



Les études du réseau ParMA

Les maisons de la presse africaines

Quel appui des bailleurs de fonds ?

Étude coordonnée par Anne Perrin

GRET

Remerciements

Cette étude n'aurait pu être réalisée sans l'appui et la collaboration de Cyprien Ndikumana, au Burundi ; de Tiégoum Boubeye Maïga, au Mali ; et de John Zodzi, au Togo. Ces correspondants, éminents professionnels des médias, ont organisé et accompagné les missions sur place de Anne Perrin (au Mali et Togo) et Michel Philippart (au Burundi).

... Ni sans l'accueil et la disponibilité des représentants et membres des maisons de la presse à Bujumbura, Bamako et Lomé.

Nous tenons ici à les remercier.

Sommaire

5	Introduction
	Première partie HISTORIQUES, OBJECTIFS ET MODES DE FONCTIONNEMENT DES MAISONS DE LA PRESSE
9	Apparition des maisons de la presse (MP) en Afrique : des objectifs communs, des histoires différentes
9	Création de maisons de la presse à l'instigation de journalistes et professionnels des médias : le rôle des associations de journalistes
12	Les maisons de la presse apparues avec une forte impulsion extérieure (bailleurs de fonds, opérateurs du Nord)
15	Les objectifs des maisons de la presse : tableau récapitulatif
17	Points communs et différences entre les objectifs des MP étudiées
19	Analyse institutionnelle
19	Profils institutionnels par l'analyse des textes : tableau synthétique
19	Des structures aux personnalités propres
23	Financement des maisons de la presse
23	Modes de financement
24	L'autonomie financière
	Deuxième partie ACTIVITÉS ET IMPACT DES MAISONS DE LA PRESSE
27	Une activité dominante : la formation
27	Une formation le plus souvent ponctuelle : séminaires et sessions de formation continue
29	Une amélioration du professionnalisme malgré un fort manque de continuité
29	Organisation de la profession et rapport à l'État
29	Les MP, acteurs à part entière de la structuration du secteur
32	Une profession plus soudée, qui se mobilise pour obtenir et défendre ses droits
34	Le cas du Burundi : retour sur le rôle et l'impact d'une MP en situation de conflit
34	Accès à l'information et appui matériel
34	Des activités vitales pour les secteurs médiatiques
38	Un fort impact sur la viabilité économique des médias privés
40	Autres services
40	Les formations informatiques, une diversification lucrative des activités
40	Organisation de conférences et séminaires
40	Restauration

Troisième partie L'APPUI DES BAILLEURS DE FONDS AUX MAISONS DE LA PRESSE

43	Bref rappel historique et état des lieux de l'appui
43	Le GIPC du Ghana, une émanation de l'association de journalistes
43	La Maison de la presse de Bamako, le rôle moteur de Panos
45	La maison du journalisme de Lomé, le rôle de la mission française de coopération
45	La Maison de la presse de Bujumbura, une initiative inspirée par l'Unesco
47	Typologie des appuis et modes d'intervention
47	Les appuis par programmes
50	Les appuis ponctuels
50	Les acteurs non spécialisés
50	Et les États ?
51	Enseignements
51	Une multiplicité d'acteurs mais peu de synergies et des besoins non satisfaits
52	Déficit de suivi-évaluation, d'évaluation et de contrôle
53	La mise en réseau, des tentatives peu concluantes
55	Dans chaque cas un promoteur ou un appui externe déterminant
56	Le mirage de l'autofinancement
57	Recommandations aux bailleurs de fonds
57	Poursuivre l'appui aux maisons de la presse
58	Apporter des appuis structurels dans la durée, tout en assortissant l'appui financier d'un suivi plus rigoureux
58	Apporter des appuis techniques et méthodologiques et favoriser les échanges entre MP
59	Coordonner les interventions extérieures
61	Conclusion
63	Annexes
65	Annexe 1 - Termes de référence
71	Annexe 2 - Tableau récapitulatif : les maisons de la presse
77	Annexe 3 - Budget des MP étudiées
79	Annexe 4 - Les difficultés du forum : pourquoi ?

INTRODUCTION

Les « maisons de la presse » : un concept apparu en Afrique de l'Ouest en 1993

Dans la plupart des pays d'Afrique de l'Ouest, l'ouverture au pluralisme, au début des années quatre-vingt dix a entraîné de profonds bouleversements pour le journalisme. Sont apparus de nombreux médias privés, concurrents de médias public jusqu'alors seuls en lice. Dans le même temps, de nouveaux « journalistes », plus ou moins formés, ont fait leur apparition. Outre la mise en place de systèmes de régulation de la profession, l'offre de cadres de rencontre, de formation et de documentation est devenue indispensable.

C'est dans ce contexte que sont apparues les maisons de la presse, avant tout lieux de rencontre pour les journalistes en quête d'un nouveau cadre neutre, indépendant des pouvoirs et autonome.

Depuis le milieu des années quatre-vingt dix, plus d'une dizaine de maisons de la presse ont vu le jour en Afrique¹. La première d'entre elles a été créée en 1993 au Ghana. Une dizaine de structures apparues au cours des années lui ont emboîté le pas, les plus récentes étant un centre de ressources créé en mai 1999 au Tchad, un centre de presse en janvier 2000 au Nigeria.

Les histoires, les cheminements, les méthodes d'action et les types d'activités des maisons de la presse sont différents selon les pays. La diversité des appellations données à ces structures en témoigne : « maison de la presse », « maison du journalisme », « centre de ressources », « centre de perfectionnement », etc.

Pour des raisons pratiques, on a désigné ces structures sous le titre générique de « maisons de la presse » (MP).

Chacune des structures en question a été confrontée, à des échelles différentes, à des contextes médiatiques similaires caractérisés par :

- des environnements économiques peu favorables engendrant d'importants problèmes de viabilité des médias (lectorats limités et peu solvables ; marchés publicitaires peu développés) ;
- des médias écrits devant faire face à des coûts d'équipement et de fabrication élevés et se contenter de réseaux de distribution restreints ;
- des ressources humaines peu ou mal formées (lorsqu'ils sont formés, les journalistes doivent faire face à de telles difficultés économiques qu'il leur arrive souvent de renoncer à la profession, pour exercer un métier plus rémunérateur) ;
- bien souvent enfin, la presse se heurte à des gouvernements méfiants, lorsqu'ils ne sont pas tout simplement liberticides. L'ouverture au pluralisme s'est suivie, dans nombre de pays, d'une reprise en main par des pouvoirs s'estimant malmenés par la presse privée.

Dans ces conditions, les MP, si elles se sont structurées différemment d'un pays à l'autre, se sont implantées dans un objectif commun : participer au développement d'un journalisme professionnel et à la défense de la liberté de la presse. Pour cela, elles ont mis en place différentes activités, allant de la prestation de services à la formation, tout en restant avant tout des lieux de rencontre pour la profession, où tous les journalistes de tout médias, du privé comme du public pouvaient se retrouver, débattre, etc.

¹ Cf. en annexe, Les maisons de la presse : Tableau récapitulatif.

Elles ont été appuyées, lors de leur création puis soutenues dans leur développement par différents bailleurs, dont l'implication a été plus ou moins importante selon les cas.

Après quelques tentatives de rapprochements bilatéraux, les maisons et centre de presse ont, en octobre 1999, tenté de se regrouper afin de confronter leurs expériences, d'échanger des informations et ébaucher des perspectives de collaboration. C'était l'objet du Séminaire des Centres, maisons et observatoires de la presse en Afrique qui s'est tenu à Ouagadougou en octobre 1999, et a abouti à la création d'un « forum des centres et maisons de la presse », forum aujourd'hui en sommeil.

Une étude réalisée pour le compte du réseau ParMA

Le Gret est secrétaire du réseau Partenaires des médias africains (ParMA), un réseau de bailleurs de fonds créé en 1996. À ce titre, il coordonne différentes activités, parmi lesquelles des activités d'information et d'animation, de réflexion et de conseil aux bailleurs.

Dans le domaine de l'information, il a mis en place un site Internet² qui présente, outre des informations sur les bailleurs et leurs activités, quantité d'informations sur le secteur, ses évolutions, des études sur les grands enjeux d'aujourd'hui pour les médias africains (la formation, la viabilité économique des entreprises de presse, etc.) ; il diffuse par E-mail un bulletin d'information bimensuel et organise périodiquement (environ une fois par an) des réunions rassemblant tous les membres du réseau.

Le secrétariat coordonne à partir de l'année 2000 une nouvelle activité d'études. Il s'agit :

- d'alimenter la réflexion stratégique des bailleurs (quels outils privilégier ? quels modes d'action ? etc.), à la lumière des résultats des actions passées ;
- de définir ou repérer des domaines ou modes d'action innovants.

Chaque année un thème sera étudié en profondeur, et sa restitution lors de la rencontre annuelle du réseau donnera lieu à un débat approfondi.

Plusieurs membres du réseau sont concernés³ par cette étude sur les MP, dans la mesure où ils ont été impliqués dans leur montage (financement des

locaux, contributions matérielles, appui à la structuration des MP, etc.) ou parce qu'ils les ont appuyées dans leur développement.

Les objectifs de l'étude

L'objectif principal de l'étude, tel que formulé dans ses Termes de référence⁴, était de « faire une analyse de l'impact de quelques maisons de la presse africaines ».

Les réalités rencontrées sur le terrain, lors des études de cas, nous ont amenés à réorienter l'étude vers une analyse moins centrée sur l'impact. En effet, si les MP existent bel et bien depuis quelques années de façon formelle, dans les faits beaucoup ont connu de très longues périodes d'inactivité et d'hésitation avant de démarrer réellement. Difficile dans ces conditions de travailler sur l'impact.

En outre, si l'on considère la réputation des MP et leurs réalisations et activités effectives, force est de constater un certain déséquilibre. En effet, sur le terrain les MP étudiées n'ont à leur actif que relativement peu de réalisations et doivent souvent se battre pour leur survie quotidienne. Quant aux discours des uns et des autres sur le sujet, ils vont rarement au-delà des on-dit, et se bornent le plus souvent à réaffirmer la nécessité des maisons de la presse – sur ce point chacun s'entend, responsables des maisons de la presse, mais aussi des associations professionnelles, des pouvoirs publics en charge de la communication, professionnels des médias, ou bailleurs de fonds.

On s'est donc interrogé, au delà de cette unanimité, sur l'appui des bailleurs de fonds aux MP. L'objectif final étant – une fois identifiés les facteurs de réussites et points de blocage pour la mise en place puis la gestion et l'animation d'une MP – de dégager des conseils à l'attention des bailleurs. L'étude a pour ambition de constituer un document de travail pratique, qui puisse alimenter la réflexion des bailleurs de fonds sur leurs politiques et leurs pratiques d'appui aux MP africaines.

² www.gret.org/parma/

³ On songe entre autres à l'Unesco, la Fondation Friedrich Ebert, l'Agence de la francophonie, l'Union européenne, ou au ministère français des Affaires étrangères.

⁴ Cf. en annexe Termes de référence de l'étude.

Méthodologie

Si les maisons de la presse africaine ont toutes une personnalité et des caractéristiques bien spécifiques, il nous était impossible, au vu du temps et des moyens impartis, de faire une étude exhaustive, au cas par cas, de toutes les structures existantes. Une telle démarche présentait également le risque d'aboutir à un catalogue sans réelle consistance. Dans un premier temps donc, quelques structures ont été sélectionnées pour une étude approfondie.

Trois structures ont ainsi fait l'objet de missions de terrain. Il s'agit des maisons de la presse du Burundi, du Mali et du Togo. La présélection des trois pays d'enquête a été réalisée à partir de plusieurs critères : la durée de vie de la maison de la presse, une variété et quantité d'activités suffisantes, la particularité de contextes nationaux (le choix du Burundi procède d'un intérêt particulier pour une structure créée dans un contexte de conflit).

Pour chacun de ces pays, des personnes ressources ont été identifiées pour faciliter le travail sur place, et collaborer à l'étude. Ces personnes ressources ont constitué de précieux relais dans les phases de préparation, de réalisation des missions et de rédaction de l'étude. Sur le terrain, l'objet était de rencontrer un maximum d'acteurs de différents horizons : journalistes radio, télévision, presse écrite, du secteur privé et du secteur public, directeurs de journaux, représentants d'associations professionnelles, autorités publiques en charge de la communication, instances de régulation, centres de formation, associations de promotion et de défense des droits de l'homme et autres structures émanant de la société civile,

bailleurs de fonds. L'objectif étant de recueillir, au cours d'entretiens relativement longs les opinions et témoignages des uns et des autres sur les MP, leurs activités et leur impact.

Quelques informations ont été récoltées au Ghana, qui n'a pas fait l'objet d'une étude aussi approfondie que les autres pays, elles seront également valorisées dans le présent document.

Enfin, des compléments d'information ont été recueillis sur Internet, de même que dans quelques études et ouvrages de littérature grise, afin d'ouvrir le champ de l'étude aux pays n'ayant pas fait l'objet d'une mission, et de permettre une mise en perspective des enseignements tirés.

Une étude en trois parties

L'étude se présente comme suit : tout d'abord l'histoire des maisons de la presse est étudié : dans quels contextes sont-elles nées ? Pour répondre à quels besoins ? Quels en ont été les instigateurs et les promoteurs ? Comment les bailleurs de fonds s'y sont-ils intéressés et pourquoi ?

Dans un second temps, les activités mises en place par les trois maisons étudiées sont présentées dans le détail, suivies d'une analyse de leur impact sur les entreprises de presse et sur le secteur médiatique dans son ensemble.

Enfin, la dernière partie de l'étude est consacrée aux bailleurs de fonds. Elle vise à éclairer leurs interventions et, tout en présentant les enseignements de ces expériences, met en avant quelques pistes d'action. ■

HISTORIQUES, OBJECTIFS ET MODES DE FONCTIONNEMENT DES MAISONS DE LA PRESSE

APPARITION DES MAISONS DE LA PRESSE EN AFRIQUE : DES OBJECTIFS COMMUNS, DES HISTOIRES DIFFÉRENTES

Les maisons de la presse sont toutes apparues dans une période d'une petite dizaine d'années, et dans un contexte spécifique que l'on peut définir comme suit : Au début des années quatre-vingt dix, avec le vent de démocratisation qui a soufflé sur l'Afrique et plus spécialement sur les pays d'Afrique de l'Ouest francophone est apparu le pluralisme médiatique. Avec une importance différente selon les pays, et des développements de médias différents selon les contextes (radios, presse écrite, beaucoup plus rarement télévision), l'apparition de médias privés indépendants a constitué un réel bouleversement dans des contextes nationaux jusqu'alors dominés par des médias d'État souvent apparentés à des outils de propagande en faveur des pouvoirs en place. Après une période d'enthousiasme, où se sont multipliés journaux et radios, on s'est vite aperçu que comme tout nouveau secteur, il importait de structurer le nouveau secteur médiatique. Les professionnels des médias manquant, de nombreux acteurs se sont lancés dans l'aventure du journalisme sans formation, courant « au mieux » à la faillite économique au pire vers des manquements graves aux principes premiers d'éthique et de déontologie du métier. Aucune structure n'existait pour ces nouveaux professionnels, pas de structure d'accueil appropriée, des centres de formation peu nombreux et souvent mal adaptés aux besoins, pas de lieux de rencontre.

C'est en faisant ce simple constat : il manque un lieu pour nous retrouver, que deux journalistes ghanéens ont décidé de louer, sur leurs propres fonds, les lo-

caux de ce qui allait devenir la première maison de la presse africaine : le centre international de presse du Ghana, Ghana International Press Centre (GIPC). Mais toutes les maisons de la presse ne sont pas apparues comme le fruit d'initiatives endogènes. Dans certains cas, leur création a été fortement motivée et appuyée par des acteurs extérieurs, bailleurs de fonds ou opérateurs de développement du Nord qui avaient eu vent du GIPC.

En revenant rapidement sur l'historique des structures étudiées, on mettra en lumière certains éléments qui expliquent aujourd'hui les points forts et dysfonctionnements de structures qui sont un ferment incontesté de structuration des secteurs médiatiques étudiés.

■ CRÉATION DE MAISONS DE LA PRESSE À L'INSTIGATION DE JOURNALISTES ET PROFESSIONNELS DES MÉDIAS : LE RÔLE DES ASSOCIATIONS DE JOURNALISTES

Le Centre international de presse du Ghana

La première maison de la presse africaine⁵ est apparue au Ghana, avec la création du Centre interna-

⁵ On ne tient pas compte des « maisons de la presse » apparues sous cette appellation avant le pluralisme, qui désignaient des structures étatiques, à l'instar de la Maison de la presse de Kinshasa sous le règne de Mobutu.

tional de presse du Ghana (Ghana International Press Centre, GIPC), siège de l'association des journalistes du Ghana (Ghana Journalists Association, GJA).

Le GIPC est né sous la double impulsion de Kabral Blaye Amihere (alors président de GJA) et Gifty Affenyi Dadzie (alors vice-présidente et actuelle présidente de GJA), à la faveur de l'ouverture du pays au pluralisme médiatique. Il s'agissait de faire en sorte que GJA soit une association moderne, dotée de moyens suffisants pour fonctionner de façon optimale, et pour cela de la doter d'un siège.

► **Un réel investissement des médias, peu d'appuis financiers extérieurs au démarrage**

Le président et la vice-présidente de GJA ont alors engagé des fonds personnels pour la location d'un local à Accra, c'était en janvier 1993. Très vite ils rencontrent un troisième partenaire dans cette aventure, l'association de défense des droits de l'homme Ghana Committee on Human and People's Rights⁶. Lançant dans un premier temps un Media Endowment Fund, fonds abondé par les médias, GJA peut payer un an de loyer d'avance et meubler ce local. Plus tard, GJA reçoit une subvention pour l'achat de mobilier émanant de la fondation Friedrich Ebert puis une émanant du gouvernement allemand pour l'achat de matériel de bureau.

Devenant rapidement ce lieu social qu'il était voué à devenir, le GIPC accueille un grand nombre de journalistes et non journalistes, séminaires et conférences de presse de 1993 à début 1995.

Au titre d'aides ponctuelles, le GIPC reçoit également une voiture du gouvernement du Ghana, et un bus de 15 places de l'Unesco.

► **Une autre dimension grâce aux financements extérieurs**

Le financement du GIPC pose rapidement problème, les contributions des membres et la location de la salle ne suffisant pas au paiement d'un loyer qui augmente sans cesse. Faisant appel à l'appui d'organisations internationales, le GIPC obtient alors le soutien de la Westminster Foundation. Cet appui financier lui permet d'emménager dans de nouveaux locaux en décembre 1995 (ses locaux actuels – proches de Nkrumah Circle, quartier qui se trouve être par ailleurs le siège de nombreux journaux ghanéens). La maison de la presse partageait ces locaux avec le Ghana Committee on Human and People's Rights et l'union des journa-

listes de l'Afrique de l'Ouest (West African Journalists Association, UJAO/WAJA). En octobre 2000, l'UJAO a emménagé dans ses propres locaux.

À partir de juin 1996, le GIPC obtient un financement de la Fédération internationale des journalistes (Fij) qui va lui permettre de développer pleinement les activités correspondant à ses objectifs, sans souci concernant le paiement des salaires, les télécommunications, l'achat d'équipement, etc., et de déménager dans des locaux spacieux. Pendant quatre ans, le programme Médias pour la démocratie finance une bonne partie du fonctionnement du GIPC.

À la fin du financement de l'UE, c'est l'Institut Panos qui prend le relais (jusqu'en février 2000). Panos finance principalement la mise en place d'un site Web (www.ghanamedia.com). Le site présente le GIPC comme « pas uniquement le siège de GJA mais aussi un centre de ressources et un lieu d'accueil pour les journalistes ghanéens et étrangers, un lieu pour les conférences de presse et un lieu d'accès à Internet ».

La Maison du journalisme du Togo

► **Un contexte politique des plus hostiles⁷**

En fait de démocratie, de transparence ou de bonne gouvernance, le régime en place au Togo, vieux de 33 ans, accepte tout sauf de partager le pouvoir avec un quelconque parti de l'opposition. Ceux-ci sont apparus sur la scène politique togolaise seulement en avril 1991, à la faveur d'une charte des partis politiques qui créait les conditions d'un retour au multipartisme. S'ouvrit alors une période de tensions, de crises, de troubles... marquée par de nombreuses pertes de vies humaines, et qui vit également l'apparition de nombreux journaux privés qui rencontrent un vrai succès auprès d'un lectorat avide d'informations.

Le 30 janvier 1993, alors que presque tous les secteurs d'activités étaient paralysés par une grève générale « illimitée » lancée en novembre 1992 par le collectif de l'opposition, une manifestation pacifique de l'opposition est durement réprimée à

⁶ L'association dispose aujourd'hui encore d'une salle au GIPC.

⁷ Pour plus d'information sur le contexte et l'état des médias au Togo, cf. L'état des médias au Togo, septembre 2000, disponible sur demande au Gret ou sur le site ParMA.

Le rôle déterminant des associations de journalistes, mais un accompagnement extérieur non négligeable

Au Ghana comme au Togo, ce sont des associations de journalistes qui ont joué un rôle déterminant dans la création des maisons de la presse, des associations suffisamment organisées pour mettre en œuvre et assurer leur fonctionnement initial.

– Dans le cas du Ghana, GJA regroupe plus de 800 journalistes (la très grande majorité des professionnels des médias ghanéens, il n'existe pas d'association capable de rivaliser avec elle).

– Au Togo, la situation est bien différente avec une association représentante de la seule presse privée.

Dans ces deux cas, si les initiatives sont réellement endogènes, le rôle d'accompagnement joué par les bailleurs de fonds n'est pas négligeable ; on souligne à cet égard celui de la Fédération internationale des journalistes au Ghana ; et celui de la Mission française de coopération au Togo (cf. convention signée avec l'Ujit)⁸.

Lomé, faisant plusieurs morts. Face à la répression, l'Union européenne et un certain nombre de pays de la communauté internationale suspendent leur aide au Togo à partir de janvier 1993.

Peu à peu le pays s'enlise dans une situation de blocage économique et politique. Privé de l'aide internationale, l'État togolais n'arrive plus à assurer les salaires des fonctionnaires. Déçus par les promesses non tenues de l'ouverture, les togolais se désintéressent, un rien désabusés, de la vie politique. Nombre des journaux privés apparus nombreux au début des années quatre-vingt dix ne survivent pas à cette désaffection.

Les conditions de retour à une normalisation politique sur la scène internationale sont clairement indiquées par l'Union européenne : organiser des élections multipartites et transparentes. Mais de nombreux malentendus et blocages entre le pouvoir et l'opposition entravent l'organisation d'élections vraiment démocratiques. Dix ans après s'être engagés, pleins d'espoir, dans le processus de démocratisation, à l'instar de la plupart des pays africains au régime monolithique, les Togolais sont encore à s'interroger sur l'éventualité d'une alternance au pouvoir. La presse et les médias survivent dans cette situation peu propice à leur viabilité et à leur développement.

► **L'union des journalistes indépendants du Togo, instigatrice du projet**

La Maison du journalisme du Togo est une initiative de l'Union des journalistes indépendants du Togo, Ujit, association de journalistes elle-même

apparue en 1993 (cf. l'encadré ci-dessus « Le rôle déterminant des associations de journalistes, mais un accompagnement extérieur non négligeable »). Séduit par la proposition de l'Ujit, qui souhaite créer une « Maison du journalisme » qui soit à la fois son siège et la maison de tous les journalistes togolais, la mission française de coopération a Lomé appuie sa création, finançant l'aménagement et l'équipement de la structure à hauteur de 300 000 FF (45 730 Euro). L'Ujit s'engage contractuellement à fournir le local de la MP, elle a loué le local actuel dès janvier 1996.

La maison du journalisme du Togo est inaugurée en juin 1996 par le ministre français de la Coopération et le ministre togolais de l'information. C'est la première en Afrique de l'Ouest francophone.

Les statuts de la Maison du journalisme du Togo figurent dans la convention signée, le 11 avril 1996 à Lomé, entre la Mission française de coopération et l'Ujit, qui porte création d'un « centre de documentation, de formation et de perfectionnement de journalistes ».

► **Responsabilités de l'Ujit**

Aux termes de cette convention, l'Ujit engage sa responsabilité sur le bon déroulement du projet et s'engage à rendre des comptes auprès du bailleur.

⁸ En outre, dans la convention entre la mission et l'Ujit, apparaissent déjà en prévision des appuis de l'Union européenne et de l'Ambassade d'Allemagne - « l'Union européenne et l'Ambassade d'Allemagne envisagent d'ores et déjà très favorablement la prise en charge, sur leurs crédits, de certaines sessions de formation au sein de la maison du journalisme ».

C'est elle qui met en place un comité de gestion de la MP, laquelle vise (c'est dans les textes) à son autonomie financière. Elle s'engage aussi à louer le bâtiment qui abritera la MP, « à garantir la liberté d'accès au centre à tous les journalistes du Togo, tous médias confondus, publics ou privés, ainsi qu'aux journalistes visiteurs en provenance d'autres pays / la liberté d'opinion et d'expression dans l'organisation des sessions de formation et la diffusion d'informations, dans le respect des lois et règlements en vigueur au Togo ».

► **La maison du journalisme de Lomé : on veut avant tout créer un lieu pour la formation et le perfectionnement des journalistes**

Les objectifs initiaux de la Maison du journalisme du Togo tels que définis dans les textes constitutifs de cette institution sont donc la documentation, la formation et le perfectionnement. Il s'agit de « mettre à la disposition des journalistes une salle de formation aux techniques rédactionnelles, une salle d'initiation à l'outil informatique, un centre de documentation et un kiosque à journaux ». Aujourd'hui encore gérée par l'Ujit, la MP accueille cependant des journalistes de tous bords, qu'ils soient issus de la presse privée « indépendante » ou de la presse publique, le recrutement pour les stages et séminaires de formation étant effectué selon des principes non discriminatoires.

■ **LES MAISONS DE LA PRESSE APPARUES AVEC UNE FORTE IMPULSION EXTÉRIEURE (BAILLEURS DE FONDS, OPÉRATEURS DU NORD)**

La maison de la presse du Mali : des débuts chaotiques

L'histoire de la MP du Mali est complexe. Les acteurs rencontrés s'accordent malgré tout sur le fait que l'idée de création d'une telle structure est le fruit d'une recommandation des Journées nationales organisées avec la démocratisation, au début des années quatre-vingt dix.

À la chute du régime de Moussa Traoré, après 23 ans de dictature, des journées nationales ont été organisées au Mali sur tous les grands thèmes de société. À l'issue des premières journées nationales de l'information et de la communication, en décembre

1991, des actes⁹ recommandent la mise en place d'un « centre d'assistance multimédia ». Ce centre travaillerait sur les questions du financement des médias privés et les formes d'assistance à mettre en œuvre pour leur meilleur épanouissement.

L'Institut Panos, présent aux premières journées nationales de la communication au titre d'opérateur/observateur extérieur, est chargé de veiller au suivi et à la réalisation de la MP, en jouant un rôle d'interface entre les associations et les organismes d'appui.

Il s'agit de mettre en place un lieu pour les journalistes, où ils pourraient débattre, avoir accès à de la documentation ou tout simplement se retrouver autour d'un café.

► **De l'idée à la structure - un parcours chaotique**

Mais les journées nationales ne sont pas immédiatement suivies d'action. Après quelques temps, les recommandations sont tout de même reprises, et l'Institut Panos commande et finance plusieurs études pour la réalisation d'une MP. Entre 1992 et 1994, trois études sont effectuées avant qu'apparaisse la proposition effective de création d'une « MP ». Le centre de ressources de Brazzaville aurait constitué un modèle pour la mise en place de la MP.

► **Des statuts, un règlement intérieur, un manuel de procédures : tout pour exister**

En novembre 1994, l'Institut Panos recrute un juriste malien, et le charge de l'étude de mise en œuvre de la MP. Un Comité consultatif provisoire est mis en place pour appuyer le consultant. Il regroupe six membres, qui sont, outre la coordinatrice de l'Institut Panos à Bamako : un représentant de la société civile ; l'attaché culturel de l'ambassade des États-Unis, le directeur du journal privé L'Observateur ; le directeur de la radio libre FR3 et un représentant de l'Office des radios télévisions libre du Mali (ORTM).

D'après ses statuts, la maison de la presse a pour principaux objectifs d'améliorer le niveau de professionnalisme des journalistes et de contribuer à la cohésion et au dynamisme des organisations professionnelles.

⁹ Ces actes ont été rédigés par Dieudonné Ahmadou Alpha Sow, actuel secrétaire général du ministère de la Communication et Mahamane Hamaye Cissé, actuel secrétaire général de l'Association des éditeurs de presse privée (Assep).

Le Fonds d'aide à la presse du gouvernement malien

La situation de la presse malienne est bien spécifique, dans la mesure où elle bénéficie d'un fonds d'aide à la presse, d'un montant de 200 millions de francs CFA, fonds inscrit dans la loi N° 92-037/AN-RM Portant régime de presse et délits de presse (Chapitre V : De l'aide à la presse, art. 31).

D'autres pays ont annoncé la création d'un fonds d'aide à la presse, le Mali l'a débloqué, et verse régulièrement ce fonds d'appui. Il faut dire que le Président malien, lui-même ancien journaliste et rédacteur en chef du premier quotidien d'opposition au pouvoir de Moussa Traoré, est plutôt bienveillant à l'égard de ses anciens confrères et du secteur en général. Le Mali est en outre un des rares pays d'Afrique de l'Ouest où les délits de presse ont été dépénalisés.

Le fonds, véritablement abondé par le gouvernement dès 1996 – contrairement à ce qui a prévalu dans un certain nombre d'autres pays d'Afrique de l'Ouest¹⁰ – a une périodicité annuelle.

Quand il s'est agi de répartir le fonds entre les différents bénéficiaires concernés, une rencontre a été organisée à la MP entre représentants des principales associations. La répartition a abouti au partage suivant :

- 30 M FCFA vont à la maison de la presse ;
- 10 M FCFA à l'Union nationale des journalistes du Mali (Unajom) ;
- 75 M FCFA à l'Union des radios et télévisions libres du Mali (Urtel) ;
- 75 M FCFA à l'Association des éditeurs de la presse privée (Assep) ;
- 10 M FCFA à l'Agence malienne de presse et de publicité (Amap).

► La MP gestionnaire d'une partie du Fonds d'aide à la presse, un État plus que bienveillant, des bailleurs engagés

L'assemblée générale constitutive de la MP est organisée à l'Hôtel de l'Amitié à Bamako le 10 octobre 1995. Elle est autorisée par le ministère de l'administration territoriale et de la sécurité le 8 novembre 1995. Alors qu'une reconnaissance d'utilité publique requiert habituellement des conditions bien spécifiques (et notamment un certain nombre d'années d'existence), la MP obtient dès le 2 mai 1996 la reconnaissance d'utilité publique¹¹. Pour l'État, la MP doit être habilitée à gérer des fonds publics, une partie du fonds d'aide à la presse lui revenant. Or pour cela elle doit être reconnue d'utilité publique.

Outre cette rapide reconnaissance, le gouvernement du Mali offre les locaux devant abriter la structure et ses services opérationnels. De son côté l'Institut Panos s'engage à prendre en charge le salaire d'un administrateur pendant deux ans.

Les autres partenaires financiers du montage de la MP sont :

- l'ambassade des États-Unis. Son soutien à la MP de Bamako s'est matérialisé par un don de meu-

bles lors du démarrage de la structure. Les États-Unis ont joué un rôle particulier dans le montage de la MP, le conseiller culturel américain ayant été membre du premier Conseil d'administration de la MP ;

- la fondation Friedrich Ebert. Concrètement, c'est la fondation Ebert qui a notamment financé l'impression du premier Agenda de la presse, un répertoire de la presse malienne avec recueil des textes législatifs réglementaires et techniques ;
- la mission française de coopération s'intéresse également à la structure. Elle organise, en février 1996, au centre culturel français, une rencontre regroupant différents partenaires intéressés (mission française, ambassades du Canada, d'Allemagne, des Pays-Bas, Fondation Ebert, Pnud, Union européenne).

¹⁰ À l'instar de la Côte d'Ivoire ou du Togo, où les fonds d'aide de l'État à la presse ne sont que des vœux pieux, jamais réellement attribués, faute de volonté politique des gouvernements concernés.

¹¹ Cette entorse à la législation montre combien on tient au niveau gouvernemental à la mise en place de cette structure.

Les raisons de débuts si difficiles pour la maison de la presse malienne

Pour mieux comprendre les raisons de ces débuts chaotiques, il importe de revenir sur la spécificité du contexte malien.

La MP du Mali est apparue dans un contexte où les médias étaient déjà très organisés, avec plusieurs associations professionnelles plus ou moins antagonistes, et un gâteau à partager : le fonds d'aide de l'État à la presse. Dans ces conditions, l'intérêt présenté par la MP n'a pas paru d'emblée évident, et chacun voulant tirer la couverture à soi, l'immobilisme a prévalu. Ainsi, alors que les principales associations professionnelles étaient bel et bien représentées dans le premier

Conseil d'administration, on peut se demander pourquoi personne n'a tiré un signal d'alarme avant le scandale financier. Le désintérêt des professionnels pour la structure reflète sa faible appropriation. Les délégués des associations de journalistes au CA n'ont semblé pas vraiment joué leur rôle. Quant à l'administrateur, pourtant sélectionné suite à un recrutement en bonne et due forme – notamment pour sa stature internationale (il avait auparavant travaillé dans une organisation panafricaine) – il semble qu'il était peut-être trop éloigné des réalités maliennes pour être la bonne personne.

► 1996 - 1998 La MP sous un premier conseil d'administration : les dérives d'un président peu scrupuleux

Le premier Conseil d'administration de la MP est très semblable au Comité consultatif provisoire. Élu pour trois ans, il est présidé par un membre de l'Urtel, Lassana Traoré. Le CA recrute alors un administrateur, le choix se porte sur un journaliste disposant d'une expérience de travail dans le secteur international. Le Conseil d'administration se réunit bel et bien tous les mois, mais les activités mises en place sont encore peu nombreuses.

Les travaux de réhabilitation des locaux mis à disposition par l'État sont longs, rien n'avance vraiment, jusqu'à ce que l'on s'aperçoive qu'il manque 30 M FCFA sur le compte de la MP, « soit le montant de l'aide publique octroyée à la MP au titre de l'exercice 1996, alors même qu'aucune activité n'avait encore été financée sur ce fonds »¹².

► Mars 1998 : la mise à disposition d'un assistant technique français annulée

En 1998, un Fonds d'aide et de coopération (Fac) est annoncé pour un appui aux médias maliens par la mission française de coopération. La mise à la disposition de la maison de la presse d'un assistant technique fait partie de ce projet. Mais le détournement de fonds, conjugué à des divergences sur le choix de la personne empêchent le projet de dé-

buter. L'aide de la France à la MP du Mali reprendra en 2001.

► La MP sous la présidence de l'Association des éditeurs de presse privée (Assep)

À la découverte du scandale financier, qui correspond à la fin du mandat de trois ans du CA, le président est limogé¹³. Les médias, face au scandale, réagissent fermement : des pétitions sont publiées dans les journaux, le message est repris par les radios privées pour la destitution du Conseil d'administration de la maison de la presse, considéré en partie comme responsable des années d'immobilisme et – indirectement – de la dérive financière finale.

Une Assemblée générale est convoquée qui met en place un comité de transition composé de cinq personnes, chargé de revoir les textes existants. La gestion incombe à l'ORTM, pour une période clairement définie comme provisoire de six mois. Le 20 février 1999, de nouveaux statuts sont adoptés, et un nouveau conseil d'administration est désigné. Depuis début 1999 donc c'est l'Assep qui est responsable de la gestion de la maison de la presse de Bamako. C'est son président, Sadou Yattara, qui en assume la direction.

¹² Source : Rapport d'activités de la MP du Mali 1995-1998, présenté à l'AG du 3 février 1999.

¹³ Il s'est depuis lors engagé à rembourser. Il possède aujourd'hui une radio qui diffuse en FM à Bamako.

La maison de la presse du Burundi

L'idée de création de la maison de la presse du Burundi est née en mai 1995 lors d'un séminaire de journalistes professionnels organisé par l'Unesco à Bujumbura sur « le cadre d'exercice de la liberté de la presse dans un État de droit ». Parmi les recommandations issues de ce séminaire, figurait la requête de mise sur pied d'une maison de la presse pour la promotion du journalisme professionnel au Burundi.

Cette demande de création de la maison de la presse fut soutenue par l'Unesco. C'est ainsi que, réunis en Assemblée Générale le 2 novembre 1996, les journalistes burundais ont fondé l'association de « la maison de la presse du Burundi ». Le centre lui-même fut inauguré le 14 mai 1997.

Cette préoccupation était notamment motivée par l'attitude de certains journalistes qui, au lieu d'informer le public, ne faisaient que le désorienter alors que la situation à cette période était déjà dramatique.

La plupart des journaux burundais avaient même été taxés par l'organisation Reporters sans Frontières de « médias de la haine ». À cette époque, sous couvert d'exercice de la liberté d'expression reconnue par les autorités légales du Burundi, « l'usage de cette liberté par beaucoup de journaux s'exerçait sans considération pour le respect des personnes et dans un cadre juridique suffisamment flou pour permettre à ces journaux d'exprimer des opinions attentatoires aux libertés démocratiques ». De même, « certaines publications ressemblent davantage à des journaux écrits par des militants qu'à une presse d'information rédigée par des journalistes professionnels ».

La situation politique du Burundi n'est évidemment pas étrangère à cette dérive qui va à l'encontre, sinon de la mission, du moins de l'ardente obligation de la presse à véhiculer une culture démocratique respectueuse des libertés fondamentales¹⁴. Parmi les causes de cette « dérive » de la presse burundaise porteuse du « venin de la haine »¹⁵, ce séminaire de 1995 pointe l'absence de code déontologique et de pratique d'un pro-

fessionnalisme acquis dans le cadre d'une formation rigoureuse.

C'est notamment ces deux lacunes que la maison de la presse du Burundi va s'atteler à combler. D'abord en réunissant tous les journalistes autour d'un code de déontologie, qui est accepté et publié en mars 1998, et en organisant de nombreux séminaires et ateliers de formation pour les journalistes : dans les neuf premiers mois de fonctionnement 20 conférences-débats se déroulent à la MP, dont 9 organisés par la MP elle-même. Durant la même période, la MP organise trois séminaires de formation pour des journalistes, aussi bien de la presse privée que publique.

Par ailleurs, il n'existe alors pas d'infrastructures pouvant offrir des services d'appui aux promoteurs des journaux et aux autres activités liées de près ou de loin aux médias. Aussi la maison de la presse du Burundi va-t-elle dès son lancement s'atteler à renforcer et appuyer la viabilité et le professionnalisme des médias locaux.

Depuis sa création jusqu'à ce que l'État lui octroie un local (fin 2000), la maison de la presse du Burundi a fonctionné grâce à l'appui de l'Unesco qui a pris en charge la location du siège, les salaires du directeur et d'une secrétaire, le service de gardiennage et la maintenance des équipements. L'organisation a en outre fourni un équipement informatique, une photocopieuse, un fax, le mobilier, les enregistreurs à cassettes de reportage.

En dehors de cette aide de l'Unesco, la maison de la presse n'a compté pour son démarrage que sur les cotisations de ses membres et des organes de presse publics et privés qui ont constitué le fonds de roulement. Elle mène aujourd'hui des activités qui génèrent des recettes (détaillées en 2^e partie), en vue de l'autonomie financière à moyen/long terme.

■ LES OBJECTIFS DES MAISONS DE LA PRESSE : TABLEAU RÉCAPITULATIF

Les objectifs des maisons de la presse sont relativement semblables d'un pays à l'autre. Définis pour la plupart dans les textes constitutifs des structures, ils ont été mis au point, selon les cas, par les associations professionnelles, avec ou sans l'appui des bailleurs de fonds ayant appuyé leur montage. (Cf. tableau page suivante.)

¹⁴ Jean-Pierre Bechtold, Commentaire et recommandations du séminaire « Le cadre d'exercice de la liberté de la presse dans un État de droit », Bujumbura, 15-18 mai 1995.

¹⁵ Titre du rapport de Reporters sans Frontières sur la presse burundaise, 1995.

BURUNDI**Objectifs généraux**

- ◆ Promouvoir la solidarité entre les journalistes en servant de lieu de rencontre.
- ◆ Promouvoir la liberté de la presse, le pluralisme et l'indépendance des médias.
- ◆ Favoriser la communication entre le public et la presse.
- ◆ Servir d'appui à la formation et au perfectionnement des journalistes.
- ◆ Renforcer les capacités de production des médias au sein de la maison de la presse.
- ◆ Promouvoir la circulation de l'information et les échanges entre professionnels de la communication.
- ◆ Créer un espace de liberté pour les journalistes.

Objectifs spécifiques

- ◆ La Maison de la presse du Burundi est un lieu de rencontre pour les journalistes. C'est aussi un lieu de conférences-débats et de conférences de presse. Elle est un centre pour séminaires et ateliers de travail destinés aux journalistes.
- ◆ Depuis 1997, c'est la maison de la presse qui prend en charge l'organisation de la Journée internationale de la Liberté de la presse célébrée le 3 mai de chaque année.
- ◆ La maison de la presse du Burundi veut mettre à la disposition des journalistes et des éditeurs de presse toute une gamme de services à un prix réduit : saisie et mise en page des journaux, photocopie, boîte postale pour la distribution de courriers aux médias, accès Internet, documentation, etc.

GHANA¹⁶**Objectifs du Ghana International Press Centre**

- ◆ Servir de siège à l'association des journalistes du Ghana (Ghana Journalists Association).
- ◆ Servir de « club social » (« Social Club ») pour les journalistes ghanéens et les autres journalistes en visite au Ghana.
- ◆ Accueillir conférences de presse et séminaires.
- ◆ Être un centre de ressources pour les journalistes.

¹⁶ Extrait (traduit de l'anglais) du document « Report on the Ghana International Press Centre » par Frankie Asare-Donkoh, secrétaire général p.i. du GIPC, juin 2000.

MALI**Objectifs généraux**

- ◆ Faire de la MP un lieu polyvalent à partir duquel seront impulsées différentes activités pouvant renforcer les capacités des acteurs nationaux des médias à produire et diffuser une information variée et de qualité. Ceci doit se manifester notamment par :
 - l'amélioration du niveau de professionnalisation des journalistes ;
 - une contribution à la cohésion et au dynamisme des organisations professionnelles de médias ;
 - l'appui à la conception et la mise en œuvre d'actions pouvant contribuer à la viabilité économique et technique des médias.

Objectifs spécifiques

- ◆ Mettre à la disposition des journalistes et entreprises de presse différents types d'équipements dont peu de médias peuvent se doter individuellement (équipements administratifs généraux ou plus spécifiques au secteur).
- ◆ Offrir un cadre où pourront être organisées des sessions de formation pour tous les métiers liés à la vie de la presse (sur initiative propre de la MP ou à la demande de bénéficiaires ou de partenaires extérieurs).
- ◆ Centraliser et mettre à la disposition des journalistes une documentation variée, ciblée et de qualité.
- ◆ Faciliter et mettre en œuvre des études susceptibles de contribuer au développement de la presse nationale.
- ◆ Abriter des projets susceptibles de contribuer au développement du secteur de la presse au Mali (messagerie et centrale d'achat pour la distribution des journaux, banque de sons).
- ◆ Contribuer aux échanges entre professionnels et à la cohésion du milieu.
- ◆ Contribuer au rayonnement de l'information et à l'enrichissement des débats publics par l'organisation de diverses initiatives.

TOGO¹⁷

« L'Ujit se propose de créer, à Lomé, un centre de formation, de perfectionnement et de documentation ouvert à tout journaliste, de la presse écrite parlée ou télévisée, indépendante comme nationale, togolais ou ressortissant d'un autre pays.

Ce centre, dénommé « maison du journalisme », mettra à la disposition des journalistes une salle de formation aux techniques rédactionnelles, une salle d'initiation à l'outil informatique, un centre de documentation et un kiosque à journaux.

Des sessions de formation ou de recyclage y seront régulièrement organisées à leur intention, sur financement local ou international. »

¹⁷ Extrait du protocole d'accord de la convention entre la mission française de coopération et l'Union des journalistes indépendants du Togo.

■ POINTS COMMUNS ET DIFFÉRENCES ENTRE LES OBJECTIFS DES MP ÉTUDIÉES

► Des objectifs communs

Les objectifs des MP s'orientent autour de préoccupations communes qui sont l'**appui au professionnalisme** (formation/perfectionnement des journalistes, offre de documentation aux professionnels des médias par le biais de la création de centres de documentation) et le **renforcement du secteur** (appui aux associations professionnelles, accueil de tous les professionnels en un même lieu quelles que soient leur provenance ou leurs affinités, le cas échéant accueil de journalistes étrangers).

► Des spécificités

Cependant les MP ont chacune des priorités et des spécificités qui apparaissent clairement dans l'énoncé de leurs objectifs. Ces spécificités s'expliquent toutes par les contextes dans lesquelles elles sont apparues, qui en période post-conflit, qui au lendemain de la naissance du pluralisme médiatique, qui devant l'absence de structure d'accueil ou de formation pour les journalistes.

La maison du journalisme de Lomé est ainsi plus orientée vers des problématiques « techniques » et pratiques, formation et documentation. Cette orientation s'est concrétisée rapidement avec la demande d'agrément comme centre de formation au niveau

gouvernemental. Elle s'explique principalement par l'absence totale de structure de formation au journalisme au Togo.

Au Burundi, la préoccupation « liberté de la presse, pluralisme, indépendance des médias » est une spécificité importante, qui n'apparaît pas dans les objectifs des autres structures. On ressent là l'influence d'un contexte politique particulièrement instable, et la volonté d'agir pour empêcher les dérives.

Au Ghana, c'est nettement l'aspect structuration du secteur qui semble moteur, avec l'objectif premier de donner un siège à l'association de journalistes du Ghana, et l'ambition d'accueillir les confrères étrangers de passage dans le pays.

Au Mali enfin si l'on combine une approche pragmatique et des visées à plus long terme (objectifs généraux/spécifiques), l'insistance sur la viabilité économique des journaux est la preuve d'une sensibilisation importante aux réalités quotidiennes de la presse malienne, qui, très vite après l'explosion qui a fait suite au processus de démocratisation et à l'ouverture du pays au pluralisme médiatique, a connu d'importantes difficultés économiques.

► Le poids des contextes nationaux et l'influence des bailleurs de fonds

Les objectifs initiaux des MP sont donc influencés, très logiquement, par les contextes nationaux au moment de la création, et par l'influence – inégale mais présente – des bailleurs.

Le Centre international de presse du Ghana

Avant d'aller plus avant dans l'étude des maisons de la presse au cas par cas, il nous semble nécessaire de parler en particulier du cas du Ghana. Le Ghana International Press Centre (GIPC), s'il est bel et bien l'exemple le plus ancien et le premier cas de maison de la presse, n'en est pas moins une structure qui, aujourd'hui, met en place moins d'activités que ses consœurs. Connaissant d'importantes difficultés financières, le GIPC sert aujourd'hui principalement de centre de conférences (pas nécessairement sur des sujets ayant trait aux médias

ou au secteur médiatique), et de siège de l'association des journalistes du Ghana (Ghana Journalists Association, GJA). Plusieurs raisons expliquent cette situation, parmi lesquelles :

- des raisons historiques qui transparaissent dans les objectifs (cf. ci-dessus) ;
- l'existence d'organisations structurantes fortes et reconnues (associations professionnelles, instituts de formation, instance de régulation) ;
- le défaut de financements et les difficultés à salarier un permanent qui prenne en charge l'animation du centre (surtout pour 2000). ... /...

Un contexte déjà relativement structuré

◆ L'association des journalistes du Ghana : GJA
Tout d'abord le GIPC est apparu dans un pays d'ores et déjà doté d'une association de journalistes puissante et reconnue, sans réel rival, largement implantée dans tout le pays (avec des antennes dans les 10 régions qui composent le pays). La Ghana Journalists Association regroupe ainsi plus de 800 membres aujourd'hui, les journalistes ghanéens ne s'étant pas divisés entre journalistes radio presse écrite ou télévision, journalistes du privé et journalistes du public, simples journalistes ou éditeurs, etc. comme ce fut le cas dans de nombreux pays.

GJA, outre qu'elle est donc unanimement reconnue, a un rôle actif dans le secteur, s'engageant dans la défense des journalistes et du pluralisme des médias, mais aussi dans la formation et l'autorégulation. À la veille des élections l'association organise ainsi plusieurs séances de formation au traitement de l'information en période électorale, dans les différentes régions du pays. En matière d'autorégulation, elle anime un comité d'éthique, qui joue, à peu de choses près, le même rôle que les observatoires de la liberté de la presse que l'on rencontre dans les pays voisins.

◆ La National Media Commission : NMC

Le Ghana dispose d'une instance de régulation qui jouit d'une certaine reconnaissance parmi les professionnels du pays, et met en place des activités réelles. À ce titre on peut citer la publication, par la NMC, (avec le soutien de la fondation Friedrich Ebert) de quatre documents d'information et de conseils sur les médias et la pratique journalistique, qui traitent respectivement de la politique nationale en matière de médias, des standards de diffusion audiovisuelle, du droit de réponse et enfin de la pratique du reportage politique.

Créée en 1992, la NMC, composée de membres de diverses origines (organisations professionnelles de journalistes, associations de femmes, association des avocats, membres du parlement etc.), a pour objectif de coordonner les groupes de médias, assurer leur indépendance et leur liberté, veiller au maintien de la

qualité journalistique des productions, protéger les médias d'État du contrôle gouvernemental, nommer les principaux directeurs et responsables des médias d'État.

◆ L'offre en formation : plusieurs écoles

Enfin dans le domaine de la formation, le Ghana n'est pas dépourvu de ressources. On trouve ainsi un centre pour la formation initiale qui, bien qu'il manque de moyens, met en place des formations reconnues et utiles (le Ghana Institute of Journalism). Les journalistes en quête de perfectionnement peuvent avoir recours à la School of Communication Studies, qui, sous l'autorité de l'université du Ghana, donne des formations plus spécifiques pour les professionnels. Pour la télévision, l'Institut national du film et de la télévision (National Film and Television Institute, NAFTI) a longtemps joué un rôle phare dans la sous-région.

Certes on ne peut dire que tous les besoins en matière de formation sont comblés, mais ils sont moins grands que dans les autres pays étudiés étant donné l'offre existante. Le GIPC n'a pas un rôle phare à jouer dans la formation, même s'il a su occuper, pendant un temps, un secteur laissé vacant : celui de la formation continue.

L'appui du programme Médias pour la démocratie de la Fij au GIPC, vers une multiplication des activités

Bénéficiant d'un financement Fij, le GIPC a développé de nombreuses activités de séminaires, et un centre de documentation assez bien fourni en 1998-99. Mais en 2000, faute de moyens financiers, la documentation n'a pas été vraiment mise à jour, et les séminaires se sont fait rares.

L'action du GIPC dans le domaine des NTIC¹⁸

Le GIPC a été très actif dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication pendant deux ans principalement, de 1997 à 1999. Le site hébergé par le GIPC au Ghana (www.ghanamedia.com) a cessé ... /...

¹⁸ Pour plus de détails sur les NTIC, cf. l'encadré qui leur est consacré en deuxième partie « La promotion des médias par le biais des NTIC ».

d'être mis à jour dès le départ du Webmaster qui en assurait la gestion (un stagiaire canadien mis à la disposition du GIPC par l'ACDI, sur demande de l'Institut Panos). Le secrétaire exécutif du GIPC avait été formé par ce stagiaire, mais il a quitté le GIPC et à son départ plus personne n'a pu prendre en charge cette activité. En juillet 2000, le site « Ghanamedia » était donc malheureusement laissé en l'état. Faute de moyens même, le GIPC n'avait plus d'accès à Internet, son fournisseur lui ayant refusé l'accès pour non paiement d'une facture importante.

Limites et contradictions de l'autonomie

Aujourd'hui encore, les promoteurs du GIPC se veulent indépendants de tout financement extérieur, et mettent en avant la priorité à la viabilité économique de la structure. Mais force est de constater que le GIPC ne s'est jamais aussi bien porté que lorsqu'il bénéficiait de financements extérieurs.

Reste à savoir si le centre souhaite réellement développer des « activités de MP », ou s'il ne souhaite pas plutôt simplement demeurer ce lieu d'accueil pour les journalistes, siège de GJA qui ne nécessite pas d'énormes moyens. Après quelques interviews d'acteurs clé du secteur à Accra (dont la présidente du GIPC, présidente de GJA), c'est cette seconde option qui nous semble la plus vraisemblable.

ANALYSE INSTITUTIONNELLE

On s'applique dans cette partie à analyser la gestion des MP, gestion entendue ici au sens large (gouvernance, direction exécutive, financement). Nous procédons à la description d'un profil institutionnel, tout d'abord par l'examen des textes (statuts, règlements, etc.), puis par l'analyse des trajectoires de chacune en fonction des facteurs contextuels.

■ PROFILS INSTITUTIONNELS PAR L'ANALYSE DES TEXTES : TABLEAU SYNTHÉTIQUE

Voir le tableau pages 20 et 21.

■ DES STRUCTURES AUX PERSONNALITÉS PROPRES

En matière de montage institutionnel, quel que soit le secteur d'activité, les choix initiaux conditionnent pour une large part le devenir des structures, en tous les cas leurs trajectoires pendant leurs premières années. Aussi il est intéressant de mettre en rapport les principaux traits institutionnels des MP avec les contextes dans lesquels elles évoluent.

► La MP du Burundi : une forte impulsion extérieure, le dynamisme de son directeur

Il est clair que sans l'action résolue de l'Unesco, la MP n'aurait pas vu le jour. Une partie du per-

	BURUNDI	MALI	TOGO
Date de création	20 janvier 1997	Assemblée générale constitutive : 10 octobre 1995 ¹⁹ .	Inauguration le 13 juin 1996.
Structure de gouvernance	<p>L'assemblée générale de l'association est l'organe qui a les pouvoirs les plus étendus de gestion, elle se réunit deux fois par an.</p> <p>Le Comité exécutif joue le rôle de conseil d'administration et se réunit une fois par mois pour étudier les dossiers et discuter les questions présentées par le directeur de la maison de la presse. Son mandat est de 2 ans. En août 2000, le comité exécutif de la maison de la presse était composé de 8 membres.</p> <p>Le directeur En plus de la gestion quotidienne de la maison et de l'organisation du travail du personnel, le directeur est chargé de la recherche des financements, de la négociation avec les bailleurs de fonds et partenaires. Il transmet les rapports financiers et moraux au comité exécutif, devant qui il est responsable en dernier ressort. Toutefois les actes qui engagent la Maison de la presse du Burundi doivent être conjointement signés par le directeur et par le président du comité exécutif, en cas d'empêchement du président, ce qui est arrivé fréquemment, c'est le vice-président du comité exécutif qui signe avec le directeur.</p>	<p>L'Assemblée générale²⁰ (AG) regroupe tous les membres de la MP sans exception. C'est « l'instance suprême de décision de la maison de la presse ». C'est elle qui fixe les orientations et objectifs de l'association, dans le strict respect de la loi et de ses statuts et règlements. C'est également elle qui élit les membres du comité de pilotage.</p> <p>Le président de la maison de la presse est aussi président de l'association des éditeurs de presse (Assep).</p> <p>Le Comité de pilotage²⁰ est élu pour trois ans par l'Assemblée générale. Il comprend 7 membres dont : un président, deux vice-présidents, un trésorier général, un trésorier général adjoint, un rapporteur général, un rapporteur général adjoint. Organe d'exécution des décisions de l'AG, le Comité de pilotage met en œuvre le programme d'activités annuel arrêté par l'AG.</p> <p>Le Comité des experts²⁰ est composé de cinq membres élus pour trois ans par l'AG. C'est l'organe de contrôle des activités de la MP. Il remet, chaque semestre, un rapport sur l'état des prestations fournies par la MP et la qualité des services. En sont membres associés de droit le ministère de la communication et l'Institut Panos.</p>	<p>Le Conseil d'administration de la MP est présidé par le Secrétaire général de l'Ujit et composé, outre deux membres du Bureau exécutif de l'Ujit, de représentants de ses partenaires initiaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - service de coopération et d'action culturelle (ex « mission française de coopération et d'action culturelle ») ; - ambassade des États-Unis au Togo ; - ambassade de la République d'Allemagne au Togo ; - ministère de la Communication. <p>La MP est responsable devant l'AG de l'Ujit et devant son Conseil d'administration.</p>
Structure opérationnelle	<p>Actuellement la maison de la presse du Burundi emploie quatre agents permanents, y compris le directeur ; deux sont payés par l'Unesco et deux payés sur fonds propres de la maison de la presse.</p> <p>Le directeur est payé par l'Unesco et a été recruté sur un contrat d'un an renouvelable, toujours renouvelé jusqu'à présent.</p>	<p>Depuis l'été 2000, un administrateur permanent, salarié, assure l'animation quotidienne de la MP, aidé d'une équipe d'une petite dizaine de personnes (secrétaire, opérateur de son, responsable informatique, claviste, gardien, etc.).</p>	<p>Le Comité de gestion est chargé de la gestion de la MP. Il est composé de trois membres issus de l'Ujit élus par l'Assemblée générale de l'association pour un mandat de deux ans renouvelable une fois.</p> <p>Il comprend : un directeur, un chargé de l'administration et du personnel, un chargé des finances et de la comptabilité.</p>

	BURUNDI	MALI	TOGO
Structure opérationnelle (suite)	<p>Le commissariat aux comptes Deux commissaires aux comptes vérifient la comptabilité et font un rapport à l'assemblée générale annuelle de l'Association. L'un est désigné par l'assemblée générale et l'autre par les membres d'honneur.</p>		<p>Neuf salariés entourent l'équipe de gestion (secrétaires, instructeurs informatique, cuisiniers, serveuse, coursier, veilleur de nuit).</p>
Mode d'adhésion et autres règles et procédures	<p>262 membres. (extrait d'un RA de la MP Bujumbura) : Tous les organes de presse doivent cotiser à la MP. Article 22 du RI qui donne les montants des cotisations de chaque organe.</p>	<p>« La MP est ouverte aux personnes morales de droit privé ou de droit public. [...] Les personnes morales de droit privé concernées sont les entreprises privées de la presse écrite et audiovisuelle contribuant au service public de l'information non membres d'organisations professionnelles et organisations professionnelles de la presse écrite et audiovisuelle. Les personnes morales de droit public susceptibles d'être membres de la MP sont celles qui ont une mission de service public dans le monde de l'information. » On devient membre de la MP en achetant une carte de membre, et s'acquittant d'une cotisation annuelle dont le montant est fixé par l'Assemblée générale. Un manuel de gestion²¹ retrace l'histoire de la MP, revenant sur sa mission et ses objectifs. Il fixe également les procédures de gestion de la MP, reprenant l'organigramme, les fonctions des salariés, les questions de gestion du personnel, du matériel, les procédures de gestion financière, etc. Il est à visée pratique, comprenant en annexe des documents types (modèle de contrat de travail, attestations et certificats divers).</p>	<p>Est membre de la MP « tout professionnel de l'information et de la communication qui en fait la demande [...] ». La qualité de membre s'obtient par la détention d'une carte de membre, la carte coûtant 3000 FCFA/an pour les journalistes togolais, 5000 FCFA pour les ressortissants de la Cedeao, 9000 FCFA pour les autres journalistes. En juillet 2000, la MP comptait 40 membres.</p>

¹⁹ Mais la structure actuelle est en place sous cette forme depuis février 1999.

²⁰ Ses membres sont bénévoles.

²¹ Adopté par l'AG du 26 août 2000.

sonnel est sous contrat et rémunéré directement par l'Unesco, c'est le cas du directeur. Mais était-il possible de procéder autrement dans le contexte du Burundi ? La situation était trop tendue pour qu'un acteur local prenant une telle initiative parvienne à fédérer autour de lui.

Les difficultés de la MP du Rwanda nous montrent cependant qu'une intervention extérieure résolue ne suffit pas. En effet, cette dernière a connu et connaît d'importants problèmes de démarrage, après le manque d'appropriation par les professionnels du secteur (qui a entretenu la confusion entre le projet Unesco Rwanda Media et la MP elle-même), c'est le départ en exil de son directeur qui l'a fortement ralentie.

Si la MP du Burundi fonctionne bien c'est aussi et peut-être surtout grâce à la capacité du directeur. Et de ce point de vue peut-être le mode de recrutement du directeur mérite-t-il d'être souligné. Cyprien Ndikumana a été recruté sur concours ouvert, organisé par un cabinet local de recrutement sous la supervision du bureau de l'Unesco. Ce processus de recrutement a sans doute concouru à renforcer son autorité morale. Cela dit les contrats d'un an renouvelables qui lui sont accordés ne favorisent pas une installation sûre dans sa fonction. Le profil institutionnel de la MP du Burundi est donc très spécifique. L'intervention extérieure donne ici à la structure une allure de « projet ».

► **La Maison de la presse du Mali : une situation de départ paradoxalement trop favorable ?**

Au Mali la situation de départ était nettement plus favorable, sur le plan politique nous l'avons vu, mais aussi parce que les acteurs étaient déjà relativement organisés en associations professionnelles. Paradoxalement ces facteurs a priori positifs n'ont pas joué en sa faveur. Des dissensions et rivalités se sont nouées, les associations professionnelles cherchant avant tout à se positionner au mieux dans le nouvel environnement. On n'était pas en présence d'individus ou de structures indépendantes, mais de

groupes d'individus et de structures associatives pour lesquels les bénéfices possibles de la MP peuvent sembler moins directement évidents.

L'argent a joué un rôle important dans ces dissensions : chacun voulant avoir sa part, ce qui est somme toute bien compréhensible dans des situations économiques très précaires.

Cette MP n'a pas été suffisamment appropriée, et ceci explique en partie l'absence de contrôle des membres lorsque, plus tard, les détournements importants se sont produits. Le souci apporté à la gestion des équilibres entre composantes professionnelles avait conduit à une sorte de neutralisation, ce qui n'est pas propice à un management actif et à une gestion responsable.

► **La Maison du journalisme du Togo : une équipe dynamique dans un contexte hostile**

Si elle n'a pas connu un passé aussi hésitant que la MP du Mali, la maison du journalisme du Togo, inaugurée en juin 1996, a aussi connu plusieurs gestionnaires. Mais il s'agissait davantage d'un problème de gestion proprement dit que d'un problème de nature institutionnelle de la MP. Elle est aujourd'hui dirigée par une nouvelle équipe en place depuis juillet 1999.

Le dynamisme de cette équipe explique en grande partie les réalisations de la Maison du journalisme. Le fait que les journalistes togolais aient adhéré quelle que soit leur provenance, joue également un rôle considérable dans la crédibilité de la structure. Bien qu'elle ait été mise en place à l'instigation de l'union des journalistes indépendants du Togo, elle ne s'est jamais adressée uniquement à la presse indépendante. L'Ujit avait souhaité dès le départ que la MP soit celle de toute la presse.

Le trait dominant de cette MP est très lié au contexte dans lequel elle évolue : devant la situation politique comme l'absence d'appuis extérieurs, la MP a choisi de lutter malgré tout, et elle s'est donnée un responsable qui incarne bien la personnalité institutionnelle de la structure.

FINANCEMENT DES MAISONS DE LA PRESSE

■ MODES DE FINANCEMENT

► Au Mali²²

Avant la nouvelle équipe et l'AG du 20 février 1999, aucun budget n'est vraiment établi. Les informations disponibles sont extraites du rapport d'activités 1995-98 présenté à l'AG du 3/2/99.

Rappel : l'État malien lui a octroyé un local, maison spacieuse dans un quartier pas trop périphérique, mais surtout bien desservi en électricité.

On l'a vu en première partie, la MP a été soutenue à ses débuts par plusieurs bailleurs de fonds. Le scandale financier et la faible activité démontrée dans les années qui ont suivi sa mise en place n'ont pas été pour rassurer les bailleurs de fonds. Aussi la nouvelle équipe, outre qu'elle a travaillé à l'élaboration de règles de gestion garantant d'un bon fonctionnement, s'est attachée à reconquérir la confiance des bailleurs.

Plusieurs démarches ont été menées à cet effet : mailing à l'attention des pouvoirs publics, missions diplomatiques et organisations internationales accréditées au Mali, organismes d'appui aux médias etc. Ce mailing présentait la MP, ses objectifs et ambitions pour la profession, afin de la repositionner comme un partenaire crédible fiable et légitime.

► Au Togo

La MP a bénéficié de subventions de l'Ambassade des États-Unis, de l'Ambassade d'Allemagne (4,5

millions de FCFA) ; de l'Institut Panos (financement du site Web et d'un ordinateur) ; de la fédération internationale des journalistes (projet Médias pour la démocratie, 14 568 euros).

Outre les subventions des bailleurs de fonds internationaux, la MP a mis en place un certain nombre d'activités génératrices de revenus (activités détaillées en seconde partie de l'étude).

► Au Burundi

Depuis sa fondation la MP du Burundi est appuyée par l'Unesco. Elle a été équipée, grâce à l'Ambassade de Grande-Bretagne d'un système de réception de télévision satellitaire et d'un accès à Internet pour une valeur de 10 000 US\$.

Depuis sa création jusqu'au mois de septembre 2000, la MP du Burundi a été logée dans une villa au centre de Bujumbura, dont l'Unesco finançait le loyer. En juin 2000, l'État burundais a mis à disposition de la MP une villa dans un quartier périphérique où, après des travaux d'aménagement, la MP a déménagé en octobre 2000.

■ L'AUTONOMIE FINANCIÈRE

► Combien coûte une MP ? Quelques chiffres

Il nous a été difficile de réunir des informations d'ordre financier. Non par manque de transparence de la part des MP, mais du fait des lacunes dans la gestion au sens strict (faiblesse dans la tenue des comptes, pièces manquantes). À titre d'exemple,

²² Cf. tableau récapitulatif avec chiffres ci-dessous.

Estimation des sommes perçues par la MP du Mali depuis sa création						
(montants en euros)						
	1996	1997	1998	1999	2000	Total reçu
Mali	-	198 182	198 182	198 182	120 130	318 312

les données sur le Mali concernant la période antérieure à la reprise en main n'ont pas pu être validées et sont des estimations, objet de recoupements d'informations. Nous avons toutefois essayé de mesurer le coût annuel d'une MP, en cumulant les financements obtenus et l'autofinancement.

► **Les MP visent-elles l'autonomie financière ?**

Toutes les MP n'ont pas la même attitude vis-à-vis des questions d'autonomie financière et de viabilité économique. Ces différences d'attitude s'expliquent notamment au regard des objectifs et finalités des structures mais aussi, on le verra plus tard, des subventions dont elles bénéficient et de leur capacité à trouver des financements auprès des bailleurs de fonds.

Au Ghana, la puissance, la reconnaissance, la forte institutionnalisation de l'association des journalistes, qui a eu cinquante ans en août 1999 (une association très militante, qui joua un rôle fondamental dans la lutte pour l'indépendance du Ghana), expliquent à la fois les succès et les limites de la maison de la presse : la greffe a pris immédiatement, dès sa création, sans même un appui extérieur parce qu'elle était l'émanation des professionnels, il fallait un siège à la GJA, ce devait être le GIPC.

Dans l'esprit du principal instigateur du GIPC, il a toujours été question d'en faire une structure auto-suffisante financièrement, un hôtel pour les journalistes, qui permette d'héberger les journalistes de passage à Accra.

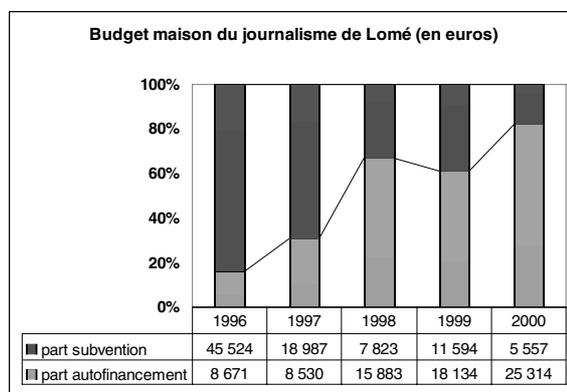
À l'opposé, la Maison du Mali ne se préoccupe pas tant d'autonomie financière : bénéficiant depuis ses tout débuts d'une subvention étatique qui ne menace pas de disparaître du jour au lendemain, la MP se consacre à développer ses activités, tout en misant sur la recherche de fonds et la diversification de ses bailleurs.

Dans le cas du Togo on voit que, pour survivre, la MP porte ses efforts vers la mise en place d'activités lucratives. Sans bailleurs elle essaie logiquement de lever ses propres ressources. Mais dans ce cas précis, peut-on dire que l'autonomie est recherchée ? Elle est au moins autant subie que recherchée.

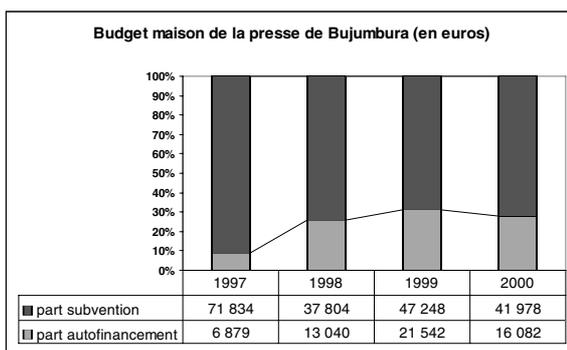
► **Financement et autofinancement : quels rapports ?**

Les graphiques ci-dessous présentent la part d'autofinancement des MP au regard des subventions qu'elles reçoivent, année par année.

On voit bien, pour la MP de Lomé, la part d'autofinancement augmenter au regard de la part de subvention, mais on ne doit pas perdre de vue que dans le même temps le budget a diminué de moitié. Dans la mesure où elle n'a quasiment pas d'appui extérieur, la structure adapte son activité en fonction de ses capacités d'autofinancement. Dans les faits, elle recentre sa stratégie sur la conduite d'activités lucratives. La part d'autofinancement est d'environ 80 %.



À Bujumbura, elle représente 30 % du budget. Elle a augmenté alors que les subventions extérieures continuaient d'être versées, voire augmentaient.



► **L'autonomie financière hors d'atteinte**

Dans notre échantillon de maisons de la presse étudiées on repère plusieurs attitudes vis-à-vis de l'autonomie financière. L'autonomie est ainsi effectivement souhaitée (Ghana), non recherchée (Mali), elle est un objectif affiché mais lointain (Burundi) ou bien elle est imposée par la pénurie de moyens externes (Togo).

Dans tous les cas de figure, c'est l'accès à l'aide qui structure les objectifs des MP dans ce domaine. Il n'existe nulle part une farouche ambition d'auto-

nomie financière vis-à-vis des bailleurs de fonds nationaux ou internationaux tant que ceux-ci respectent l'autonomie d'action de la MP. Le cas du Mali est éclairant de ce point de vue. Si sa dépendance financière menaçait son autonomie d'action, il est probable que son attitude serait différente. Mais dans la mesure où l'autonomie est respectée, la subvention – étatique et externe – est la bienvenue.

Lorsqu'elle est recherchée, l'autonomie financière se heurte à plusieurs problèmes structurels :

- les MP interviennent dans des contextes déprimés, elles soutiennent les acteurs la plupart du temps inorganisés d'un secteur en émergence ou en lutte. Ses membres sont eux-mêmes très limités financièrement, de ce fait ils ne peuvent assurer seuls l'équilibre financier ;
- ne pouvant compter sur les seules cotisations de leurs membres, les MP doivent absolument être aidées pour leur démarrage, pour l'acquisition d'un minimum de moyens matériels par exemple. Le besoin de financement extérieur est évident. La question de l'autonomie ne se pose logiquement qu'après la phase de lancement, lorsque la MP est en régime de croisière. Se pose alors également la question de la compatibilité du maintien de la mission de la MP avec sa recherche de revenus ;
- en effet lorsqu'elles développent des activités génératrices de revenus, les MP ne le font pas seulement sur des secteurs en lien avec leur mission de base. Au contraire elles visent clairement et sans complexe les activités lucratives, ce qui les détourne en partie de leurs objectifs et de leur « clientèle » de base. En se tournant vers le grand public (Togo), et a fortiori lorsqu'elles utilisent pour la vente de prestations du matériel issu de l'aide publique (parc d'ordinateurs), elles se comportent comme des entreprises commerciales, vendant des services dans des secteurs où la demande de formation est forte (l'informatique principalement). Il s'agit clairement de concurrence déloyale par rapport au secteur privé. Faut-il le leur reprocher, si c'est là la condition pour qu'elles puissent poursuivre par ailleurs leur mission ?
- enfin, même si notre échantillon de MP est limité, il faut souligner que nous n'observons aucune corrélation entre la part d'autonomie financière et l'efficacité des MP au regard de leurs objectifs fondamentaux. Le Mali, pour la première partie de son histoire, est un exemple d'échec dans un contexte d'abondance de moyens, mais la MP du Burundi, aussi très appuyée financièrement, réussit bien. ■

ACTIVITÉS ET IMPACT DES MAISONS DE LA PRESSE

UNE ACTIVITÉ DOMINANTE : LA FORMATION

■ UNE FORMATION LE PLUS SOUVENT PONCTUELLE : SÉMINAIRES ET SESSIONS DE FORMATION CONTINUE

Au Togo, la Maison du journalisme a fait de la formation son activité principale, ayant obtenu un agrément de l'État comme centre de formation à part entière (arrêté ministériel n°99/054/METFPA-CAB). Le Mali n'est pas en reste avec une vingtaine de sessions de formations organisées au cours des douze derniers mois. Si la maison de la presse de Bamako a mis un certain temps à fonctionner véritablement, elle organisait, dès 1998, des ateliers de formation. Les formations prennent différentes formes : ateliers, séminaires, sessions à périodicité régulière, journées d'information.

Sur le plan de l'organisation, divers partenariats sont mis en place, à l'échelle nationale et internationale : avec des bailleurs de fonds internationaux pour le financement, avec des écoles de formations et des experts (du Nord ou du Sud) pour les intervenants et la mise en place des programmes, etc. Les maisons de la presse ne sont d'ailleurs pas toujours organisatrices des formations, il leur arrive de seulement prêter leurs locaux pour qu'elles aient lieu.

Thèmes des formations

Les thèmes des formations proposés par les structures étudiées sont très variés, allant de la formation aux techniques de base du journalisme à des for-

mations très pointues sur des sujets précis. Voici quelques exemples de sujets de formations organisées au Togo, au Mali et au Burundi au cours des deux dernières années :

► Togo (cf. encadré page suivante)

Le reportage écrit et le secrétariat de rédaction ; photojournalisme, caricature et environnement ; Internet (« administration de pages ») ; séminaire de formation sur le journalisme radio (séminaire-atelier : formation et pratique).

► Mali

Sous l'administration provisoire : des ateliers de formation à la PAO, un atelier de formation des médias maliens aux NTIC. En juin 1997, un concours du meilleur reportage organisé par la MP débouche sur l'attribution de deux stages de formation de 3 mois au CFPJ à Paris.

Sous la nouvelle équipe : Le journalisme économique ; Protection judiciaire des médias et construction démocratique ; Les droits de la presse au Mali ; La gestion des journaux ; Le rôle de la presse dans la consolidation des communes au Mali ; Les NTIC ; Le régime de la presse au Mali ; Techniques d'écriture et secrétariat de rédaction ; Le journalisme d'investigation ; Rôle et place du journaliste dans la promotion, la protection et la défense des droits de l'homme.

► Burundi

Entre juillet 1997 et mars 1998, trois séminaires ont été organisés : l'un sur les grands genres journalistiques, l'autre sur le secrétariat de rédaction

Exemple d'atelier de formation à la Maison du journalisme de Lomé

L'atelier sous-régional « Photojournalisme, caricature et environnement » : partenariat entre organisations professionnelles à l'échelle sous-régionale sous l'égide de la maison du journalisme. La maison du journalisme du Togo a accueilli, du 7 au 17 mars 2000, un atelier de formation sur le thème « photojournalisme, caricature et environnement ». Cet atelier a été organisé par l'Ujit, en collaboration avec l'Union des jour-

nalistes de presse privée du Bénin (UJPB), grâce à un financement de l'Unesco. Regroupant une vingtaine de journalistes béninois et togolais des médias privés et publics, il est l'exemple réussi d'une formation hébergée par la maison du journalisme, qui a en outre su entraîner une mobilisation régionale. À l'issue de l'atelier, un journal a été publié, rédigé par les stagiaires à titre d'exercice pratique.

et le troisième pour les correspondants de l'agence burundaise de presse sur « la collecte de l'information dans les zones de conflit ».

En août 1998 était encore organisé un séminaire sur « la gestion des entreprises de presse ». Après un bon début, ces activités de formation se sont un peu ralenties : en 1999, en dehors de la semaine de réflexion et de débats sur « la Liberté de la Presse » du 3 au 7 mai, ont été organisées une dizaine de conférences-débats et un séminaire de trois jours en septembre sur « le rôle de la presse dans la promotion de la bonne gouvernance ».

En 2000, une dizaine de conférences-débats ont eu lieu durant le premier semestre. La maison de la presse a organisé une formation de deux semaines de deux groupes de seize journalistes en technologie de l'information et de la communication, au siège local de l'Université virtuelle africaine.

Partenaires

Au Mali, outre la MP en tant que telle, les structures suivantes ont pris part à l'organisation des formations : associations professionnelles (Amap, Urtel, réseau des journalistes économiques, Assep, AJPP, etc.), journaux et médias (Les Échos, etc.). Certaines des institutions organisatrices prennent en charge le financement des formations, d'autres font appel à des bailleurs de fonds extérieurs.

Au Togo, des partenariats techniques ont été montés avec des instituts de formation du Nord comme l'Institut international de journalisme de Berlin, des associations professionnelles (Fédération internationale des journalistes, Fij) etc. Mais les responsables

de la maison du journalisme sont ouverts à de multiples partenariats, pas seulement purement techniques, en témoigne l'organisation d'un séminaire de formation des journalistes par le Comité international de la croix rouge (CICR) et du croissant rouge. Au Burundi, la maison de la presse est membre du centre pour la promotion de la liberté d'expression et de la tolérance dans la région des Grands lacs (CPLTGL, association créée en septembre 1999 dans le but de renforcer la coopération sous-régionale et d'unir les efforts pour le développement de la presse), avec laquelle elle a organisé certaines sessions. D'autre part elle a contribué à l'organisation des séminaires de formation au Rwanda, en collaboration avec la maison de la presse de Kigali.

Financement des formations

Certaines formations sont financées par les maisons de la presse elles-mêmes, dans le cadre de leurs activités courantes. D'autres sont organisées au coup par coup, sur financement de bailleurs de fonds internationaux, coopérations bi multilatérales ou fondations privées et organisations non gouvernementales (pour ne citer que ceux qui reviennent le plus souvent : coopération allemande, ambassade des États-Unis, Association mondiale des journaux, Fondation Friedrich Ebert, Institut Panos, Fédération internationale des journalistes, Unesco).

On a également recours à des bailleurs locaux parfois, sur des thématiques bien précises. Au Mali par exemple, l'Agence pour la promotion des entreprises privées (Apep) a financé, en collaboration avec l'Association des journalistes pour la promotion du

professionnalisme (AJPP), l'organisation d'un séminaire-atelier sur « Les droits de la presse au Mali ». Au Burundi les séminaires ont bénéficié, selon les cas, de l'appui financier de l'Unesco, de l'organisation Africare/Burundi, et du Programme des Nations unies pour le développement (Pnud).

■ UNE AMÉLIORATION DU PROFESSIONNALISME MALGRÉ UN FORT MANQUE DE CONTINUITÉ

➤ L'impact des formations des MP sur le professionnalisme des journalistes et des directeurs de journaux

Les formations organisées par les maisons de la presse sont bien souvent les seules sources de formation et de perfectionnement accessibles au niveau local pour les journalistes. Quel que soit leur faible suivi, elles n'en demeurent pas moins un élément essentiel de formation pour les professionnels des médias.

En abordant des sujets larges et variés, les MP ont permis à de nombreux journalistes de se former sur tous types de domaines : techniques (techniques de base rédactionnelles, recherche d'information, secrétariat de rédaction, PAO, etc.) ; thématiques (journalisme économique, d'environnement, politique) ; sectoriels (presse, radio). Elles visent également les directeurs de journaux, qu'elles cherchent à sensibiliser à l'importance de la viabilité d'une entreprise de presse. Enfin elles abordent

toutes les questions d'éthique et de déontologie. Au Togo nombre d'interlocuteurs rencontrés affirment que les formations ont un impact non négligeable sur le professionnalisme des journalistes : que ce soit parmi les journalistes eux-mêmes, presse privée et presse d'État, presse écrite et radio ou pour les directeurs de journaux (pour la plupart également journalistes).

➤ Un impact à nuancer : peu d'indicateurs fiables

Le nombre des bénéficiaires des formations ne constitue pas toujours un indicateur fiable, le fait même d'assister à une formation ne constituant pas la preuve du bénéfice effectif des cours donnés. Nombre de formations sont surpeuplées du fait des per diem remis aux stagiaires, les séminaires de formation étant parfois considérés par les journalistes avant tout comme un moyen d'augmenter leurs faibles revenus.

➤ La grande faiblesse du système : des formations trop ponctuelles

En reprenant la liste des formations organisées dans les maisons de la presse qui ont fait l'objet de l'étude, on constate une grande variété de thèmes traités, mais il est difficile de repérer une réelle cohérence ou une volonté de suivi des sujets. On entend là par suivi des formations la mise en place de formations par cursus thématiques, avec progression dans les programmes d'une session à l'autre, formation continue, cours de perfectionnement, etc.

ORGANISATION DE LA PROFESSION ET RAPPORT À L'ÉTAT

■ LES MP, ACTEURS À PART ENTIÈRE DE LA STRUCTURATION DU SECTEUR

À l'instar du Ghana International Press Centre, avant tout « a Venue²³ », un lieu – social, de rencontre, de convivialité – les maisons de la presse du Mali du Burundi et du Togo se posent comme les lieux

²³ Terme employé par la présidente du GIPC, également présidente de l'association de journalistes du Ghana, Gifty Affenyi Dadzie.

d'accueil des journalistes, de tous les journalistes, du secteur public ou du secteur privé, de la radio de la télévision ou de la presse écrite. Sur le terrain, on constate la réalité de cette vocation à des degrés divers, avec des impacts variables.

Hébergement d'associations professionnelles

À Bamako, la MP héberge les secrétariats de plusieurs associations de journalistes (antenne mal-

ienne de l'association des professionnelles africaines de la communication, Apac-Mali, association des journalistes pour la promotion du professionnalisme, AJPP). L'Ujit du Togo a également ses bureaux à la Maison du journalisme.

Au Ghana, l'Union des journalistes de l'Afrique de l'Ouest (UJAO) a été logée au GIPC jusqu'à l'été 2000. La MP du Burundi offre également ses locaux aux associations burundaises.

Participation des MP aux débats nationaux et régionaux sur le développement des médias, la liberté de la presse, le pluralisme, etc.

► **Interventions ponctuelles : organisation de manifestations diverses**

Les maisons de la presse accueillent en priorité les rencontres des associations professionnelles de journalistes de tous bords et de toute provenance (assemblées générales, autres réunions sur tous thèmes).

Au Togo, la maison du journalisme a reçu, entre autres, les réunions de l'Observatoire togolais des médias.

Pour toutes les MP visitées, le 3 mai, journée internationale de la liberté de la presse, est l'occasion de manifestations de grande envergure (par exemple au Togo, organisation de conférences débats, présentation d'un rapport sur l'état de la presse au Togo, etc.). La Maison de la Presse du Burundi met en œuvre une politique de déclouisonnement régional : son directeur soutient et participe activement à des

échanges entre les journalistes de la région (Rwanda, Burundi et Est de la RDC) et du continent. Ainsi est-ce la Maison de la Presse du Burundi qui a poussé l'idée de la création du Centre pour la liberté de la presse dans la région des grands lacs, dont le directeur de la Maison de la presse du Burundi est le président. Pour la journée internationale de la liberté de la presse du 3 mai 2000, la maison de la presse a invité des journalistes des pays voisins.

► **Sur la durée : participation à la mise en place et au suivi des textes de loi régissant les médias (codes de la presse, codes de déontologie, etc.)**

De façon moins ponctuelle, certaines maisons de la presse ont participé aux débats nationaux sur les lois sur la presse. C'est grâce à l'appui de la Maison de la Presse du Burundi en collaboration avec l'Unesco, que l'Association burundaise des journalistes est parvenue à rédiger et à publier en mars 1998 son « code d'éthique et de déontologie de la presse » accepté par l'ensemble de la profession.

Participation des MP aux travaux sur l'autorégulation des médias

► **Autorégulation : l'apparition d'observatoires des médias**

Le respect de l'éthique et de la déontologie est un facteur de maturité des médias. En Afrique sont apparus, au milieu des années 90, des « observatoires » des médias, structures souhaitées et créées par la

L'Olped, premier « observatoire » des médias africains

Première de ces structures, l'Observatoire de la liberté de la presse, de l'éthique et de la déontologie de Côte d'Ivoire (Olped) est né en 1995, à l'issue d'un séminaire sur « La responsabilité du journaliste en période électorale ». Sa création répond au souci du respect de la déontologie, sa mission étant « de faire respecter le code de déontologie des journalistes, de veiller au respect de l'éthique, à la sécurité des journalistes, à la liberté de la presse et de garantir le droit du public à une information libre et hon-

nête ». L'Olped, créé par l'Union nationale des journalistes de Côte d'Ivoire (UNJCI), a vite cherché à être indépendant de cette association, en quête d'une plus grande autonomie, il y est parvenu en août 2000. Si la structure a rencontré de très grosses difficultés lors des troubles politiques dans le pays, et s'est trouvée – faute de pouvoir de sanction – fort dépourvue face aux débordements d'une presse haineuse et peu respectueuse de l'éthique, elle a fait des émules dans d'autres pays, du fait de débuts très prometteurs.

Un débat à la maison du journalisme du Togo

Lucien Messan, directeur de publication du journal *Le Combat du peuple* est le troisième membre du comité de gestion de la maison du journalisme. Il est surtout l'un des journalistes les plus surveillés par le gouvernement togolais, et a fait les frais, à plusieurs reprises depuis la création de son journal, en 1994, de la censure (il a dû passer quelques temps dans la clandestinité, craignant pour sa sécurité). Le Code de la presse publié récemment au Togo va nettement dans le sens d'une restriction de la liberté de la presse, autorisant la saisie des journaux, qui peuvent être saisis, à l'imprimerie, avant même d'être distribués, sur ordre d'un ministère (Cf. EDM Togo, sur le site ParMA). Sa mise en place a fait l'objet de nombreux débats, notamment à la Maison du journalisme. En Juillet 2000, Lucien Messan publie, dans le

Combat du peuple, une interview d'un opposant au régime nettement favorable à l'interviewé. L'article est bien désigné comme émanant de cet opposant, et ne prétend pas être un article d'analyse. Il est clair que le journal a été payé pour publier cet article, c'est mentionné en titre. Mais tout le monde ne l'entend pas ainsi, et Lucien Messan est accusé par ses pairs d'avoir accepté de l'argent en échange d'une information clairement connotée politiquement. Le président de l'UJIT interpelle le directeur de publication à la MP, et tous deux s'expliquent. Il ressort de cette explication qu'on ne peut vraiment reprocher au *Combat du peuple* d'avoir tenté de faire de la propagande, dans la mesure où l'article était clairement précédé d'une mention en signalant l'auteur et la provenance.

profession dont l'objectif était d'organiser l'autorégulation. D'autres pays de la sous-région ont mis en place des observatoires, aux appellations diverses, et en octobre 1999, observatoires et maisons de la presse étaient réunis à Ouagadougou, à l'instigation du Centre de presse Norbert Zongo²⁴, dans l'objectif de confronter leurs expériences et échanger des informations. Cette rencontre, qui devait aboutir à la création du « Forum des maisons et observatoires de la presse en Afrique »²⁵, a été suivie, pour ce qui concerne les observatoires, d'une « rencontre interrégionale des instances d'autorégulation des médias », organisée à Cotonou en juin 2000.

La rencontre de Cotonou aboutissait à son tour à la création d'un Réseau des instances africaines d'autorégulation des médias (RIAAM), regroupant tous les observatoires présents à Ouagadougou en octobre de l'année précédente.

► Rôle des MP dans l'apparition des observatoires

C'est aussi sous l'égide de la Maison du journalisme de Lomé que s'est créé l'Observatoire togolais des médias (outre la forte implication de l'Ujit et de diverses associations professionnelles, syndicats de journalistes des médias d'État, etc.). Avant

qu'il ne dispose d'un local propre (financé par le Service français de coopération et d'action culturelle de Lomé), l'OTM s'est réuni à la MP pendant un certain temps. Il constitue une des réussites majeures de la MP, réunissant en son sein, pour la première fois au Togo dans la gestion d'une structure, des journalistes de tous bords : du privé et du public, proches du pouvoir ou non.

Au Ghana les négociations pour la mise en place d'un observatoire ont été menées au niveau du GIPC, siège de GJA, elle-même porteuse du « comité d'éthique » (« Ethic Committee ») qui a constitué la base de l'observatoire créé fin 2000.

Pour le Mali, c'est le directeur de la MP de Bamako, porteur du projet de montage d'un observatoire de la liberté de la presse qui a assisté à la rencontre de Cotonou, à la veille de la création de l'Observatoire de l'éthique dans la presse (Odep)²⁶.

²⁴ Cf. troisième partie de l'étude.

²⁵ Des informations sur le Forum sont disponibles en troisième partie de l'étude.

²⁶ Observatoire de l'éthique dans la presse, créé en novembre 2000 à Bamako, suite à une rencontre ayant accueilli plus de 150 participants, du Mali et de la sous-région. L'Odep s'installe à compter de la mi-décembre 2000 à la MP.

Au Burundi, le directeur de la MP a pensé jouer un rôle dans le montage d'un observatoire, mais, étant donné le contexte actuel, ce projet n'est guère réalisable.

Promotion du secteur/organisation d'activités visant à mobiliser la société civile (ONG, politiques, entreprises)

► **Activités visant à la promotion des droits de l'homme**

Au Mali, conférence débat avec le jury de la 6^e édition de l'Espace d'interpellation démocratique ; conférence débat sur l'état de la corruption au Mali.

► **Promotion des relations des médias avec les entreprises**

La MP de Lomé organise des visites d'entreprises à l'attention de tous les journalistes togolais. Cette activité était menée dans l'objectif « d'améliorer les rapports entre les médias et les sociétés privées commerciales ». Il ne s'agit pas d'aboutir à des reportages de promotion des entreprises, mais bel et bien de faire découvrir les entreprises et leur fonctionnement aux journalistes, en échange de quoi les entreprises font connaissance avec les journalistes, identifiant de possibles interlocuteurs. En 2000, des « visites de terrain » ont été organisées par la maison du journalisme au Port autonome de Lomé, aux Brasseries du Bénin, à la Nouvelle industrie des oléagineux du Bénin, etc.

Au Mali : conférence de presse de la DG de l'hôpital Gabriel Touré sur le nouveau visage de l'hôpital Gabriel Touré, conférence de presse sur Air Afrique, etc.

► **Ouverture à d'autres associations de la société civile**

Tous les services des MP ne se limitent pas aux seuls journalistes : au Burundi par exemple, des associations et des Ong locales et internationales, toute structure qui a des besoins en communication recourent à la Maison de la Presse (accès à Internet, documentation, formation, organisation de rencontres).

■ UNE PROFESSION PLUS SOUDÉE, QUI SE MOBILISE POUR OBTENIR ET DÉFENDRE SES DROITS

Rôle des MP dans les relations entre professionnels des médias

► **Développement des associations de journalistes**

Les associations professionnelles trouvent un vrai local dans les maisons de la presse, ce qui contribue à leur assise de même qu'à leur reconnaissance par le milieu. Si elles ne s'y installent pas de façon permanente, elles peuvent y trouver une caisse de résonance pour leurs actions, et au moins un lieu pour y tenir leurs rencontres, moyennant des frais moindres (au Togo, l'Organisation des radios télévisions indépendantes, Orti, organise gratuitement ses réunions à la MP). Toutes les personnes rencontrées dans le cadre de l'étude à Lomé mettent en avant la MP pour le rôle rassembleur qu'elle a su jouer, permettant aux journalistes du secteur privé et du secteur public, jusqu'alors vivant dans deux mondes bien séparés, sans réelle possibilité de se croiser, de se rencontrer. Ainsi, en organisant les séminaires et sessions de formation prend-elle toujours garde à inviter des journalistes de tous bords. Au fur et à mesure la confiance s'est installée, et des échanges ont pu avoir lieu entre ces journalistes. Les dissensions demeurent bien évidemment mais la communication est là.

À Bamako, avant la création de la MP, le seul lieu existant, la cantine de l'ORTM était désigné précisément comme lieu de rencontre des journalistes du secteur public. La multiplication des séminaires de formation, conférences de presse, l'ouverture de la bibliothèque et du centre Internet ont fait de la MP un lieu animé, désormais régulièrement fréquenté par un grand nombre de journalistes (qui viennent notamment consulter leur courrier électronique).

À Accra, le Press Centre a considérablement renforcé l'association des journalistes (GJA), et ses « affiliate bodies ». Son efficacité a renforcé l'image de l'association vis-à-vis des pouvoirs publics, du grand public, et avant tout des professionnels des médias. Il a aussi, de par son démarrage sur fonds propres, prouvé que des associations locales peuvent monter, sur leur propre initiative et sans recours à l'aide extérieure, des expériences, et que l'aide si nécessaire à leur renforcement peut venir ensuite.

► **Des lieux fédérateurs**

Même si ce sont des lieux « apolitiques », les MP sont des lieux importants dans les contextes politiques nationaux. Soupçonnées d'être au service des gouvernants, les anciennes associations de journalistes ont connu une perte de légitimité, de même que la plupart des structures héritées des systèmes de partis uniques. Les MP sont apparues comme de vraies alternatives pour les professionnels du secteur.

Elles ont ainsi pu porter des projets d'autorégulation grâce à leur reconnaissance, leur légitimité aussi bien dans les secteurs professionnels concernés que vis-à-vis des pouvoirs publics ou des sociétés civiles. Si l'Olped de Côte d'Ivoire a vite dû songer à s'affranchir de son instance créatrice, l'Union nationale des journalistes de Côte d'Ivoire (UNJCI), l'OTM de Lomé ou l'Odep de Bamako n'auront semble-t-il pas ce genre de difficulté, les MP ayant appuyé leur création étant des instances fédératrices, d'ores et déjà porteuses de projets qui ont fait consensus (ou tout au moins l'objet de débats).

Impact vers l'extérieur : gouvernements et société civile au plan national ; acteurs internationaux

► **Les MP instruments de dialogue avec les pouvoirs publics**

Points d'ancrage pour les professionnels des médias, les MP sont également un point de contact avec les pouvoirs publics.

Au Mali, le secrétaire général du ministère de la communication se félicite encore de la création de la MP, même si celle-ci a connu les difficultés que l'on sait. Il insiste sur l'indépendance de cette structure « La maison de la presse, c'est l'affaire des associations », sur l'importance pour lui en tant que représentant des pouvoirs publics, d'avoir affaire avec des associations fortes.

Le cas de la MP de Bamako est d'autant plus particulier qu'on lui a confié la gestion de l'aide publique à la presse.

Au Burundi, le ministre de la communication affirme son attachement à la maison de la presse, comme organe « qui aide à la responsabilisation des médias et des journalistes ». L'État apporte ce qu'il peut à la MP (cf. la villa donnée par le ministère de la communication, qui fut reprise par un

autre ministère puis rendue à la MP grâce à l'intervention d'un des deux vice-présidents du pays). Le ministre de la communication utilise parfois les facilités offertes par la MP, lorsqu'il s'agit de réunir les responsables des médias publics par exemple.

► **Relations avec les bailleurs de fonds**

Les relations avec les bailleurs de fonds sont étudiées dans le détail en troisième partie de l'étude.

On peut signaler que les MP sont globalement bien considérées par les bailleurs de fonds qui y voient, dans certaines situations, un point de contact important, légitime et rassembleur. C'est le cas de Salabary Doumbia, conseiller technique pour la Fondation Ebert à Bamako, qui émet le souhait d'avoir affaire avec un partenaire institutionnel fiable dans la transmission de l'aide aux médias maliens.

► **Les MP, espaces de débat démocratiques : quelles relations avec les sociétés civiles ?**

Structures fédératrices, on aurait pu s'attendre à ce que les MP jouent le rôle de lien entre les médias et les sociétés civiles.

Cela n'a pas été toujours le cas, loin de là. L'impact de la MP de Bamako sur les relations entre les médias et la société civile malienne est ainsi peu significatif. Au Togo en revanche, on note une collaboration et des liens réels.

À Bamako : la société civile, pas très bienvenue à la MP

À Bamako, les relations entre la maison de la presse et la société civile n'ont pas été très simples, dès la création de la maison. Ainsi, figure parmi les membres du premier Conseil d'administration de la MP, au titre de « représentant de la société civile », une personnalité issue de l'Observatoire national du foncier. Or les professionnels des médias interrogés contestent quasiment tous cette présence aujourd'hui, arguant qu'elle n'était nullement justifiée. Certains de nos interlocuteurs ont même dénoncé le risque que « certains cherchent à s'approprier la MP pour avoir accès à l'argent ». Pour certains, la société civile est une notion qui ne recouvre rien au Mali. Ils songent ainsi que ceux qui se mobilisent au nom de la société civile ont une attitude opportuniste (que cela soit à des fins politiques ou économiques). La présence de la société civile dans le premier bureau de la MP semble donc très artificielle, elle n'a d'ailleurs plus cours sous les nou-

veaux statuts de la structure (les nouveaux gestionnaires ont préféré « laver leur linge sale en famille »). Face à ces avis bien tranchés à Bamako, le représentant de l'Association malienne des droits de l'homme (AMDH) estime qu'il est regrettable que, comme c'est le cas, il n'y ait pas de représentant de défenseurs de droits de l'homme au CA de la MP. Il rappelle qu'il existe un réseau des journalistes pour la promotion des droits de l'homme, et que les synergies entre journalistes « indépendants » et promoteurs et défenseurs des droits de l'homme doivent être développées.

A Lomé, une certaine solidarité entre journalistes et défenseurs des droits de l'homme

Le contexte politique togolais est tel que l'on trouve une plus grande solidarité entre organisations de défense des droits de l'homme, et plus largement organisations issues de la société civile et médias. L'espace d'expression de la société civile est si peu ouvert, cette dernière si peu construite que la MP s'en est fait le porte voix, et un lieu d'hébergement occasionnel bienvenu. Des représentants de la Ligue togolaise des droits de l'homme passent de temps en temps à la MP, les communiqués de la ligue lui sont régulièrement adressés. Mais les relations ne sont pas développées au-delà.

► Relations avec le monde des entreprises

Dans un pays où le marché publicitaire est quasiment inexistant, cette tentative de rapprochement avec les entreprises est un travail de marketing dont le but est de développer des marchés publicitaires.

► Avec les journalistes étrangers

Au plan international, une ouverture réelle aux journalistes étrangers est permise, avec un affichage sinon uniforme au moins lisible de la profession. Les journalistes étrangers peuvent adhérer (et adhèrent) aux MP. Ils peuvent y rencontrer les professionnels nationaux, lire la presse nationale, avoir accès à Internet, etc.

Au Ghana, l'ambition de l'ancien directeur du GIPC était d'en faire un véritable lieu d'hébergement pour les journalistes en mission à Accra (qu'ils soient étrangers où viennent de villes ghanéennes éloignées de la capitale).

■ LE CAS DU BURUNDI : RETOUR SUR LE RÔLE ET L'IMPACT D'UNE MP EN SITUATION DE CONFLIT

Cf. encadré ci-contre « Interview C. Ndikumana ».

ACCÈS À L'INFORMATION ET APPUI MATÉRIEL

■ DES ACTIVITÉS VITALES POUR LES SECTEURS MÉDIATIQUES

Les MP, siège et/ou lieux de réalisation de journaux privés, centres de documentation

► Hébergement et réalisation de journaux

La MP de Lomé est le siège de nombreux journaux indépendants. Au Togo, un grand nombre de journaux indépendants à périodicité hebdomadaire parviennent à se maintenir grâce au travail acharné de quelques journalistes, mais n'ont pas de siège,

faute de moyens. Ils sont donc domiciliés à la maison du journalisme, qui leur propose, moyennant un abonnement, une boîte postale.

Au Burundi la maison de la presse est également le lieu de travail de quasiment tous les journaux privés. Les journaux privés utilisent les équipements mis à leur disposition : ils y réalisent à prix économique la composition et la mise en page de leurs éditions, ils y ont leur adresse postale et physique ; les journalistes y trouvent un accès à l'Internet, et l'utilisent tant pour y ouvrir une boîte de courrier électronique que pour y rechercher des informations.

Interview C. Ndikumana, directeur de la MP de Bujumbura
(interview réalisée lors de la rencontre régionale de l'UJAO à Bamako, mars 2001)

Cyprien Ndikumana est le directeur de la maison de la presse de Bujumbura. Après avoir étudié la psychologie et les sciences de l'éducation à l'université du Burundi, le journalisme et la communication à l'Université libre de Bruxelles, puis la gestion à l'Institut de gestion des entreprises, il a exercé comme rédacteur en chef adjoint de l'Agence burundaise de presse. Il est le directeur de la MP depuis sa création, en 1997.

Il a participé à la réunion régionale de l'Union des journalistes de l'Afrique de l'Ouest (UJAO) organisée à Bamako sur le thème « Contrôle des violations de la liberté de presse en Afrique de l'Ouest », les 29 et 30 mars 2001, où les « maisons et centres de presse » ont fait l'objet d'un atelier de travail spécifique. L'occasion de faire le point avec lui sur la MP de Bujumbura, ses activités, son rôle dans la réconciliation nationale au Burundi, son positionnement vis-à-vis du mouvement de regroupement des MP africaines.

Quelles sont les principales activités de la maison de la presse (MP) du Burundi ?

La maison de la presse de Bujumbura est avant tout un lieu de rencontre. Nous nous sommes donc attachés, dès l'ouverture en mai 1997, à organiser un grand nombre de conférences débats. Notre idée était de permettre à tous de s'exprimer, mais aussi et surtout de permettre à des gens qui ne se parlaient plus – journalistes hutus, journalistes tutsis, anciens ministres, etc. – d'avoir à nouveau l'occasion d'échanger.

Dès juillet 1997, le premier journal réalisé à la MP est paru. En effet, la MP propose un service de saisie et mise en page des journaux, qui fait que tout journaliste désireux de réaliser son journal à la MP n'a qu'à s'y rendre avec ses articles manuscrits, le travail est effectué directement pour lui, et pour une somme modique. De fait aujourd'hui la Vérité, le Patriote, la Lumière ou le journal économique Great Lake Business News, tous les journaux burundais (à l'exception du journal de l'Eglise catholique) sont réalisés à la MP. Ce service est réalisé pour 18 000 Francs burundais (environ 20 US\$), quand pour le même service les sociétés privées facturent 50 000 Fbu (environ 45 US\$).

Une autre activité très importante pour la MP est l'organisation de formations. Elle correspond à l'un de nos objectifs principaux, la promotion du professionnalisme. Les formations données ont trait à la fois aux techniques de base du jour-

nalisme, et à l'exercice du métier dans le contexte bien particulier du Burundi.

Enfin, plus récemment, nous avons mis en place une nouvelle activité, les Clubs de la presse. Organisée en collaboration avec la Radio télévision nationale du Burundi, cette activité consiste à réunir, dans les studios radio de la RTNB, des journalistes et de les faire parler sur un sujet d'actualité. Ces émissions, qui durent une trentaine de minutes ont dès le départ rencontré un grand succès.

Quel doit être le rôle de la MP dans le rétablissement et le maintien de la paix au Burundi ?

Nous sommes convaincus que le rôle des journalistes ne se limite pas à rapporter une information, mais que les journalistes doivent avoir une action positive en rapport avec la paix. C'est dans cette optique que nous avons lancé le Club de la presse.

La MP joue un rôle déterminant dans la réconciliation et la promotion du dialogue interburundais.

Notre campagne de promotion du lieu a eu des effets immédiats, et très vite, que ce soit les journalistes ou les représentants d'ONG ou associations émanant de la société civile, le lieu a été très fréquenté. Les journalistes, satisfaits de trouver là les moyens de réaliser des journaux, les associations sûres d'avoir, en organisant des rencontres à la MP, une couverture médiatique honorable. ... /...

... /... Nous avons participé à l'édition du code d'éthique et de déontologie, et chaque année, le 3 mai (journée internationale de la liberté de la presse qui est fêtée à la MP) est l'occasion de rediffuser ce code à tous les journalistes burundais. Les formations des journalistes sont bien souvent directement inscrites dans la promotion de la paix, à l'instar des séminaires sur « la collecte et le traitement de l'information en période de crise », « le rôle des journalistes dans la promotion de la bonne gouvernance », ou encore « liberté de la presse et processus de paix ».

Comment la MP est-elle financée ?

Notre bailleur de fonds principal est l'Unesco, mais nous avons également reçu des aides de l'ambassade de Grande-Bretagne et, plus récemment, de la communauté française de Belgique.

Comme je vous l'ai signalé pour les services de saisie et mise en page des journaux tous nos services sont payants. De même l'adhésion à la MP est payante, les membres achètent une carte d'adhésion (1 000 F Bu) et doivent régler chaque mois une cotisation de 300 F Bu, il bénéficient ainsi des services à tarif préférentiel et pour les journalistes des médias publics, nous proposons s'ils le souhaitent, pour simplifier les démarches, de retenir à la source sur leur salaire la cotisation. Nombreux sont ceux qui ont choisi cette solution. A ce jour nous avons 269 membres, et l'on peut estimer la fréquentation quotidienne de la MP à une vingtaine de journalistes.

Nous avons également mis en place un certain nombre d'activités génératrices de revenus (téléphone, photocopies, restaurant²⁷, projet de cybercafé) afin d'assurer une autonomie maximum à la MP, même si nous pensons que la subvention de fonctionnement de l'Unesco (25 000 US\$ par an) est encore indispensable. En effet, notre mission n'est pas commerciale, or si l'on veut équilibrer les comptes, il faudra augmenter nos tarifs, cela ne se fera qu'au prix du service rendu aujourd'hui aux médias burundais.

Il faut ajouter que l'État vient de nous mettre à disposition de nouveaux locaux, un immeuble moins central certes que les locaux que nous louions, mais pas trop excentré à Bujumbura. Cet immeuble était vétuste et nous avons dû y

faire des travaux²⁸ mais désormais cela fait un lieu correct pour héberger la MP. Pour l'instant nous n'avons pas de titre de propriété mais nous sommes en négociation avec le ministre des travaux publics, qui a effectué la mise à disposition, et il se pourrait que ce local soit cédé à la MP pour un franc symbolique.

À l'issue de la rencontre de Bamako, où vous avez pu rencontrer les responsables de nombreuses autres MP²⁹, quelles sont vos impressions sur le futur de la collaboration entre MP ? Quelles sont les perspectives d'avenir pour la MP de Bujumbura ?

La rencontre de Bamako est une bonne expérience. On trouve un vrai dynamisme des journalistes en Afrique de l'Ouest, dynamisme que l'on ne retrouve pas partout en Afrique (cf. conflits en Afrique centrale, dissensions en Afrique de l'Est, etc.). Les MP, si elles ne sont pas toutes les mêmes structures d'un pays à l'autre, ont tout intérêt à se regrouper. En tant que directeur de la MP je me trouve parfois un peu seul, le Conseil d'administration se réunit certes régulièrement, mais dans le fonctionnement de la MP cela ne signifie pas beaucoup d'échanges, les échanges entre responsables peuvent à se titre être d'un grand secours.

Pour le cas de Bujumbura nous avons des projets de montage d'un cybercafé, nous souhaiterions aussi mettre en place, comme il existe à Bamako, un studio radio. Enfin, un projet de centrale d'achat me semble très important (pour l'acquisition, en groupe, de différents intrants, papier, plaques, etc.).

Notre difficulté principale aujourd'hui provient du fait que peu de bailleurs sont présents au Burundi. Nous souhaiterions que d'autres bailleurs viennent emboîter le pas de l'Unesco. La presse est un facteur de développement, aider la presse, c'est aider le pays tout entier.

²⁷ La gestion du « Café de la presse », dans la MP, a été confié à la vice-présidente de l'association des femmes journalistes, qui loue le local pour 50 000 F Bu par mois.

²⁸ 12 millions de Fbu ont été investis dans ces travaux.

²⁹ Outre la MP du Burundi, les maisons de la presse représentées à Bamako étaient celles du Burkina Faso, de la Gambie, du Ghana, du Mali, du Nigeria, du Togo.

Aux débuts de la MP de Lomé les journalistes de la presse indépendante togolaise trouvaient à la MP des services de PAO, aussi pouvaient-ils s'y rendre pour faire leur journal munis seulement de leurs cahiers et de leurs notes, sortant avec une disquette prête pour l'impression. Ce service n'a pu être maintenu. Il est en revanche toujours proposé à la Maison de la presse de Bujumbura.

► **Documentation**

Les maisons de la presse d'Afrique de l'Ouest tiennent lieu, pour beaucoup, d'unique source d'information sur l'actualité internationale pour les journalistes d'organes indépendants qui n'ont pas les moyens d'être abonnés aux agences de presse internationales.

À Lomé, le centre de documentation est relativement bien pourvu en ouvrages de toutes sortes, spécialisés sur la communication, le journalisme, manuels de formation, ouvrages de culture générale, histoire, sciences humaines, etc. Le premier financement de la MP comprenait un abonnement à de nombreuses revues et journaux internationaux, mais faute de moyens, la plupart des abonnements n'ont pu être maintenus. C'est une perte pour les journalistes togolais, qui avaient pris l'habitude de venir consulter les médias internationaux à la MP.

À Bamako, la maison de la presse inaugurerait, en septembre 2000, une bibliothèque très bien équipée. Financée par l'ONG américaine Freedom Forum, la bibliothèque dispose de trois ordinateurs connectés à Internet, et est gérée par un bibliothécaire dont le salaire est pris en charge par le même bailleur.

La maison de la presse du Burundi met également à la disposition des journalistes une petite bibliothèque³⁰. Fin 2000, des négociations étaient en cours avec les services culturels de l'ambassade de France à Bujumbura pour améliorer encore ce service de documentation destiné aux journalistes burundais.

Les MP, promotrices des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC)

Les maisons de la presse interviennent dans la promotion des NTIC et de leur utilisation en donnant accès à Internet aux journalistes : au Mali comme au Togo et au Burundi (de même que dans un grand nombre des autres maisons de la presse existant), des ordinateurs connectés au Web sont mis à la disposition des journalistes internautes. Selon les structures, ce service est plus ou moins payant, et plus ou moins large, dépendant des moyens des MP (nombre d'ordinateurs disponibles, prix des connexions proposés par les fournisseurs d'accès à Internet en présence).

Outre cette prestation, les MP ont mis en place des prestations de formation, qui ne sont pas uniquement destinées aux journalistes dans certains pays (cf. le cas du Togo).

Dans tous les cas, ce service tend actuellement à se développer, et il est très apprécié des professionnels des médias. Au Togo, les journalistes de plusieurs hebdomadaires indépendants affirment se servir régulièrement de cet accès à Internet lors-

³⁰ Qui a reçu des ouvrages en provenance de la Communauté française de Belgique en novembre 2000.

Prestations de services payantes : la rentabilité a un coût

La maison du journalisme de Lomé a, pendant un temps, proposé un service de PAO : Les journalistes désireux de produire un journal n'avaient qu'à se rendre à la maison avec leurs articles écrits. On les y accueillait pour taper et mettre en page leurs articles. Cette prestation semblait réellement correspondre à un besoin, et a permis à un certain nombre de journaux

privés de paraître. Aujourd'hui cependant le service n'est plus disponible. Le maquettiste qui officiait pour la MP à ce titre a repris cette activité en se mettant à son compte. Certes la MJ a perdu une activité, qui plus est appréciée, mais il est somme toute normal que ce type de service soit externalisé dès lors qu'il peut être rentable et créer un ou plusieurs emplois.

qu'ils sont en quête d'informations internationales (site de l'AFP, ou de RFI, etc.).

À Bamako, des journalistes viennent saisir leurs textes à la MP. À la fin 2000, la MP dispose de cinq ordinateurs connectés (dont trois ont été installés dans la bibliothèque inaugurée en septembre 2000) mais cinq autres devraient arriver très prochainement (avec modem et connexion également). Une connexion directe par satellite a été obtenue grâce à un financement de l'ONG américaine Freedom Forum, qui devrait permettre de faire face aux difficultés dues à la lenteur des connexions par le fournisseur de service malien.

Au Burundi, grâce à l'appui de l'ambassade de la Grande-Bretagne, la Maison de la Presse est devenue aussi un point d'accès à Internet, et propose des tarifs d'accès défiant toute concurrence.

Les limites d'une telle prestation sont avant tout techniques : si la qualité des lignes et des connexions est très bonne et d'un coût raisonnable au Togo, il n'en est pas de même dans tous les pays de la sous-région. Le développement de cette activité, si on peut l'imaginer avec optimisme, ne dépend donc pas seulement du dynamisme des promoteurs des MP ni de l'intérêt des utilisateurs potentiels mais bel et bien d'un développement suffisant des infrastructures de télécommunications.

Appui aux radios

À côté de leurs activités à destination de la presse écrite et de façon plus secondaire, les MP développent des activités en appui à la radio.

À Bamako l'Unesco a financé la mise en place d'un studio radio. Ce studio, s'il a été attribué à l'Union nationale des journalistes du Mali (Unajom), est implanté à la MP. C'est l'Unajom qui est responsable de sa gestion, mais son implantation dans le cadre de la MP n'est pas sans conséquences pour cette dernière. L'installation du studio terminée à la fin 2000, la MP songeait à créer une radio, qui serait la « radio de la MP » – un projet parmi tant d'autres pour cette structure qui n'en manque pas. Évoqué par son directeur, Sadou Yattara, début 2001, ce projet n'était, à la date du bouclage de l'étude, pas plus avancé.

Les services et appuis offerts par la Maison de la Presse du Burundi ne sont pas réservés à la presse écrite non plus. Les radios peuvent y emprunter des magnétophones, ce que ne manquent pas de faire nombre de

journalistes radio burundais (de toutes radios sans distinction), soit faute d'équipement, soit en raison des défaillances de leurs propres appareils.

■ UN FORT IMPACT SUR LA VIABILITÉ ÉCONOMIQUE DES MÉDIAS PRIVÉS

L'appui matériel : une question de survie

L'offre de matériel permet aux médias d'éviter des investissements lourds qui grèveraient de beaucoup les budgets de médias économiquement faibles.

Au Togo l'impact de cette offre nous a paru très important. La presse indépendante togolaise est composée d'une bonne vingtaine d'hebdomadaires (principalement des journaux de 8 pages au format tabloïd), qui sont réalisés dans des conditions très difficiles ; en offrant aux journalistes un local, une adresse, un accès à une documentation fournie, la MP contribue à leur viabilité.

La situation togolaise est d'autant plus spécifique qu'au Togo, contrairement au Mali par exemple, les médias privés doivent évoluer dans un environnement politique particulièrement hostile. Un responsable de radio privée nous signalait qu'il n'allait pas, par exemple, diffuser des informations d'ordre politique susceptibles de vexer le pouvoir, sachant pertinemment qu'il risquait non seulement la fermeture de sa radio, mais aussi le saccage de ses locaux. Les risques ne sont pas moindres pour la presse écrite (cf. encadré page 31 : « Un débat à la maison du journalisme »). Cette tendance semble connue dans un pays où, d'après ce même interlocuteur, les propriétaires hésiteraient à louer des bureaux aux médias. Soutenue par différents bailleurs, reconnue au plan professionnel, avec une visibilité de tous les médias, publics et privés, la MP est trop « en vue », pour être la cible des foudres du pouvoir.

S'appuyant notamment sur ce constat, les directeurs de journaux indépendants, à l'instar de Basile Agboh, directeur du Scorpion, ou Elvis Kao, directeur de publication de Politicos, sont les premiers à déclarer que l'impact de la MP en matière économique est incontestable.

Au Burundi, à l'exception du bimensuel Ndongozi, tous les journaux privés sont réalisés à la maison de la presse, qui n'opère pas de sélection qualitative avant publication.

La promotion des médias par le biais des NTIC

Les MP ne sont pas que les vecteurs des NTIC. Elles sont aussi, en tant que points de rassemblement du secteur médiatique, les porte-voix des journalistes : dans certains pays elles portent des « sites médias » qui ont vocation à présenter les secteurs médiatiques sur Internet.

◆ Le site Médias Mali

(<http://cefib.com/presse/default.htm>)

Dès sa création la maison de la presse du Mali s'est fixé pour objectif le développement des NTIC, avec la création d'un site « médias Mali ». Ce site est lancé, en juillet 1998, avec pour objectifs de :

- faciliter la décentralisation de l'information ;
- vulgariser l'outil Internet en le rendant accessible aux journalistes et aux populations ;
- faciliter l'échange d'informations entre les médias nationaux, d'une part, et les médias nationaux et étrangers d'autre part ;
- ouvrir une plate-forme d'expression et de dialogue.

Doté d'une équipe de quatre personnes, dès le départ le site Médias Mali comprend une liste des journaux et radios publics et privés avec leurs coordonnées sur l'ensemble du pays ; les lois et réglementations sur les médias en vigueur au Mali et leurs structures télévisuelles. Il est également prévu une revue de la presse malienne.

À la fin du financement de l'Institut Panos, le site a été quelque peu délaissé. Ainsi à la fin 2000, les informations figurant sur l'état des médias au Mali sont-elles extraites du Rapport 1997 du Conseil supérieur de la communication (CSC, l'instance de régulation des médias malienne). Le responsable du site travaille toujours à la MP, où il assure la maintenance des machines en place, mais son poste n'est pas assuré (le renouvellement du soutien de Panos n'est pas ga-

ranti, une demande de financement a été présentée à l'ONG américaine Freedom Forum).

◆ Le site Médias Togo (www.cybercom.tg/mjl/)

Le site de la maison du journalisme est de conception plus récente. Il a également été financé par l'Institut Panos. Les responsables de la maison du journalisme ont contacté une société à Lomé, et l'un d'entre eux s'est formé de sorte que le suivi et la mise à jour du site sont effectués directement par un membre de la MP. Le site est confronté au même type de difficultés que celui du Mali : il ambitionne de faire une revue périodique de la presse togolaise, mais ce type de prestation demande des moyens importants (il ne suffit pas de mettre en ligne les informations, le travail de revue de presse demande un travail important et régulier de mise à jour). En attendant les moyens suffisants à la diffusion d'une revue de presse, le site propose les rubriques suivantes : médias nationaux (les médias en présence, journaux radios TV privés et publics et leurs organisations professionnelles) ; espace juridique (textes réglementant le secteur au Togo, Loi sur la presse, etc.) ; correspondance.

◆ Le site Médias Ghana (www.ghanamedia.com)

Le site « Ghana Media Gateway » se veut la « porte d'entrée » vers les médias ghanéens. Il propose des liens vers les sites de médias, une sélection d'éditoriaux, un annuaire des médias et associations professionnelles et toute une série de ressources en ligne. Sur le principe le site est bien conçu, bien pensé, il est même esthétiquement très agréable, mais on a tôt fait de constater que les nouvelles qu'il donne ne sont pas très fraîches... À la date de février 2001, la page « What's New » affiche une mise à jour au 27 janvier 2000.

Les MP lieux de démocratisation des NTIC

Les MP représentent un lieu pertinent pour démocratiser l'accès à Internet pour les journalistes et centraliser les informations sur les secteurs média-

tiques. Il demeure qu'Internet n'est encore pas accessible à tous en Afrique, et que sa démocratisation prendra probablement beaucoup de temps. Le problème des moyens demeure un obstacle majeur au développement de l'utilisation des NTIC par

les MP, qui manquent généralement de moyens pour assurer la mise à jour des sites, assurer la maintenance des matériels et dans certains cas, maintenir des tarifs corrects pour l'accès à Internet (au Togo, les tarifs pratiqués sont au-dessus des tarifs du marché). Dans les MP (cf. Bamako et Lomé) l'offre d'accès

est considérée comme un service, avec possibilité de formation, appui à l'utilisation etc. De plus outre l'usage du courrier électronique, l'accès à Internet est souvent la seule source d'information internationale à laquelle ont accès les journalistes dans leur travail quotidien.

AUTRES SERVICES

■ LES FORMATIONS INFORMATIQUES, UNE DIVERSIFICATION LUCRATIVE DES ACTIVITÉS

La maison du journalisme de Lomé a mis en place des activités de formation à l'informatique, qui sont totalement indépendantes des formations aux métiers des médias. Ces formations sont destinées au grand public, et non plus seulement aux journalistes, et abordent tous les secteurs de l'informatique grand public (dactylographie, traitement de texte, tableur, mais aussi Internet, utilisation de la messagerie et navigation sur le Web). Pour les promouvoir, la maison du journalisme publie des encarts publicitaires dans les journaux.

Cela procure une véritable source de revenus, sans frais importants à engager : les ordinateurs sont de toute façon nécessaires à la MP, et l'idée est d'en optimiser l'utilisation. Outre cet avantage financier, cela fait connaître la MP au grand public qui peut y croiser des journalistes, éventuellement assister à des rencontres sur des sujets susceptibles de l'intéresser (dans un pays où l'espace de débat démocratique est des plus réduits), et enfin l'identifier comme lieu de formation à part entière. Mais cela n'est pas sans risques (cf. troisième partie, « Des 'risques' de la viabilité économique »).

■ ORGANISATION DE CONFÉRENCES ET SÉMINAIRES

La prestation de location/prêt de salle répond à une double vocation des MP :

- celle du renforcement du secteur (être le lieu de rencontre de tous les professionnels des médias,

un interlocuteur fiable pour leurs partenaires éventuels, le lieu où entrer en contact avec eux) ;

- celle de la participation à la démocratisation, au rôle des médias comme acteurs de celle-ci et du développement de la société civile.

Au Togo, la MP a ainsi hébergé des conférences de presse aussi variées que celle du Conseil des étudiants de l'Université du Bénin à Lomé, ou celle de Tall-T, chanteur togolais faisant la promotion de son nouvel album.

L'utilisation du « local maison de la presse » comme salle de conférence est une activité qui permet de faire connaître ces lieux comme espaces de débat démocratique. Les partenaires qui souhaitent y organiser une conférence de presse sont en outre assurés d'y trouver une réelle couverture médiatique, ou de pouvoir entrer en contact de façon directe avec des professionnels du secteur.

■ RESTAURATION

La Maison du journalisme de Lomé propose un service de restauration (salariant deux serveuses et deux cuisiniers, avec un espace bar à disposition). La mise en place de cette activité a été initiée dans un objectif clairement affiché de rapporter de l'argent³¹. Mais si le restaurant n'est pas encore aussi lucratif qu'on pouvait s'y attendre³², le bar est un vrai lieu de rencontres, où se retrouvent les journalistes, pour débattre à bâtons rompus de sujets

³¹ Des espaces publicitaires ont même été vendus dans la salle de restaurant.

³² Les comptes ne sont pas encore équilibrés.

d'actualité. Le président de la MP de Bamako explique vouloir créer, à l'instar du Togo, un lieu de restauration. Plusieurs tentatives ont été faites pour louer une partie de la maison à un restaurateur

privé mais le projet n'a jamais abouti, faute de proposition sérieuse.

La MP du Burundi offre un service de restauration sous-traité à un privé. Cela fonctionne assez bien. ■

L'APPUI DES BAILLEURS DE FONDS AUX MAISONS DE LA PRESSE

Plusieurs bailleurs de fonds ont apporté leur appui aux maisons de la presse africaines : Union européenne, Unesco, Fondation Ebert, coopérations française, hollandaise, anglaise, suédoise, américaine, etc. Plusieurs opérateurs (notamment l'Institut Panos et la Fij) ont également contribué au lancement ou à la consolidation des MP en se faisant le

relais des bailleurs de fonds pour des dotations en matériel et/ou par un appui en assistance technique ou en formation.

Après avoir vu quelle forme ont pris ces appuis pour nos trois MP, nous en tirons les principaux enseignements, puis nous formulons des recommandations à l'attention des bailleurs de fonds.

BREF RAPPEL HISTORIQUE ET ÉTAT DES LIEUX DE L'APPUI

■ LE GIPC DU GHANA, UNE ÉMANATION DE L'ASSOCIATION DE JOURNALISTES

L'appui de la Fédération internationale des journalistes (Fij, sur financement Union européenne) au montage du Ghana International Press Centre est assez atypique, au regard des expériences d'appui aux MP qui vont suivre. En effet, alors que les bailleurs de fonds ont un rôle moteur dans la création et la mise en place des MP de Bamako, de Bujumbura et dans une moindre mesure de Lomé, le GIPC existe avant l'arrivée d'un appui extérieur. Ainsi si le GIPC a prouvé qu'il pouvait fonctionner seul durant trois ans, avec des actions nécessairement limitées et dans une situation précaire, la contractualisation, sur plusieurs années, avec un bailleur, permet la mise en place d'objectifs plus ambitieux et une planification plus précise et concrète des champs d'activité du centre. Le GIPC a ensuite bénéficié d'une subvention de l'Institut Panos, visant

au développement d'Internet : concrètement, un stagiaire canadien est venu au GIPC pour créer le site media Ghana (cf. 2^e partie, § NTIC).

Depuis la fin du financement de la Fij, le GIPC est bien en mal de reprendre ses activités. Financer un permanent n'étant pas évident sans subvention, il semble être redevenu ce qu'il était au départ : le siège de GJA : les journalistes s'y rendent pour régler les questions administratives relatives à l'association, quelques réunions s'y tiennent, la salle est louée de temps en temps à tout type d'acteur, pas forcément en lien avec le secteur médiatique.

■ LA MAISON DE LA PRESSE DE BAMAKO, LE RÔLE MOTEUR DE PANOS

À Bamako, les deux principaux bailleurs et opérateurs à l'initiative du projet sont la coopération américaine et l'Institut Panos. En outre, la dotation

Témoignages de bailleurs de fonds à Bamako

L'Usaid

Kalifa Gadiaga, chargé de communication de l'Ambassade de États-Unis à Bamako, rappelle que pour les États-Unis l'appui aux médias entre dans le cadre plus général de l'appui à la démocratie. Suite au soutien au démarrage de la MP (cf. 1^e partie), les États-Unis ont laissé la MP en désaffection du temps de la « période trouble ». L'appui actuel se fait par le biais d'une ONG américaine, Freedom Forum, « la MP ayant su pallier son manque de légitimité, grâce au nouveau comité de pilotage ». En juin 1999, cette ONG organisait à Bamako un séminaire sur le thème « Free press, free speech, free spirit », à l'issue duquel elle annonce son souhait de financer une bibliothèque pour des journalistes. La MP « réhabilitée » apparaît alors comme la structure la plus à même d'héberger un tel outil. Freedom Forum finance donc l'installation dans les locaux de la MP d'une bibliothèque, prenant en charge le salaire d'un bibliothécaire, des livres (500 ouvrages), le mobilier, deux ordinateurs et une imprimante.

L'action du GIPC dans le domaine des NTIC

Salabary Doumbia, conseiller technique à la Fondation Friedrich Ebert, retrace rapidement le programme d'appui de la fondation, présente depuis les années 70 à Bamako, à la presse malienne, soutenue comme quatrième pouvoir dans un objectif de renforcement de l'état de droit et d'appui à l'émergence d'une société civile responsable. Dans l'appui aux activités de la MP, la fondation a financé le voyage du président de la MP à Cotonou pour la rencontre des instances d'autorégulation des médias, la MP étant l'instance qui pilote ce projet pour le Mali. Elle finance les projets de façon ponctuelle, après étude des propositions, éventuellement sur la base de cofinancements lorsqu'il s'agit de gros budgets. Sollicitée pour financer un programme de formation de 6 mois, la fondation a dû refuser – faute de moyens – pour 2000, mais un financement sur le domaine de la formation est envisageable sur 2001. Pour Salabary Doumbia, la MP représente un bon partenaire, qui simplifie les choses car la Ebert craint la multiplication des associations. Dans l'idéal elle souhaiterait avoir affaire à un partenaire unique.

de l'État malien, émanant du fonds d'aide de l'État à la presse, constitue une des sources de financement majeures de la MP depuis sa création. Dans un secteur médiatique divisé, qui, au départ, s'intéresse relativement peu au montage de la Maison de la presse, l'Institut Panos joue un rôle moteur. Sa coordinatrice à Bamako rassemble tous les membres du premier Conseil d'administration de la MP, c'est elle qui va tenter de motiver les gens autour du projet qui n'a fait qu'être ébauché lors des journées nationales de la communication. Suite aux détournements de fonds, la MP a dû faire face à une désaffection générale des bailleurs de fonds à son égard, mais depuis l'adoption des nouveaux statuts, la mise en place d'une nouvelle équipe de direction, et l'adoption d'un manuel de gestion, la MP a attiré de nombreux bailleurs. Parmi les principaux bailleurs engagés, on peut

citer : Danida (qui finance des activités dans le domaine de la formation ; la MP a reçu une rencontre dans le cadre de l'élaboration d'une stratégie régionale concertée pour la formation des personnels du secteur des médias) ; le Pnud (formation à Internet, financement d'un volontaire canadien) ; l'Unicef (sondages, études d'audience) ; Freedom Forum (bibliothèque + salaire d'un bibliothécaire) ; la fondation Friedrich Ebert (participation du directeur de la MP à la rencontre de Cotonou sur les instances d'autorégulation). Les formations / séminaires / ateliers divers et ponctuels font appel à des bailleurs nombreux et variés, au gré des projets : fondation Friedrich Ebert ; Ambassade des États-Unis (quelques formations) ; Association mondiale des journaux (AMJ/ World Association of Newspapers, WAN) ; Coopération allemande.

■ LA MAISON DU JOURNALISME DE LOMÉ, LE RÔLE DE LA MISSION FRANÇAISE DE COOPÉRATION

Une convention signée entre l'union des journalistes indépendants du Togo et la mission de coopération française est à l'origine de la maison du journalisme. En voici l'article premier : « Le présent protocole a pour objet d'apporter le concours financier de la République française pour l'exécution du projet de centre de documentation, de formation et de perfectionnement des journalistes, présenté par l'union des journalistes indépendants du Togo et intitulé 'Maison du journalisme'. Le montant de la participation du fonds d'aide et de coopération (crédits déconcentrés d'intervention) est fixé à 300 000 F ».

Dans ce cas précis, le bailleur apporte à la MP une caution politique, dans un contexte où le général Eyadéma, qui règne sur le Togo sans partage depuis plus de 30 ans, n'a jamais vu d'un très bon œil les médias indépendants. Et l'expérience prouvera que ce n'est pas sans succès : si le ministère de la communication n'est plus jamais représenté à la MP après le jour de l'inauguration, les journalistes fonctionnaires la fréquentent et ont recours aux services qu'elle propose, pour la plupart sans méfiance.

En 1999-2000, les seuls fonds reçus provenaient de l'Institut Panos, ils étaient destinés à appuyer le montage du site Web de la MP.

La MP du Togo ne bénéficie quasiment plus d'aide internationale. Le seul bailleur de fonds encore impliqué est la Commission européenne, par le biais du programme de la Fij intitulé « Médias pour la démo-

cratie », dans son volet 1 : « Unifying the Sector ». La subvention concernée se monte à 14 568 Euros.

Faute de subventions, la MP a de grosses difficultés à maintenir un nombre d'activités suffisant. Les salaires des dirigeants sont versés irrégulièrement, payer le loyer de la maison est devenu compliqué, d'autant plus qu'il a récemment augmenté.

■ LA MAISON DE LA PRESSE DE BUJUMBURA, UNE INITIATIVE INSPIRÉE PAR L'UNESCO

Quasiment unique bailleur actif en matière d'appui aux médias au Burundi, l'Unesco a permis la mise en place de la Maison de la presse dans le cadre d'un programme pilote lancé en 1993 pour l'aide aux médias indépendants en zones de conflits.

La maison de la presse, fer de lance des activités de l'Unesco, a été mise en place afin de « rompre l'isolement des journalistes indépendants, de promouvoir le dialogue entre les professionnels des médias, mais également de renforcer les capacités de production de la presse »⁴⁰. Le bailleur a ici joué un rôle d'appui financier et technique déterminant.

Depuis sa création en mai 1997 la MP du Burundi a bénéficié, de la part de l'Unesco, d'une subvention d'environ 25 000 US\$ annuelle. Outre l'Unesco, les bailleurs qui l'ont appuyée (dans une bien moindre mesure) sont Africare, le Pnud et l'Ambassade de Grande-Bretagne.

⁴⁰ Source : site de Médias Résistance (www.mediaresistance.org).

Entretien avec Klaus Schmitter, responsable du programme aide aux médias indépendants en zones de conflits, Unité pour la liberté d'expression et la démocratie, Unesco

La maison de la presse du Burundi est appuyée par l'Unesco dans le cadre de son programme « en faveur de la liberté, de l'indépendance et du pluralisme des médias, pour la paix et la réconciliation ». Ce projet est indissociable du projet de montage d'une maison de la presse au Rwanda voisin. Dans les deux pays, ce sont des journalistes qui ont sollicité l'appui de l'Unesco

pour la mise en place d'un espace qui leur permette de se rencontrer. La première MP du programme est créée au Rwanda en mars 1996, celle du Burundi suit rapidement, inaugurée en mai 1997.

Les deux structures n'ont pas connu le même succès... Au Rwanda, la MP rencontre dès le départ de grosses difficultés, les relations ... /...

... /... avec le gouvernement rwandais sont difficiles, le recrutement du directeur pose un vrai problème (devant la pénurie de ressources humaines dans ce pays, difficile de rencontrer un journaliste compétent qui ne se fasse pas rapidement débaucher par des instances internationales pour un meilleur salaire) ; enfin l'Unesco, choisissant de faire déménager loin du centre ville la MP pour faire des économies de loyer, commet une erreur stratégique, la MP délocalisée perdant une bonne partie de ses visiteurs faute de proximité.

Au Burundi, le succès commence avec l'arrivée d'un directeur dynamique particulièrement investi dans le développement de la structure.

L'Unesco est le quasi unique bailleur des MP du Burundi et du Rwanda. Au Burundi, il accorde 25 000 US\$/an à la MP depuis sa création (hors dépenses effectuées pour l'équipement de départ). Les fonds de ce programme émanent de subventions directement attribuées par des gouvernements membres. Pour le Burundi, la Norvège a été l'un des plus gros bailleurs du programme.

Pour Klaus Schmitter, on ne peut envisager la viabilité de la MP du Burundi ni à court ni à moyen

terme. En créant les MP, l'Unesco n'a jamais eu pour objectif leur viabilité à long terme. Elle considère que les MP sont particulièrement nécessaires en contexte de crise, d'où l'urgence de les créer dans les contextes du Burundi ou du Rwanda. L'Unesco estime qu'à terme la raison d'être de ces MP disparaîtra. D'ici là il faut assurer leur prise en charge financière. Ensuite ces MP pourraient connaître plusieurs évolutions possibles : se transformer en école de formation, être cédées à des associations de journalistes, être intégrées à des structures de formation universitaire, etc.

Il demeure que l'Unesco soutient les efforts de la MP du Burundi pour s'autofinancer.

L'Unesco envisage de soutenir le montage d'une troisième MP dans la région, en République démocratique du Congo. Des journalistes kinois l'ont sollicitée dans ce sens. Elle entend tirer pleinement avantage des leçons des expériences rwandaise et burundaise. Mais en dehors de la RDC, de nouvelles expériences ne sont pas pour le moment à l'ordre du jour. Comme le reconnaît Armelle Arrou, en charge du programme à Paris : « L'Unesco ne pourrait pas supporter chaque année le coût de 25 000 \$ par maison si celles-ci devenaient plus nombreuses »...

La MP de Bujumbura dispose de ses locaux (maison financée par l'État) et d'une subvention de 20 000 US\$ de l'Unesco pour 2001.

Outre l'Unesco et la Grande-Bretagne, la MP est également en contact avec l'Union européenne, la Francophonie, la Communauté française de Belgique, les ambassades de Suisse, de Chine, de

France et de Russie ainsi que la Fondation suédoise chargée de la résolution des conflits ; mais la plupart de ces contacts ne se sont pas encore concrétisés : la plupart des bailleurs et partenaires conditionnant leur assistance à des avancées significatives du dialogue inter-burundais.

TYPOLOGIE DES APPUIS ET MODES D'INTERVENTION⁴¹

Les acteurs de l'appui aux MP sont principalement les bailleurs de fonds et les opérateurs d'appui du Nord. Les opérateurs interviennent eux-mêmes via le financement des bailleurs de fonds. On retrouve souvent les mêmes bailleurs, soit en appui direct soit agissant via ces relais du Nord. Certaines fondations ou agences agissent comme bailleurs et opérateur d'appui à la fois.

Il faut rajouter les États, qui apportent un soutien public aux MP du Mali et du Burundi.

On distingue quatre familles d'acteurs de l'appui aux MP :

- les acteurs intervenant par le biais de programmes d'appui aux médias, programmes le plus souvent pluriannuels et multi-pays ;
- les acteurs intervenant en appui aux MP de façon ponctuelle ;
- les acteurs non spécialisés ;
- les États.

⁴¹ Cette typologie ne prétend pas à l'exhaustivité, et s'inspire principalement des MP ayant fait l'objet d'études de cas.

■ LES APPUIS PAR PROGRAMMES

Les interventions par programmes d'appui sont le plus souvent pluriannuelles, elles concernent plusieurs pays, et s'insèrent dans le cadre d'une stratégie d'action plus large sur le secteur médias.

► La Fédération internationale des journalistes (Fij)

Le programme « Media for Democracy » de la Fij, financé principalement par l'Union européenne, comporte un volet « appui aux maisons de la presse », qui comprend l'appui aux MP du Togo, de Tanzanie, de la Gambie et du Burkina Faso. L'aide apportée, sous forme de financement, vise principalement à financer les salaires du personnel des MP, mais également les locaux, l'accès à Internet et la mise en place d'activités visant à l'autofinancement (formation, etc.). Il s'agit d'un appui relativement limité en volume (cf. interview ci-contre), qui témoigne néanmoins d'une continuité, la Fij ayant été l'un des premiers opérateurs d'appui à s'intéresser aux maisons de la presse.

L'appui de la Fij aux maisons de la presse africaines : au coeur du programme « Médias pour la démocratie »

Interview de Bettina Peters réalisée à Bamako lors de la réunion régionale de l'Union des journalistes de l'Afrique de l'Ouest sur le thème « Contrôle des violations de la liberté de la presse en Afrique de l'Ouest » (30-31 mars 2001). Bettina Peters est directrice des projets de la Fédération internationale des journalistes (Fij), basée à Bruxelles. La Fij mène, depuis 1993, le projet Médias pour la démocratie, sur financement de l'Union européenne, un projet qui a appuyé le montage de plusieurs maisons de la presse en Afrique.

Comment la Fij a-t-elle commencé à appuyer le montage des MP en Afrique ?

Au démarrage du programme Médias pour la démocratie, le chef de projet, Jean-Paul Marthoz et moi-même, avons lancé une consultation à travers toute l'Afrique afin d'identifier au mieux les besoins du secteur. Cette consultation s'est basée

sur de nombreuses réunions, mais aussi sur l'envoi de questionnaires d'enquête sur tout le continent africain. La consultation nous a amenés à certains constats, parmi lesquels les suivants :

- certains bailleurs de fonds et opérateurs appuyaient des journaux à titre individuel ; mais cet appui était dirigé vers une minorité ... /...

d'acteurs, selon des critères parfois discriminants et ne permettant pas un appui qui s'étende à tout le continent ;

- beaucoup d'interventions paraissent très ponctuelles ;
- la profession avait des besoins prioritaires : moyens matériels, sources d'information ;
- la profession n'avait pas de lieu qui permette à ses différents représentants – qu'ils soient journalistes de presse écrite ou journalistes radio, d'organes publics ou privés, journalistes individuels ou éditeurs de journaux, etc. – de se retrouver ;
- dans presque tous les pays enquêtés, un besoin prégnant ressortait d'une structure où journalistes, éditeurs de journaux trouvent un bureau, et un accès à des ressources de base.

C'est au vu des besoins qu'est apparue l'idée de mettre en place des lieux d'accueil qui soient également centres de ressources pour les journalistes.

Comment est apparue l'idée « maisons de la presse » ?

À l'époque, le Centre international de presse du Ghana (Ghana International Press Centre, GIPC) existait déjà, mais nous n'en savions pas plus sur ses objectifs, son mode de fonctionnement, etc. Le nom de « maison de la presse » est apparu assez rapidement, il nous a été inspiré par le modèle des Maisons de la presse en Belgique⁴². Alors nous avons rencontré le président de l'association des journalistes du Ghana, Kabral Blay Amihere, à l'origine du GIPC, qui nous a raconté comment cette structure était apparue. Le succès du GIPC, dans un pays où une association de journalistes puissante était présente, nous a encouragés à appuyer la mise en place de telles structures dans d'autres pays. Mais dans un premier temps nous avons souhaité contribuer à son développement.

Ensuite nous avons identifié deux pays où appuyer la mise en place d'une MP, un en Afrique de l'Est : la Tanzanie, et un en Afrique de l'Ouest : le Burkina Faso.

La Maison de la presse de Tanzanie, dont le montage sur place était pourtant supporté par le représentant de la Fij en Afrique de l'Est, n'a sur-

vécu que le temps du financement, faute d'un ancrage réel dans la profession.

Au Burkina Faso, la présence sur place d'une chargée de projet qui s'est investie dans le montage du centre a été cruciale dans le succès du Centre national de presse. En effet, cette tierce personne⁴³, faisant le lien entre les représentants d'une profession très divisée, a permis de mobiliser la profession autour du projet.

Comment l'idée s'est-elle transmise d'un pays à l'autre ensuite ?

Je crois que l'Ujao a joué un rôle important dans la diffusion du concept. Des associations professionnelles se sont ensuite adressées à nous (comme pour la Gambie par exemple). C'est ainsi que nous avons plus récemment appuyé la mise en place d'une maison de la presse au Nigeria : le centre international de presse de Lagos (International Press Centre, IPC) a été inauguré en octobre 1999.

Pourriez-vous nous donner une estimation du budget consacré par la Fij, sur le projet Médias pour la démocratie, à la mise en place de maisons de la presse ?

De 1995 à 1998, le programme Médias pour la démocratie de la Fij a appuyé trois maisons de la presse :

- le GIPC du Ghana : montant total de l'appui, 44 000 Euros ;
- le centre de presse du Burkina Faso : montant total de l'appui, 50 000 Euros ;
- la maison de la presse de Tanzanie : montant total de l'appui, 50 000 Euros.

La majorité des dépenses ont été effectuées dans la phase de mise en place des maisons de la presse au Burkina Faso et en Tanzanie, pour l'achat d'équipements, meubles et autres frais d'ins- ... /...

⁴² À l'instar de la maison de la presse de Liège, créée en 1975, qui est le siège de plusieurs associations de journalistes. Elle dispose de salles polyvalentes pour les conférences de presse, formations, séminaires etc., et comporte aussi un « bar de la presse », « lieu de rencontre privilégié pour les journalistes et leurs invités ». Enfin elle offre un service de revues de la presse. Pour plus d'information, consulter le site : www.maisondelapresse.be

⁴³ Marie-Soleil Frère, alors au Burkina Faso pour la Communauté française de Belgique en appui à l'Université de Ouagadougou.

tallation. Au Ghana, l'aide a été utilisée pour moderniser le GIPC et développer ses activités.

L'IPC de Lagos, appuyé dans le cadre du programme Fij/UJAO a reçu, pour la période 1999-2000, la somme de 85 000 Euros. Un montant supérieur aux autres centres qui s'explique par le fait que l'équipement acheté a été plus important, de même que le personnel d'IPC est plus nombreux, étant donné le nombre de bénéficiaires potentiels des services du centre (on trouve environ 9 000 journalistes à Lagos) et le fait que les loyers au Nigeria sont bien plus chers qu'au Ghana ou au Burkina Faso.

Ainsi les montants varient d'un pays à l'autre, ne serait-ce qu'en fonction des tarifs de location ou d'achat immobilier, les MP ayant avant tout besoin d'un local suffisamment spacieux. J'en profite pour ajouter qu'à notre sens, il est indispensable que les MP soient propriétaires de leurs locaux. Un bâtiment qui appartient à la MP, c'est l'assurance d'un budget de fonctionnement raisonnable, donc d'une viabilité minimale, même en cas de faibles subventions.

La Fij a appuyé plusieurs MP en Afrique, quel intérêt représente à vos yeux un lien entre ces structures ?

Les MP sont très différentes d'un pays à l'autre et il faut se méfier de ne pas vouloir trop « systématiser ». Chaque maison de la presse a une personnalité, des spécificités qui constituent son iden-

tité. Selon les pays et les besoins sur le terrain, la MP va s'impliquer de façon plus ou moins prononcée sur la formation des journalistes ou la fourniture de services. Pourtant les échanges entre MP peuvent être fructueux. Au regard de l'histoire des MP, on voit bien ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Certains critères paraissent ainsi déterminants pour le succès d'une maison de la presse, comme l'appropriation par la profession, la personnalité du directeur, sa légitimité et sa crédibilité dans le secteur par exemple (cf. les déconvenues de la MP tanzanienne)⁴⁴.

L'éternel problème pour le succès des MP (en tout cas pour ce qui concerne les MP qui ont reçu l'appui de la Fij), c'est la question de sa direction ; le responsable d'une MP a une vraie position de pouvoir, et il doit éviter la tentation de s'approprier cette situation, aux dépens des nombreux bénéficiaires initialement visés. Pour cette raison il nous semble déterminant qu'une MP soit appuyée par les associations professionnelles. À cet égard, si l'association de journalistes la plus reconnue au niveau national a ses bureaux à la MP, cela présente un gage de crédibilité et de légitimité non négligeable.

⁴⁴ NDLR : autre exemple parlant à cet égard : Le centre de ressources pour la presse tchadienne, CRPT, créé en 1999, n'a jamais réellement fonctionné, faute d'une réelle appropriation par la profession. Les acteurs du secteur médiatique tchadien, insuffisamment associés à sa mise en place, ne lui ont pas accordé de légitimité.

► Le programme médias pour une Afrique de l'Ouest démocratique de l'Institut Panos

C'est par le biais de son programme médias pour une Afrique de l'Ouest démocratique principalement financé par le ministère danois des Affaires étrangères (Danida), que l'Institut Panos a appuyé les maisons de la presse en Afrique de l'Ouest. Il a principalement aidé au montage de la maison de la presse de Bamako.

Puis d'autres structures sont appuyées, notamment par le biais du développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (sites du GIPC, site de la MP Togo). Outre un appui structure par structure, l'Institut Panos a tenté d'ap-

puyer le regroupement des MP, organisant une rencontre entre les MP à Bamako en 1998.

► L'Unesco dans la région des grands lacs et en Afrique centrale

C'est par le biais de son programme d'aide aux médias indépendants en zone de conflits, Aide aux médias indépendants pour la reconstruction au Rwanda et au Burundi dans le cadre de son unité pour la liberté d'expression et la démocratie que l'Unesco a appuyé le montage des MP Rwanda et Burundi. On a ici à faire à un programme d'appui à vocation double 1/ le rétablissement et le maintien de la paix dans des pays sortant de crises graves, 2/ l'appui

aux médias dans une logique sous-régionale, l'objectif étant d'essayer de favoriser les échanges d'expérience pour renouer la communication entre les pays de la région des grands lacs. Après avoir appuyé le montage des MP du Rwanda et du Burundi, et malgré les difficultés rencontrées au cours de ces expériences⁴⁵, l'Unesco prévoit d'appuyer le montage d'une MP à Kinshasa.

► **Le ministère français des Affaires étrangères**

Le MAE donne la priorité, dans sa politique d'appui aux médias⁴⁶, à des actions structurantes pour le secteur. Dans cette optique, les bénéficiaires de son appui ne sont pas seulement les médias, mais aussi les organisations professionnelles, les instances de régulation et autorégulation, les centres de formation, agences de presse et les maisons de la presse. Les MP font donc l'objet d'une attention particulière du MAE, qui leur a apporté différents appuis, principalement depuis ses services de coopération, dans les pays africains.

► **La fondation Friedrich Ebert**

La fondation Friedrich Ebert s'est montrée très active dans l'appui aux MP, que cela soit au Mali, au Togo, au Ghana..., par des financements ponctuels (sessions de formation, etc.). Elle a appuyé la conférence sous-régionale des instances d'autorégulation des médias de Cotonou, courant 2000, visant par là la structuration du secteur à l'échelle sous-régionale.

■ LES APPUIS PONCTUELS

► **Les ambassades, services de coopération et délégations des bailleurs bi et multilatéraux**

La Coopération américaine (USAid) intervient en aide à la MP de Bamako. L'ambassade de Grande Bretagne aide la MP de Bujumbura à s'équiper en matériel informatique, etc. Les bailleurs de fonds bi ou multilatéraux mobilisent également des lignes de crédit à partir des services de coopération ou des délégations dans les pays. Au Togo, c'est la mission française de coopération qui appuie le montage de la MP.

Bien sûr ces interventions que nous qualifions de ponctuelles n'en sont pas moins cohérentes avec la politique générale de l'institution, mais elles sont animées (et parfois inspirées) localement. Se pose bien souvent le problème de leur capitalisation,

dans la mesure où les personnels sont appelés à changer d'affectation régulièrement.

► **La fondation Friedrich Ebert**

Là encore, dans le cadre de sa politique générale d'appui au secteur, la fondation agit de façon ponctuelle via ses bureaux de représentations en Afrique⁴⁷. Elle finance des séminaires et sessions de formation au cas par cas, au gré des demandes des MP, selon ses budgets et priorités, et selon les pays.

► **Freedom Forum**

L'ONG américaine finance, à Bamako, la mise en place d'une bibliothèque (installation, matériel, livres). Cet appui porte sur le financement du salaire d'un bibliothécaire.

► **L'Institut international de journalisme de Berlin (IJJ)**

L'IJJ est intervenu en appui à plusieurs MP, et notamment à la MP du Togo. Son intervention s'inscrit dans le domaine de la formation (envoi de formateurs, appui à l'organisation de sessions de formation, etc.).

■ LES ACTEURS NON SPÉCIALISÉS

► **L'Unicef**

À Bamako l'Unicef propose de financer des études d'audience pour les médias maliens.

■ ET LES ÉTATS ?

Les États réagissent différemment d'un pays à l'autre face à la mise en place de maisons de la presse. Nous l'avons vu, l'État burundais et l'État malien leur ont octroyé un local, ce qui représente une aide conséquente. L'État malien octroie aussi 15 % du fonds d'aide à la presse à la MP.

⁴⁵ La MP du Rwanda connaissant toujours de grandes difficultés.

⁴⁶ Cf. le manuel Appui aux médias africains. Les politiques des bailleurs de fonds. Coordonné par Daniel Fra, Éd. Gret.

⁴⁷ Pas seulement en Afrique de l'Ouest : la fondation Friedrich Ebert a fait partie des bailleurs ayant appuyé le Tanzania Press Centre.

Début 2001, au Sénégal, le président Wade a déclaré qu'il appuierait le projet de montage d'une MP, à la demande du Synpics, le Syndicat des professionnels de l'information et de la communication sociale. Les dispositions des États à l'égard des MP sont révélatrices de leur conception plus globale de la liberté d'expression, de la liberté de la presse et de la démocratie dans leur pays. En ce sens, l'aide fi-

nancière peut ne rester que marginale par rapport au budget global de la MP, mais elle n'en est pas moins très importante.

À l'instar des acteurs de l'appui aux MP, on constate une assez grande diversité de modalités de financement et d'appui. Ils ont été présentés plus haut, nous les reprenons ici sous forme d'un tableau synthétique, en lien avec les acteurs concernés.

Tableau récapitulatif : typologie des appuis	Financement structurel ⁴⁸	Financement ponctuel ⁴⁹	Appui technique et/ou méthodologique ⁵⁰	Appui à la mise en réseau ⁵¹
Bailleurs bi et multilatéraux, dont ambassades et délégations	X	X		X
États	X			
Opérateurs d'appui du Nord			X	X
Bailleurs agissant aussi en qualité d'opérateur d'appui (Unesco)	X	X	X	
Fondations (Ebert, Freedom Forum, etc.)	X	X		X

ENSEIGNEMENTS

■ UNE MULTIPLICITÉ D'ACTEURS MAIS PEU DE SYNERGIES ET DES BESOINS NON SATISFAITS

L'examen des appuis reçus par les trois MP étudiées appelle trois remarques principales :

- malgré des solutions d'appui externes relativement nombreuses et variées, la MP du Togo doit toujours se battre pour trouver les appuis dont elle a besoin. Du fait de la suspension de l'aide dans ce pays, la maison de la presse a été pri-

vée d'appuis extérieurs, dans un contexte où pourtant, le pluralisme médiatique et politique devrait être fortement encouragé. Le cas du Togo montre que, malgré l'abondance d'acteurs et de dispositifs de financements, il reste à trouver des mécanismes permettant d'assurer un appui aux médias dans un cadre de suspension de l'aide ;

- notre étude n'a pas mis en évidence de cas de superposition d'actions ou de financements qui seraient liées à un déficit de coordination entre

⁴⁸ Certains bailleurs – une minorité – financent le fonctionnement quotidien des maisons de la presse, frais de location, salaires des permanents, entretien du matériel, etc. (ex. Unesco à Bujumbura).

⁴⁹ Il comprend : le financement ponctuel d'activités (séminaires et sessions formation, montage de sites Web) et le financement ponctuel de matériel (acquisition de matériel informa-

tique, matériel de bureau, etc.).

⁵⁰ Il comprend : l'appui au montage des MP, à la gestion et l'administration, à la mise en place de formations, etc.

⁵¹ Il est principalement le fait de bailleurs et opérateurs qui disposent d'une vision suffisamment large du secteur, ayant des projets dans plusieurs pays d'une même sous-région.

les bailleurs. Tout au plus une mauvaise répartition des appuis (cf. Mali / Togo). Mais l'absence de superposition ne traduit pas pour autant une concertation entre acteurs. Elle est la conséquence du positionnement stratégique des uns et des autres. La question des modes de concertation pour un appui global, coordonné et mieux réparti au secteur reste entièrement posée ;

- si l'on admet que les maisons de la presse ont besoin d'appuis externes longs et suivis, et que plusieurs formes d'appui combinées leurs sont utiles, il reste que l'offre d'appui doit s'organiser autour de quelques principes simples. Le premier étant que tout bailleur ou opérateur d'appui devrait s'assurer que la MP a une vision et un plan d'action à court et moyen terme avant d'apporter un appui. Si ce préalable fait défaut⁵², le commencement de l'appui consiste à aider les MP à élaborer une stratégie. Sans cela, les appuis ponctuels peuvent être inefficaces voire déstructurants, parce qu'ils accréditent l'idée, pour les MP, qu'il faut préférer s'adapter aux souhaits des bailleurs plutôt que de définir un projet et de proposer aux bailleurs un plan d'action établi par eux-mêmes.

Outre qu'elles créeraient des synergies là où elles font défaut, des actions concertées entre les acteurs permettraient sûrement des économies d'échelle, c'est particulièrement vrai dans le domaine de la formation.

■ DÉFICIT DE SUIVI-ÉVALUATION, D'ÉVALUATION ET DE CONTRÔLE

Il n'a pas été facile de trouver des chiffres ordonnés sur les activités, les budgets et les états financiers des MP. Les MP ont certes d'autres préoccupations que l'administration, la comptabilité et le contrôle de gestion. On peut le comprendre tout en se permettant de leur conseiller de se montrer irréprochables dans la présentation de leurs comptes si elles prétendent accéder à des appuis externes.

Cela étant dit, on constate que l'appui financier aux MP n'est pas toujours assorti d'exigences de

transparence de gestion. Aucun bailleur n'a assorti son aide d'une demande de mise en place d'instruments de contrôle interne. Tout se passe comme si plus l'aide est légère, moins le contrôle se justifie. Or le contrôle est formateur. On peut dire qu'il représente une forme d'appui.

Au-delà du contrôle à proprement parler, nous avons été frappés de ne trouver aucun dispositif qualitatif, même léger, de suivi-évaluation, et aucune évaluation externe commanditée par les bailleurs. Or l'accompagnement, même rapproché, même de qualité, n'empêche pas nécessairement les problèmes (Mali), et il ne permet pas la distanciation nécessaire à l'action. Lorsque les bailleurs sont à la fois en situation de conseil et d'appui méthodologique (Burundi), on peut craindre que la distance critique leur fasse défaut.

Le recours à des avis ou des évaluations externes devrait être reconnu comme un outil d'aide au pilotage. Il est utile au bailleur comme à la MP elle-même.

Les appuis devraient donner lieu à une évaluation conjointe, même légère, entre les acteurs d'appui et les MP à la fin de l'action.

À ces manques il faut ajouter un déficit de capitalisation écrite, qui limite beaucoup la transmission des expériences. Or les personnes changent, les responsables des MP devraient veiller à capitaliser leurs expériences, afin de les transmettre à leurs successeurs, ou de les partager avec l'étranger. Au Mali par exemple nulle histoire des débuts de la MP n'est écrite, un travail pourtant nécessaire à mieux comprendre ses difficultés initiales.

Enfin l'appui technique et méthodologique aux maisons de la presse n'est globalement pas très important. Il existe des besoins d'appuis spécifiques qui ne sont pas pris en compte, tels l'appui au montage de dossiers à présenter aux bailleurs de fonds, la formation de formateurs ou la gestion et l'administration des MP. Il existe aussi un déficit d'appui stratégique et méthodologique, qui peut s'exprimer par du conseil ou bien par des échanges. On le voit bien lorsqu'on interroge les responsables des MP sur l'intérêt des rencontres internationales entre professionnels. Ils sont intéressés à prendre des idées ailleurs, chez leurs confrères des pays voisins, auprès des opérateurs d'appui du Nord aussi. L'appui, le regard extérieur, le suivi-évaluation ne sont pas contradictoires avec la volonté de consolider l'autonomie de ces structures.

⁵² Ce qui est compréhensible étant donné la complexité des contextes rencontrés.

Les aides ponctuelles : risques et limites

◆ Au niveau de la formation

Des financements ponctuels ne permettent pas de réelle action à long terme : si on finance une formation au coup par coup, selon les thématiques proposées, c'est aux dépens d'une vision à plus long terme et globale. Les risques sont multiples :

- la multiplication des séminaires courts sans réelle cohérence, avec des participants pas forcément bien ciblés, qui assistent aux rencontres pour récolter les per diem ;
- le manque de suivi des formations (or sans suivi, certaines formations sont inutiles, la pratique et le suivi sont des conditions de réussite de l'apprentissage dans bien des cas) ;
- le choix de sujets pas forcément pertinents, fait pour « plaire au bailleur », on obéit à la loi de l'offre, au mépris d'une étude sérieuse des besoins.

◆ L'appui au montage de sites Web

Que ce soit au Mali, au Ghana ou au Togo, une fois mis en place, les sites médias ont de grandes difficultés à vivre réellement. Un site Web est un outil de communication très contraignant, qui demande une mise à jour régulière, faute de quoi il devient rapidement inopérant. Or qui dit mise à jour dit moyens : il faut des ressources humaines formées, les logiciels adéquats, etc.

Au Ghana, si on avait bien formé une personne, son départ a entraîné l'abandon du site ghana-media. Au Mali, le site n'a pas été mis à jour de

puis plus de deux ans. Au Togo, le site, plus récent, est limité à une information statique sur le secteur (présentation des associations et médias en place), la rubrique « Revue de presse » initialement prévue n'est pas renseignée, faute de moyens.

L'aide financière ponctuelle a joué ici un rôle évident en permettant la création des sites, mais quel sens a-t-elle dans le moyen et long terme ? Un site Web qui, au mieux, n'est pas alimenté, au pire, diffuse une information périmée, perd très rapidement toute utilité.

◆ Les limites et risques de l'aide dirigée

On a vu certains bailleurs proposer des financements sur des thèmes pour lesquels les structures n'avaient jamais vraiment formulé de demande, et des structures essayer de formuler vaille que vaille des projets correspondants pour avoir accès aux financements en question.

À Bamako, l'Unicef propose un financement à la Maison de la presse à la condition que cette dernière organise une activité autour des questions d'étude d'audience et de sondages (alors qu'il existe à Bamako un institut de sondages maliens, Infostat). Le directeur de la MP cherche des informations et des partenaires sur ces questions afin de répondre à l'offre du bailleur, mais il existe probablement des besoins plus pressants (cf. niveau de la presse malienne, problèmes éthiques et déontologique au niveau des radios, etc.).

■ LA MISE EN RÉSEAU, DES TENTATIVES PEU CONCLUANTES

Le « Forum des maisons et observatoires de la presse en Afrique », issu de la rencontre des centres maisons et observatoires de la presse en Afrique, organisée en octobre 1999 à Ouagadougou, devait être un cadre très souple pour l'échange entre les différentes structures. On souhaitait à tous prix éviter de mettre en place un nouveau réseau, qui faute

de moyens et de réel intérêt, risquait de rapidement périliter. D'où cette appellation de « forum », dont les objectifs étaient essentiellement l'échange d'information. Plus d'un an après la rencontre de Ouagadougou, le « forum » est moribond, et son bilan est plutôt maigre.

Il y a à ces difficultés des raisons spécifiques, que nous analysons en annexe. Mais il ne faut pas se retrancher derrière ces raisons spécifiques (lacunes de l'animation par exemple) pour analyser l'échec. Aussi sincère qu'aie pu être la volonté des MP de

Retour sur les tentatives de mise en réseau

Les MP se sont rencontrées à plusieurs reprises, organisant de leur propre chef ou sur l'impulsion des bailleurs de fonds selon les cas des réunions bi et multilatérales.

La rencontre de Bamako (juin 1998) : viabilité et mise en réseau des MP en Afrique

Organisées par l'antenne de Bamako de l'Institut Panos et l'Union des journalistes de l'Afrique de l'Ouest (UJAO), ces journées de réflexion ont rassemblé des représentants des maisons de la presse du Burkina Faso, de Côte d'Ivoire, du Ghana, du Togo et du Mali. L'objectif était de « se pencher sur l'autosuffisance des MP et leur mise en réseau »⁵³. Après présentations des différentes expériences nationales, les participants ont émis les recommandations suivantes :

- que soient créées des maisons de la presse dans les pays où elles n'existent pas encore ;
- que, dans les pays où elles existent, les MP bénéficient à tous les journalistes et jouent le rôle de traits d'union entre les journalistes ;
- que les États, partenaires et bailleurs de fonds appuient les MP dans leurs efforts pour atteindre leurs objectifs ;
- que les MP existantes se regroupent au sein d'un réseau. Pour cela chaque MP doit être équipée d'Internet. L'idée est qu'un rapport d'étape soit élaboré chaque trimestre par tous les participants, qui sera diffusé par courrier électronique.

Outre ces recommandations :

- la réunion prévoit une nouvelle rencontre, planifiée pour août 1999 à Abidjan. L'objectif de cette seconde rencontre devrait être la mise en place du réseau des MP, dont le principe est retenu à Bamako ;
- les participants sont invités à assister au congrès de l'UJAO (Banjul, Gambie, février 1999) ;
- les participants expriment le souhait d'associer à leurs travaux à venir les MP du Nigeria, du Liberia et de la Gambie afin d'élargir le réseau.

La rencontre de Bamako n'a été suivie d'aucune action. La raison principale étant le manque de moyens des uns et des autres. Pourtant, ses principales recommandations ont été réitérées à la rencontre de Ouagadougou (cf. ci-dessous).

Le forum des centres, maisons et observatoires de la presse en Afrique

Le forum des centres, maisons et observatoires de la presse en Afrique a réuni, à Ouagadougou, du 26 au 29 octobre 1999⁵⁴, les structures suivantes : Centre national de presse Norbert Zongo (Burkina Faso), Maison de la presse de Bamako (Mali), Olped (Côte-d'Ivoire), Conseil pour le respect de l'éthique et de la déontologie (Cred, Sénégal), Maison du journalisme (Togo), Maison de la presse du Rwanda (Rwanda), Maison de la presse du Burundi (Burundi), Centre de ressources pour la presse du Tchad (CRPT), Centre de ressources pour la presse du Congo (CRP-Brazza), Observatoire de la déontologie et de l'éthique dans les médias (Odem, Bénin), Observatoire national de la communication du Niger.

Organisé sur l'initiative de la MP burkinabé, le Centre national de presse Norbert Zongo⁵⁵, il a permis d'aborder, en réunion, nombre de thèmes sensibles partagés par les MP. Il n'a pu déboucher cependant sur rien de concret, malgré des recommandations fortes et l'unanimité des participants sur l'opportunité d'un regroupement.

... / ...

⁵³ Extrait du Rapport d'activités 1995-98. Maison de la presse du Mali. Présenté à l'Assemblée générale du 3 février 1999.

⁵⁴ Pour plus d'information, cf. les Actes du séminaire international Centres, maisons et observatoires de la presse en Afrique – Ouagadougou, 26-29 octobre 1999, avec le soutien de l'Agence intergouvernementale de la francophonie, du ministère français des Affaires étrangères, de la communauté française de Belgique.

⁵⁵ Absente à Bamako où suite à une erreur d'identification c'est une institution publique appelée « maison de la presse » mais n'ayant de maison de la presse que le nom qui a participé à la rencontre.

Relations bilatérales

◆ Togo – Mali

Le 5 août 99, à l'issue d'une visite de délégués de la MP du Mali à la MJ de Lomé, un protocole est signé relatif à la coopération entre la maison du journalisme et la maison de la presse de Bamako. Ce protocole signale entre autre « la MJ et la MP vont développer des relations de coopération sur le plan professionnel. Cette coopération peut s'étendre à d'autres réseaux de maisons de la presse [...] Dans ce cadre, les deux organisations professionnelles vont coorganiser des séminaires, colloques, et ateliers de formation à l'attention de leurs membres et des

journalistes de la sous-région. Seront aussi envisagés des voyages d'échanges, d'études et des missions de travail ».

◆ Burundi – Mali / Burundi – Burkina Faso

La MP du Burundi entretient des relations bilatérales avec des MP du forum, en particulier celles du Mali et du Burkina Faso. Comme elle est relativement isolée dans la région, son directeur déploie plus d'efforts pour maintenir le lien avec ses confrères, suscitant les échanges par mail, multipliant les occasions de contact, répondant aux sollicitations diverses et variées. En 1998 un séminaire a été organisé au Burundi sur « le bon fonctionnement d'une maison de la presse ».

constituer un véritable forum, lorsque la lutte pour la viabilité sinon pour la survie est un combat quotidien, l'intérêt de l'échange d'information, qui semble si évident lorsqu'on se rencontre, disparaît ensuite peu à peu une fois chacun de retour chez soi et replongé dans ses préoccupations concrètes.

Quant aux bailleurs, s'ils ont encouragé la création de ce forum, on ne peut pas dire pour autant qu'ils aient provoqué la demande des africains. Ils ont attendu que le forum fasse ses preuves avant de l'appuyer de façon significative (l'appui a consisté dans l'attribution d'un ordinateur au CNP-NZ et dans le paiement d'un animateur sur une durée de un an). Au total l'histoire du forum est une bonne expérience de réalisme pour les MP elles-mêmes. Cf. encadré « Une troisième rencontre : où l'intérêt d'une collaboration entre MP est réitéré, sans véritablement trouver un nouveau souffle », page suivante.

Il reste donc à trouver la bonne formule pour encourager les échanges. Passe-t-elle nécessairement par la structuration des MP sur une base multilatérale ? L'encouragement des liens bilatéraux les plus porteurs n'est-il pas préférable ?

■ DANS CHAQUE CAS UN PROMOTEUR OU UN APPUI EXTERNE DÉTERMINANT

Panos au Mali, l'Unesco au Burundi et à un degré moindre le MAE au Togo ont joué un rôle déter-

minant dans le lancement des MP. Seul le Ghana est différent, avec l'association des journalistes initiatrice et promotrice de la MP.

Nous sommes donc en présence de structures impulsées ou bien soutenues par des acteurs externes, opérateurs du Nord et/ou bailleurs de fonds. Il s'agit d'une situation classique de l'aide au développement, elle n'est en rien spécifique au cas des MP. La question qui se pose alors est celle de l'effacement progressif du promoteur externe de sorte que la structure locale parvienne à une autonomie politique et opérationnelle.

Et l'autonomie financière ? Tout le problème est que ces maisons de la presse ont besoin d'aides financières structurelles. En phase de lancement certes mais aussi au-delà, nous y revenons au point suivant. Il faut donc encourager l'initiative des MP, la définition d'une identité propre et d'un programme de travail défini par elles, ceci dans la dépendance financière, ce qui n'est pas évident.

On peut s'inspirer des approches d'institutionnalisation des projets de développement pour y puiser des repères méthodologiques sur la gestion des phases de transition, ou de « transformation » s'agissant de l'institutionnalisation de projets. Pour négocier ce virage avec succès plusieurs conditions sont nécessaires :

- la MP doit définir une cohérence institutionnelle propre, la définition de la mission étant le ciment de la cohérence institutionnelle ;
- elle doit s'assurer d'un mode de direction qui relève bien de celui d'une organisation autonome

- et non d'un projet (avec des salaires payés par la MP et non par le bailleur par exemple) ;
- elle doit réussir son ancrage dans l'environnement, non plus du fait de la légitimation extérieure mais en tant qu'acteur local, assurant sa communication, sa représentation, reconnaissant la nécessité de la transparence des comptes, etc.

■ LE MIRAGE DE L'AUTOFINANCEMENT

On l'a vu en traitant des questions budgétaires, l'autonomie financière des MP est loin d'être acquise. Si elle devait être possible, ce serait sans doute au prix d'une modification substantielle de

Une troisième rencontre : où l'intérêt d'une collaboration entre MP est réitéré, sans véritablement trouver un nouveau souffle

Une version provisoire de l'étude a été présentée lors de la rencontre sur « le contrôle des violations de la liberté de presse en Afrique de l'Ouest », organisée à Bamako fin mars 2001, par l'Union des journalistes de l'Afrique de l'Ouest (UJAO), dans le cadre du programme Médias pour la démocratie en Afrique de la Fédération internationale des journalistes. Les MP d'Afrique de l'Ouest étaient conviées en nombre à cette rencontre, dont une des commissions avait pour sujet « les maisons et centres de presse ».

Au premier rang des conclusions et recommandations de la rencontre figure la nécessité de « travailler ensemble », largement partagée par tous les représentants des MP. Il demeure que cette nouvelle rencontre, appréciée comme une des rares opportunités offertes aux MP d'échanger, n'a pu aboutir sur la définition de modalités nouvelles d'échanges ou de partenariats entre structures. Faute de temps, les travaux n'ont pu aller bien au-delà des présentations des MP. Deux grandes « familles » ont été apparues cependant, au gré de ces présentations, au-delà du clivage traditionnel entre anglophones et francophones :

- les MP à vocation politique, regroupant des journalistes souvent peu satisfaits du rôle joué par leurs associations professionnelles et qui souhaitent pallier les manques de ces dernières. Ils mettent ainsi en avant le rôle crucial de défense de la liberté de la presse et de lutte pour le pluralisme des médias de leurs structures ;
- les MP installées en appui à (et souvent par) des associations de journalistes fortes, dispo-

sant d'une reconnaissance et d'une légitimité suffisante, qui misent plus sur la prestation de services et sont moins engagées politiquement.

Ces deux positionnements sont dus aux contextes dans lesquels les MP sont apparues. Mais dès lors que l'on envisage une collaboration entre les structures, il nous semble qu'une clarification doit être faite : les MP doivent s'entendre sur leur degré d'engagement politique : si la défense du pluralisme est un objectif essentiel pour toutes ces structures, mettre en avant l'aspect politique c'est mettre en péril certaines MP. Ainsi, dans des pays où elles sont tolérées parce que justement pas impliquées directement sur le plan politique, à l'instar du Togo, leur conférer une vocation éminemment politique ne nous semble pas pertinent.

La rencontre de Bamako a permis de faire un retour positif sur le forum de Ouagadougou, pour en comprendre les faiblesses. La question de savoir s'il serait maintenu ou non n'a cependant pas été tranchée, dans l'attente d'un document bilan, proposé par le secrétaire général du forum. Le temps a manqué, et ce manque de temps n'a pas permis la mise en place de pistes de collaboration pragmatiques (échange de formations entre MP, etc.). Pourtant des contacts ont pu être pris, notamment sur la question de la formation, et l'organisation d'une rencontre autour de la gestion d'une MP a émergé. Souhaitons qu'elle se concrétise, et lance une série de collaborations plus que nécessaires entre les maisons de la presse africaines.

leurs activités (glissement vers des activités commerciales), voire de leur finalité.

Les bailleurs renoncent de plus en plus au principe des aides structurelles (subventions pluri-annuelles de fonctionnement non assorties d'une perspective d'auto-prise en charge par la structure à terme). Ils préfèrent le principe de financements ponctuels, finançant des actions précises, tout en concourant pour ce qui concerne l'action financée aux frais de structure.

Si elle est a priori logique et saine, cette démarche présente pourtant des limites et produit même des effets négatifs. Elle n'est cohérente que lorsque les structures disposent d'une assise financière suffisante pour avoir une capacité à élaborer des projets, gérer un volume d'actions suffisant, et si l'ensemble des offres mises bout à bout permet la viabilité globale. Les MP, elles, sont conduites à baser leur stratégie de financement externe sur une série de petits contrats, dont certains ne sont pas toujours très pertinents sur le fond mais qui permettent de rassembler des moyens.

Dans la situation actuelle des secteurs médiatiques des pays étudiés, on peut difficilement demander aux médias, déjà tous très faibles économiquement,

de supporter seuls le budget des MP. Dans l'idéal, les médias devenant de plus en plus forts économiquement devraient pouvoir à terme mieux financer la MP. Mais dans un contexte où le secteur médiatique se serait stabilisé, professionnalisé, où il deviendrait économiquement plus porteur, etc., il n'est pas évident que les MP continueraient à représenter un intérêt pour la profession. Les MP – sous leur forme actuelle – sont surtout adaptées aux besoins des médias en phase de montée en puissance, dans des pays en sortie de crise ou en apprentissage de la démocratie.

Du coup, même si elles agissent principalement au service d'entreprises de presse, les MP remplissent fondamentalement un rôle de service public. Les acteurs de l'aide publique au développement doivent leur reconnaître ce rôle et raisonner leurs appuis en conséquence. Les MP devraient être perçues moins comme des « bénéficiaires » de l'aide que comme des interfaces avec la profession. L'aide financière aux MP devrait donc être raisonnée davantage en fonction de son efficacité sur le pluralisme, la professionnalisation, la déontologie, etc., qu'en fonction de sa dégressivité et de la part d'autofinancement générée.

RECOMMANDATIONS AUX BAILLEURS DE FONDS

■ POURSUIVRE L'APPUI AUX MAISONS DE LA PRESSE

Malgré leurs faiblesses et leurs limites, les maisons de la presse ont un rôle à jouer dans le développement et la structuration du milieu. Certes leur impact n'est pas spectaculaire mais il est réel. De plus nous faisons l'hypothèse que, moyennant des aménagements dans la façon dont les aides extérieures sont apportées, leur impact pourrait être bien meilleur.

Malgré la taille réduite de l'échantillon étudié, nous sommes assez convaincus que la question qui se pose aux bailleurs de fonds concerne moins la per-

tinence de l'appui que les modes d'intervention. Cette conclusion n'est pas propre au secteur des médias, elle est celle, plus générale, des modes d'interventions dans la coopération pour le développement.

Une question qui se pose d'autant plus que les besoins financiers des MP sont relativement faibles. La MP du Togo par exemple pourrait travailler correctement avec 25 000 USD de subvention annuelle. Nous avons vu que c'est aussi l'échelle du montant des aides de l'Unesco à la MP du Burundi. Si l'on considère les moyens cumulés des différents bailleurs de fonds, on peut dire qu'il s'agit là de sommes relativement dérisoires.

■ APPORTER DES APPUIS STRUCTURELS
DANS LA DURÉE, TOUT EN ASSORTISSANT L'APPUI
FINANCIER D'UN SUIVI PLUS RIGOUREUX

► **Reconnaître que l'autonomie financière
est pratiquement hors d'atteinte**

Bien sûr nous ne prétendons pas que les MP ne doivent pas être encouragées à augmenter leurs parts d'autofinancement. Il ne s'agit pas de nier l'importance de la contribution de la profession, ou bien de prôner un abonnement systématique à la subvention. Mais il faut admettre en premier lieu, pour ne pas générer ultérieurement des malentendus, que la viabilité ne se mesurera pas à la part d'autonomie financière. Encore une fois, eu égard aux sommes en jeu, mieux vaut se montrer exigeant sur la qualité des actions menées que de viser l'autofinancement.

► **Former à la gestion**

Il n'est jamais évident de concilier dépendance financière et autonomie conceptuelle, de management et d'action. Ce d'autant plus que les problèmes de gouvernance et de management que l'on retrouve dans toute organisation où la prise de décision est basée sur une recherche de large consensus se retrouve dans les MP. Par ailleurs les entreprises de presse elles-mêmes ne sont pas réputées pour leur sens du management.

C'est pourquoi il faut sans doute aider les MP à développer leur capacité à assumer la conduite de leurs affaires. L'appui des bailleurs de fonds aux MP devrait prévoir des appuis aux démarches de management et de planification stratégique. Auquel cas l'aide extérieure peut s'établir sur des principes de conventions d'objectifs pluriannuelles. La relation entre le bailleur de fonds et la structure bénéficiaire est alors moins déséquilibrée.

► **Accompagner les subventions d'un suivi
plus rigoureux**

Les subventions doivent être assorties d'un suivi plus rigoureux. Les bailleurs de fonds se doivent d'être davantage exigeants envers les MP et ces dernières se doivent d'être d'autant plus exemplaires du point de vue de leur gouvernance et de leur gestion financière qu'elles sont appuyées pour leur rôle dans les dynamiques de démocratisation. Une proposition de charte de transparence a été faite

dans le cadre du réseau des partenaires des médias africains. Elle propose des préalables au financement, des outils de reporting, et un cadre pour des soutiens pluriannuels, qui semblent particulièrement adaptés aux MP.

■ APPORTER DES APPUIS TECHNIQUES ET
MÉTHODOLOGIQUES ET FAVORISER LES ÉCHANGES
ENTRE MP

Tout comme leurs objectifs, modes de fonctionnements, activités diffèrent selon les cas, les MP ont des besoins d'appui variables d'un pays à l'autre. Peu importe qu'ils proviennent du Sud ou du Nord, pourvu qu'ils soient de qualité.

Par ailleurs, en dehors des appuis sur des points précis, les MP sont curieuses d'apprendre des autres, de confronter leurs expériences. Ceci est bien réel, il ne s'agit pas d'un discours préfabriqué destiné à justifier des déplacements internationaux. Elles se posent des questions sur les approches de formation, sur la gestion des centrales d'achats de papier, sur le lien entre les maisons de la presse et le pouvoir en place, etc. La confrontation d'expérience permet effectivement de progresser.

Face à ces besoins à la fois d'appui techniques (ou méthodologiques) et d'échange, les bailleurs peuvent apporter plusieurs types de réponses :

- le financement d'échanges bilatéraux : une voie qu'il nous semble utile d'explorer davantage, de préférence à de grands rassemblements régionaux qui n'offrent pas le support nécessaire pour concrétiser suffisamment le dialogue ;
- le recours à des opérateurs d'appui du Nord pour des interventions ponctuelles, car ils capitalisent les expériences et sont donc à même de les restituer par des missions courtes. Ils peuvent être bien placés aussi pour assurer le suivi-évaluation qui souvent fait défaut ;
- dans l'hypothèse où une forme de structuration internationale des MP serait encore crédible, on peut aussi imaginer que ce rôle de capitalisation et de conseil qui est aujourd'hui assuré par les opérateurs d'appui du Nord soit repositionné au niveau d'une plate-forme opérationnelle de service, montée par les MP mises en réseau. Elle nécessiterait bien sûr des financements spécifiques.

Les échanges entre MP peuvent, pour se montrer rapidement porteurs, avoir trait à des données très pragmatiques. Dans le domaine de la formation par exemple, une activité qu'elles pratiquent toutes, à des degrés divers, on pourrait concevoir des échanges de programmes de formation clés en main adaptables aux situations nationales (intégrant des informations très pratiques : coût de la formation, contact des formateurs, curriculums, etc.).

■ COORDONNER LES INTERVENTIONS EXTÉRIEURES

L'appui aux MP demande plusieurs modes d'interventions qui correspondent eux-mêmes à plusieurs types d'apports : appuis financiers structurels, appuis ponctuels techniques et financiers, financement de moyens d'échanges, suivi-évaluation, contrôle. L'efficacité commande de bien combiner ces différents apports, ce qui nécessite un minimum de coordination.

Il est sans doute paradoxal que cette étude pour le compte du réseau des bailleurs de fonds, réseau dont l'objet est de faciliter la coordination et les synergies entre les bailleurs, conduise à la conclusion qu'une meilleure coordination des bailleurs est nécessaire pour une aide plus efficace... Tout le problème en matière de coordination est d'intervenir aux bons niveaux. Si l'aide aux MP était surtout le fait de programmes d'appui transversaux,

c'est au niveau inter-national que cette coordination devrait s'établir. Mais dans la mesure où elle est globalement atomisée, faite d'appuis ponctuels et mettant en jeu plusieurs intervenants, c'est au niveau national qu'il faut l'organiser.

Les dispositifs légers et informels fonctionnant généralement mieux que les comités formels, on peut proposer les grandes lignes suivantes :

- le bailleur de fonds ou l'opérateur d'appui qui est en pointe dans l'appui à la MP dans le pays prend l'initiative d'assurer la coordination des aides, via un comité informel de coordination qui se réunit deux fois par an ;
- ce comité établit des règles de base concernant : les moyens d'assurer la transparence des comptes de la MP ; le refus de principe d'apporter une aide financière sans accès à l'information concernant l'ensemble des financements reçus par la MP ;
- il se coordonne pour mobiliser des moyens de suivi-évaluation de la MP et pour en confier la responsabilité à un acteur extérieur ;
- il discute les rapports externes et le rapport annuel de la MP ;
- il discute les plans d'actions de la MP ;
- il s'assure que les aides ponctuelles apportées soit sur offre d'acteurs externes, soit à la demande de la MP, réfèrent au plan d'action ;
- il est le point de contact pour tout nouvel acteur souhaitant intervenir en appui à la MP. ■

CONCLUSION

Les maisons de la presse africaines occupent une place importante dans la vie des secteurs médiatiques des pays dans lesquels elles s'insèrent.

Des « Maisons » qui, selon différents degrés d'appropriation, avec un dynamisme plus ou moins grand, des moyens financiers plus ou moins importants, une autonomie financière plus ou moins développée, des activités plus ou moins variées etc. sont toutes orientées dans la même direction : celle de l'appui au pluralisme des médias.

Les variations entre ces différentes structures s'expliquent au regard de plusieurs facteurs : en fonction des contextes nationaux dans lesquels elles ont été mises en place, de leur histoire, de leur montage institutionnel, des appuis dont elles ont pu bénéficier ou non, etc.

Quoi qu'il en soit elles sont le signe de la prise en main, à un moment ou à un autre, par des acteurs des médias, de l'appui au secteur, en marge des associations existantes. Un appui qui se matérialise par des activités dans les domaines de la for-

mation, des services aux journalistes, etc.

Quelles que soient les difficultés qu'elles rencontrent aujourd'hui, et la difficulté à en mesurer précisément l'impact, il nous semble indispensable que les bailleurs de fonds poursuivent leur appui aux maisons de la presse.

Aux bailleurs de fonds qui les ont soutenues, et les soutiennent encore, à ceux qui s'interrogent sur les possibilités de leur apporter un appui, cette étude recommande donc un soutien renouvelé, mais surtout repensé dans ses modalités, pour plus d'efficacité. L'orientation que nous proposons est celle d'un appui plus structurel, doublé d'un suivi plus rapproché et d'appuis techniques à la gestion. Sans cela, les Maisons de la presse risquent de ne pouvoir remplir leur mandat, trop accaparées par leur survie quotidienne ou par la course aux financements.

De leur côté, les bailleurs de fonds, en coordonnant leurs appuis de façon suffisamment souple, pourront optimiser leurs appuis. ■

Annexes

Annexe 1 – **Termes de référence**

Annexe 2 – **Tableau récapitulatif : les maisons de la presse**

Annexe 3 – **Budget des MP étudiées**

Annexe 4 – **Les difficultés du forum : pourquoi ?**

TERMES DE RÉFÉRENCE

■ LES MAISONS DE LA PRESSE : PRÉSENTATION ET HYPOTHÈSES

Dans la plupart des pays du continent, l'ouverture au pluralisme a signifié de profonds bouleversements pour le journalisme, avec l'apparition de médias privés, et, avec eux, de concurrents pour des médias public jusqu'alors seuls en lice. Soupçonnées d'être au service des États, les anciennes associations de journalistes ont connu une perte de légitimité, de même que la plupart des structures héritées des systèmes de partis uniques.

C'est dans ce contexte que sont apparues les maisons de la presse, avant tout lieux de rencontre pour les journalistes en quête d'un nouveau cadre neutre, indépendant des pouvoirs et autonome.

Depuis le milieu des années 90, plus d'une dizaine de maisons de la presse ont vu le jour en Afrique. La première d'entre elles a été créée en 1993 au Ghana. Un centre de ressources a été créé en mai 1999 au Tchad, un centre de presse a été inauguré en janvier 2000 au Nigeria.

Les objectifs, les moyens, les méthodes, les domaines d'intervention et les types d'activités des MP sont très différents selon les pays. La diversité des appellations données à ces structures en témoigne : « maison de la presse », « maison du journalisme », « centre de ressources », « centre de perfectionnement », etc.

On a désigné sous le titre générique de « maisons de la presse » (MP), pour des raisons pratiques, des structures qui ne sont pas les répliques d'un modèle unique, mais qui ont au contraire chacune une histoire, un cheminement et des objectifs propres, liés à une évolution et à des situations du secteur différentes dans chaque pays.

Les MP ont développé trois types de fonction, qu'elles remplissent plus ou moins selon les cas.

► **Une fonction de services**

- auprès des entreprises de presse ;
- auprès des professionnels du secteur.

► **Une fonction de structuration de la profession**

► **Une fonction d'interface de la profession**

- avec les pouvoirs publics ;
- avec les ONG internationales ;
- avec la société civile.

Après une période pionnière – ou probatoire – pendant laquelle les MP ont travaillé à affirmer leur existence et leur utilité dans les paysages médiatiques nationaux, la tendance est aujourd'hui à leur renforcement ; de nouvelles structures apparaissent dans les pays où elles n'existaient pas jusqu'alors.

Depuis plusieurs mois, les associations professionnelles africaines lancent des appels en ce sens. En octobre 1999, une rencontre entre MP, organisée à Ouagadougou à l'initiative du Centre national de presse Norbert Zongo, et avec l'appui de l'Agence de la Francophonie, du Ministère français des Affaires étrangères et de la Communauté Française de Belgique (à laquelle le Gret a participé) a abouti à la création d'un « forum » regroupant ces structures avec les observatoires de la presse.

Aujourd'hui, le « Forum des maisons et observatoires de la presse » est doté d'un secrétariat, animé par le Centre de presse Norbert Zongo (du Burkina Faso). Il diffuse, par courrier électronique, un bulletin trimestriel sur les activités des MP et des observatoires.

■ POURQUOI UNE ÉTUDE D'IMPACT ?

► Une étude réalisée par le Gret au nom du réseau de partenaires des médias africains

Le Gret est secrétaire du réseau de partenaires des médias africains (ParMA), un réseau de bailleurs de fonds créé en 1996 :

Il a ainsi mis en place le site Internet du réseau. Ce site regroupe, outre des informations sur les bailleurs et leurs activités, quantité d'informations sur le secteur, ses évolutions, des études sur les grands enjeux d'aujourd'hui pour les médias africains (la formation, la viabilité économique des entreprises de presse, etc.).

Des groupes de travail animés par le secrétariat du réseau ont rassemblé les bailleurs autour de thématiques qui présentaient pour eux un intérêt propre (la formation, les instances de régulation des médias, etc.). Certains groupes ont abouti à des conclusions concrètes (publication d'un cahier des charges commun sur la formation, propositions pour un plan de relance du Cierro, etc.), d'autres viennent d'être lancés ou sont en cours de lancement (un groupe de travail est en cours de constitution autour de la question des critères d'éligibilité des demandeurs de financement).

Le secrétariat coordonnera à partir de cette année une nouvelle activité d'études d'impact, destinée à donner aux bailleurs les moyens de mieux mesurer l'efficacité de leurs programmes de soutien aux médias. Ce travail ne concernera que les sujets d'intérêt communs, les évaluations spécifiques commanditées de façon bilatérale par chaque bailleur ne rentrant pas dans le champ de ce travail. Il s'agit :

- d'alimenter la réflexion stratégique des bailleurs (quels outils privilégier ? quels modes d'action ? etc.), à la lumière des résultats des actions passées ;
- de définir ou repérer des domaines ou modes d'action innovants.

Chaque année un thème sera étudié en profondeur, et sa restitution lors de la rencontre annuelle du réseau donnera lieu à un débat approfondi. Pour réaliser ce genre d'étude, les groupes de travail ne sont pas un cadre approprié, dans la mesure où un travail d'analyse plus approfondi est nécessaire, incluant des études de cas sur le terrain.

Le Gret conduira cette étude, en y associant au cas par cas des personnes ressources. L'étude sera présentée au réseau selon des modalités à définir en temps voulu (lors de la réunion annuelle du réseau, regroupant tous les membres, ou au cours d'une rencontre organisée spécifiquement à cet effet, où ne seront représentés que les membres ayant manifesté un intérêt spécifique pour le sujet). Plusieurs membres sont concernés plus ou moins directement, dans la mesure où ils ont été impliqués dans le montage de maisons de la presse (financement des locaux, contributions matérielles, appui à la structuration des MP, etc.) ; on songe entre autres à l'Unesco, la Fondation Friedrich Ebert, l'Agence de la francophonie, à la Communauté française de Belgique ou au ministère français des Affaires étrangères.

► Le moment opportun

On a dit beaucoup sur les MP en Afrique. Beaucoup sur les conditions de leur création, leurs réussites, leurs échecs selon les pays. Mais rien sur leur impact réel. La première MP est apparue en 1993. La durée de vie critique pour une évaluation de l'impact nous semble atteinte, d'autant plus que les MP se sont récemment regroupées autour du Forum des centres, maisons et observatoires de la presse en Afrique.

Trois types d'acteurs sont susceptibles d'être intéressés à faire le point sur l'impact, ou « l'efficacité » des maisons de la presse. Les MP elles-mêmes et le Forum, les bailleurs de fonds, qui s'interrogent comme il se doit sur « ce qui marche » et « ce qui ne marche pas », et les structures émergentes de diverses formes d'organisation du secteur (associations de journalistes, centres de formation, instances de régulation, observatoires).

► Les attentes des bailleurs de fonds

Différents bailleurs de fonds ont apporté leur appui aux maisons de la presse africaines : Union européenne, Unesco, Fondation Ebert, Coopérations française, hollandaise, anglaise, suédoise, américaine, etc. Plusieurs opérateurs (notamment l'Institut Panos et la FIJ) ont également contribué au lancement ou à la consolidation des MP par des dotations en matériels et un appui en assistance technique ou en formation. Ce rapide inventaire montre l'intérêt des bailleurs de fonds et opérateurs du Nord d'appui au développement pour ces structures.

Les bailleurs de fonds cherchent par ailleurs de plus en plus à rationaliser et mieux orienter leur appui au

secteur. A plusieurs reprises, et notamment dans le cadre du Réseau de partenaires des médias africains, ils ont exprimé des attentes d'outils et de méthodes d'évaluation et d'étude d'impact de leurs projets.

► Intérêt pour les MP et le Forum

Mieux connaître leur impact réel peut aider les MP à mieux guider leur réflexion sur leur adaptation, leur évolution, les secteurs à renforcer, etc. D'autre part, vis-à-vis de leurs bailleurs de fonds, une mise à jour sur leur impact présente l'intérêt d'afficher résultats positifs et succès et, le cas échéant, de mettre le doigt sur les difficultés pour engager un dialogue avec les bailleurs de fonds afin de les corriger.

Le forum a également intérêt à mieux connaître l'impact des MP. L'un de ses objectifs étant de promouvoir le développement de nouvelles MP et d'aider à leur développement et à leur viabilité.

► Intérêt pour les autres organisations du secteur médiatique (dont les pouvoirs publics en charge de la communication)

Les MP sont souvent au cœur des secteurs médiatiques nationaux. De ce fait elles sont des alliés de choix pour les associations de journalistes, centres de formation, observatoires de la liberté de la presse. De même, elles ont vocation à être des contacts privilégiés des ministères et des instances de régulation nationales. Mieux connaître l'impact des MP permettra aux diverses organisations composant l'environnement médiatique de mieux collaborer avec elles, ou de mieux y avoir recours.

■ RÉSULTATS ATTENDUS

Il ne s'agit pas de travailler à une étude des maisons de la presse à visée exhaustive, mais plutôt d'identifier, à partir d'une typologie élaborée au préalable, quelques structures spécifiques, pour en faire des études de cas détaillées.

► Une analyse de l'impact des maisons de la presse africaines

Cette analyse vise à apporter tant aux maisons de la presse qu'aux bailleurs de fonds des éléments d'information et d'analyse sur l'impact pour :

- le secteur médiatique dans son ensemble (sa structuration, son développement) ;

- les entreprises de presse et les professionnels des médias considérés individuellement ;
- l'environnement dans lequel évoluent les médias (évolutions socio-politiques à l'échelle nationale).

► L'identification des facteurs de réussites et des points de blocage pour la mise en place puis la gestion et l'animation d'une maison de la presse africaine

Cette partie des résultats de l'étude sera plus particulièrement destinée à la capitalisation en interne aux MP. Elle permettra une diffusion des leçons à tirer de l'expérience des maisons existantes. Mais elle s'adressera également aux bailleurs de fonds intéressés par les MP et désireux d'appuyer le développement de structures existantes ou le montage de MP dans des pays demandeurs (à partir d'une typologie des modes d'appui aux maisons de la presse).

► L'élaboration de critères d'évaluation des maisons de la presse existantes

Cette dernière partie s'adresse plus particulièrement aux bailleurs de fonds.

Cette étude peut permettre de mettre au point une méthode d'évaluation potentiellement réutilisable lors d'évaluations ultérieures.

■ PRINCIPALES ÉTAPES DE RÉALISATION DE L'ÉTUDE

L'état des lieux des MP

► Listing des MP

Les informations de type composition / objectifs / statuts, etc. des MP sont disponibles pour partie auprès du secrétariat du Forum des maisons et observatoires de la presse en Afrique, hébergé par le Centre national de presse Norbert Zongo.

Il s'agira de les reformater et de les compléter, notamment avec des informations sur les MP des pays anglophones non représentées à Ouagadougou.

► Typologie des MP

Les MP sont très différentes d'un pays à l'autre. Leurs différences sont imputables à de multiples facteurs : aux contextes dans lesquels elles ont été mises en place avant tout, mais également à leurs promoteurs, aux moyens dont elles ont bénéficié, etc.

Après établissement d'une grille de lecture prenant en compte l'essentiel de ces différents facteurs, on mettra en place une typologie à partir de notre connaissance du secteur et d'une analyse documentaire. Sur cette base nous pourrions sélectionner plus précisément les MP que nous étudierons en particulier, ainsi que les angles d'approche de l'étude.

Deux cas sont révélateurs de la diversité des structures que l'on peut rencontrer :

Au Rwanda, la Maison de la presse a vécu sous perfusion de financements internationaux depuis sa création, cette structure est aujourd'hui inopérante. Elle n'a jamais eu de rôle propre, et n'a jamais été véritablement appropriée par les professionnels des médias.

À l'inverse, la maison de la presse du Ghana, pionnière apparue en 1993, n'a bénéficié, pour ses débuts, que de relativement peu de financements étrangers et a été lancée sur l'initiative de professionnels ghanéens. Pouvant se prévaloir d'un réel dynamisme, elle développe aujourd'hui des activités de services lucratives, qui visent la viabilité économique.

C'est pour aller plus avant dans l'étude de cette diversité que l'établissement d'une typologie représente un préalable à l'étude.

Élaboration des critères de mesure d'impact

Nous disposons pour conduire l'étude de supports méthodologiques sur les études d'impact, comme les guides méthodologiques publiés par le F3E, L'évaluation, un outil au service de l'action et Prise en compte de l'impact et construction d'indicateurs d'impact¹.

Notre étude, une fois les structures répertoriées et sélectionnées, tentera d'élaborer des critères de mesure d'impact des MP précis et cohérents.

Dans un premier temps, on songe à étudier l'impact sous les angles d'approche suivants :

► Impact sur la formation des journalistes

Lorsqu'il s'agira de mesurer l'impact des MP sur la formation des journalistes dans un pays, on disposera d'éléments de mesure relativement fiables et concrets (à préciser) :

- offre en formation (éléments sur contenu, qualité et fréquence des stages) ;
- nombre de journalistes bénéficiaires de stages ;
- augmentation du nombre de journalistes ayant une bonne maîtrise des logiciels informatiques (du traitement de texte à l'Internet en passant par la PAO) ;
- amélioration de la qualité journalistique des articles ou reportage effectués par ces journalistes ;
- mise à disposition de documents et matériel pédagogique à l'attention des journalistes ;
- etc.

► Impact sur la structuration du secteur

Les critères de mesure de l'impact seront plus complexes à déterminer lorsqu'il s'agira d'évaluer l'impact des MP sur la structuration du secteur. Il importera d'ailleurs de veiller à distinguer ce qui ressort de l'impact propre des MP de ce qui résulte d'évolutions « naturelles » indépendantes de leur activité et de leur simple présence (stabilisation du contexte politique, amélioration de la situation économique, etc.).

- Augmentation de la fréquence des rencontres organisées par les MP regroupant différents médias.
- Amélioration des relations entre journalistes du privé et journalistes de la presse d'État.
- Apparition de groupements de type « centrales d'achat de papier », etc. organisés à l'instigation des MP.
- Etc.

► Impact sur le respect de l'éthique et de la déontologie dans les journaux

- Publication de chartes/code déontologique, etc.
- Création d'un observatoire de la déontologie et de l'éthique des médias.
- Organisation de rencontres en collaboration avec l'observatoire existant.
- Entretien de bonnes relations avec l'instance de régulation nationale.
- Etc.

► Impact sur la viabilité des journaux et radios

L'impact des MP sur la viabilité des journaux et radios sera un autre critère important dans l'étude

¹ Guide méthodologique. L'évaluation. L'évaluation, un outil au service de l'action. IRAM - F3E (Fonds pour la promotion des études préalables, études transversales, évaluations), décembre 1996, et Guide méthodologique. L'évaluation de l'impact. Prise en compte de l'impact et construction d'indicateurs d'impact. CIEDEL - F3E, juin 1999.

d'impact. Les critères suivants pourront notamment être pris en compte :

- existence de regroupement économiques permettant l'achat de papier, l'imprimerie à plusieurs etc. à l'instigation de la MP ;
- mise en place d'alliances entre médias, pour aller au-delà de la concurrence commerciale apparue avec l'apparition du pluralisme (accords sur les tarifs de vente d'espaces publicitaires, etc.) ;
- offre de matériel évitant des investissements lourds qui grèveraient de beaucoup les budgets de médias économiquement et budgétairement faibles.

► Impact sur le pluralisme médiatique

- Apparition de nouveaux médias (journaux radios TV) consécutive à la création d'une MP.
- Offre de service matérielle permettant à des journalistes désireux de créer une publication un accès bon marché et facile (services de PAO, voire impression, conseil, etc.).
- Etc.

► Impact sur les rapports des médias avec la société civile et avec les pouvoirs publics

- Augmentation de la fréquence des rencontres entre médias et associations représentatives de la société civile.
- Meilleure transmission des informations relatives aux associations et organisations de la société civile dans les médias nationaux.
- Organisation de rencontres entre les médias et les pouvoirs publics dans le cadre de la MP ;
- Amélioration des conditions d'exercice de la profession dans le pays ;
- Etc.

► Impact sur le rôle des médias en situation d'exception (conflit, élections, instabilité politique, etc.)

- Organisation de réunion des différents médias.
- Organisation de conférences de presse (offre d'un lieu d'expression neutre pour les différentes parties en présence.
- Diffusion ou non du code de déontologie, mise en place d'un système de veille en cas d'absence d'un observatoire (Impact sur le respect de la déontologie).
- Facilitation des négociations.

- Appui matériel aux journaux et radios en difficulté, du fait du conflit / des tensions politiques etc.

Préparation et conduite de l'enquête

Une partie de la recherche sera orientée vers les bailleurs de fonds, avec des entretiens auprès des personnes clés de ces institutions ayant été associées au montage et au suivi des MP. En effet, étudier l'impact final sous entend avoir une bonne connaissance de l'impact visé, des objectifs qui ont présidé à la mise en place des MP.

Les études de cas seront réalisées pour partie par le Gret, pour partie par des consultants ou personnes ressources présentes sur le terrain. A priori, une fois la typologie élaborée, deux structures feront l'objet d'une mission de terrain. Il s'agit des maisons de la presse du Ghana, et du Mali et/ou du Togo.

Cette présélection a été réalisée à partir de plusieurs critères :

- la durée de vie de la maison de la presse : pour évaluer l'impact d'une telle structure, encore faut-il qu'elle justifie d'une durée de vie suffisante ;
- la langue du pays d'implantation de la structure : pour avoir un échantillon significatif, il est important de prendre en compte pays francophones et pays anglophones, les données étant sensiblement différentes d'un pays à l'autre, pour cause notamment d'héritages culturels bien différents ;
- une variété et quantité d'activités suffisantes, en fonction de leurs objectif et mission de départ.

► Mali/Togo

Le pays francophone choisi pourrait être le Mali : la MP malienne a connu des démêlées pour cause de mauvaise gestion (et détournement de fonds) à ses débuts. Aujourd'hui elle semble repartie sur des bases saines.

La Maison de la presse du Togo est aussi une structure qui mérite un intérêt spécifique ; elle présente une activité importante, organisation de séminaires et conférences au niveau national, mais aussi au plan régional, en participant activement aux activités du forum. Dans ce cas, on travaillerait plus particulièrement sur les questions de déontologie et d'éthique, et de conflits.

► **Ghana**

En zone anglophone, le choix pourra porter sur la maison de la presse du Ghana. La MP du Ghana est à la fois une pionnière, et visiblement la plus susceptible d'atteindre la viabilité économique tout en restant fidèle à sa vocation.

Rédaction de l'étude

La rédaction de l'étude sera effectuée à partir des résultats des études de terrains, et des compléments d'enquêtes effectués en Europe.

Un rapport intermédiaire sera proposé à ceux des bailleurs de fonds qui auront témoigné un intérêt particulier pour ce travail.

Restitution et valorisation de l'étude

L'étude sera présentée lors de la prochaine réunion du réseau ParMA.

Annexe 2

**TABLEAU RÉCAPITULATIF :
LES MAISONS DE LA PRESSE²**

² Source : la plupart des informations figurant dans ce tableau sont extraites des actes du séminaire international « Centres, maisons et observatoires de la presse en Afrique » organisé du 26 au 29 octobre 1999 à Ouagadougou avec le soutien de l'Agence intergouvernementale de la francophonie, du ministère français des Affaires étrangères et de la Communauté française de Belgique. Elles ont été mises à jour au fur et à mesure de l'étude, certaines MP plus actives à la fin 2000 ont été rayées du tableau. Ce tableau ne prétend pas à l'exhaustivité.

Pays	Désignation	Coordonnées	Date de création et statut	Activités principales	Principaux bailleurs et partenaires ³
Burkina Faso	<p>Centre national de presse Norbert Zongo (CNP-NZ)</p> <p>Suite à l'assassinat le 13 décembre du journaliste burkinabé Norbert Zongo, le CNP est rebaptisé Centre national de presse Norbert Zongo (CNP-NZ), le 28 janvier 1999.</p> <p>Comité de pilotage composé de l'Association des journalistes du Burkina (AJB), du Synatic et de la Sep</p> <p>Coordinateur : Abdoulaye Diallo</p>	<p>04 BP 8524, Ouagadougou 04</p> <p>Tél. : (226) 34 37 45</p> <p>Fax : (226) 34 37 45</p> <p>Cnpres@fasonet.bf</p> <p>www.multimania.com/cnpsz</p>	<p>3 mai 1998, inauguration du « Centre national de presse »</p> <p>Association sans but lucratif</p>	<p>Information des journalistes (mise à disposition de documentation)</p> <p>Formation (séminaires, conférences publiques)</p> <p>Contribution à la défense de la liberté de la presse et du développement de la solidarité professionnelle (le CNP-NZ s'est engagé dans la lutte pour que la lumière soit faite sur l'assassinat de Norbert Zongo, aux côtés du collectif des organisations démocratiques de masse)</p> <p>Offre, pour la société civile, d'un cadre inscrit dans le sens du renforcement de la démocratie</p>	<p>Fédération internationale des journalistes (Union européenne, programme Médias pour la démocratie [1998], Institut Panos, Communauté française de Belgique, Ministère burkinabé de la Communication et de la Culture (locaux + électricité), Centre culturel américain, Unesco, Ambassade des Pays-Bas, Coopération française, Assumbus (Suède), Ambassade du Danemark</p>
Burundi	<p>Maison de la presse du Burundi</p> <p>Directeur : Cyprien Ndikumana</p>	<p>BP 6719, Bujumbura</p> <p>Tél. : (257) 21 87 59 / (257) 22 98 57</p> <p>Fax : (257) 21 87 59</p> <p>Mpresse@cbinf.com</p>	<p>20 janvier 1997</p> <p>Association sans but lucratif agréée par ordonnance n° 530/040 du ministre de l'Intérieur</p>	<p>Organisation de rencontres et débats, séminaires et ateliers de travail</p> <p>Services aux journaux (saisie, mise en page, photocopie, distribution de courrier aux médias, accès à Internet)</p> <p>Accès à Internet</p> <p>Centre de documentation (kiosque à journaux)</p> <p>Télévision satellitaire</p> <p>Cafétéria</p>	<p>Ambassade de Grande-Bretagne</p> <p>Unesco</p> <p>³ Ayant été impliqués depuis la création de la structure (pas nécessairement encore impliqués à la date de création de l'étude).</p>

Pays	Désignation	Coordonnées	Date de création et statut	Activités principales	Principaux bailleurs et partenaires
Congo	Centre de ressources pour la presse du Congo (CRP) Directeur : Bernard Mackiza	BP 142, Brazzaville	17 mars 1994 Organisation non gouvernementale Loi 1901	Formation (initiation au journalisme et à l'informatique) Banque de piges Banque photos Archives et documentations Autres prestations aux journaux (aide à la conception et à la gestion de publications, espace de saisie) Secrétariat	Coopération française Union européenne Ouest Fraternité
Gambie	Press House Gambia Gestionnaire: Cherno A. Jallow	Gambia Press Union Secrétariat (GPU) 10 Atlantic Road, Fajara PO Box 1440, Banjul Tél. : (220) 49 79 45 Fax : (220) 49 79 46 gpu@qanet.gm		Accueil des réunions de plusieurs associations gambiennes de professionnels des médias (Gambia Press Union, Gambia Photographers' association, etc.) Formations (lieu de déroulement des formations du Gambia Press Union) Prix remis le jour de la liberté de la presse Soutien pour les journalistes emprisonnés Point de contact pour les journalistes, avec accès à tous les moyens de communication (tél., fax, E-Mail)	Programme Media for Democracy, Fédération internationale des journalistes (Fij), Union européenne
Ghana	Ghana International Press Centre Présidente : Gifty Affenyi Dadzie	Kwame Nkrumah Circle PO Box 4363, Accra Gja@ncs.com.gh	Janvier 1993 Objectif initial : tenir lieu de siège et secrétariat de l'association des journalistes du Ghana (Ghana Journalists Association, GJA)	Site Web Organisation de rencontres, location de salles Centre de documentation Formations	Fondation Friedrich Ebert, Fédération internationale des journalistes (Union européenne), Westminster Foundation, Gouvernement du Ghana, Unesco

Pays	Désignation	Coordonnées	Date de création et statut	Activités principales	Principaux bailleurs et partenaires
Mali	Maison de la presse du Mali Président du comité de pilotage : Sadou Yattara	BP E 2456, Bamako Tél. : (223) 22 19 15 Fax : (223) 23 54 78 Maison-presse@cefib.com	Assemblée générale constitutive : 10 octobre 1995 Autorisation du ministère de l'Administration territoriale et de la Sécurité : 8 novembre 1995 Reconnaissance d'utilité publique : 2 mai 1996	Formation (stages, séminaires, ateliers, etc.) Documentation (une bibliothèque, abonnements à la presse internationale, accès à Internet) Accès à Internet Studio de production radio (formation et production : en projet, la radio de la MP) Organisation de rencontres, séminaires En projet : mise en place d'études sur le développement du secteur	Ambassade d'Allemagne Ambassade des États-Unis Centre culturel américain Fondation Friedrich Ebert Institut Panos Ministère français des Affaires étrangères Gouvernement malien (Fonds d'aide de l'État à la presse + locaux)
Nigeria	International Press Centre Coordinateur: Lanre Arogundade	42, Ogba-Ijaiye Road PO Box 15916, Ikeja, Lagos Tél./Fax : (234-1) 4921292/ 4925568 ipc@micro.com.ng	9 octobre 1999	Séminaires et ateliers (enquêter en période de conflit, éthique et autorégulation, les médias dans une démocratie, les relations médias-gouvernements, etc.) Un programme de tables rondes des médias : IPC Media Round Table. Collaboration à la mise en place et au suivi d'un site web (avec le Nigeria Journalists Network project) Centre pour rencontres d'ONG (et siège de certaines ONG) Conférences de presse Publications (actes des différentes conférences, études) Formations (dont une formation à Internet)	Programme Media for Democracy, Fédération internationale des journalistes (Fij), Union européenne

Pays	Désignation	Coordonnées	Date de création et statut	Activités principales	Principaux bailleurs et partenaires
Rwanda	Maison de la presse du Rwanda	BP 4305, Kigali Tél. : (250) 775 87 Fax : (250) 775 87	Mars 1996	Café de la presse Centre de documentation Messageries de la presse (réseau de distribution des journaux) Service informatique d'appui à l'édition Formation	Coopération suédoise Coopération française Ambassade de Grande Bretagne Unesco Centre culturel américain Centre culturel français
Togo	Maison du journalisme du Togo Président du comité de gestion : Honoré Yaovi Tchalim Blao	BP 81213, Lomé Tél. : (228) 26 13 00 / 26 45 74 Fax : (228) 26 13 70 Maison-du-journalisme@ids.tg	Convention signée le 11 avril 1996 entre l'Union des journalistes indépendants du Togo et la mission française de coopération Inauguration le 13 juin 1996 Centre de formation agréé par l'État	Formations (journalisme et informatique et Internet) Location de salles Prestation de services telecom (tél, fax, Internet) Cafétéria Rencontres, club de la presse Vente de cartes d'adhésion Centre de documentation	Ambassade d'Allemagne Ambassade des États-Unis Institut Panos Paris Fondation Friedrich Ebert Coopération française Fédération internationale des journalistes (Union européenne, programme Médias pour la démocratie en Afrique)

Annexes

Annexe 3

BUDGETS DES MP ÉTUDIÉES

► Informations budgétaires sur la maison de la presse de Bujumbura (Burundi)

ANNÉE	PART D'AUTOFINANCEMENT (ET DÉTAIL SOURCES DE REVENUS)	APPUI DE L'ÉTAT	PRINCIPAUX BAILLEURS DE FONDS
1997 (6 mois)	9 % Activités génératrices de revenus : 2 359 452 Fbu Cotisations des membres : 252 060 Fbu Part totale autofinancement (dollars) : 5 823 US\$	non	91 % Unique bailleur = Unesco Équipement : 40 000 US\$ Fonctionnement : 15 804 US\$ Formation : 5 000 US\$
1998	28 % Activités génératrices de revenus : 5 537 462 Fbu Cotisations des membres : 685 680 Fbu Part totale autofinancement (dollars) : 11 039 US\$	non	72 % Fonctionnement : 23 000 US\$ (Unesco) Formation journalistes : – 5 000 US\$ (Unesco) – 4 000 US\$ (Africare)
1999	31 % Activités génératrices de revenus : 10 995 758 Fbu Cotisations des membres : 856 600 Fbu Part totale autofinancement (en dollars) : 18 237 US\$	non	69 % Fonctionnement : 25 000 US\$ (Unesco) Équipement : 10 000 US\$ (Ambassade de Grande-Bretagne) Formation : 5 000 US\$ (PNUD)
2000		Mise à disposition d'un bâtiment pour héberger la maison de la presse par l'État	Équipement : 20 000 US\$ (Unesco PIDC) 10 000 US\$ (ambassade GB)

► Informations budgétaires sur la maison de la presse de Bamako (Mali)

Au Mali on ne dispose pas de budget en tant que tel entre la date de création de la maison de la presse et la date d'élaboration des nouveaux statuts.

ANNÉE	PART D'AUTOFINANCEMENT	APPUI DE L'ÉTAT	PRINCIPAUX BAILLEURS DE FONDS
1997-1998		30 M FCFA	13 M FCFA : salaire administrateur x 24 mois (Panos Paris)
1998-1999		30 M FCFA	Panos a pris en charge page web MP pour 10 440 000 CFA + salaire coordinateur du site et claviste sur 1 an (98)
1999-2000	Recettes : 37 820 000	30 M FCFA	4,8 M FCFA : agenda presse malienne (Friedrich Ebert) 3 M : équipement (ambass. Allemagne) 16,5 M : formation (Panos, Coopération allemande, ambassade US) 4,5 M : voyages (Freedom Forum, Coopération française, Friedrich Ebert) 20 M : Bibliothèque (Freedom Forum)

► Informations budgétaires sur la maison du journalisme de Lomé (Togo)

ANNÉE	PART D'AUTOFINANCEMENT	APPUI DE L'ÉTAT	PRINCIPAUX BAILLEURS DE FONDS
1996		Pas d'appui étatique	Coopération française (équipement + formation) : 300 000 FF Ambassade de États-Unis : 25 000 US\$ (équipement) Fondation Friedrich Ebert : 15 000 FF (équipement + formation)
1997 et 1998		Pas d'appui étatique	
1999		Pas d'appui étatique	Ambassade d'Allemagne : 13 000 DM (équipement)
1999-2000		Pas d'appui étatique	Institut Panos Paris : 50 000 FF (Site Web) Fédération internationale des journalistes (FIJ) : 11 386

Annexe 4

LES DIFFICULTÉS DU FORUM : POURQUOI ?

Tentative d'explication des difficultés du forum des maisons, centres et observatoires de la presse (Ouagadougou, octobre 1999)

Les objectifs qu'il s'était fixé n'étaient pourtant pas si ambitieux a priori :

Extrait du rapport général de la rencontre :

« Il est créé un 'forum des maisons et observatoires de la presse en Afrique', permettant l'échange d'information entre les différents participants. Ce forum repose sur un secrétariat hébergé pour un an au Centre national de presse Norbert Zongo de Ouagadougou, jusqu'à ce que se tienne la prochaine rencontre des participants. Ce secrétariat a pour fonction la collecte, le traitement et la diffusion sous forme d'un Bulletin trimestriel de l'information reçue. Il devra également assurer une circulation fluide et permanente de l'information entre les partenaires. Chaque participant s'engage à transmettre au secrétariat, tous les trois mois maximum, un rapport d'activités et un programme des manifestations prévues, ainsi qu'à envoyer à tout moment toute information susceptible d'intéresser les partenaires (réseau d'alerte, communiqués élaborés et diffusés par les observatoires, etc.). »

Quelques rapports seront effectivement transmis, mais de manière sporadique, et jamais tous les participants ne se sont manifestés dans un même bulletin. Les quelques rapports reçus émanent quasiment tous de maisons de la presse, peu d'observatoires ayant donné signe de vie au CNP-NZ.

Pourquoi cet échec du forum ?

► **Les maisons et observatoires de la presse, des structures proches mais très différentes**

Regroupant parfois les mêmes personnes, défendant des principes concordants, maisons et observatoires n'ont pourtant pas les mêmes objectifs (Cf.

2^e partie, III, 1., 1.3, Participation des MP aux travaux sur l'autorégulation des médias). En juillet 2000, l'organisation, à Cotonou, d'une rencontre interrégionale des instances d'autorégulation des médias est venue implicitement mettre fin à la vie du forum des observatoires et maisons de la presse. Personne à Cotonou ne mentionne l'existence du forum de Ouagadougou. Pourtant un certain nombre des participants à la réunion de Ouagadougou sont à Cotonou...

► **Les maisons de la presse, une grande variété de structures**

Et même entre elles, les maisons sont dissemblables. On l'a suffisamment étudié les intérêts et causes défendues sont proches d'un pays à l'autre, mais les priorités, les moyens dont les MP disposent et les moyens qu'elles mettent en œuvre sont parfois radicalement différents. Comment dans ces conditions construire un projet commun sans un réel investissement de tous ?

► **Les MP doivent avant tout se battre pour leur propre survie**

La lutte pour la viabilité est un combat en soi, qui fait que peu de structures ont eu les moyens de donner du temps au forum. Ainsi, l'intérêt de l'échange d'information, qui semblait si évident aux membres réunis en réunion à Ouagadougou disparaît-il peu à peu, une fois chacun de retour chez soi replongé dans ses préoccupations quotidiennes.

► **L'animation : une erreur dans le choix du secrétariat ?**

Tout semble bien prévu pour éviter que le forum ne s'endorme, un budget (certes très restreint) devant financer, pour un an, une journée par semaine de travail d'animation d'un secrétariat. Mais en confiant ce secrétariat au CNP-NZ, le forum ne fait

peut-être pas le bon choix, le vivant une situation particulièrement instable⁴.

Ces quelques raisons expliquent suffisamment le fait que le forum n'ait pu fonctionner réellement. La question de savoir s'il est nécessaire de l'aider à se reconstruire se pose désormais. Quelques pistes :

- un forum, option minimaliste dont l'efficacité est en doute au regard de l'expérience récente ;

⁴ Le centre de presse s'est énormément investi dans la mobilisation pour que la lumière soit faite sur l'assassinat, en décembre 1998, de Norbert Zongo. Mobilisant toutes ses ressources dans la lutte contre l'impunité, il devient vite la cible du pouvoir, qui dès lors ne cessera de tout mettre en œuvre pour l'empêcher de fonctionner. Autre handicap de poids à son développement, le CNP-NZ doit faire avec une profession divisée au niveau national, et ne jouit pas dans ce contexte d'une très forte légitimité.

- un réseau, assurant l'échange d'information et de conseil entre ses membres mais aussi le lien avec les bailleurs de fonds et les opérateurs d'appui spécialisés. La mission du réseau serait d'assurer le lobbying au niveau international (par exemple pour la ratification par les États de la convention de Florence : l'État burundais n'en est pas signataire). Il s'agit naturellement d'une ambition plus élevée, plus exigeante en terme de fonctionnement, et nécessitant des appuis financiers de la part des bailleurs de fonds ;
- une plate-forme opérationnelle, seule ou associée au réseau. Son rôle serait alors de capitaliser les expériences de ses membres ainsi que les références internationales, et d'apporter en retour aux membres conseil et appuis, par des déplacements ou des appuis à distance.