... avec le souci de permettre et d'encourager la participation des auditeurs, non seulement sur les ondes de la radio elle-même, mais également dans les mécanismes sociaux qui régissent leur société.

Toutes les composantes de la communauté doivent être parties prenantes. Une radio communautaire doit être détenue et contrôlée par l'ensemble de la communauté et non plus seulement par une de ses composantes, fut-elle à caractère religieux.

Les radios appuyées devront être de petite dimension, c'est-à-dire engageant des coûts réduits, pour l'investissement comme le fonctionnement.

Du point de vue des statuts, la préférence de Stem van Afrika va à des projets supportés par des collectifs, par exemple un comité d'ONG locales, dans lequel les Églises sont actives.

Pour pouvoir être appuyées, les radios communautaires devront, outre l'aspect technique, détailler dans leur projet les méthodes mises en œuvre pour faire participer les populations et les former. Les budgets doivent faire apparaître la prise en charge locale des coûts de fonctionnement et les différentes étapes du développement de la station.

Couverture géographique**Zone d'intervention**

- ▷ Toute l'Afrique

**Trois premiers pays appuyés
(de janvier 1998 à août 1999)**

- ▷ Afrique du Sud : 62 500 € ;
- ▷ Nigéria : 41 400 € ;
- ▷ Ghana : 23 200 €.

Bénéficiaires prioritaires

Sont appuyées presque exclusivement les radios communautaires à titre individuel.

Stem van Afrika finance notamment quelques projets présentés par Unda, l'organisation internationale catholique pour la radio et la télévision, ainsi que par la Wacc, World Association for Christian Communication.

Modalités d'intervention ou d'appui**Élaboration et mise en œuvre des programmes**

Les partenaires locaux bénéficiaires sont en charge du montage du projet et en sont eux-mêmes responsables dans la phase opérationnelle.

Pour une appréciation correcte des situations locales et pour une étude professionnelle des demandes, la fondation Stem van Afrika peut s'adresser au bureau de conseil Catholic Media Council ainsi qu'à un réseau de conseillers individuels.

Formation

- ▷ formations de base *in situ* ou en Afrique ;
- ▷ bourses dans des institutions de formation en Afrique ;
- ▷ financement d'équipements dans un but de formation, notamment pour les stations communautaires.

Stem van Afrika : un projet**Media Service Centre, Kaduna, Nigeria**

Le Media Service Centre, situé à Kaduna, dans l'extrême Nord du Nigeria, est une des « success-story » de l'engagement des bailleurs de l'Église dans le secteur des médias en Afrique, en particulier comme support de formation en communication.

Fondé en 1967 pour produire des émissions religieuses radio et TV, le Media Service Centre (MSC) s'est développé en un centre multimédia de production, de diffusion et de formation.

C'est sans doute ce dernier aspect qui retient l'intérêt des bailleurs, d'autant plus que spécialisé dans les secteurs de la radio et de la télévision, MSC est reconnu comme centre régional, accueillant des stagiaires de toute l'Afrique.

En appui aux efforts locaux, plusieurs bailleurs ont participé au financement des constructions et de l'acquisition d'équipements destinés à la formation.

Depuis de nombreuses années, plusieurs programmes de formation de base aux techniques radiophoniques sont sponsorisés par la fondation néerlandaise Stem van Afrika qui met ainsi chaque année à la disposition du MSC un fonds de bourses géré par le bureau exécutif du centre.

Depuis 1998, MSC a augmenté son offre de formation par un certificat en production radio/TV et un post-graduat professionnel donnant accès à un master en « Corporate and Public Communications » reconnu par la Seton Hall University (USA).

Ce développement et la mise en œuvre de ce programme ont été rendus possibles notamment grâce à l'octroi en 1998 d'un fonds de bourses par Missio - Aix-La-Chapelle, géré par le MSC mais en principe soumis à quelques contraintes, notamment l'octroi de bourses partielles et la préférence à donner à des étudiants ayant un engagement dans l'Église et recommandés par un responsable de l'Église.

M. P.

Programmes en cours (1998-1999)**Programmes régionaux**

- ▷ Financement de plusieurs programmes de formation proposés par le Media Service Centre de Kaduna au Nigeria (cf. encadré).

Programme national

- ▷ Financement du programme de formation du personnel, des collaborateurs et intervenants de *Radio Parana* à San au Mali.

Procédures à suivre

Contactez directement la fondation, de préférence par fax ou courrier électronique.

Pour les projets

- ▷ En matière d'appui aux radios communautaires, le nombre de projets financés chaque année est limité à quelques partenaires déjà connus par la fondation : *Radio Progress* et *Radio Tema Manhean* au Ghana, *Radio Seshogo*, *WinterFeld* et *Bush* en Afrique du Sud.

Pour les bourses

- ▷ Se procurer préalablement le formulaire de demande de bourse de la fondation. Toute demande de bourse d'étude ou de stage doit être introduite au moins quatre mois avant le début de la formation et comporter le formulaire rempli avec toutes les informations. Les dossiers incomplets sont écartés.

Bureaux et contacts

Fondation « Stem van Afrika » - « La Voix de l'Afrique »

General Secretary

P.O. Box 134

NL-1400 AC Bussum,

The Netherlands

Fax : (31) 35 693 2356

E-mail : thvdberg@worldonline.nl

▷ **Misereor-
Action contre la faim et
la maladie dans le monde-
Allemagne**

Présentation

Misereor (Aktion gegen Hunger und Krankheit in der Welt) oeuvre avec un mandat de l'Église catholique d'Allemagne, par laquelle elle a été fondée en 1958.

Objectifs généraux

Organisme de développement, Misereor veut susciter et contribuer à l'auto-promotion des populations et à améliorer durablement leurs conditions de vie. Elle agit notamment avec le souci de contribuer à la dignité humaine des groupes marginalisés : femmes, enfants au travail, populations rurales, victimes de persécutions politiques, victimes de la faim, de la maladie, de toutes formes de pauvreté et de souffrance.

Son action vise aussi à promouvoir la justice, la liberté, la réconciliation et la paix dans le monde.

Objectifs particuliers

Le secteur des médias n'est pas un domaine spécifique dans l'action de Misereor. Néanmoins certains médias, en particulier ceux appartenant à l'Église dans les pays d'intervention de Misereor, peuvent être aidés. Ils doivent alors s'intégrer dans les objectifs poursuivis par l'organisation (cf. ci-dessus) ou oeuvrer en appui de projets soutenus par Misereor dans les secteurs de l'éducation, de la santé et du développement.

Budget**Montant annuel alloué en faveur des médias**

- ▷ Environ 166 millions €, partagés entre quelque 2800 projets.
- ▷ En 1998, 682 projets ont été financés en Afrique pour un montant total de 46 millions €. Il n'existe pas de budget spécifique pour les médias sans que l'on dispose d'informations précises sur les montants attribués au secteur des médias en Afrique, il semblerait qu'environ 3 % de cette aide soient affectés à des projets relevant des médias et de la communication.

Source des fonds

- ▷ Collecte parmi les catholiques allemands notamment lors de l'Action de Carême ; contribution de l'Église allemande ; fonds publics de l'État allemand à travers la «Katholische Zentralstelle für Entwicklungshilfe e.V.».

Couverture géographique**Zone d'intervention**

- ▷ Tous pays d'Afrique.

Trois premiers pays appuyés en Afrique (tous secteurs)

- ▷ Kenya : 4,7 M € ;
- ▷ Tanzanie : 4,2 M € ;
- ▷ Afrique du Sud : 3,7 M €.

Autres zones d'intervention

- ▷ Proche et Moyen Orient.

Bénéficiaires prioritaires

L'aide doit bénéficier à tous ceux qui souffrent, indépendamment de leur race, de leur sexe, de leur religion ou de leur nationalité.

Modalités d'intervention ou d'appui**Processus d'élaboration et d'exécution des programmes**

- ▷ Ce sont les partenaires locaux et les responsables des projets qui initient les projets et les suivent.

Formations

- ▷ Les actions portent notamment sur la formation *in situ*, et sur des bourses et stages, mais de préférence en faisant appel aux structures implantées sur le continent africain.

Aide technique, études, expertises

- ▷ Misereor peut apporter aux bénéficiaires une expertise et une assistance technique, y compris par l'envoi de personnes ressources en collaboration avec l'Arbeitsgemeinschaft für Entwicklungshilfe e.V. (AGEH).
- ▷ Misereor peut également contribuer au financement de réseaux d'échanges, d'équipements et de productions.

Procédures

Ecrire directement à Misereor, qui peut fournir un Guide pour la présentation d'un projet (Guidelines for Project Applications).

Bureaux et contacts

- ▷ Internet : www.misereor.de

Misereor
Mozartstrasse 14
D-52064 Aachen,
Allemagne

Tél. : (49) 241 44 20

Fax : (49) 241 44 21 88

Email : postmaster@misereor.de

▷ **Missio –
Oeuvre missionnaire
internationale catholique –
Allemagne**

Présentation

Missio (Internationales Katholishes Missionwerk e. V.) est l'organisme officiel de l'Église catholique d'Allemagne en faveur des missions et des « jeunes » Églises en Afrique, Asie et Océanie. Depuis sa création en 1822 en France, Missio est resté fidèle à une inspiration laïque au sein de l'Église qui veut contribuer à « *l'œuvre pontificale pour la propagation de la foi* » dans le monde.

▷ **Objectifs généraux**

Au titre du soutien du travail pastoral des Églises africaines, asiatiques et d'Océanie, Missio finance quelques 5000 projets par an dans des domaines très variés : formation générale et continue de personnes (prêtres, religieux, catéchistes, laïcs) au service de l'Église, avec préférence pour des études et formation *in situ* ; programmes et sessions sur l'évangélisation, l'inculturation (adaptation de la foi dans un contexte culturel), la pastorale, la catéchèse, le dialogue inter-religieux, la Bible, les médias.

Elle apporte des soutiens techniques aux médias écrits et audiovisuels d'églises, véhicules, appareillages techniques, ameublement ; constructions ; aides aux réfugiés ; etc.

Objectifs particuliers

C'est au titre de sa solidarité missionnaire avec les «jeunes» Églises et les Églises «locales» que Missio alloue des subventions pour des activités dans le secteurs de la presse et des médias appartenant à ces Églises, par exemple :

- ▷ aide à des journaux, publications et agences de presse ; financement d'équipement et de fonds de roulement, notamment pour réduire les coûts de production et le prix de vente des publications ; appui au renforcement des structures humaines et techniques, du réseau de correspondants, des moyens de diffusion, etc.
- ▷ financement d'équipements de production : pour des imprimeries ; des stations de radios ; des centres audiovisuels dont des centres de production d'émissions et de programmes radio et télévision ;
- ▷ sponsoring de programmes, d'émissions, etc.
- ▷ financement de sessions de formation et de bourses pour journalistes et personnels de ces médias ;
- ▷ soutien à des maisons d'éditions, financement de livres.

Budget

Appui à des projets de médias et de communication (1998)

- ▷ 1,23 millions €.

Fourchette des montants financés (1998)

- ▷ entre 500 € et 45 000 € voire plus.

Pour l'année 1998, sur un total d'environ 47 millions € alloués à plus de 5000 projets, un montant de 2,25 M€ a été attribué à plus de 550 projets dans le secteur des médias et de la communication en Afrique, Asie et Océanie.

Couverture géographique

Missio soutient le travail de l'Église catholique en Afrique, Asie (y compris Proche et Moyen Orient) et Océanie sans cibler particulièrement aucune région ni pays.

Si l'on considère les montants accordés, l'ordre de priorité de l'aide accordée par Missio est la suivante :

Afrique : 62% ; Asie et Océanie : 38 %.

Bénéficiaires prioritaires

Les subventions sont accordées à des œuvres et entreprises d'Église. Aussi la part allouée à des projets dans le secteur de la communication et des médias l'est au bénéfice de médias œcuméniques, et donc de médias privés et à titre individuel.

Presse écrite, radio, télévision, agences de presse

Aucun secteur n'est *a priori* exclu.

Des organisations professionnelles de journalistes appartenant à l'Église ou en relation avec des structures de l'Église peuvent présenter des demandes d'aide et des projets. Ainsi en Afrique les associations nationales et régionales des Organisations internationales catholiques pour les médias que sont l'UCIP (Union catholique internationale de presse), Unda (organisation internationale catholique pour la radio et la télévision) et l'OCIC (Office catholique international pour le cinéma et l'audiovisuel) ainsi que les bureaux nationaux et régionaux des Conférences des évêques.

Modalités d'intervention ou d'appui**Formation**

- ▷ financement de sessions de formation – initiation, spécialisation – organisées *in situ* à l'initiative de partenaires et institutions locales ;
- ▷ financement de centres de formation, d'écoles de journalisme et de départements universitaires en communication : soutien direct au fonctionnement de ces institutions ou octroi de bourses (fonds de bourses et/ou octroi de bourses individuelles) ;

- ▷ attribution de bourses d'études en journalisme et communication dans des institutions de formation en Afrique et hors du continent (Europe, Amérique du Nord, etc.) si une formation équivalente dans le pays ou le continent d'origine n'est pas possible.

Financement d'équipements

Subvention de tout type d'équipement, dans la mesure où ils sont requis pour la réalisation des activités des partenaires.

Si nécessaire, en particulier si l'équipement n'est pas disponible sur le marché local ou s'il est trop cher, Missio ou le partenaire peuvent solliciter l'aide d'une agence de procurement de l'Église d'Allemagne basée à Aix-La-Chapelle – Begeca – qui peut faciliter l'achat ou organiser l'importation d'équipements.

Appui institutionnel ou appui aux activités

Préférence est donnée à des financements ponctuels (activités, productions, équipements) plutôt que sur le long terme. Dans ce sens, Missio ne finance pas les frais de fonctionnement ni les salaires.

L'action de Missio vise à appuyer les efforts des «Églises locales» pour obtenir leur indépendance financière.

Certains projets, tel l'appui à des programmes de formation ou d'assistance à des journaux, imprimeries, s'inscrivent dans une certaine durée, et sont soutenus pendant plusieurs années. Néanmoins, même dans ce cas, il est demandé au partenaire de présenter chaque année un rapport d'activité et financier de l'année écoulée ainsi qu'un budget réactualisé.

Les projets dans le secteur des médias et de la communication sont habituellement présentés pour évaluation et expertise à un bureau d'études et de conseil, le Catholic Media Council (Cameco) à Aix-La-Chapelle, qui le cas échéant à la demande du partenaire ou du bailleur peut organiser une mission d'évaluation ou d'assistance.

- ▷ Mise à disposition de documentations
Missio publie un mensuel (*Missio Aktuel*) et d'autres publications, à destination du public allemand dans le but de l'informer de ses activités, et de la sensibiliser sur les questions du développement.

Exemples de projets en cours (1998-1999)

Régionaux

- ▷ En Afrique de l'Ouest, à l'initiative de la commission régionale des communications sociales de la conférence épiscopale de l'Afrique de l'Ouest, cofinancement d'une session de formation aux Nouvelles technologies de l'information et de la communication pendant deux semaines à Bobo-Dioulasso (Burkina Faso) en juillet 1999 au bénéfice d'une quarantaine de personnes de radios et de centres audiovisuels catholiques de la région (Bénin, Burkina Faso, Niger, Sénégal, Guinée);
- ▷ appui à un programme de formation en radio et télévision au Media Service Centre de Kaduna, Nigéria.

Nationaux

- ▷ prise en charge depuis 1996 des frais de production de *Challenge*, mensuel œcuménique en Afrique du Sud.

Procédures

Pour les projets

Les demandes de subsides doivent être adressées directement par écrit au siège de Missio. Elles peuvent être présentées à n'importe quel moment de l'année. Le comité compétent pour l'allocation des fonds se réunit une fois par mois. Mais les demandes doivent être présentées à temps : prévoir au moins trois mois – il vaut mieux compter un délai de 6 mois – avant la réalisation du projet ou le début d'une session ou d'études.

Chaque demande devrait absolument contenir les informations suivantes :

- ▷ courte présentation du demandeur ;
- ▷ exposé de la situation générale ;
- ▷ description détaillée du projet ;
- ▷ but du projet et résultats attendus ;
- ▷ détails du coût du projet (dans la monnaie du pays et si possible dans une monnaie internationale).
- ▷ plan de financement (coût total, participation locale ; contributions demandées ou reçues d'autres organismes – le silence sur une participation extérieure est un motif de refus) ;
- ▷ recommandations par une autorité de l'Église : évêque local ou évêque compétent au niveau de la Conférence épiscopale catholique nationale (dans le cas d'un projet dans le secteur des médias il s'agit habituellement du président de la Commission nationale ou régionale chargée de la communication). Une demande introduite sans une telle recommandation ne peut pas être prise en considération.
- ▷ annexes requises selon le projet : plans de constructions, factures pro forma pour des équipements ; devis de prestataires de services, etc.

Missio ne finance pas :

- ▷ les salaires et frais de fonctionnement ;
- ▷ la constitution de fonds ;
- ▷ l'attribution de prêts ;
- ▷ l'amortissement et le règlement de dettes.

Les projets dans le secteur des médias sont habituellement soumis pour étude et expertise professionnelle auprès du Catholic Media Council.

Pour les bourses

Même type de démarche : les demandes sont à introduire par écrit au siège de Missio ; au moins trois mois avant le début des études.

Les informations spécifiques à présenter pour des bourses d'études en journalisme et communication, sont les suivantes :

- ▷ curriculum vitae du candidat, mentionnant le cas échéant sa formation et son expérience antérieures dans le domaine ;

- ▷ lieu de la formation (présentation du programme, de la durée, des frais, lettre d'admission) et raisons motivant le choix de ce lieu de formation. Préférence doit être donnée à un centre de formation dans le pays, la région ou le continent, s'il en existe dans ce secteur ;
- ▷ présentation du travail futur du candidat ; il est souhaitable qu'avant le début des études, et déjà au moment de la demande de bourse, il y ait un contrat entre le candidat et l'institution ou l'autorité qui l'envoie en formation, stipulant qu'à la fin de ses études, le candidat sera employé et travaillera dans le secteur des médias et de la communication ;
- ▷ budget complet de la formation et plan de financement, incluant une « contribution locale » ; en principe les frais de voyage et l'argent de poche devraient être au moins proposés comme apport local ;
- ▷ recommandation d'une autorité de l'Église locale (habituellement l'évêque du diocèse). Les demandes individuelles sans relation avec une structure ou œuvre d'Église ne sont pas prises en compte.

Modalités de financements

Budgets annuels

Dans le cas de projets ponctuels (équipement, sessions de formation ou bourse, etc.), un budget spécifique doit être présenté, incluant une « contribution locale » (au moins 25%) même s'il s'agit d'une participation en nature ou sous forme de travail.

Pour des programmes d'activités (programme de formation, aide à la presse, etc.) même sur plusieurs années, un budget annuel est souhaitable, incluant toujours une « contribution locale ».

Délai d'obtention du financement

Compter au moins de trois à six mois pour une décision, lorsque le dossier est complet. Toute indication et information manquantes sont cause de retard.

Missio : un projet**Le journal *Kinyamateka*, Rwanda**

Créé en 1933, l'hebdomadaire *Kinyamateka* appartient à l'Eglise catholique du Rwanda. Ce journal cultive une tradition d'indépendance et de libre expression tant par rapport à ses propriétaires qu'envers les pouvoirs en place, au risque de menaces et de tracasseries. Mais l'histoire de *Kinyamateka* est aussi celle de difficultés financières récurrentes.

Dans les années 80, des efforts financiers considérables de l'ordre de plus d'un demi million d'euros furent consentis par un consortium de bailleurs de l'Eglise catholique pour établir une imprimerie. Ce projet avait un double objectif : produire le journal à un moindre coût et soutenir la presse catholique du Rwanda.

Dès 1985, la nouvelle imprimerie parvenait à dégager un bénéfice réparti entre les publications de l'Eglise.

Les événements de 1994 ont brisé cet élan. Tout sera à reconstruire. Dès 1994, l'achat de consommables (papier, encre, films etc.) était subventionné pour que le journal puisse reparaître. De 1996 à 1998, *Kinyamateka* demandait et obtenait une subvention pour couvrir les frais d'impression et les salaires de l'équipe du journal permettant ainsi de réduire le prix de vente. Cette action a aussi permis de distribuer chaque semaine, gratuitement, 10 000 exemplaires du journal parmi les réfugiés et déplacés.

Mais un appui de cette nature et de cette envergure n'est pas sans induire des dysfonctionnements graves à terme. D'un côté, la direction du journal fonctionnait avec une impression de santé financière ; celle-ci était en fait artificielle et masquait de graves déséquilibres. Du côté du public, habitué depuis plusieurs années à recevoir un journal gratuitement ou à un prix très bas, les lecteurs n'envisagent plus de l'acheter. Aujourd'hui une négociation est en cours entre les responsables du journal et d'autres bailleurs dont Missio pour l'obtention d'une nouvelle aide qui permettrait à *Kinyamateka* de maintenir une diffusion de 8 000 exemplaires, pour une part vendus à un prix subventionné et pour une autre part distribués gratuitement.

M. P.

Si la décision est positive, le responsable/demandeur du projet reçoit une lettre d'octroi. Les modalités de paiement jointes à cette lettre représentent un contrat entre Missio et le responsable du projet. La signature de ce formulaire signifie acceptation des termes du contrat.

Bureaux et contacts

▷ Missio Aachen – Internationales

Katholisches Missionswerk e.V

Adresse physique : Goethestrasse 43, 52061 Aachen

Adresse postale : Postfach 1110, D-52012 Aachen, Allemagne

Tél. : 49 (0)241 75 07 00

Fax : 49 (0)241 75 073 508

E-mail : ausland@missio-aachen.de▷ Web : www.missio-aachen.de

▷ Missio München – Internationales

Katholisches Missionswerk e.V, Ludwig Missionsverein

Adresse physique : Pettenkoferstrasse 26 – 80336 München
Allemagne

Tél. : (49) 89 516 20

Fax : (49) 89 516 23 35

E-mail : missio@missio-muc.de▷ Web : www.muenchen.missio.de

▷ Chapitre IV

**Points de vue
et témoignages**

Le marché international du film et de la télévision : Sithengi (Afrique du Sud) *Le rendez-vous des professionnels du cinéma et de la télévision*

Richard Ishmail est directeur du Sithengi, organisé chaque année au Cap depuis 1996. Ce rendez-vous des professionnels du cinéma et de la télévision est pour l'instant la seule manifestation du genre en Afrique. Avec une particularité : Sithengi est majoritairement financé sur fonds sud-africains.

► Quel est l'objectif du Sithengi ?

Nous avons débuté comme une organisation centrée sur l'Afrique australe. Mais nous nous sommes rendus compte qu'en matière de cinéma et de télévision, on doit réfléchir à une échelle internationale. Nous nous concentrons sur l'audiovisuel mais abordons aussi le multimédia. Enfin, nous essayons de promouvoir la vente ou les échanges de productions africaines en gardant à l'esprit que les bénéfices doivent être réinvestis dans l'industrie du film en Afrique australe et en Afrique en général, pour parvenir à mettre en place des structures de production viables.

► Comment se déroule le Sithengi ?

Nous recevons mille représentants chaque année. La moitié sont africains. Les autres viennent de pays occidentaux. Il s'agit le plus souvent de représentants de chaînes de télévision, de producteurs, de distributeurs ou de cinéastes. Le marché du Cap comporte plusieurs volets. Le plus important, c'est bien sûr le marché où s'échangent des programmes télévisés. Mais il y a également le marché de la coproduction où nous essayons de trouver des financements pour des productions africaines. Durant une semaine, d'autres activités, de type colloques ou séminaires se tiennent dans le cadre de la manifestation.

► Comment avez-vous pu lancer un tel projet ?

Notre principal promoteur a d'abord été la télévision sud-africaine (SABC) avec une organisation non gouvernementale locale. C'est d'ailleurs dans les bureaux de la SABC que nous travaillons toujours. Mais nous avons également le soutien du gouvernement sud-africain et des autres télé-

visions sud-africaines, de même que celui de certaines entreprises nationales et enfin celui d'organisations philanthropiques, comme les fondations américaines Rockefeller et Ford

► **Combien coûte l'organisation d'un tel événement ?**

Pour l'édition 1999, le budget s'élève à environ 6,5 millions de Rand, soit environ 1 million de dollars US.

► **Le financement est donc majoritairement sud-africain ?**

Nous cherchons à élargir la base de notre financement à d'autres, par exemple l'Union européenne avec laquelle nous sommes en négociation. Mais nous pensons que nous devons d'abord avoir une base solide. Nous songeons également à d'autres moyens de nous autofinancer. Nous imaginons par exemple des collaborations dans le domaine de la publicité, tout en faisant la promotion de l'Afrique australe, afin de soutenir financièrement le type de travail que nous faisons. Cela ne peut que nous rendre plus attractifs pour d'éventuels investisseurs en encourageant par là même occasion notre autonomie culturelle.

► **N'est-ce pas aussi parce vous souhaitez garder votre liberté d'action dans un marché où l'Afrique est dominée par le cinéma et les programmes télévisés occidentaux ?**

Oui. Je crois qu'il est important que nous puissions décider de la manière dont nous voulons développer notre expression culturelle et, plus largement que nous parvenions autant que possible à maîtriser les termes de l'échange.

► **Comment voyez vous l'évolution du Sithengi ?**

Il y a eu d'importants changements depuis les débuts. La première édition a été consacrée principalement à la télévision. Mais au fil des ans, d'autres événements s'y sont greffés. Par exemple, un concours destiné aux jeunes talents. Ensuite, en 1999, nous avons lancé la semaine du cinéma du Cap, un festival de films africains et sud-africains. Nous explorons aussi d'autres projets comme la promotion de l'Afrique du Sud comme lieu de tournage. Nous attendons également beaucoup du développement de l'Internet.

Propos recueillis par C. C.

Observatoire de la déontologie et de l'éthique dans les médias (Bénin)

La nécessité d'une plus grande concertation

Élu fin 1999 président de l'Odem, Jérôme Badou est aussi directeur de l'agence Proximités, (membre de l'Agence Syfia au Bénin et organisatrice de sessions de formation). Il est enfin l'un des fondateurs de l'Union des journalistes de la presse privée du Bénin (UJPB). À ces divers titres, il a une longue expérience de l'appui des bailleurs de fonds à la presse béninoise. Il en critique certains aspects.

► **L'appui extérieur dont bénéficie la presse vous semble-t-il adapté ?**

En général c'est sous forme de séminaires de formation destinés aux journalistes que nous bénéficions de cette assistance. Honnêtement, je pense que ce n'est pas une bonne chose. Quand vous formez des journalistes, ce doit être sur le terrain. Il y a bien eu une intervention de la coopération française, en 1993, qui portait sur l'information régionale. C'est en fait l'UJPB qui était l'opérateur de cette session de formation. Pour la première fois les journalistes, qui ne bougent généralement pas beaucoup de Cotonou, se sont retrouvés en dehors de la capitale économique et surtout, ils ont fait des reportages. Mais c'est plutôt l'exception. Il semble que chez les bailleurs de fonds, la formule qu'on privilégie soit celle du séminaire.

► **On parle parfois d'une suroffre en matière d'aide à la presse. Qu'en pensez-vous ?**

C'est vrai. En fait, il n'y a pas assez de concertation entre les bailleurs. Leurs actions se font trop souvent en désordre. Il y a certes des efforts de coordination en amont. Mais sur le terrain, ce n'est pas encore perceptible. Il est clair que certains expriment ce souhait de coordination. Toutefois ce n'est pas toujours facile parce que chaque bailleur a sa stratégie. J'ai vu passer ici un séminaire de la Banque mondiale sur la bonne gouvernance. Ce qui me frappe, c'est que plusieurs rencontres sur le même thème ont déjà été organisées, et à plusieurs reprises... Il faut savoir aussi qu'il y a désormais au Bénin une aide de l'État à la presse privée, qui représente 300 millions de francs CFA. Or, il arrive fréquemment que des séminaires organisés avec le soutien des pouvoirs publics se fassent sur le même sujet que ceux financés par les bailleurs de fonds, à quelques semaines d'intervalle. Il n'y a donc pas non plus de coordination entre les bailleurs et l'État béninois.

Propos recueillis par C.C.

Le Messenger (Cameroun)

Expertise et analyse conjointe des besoins

Figure de la presse indépendante en Afrique subsaharienne, Pius Njawe connaît bien les rouages de la coopération occidentale en matière de médias. Toutefois, il a surtout bénéficié du soutien d'organisations non gouvernementales, telles que Reporters sans frontières, l'AMJ ou l'UIJPLF.

► Comment jugez-vous les dispositifs actuels d'aide à la presse ?

Cette aide est utile pour nos journaux qui évoluent dans des conditions économiques extrêmement difficiles. Et n'eut été ces aides, beaucoup seraient déjà morts. Il faut seulement rationaliser ce soutien. Pendant plusieurs années, la plupart des financements allaient aux séminaires de formation. En réalité, ce sont des foires aux discours où l'on parle pendant trois quatre jours et après lesquels les journalistes retrouvaient leur misère quotidienne. Plus pragmatiques, les coopérations nordiques ont financé un certain nombre de journaux à travers l'Union des journalistes d'Afrique de l'ouest (UJAO). C'est une bonne chose. D'une manière générale, il faut aussi que les bailleurs de fonds donnent les mêmes chances à tout le monde, ce qui n'est pas toujours le cas.

► Quelles sont vos attentes en la matière ?

D'abord une expertise sérieuse. Le bailleur de fonds et l'entreprise de presse doivent évaluer ensemble quels sont les besoins réels. Parce que ceux-ci sont spécifiques à chaque entreprise. Quand une telle évaluation a été faite, alors on peut fixer des priorités. Entreprise par entreprise.

► Est-ce à dire qu'il faut bannir totalement les aides collectives à la presse ?

Pas forcément. Nous avons créé une Union des éditeurs de presse d'Afrique centrale. On peut imaginer que, dans le cadre de cette organisation, les bailleurs de fonds fournissent un appui global, qui bénéficie à la fois à la presse du Cameroun, à celle de Centrafrique ou du Tchad, par exemple. C'est justement l'objectif du projet que nous montons en ce moment : distribuer les journaux à grande échelle et mon-

ter une centrale d'achat, pour acheter, à moindre coût, du papier et de l'encre. Nous devons nous inspirer des journaux nord-américains qui se regroupent pour assurer avec une structure commune la fabrication et la distribution des journaux.

Propos recueillis par C. C.

Fraternité Matin (Côte d'Ivoire) **Une logique de coopération plutôt que d'offre**

Pour Ibrahim Sy Savané – directeur des affaires commerciales et des études au groupe de presse gouvernemental Fraternité Matin, en Côte d'Ivoire – les formations proposées par les bailleurs de fonds ne mettent pas suffisamment l'accent sur la gestion des entreprises de presse.

► **Quel est votre constat en matière de formation dans la presse ?**

Jusqu'à maintenant, l'essentiel des séminaires de formation a consisté à réunir des journalistes pour les former à l'écriture ou leur parler de déontologie. C'est très bien. Mais il faut qu'on essaye aussi de former à la gestion d'une entreprise de presse, qu'on explique les notions de coûts, de rentabilité, d'équilibre financier, de publicité, de marketing, de développement des ventes, d'anticipation sur les attentes des lecteurs, etc. Cela me paraît indispensable. Il ne faut pas croire qu'un journal est un simple produit culturel qui n'a pas de rentabilité, comme un monument sur un carrefour. Il est vrai qu'on ne peut être dans une logique marchande totale. Mais il faut apprendre à gérer. Et ce n'est pas encore tout à fait le cas en Afrique.

► **Y a-t-il une évolution du côté des donateurs ?**

Oui. Récemment le Centre culturel américain d'Abidjan a organisé un séminaire dans ce sens. En 1999, l'Agence intergouvernementale de la francophonie a également fait un pas dans cette direction avec une rencontre sur les questions de gestion qui a eu lieu au Bénin. Mais la prise de conscience est encore trop timide. En fait, je crois qu'il y a un problème de formulation des besoins.

► **Vous voulez dire que les bailleurs ne tiennent pas suffisamment compte des attentes des professionnels africains ?**

Pas seulement. Il s'agit d'abord de nous-mêmes, responsables de publications. C'est à nous d'exprimer nos besoins. Il ne faut pas se contenter de l'offre de formation. Qui doit formuler les demandes sinon les destinataires de cette aide ?

Propos recueillis par C. C.

Nordic - SADC - journalism Center (Mozambique) **La pérennité des centres de formation**

La Nordic School of Journalism de Maputo a été créée en 1993. Son directeur fait le point sur ce centre de formation aux métiers de la presse et sur sa viabilité à long terme, compte tenu de sa dépendance à l'égard des financements extérieurs, presque exclusivement des pays nordiques.

► **Comment fonctionne le NSJC ?**

Nous opérons sur douze pays de la région. Si notre siège est à Maputo, c'est parce que le projet a commencé par une coopération entre le Danemark et le Mozambique. Notre équipe permanente au siège est assez restreinte : dix personnes dont quatre professionnels des médias. Nous nous appuyons largement sur nos partenaires de la région. Une partie de la formation se passe à Maputo, mais nous organisons aussi des sessions dans les autres pays d'Afrique australe. En tout, depuis 1993, nous avons formé environ 1500 personnes.

► **Comment sont financées vos activités ?**

La plus grande part de nos fonds provient de Danida, mais d'autres institutions de pays scandinaves, comme Finnida et Norad participent également au financement de l'école. Notre budget s'élève à environ 2,6 millions de dollars US sur trois ans, soit environ 800 000 dollars US annuellement. C'est peu, rapporté à l'ensemble des sommes déversées par les bailleurs de fonds dans la région.

► **Votre existence est donc largement liée aux financements extérieurs. Pour parler clairement que se passerait-il s'ils cessaient ?**

Nous pensons que ce que nous faisons est suffisamment important pour que les bailleurs de fonds continuent à nous aider. C'est vrai que dans l'absolu leur contribution peut s'arrêter du jour au lendemain. Mais à l'heure actuelle, nos activités, qui tournent beaucoup autour de questions comme la gouvernance ou la bonne gestion, font que nous sommes sur la même longueur d'onde avec nos bailleurs de fonds. Il n'en reste pas moins que nous générons des fonds propres, puisque certains participants payent pour les cours dont ils bénéficient.

Propos recueillis par C.C.

National Broadcasting Commission (Nigéria) *L'évolution des médias au Nigéria*

Le Dr Tom Adaba est le président sortant de la National Broadcasting Commission, organe de régulation des médias au Nigeria. Il a également présidé, de 1988 à 1992 le Conseil africain pour la communication et l'éducation, basé à Nairobi.

► Votre pays a élu librement en 1999 son président après des années de dictature militaire. Cette évolution concerne directement le secteur de la presse. Quel rôle peuvent jouer les bailleurs de fonds dans ce domaine ?

En tant que journalistes, nous avons la responsabilité de faire vivre ce nouvel espace de liberté. Mais sur trente huit années depuis l'indépendance, le Nigeria n'a été dirigé par un pouvoir librement élu que pendant une décennie. Il faudra donc du temps pour sortir des habitudes des régimes militaires, y compris dans le domaine des médias. Nous avons besoin de formation et de remise à niveau.

► Le Nigeria dispose cependant de nombreuses universités et écoles de journalisme.

Il est vrai que nous sommes dotés de nombreuses filières de formation. Mais, à mon avis, ceux-là mêmes qui forment les plus jeunes ont besoin d'une remise à niveau, parce qu'ils ont vécu et travaillé trop longtemps dans le cadre du système militaire. Ils ont besoin de perdre les habitudes acquises pendant les années de dictature. Ce sont des domaines où des pays ayant des moyens techniques plus développés que les nôtres peuvent jouer un rôle.

► Le Nigeria est, comme d'autres pays africains, inondé d'images venues d'Occident. N'y a-t-il pas un effort à faire de la part des bailleurs de fonds pour contribuer au développement de la production locale ?

La National Broadcasting Commission a imposé que chaque station diffuse 60% de programmes produits localement. En dehors de ces quotas, il faut encourager les producteurs indépendants à fabriquer des programmes locaux, qui correspondent aux attentes du public. La Fondation Ford travaille à la création d'écoles de formation pour l'Association des producteurs indépendants du Nigeria (IPAN). A mon avis, c'est un domaine vers lequel les bailleurs de fonds devraient se tourner davantage.

Propos recueillis par C. C.

***The Financial Gazette, (Zimbabwe)
Difficultés de la presse indépendante du Zimbabwe***

Elias Rusike, directeur exécutif de l'hebdomadaire The Financial Gazette, l'un des titres les plus respectés de la presse indépendante zimbabwéenne. Il n'a jamais réussi à obtenir le moindre appui étranger, principalement en raison du contrôle étroit du gouvernement sur l'aide extérieure. Il connaît des difficultés financières, en partie dues aux pressions du pouvoir qui n'apprécie guère sa liberté de ton.

► Pour quelles raisons, selon vous, les bailleurs de fonds refusent-ils de vous soutenir ?

Certains diplomates nous ont avoué qu'ils ne souhaitent pas être accusés de soutenir la presse indépendante. C'est en tous cas ce qu'ils disaient il y a quelques années. Mon sentiment reste que les médias indépendants sont mal traités par les pays donateurs. Nous trouvons que les bailleurs de fonds ont une attitude contradictoire, au Zimbabwe en tout cas : d'un côté, ils nous tapent dans le dos en nous disant que nous faisons un travail merveilleux en tant que journal indépendant, et ils savent que nous travaillons dans des conditions très difficiles. De l'autre, ils ne sont pas prêts à soutenir les médias privés, en particulier les journaux appartenant à des nationaux. À moins d'avoir une solide base financière, aucune publication ne peut tenir le coup, car nous opérons dans un environnement juridique fortement répressif.

► Selon vous leur attitude est-elle la même avec tous les médias ?

La majeure partie de l'aide étrangère au Zimbabwe passe par le gouvernement. L'Unesco, par exemple, opère avec le ministère de l'Éducation et celui de l'Information. Et, à l'évidence, ces deux structures soutiennent les publications du groupe Zimpapers, qui appartient à l'Etat.

► Si vous pouviez bénéficier de leur appui, qu'attendriez-vous des donateurs occidentaux ?

En juin 1999, j'assistais à Zurich à une conférence de l'Association mondiale des journaux. Durant cette réunion, on

nous a dit que les bailleurs de fonds soutenaient les pays de l'Est dans la mise en place d'une presse indépendante. Il leur donnent de l'argent pour renforcer les journaux, les aider à développer des infrastructures, former les journalistes, notamment dans le management et le marketing. C'est le genre de soutien que nous attendons.

Propos recueillis par C. C.