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.

Maquette : Hélène Gay (Gret)
Juin 2001

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 Afrique[1]. 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 Internet[2] 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 concernés[3] 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 référence[4], 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'historique 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. ■

Mis à part quelques compléments d'information issus d'une rencontre organisée en avril 2001 par l'UJAO à Bamako, l'étude est le fruit d'enquêtes arrêtées à la fin 2000.

Première partie

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 locaux 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 africaine[5] 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 Rights[6].
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 journalistes 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 hostiles[7]

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 privé.

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 actes[9] 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 Hameye 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'Ouest[10] – 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 publique[11].
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 meubles 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 voeux 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 semblent-ils 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 débuter. 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 limogé[13]. 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 fondamentales »[14]. 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 professionnalisme 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 2e 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.

GHANA[16]

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.

TOGO[17]

« 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 NTIC[18]

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	**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. **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. **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.	**L'Assemblée générale**[20] (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. **Le président** de la maison de la presse est aussi président de l'association des éditeurs de presse (Assep). **Le Comité de pilotage**[20] 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. **Le Comité des experts**[20] 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.	**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 : - 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. La MP est responsable devant l'AG de l'Ujit et devant son Conseil d'administration.
Structure opérationnelle	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. Le directeur est payé par l'Unesco et a été recruté sur un contrat d'un an renouvelable, toujours renouvelé jusqu'à présent.	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.).	**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. Il comprend : un directeur, un chargé de l'administration et du personnel, un chargé des finances et de la comptabilité.

	BURUNDI	MALI	TOGO
Structure opérationnelle (suite)	**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.		**Neuf salariés** entourent l'équipe de gestion (secrétaires, instructeurs informatique, cuisiniers, serveuse, coursier, veilleur de nuit).
Mode d'adhésion et autres règles et procédures	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.	« 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 gestion**[21] 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 a visée pratique, comprenant en annexe des documents types (modèle de contrat de travail, attestations et certificats divers).	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.

[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 était 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 Mali[22]

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 garantes 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 autosuffisante financièrement, un hôtel pour les journalistes, qui permette d'héberger les journalistes de passage à Accra.

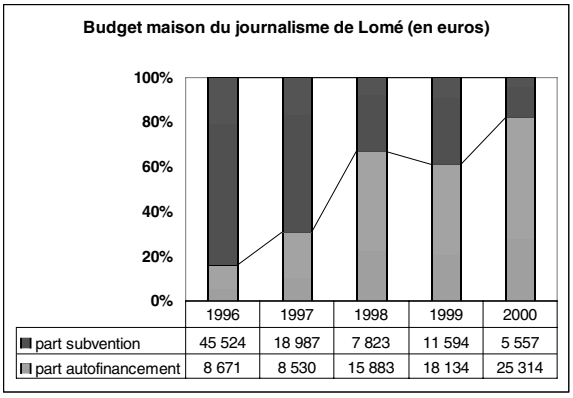
À l'opposé, la Maison du Mali ne se préoccupe pas tant d'autonomie financière : bénéficiant depuis ses tout débuts d'une subvention étatique qui ne menace pas de disparaître du jour au lendemain, la MP se consacre à développer ses activités, tout en misant sur la recherche de fonds et la diversification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

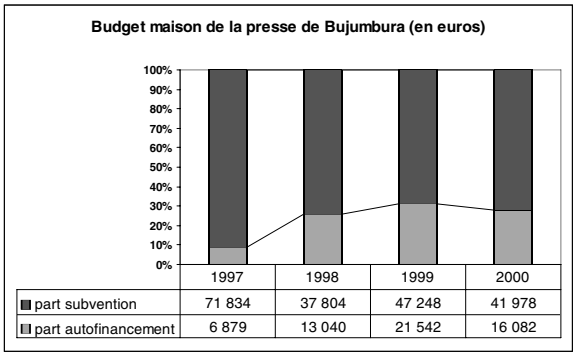
➤ Financement et autofinancement : quels rapports ?

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. ■

Deuxième partie

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 formations 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 journalistes 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 Venue[23] », un lieu – social, de rencontre, de convivialité – les maisons de la presse du Mali du Burundi et du Togo se posent comme les lieux 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-

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

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 décloisonnement 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 honnête ». 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 Zongo[24], 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 6e 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 journalisme, 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 les 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, restaurant[27], 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 travaux[28] 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 MP[29], 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 inaugurait, 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 bibliothèque[30]. 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 une 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 connections 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 y 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 tu-télaires. 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 garanti, 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 médiatiques. 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'argent[31]. Mais si le restaurant n'est pas encore aussi lucratif qu'on pouvait s'y attendre[32], 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. ■

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 formation, 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 ?**