

GRET

Groupe de recherche et
d'échanges technologiques

■
ETA
T
DES
MEDI
AS

L'état des médias au Tchad

*Document de synthèse réalisé pour le compte du réseau Partenaires
des médias africains, ParMA*

Florence Lemoine-Minéry,
Gret

Avril 2001

L'état des médias au Tchad

I. REPERES GEOPOLITQUES

Les 6,8 millions de tchadiens sont inégalement répartis sur le territoire d'une superficie de 1 284 000 km². La population est rurale à 80%. Environ 48% de la population est alphabétisée. N'Djaména, la capitale, compte 600 000 habitants.

Sur le plan des taux d'équipement, seules des estimations sont possibles, du fait en particulier du nombre inconnu de matériel en provenance du Nigeria : récepteurs radio : 2,5 M ; récepteurs TV : entre 50 000 et 100 000 ; paraboles : 800.

La prise du pouvoir par Idriss Déby le 1^{er} décembre 1990 met fin au régime d'Hissène Habré et la liberté de presse est immédiatement garantie.

Le Tchad clôture la série des huit conférences nationales africaines en organisant sa Conférence nationale souveraine (CNS) de janvier à avril 1993. Après une longue période de transition, une nouvelle constitution est adoptée, en 1996, qui institutionnalise le multipartisme, la liberté de presse et d'opinion ainsi que l'arabe comme deuxième langue officielle en plus du français.

Le premier scrutin pluraliste est celui de l'élection présidentielle de 1996, remportées par I. Déby. Les élections législatives de 1997 feront siéger les représentants de 12 partis politiques sur la soixantaine légalement enregistrés.

Aujourd'hui, les principaux enjeux sont ceux d'un pays en développement, ainsi que le renforcement de l'unité nationale et de la sécurité, menacés par une rébellion opérant dans le Nord.

Le pays, théâtre de luttes internes et d'intervenants extérieurs porte les séquelles des années de guerres qui se sont succédées depuis l'indépendance.

La poursuite du processus démocratique est suspendue aux prochaines échéances électorales, à commencer par l'élection présidentielle de mai 2001 puis les législatives prévues en 2002.

En toile de fond, le projet¹ d'exploitation du pétrole dans le Sud du pays est une nouvelle donne à prendre en compte tant sur le plan national que régional. En effet, ce projet prometteur pose les questions de la future utilisation de la rente pétrolière, des projets de développement liés et modifiera les termes des relations que le Tchad entretient traditionnellement avec ses voisins et ses partenaires occidentaux.

II. LE PAYSAGE MEDIATIQUE

La Conférence nationale de 1993 a encouragé l'émergence d'une presse indépendante de qualité. Certains journaux, comme *N'Djaména Hebdo* (1989) et *Tchad et Culture* (1964) existaient avant la libéralisation politique mais ne traitaient que de sujets culturels, sportifs ou de loisirs.

Un foisonnement maîtrisé d'organes de presse a marqué les premières années du processus démocratique, mais bien vite le secteur s'est stabilisé autour de quelques titres. En revanche, la démonopolisation des ondes a tardé.

À N'Djaména, il existe actuellement huit journaux² en français qui paraissent régulièrement : un quotidien (*Le Progrès*), un bihebdomadaire (*N'Djaména bihebdo*) trois hebdomadaires (*L'Observateur*, *Le Temps*, *Notre Temps*), deux mensuels (*Tchad et culture*, *Audy Magazine*) et un bimestriel (*Carrefour*).

Le paysage médiatique tchadien est contrasté.

D'une part les médias sont confrontés à des blocages récurrents, blocages institutionnels et administratifs, faibles organisations professionnelles et difficultés économiques pesantes. D'autre part, le secteur fait preuve d'une capacité de résistance réelle et d'un dynamisme renaissant, en témoignent les projets de créations d'organes ou bien les initiatives pour relancer l'organisation de la profession.

Affaiblis par des contraintes économiques et des pesanteurs politiques, sociales et culturelles, les médias évoluent dans les méandres de pressions, d'intimidations et de sollicitations qui freinent leur développement et limitent leur portée en tant qu'acteurs du pluralisme d'opinion.

1. Presse écrite

Les principaux journaux en présence

Il n'existe pas au Tchad de quotidien gouvernemental à proprement parler.

¹ Le lancement de ce projet a été rendu possible par l'approbation de la Banque mondiale en juin 2000, après une longue concertation avec les ONG.

² Nous ne mentionnons pas ici les revues spécialisées et bulletins d'information d'organisations, elles figurent en annexe.

Info Tchad est un bulletin quotidien ronéotypé de l'Agence tchadienne de presse (ATP), diffusé par abonnements aux médias, aux administrations et aux représentations diplomatiques. Il est tiré à 1200 exemplaires.

Le développement de l'Agence tchadienne de presse, créée en 1965, est limité par l'absence de statut et de budget propres, l'ATP étant un service administratif du Ministère de la communication. Sur le plan de son organisation, l'ATP ne dispose pas de structure régionale ni d'un réseau de correspondants qui lui permettraient de remplir sa mission première de collecte des informations sur l'ensemble du territoire national.

Le seul quotidien " grand public " est le journal privé *Le Progrès*, créé en 1993 par Mahamat Hissène, professionnel reconnu et ancien responsable des médias publics.

Après dix années d'existence, *N'Djamena Hebdo*, fleuron de la presse privée tchadienne, est devenu bihebdomadaire. Ce changement de périodicité intervient en prévision de l'élection présidentielle et au moment où *N'Djaména bihebdo* est sur le point de devenir une société anonyme. Mais entre temps la tenue du scrutin a été repoussée et le lectorat ne s'est pas développé comme escompté. Les frais d'imprimerie à supporter ont doublé alors que les chiffres des ventes n'ont pas augmenté dans une proportion comparable. Pour autant, il n'est pas envisageable de revenir à la périodicité antérieure.

Quant à la transformation en une société anonyme c'est un processus long et difficile, engagé depuis plusieurs années et au terme duquel 51% du capital sera détenu par le personnel. De cette manière le personnel sera mieux impliqué dans le fonctionnement et les prises de décision du journal.

L'Observateur est un hebdomadaire d'informations générales créé en 1997 par Sy Koumbo Singa Gali, par ailleurs présidente de l'Association des éditeurs de presse privée du Tchad (AEPT).

À la mort en 2000 du directeur de l'hebdomadaire *Le Temps*³ la question de sa succession a dû être traitée par la justice qui a confié le journal à un directeur provisoire. Le frère du défunt, s'estimant lésé par cette décision, a créé un nouvel organe, *Notre Temps*.

Parmi les titres lancés pendant l'année 2000, signalons un magazine féminin, *Audy*, et *Carrefour*, édité par le Centre culturel Al-Mouna. *Carrefour*⁴ est un bimestriel culturel et de réflexion.

Carrefour a reçu le soutien de l'ambassade américaine pour le paiement des factures d'impression sur une durée limitée. Les perspectives pour les prochaines années, pourraient être le passage de *Carrefour* à une périodicité mensuelle et le lancement d'une édition en arabe.

³ Créé en 1995.

⁴ carrefour entre les cultures arabophones et francophones du Tchad, dans la continuité de la mission que s'est donnée le centre : être un lieu de rencontre et d'échanges entre ces deux cultures.

Contraintes et réalités de la presse écrite

Les journaux ont un contenu rédactionnel assez similaire, centré sur les événements de la capitale. Ils ont tendance à traiter la politique avec sensationnel et confondent facilement militantisme et journalisme. Cela s'explique notamment par le fait que la plupart des journaux ont une "histoire politique". Les jeunes journalistes qui arrivent dans les rédactions les perçoivent d'ailleurs comme des journaux d'opposition et adoptent, pour se conformer à cette "ligne rédactionnelle", un style souvent très radical. Il faut aussi prendre en compte l'ambiguïté des attentes du lectorat. En effet, ces attentes sont peu connues mais le peu que l'on sache semble attester, pour une partie, une recherche d'opinions, de déclarations et révélations politiques spectaculaires. La plupart des responsables de journaux déplorent méconnaître leur lectorat et ses attentes.

Cette spécialisation du contenu est renforcée par le fait qu'il est difficile pour les rédactions d'obtenir des informations en provenance de l'intérieur du pays. L'entretien d'un réseau de correspondants ou l'envoi de journalistes en reportages ne sont pas envisageables faute de moyens et en raison des difficultés de communication.

Le lectorat est assez limité, le taux d'analphabétisme s'élevant à plus de 50% et les moyens de communication étant restreints. Les tirages moyens des journaux sont de 4 000 exemplaires.

La faiblesse et l'irrégularité des ressources publicitaires (n'excédant jamais 25% des ressources totales) limitent les produits non liés à la vente des entreprises de presse. Il faut dire que d'un autre côté, les entreprises de presse ne disposent pas des compétences nécessaires à la recherche d'annonceurs et à l'élaboration d'une stratégie publicitaire. Les avis d'offre d'emplois et appels à proposition sont en fait la ressource la plus régulière. D'un autre côté, les entreprises publiques font preuve de frilosité à l'égard de la presse privée, réputée d'opposition, et les sociétés privées locales ne perçoivent pas l'intérêt de la publicité ou bien y ont recours plus par affinité que par stratégie commerciale.

Les frais d'impression constituent la moitié des charges fixes d'un journal.

Tous les journaux sont imprimés à l'Imprimerie du Tchad (IDT), l'imprimerie la plus performante mais qui propose un papier de qualité supérieure donc très coûteux.

Les entreprises de presse tchadiennes supportent des coûts de fonctionnement d'autant plus élevés que, depuis la fin de l'année 2000, dans le cadre de l'harmonisation pour l'OHADA⁵, les journaux sont soumis à la TVA (18%). Jusqu'ici ils ne payaient que l'impôt général libérateur (IGL), soit 5% du chiffre d'affaires. Cette hausse brutale des charges fiscales a été durement ressentie.

La situation économique des journaux est également affectée par des méthodes de gestion inadaptées aux contraintes particulières d'une entreprise de presse.

À N'Djamena les points de vente sont peu nombreux, les deux principales librairies et les pharmacies, la vente à la criée étant la plus répandue en l'absence de messagerie.

Les tentatives de diffusion vers l'intérieur du pays se révèlent coûteuses et peu fiables. Le recours à des transporteurs non spécialisés entraîne une diffusion tardive et non garantie. C'est une diffusion à perte que beaucoup ont abandonnée. Coûteuse en conditionnement et en

⁵ Organisation pour l'harmonisation en Afrique du droit des affaires.

acheminement, cette méthode ne s'avère pas être une solution viable dans la mesure où le coût de revient est très élevé pour un résultat faible ou difficilement quantifiable - car il est quasiment impossible d'avoir un suivi précis des ventes. Il résulte de tout cela que la diffusion se concentre surtout dans la capitale pour plus de 75% des journaux tirés ; La diffusion en province étant faite de manière individuelle et aléatoire.

Ces problèmes de diffusion limitent considérablement le développement de la presse écrite et militent en faveur de la création d'une messagerie.

2. Radio

L'arrivée de radios privées est très récente, moins de deux ans, et le secteur est encore embryonnaire.

La radio nationale a été créée en 1955, devenue depuis la Radio nationale tchadienne (RNT) c'est une direction du Ministère de la communication, c'est-à-dire qu'elle n'a ni statut ni budget propres. La création d'un Établissement public à caractère industriel, comme on le voit dans d'autres pays d'Afrique francophone, est un objectif recommandé par le document de politique nationale de communication élaboré en 1998.

La RNT couvre environ 95% du territoire national avec des programmes diffusés en ondes courtes et ondes moyennes dans les deux langues officielles, français et arabe, et dans 11 langues nationales. Elle propose aussi une chaîne qui émet en FM sur N'Djaména qui a un programme plus orienté vers les jeunes, essentiellement musical.

Deux stations régionales de la RNT existent à Moundou et Sahr, une station à Abéché et une autre à Faya-Largeau.

La Radio rurale n'est pas autonome non plus puisqu'elle a un statut de sous-direction.

Deux radios associatives peuvent être écoutées à N'Djaména.

Dja FM, une radio urbaine de proximité

Dja FM est la première radio privée de la capitale, lancée en 1999 à l'initiative de l'association Alternatives Communication (Altercom).

Elle émet en français, arabe et sara . Sa grille de programmes est entre autre composée à 30% de programmes musicaux, éducatifs et culturels et propose aussi des tranches d'information (20%), centrées sur l'information de proximité. A la mi-journée, un journal est diffusé en arabe et en sara.

Les charges fixes de la radio sont couvertes par les avis et communiqués et de manière plus aléatoire par les ressources publicitaires, qui constituent en moyenne un à deux contrats par mois.

Cette année, la radio a reçu des soutiens de la Coopération française et de la WACC⁶ lui permettant de faire l'acquisition d'équipements, dont du numérique.

L'équipe se compose de trois techniciens, huit journalistes et 18 animateurs-producteurs.

⁶ World Association for Christian Communication ou Association Mondiale pour la Communication Chrétienne.

Jusqu'ici, la formation du personnel de la radio, tous des bénévoles, a été assurée sur le tas. Les responsables sont bien conscients des limites de ce type de formation et du fait que la maîtrise des techniques est à peine suffisante par rapport aux exigences professionnelles et aux potentialités des outils de travail qui sont sous-exploités.

Dja FM a un auditoire majoritairement jeune. Les auditeurs fidèles se sont constitués en clubs d'écoute à travers la ville : les Clubs des auditeurs fidèles (CAF) de *Dja FM*. Chaque club compte une soixantaine d'auditeurs, au total ce sont environ 20 clubs qui rassemblent un millier d'auditeurs actifs par leur courrier ou leurs passages à la station.

Radio FM Liberté, *une radio de la société civile*

Radio FM Liberté a commencé ses émissions en juin 2000.

La radio est portée par neuf associations de la société civile dont la Ligue tchadienne des Droits de l'Homme (LTDH) et l'Union nationale des syndicats du Tchad (UST).

Chacune des associations nomme deux représentants pour faire partie du conseil d'administration de la radio. Les associations versent pour le fonctionnement de la radio une cotisation annuelle de 560 000 FCFA. A cela s'ajoutent quelques recettes publicitaires et les communiqués mais ce n'est pas suffisant pour couvrir les dépenses qui comptent un loyer et le paiement de 18 collaborateurs, sur une équipe de 30 personnes.

Sur le plan des ressources humaines, un tiers du personnel a reçu une formation à l'extérieur de la radio.

La radio propose un programme généraliste, d'information, de culture, de sensibilisation et d'éducation populaire. Les associations participent activement à la production de la radio en collaborant à la réalisation d'émissions spécialisées comme " Vie ouvrière " ou encore " Droit de savoir ".

Quarante pour cent de la production est locale, complétée par les émissions de l'Institut Panos et bientôt de RSF et de *Radio Brakoss*⁷.

Radio Liberté émet en français, arabe et sara.

Une convention avec la Coopération française prévoit la fourniture d'équipements, notamment un pylône, l'Institut Panos Paris apportera un appui en matériel de production et des demandes de financement sont déposées auprès de Cordaid, organisation catholique pour l'aide au développement.

Pour l'instant la radio n'est pas équipée en numérique.

Les radios de l'intérieur du pays

A l'extérieur de la capitale, quatre radios sont opérationnelles, toutes dans le Sud.

A Bongor, la radio *Terre nouvelle* a été créée par la mission catholique.

⁷ Voir ci-dessous.

La Voix du paysan à Doba a été lancée par le Bureau d'étude et de liaison d'action caritative et de développement (BELACD). La radio émet en FM sur un rayon de 100 km.

A Moïssala, Radio *Brakoss*⁸ a été créée fin 2000 par l'Association pour la protection de l'environnement et de la nature dans la zone soudanaise (APEN), en partenariat avec Foy Ba'hai. Cette radio communautaire a reçu un appui de l'Institut Panos Paris pour l'achat de son émetteur, ainsi qu'une contribution de l'Unicef. La Coopération française va bientôt fournir des panneaux solaires.

Les responsables de la radio ont organisé lors du lancement de la station une formation technique et technico-artistique de leur personnel.

A Sarh, *Radio Lotiko*, radio communautaire créée à l'initiative du BELACD local, a été inaugurée le 6 avril 2001.

Le paysage radiophonique du Tchad est appelé à se diversifier avec l'arrivée de nouvelles radios qui ont reçu au début de l'année l'autorisation du HCC.

Il s'agit notamment de trois projets de radios commerciales à N'Djamena, une portée par le journal *L'Observateur*, une autre par *N'Djaména bihebdo* et une autre par un homme d'affaires. La BBC aura bientôt son relais pour une diffusion en FM sur N'Djamena. Est attendue également une radio communautaire à Moundou, *Duji lokar FM 101,8* ou *Radio Etoile du matin*, sur une initiative également du BELACD local.

3. La télévision

Télévision : entre dépendance et concurrence

Le monopole d'État en matière télévisuelle est timidement menacé.

La Télévision nationale tchadienne, ou *Télé Tchad*, est l'une des plus récentes du continent, elle existe depuis 1987. *Télé Tchad* diffuse ses programmes en français (71% du temps d'antenne) et en arabe (29%).

Tout comme les autres médias publics, la télévision nationale ne dispose ni de statut ni de budget propres. Le fait qu'elle soit une direction du Ministère de la communication est une contrainte tant sur le fonctionnement que sur la capacité de production.

En effet, *Télé Tchad* ne produit que 49% des programmes de sa grille. Le reste provient de CFI (33%), de l'Égypte (9%), de l'Allemagne *via* Transtel (5%), du Mexique (3%) et de RTV-Présence (1%). Les types de programmes sont pour l'essentiel de l'information (33%), des magazines (21%) et des films (15%).

Dépendante d'un côté, elle est concurrencée de l'autre par un opérateur MMDS privé.

La société libyenne Orbital, créée en 1997, propose sur abonnement plusieurs chaînes étrangères : CFI, TV5, CNN et sept chaînes arabes.

⁸ Signifie : " radio des as de l'agriculture ".

La concurrence est appelée à se renforcer si le projet de télévision privée, *N'Djamena TV*, qui a reçu l'autorisation du HCC, parvenait à se concrétiser.

Il s'agit d'un projet de télévision commerciale, généraliste et bilingue (français/arabe), qui émettrait cinq heures par jour autour de N'Djaména. *N'Djaména TV* proposerait un programme de proximité à partir d'une production locale dont le potentiel existe mais qu'il faut développer.

De réelles capacités de production locale

Plusieurs centres de production audiovisuelle ont été mis en place par la mission catholique. Il s'agit à N'Djaména de RTV Présence, à Sarh du Service audiovisuel pour l'éducation, à Bongor de Radio video Bongor et à Moundou du Service audiovisuel pour l'éducation et le développement. Ces centres produisent des programmes sur le développement socio-économique et culturel, diffusés pour certains par *Télé Tchad*, et produisent également des émissions religieuses.

RTV Présence est soutenue financièrement par MISEREOR et d'autres bailleurs de fonds de l'Église ; elle est en train de construire un nouveau bâtiment et d'acquérir des équipements de production et de post-production.

En 1998, une nouvelle structure de production audiovisuelle a été lancée par la journaliste et réalisatrice Zara Yacoub. Après avoir collaboré à la télévision nationale et créé la radio *Dja FM*, elle dirige en plus sa société de production, Sud Cap Production (SCP). Avec une petite équipe de personnes qualifiées, SCP produit des films et des documentaires, dont certains avec des partenaires étrangers, canadiens ou européens. Zara Yacoub a reçu, en 2000, deux prix au festival de la diaspora de New York.

Si les capacités de productions locales existent et se développent, en revanche, il faut déplorer qu'aujourd'hui il n'existe plus aucune salle de cinéma à N'Djaména.

III. CADRE JURIDIQUE ET INSTITUTIONNEL

Le secteur de l'information et de la communication est régit par trois textes.

La loi N°029/PR/94, du 22 août 1994, relative au régime de la presse ; La loi N°43/PR/94, du 8 novembre 1994, relative à la communication audiovisuelle ; La loi N°12/PR/94, du 9 avril 1994, relative à la création du Haut conseil de la communication (HCC), l'instance de régulation.

La loi N°029/PR/94, du 22 août 1994, relative au régime de la presse

La création d'un organe de presse ne nécessite pas d'autorisation préalable ni de dépôt de caution, les journaux sont soumis au dépôt légal et à la déclaration de parution auprès du Procureur de la République.

Pour préserver le pluralisme, il n'est pas autorisé qu'une même personne⁹ détienne plus de trois organes d'information en même temps.

La loi définit le statut des journalistes ainsi que les caractéristiques de la carte d'identité de journaliste professionnel délivrée par une commission.

La commission de la carte est composée de deux représentants de l'Union des journalistes tchadiens (UJT), un représentant des éditeurs de presse, un du ministère de la communication et un de l'instance de régulation.

Elle établit la carte de presse conjointement avec le ministère de l'Intérieur. Pour l'instant et dans la pratique, seul le Conseil des ministres peut procéder au retrait de la carte de presse.

Quatre mentions sont possibles pour la carte de presse : "journaliste professionnel", "journaliste pigiste", "journaliste stagiaire" et "correspondant de presse", délivrée selon les critères définis par la loi. Est considéré comme journaliste professionnel, la personne qui a pour occupation principale et régulière l'exercice du journalisme dans une entreprise de presse et dont la rétribution constitue l'essentiel de ses revenus.

Selon les articles 32 et 33 de la loi sur la presse "l'État a le devoir d'aider directement ou indirectement les organes d'information qui contribuent à l'exercice du droit du public à l'information", à cet effet est créé "un fonds d'aide à la presse alimenté par une subvention annuelle de l'État ou éventuellement par les contributions d'organismes publics ou privés nationaux ou étrangers".

L'instance de régulation (HCC) est chargée de gérer ce fonds d'aide à la presse.

Initialement le HCC souhaitait que les deux types d'aides soient mis en œuvre, l'aide directe sous forme d'une subvention et l'aide indirecte sous forme d'une mesure de détaxation, mais cette dernière n'a pas été obtenue.

Le décret d'application portant mise en œuvre du fonds d'aide à la presse n'a été pris que le 5 octobre 1999, soit cinq ans après la promulgation de la loi.

Pour l'année 2000, la subvention de l'État, d'un montant de 50 millions FCFA, n'a été que très partiellement obtenue par le HCC qui s'est trouvé dans l'impossibilité de répartir une somme si faible entre les organes de presse existant.

Pour pouvoir bénéficier de ce fonds, un journal doit répondre aux critères suivants :

- Avoir une parution ou une émission régulière depuis plus d'un an d'existence ;
- La gestion de l'information doit relever de la responsabilité exclusive du directeur de publication ;
- Il doit consacrer au moins 65% de sa surface rédactionnelle à l'information politique, sociale, culturelle, économique ou sportive ;
- et le journal doit tirer au moins un tiers de ses ressources du produit des ventes, abonnements ou souscriptions publiques.

L'aide peut prendre différentes formes, comme la prise en charge de la formation continue, le règlement de factures, l'attribution d'un prix d'excellence à un ou plusieurs journalistes ou à des titres, ou encore l'aide aux radios associatives.

⁹ de nationalité tchadienne ; pour les étrangers, ce sont deux journaux maximum.

À la lecture des textes, le cadre juridique apparaît comme étant très libéral. Mais d'une part la presse n'échappe pas aux rivalités de pouvoirs et jeux d'influences et d'autre part l'interprétation qui est faite des lois a parfois des conséquences dommageables pour la presse.

Par le passé, deux journaux¹⁰ ont été poursuivis et condamnés pour complicité de diffamation parce qu'ils avaient rapporté des propos tenus en public par des hommes politiques tchadiens. Les journaux ont été jugés co-responsables de ces propos qui ont valu au responsable de l'un d'entre eux d'être incarcéré. Car les délits de presse n'étant pas dépenalisés, des peines de prison sont prononcées à l'encontre des responsables d'organes de presse.

Selon la loi, la diffamation est passible d'une peine d'emprisonnement de six mois à deux ans et/ou d'une amende de 100 000 à 500 000 FCFA. Mais la loi précise que cette infraction n'a pas lieu d'être quand un journal rapporte des propos tenus par autrui.

Encore au début de cette année, le journal *Le Temps* a été l'objet de deux procès, dont l'un a condamné son directeur à 6 mois de prison avec sursis et une amende de 5 millions FCFA.

La loi N°43/PR/94, du 8 novembre 1994, relative à la communication audiovisuelle

En matière audiovisuelle, l'autorisation d'exploiter un service de radio ou télédiffusion par des opérateurs privés est délivrée pour une durée de cinq ans pour les radios et dix ans pour les télévisions. Ces autorisations sont renouvelables et soumises au respect des conditions du cahier des charges définies par le HCC.

Toute entreprise de communication audiovisuelle doit être détenue par des tchadiens à hauteur de 51% du capital au moins.

Les programmes doivent être variés, équilibrés, éducatifs et divertissants et exploiter les ressources locales, régionales, nationales et internationales, cela de manière significative par des producteurs tchadiens.

La libéralisation effective des ondes a tardé entre la date de promulgation de la loi en 1994 et les décrets d'application pris près de deux ans plus tard.

La loi N°12/PR/94, du 9 avril 1994, relative à la création du Haut conseil de la communication (HCC)

Le HCC est une autorité administrative indépendante. Ses principales attributions sont les suivantes :

- ✓ De par son pouvoir de tutelle, le HCC a pour mission de garantir la liberté et la protection de la presse, l'indépendance des médias publics, l'accès équitable des partis politiques, syndicats et associations aux médias publics, de veiller au respect de la déontologie et de l'expression pluraliste dans les médias. Il veille également à la qualité et la diversité des programmes, au développement de la production et de la création nationales.

¹⁰ L'*Observateur* en 1998 et N'*Djaména bihebdo* en 2000.

- ✓ De par son pouvoir normatif, le HCC fixe les règles pour les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions officielles dans le cadre des campagnes électorales.
- ✓ De par son pouvoir de décision, il peut statuer sur la violation du code de déontologie après avis des associations les plus représentatives de la profession. Il peut se saisir ou être saisi pour des cas de non-respect à la déontologie.
Il délivre les autorisations d'exploitation par des opérateurs privés des services de radio-diffusion et de télévision.
- ✓ Il dispose d'un pouvoir de sanction à l'égard des médias audiovisuels publics et privés en cas de non-respect de leurs obligations.
- ✓ Enfin, de par son pouvoir consultatif, le HCC formule des avis sur les questions relevant de sa compétence, notamment pour la nomination des directeurs des organes de presse publics.

Le mode de désignation de ses membres est le suivant : deux (dont un spécialiste de la communication) sont nommés par le Président de la République, deux par le président de l'Assemblée nationale, trois par les professionnels de la communication audiovisuelle et de la presse écrite, un magistrat désigné par la Cour Suprême et une personnalité du monde de la culture, des arts et lettres. Le mandat des membres est de trois ans, renouvelable une fois. La composition du HCC est renouvelée par tiers tous les deux ans.

Le mandat de ses membres actuels a été exceptionnellement prorogé dans la perspective de l'élection présidentielle de mai 2001 afin de garantir l'égal accès aux médias d'État pendant la campagne. Le renouvellement partiel (1/3) de ses membres sera fait au début de l'année 2002.

Le HCC a joué un rôle positif. Il est réputé être l'une des instances de régulation africaines parmi les plus efficaces et des plus indépendantes. Toutefois, il n'est pas toujours facile pour l'instance d'exercer souverainement ses pouvoirs. Ainsi au sujet des nominations des directeurs des médias publics un conflit de compétence est né l'année dernière entre le HCC et le Ministère de la communication.

IV. LES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES

Dans la période actuelle, l'organisation de la profession est affaiblie, peu d'actions sont menées collectivement. La tendance chez la plupart est d'abord un réflexe de repli sur soi car la priorité constante est de faire survivre les journaux.

Toutefois, la volonté de se rassembler existe au moins pour que les journalistes se rencontrent, se connaissent de manière informelle et qu'ils aient des échanges professionnels.

À ce titre, ils voient dans les rares séminaires de formation menés à N'Djaména une très bonne opportunité de rencontre et de discussion.

Face au constat d'une profession vulnérable aux contraintes économiques et à l'environnement politique, le besoin d'organisation et de structuration est clairement perçu par les professionnels dans leur ensemble.

Deux socles solides et reconnus pour la structuration de la profession

1. L'Union des journalistes tchadiens (UJT)

Les journalistes de la presse publique et privée sont rassemblés au sein de l'Union des journalistes tchadiens (UJT). L'UJT a été très dynamique naguère, son action est unanimement reconnue, que ce soit pour la rédaction en 1994 de la Charte du journaliste tchadien qui est une déclaration de principes fixant les devoirs du journaliste, ou encore pour la préparation de la loi sur la liberté de presse du 22 août 1994, ainsi que pour la création du Syndicat des professionnels de la communication (SPC)¹¹.

L'UJT a fonctionné pendant plusieurs années sur une base militante (cotisations des journalistes membres) et autofinçait en grande partie ses frais de fonctionnement.

Depuis 1997, l'UJT est en sommeil. Elle ne dispose pas de locaux, n'a plus guère d'activités, la plupart des membres ne s'acquittent plus de leur cotisation et elle ne se réunit plus.

Cette situation s'explique en partie par le fait que ses principaux responsables ont été éloignés de l'Union par de nouvelles fonctions. La paradoxe est qu'elle dispose de matériel (*via* un financement de 6 millions FCFA de l'Unesco), mais faute de local, et plus encore, de redynamisation, elle ne peut l'utiliser. Pourtant la volonté de relancer l'UJT existe bien chez les journalistes.

C'est pour cela qu'une assemblée générale extraordinaire sera très prochainement organisée afin de renouveler les membres du bureau et de permettre de relancer les activités de l'union.

2. L'Association des éditeurs de la presse privée au Tchad (AEPT)

Créée plus récemment, en 1995, l'Association des éditeurs de la presse privée du Tchad (AEPT), fait preuve de davantage de dynamisme. Sa présidente, Sy Koumbo Singa Gali, a beaucoup investi de sa personne dans cette activité associative. L'association ne dispose pas de siège.

Conformément à son objet, l'association mène des activités pour défendre les intérêts des éditeurs et engage des démarches auprès des partenaires internationaux pour soutenir le développement de la presse tchadienne. L'association tient des réunions régulièrement, conduit des actions en faveur de la défense des entreprises de presse et plus largement défend les intérêts de la presse et des journalistes.

Il existe en outre un Centre de ressources pour la presse tchadienne (CRPT), créé en 1999, mais les professionnels ne se reconnaissent pas dans cette structure qui ne représente pas complètement la profession et n'a pas assez associé les professionnels tchadiens au montage de ce projet. Par ailleurs, on ne connaît pas au CRPT de réelles activités.

¹¹ Ce dernier, rattaché à l'Union des syndicats du Tchad (UST), n'étant pas doté d'une autonomie réelle ne fonctionne pas.

V. FORMATION

L'offre de formation au Tchad est faible, en effet il n'existe pas de structure de formation aux techniques d'information et de communication.

Depuis quelques années une option communication à la faculté des lettres de N'Djaména est accessible après le Deug. Mais cette formation théorique de qualité inégale et qui ne traite pas de la déontologie par exemple n'est pas suffisamment adaptée aux contraintes de la profession.

Pour ceux qui vont étudier à l'étranger, ils fréquentent essentiellement l'Iftic au Niger, alternative de courte durée et moins coûteuse que le Cameroun (Esstic et de nouvelles structures privées). En moyenne ce sont une vingtaine d'étudiants tchadiens par promotion qui suivent le programme de l'Iftic.

Un plan de formation¹² a été mis au point dans le cadre du projet " Appui aux médias tchadiens " financé par la France. Il prévoyait de former 54 personnes en cinq cycles successifs portant sur l'écriture, le management, la gestion et la mise en page (initiation et perfectionnement). Deux stages d'une semaine ont porté sur les techniques d'écriture journalistique (collecte d'information, genres d'articles, construction de l'article et thèmes journalistiques), un autre sur le management de rédaction (équipe rédactionnelle, ligne rédactionnelle) et un autre sur la gestion de l'entreprise de presse.

VI. L'AIDE ACTUELLE AU SECTEUR DES MEDIAS

Il n'y a pas au Tchad beaucoup de programmes d'appui au secteur des médias. On peut dire que le Tchad est un des pays africains les moins aidés sur ce plan là.

Le ministère français des Affaires étrangères finance un programme FAC, Fonds d'aide et de coopération, " Appui aux médias tchadiens " d'un montant de 5 millions de Francs, signé fin 1998 pour une durée de trois ans.

40% de ce projet est consacré à la télévision publique, 40% à la radio publique et 20% à la presse écrite.

Les objectifs sont le renforcement du cadre juridique, qui comporte un appui au HCC, le développement des capacités de production de la radio et de la télévision nationales, ainsi qu'un appui au secteur de la presse écrite à travers des actions de formation.

L'appui à la télévision passe essentiellement par de la formation à la production et en management. La composante radio se décline autour de la formation au numérique et des techniciens de base. Pour la presse écrite, seulement une partie des fonds a été utilisée pour mener quatre séminaires de formation à l'attention des responsables et journalistes de la presse écrite privée et de l'ATP. La réalisation de ce volet, qui prévoyait aussi un appui au HCC, a été frein-

¹² Bertrand Scirpo, Février 2000

née du fait d'une condition suspensive à sa mise en œuvre (l'État devait verser sa contribution au HCC pour son fonctionnement, mais cette aide n'a jamais été versée).

Les autres appuis au secteur sont plus ponctuels ou partiels.

On peut évoquer à ce niveau l'action des bailleurs de fonds d'Église en faveur des radios locales, ainsi que de l'Unicef également en direction des radios locales.

Ponctuellement des dons de matériels sont réalisés au bénéfice des radios et de la presse privées. Mais ce sont là des aides obtenues par des démarches individuelles, voire personnelles.

Sur un plan régional, le Tchad fait partie du programme de l'Institut Panos Paris, " Droits et renforcements institutionnels des médias en Afrique Centrale " (DRIM), financé par l'Union Européenne.

Ce programme d'une durée de trois ans (fin 2000 à fin 2003) comprend des actions de plaidoyer et de lobbying, un dispositif de veille et d'alerte sur les atteintes à la liberté de la presse, un appui à la production et la circulation de contenus sur des thèmes comme les Droits de l'Homme, les atteintes à la liberté d'expression ou les conflits, un appui institutionnel aux associations professionnelles nationales et régionales et aux médias associatifs défavorisés.

VII. LES BESOINS D'APPUI

L'éventail des besoins est large et tous sont relativement interdépendants.

Formation et perfectionnement des professionnels

Le besoin prioritaire et qui est partagé par tous les médias privés surtout est la formation.

On estime à moins de 5% les journalistes tchadiens ayant fréquenté une école de journalisme, à cela il faut ajouter les méfaits de la guerre sur le niveau d'enseignement général. Même si on ajoute les quelques séminaires de formation, le fait est que la plupart ont été formés sur le tas et sont bien conscients des limites de leur maîtrise des techniques professionnelles.

L'étendue des besoins appelle l'élaboration d'un plan national de formation qui permette d'améliorer la maîtrise des techniques journalistiques, de gestion d'une entreprise de presse et d'animation-production et d'acquérir celles nécessaires à l'utilisation du numérique ou encore à la recherche de ressources publicitaires. À des degrés différents, médias publics et privés, presse écrite et audiovisuelle sont concernés.

Pour les journalistes de la presse privée plus particulièrement se pose le problème de l'accès aux sources d'information surtout auprès des administrations publiques où les journalistes ne trouvent pas d'interlocuteurs formés et habilités à recevoir la presse.

Professionnalisation et responsabilisation

Le cap de la professionnalisation passe aussi par la responsabilisation des journalistes en matière d'éthique et de déontologie.

Dans leur grande majorité, les journalistes ne respectent pas ou ne connaissent pas la Charte du journaliste tchadien de 1994. Il faut dire qu'à l'époque de son adoption seulement deux titres existaient et depuis la profession a vu ses rangs se remplir de personnes venues d'horizons divers, qui ne connaissent pas la Charte ou bien ne se sentent pas tenus de la respecter.

Une meilleure connaissance des règles de déontologie et un dispositif impulsé par la profession pour les faire respecter permettraient de mieux responsabiliser les professionnels et de limiter les risques de procès en diffamation. Jusqu'ici, le respect de la déontologie relève du HCC, mais ce n'est pas suffisant. D'une part parce que le HCC n'a pas de pouvoir de sanction, et surtout parce que la profession n'intègre pas suffisamment pour elle-même la nécessité de la régulation.

Une table ronde consacrée à " la déontologie du journaliste ", organisée en octobre 2000 avait conclu qu'en matière de déontologie la " police " doit être faite par une institution qui est de la profession. Plus récemment l'intérêt d'un observatoire de la déontologie figure parmi les recommandations du séminaire " Communication et développement ", organisé à N'Djamena du 2 au 4 novembre 2000 avec le soutien des ambassades de France et des États-Unis.

La création d'une instance d'autorégulation de la profession est nécessaire à une plus grande responsabilisation de la presse.

Renforcement institutionnel de la profession

1. La profession dans son ensemble

La profession ne pourra défendre ses intérêts et faire valoir ses droits reconnus par les lois que si elle est organisée et engage des actions de manière collective. Sa force est déjà d'être unie au sein de deux structures dont la légitimité est totalement acquise. Toutefois le renforcement institutionnel passe par une redynamisation de l'union des journalistes et des moyens d'accompagnement pour permettre aux deux associations (UJT et AEPT) d'élaborer un programme d'activités et de le mettre en œuvre.

Le projet d'un lieu de rencontres et d'échanges entre les professionnels des médias circule déjà sous des formes diverses, kiosque, club de la presse, centre de ressources.

En effet, une maison de la presse, comme il en existe ailleurs en Afrique, permettrait d'une part de fournir des outils de travail et des services collectifs aux journalistes et d'autre part de contribuer à dynamiser le secteur de la presse.

2. Les médias publics

Les médias d'État doivent opérer leur transition pour devenir un véritable service public. Cela passe d'abord par une meilleure adaptation de leurs statuts afin d'obtenir l'autonomie budgétaire et de fonctionnement par rapport à l'État. Il s'agit d'adopter des textes portant création d'Entreprises publiques à caractère industriel et commercial.

Cette première étape permettra de procéder ensuite au renforcement des capacités de production et à une réelle régionalisation des médias de service public.

3. L'instance de régulation

Le HCC ne dispose pas de tous les moyens nécessaires à l'accomplissement de sa mission, que ce soit pour son fonctionnement régulier ou pour la régulation des campagnes médiatiques officielles. Il faut en effet souligner que le HCC ne dispose pas de budget pour veiller à l'accès équilibré aux médias publics des partis politiques dans le cadre de l'élection présidentielle de mai 2001, alors que c'est une mission essentielle pour une instance de régulation *a fortiori* dans des démocraties émergentes.

VIII. LECTURES RECOMMANDEES

Buijtenhuijs, R., *Transition et élections au Tchad, 1993 - 1997*, Ed. Karthala, 1999.

Lemoine, T., *Tchad, 1960-1990, trente années d'indépendance*, Ed. Lettres du monde, 1997.

L'identité tchadienne, l'héritage des peuples et les apports extérieurs, Actes du colloque international célébrant le 30^e anniversaire de la fondation de l'Institut national des sciences humaines de l'Université du Tchad, N'Djaména, 25-27 novembre 1991, Pour mieux connaître le Tchad - L'Harmattan, 1994.

Afrique centrale, des médias pour la démocratie, Institut Panos Paris, Ed. Karthala, 2000.