

LE PAYSAGE MÉDIATIQUE GUINÉEN

État des lieux, enjeux et défis

mars 2015



Ce projet est financé par
l'Union européenne



CHASSEUR D'ETOILES

CORINNE MATRAS (coordinatrice), DANIEL FRA, MICHEL LEROY,
MOHAMED CAMARA, MONIQUE CURTIS

LE PAYSAGE MÉDIATIQUE GUINÉEN

État des lieux, enjeux et défis

MARS 2015

*Le présent document a été réalisé avec la participation financière de l'Union européenne.
Les opinions qui y sont exprimées ne doivent en aucun cas être considérées comme reflétant la position officielle de l'Union européenne*

LES AUTEURS

■ **CHASSEUR D'ETOILES**, créée en 2007, s'est d'abord développée dans la production et la réalisation audiovisuelles. Son ambition est de découvrir et faire entendre de nouvelles voix de femmes et d'hommes qui par leurs convictions, leurs expériences et leurs actions, témoignent de parcours singuliers, engagés et citoyens, portant des valeurs universelles.

Pour son activité d'évaluation et de capitalisation, le même souci de cohérence est à l'œuvre. A l'ère du cross-media et de la culture participative, Chasseur d'Etoiles se concentre sur les acteurs de la coopération décentralisée, les organisations non-gouvernementales et les opérateurs du développement média pour les aider à adapter leur démarche à la nouvelle grammaire de la communication, envisagée comme une « communication durable ».

Au cœur des débats évaluatifs actuels, Chasseur d'Etoiles mène actuellement une réflexion avec des professionnels du secteur, sur le concept d'« évaluation filmée » afin de proposer une charte de qualité qui concilie à la fois les attentes des bailleurs et les exigences du secteur.

Proposer une offre intégrée de production et d'évaluation répond surtout à un mouvement de fond des bailleurs pour rendre des comptes avec le plus d'audience possible sans rien céder au qualitatif, pour guider utilement la prise de décision.

■ **MONIQUE CURTIS**, journaliste, a exercé dans plusieurs médias en Guinée, tant en presse écrite qu'en radio et aujourd'hui en presse en ligne. Parallèlement, elle a développé une activité associative dans ce secteur, en faveur notamment d'une professionnalisation des médias guinéens, dans une perspective sociale où le journaliste est davantage considéré. En 2014, elle a participé à une étude sur les conditions d'emploi des journalistes dans la presse privée, première du genre en Guinée. Elle est aussi la principale initiatrice du Prix Hadjatou-Sow récompensant chaque année les femmes journalistes guinéennes les plus remarquables. Elle a couvert pour le projet sous-régional African Elections Project l'information politique nationale et sous régionale. Au-delà du journalisme, Monique Curtis est engagée dans le monde associatif, notamment en faveur des droits de l'Homme.

■ **CORINNE MATRAS** est consultante indépendante, diplômée de l'Institut Français de Presse et titulaire d'un DEA en relations internationales. De 1993 à 2000, elle est chargée de mission pour les médias à la Commission française pour l'Unesco, avant de diriger le bureau de la coopération en journalisme du ministère français des Affaires étrangères. Elle a dans ce cadre initié et coordonné la mise en place d'un nombre conséquent d'études, de projets et de programmes sur le secteur des médias (réalisation d'études d'évaluation des besoins, préparation des projets et recherche de partenariats et financements, suivi et évaluation de la mise en œuvre, concertation inter-bailleurs),

plus particulièrement en Afrique et dans les pays en sortie de crise. Elle a ensuite été directrice à l'international de l'Ecole supérieure de journalisme (ESJ) de Lille avant de devenir consultante, se spécialisant dans les études et évaluations de projets sur le secteur des médias et des droits de l'Homme.

■ **MOHAMED CAMARA** est juriste et enseignant-chercheur dans différentes universités à Conakry et fait notamment partie des formateurs au compte de l'Ecole nationale d'administration de Guinée. Il s'est spécialisé sur les questions touchant les médias et participe actuellement à la rédaction d'un ouvrage collectif sur le régime juridique de la presse en Guinée. Mohamed Camara est intervenu à de nombreuses reprises lors de conférences professionnelles à la Maison de la presse et comme consultant auprès de médias guinéens. Son expertise est régulièrement sollicitée par des institutions, nationales ou internationales, et les partenaires techniques et financiers sur les questions de droit des médias.

■ **MICHEL LEROY** est consultant médias, blogueur et journaliste indépendant. Après avoir été cadre dirigeant de plusieurs centres de formation au journalisme en France, il mène une activité de conseil auprès des médias et des acteurs du développement, notamment en Afrique sub-saharienne, dans la zone Afrique du Nord/Moyen-Orient (ANMO) et en Asie du sud-est. Il s'est également spécialisé dans les processus de suivi/évaluation, la gestion du changement et le renforcement des capacités. Il accompagne des groupes médiatiques et différentes ONG, du nord comme du sud, sur ces thématiques. Consultant depuis 2009 et membre de la Société française d'évaluation, il a réalisé des études pour le compte de différentes coopérations bilatérales, agences de développement et pour l'Union européenne. Il est par ailleurs l'un des associés d'Est Ouest Consulting.

■ **DANIEL FRA**, journaliste, a d'abord exercé dans la presse quotidienne régionale en France. Il a ensuite travaillé comme formateur et chef de projets d'appui à la presse en Afrique : en poste au Congo Brazzaville, puis au Mali, au Burkina Faso et au Niger, il a également mené des sessions de formation et des missions d'identification de projets médias dans plusieurs pays d'Afrique (Togo, Bénin, Côte d'Ivoire, Sénégal, Soudan, Ghana, Nigéria) pour différentes institutions (Organisation internationale de la francophonie, ministère français des affaires étrangères, Ecole supérieure de journalisme de Lille). Chef du projet d'appui au secteur des médias de l'ambassade de France en Guinée de 2008 à 2012, il a notamment été impliqué dans les volets communication de la présidentielle de 2010, et dans la mise sur pied de la Maison de la presse. Il est aujourd'hui consultant indépendant, installé en Haïti où il travaille conjointement sur le développement des médias et les processus électoraux.

REMERCIEMENTS

La rédaction de cette étude n'a été rendue possible que grâce à la collaboration et la contribution d'un très grand nombre de professionnels des médias, de représentants d'institutions et de la société civile.

Nous tenons à remercier tout particulièrement la Maison de la presse de Guinée, et notamment Sanassa Diané, sa directrice, Alpha Mamoudou Diallo et Taban Sylla, pour avoir hébergé le bureau de l'équipe et apporté un appui conséquent dans la recherche documentaire ; le coordinateur national du Projeg, Moctar Diallo, et ses coordonnateurs régionaux à N'Zérékoré, Kindia, Labé et Kankan, pour leur appui sans faille et particulièrement précieux dans l'organisation des missions dans les régions et dans celui des panels, tout comme pour l'appui logistique tout au long de la mission. Nos très sincères remerciements vont également à Abdoul Malick Diallo, qui a effectué un très précieux et très rigoureux travail de collecte de contacts dans les rédactions de Conakry. Un grand merci encore à Hawa Camille Camara Barry, directrice générale du réseau des radios rurales de Guinée, et aux directeurs régionaux des radios rurales des capitales citées pour avoir mis à disposition leurs locaux pour la tenue des panels et pour les informations qu'ils ont bien voulu nous communiquer sur le réseau. La mission de terrain a enfin été grandement facilitée grâce au sauf-conduit qu'a bien voulu nous délivrer le CNC et que nous remercions.

Nous ne pouvons évidemment pas oublier ici toutes les personnes qui ont accepté de répondre positivement à nos demandes d'entretiens en France comme en Guinée et également toutes celles qui ont bien voulu consacrer un peu de leur temps à compléter le questionnaire diffusé en Guinée. Notre gratitude va également aux personnes qui ont participé activement aux panels de citoyens et aux panels de représentants de médias dans les régions.

Nous remercions enfin Expertise France, et notamment Élisabeth Marchand, Djamel Kasmi et Emilie Orzalesi, et la Délégation de l'Union européenne en Guinée, pour leur contribution et leur appui dans le bon déroulement de cette étude ainsi que tous les opérateurs médias impliqués en Guinée actuellement ou par le passé qui ont bien voulu nous consacrer du temps et mettre leur documentation à notre disposition.

Bien entendu les auteurs restent seuls responsables des erreurs ou omissions qui pourraient subsister dans le présent rapport. Cette étude est par ailleurs soumise au droit d'auteur et notamment au droit au respect de l'intégrité de la production. Toute modification, déformation ou mutilation de ce document ne pourrait être qu'assimilée à une atteinte préjudiciable à ce droit et passible de poursuites.

Enfin, les auteurs tiennent à préciser que le masculin est utilisé dans ce rapport de manière générique, sans discrimination et dans le seul but d'alléger le texte.

LISTE DES ACRONYMES

AJG	Association des journalistes guinéens	FEI	France expertise internationale, devenue Expertise France
AGP	Agence guinéenne de presse	FIJ	Fédération internationale des journalistes
Agepi	Association guinéenne des éditeurs de presse indépendants	Fip	Fonds d'initiatives professionnelles des médias
Aguipel	Association guinéenne de la presse en ligne	FSP	Fonds de solidarité prioritaire
Apac	Association des professionnelles africaines de la communication	HAC	Haute Autorité de la communication
ARPT	Autorité de régulation des postes et télécommunications	ICJ	<i>International Center for Journalists</i>
BBC	<i>British Broadcasting Corporation</i>	Ifes	<i>International Foundation for Electoral Systems</i>
CCSE	Cellule de communication et de sensibilisation électorale	Inidh	Institut national indépendant des droits humains
Cecide	Centre du commerce international pour le développement	Informorac	Initiative de formation mobile de radios communautaires
Céni	Commission électorale nationale indépendante	Ipao	Institut Panos Afrique de l'Ouest
CFI	Canal France international	Isic	Institut supérieur de l'information et de la communication
CNC	Conseil national de la communication	MDPG	Maison de la presse de Guinée
CNT	Conseil national de transition	OGDH	Organisation guinéenne des droits de l'Homme
CTRN	Comité transitoire de redressement national	OGP	Office guinéen de la publicité
DUE	Délégation de l'Union européenne	Oguidem	Observatoire guinéen de la déontologie, de l'éthique et des médias
ESJ	École supérieure de journalisme de Lille	OIF	Organisation internationale de la francophonie
FAM	Fonds d'appui aux médias	ONG	Organisation non gouvernementale
Fapoj	Fédération des associations professionnelles et des organisations de journalistes	OPM	Organisations professionnelles des médias
FED	Fonds européen de développement	Osiwa	<i>Open Society Institute of West Africa</i>

Pace	Programme d'appui complémentaire aux élections	Ujao	Union des journalistes d'Afrique de l'Ouest
PAM	Programme alimentaire mondial	Unicef	Fonds des Nations unies pour l'enfance (United Nations International Children's Emergency Fund)
PIB	Produit intérieur brut	Urtelgui	Union des radiodiffusions et télévisions libres de Guinée
Pnud	Programme des Nations unies pour le développement	VOA	Voice of America
Projeg	Programme concerté de renforcement des capacités de organisations de la société civile et de la jeunesse guinéennes		
PTF	Partenaires techniques et financiers		
SFCG	Search for Common Ground		
Refram	Réseau francophone des régulateurs des médias		
Remigui	Réseau des médias sur internet Guinée		
RFI	Radio France internationale		
RJPG	Réseau de journalistes parlementaires de Guinée		
RKS	Radio Kaloum stéréo		
RNTC	Radio Netherlands Training Center		
RRG	Radio rurale de Guinée		
RSF	Reporters sans frontières		
RTG	Radio-télévision guinéenne		
Smig	Salaire minimum interprofessionnel garanti guinéen		
Soguidip	Société guinéenne de diffusion de la presse		
UA	Union africaine		
Ufsiig	Union des fondateurs de sites internet de Guinée		
UEMOA	Union économique et monétaire ouest-africaine		
UIT	Union internationale des télécommunications		

SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE

INTRODUCTION

La libéralisation des médias en Guinée n'a eu lieu que récemment et s'est déroulée dans un contexte politique très instable et souvent violent. Dans cet environnement, qui a impacté la situation économique du pays, le secteur médiatique tente de se développer et de rattraper son retard structurel. La présente étude évalue l'état actuel du secteur et identifie ses besoins sous l'angle de l'environnement légal, technologique, économique et celui du renforcement des capacités. Ces différents axes constituent quatre conditions d'un développement durable et la base programmatique d'une stratégie de consolidation du secteur.

Afin d'alimenter cette étude, de très nombreuses données ont été récoltées par le biais d'une recherche documentaire, d'entretiens, d'une enquête en ligne auprès de 804 professionnels des médias de tout le pays, d'une analyse actualisée du cadre juridique et réglementaire et enfin d'une mission de terrain (décembre 2014) à Conakry et dans les capitales des régions de Kankan, Kindia, Labé et N'Zérékoré. Cette dernière a permis de réunir huit panels avec au total 110 représentants de la société civile et du secteur des médias exerçant dans ces régions.

LE PAYSAGE MÉDIATIQUE GUINÉEN ET SON PUBLIC

Les émetteurs d'information et de divertissement ont été libéralisés en 1991 pour la presse écrite et à partir de 2005 pour les médias audiovisuels. Un peu plus d'une dizaine de groupes de presse existent et couplent généralement *a minima* un média de presse écrite et une radio ou un site web.

On recense aujourd'hui **une trentaine d'hebdomadaires** et deux « quotidiens », à la parution plus ou moins régulière, imprimés sur de petites imprimeries locales ou parfois à l'étranger. À quelques exceptions près, ils tirent aux alentours de 500 à 1 000 exemplaires. L'unique diffuseur de presse a cessé son activité en 2011 et la distribution des titres se fait donc de manière essentiellement informelle et quasi exclusivement dans la capitale.

Les **médias en ligne** (dont les serveurs sont souvent hébergés à l'étranger) sont abondants et plusieurs médias abandonnent leur version traditionnelle (papier ou ondes) pour n'être plus diffusés qu'en ligne.



© InternewsEurope

Depuis 2006, 41 licences pour **les radios** privées ont été délivrées à Conakry et 19 à l'intérieur du pays. Le développement de ces radios vient s'ajouter à celui, soutenu par les coopérations internationales à partir de 1992, du réseau des *Radios rurales de Guinée (RRG)*, aujourd'hui constitué de 23 stations qui diffusent dans 20 langues. Cependant 8 émetteurs sur les 36 dont dispose la RRG seraient en panne. La *Radio nationale* compte 32 émetteurs et *Radio Kaloum Stéréo* (gouvernementale également) diffuse uniquement sur la région de Conakry des programmes orientés vers le divertissement. Dans la dernière étude en date, relativement ancienne, *Espace FM* dominait le marché à Conakry, suivie de près par la *RTG* puis par *Radio France internationale*. S'agissant des radios internationales, *RFI* et la *BBC* disposent de 4 émetteurs en Guinée et *Voice of America* est reprise dans les grilles de plusieurs stations.



© Multimedia Photography & Design - Newhouse School

La télévision nationale, RTG, compte 2 chaînes : *RTG 1* (ou *Koloma*), qui couvre seulement 40 % du territoire par voie hertzienne, et *RTG 2* (ou *Boulbinet*), qui n'émet que sur Conakry et sa région. La RTG est un « service rattaché » du ministère de la Communication dont elle est dépendante, y compris sur le plan éditorial. Sans subvention pour son fonctionnement, elle vit dans une précarité matérielle et trouve des subsides en passant des contrats avec des annonceurs ou avec des producteurs, généralement par le biais de *bartering*. Les rares producteurs indépendants s'orientent essentiellement vers les marchés étrangers. Le public s'intéresse surtout aux 4 éditions quotidiennes d'information en français et à celle diffusée dans 10 langues nationales. La RTG compte des correspondants dans les 4 régions naturelles mais qui ne disposent que de moyens extrêmement limités et produisent peu. Six licences de **télévision privée** ont été délivrées mais 2 chaînes seulement émettent : *Gangan TV* et *Évasion TV*. Contraintes à des expédients faute de budget, elles sont également accessibles sur le bouquet *StarTimes* où l'on trouve également *Espace TV*, qui émet depuis l'étranger.

L'Agence guinéenne de presse (AGP) est la seule agence de presse nationale statutairement tenue de relayer l'information officielle des autorités administratives du pays. C'est également l'unique média à avoir des correspondants dans les 33 préfectures de la Guinée.

Selon l'étude Afrobarometer réalisée en 2013, les **sources d'information** des Guinéens sont constituées en premier lieu par la radio (83 %), puis par la télévision (46 %) et par la presse (16 %), juste devant internet.

L'accès à la radio par le biais de la **téléphonie mobile** est de plus en plus fréquent et sur la seule année 2013, le nombre d'utilisateurs de téléphones portables a crû de 25 %, avec 6,8 millions d'utilisateurs fin septembre 2013 pour une population estimée à 12 millions d'habitants.

La **perception des médias** a pu être évaluée lors de panels régionaux qui recoupent des études réalisées en 2014 par la Fondation Hirondelle. Les *Radios rurales de Guinée* jouissent d'un grand crédit, même si elles sont majoritairement perçues comme inféodées au pouvoir. Les radios privées sont jugées plus libres mais peu professionnelles. Dans les régions, la télévision n'apparaît jamais mentionnée comme source d'information.

Si ces études renseignent sur la perception des médias, elles ne s'apparentent pas à de véritables mesures d'audience permettant d'analyser plus spécifiquement la satisfaction des consommateurs de médias et de quantifier les habitudes d'écoute.

Les **attentes du public à l'égard des médias** se concentrent sur un souhait d'émissions interactives plus nombreuses et plus professionnelles (elles sont souvent jugées « dangereuses » dans leur forme actuelle) et dans les langues locales. L'opportunité du traitement des sujets politiques à la RRG – interdits actuellement – est revenue à de nombreuses reprises dans les panels.

CARTE D'IDENTITÉ DES ACTEURS DES MÉDIAS ET CONDITIONS D'EXERCICE

L'enquête réalisée dans le cadre de cette étude a été réalisée du 1^{er} décembre 2014 au 15 janvier 2015 auprès de 804 personnes. Par recoupements, elle permet d'estimer le chiffre, jusqu'ici indisponible, de l'ensemble des travailleurs des médias entre 1 700 et 2 300 sur tout le pays. À la fin de l'étude, un total de 459 répondants à l'enquête a été enregistré, soit 20 % de l'ensemble du secteur.

Globalement, 74,7 % des répondants sont des hommes. Ils sont en majorité journalistes (64,3 %) et techniciens (18,9 %) et, à plus de 60 %, ont moins de 30 ans. Plus de 40 % travaillent pour un média privé commercial.

ÂGE. - La pyramide des âges des différentes fonctions dans les médias révèle que les dirigeants ont globalement entre 31 et 45 ans. Ils sont très nettement plus âgés dans les médias publics. À l'opposé, les techniciens des médias sont extrêmement jeunes (près des trois quarts ont moins de 30 ans et 45 % entre 18 et 25 ans). Les journalistes se situent majoritairement dans la tranche 26-30 ans (40 %), mais un gros quart a moins de 25 ans et un petit quart entre 31 et 45 ans.

GENRE. - La direction d'un média revient à un homme dans 95 % des cas dans le privé et dans 73 % des cas dans le public. Près d'un quart des techniciens sont des femmes, sans différence entre secteur public et privé. Dans le journalisme, la part des femmes est globalement de 29 % mais ce chiffre augmente de 8 points dans le cas des journalistes non-rémunérés et baisse de 4 points dans les médias privés.

MOBILITÉ. - Les régions de naissance des travailleurs des médias sont diverses : principalement sur Conakry (24 %), Kankan (16 %), Labé (14 %), N'Zérékoré (12 %) et Kindia (10 %). Le taux de répondants nés dans une région et n'y travaillant plus varie de 22 % à Kankan jusqu'à 53 % à Labé et N'Zéré-koré et même 65 % à Kindia. Les travailleurs des médias nés à Conakry mais exerçant aujourd'hui dans une autre région se chiffrent à 28 % et un tiers des travailleurs des médias exerçant dans la capitale est né à Conakry.

FORMATION.- Toutes fonctions confondues, 7 travailleurs des médias sur 10 sont des diplômés de l'enseignement supérieur guinéen. Pour ce qui est des dirigeants des médias, les titulaires d'un master atteignent 45 % et ceux qui ont étudié à l'étranger 19 %. Plus d'un dirigeant sur 10 a choisi sa voie « par hasard » (mais cela concerne 27 % des dirigeants de médias publics, ce qui constitue le deuxième motif de vocation) et 5,6 % pour « entrer en politique ». La formation des techniciens des médias est principalement technique (50 %), avec une forte occurrence d'un enseignement technique à l'étranger (14 %). Pour ce qui est des journalistes, la formation universitaire est ultra-dominante (89 %). Le diplôme le plus fréquent est une licence si on considère l'ensemble des répondants ou si on ne retient que les seuls médias privés, mais un master si on ne considère que les journalistes salariés ou le secteur public.

ANCIENNETÉ. – Dans le secteur public, 45,5 % des dirigeants ont plus de 21 ans d'exercice et 82 % plus de 11 années. Cette proportion n'est que de 5 % et 30 % respectivement dans le secteur privé. Plus de la moitié des dirigeants n'a travaillé que dans un seul (31 %) ou deux médias différents (23 %). Les trois quarts des techniciens ont globalement moins de 5 ans d'expérience ; dans le privé, la moitié des techniciens (49 %) a moins de 2 ans d'expérience. Même constat pour les journalistes : les trois quarts ont globalement moins de 5 ans d'expérience et 28,5 % moins de 2 ans. L'abandon du métier est fréquent, ce qui entraîne un très intense et très régulier renouvellement des équipes.

AFFILIATION. - Les titulaires de la carte de presse du CNC sont majoritaires chez les dirigeants (53 %), minoritaires chez les dirigeants des médias publics (46 %), rares chez les journalistes (19 %) et exceptionnels chez les techniciens (4 %). Seulement 40 % des journalistes adhèrent à un syndicat ou une association.

CONDITIONS D'EXERCICE. – Chez les journalistes, 62 % sont salariés mais moins d'un quart dispose d'un **contrat de travail** en bonne et due forme. Le recours à des **emplois non-rémunérés** en concerne plus d'un sur quatre. En province, le bénévolat est même le statut dominant dans les rédactions (38 %), à un niveau plus de 2 fois supérieur à celui de la capitale. En termes de salaires (parfois versés irrégulièrement qui plus est), les plus bas sont majoritaires dans le secteur radiophonique : 39,5 % des journalistes y gagnent moins que le Smig (440 000 GNF soit 55 €) tandis que les journalistes gagnent en moyenne davantage dans le secteur de la télévision. Au total, 30 % des journalistes travaillent pour plus de deux organes, et dans 41 % des cas un employeur hors médias vient s'ajouter. Si l'on considère l'ensemble des salaires perçus, 23,5 % des journalistes restent en dessous du Smig mais 13 % gagnent plus de 2 millions de GNF (248 €).

Les travailleurs des médias disposent souvent à domicile des **outils nécessaires** à l'exercice de leur profession. Le téléphone portable atteint un taux d'équipement de 85 %

chez les journalistes salariés et l'ordinateur de 71 %. Un accès internet est en passe de devenir la norme. Facebook est généralisé.

Internet fait une percée en tant que **vecteur d'information** des travailleurs des médias : les journalistes s'informent moins par la radio (moins de 10 % par la radio publique et moins de 26 % par la radio privée) que par les sites d'information en ligne guinéens (36 %), auxquels il faut ajouter les sites étrangers (9 %) et les réseaux sociaux (3 %).

La grande majorité des journalistes (55 %) couvre **l'ensemble des thématiques** dans le cadre de leur activité. Un sur six seulement (14 %) n'en traite qu'une seule. La politique se taille la part du lion (38 %) devant les faits divers (20 %) et la culture (9 %). À Conakry, la politique atteint même 51 %.

Les **sources des journalistes** donnent également de précieux renseignements : si le réseau personnel d'informateurs arrive logiquement en tête (40,5 %), les autres médias sont cités par 31 % des répondants. Les communiqués sont ensuite mentionnés par 1 journaliste sur 6 (et même par 1 journaliste non rémunéré sur 4).

L'exercice du journalisme en Guinée est marqué par une forte propension à **l'autocensure** : 72 % des répondants estiment « tout à fait » ou « plutôt » s'autocensurer pour traiter certains sujets. Ils sont également une large majorité (56 %) à penser que le journalisme est un **métier dangereux** dans leur pays et 42 % à estimer que la peur fait partie intégrante de leur vie professionnelle.

En dépit de ces réalités, la profession positive : les journalistes sont à 84 % optimistes sur leur situation professionnelle dans cinq ans.

L'ENVIRONNEMENT DES MÉDIAS GUINÉENS

Avant 2008, le **cadre légal et juridique** est marqué par la Loi fondamentale adoptée sous la présidence de Lansana Conté, le 23 décembre 1990. Après des « Journées nationales de l'information et de la communication » en 1991, 3 projets réglementaires voient le jour, qui aboutissent aux lois portant liberté de la presse, création du Conseil national de la communication (sous forme d'une autorité administrative indépendante) et un projet de texte portant création d'entreprises de presse publique et privée. Un projet de convention collective des journalistes et techniciens est également étudié mais n'a pas vu le jour. Cette nouvelle législation, si elle permet d'ouvrir le paysage médiatique au secteur privé, comprend néanmoins un certain nombre de mesures limitant les libertés, dont le dépôt légal avant parution pour la presse écrite.

En 2001, un code de déontologie du journaliste guinéen est adopté, à l'initiative de l'Association des journalistes de Guinée (AJG). Il coïncide avec le lancement de l'Observatoire guinéen de la déontologie des médias (Oguidem), organe d'autorégulation qui n'a jamais été réellement opérationnel et est aujourd'hui tombé en léthargie. Le décret du 20 août 2005 va permettre la réelle libéralisation du paysage audiovisuel guinéen. Il est accompagné d'un arrêté d'application et de cahiers des charges pour les médias privés.

L'Autorité de régulation des postes et télécommunications (ARPT), qui attribue et gère les fréquences, est quant à elle créée par la loi du 8 septembre 2005. Elle est dirigée par un conseil dont les membres sont tous nommés par décret par le président de la République.

Après le décès de Lansana Conté fin 2008, le cadre juridique des médias va être totalement révisé et enregistrer des avancées considérables dans le sillage de la nouvelle constitution adoptée le 7 mai 2010 par le Conseil national de transition (CNT). Trois lois sont préparées : l'une porte sur la liberté de la presse, la deuxième sur la création d'une Haute Autorité de la communication (HAC) et la troisième vise à favoriser l'accès à l'information publique. Elles prendront la forme de trois lois organiques du 22 juin 2010, promulguées par le général Sékouba Konaté. Aucune de ces lois n'a cependant été publiée au *Journal officiel*, ce qui entraîne régulièrement des interrogations sur leur applicabilité.

Les **associations professionnelles** et sectorielles des médias sont pour leur part issues du mouvement de libéralisation de 1991. Régulièrement, de nouvelles structures se déclarent. Mais les statuts et règlements intérieurs (régularité des réunions, renouvellement des membres du bureau, etc.) ne semblent généralement pas respectés.

La Maison de la presse de Guinée (MDPG), créée en 2010, a acquis notoriété et crédibilité lors de la campagne présidentielle qui s'est déroulée cette même année, permettant à tous les courants d'opinion politique de s'exprimer. Mais elle est avant tout un centre de formation des journalistes, de ressources documentaires, d'appui technique (cybercentre, studio de production) mais aussi un lieu de convivialité pour la profession.

La Guinée s'est située en 2012 et 2013 à la 86^e place (sur 178 pays) du classement mondial de **la liberté de la presse** de Reporters sans Frontières. Elle a cependant perdu une quinzaine de places en 2014 en se plaçant à la 102^e place du classement mondial (sur 180 pays), position demeurée inchangée dans le classement 2015. S'il n'y a pas de journalistes emprisonnés en Guinée, des menaces et des violences régulières continuent de peser sur les professionnels.

L'**environnement économique des médias** est marqué par un marché de la publicité restreint et dominé par quatre grandes compagnies. Une bonne partie des revenus publicitaires proviennent par ailleurs des annonces légales et institutionnelles. La Guinée a mis en place une subvention à la presse privée, dont les montants ont été augmentés pour atteindre 3 milliards de francs guinéens sous Moussa Dadis Camara en 2009 (comme en 2014), celui-ci ayant étendu l'aide aux radios et aux sites internet. À partir de 2012 (après 2 années sans attribution), la répartition de la subvention est effectuée par les trois principales associations de patrons de presse (Agépi, Urtelgui, Aguipe). En l'absence de critères clairs, cette répartition ne peut que se fonder sur la subjectivité et des rapports de force. L'utilisation des sommes allouées ne fait l'objet d'aucun contrôle *a posteriori*.

L'obtention de la carte professionnelle délivrée par l'autorité de régulation n'est pas un préalable à l'exercice du métier. Historiquement, la **formation des journalistes** visait essentiellement les personnels des médias d'État, au statut de fonctionnaire. Dans les années 1990, c'est une filière communication à l'université publique qui a essentiellement servi de canal de formation. L'Institut supérieur de l'information et de

la communication (Isic) en est l'héritier. D'autres universités privées et une quinzaine d'écoles ont aussi ouvert des filières communication ou journalisme.

Il n'existe pas de centre de **formation technique** spécialisé sur l'audiovisuel en Guinée, ce qui explique sans doute la difficulté pour les responsables de médias à trouver des techniciens bien formés, comme 89 % le reconnaissent dans l'enquête. Mais deux écoles spécialisées sur les télécommunications (et notamment en radio-transmission) et les nouvelles technologies cohabitent cependant à Conakry : l'École nationale des postes et télécommunications (ENPT) et l'École supérieure multinationale des télécommunications (ESMT).

Il n'existe pas non plus de centre de **formation continue** en Guinée. La Maison de la presse assure depuis 2012 un rôle de catalyseur plus que d'initiateur des sessions et des programmes de formation continue à l'attention des journalistes guinéens. Le ministère de la Communication vient de rénover son Centre de formation et de perfectionnement mais, jouxtant ce ministère, il reste peu attractif.

Les bailleurs internationaux se sont manifestés dès le début des années 1990 auprès des médias guinéens, notamment en soutenant le développement du réseau des *Radios rurales* (coopérations suisse et néerlandaise). Mais l'appui est devenu plus conséquent après la libéralisation du paysage audiovisuel en 2006. La Chine a apporté un appui extrêmement important à la RTG qu'elle poursuit aujourd'hui encore. La France a financé un projet visant à appuyer « la professionnalisation et la structuration du paysage médiatique guinéen ». La Commission européenne a soutenu dès 2006 puis jusqu'en 2011, en coopération avec la France, des actions de formation de journalistes radio *in situ*, et d'appui aux radios privées et rurales. Son « Programme d'appui complémentaire aux élections » a notamment permis de lancer, en coopération avec l'ambassade de France, avec comme opérateurs RFI et *Search for Common Ground*, la première « synergie des radios », qui s'est entre autres concrétisée par un programme synchronisé diffusé simultanément sur les antennes participantes. L'appui aux synergies s'est poursuivi et intensifié en 2013 pour les élections législatives.

En avril 2014, l'Union européenne a débloqué un montant de 2,5 millions d'euros pour la mise en œuvre du programme « Promotion de la paix et du désenclavement à travers l'amélioration de l'accès à une information objective en République de Guinée », dont Expertise France assure la gestion déléguée. Cinq opérateurs de développement média mettent en œuvre des projets dans ce cadre : Canal France International, chargé de soutenir la RTG ; l'École supérieure de journalisme de Lille, en accompagnement de l'Isic ; la Fondation Hirondelle, sur du soutien à la production de contenus radiophoniques dans les trois principales langues parlées ; Internews Europe, sur l'accès à l'information des personnes déplacées et des minorités en Guinée forestière ; enfin *Search for Common Ground*, sur une composante d'éducation civique et de promotion de la coexistence pacifique. Aux côtés de ces appuis conséquents, des ONG comme BBC Media Action (sur la sensibilisation au virus Ebola) ou Open Society Institute of West Africa (en appui à l'Isic) entre autres, interviennent également en Guinée sur des projets plus ponctuels et/ou ciblés. Les échanges entre les différents bailleurs ne sont pas formalisés.

L'étude du paysage médiatique guinéen révèle un certain nombre de défis et d'enjeux qui obèrent pour l'heure ses capacités d'un développement durable.

La **mise en cohérence des textes existants** demeure une nécessité aujourd'hui du fait de la non-promulgation officielle des lois de 2010. Si la loi la plus récente sur la liberté de la presse semble généralement appliquée par les tribunaux, des exceptions persistent cependant avec le recours aux lois plus contraignantes de 1991. La mise en place de la HAC, prévue par la loi de 2010, semblait conditionnée à la mise en place de l'Assemblée nationale finalement élue en septembre 2013, la nouvelle autorité de régulation vient tout juste de voir le jour¹. À ce flou sur les textes en vigueur s'ajoute une diversité d'autorités compétentes sur le secteur des médias dont les compétences et prérogatives n'apparaissent pas toujours clairement : sur le dossier de la TNT, un contrat avec StarTimes a été signé en juin 2014 par la présidente du CNC – en charge officiellement du suivi du dossier – mais qui ne semble pas encore validé par le ministre des Finances, et un autre contrat a depuis été signé en septembre 2014 par le ministre des Télécommunications guinéen avec la Société générale d'Afrique. Sur les contenus, le CNC ne semble pas être en mesure de faire respecter les dispositions du cahier des charges des radios et c'est bien souvent l'autorité publique qui s'arroge le droit d'intervenir auprès des médias. Les dirigeants des médias eux-mêmes reconnaissent assez facilement s'accorder quelques libertés avec le respect de la loi. Ils sont 22 % à avouer que leur média n'évolue que « parfois » en conformité avec la législation. Cependant, dans le secteur, comme au sein de la population, une demande de régulation s'exprime largement.

La « **viabilité des médias** » est pour l'heure illusoire et favorise un modèle économique fondé sur une très faible – voire nulle – rémunération du personnel, qui conduit les journalistes à se plier à la pratique du « *nèm-nèm* » : les donneurs d'informations deviennent donneurs d'ordre et offrent aux journalistes « le prix du transport », voire davantage. La marchandisation éditoriale est généralisée et le temps d'antenne « non commercialisé » est, *in fine*, proche de zéro. La faible durée d'exercice et la mobilité professionnelle des équipes témoignent de l'impossible stabilisation du secteur en l'état. La taille des structures en est également un autre indice : seuls 18 % des médias privés ont plus de 20 collaborateurs (et 24 % à Conakry). Un sur quatre compte moins de 5 professionnels et 4 sur 10 à Conakry. Le budget moyen annuel – pour ce qui est des radios privées – est de l'ordre de 200 millions de GNF (25 000 €). À titre de comparaison, au Burundi, pays de population similaire et de contexte médiatique proche en dépit de toutes les différences, deux tiers des organes médiatiques ont aujourd'hui plus de 10 ans d'existence, plus de 40 salariés et un budget annuel de fonctionnement supérieur à 400 millions de FBU (228 000 €, soit 1,8 milliard GNF).

Les médias publics sont unanimement reconnus comme une source d'information indispensable au fonctionnement du secteur médiatique. La question se pose en revanche sur la teneur de cette information publique et sur **l'évolution du statut de la RTG** (avec un éventuel changement de statut juridique) qui lui permettrait de s'affranchir des lourdeurs politiques et institutionnelles et de se poser en instrument de rassemblement du peuple guinéen.

La vie associative foisonnante des médias relevée plus avant ne peut pas être interprétée comme un signe de vitalité du secteur car ils n'ont pas encore la maturité et l'efficacité qui leur permettraient d'influer sur les politiques publiques sectorielles. Un impératif de **légitimité des associations professionnelles** s'impose dès lors que la future Haute Autorité de la communication, appelée à succéder au CNC, doit comprendre un collège de 11 membres, dont 5 sièges seront attribués aux associations de presse. Par ailleurs, la Maison de la presse, si elle joue incontestablement un rôle dans le paysage médiatique guinéen, demeure fragile en restant dépendante pour l'heure de l'aide internationale.

Le **secteur de la formation** est lui-aussi en quête de légitimation. Si la majorité des répondants à l'enquête pense qu'il devrait constituer la priorité d'un programme d'appui aux médias, la massification de la formation initiale et sa déconnexion des réalités professionnelles constituent deux défis de taille. L'insertion professionnelle des étudiants reste actuellement une préoccupation secondaire alors qu'il est peu crédible que le secteur soit en mesure d'absorber chaque année entre 50 et 100 nouveaux diplômés, sauf à participer à un système qui favorise la précarisation de tous les salariés des médias et du secteur lui-même. Dans l'enquête, 89 % des dirigeants avouent avoir « du mal à trouver des journalistes bien formés ».

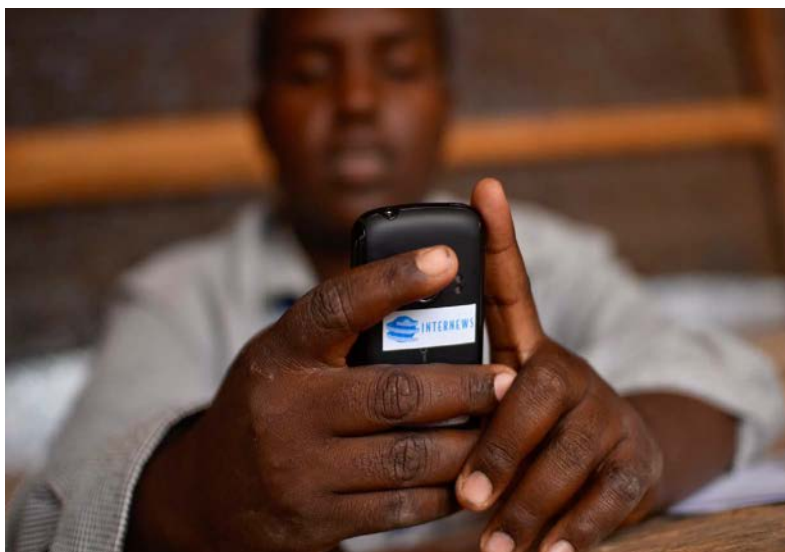
La **place des femmes dans les médias** est contrastée : sous-représentées, elles sont, qui plus est, souvent cantonnées à des rubriques dédiées. Elles sont plus soumises que les hommes à la précarité, mais lorsqu'elles sont embauchées la différence salariale ne se fait à leur détriment que sur les tranches de salaires les plus élevées : la proportion de faibles salaires est de manière globale plus importante chez les hommes. Du reste, la très grande majorité des femmes interrogées lors de l'enquête (77 %) admet que la



plupart du temps, leur travail est aussi valorisé que celui de leurs collègues masculins. Le questionnaire donne aussi une photographie du harcèlement verbal et même parfois physique : un tiers des répondantes (32 %) reconnaît ainsi avoir subi « régulièrement » (9 %) ou « au moins une fois » (23 %) des remarques sexistes au sein de son média. Plus grave encore, 18 % des femmes interrogées reconnaissent avoir déjà été agressées physiquement dans le cadre de leur travail. À Conakry, le chiffre atteint 24 % mais dans les régions, 7 % des femmes déclarent que ces agressions sont régulières.

Les médias ont été centraux dans le **processus électoral** de 2010, le premier réellement démocratique qu'ait connu la Guinée. L'expérience a été renouvelée lors des législatives de 2013 avec deux synergies, l'une des médias privés et l'autre des médias publics avec une radio privée. Pour 2015 et le deuxième scrutin présidentiel démocratique de la Guinée, les médias, incluant cette fois les télévisions privées, pourraient une nouvelle fois se coaliser, mettre en œuvre des synergies et tirer des leçons des expériences passées.

La **technologie représente enfin la nouvelle frontière des médias**. Malgré la modestie de sa population d'internautes, la Guinée se classe chaque mois dans les 10 premiers pays du monde qui consultent la page Facebook de *France 24*. Internet réduit d'abord la temporalité, en redistribuant les cartes et en bousculant les hiérarchies traditionnelles. Il pourrait contribuer au produit intérieur brut (PIB) annuel de l'Afrique à hauteur de 300 milliards de dollars d'ici à 2025, selon le cabinet McKinsey. La monétisation (dont pourrait bénéficier les médias en ligne) constitue du reste l'un des enjeux principaux de cette ruée sur le net. Même si elle reste encore modeste, l'introduction de facilités de paiement comme le portefeuille virtuel marque une étape essentielle. Les nouvelles technologies interrogent enfin les pratiques et le rapport de chacun à l'information. Dans l'enquête, 98 % des journalistes s'estiment d'accord avec le fait que les nouvelles technologies vont changer leur manière de travailler. La dimension participative est encore relativement peu présente sous la forme du blog en Guinée mais elle l'est beaucoup plus sur les réseaux sociaux et singulièrement sur Facebook où les contributions sont nombreuses, variées et, aussi, parfois, immodérées. Ce point soulève aussi la question de l'éducation aux médias et renforce la question de la responsabilité sociale du journaliste. Au niveau de l'audiovisuel, le basculement numérique va également permettre une démultiplication de l'offre. En la matière, les stratégies adoptées impliquent véritablement des choix de souveraineté nationale sur la culture. La multiplication des plates-formes d'accès est l'une des évolutions majeures à venir.



© InternewsEurope

RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES

Cette étude du paysage médiatique guinéen a été réalisée dans le but de fournir un état des lieux de la situation actuelle du secteur et de formuler des recommandations pour l'élaboration d'une stratégie future en vue de sa consolidation. La mise en place d'un programme d'appui aux médias est, en tout état de cause, soumise à un certain nombre de conditionnalités dont les réponses incombent d'abord aux autorités guinéennes, comme la reconnaissance de la prééminence des lois dont découle notamment la mise en place de la HAC.

La multiplicité des institutions et des acteurs présents en Guinée a incité les consultants à préconiser des dispositifs d'intervention plutôt que des appuis spécifiques à des structures. Cette approche se fonde sur trois préoccupations :

- favoriser une approche holistique pour que la conjonction des activités ait plus d'impact que la somme de chacune ;
- soutenir l'*empowerment* des différents acteurs via des fonds d'appui aux initiatives locales.
- mettre l'accent sur l'efficacité en évitant de répondre à un besoin par la création d'une nouvelle structure et en proposant plutôt un instrument d'intervention ouvert à celles existantes.

Les recommandations sont déclinées en 4 axes. Le premier concerne spécifiquement le renforcement des capacités de chacun des différents acteurs intervenant dans le paysage médiatique guinéen. Les 2 axes suivants proposent des dispositifs d'intervention prioritaires : le soutien aux initiatives locales (dans les domaines de la professionnalisation, de l'appui à la production audiovisuelle locale et de l'innovation technologique) et le soutien aux institutions publiques locales, avec pour objectifs l'accompagnement de la transformation des médias d'État en service public et l'appui à la régulation. Le quatrième, enfin, vise à répondre à un impératif de calendrier : l'appui au processus électoral à venir.

L'étude soumet enfin des recommandations méthodologiques, nourries des leçons apprises dans le cadre de l'évaluation de différents projets d'ampleur menés ces dernières années.

SOMMAIRE

INTRODUCTION

LE CONTEXTE DE L'ÉTUDE	23
LES ÉTAPES DE L'ÉTUDE	24

I. LE PAYSAGE MEDIATIQUE GUINEEN ET SON PUBLIC

■ LES ÉMETTEURS D'INFORMATION ET DE DIVERTISSEMENT	26
LA PRESSE ÉCRITE	27
LES MÉDIAS EN LIGNE	28
LA RADIODIFFUSION	29
LA TÉLÉVISION	32
LES AGENCES DE PRESSE ET FOURNISSEURS DE PROGRAMMES	36
■ LE PUBLIC GUINÉEN ET LES MÉDIAS	36
L'ACCÈS À L'INFORMATION	37
LA PERCEPTION DES MÉDIAS	39
LES ATTENTES DU PUBLIC À L'ÉGARD DES MÉDIAS	42

II. ACTEURS DES MEDIAS ET CONDITIONS D'EXERCICE

■ FORCES ET LIMITES DE L'ÉTUDE	43
■ CARTE D'IDENTITÉ DES ACTEURS DU SECTEUR	46
ÂGE : DES SALARIÉS PLUS JEUNES DANS LE PRIVÉ	46
GENRE : UNE LARGE DOMINATION DES HOMMES	46
MOBILITÉ : D'IMPORTANTES MOUVEMENTS RÉGIONAUX	47
FORMATION : UNE DOMINANTE UNIVERSITAIRE ET DES VOCATIONS À GÉOMÉTRIE VARIABLE	47
ANCIENNETÉ : DES RENOUVELLEMENTS D'ÉQUIPES TRÈS IMPORTANTS	48
AFFILIATION : UNE FAIBLE MOBILISATION DE CORPS	49
■ CONDITIONS D'EXERCICE DU JOURNALISME	50

UNE SURREPRÉSENTATION DES JOURNALISTES NON RÉMUNÉRÉS.....	50
DES SALAIRES CONTRASTÉS ET VERSÉS IRRÉGULIÈREMENT.....	51
UN TAUX D'ÉQUIPEMENT PERSONNEL REMARQUABLE.....	52
DES VECTEURS D'INFORMATION QUI ÉVOLUENT.....	53
UN TRAITEMENT DE L'INFORMATION POLARISÉ PAR LA POLITIQUE.....	54
UN RELATIF OPTIMISME MALGRÉ UN SENTIMENT DE DANGER	55

III. L'ENVIRONNEMENT DES MEDIAS GUINEENS

■ RÉGULATION ET AUTORÉGULATION	56
LES DISPOSITIONS DU CADRE LÉGAL ET JURIDIQUE JUSQU'EN 2008	56
LES AUTORITÉS DE RÉGULATION.....	58
LA PÉRIODE DE TRANSITION 2008-2010.....	60
L'AUTORÉGULATION ET LES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES.....	63
LA SITUATION DE LA LIBERTÉ DE LA PRESSE ET LES DROITS DES JOURNALISTES	66
■ L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE DES MÉDIAS.....	67
LE MARCHÉ DE LA PUBLICITÉ	67
LES AIDES DE L'ETAT AUX MÉDIAS	69
■ LA FORMATION	70
LA FORMATION INITIALE.....	70
LA FORMATION CONTINUE.....	73
■ LES PARTENAIRES DES MÉDIAS	73
LES ORGANISATIONS INTERNATIONALES	76
LES ORGANISATIONS NON GOUVERNEMENTALES.....	79

IV. ENJEUX ET DEFIS

■ LA MISE EN COHÉRENCE DES TEXTES EXISTANTS	81
LA NON-PROMULGATION DES LOIS DE 2010	81
UNE MULTIPLICITÉ D'AUTORITÉS COMPÉTENTES.....	82
LE CNC EN RETRAIT	83
DES TEXTES PEU RESPECTÉS	84

UNE FORTE DEMANDE DE RÉGULATION	85
■ VIABILITÉ ÉCONOMIQUE ET QUALITÉ DU SERVICE	
RENDU PAR LES MÉDIAS	87
VIABILITÉ ÉCONOMIQUE	87
DES MEDIAS PUBLICS EN QUESTIONNEMENT	89
■ REPRÉSENTATIVITÉ DES ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES	93
■ LA FORMATION, UNE URGENCE DE LÉGITIMATION	96
LES PROFESSIONNELLES DES MÉDIAS :	
■ ENTRE AFFIRMATION ET RELÉGATION	99
■ LES ÉCHÉANCES À VENIR	100
LES MÉDIAS DANS LA PERSPECTIVE DES ÉLECTIONS	100
LES TECHNOLOGIES, LA NOUVELLE FRONTIÈRE	102

V. RECOMMANDATIONS STRATEGIQUES108

ANNEXES

ANNEXE 1	I LISTE DES PERSONNES CONTACTÉES.....	119
ANNEXE 2	I BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAFIE.....	124
ANNEXE 3	I QUESTIONNAIRES DE L'ENQUÊTE.....	130
ANNEXE 4	I BRÈVE HISTOIRE DES MÉDIAS EN GUINÉE.....	157
ANNEXE 5	I PARTICIPANTS AUX PANELS EN RÉGIONS.....	159
ANNEXE 6	I ATTRIBUTIONS DU CNC ET DE LA HAC.....	163
ANNEXE 7	I CHARTE DÉONTOLOGIQUE.....	166
ANNEXE 8	I LISTE DES MÉDIAS.....	168
ANNEXE 9	I LISTE DES ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES.....	181
ANNEXE 10	I RDC : UN EXEMPLE DE FONDS D'APPUI.....	183
ANNEXE 11	I TERMES DE RÉFÉRENCE DE L'ÉTUDE.....	187
ANNEXE 12	I PARTICIPANTS À LA RESTITUTION.....	189
ANNEXE 13	I SYNTHÈSE DE LA RESTITUTION.....	190

INTRODUCTION

LE CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Le paysage médiatique guinéen a tardé à se structurer. La libéralisation des ondes n'a eu lieu que récemment et s'est déroulée dans un contexte politique très instable et souvent violent. Dans cet environnement, qui a impacté la situation économique du pays², le secteur médiatique tente de se développer afin de rattraper son retard structurel (moins d'un Guinéen sur cinq a accès à l'électricité), technologique et institutionnel.

Les médias et les acteurs du monde médiatique guinéen se sont lancés avec un réel dynamisme dans l'aventure de la liberté d'expression mais ils peinent encore à couvrir au niveau national de manière éclairée, neutre et équitable les événements déstabilisants que connaît la Guinée : tensions ethniques rémanentes, épidémie d'Ebola courant 2014, sans même parler des élections majeures prévues en 2015. Vecteurs potentiels de cohésion dans la mosaïque linguistique guinéenne³, vigies de la démocratie, les médias sont aussi parfois, à l'inverse, des fauteurs de troubles, capables de souffler sur des braises mal éteintes.

L'enjeu du développement des médias guinéens dans la prochaine décennie est certainement technologique (télévision numérique terrestre, accès à l'internet démocratisé, nouvelles formes d'informations, sur supports mobiles), mais il se mesurera surtout à l'aune des contenus véhiculés par ces technologies, et il semble donc vital de lui adjoindre une dimension éthique.

Pour cela, la consolidation du secteur médiatique, comme un ensemble diversifié mais cohérent, ordonné et solidaire, apparaît comme un axe de travail primordial. Si des études ont déjà été menées par le passé sur le secteur médiatique guinéen, celles-ci n'offraient qu'une vision fragmentée de la situation, s'intéressant soit à des questions très spécifiques (les difficultés rencontrées par les journalistes dans l'exercice de leur fonction, les conditions d'exercice dans les médias privés de la capitale), soit à un seul type de média comme les médias communautaires. Aucune ne s'était consacrée jusqu'ici à un état des lieux approfondi et détaillé du secteur, d'un point de vue tant qualitatif que quantitatif.

La présente étude a été réalisée à la demande d'Expertise France – anciennement France Expertise Internationale – suite à la sollicitation de la délégation de l'Union européenne en Guinée. Elle vise à un double objectif : d'une part dresser un état des lieux – une photographie – du paysage médiatique guinéen dans sa globalité, à la date de 31 décembre 2014⁴ ; d'autre part, formuler des préconisations dans une perspective de moyen et long terme afin de dégager une stratégie d'intervention pour renforcer de manière structurante le secteur des médias.

Elle devait donc évaluer l'état actuel et la qualité du secteur, identifier les besoins pour guider sa consolidation, sous l'angle de l'environnement légal, technologique, économique et sous l'angle du renforcement des capacités. Ces quatre conditions d'un développement durable constituent la base programmatique d'une stratégie de consolidation du secteur.

2 Le pourcentage de personnes vivant sous le seuil de pauvreté a grimpé de 49,1 à 55,2 % de 2003 à 2012. La Guinée avait un produit intérieur brut de 523 dollars par habitant en 2013.

3 Les langues sont plus d'une vingtaine, dont les principales sont le soso (soussou), parlé par 42 % de la population, le pular (peul), par 30 %, et le maninka, par 13 %. Le nombre de francophones atteint 21 % des Guinéens (et 42 % autres le sont partiellement).

4 Certaines notes ont été ajoutées à la date du 15 mars 2015, prenant ainsi en compte certains éléments d'actualité postérieurs à la date d'étude mais qui ont semblé de première importance.

Les consultants ont choisi de placer la question de la gouvernance au centre de leur approche :

- la gouvernance par les médias, les journalistes ayant un rôle éminent pour rendre compte de manière professionnelle des droits de l'homme, de la lutte contre la corruption, des crises politiques, des catastrophes... ;
- la gouvernance pour les médias, la question de la régulation de l'activité des médias étant un élément constitutif de la consolidation de l'État de droit ;
- la gouvernance dans les médias : l'autorégulation (les règles que les journalistes s'imposent à eux-mêmes pour légitimer leur crédibilité), les conditions sociales de l'exercice de la profession⁵ et la viabilité économique étant trois éléments concourant à une gestion éclairée du secteur.

LES ÉTAPES DE L'ÉTUDE

Les données tangibles couvrant l'ensemble du territoire national étaient rares pour susciter la réflexion autour d'un développement raisonné des médias à Conakry comme dans les provinces et permettre d'influer valablement sur les politiques publiques de la communication.

Une étape importante de l'étude a donc consisté à faire la recension des études, données et autres indicateurs les plus pertinents publiés ces dernières années sur le secteur médiatique guinéen pour synthétiser les analyses existantes et capitaliser les approches.

LOCALISATION DES MISSIONS DE TERRAIN



5 Cf. « Enquête sur l'emploi dans les médias privés en Guinée » – Alternative Guinée-Espace citoyen : Nouhou Baldé, Ismaël K. Camara, Ougna E. Camara, Monique Curtis, Amadou Touré, Idrissa Sampiring, avril 2014.

De très nombreuses données ont été récoltées :

- d'une part, une recherche documentaire conséquente et de nombreux entretiens semi-directifs ont été menés (avec l'équipe de pilotage de l'étude, le 27 novembre, au siège d'Expertise France), en Guinée mais également en Europe, auprès de professionnels des médias, d'institutionnels, d'opérateurs de formation, d'observateurs et avec la contribution d'un juriste guinéen spécialisé sur les médias ;
- d'autre part, une enquête en ligne a été réalisée auprès de 804 professionnels des médias après l'élaboration d'une base de données, initialement constituée par celle de la Maison de la presse, actualisée puis enrichie afin d'intégrer aussi bien les patrons de presse, les journalistes, que les techniciens ou les blogueurs les plus actifs en Guinée ;
- une analyse actualisée du cadre juridique et réglementaire du secteur a été conduite, pour permettre d'établir des recommandations quant à son évolution.
- une mission de terrain s'est déroulée courant décembre 2014 à Conakry et dans les capitales de régions de Kankan, Kindia, Labé, et N'Zérékoré. Cette mission a permis de rencontrer un grand nombre de professionnels et d'institutionnels, de diffuser « de la main à la main » le questionnaire aux professionnels qui ne pouvaient y accéder en ligne. Un rapport factuel a été transmis le 12 janvier 2015 ;
- cette mission a enfin été l'occasion de réunir des panels, d'une part de représentants de la société civile, d'autre part, de professionnels des médias exerçant dans ces régions. Les panels de responsables d'organisations de la société civile, représentant autant que faire se peut le public dans toutes ses composantes, ont été réunis par les coordonnateurs régionaux du Projeg. Les panels « médias » ont été constitués en conviant les représentants de tous les organes de presse recensés de chaque ville. Chacun des 8 panels était ainsi composé de plus ou moins 15 personnes, soit au total 110 contributeurs.

PARTICIPANTS AUX PANELS GUINÉE

	PANELS PUBLIC	PANELS MÉDIAS	TOTAL
Kindia	12	12	24
N'Zérékoré	13	16	29
Labé	15	13	28
Kankan	14	15	29
TOTAL	54	56	110

Le présent document constitue une synthèse des informations recueillies par le biais de cette triple démarche. Une restitution de ce travail a été faite à Conakry le 6 février 2015.

I. LE PAYSAGE MÉDIATIQUE GUINÉEN ET SON PUBLIC

LES ÉMETTEURS D'INFORMATION ET DE DIVERTISSEMENT

Les médias écrits privés guinéens ont été pionniers en 1991, en s'inscrivant dans le sillage immédiat de la loi sur la liberté de la presse mise en œuvre à ce moment. Pour autant, il aura fallu attendre 2005 pour que les cahiers des charges portant sur les médias audiovisuels soient rédigés et permettent enfin, en 2006, la première émission de radio privée en Guinée⁶. Depuis, le secteur radiophonique a tenté de rattraper son retard par rapport aux autres pays de la sous-région. Il a été soutenu en cela par la communauté internationale, tout particulièrement l'Union européenne, qui a pesé en 2005 pour libéraliser les ondes. Depuis, on a assisté à un développement accéléré des radios privées à Conakry (et dans toute la zone administrative de la capitale) où plus d'une quarantaine de stations sont aujourd'hui recensées, puis, progressivement, depuis 2009, à l'intérieur du pays (une quinzaine au 31/12/2014). Les premiers projets de télévisions privées sont apparus en 2011 et sont à ce jour au nombre de 6 (dont 2 qui diffusent effectivement et régulièrement). Enfin, depuis 2010, les sites web consacrés à l'information sur la Guinée se sont développés de manière exponentielle.

Un peu plus d'une dizaine de groupes de presse existent en Guinée⁷. Ils couplent généralement *a minima* un média de presse écrite et une radio ou un site web. Une majorité d'entre eux est issue de la création d'un journal papier, tels le groupe *Le Lynx-La Lance*, qui a désormais sa radio *Lynx FM*, ou Afrique Vision, propriétaire de l'hebdomadaire *Le Diplomate* – qui existe également en version en ligne –, de la radio *Sabari FM* et du site *lesamazones.com*. D'autres, comme le groupe ALO⁸ se sont d'abord développés sur d'autres secteurs d'activités avant d'en venir aux médias. Aucun de ces groupes ne dispose pour l'heure de plus de 3 ou 4 médias.

Ce développement des radios privées à Conakry et à l'intérieur du pays fait suite à celui, vingt ans plus tôt, des radios rurales, fortement soutenu par les coopérations internationales.

Si le régime de la presse écrite est celui de la déclaration, les autorisations pour les émissions audiovisuelles sont obtenues au terme d'un processus commençant par le ministère de la Communication pour aboutir à celui des Télécommunications via le Conseil national de la communication. Les sites web ne sont soumis à aucune déclaration préalable, ce qui explique en partie leur prolifération, y compris souvent à partir de l'étranger (Europe, Amérique du Nord).

6 Hormis la radio privée de la Compagnie des bauxites de Guinée (CBG) à Kamsar.

7 Leur liste figure en annexe 9.

8 ALO a d'abord été présent dans la téléphonie, puis les agences de voyages avant de lancer le site *tamtamguinee.com*, la radio *Chérie FM* puis *TaTV*.

LA PRESSE ÉCRITE

La presse privée a fait son apparition à partir de 1991, à la suite de la « première » libéralisation des médias.

Depuis cette date, plus de 600 publications écrites auraient été enregistrées auprès du Conseil national de la communication. L'immense majorité n'a paru que de manière épisodique ou aléatoire. Aujourd'hui, une trentaine de titres paraissent plus ou moins régulièrement, mais pas plus d'une dizaine en conformité avec leur périodicité annoncée. La majorité des publications sont des hebdomadaires d'information générale où les débats politiques dominent largement. On en compte également une poignée axée sur l'économie, les mines, ou les annonces légales, et, fait notable, deux périodiques satiriques. L'expérience du *Nimba* (2011-2013), hebdomadaire de bonne tenue bénéficiant de capitaux issus de proches de la présidence de la République, a fini par tourner court en 2013.

Bien qu'annoncés officiellement comme les deux seuls quotidiens, *Horoya* (gouvernemental) et *La République* (privé) ne paraissent cependant en fait généralement que trois fois par semaine.

HOROYA UN QUOTIDIEN D'ÉTAT À LA PEINE

Le quotidien gouvernemental *Horoya* (qui signifie dignité ou noblesse en soussou et en soninké), compte 140 employés et dispose en propre de matériel d'impression en état de fonctionnement mais de seulement 7 ordinateurs. Il souffre de problèmes de gestion et de formation de personnel et ne dispose pas de correspondants dans les régions. Son site⁹ s'apparentait davantage à un blog et les informations ne sont plus remises à jour depuis des mois. Sa version papier serait diffusée à environ 1 000 exemplaires, essentiellement dans les administrations publiques et les chancelleries. *Horoya* reste un service du ministère de la Communication, dont il est dépendant pour la fourniture des intrants, et se trouve ainsi parfois soumis aux aléas des lourdeurs administratives¹⁰.

Les publications ont recours à de petites imprimeries privées locales ou sont parfois imprimées à l'étranger. Les tirages (en moyenne 1 000 à 1 500 exemplaires), les points de vente (quelques kiosques à journaux), tout comme la diffusion, restent limités. Quelques titres émergent cependant, tels *l'Indépendant*, dont le tirage serait de l'ordre de 3 000 exemplaires, ou *Le Lynx*, hebdomadaire satirique qui affirme tirer aux alentours de 5 000 exemplaires¹¹ et écouler 70 % de sa production. Ces deux organes disposent de leur propre imprimerie. *Le Diplomate*, *Ecovision*, *La Lance* ou *Le Populaire* bénéficient également d'une certaine réputation.

9 horoya.blogspot.com

10 Il a ainsi subi une suspension de parution en 2012 faute de pouvoir accéder pour des raisons administratives aux intrants que doit lui mettre à disposition le ministère.

11 cf. « Guinée : l'œil irrévérencieux du Lynx ». *Jeune Afrique*, 25/02/2014. <http://www.jeuneafrique.com/Article/JA2771p101.xml0/>

Le seul diffuseur – la société guinéenne de diffusion de la presse (Soguidip) – a cessé son activité en 2011. Dans les années 2000, les expériences de messagerie de presse en régions, notamment celle initiée par l'Association guinéenne des éditeurs de la presse indépendante (Agepi) avec comme fer de lance l'hebdomadaire *Le Lynx*, n'ont pas pu se poursuivre dans la durée. Aujourd'hui, il n'existe plus de système organisé de diffusion, laquelle se fait désormais essentiellement de manière informelle.

« Les seuls circuits existants sont bâtis autour de personnes qui jouent le rôle de grossistes : ils prennent livraison des journaux, les répartissent entre leurs revendeurs, récoltent le produit des ventes et ensuite nous rendent des comptes »¹², signale le directeur de la publication du *Démocrate*. La plupart des publications font également appel aux vendeurs à la criée, qui proposent plusieurs titres.

Il est ainsi aujourd'hui pratiquement impossible d'acheter la presse dans les régions. Mise à part la diffusion informelle par les individus, les seuls points de lecture dans les préfectures régionales sont les centres d'information civique mis en place par l'*International Foundation for Electoral Systems* (IFES) ou les centres de lecture publique¹³.

Pour les quotidiens et périodiques d'information, le prix de vente est généralement de 3 000 GNF, et seul *Horoya* affiche un prix de 2 000 GNF¹⁴. Les prix sont majorés à l'intérieur du pays, généralement à 5 000 GNF, mais, encore une fois, en dehors de tout circuit formel. C'est ainsi que, si les journaux parvenaient il y a encore quelques années à diffuser des exemplaires dans les régions, ils en avaient abandonné le recouvrement, celui-ci, toujours problématique, générant davantage de frais que de recettes.

Le marché de la publicité paraît relativement limité et il est donc soumis à forte concurrence (voir p. 50). Par ailleurs, avec un taux d'alphabétisation de l'ordre de 41 %¹⁵, le lectorat potentiel reste limité.

LES MÉDIAS EN LIGNE

On recense plusieurs dizaines, voire centaines, de sites d'information en ligne et de portails d'information, apparus depuis 2005 environ (avec *boubah.com* et *justinmoreljunior.com* comme pionniers) et avec une accélération au cours des dernières années. Le modèle économique fondé sur des structures réduites à leur plus simple expression et l'absence de contraintes juridiques (pas de régime de déclaration comme pour les publications papier) font qu'ils sont aujourd'hui très prisés par les journalistes guinéens. Les cybercafés, puis, depuis 2010, la Maison de la presse de Guinée, sont réputés

12 Mamadou Dian Baldé, cité dans « Le système D-brouille de la presse guinéenne ». Jeune Afrique. 27/02/2014.

13 À noter cependant la récente initiative (juillet 2014) de parution d'un nouveau titre, *Régional Infos Guinée* – issu de la fusion de quatre anciens titres limités chacun à une région –, et qui vise à proposer 80 % d'informations venant de l'intérieur du pays (Basse Guinée, Moyenne Guinée, Haute Guinée et Guinée Forestière), avec un tirage envisagé de l'ordre de 5 000 exemplaires. cf. <http://www.agenceecofin.com/presse-ecrite/1807-21663-guinee-lancement-d-un-journal-d-informations-regionales>

14 1 000 GNF = 0,12 € au 15/01/2015.

15 Selon des chiffres communiqués en 2013 par le ministre guinéen de l'Alphabétisation et de la Promotion des langues nationales, M. Bamba Camara, qui et qui correspondent à ceux du Pnud. Ce chiffre s'élevait cependant à 28,3 % en 2002/2003.

héberger physiquement les rédactions de ces sites, constitués de fait d'un petit groupe de rédacteurs, voire d'un seul individu.

Les serveurs de nombreux sites sont installés hors de Guinée (Canada, États-Unis, Allemagne), se soustrayant ainsi aux menaces physiques qui pourraient peser sur les équipements.

À Conakry, et maintenant en régions, une dizaine de sites disposent cependant d'un siège et d'une rédaction, voire de services commerciaux. Il existe un réseau assez dense de correspondants dans les régions, certains d'entre eux affirmant travailler pour une dizaine de sites.

Conformément à un mouvement d'ensemble, les médias guinéens ont aujourd'hui tendance à converger vers le web. Le phénomène est patent pour les médias du *print*, dont les versions papier sont aujourd'hui très peu diffusées (presque plus de distribution en dehors de Conakry-centre) et qui ont maintenant développé pour certains d'entre eux une version diffusée sur le web.

Il en est ainsi par exemple du journal *Le Populaire* : cet hebdomadaire de « milieu de peloton », après une dizaine d'années d'existence en version papier, n'est pratiquement plus diffusé dans la rue : de 2 500 exemplaires dans les années 2000, il parvient aujourd'hui très « drastiquement » à écouler les 1 000 exemplaires de son tirage annoncé. Son propriétaire et promoteur, après une expérience de quelques mois de mise en vente du journal sur le portail d'*Internews.org*, a fait le choix d'une distribution gratuite (version PDF) par mail, qui, à défaut de rentrées directes, lui permet de conserver au moins sa notoriété et le soutien de son mécène principal.

On pourrait noter également, le cas de l'hebdomadaire *Le Lynx* qui, après près de vingt-cinq ans d'existence sous forme papier, a lancé en parallèle en 2013 sa radio, disponible aujourd'hui sur un site web (non remis à jour depuis plusieurs mois). Le journal *L'Enquêteur* a suivi le même cheminement, en passant par la case « radio » (*Horizon FM*), qui elle-même vient de monter sur le web. La version papier a été abandonnée.

LA RADIODIFFUSION

Le paysage radiophonique a connu un développement important depuis la libéralisation des ondes en 2005. Il se compose aujourd'hui d'une part de la *Radio nationale* (RTG), comprenant la Radio nationale, *Radio Kaloum Stéréo* (RKS) et le réseau de *Radios rurales de Guinée* (RRG), d'autre part, de près d'une soixantaine de radios privées et communautaires et, enfin, de deux radios internationales.

La Radio nationale (ou Radio guinéenne) dispose de 32 émetteurs (dont 18 seulement seraient en bon état¹⁶) et diffuse sur quasiment l'ensemble du territoire national¹⁷, en s'appuyant sur les relais de la *Radio rurale de Guinée*. Elle a, jusqu'à la libéralisation des ondes, occupé un monopole sur la radiodiffusion guinéenne.

16 « Aperçu général du ministère de la Communication », bureau de Stratégie et de Développement, ministère de la Communication, 2013.

17 Voir la carte des zones de couverture p. 25.

Elle émet de 6 heures du matin à minuit. Elle diffuse essentiellement en français, mais a également des programmes dans plusieurs langues du pays.

La *Radio nationale* dispose d'une grille de programmes qui vise à toucher un public diversifié (des plus jeunes aux plus âgés) et à aborder la diversité des préoccupations des Guinéens, dans un souci d'être un média « utile ». Les émissions abordent donc un peu tous les domaines avec une volonté d'éduquer qui domine (sur les sujets économique, juridique, de société, de santé, du droit, des sciences, etc.) et laisse relativement peu de place aux divertissements (sports, émissions pour les enfants, invitation de personnalités...). La grille comprend enfin des programmes religieux (*La voix de l'Évangile* et *Connaissance de l'Islam*).

Radio Kaloum Stéréo (RKS), service de la RTG, diffuse sur la bande FM de Conakry. Cette radio a été conçue comme la « chaîne 2 » de la *Radio nationale*, avec des programmes plus diversifiés, essentiellement orientés vers le divertissement, la musique et la couverture d'événements sportifs. Elle diffuse de 8 heures à minuit en français et présente quelques courts journaux d'information.

La Radio rurale de Guinée a commencé à se déployer en 1992, grâce au soutien massif de la coopération suisse. Conçue comme un réseau de radios « au service du développement », elle s'est progressivement étendue pour compter aujourd'hui 23 stations : 4 radios régionales et 19 dans des préfectures (quatre autres sont en projet, en attente de financements). À des degrés variés et selon les zones, elle diffuse ses programmes dans 20 langues¹⁸. Lorsque la technique le permet, elle synchronise quotidiennement les journaux de la *Radio nationale*.

Dans leur majorité, les stations rurales n'émettent que quelques heures par jour (au maximum 12 heures pour les stations régionales), avec des programmes axés sur le développement, la santé, l'agriculture ou la pêche.

Dans la majorité des 33 préfectures (10 ne sont pas ou pas encore dotées d'une station), les radios rurales ont un statut de radio communautaire. Les « communautés » locales, dont la notion resterait à préciser, gèrent ces stations à travers un « comité de gestion ». Ces communautés ont à charge de fournir à la radio ses locaux, l'État assumant la responsabilité des traitements des fonctionnaires affectés à la station (généralement le chef de station, le directeur technique, le directeur des programmes et le directeur financier).

De fait, ces radios rurales sont très fortement dépendantes de l'aide internationale : elles ne peuvent investir dans le renouvellement de leurs matériels – hautes fréquences, basses fréquences – et sont subordonnées aux dons des coopérations et des programmes d'appui. Pour leur fonctionnement, elles ont abondamment recours aux programmes d'ONG locales ou internationales (SFCG, Internews, Unicef, Plan Guinée, Ifes pendant les périodes électorales...) qui leur offrent à la fois des programmes de qualité et la rémunération pour leur diffusion. Il leur est formellement interdit de traiter de l'actualité politique.

18 Soussou, Pular, Maninka, Kissié, Loma, Badiaranké, Wamé, Kpélé, Manon, Konian, Sankaran, Djallonka, Kouranko, Bassari, Foulakounda, Lélé, Nalou, Landouma, Baga, Diakanké.

Dix-sept stations sur les 23 existantes seraient dans un état « bon » ou « satisfaisant »¹⁹ mais 8 émetteurs seraient en panne sur les 36 dont dispose la RRG.

Une soixantaine de **radios privées commerciales ou communautaires** émettent sur le territoire guinéen, leur statut n'étant pas toujours clairement établi. La première radio privée, *Radio Nostalgie*, a commencé à émettre en 2006 à la suite du processus de libéralisation des ondes, obtenue de haute lutte. Dans la dernière étude en date – mais qui remonte à 2011 – *Espace FM* dominait le marché à Conakry (avec 44 % d'audience quotidienne moyenne), suivie de près par la *RTG* (38 %) puis par *Radio France internationale* (24 %)²⁰. Progressivement, ces radios commencent à émettre également en ligne²¹.

Selon les cahiers des charges des radios, la puissance des émetteurs est limitée à 500 watts pour les radios privées. Cependant, il est notoire, notamment pour l'Agence de régulation des postes et télécommunications (ARPT), que la majorité des stations utilisent des émetteurs de 1 000 à 2 000 watts. De surcroît, certaines radios de la capitale, tout comme certaines stations créées en régions, se développent en ouvrant de nouvelles succursales, mais en utilisant la même fréquence initiale. Il s'agit d'une interprétation abusive de la loi, dénoncée régulièrement par les autorités.



© InternewEurope

En conformité avec ses textes de loi, la Guinée ne compte officiellement aucune radio confessionnelle. Pourtant, quelques « tentatives » ont été relevées au cours des dernières années par le Conseil national de la communication (CNC), qui a toujours su se montrer intraitable sur cet aspect dans son examen des dossiers de demandes de licences. Cependant, l'absence du régulateur dans les régions ne lui permet sans doute pas de jouer totalement de son autorité et le contenu ou les sources de financement de trois radios privées au moins laissent notamment croire qu'elles sont de nature religieuse.

Parmi les nombreux points des cahiers des charges des radios qui posent question, celui du statut des radios privées n'est pas le moindre : alors que les textes marquent une différence entre les radios communautaires et les radios commerciales, les observateurs sont bien en mal de faire la distinction sur le terrain. La seule différence notoire paraît être celle du montant de la redevance (substantiellement inférieure pour les radios dites communautaires) due à l'ARPT.

Les radios internationales *RFI* et la *BBC* disposent de 4 émetteurs en Guinée, à Conakry, Labé, Kankan et N'Zérékoré²², hébergés sur les installations de la *Radio nationale*, dans le cadre de conventions signées en 2006 lors de la libéralisation des ondes. Ces émetteurs sont opérationnels grâce à des groupes électrogènes, payés et alimentés par RFI.

19 « Aperçu général du ministère de la Communication », bureau de Stratégie et de Développement, ministère de la Communication, 2013

20 Étude réalisée du 30 mai au 6 juin 2011 auprès d'un échantillon de 1 222 personnes suivant la méthode des quotas.

21 Entre autres, *Lynx FM*, *Chérie FM*, *RadioEspacefm*, *Sabari FM*.

22 Lors de la mission de terrain réalisée pour la présente étude, les émetteurs de N'zérékoré et de Kankan n'étaient plus en état de fonctionnement, suite à des actes de malveillance dont l'origine n'était pas établie.

Radio France internationale développe le projet d'une antenne en langue soninké (2 heures par jour), devant aboutir dans le courant du premier semestre 2015.

Voice of America (VOA) ne dispose pas d'émission en propre, mais est reprise dans les grilles de programmes de plusieurs stations à Conakry et à l'intérieur du pays.

LA TÉLÉVISION

La télévision nationale, RTG, compte 2 chaînes (*RTG 1* et *RTG 2*). Elle n'a de fait pas de statut ni de gouvernance propre (pas de budget connu, pas de conseil d'administration). Il s'agit d'un « service » du ministère de la Communication dont elle est dépendante, y compris sur le plan éditorial. Son financement est sujet à interprétation : certains peuvent considérer qu'elle est en grande partie financée par le « budget de développement national » (budget de l'État) si on prend en compte les salaires et charges des 600 fonctionnaires et contractuels²³ qui émargent sur son budget. Dans le même temps, ne recevant pas de subvention pour son fonctionnement (entretien des matériels, déplacements, production), la RTG est contrainte de passer en direct des contrats de marché avec des annonceurs ou avec des producteurs, généralement par le biais de *bartering* (don de programmes contre espace publicitaire). Cette question des contrats publicitaires a évolué courant 2014, puisque, par note de service du ministère, l'Office guinéen de la publicité (OGP) n'est plus aujourd'hui le passage obligé des marchés avec les annonceurs. La RTG perçoit donc maintenant directement les recettes des spots, sans passer par l'Office guinéen de la publicité (OGP) et sa commission de 30 %²⁴.

LA RTG 1 (KOLOMA)

Le siège de RTG, situé dans le quartier de Koloma de Conakry, a été construit à partir de 2003 et inauguré en 2006, grâce à un don de la République populaire de Chine d'un montant de 9,6 millions de dollars.

À l'époque de sa mise en service, le plateau technique de la *RTG Koloma* était réputé l'un des plus en pointe en Afrique de l'Ouest. Mais le manque d'entretien a rendu ces matériels rapidement hors d'usage, obligeant par exemple ces dernières années, certaines émissions à être tournées avec une seule caméra de plateau. En revanche, des équipements de haut niveau – comme le grand auditorium permettant la prestation de plus de 40 musiciens – n'ont jamais été utilisés, faute de formation des personnels de la RTG. Ainsi, en dépit de matériels de bon niveau mis à disposition, la qualité technique des émissions de la RTG reste médiocre.

Elle couvre environ 40 % du territoire par voie hertzienne et sa totalité via le satellite Intelsat 907. Le signal est également repris dans différentes zones du pays par des émetteurs terrestres en VHF²⁵. À Conakry en plus de la diffusion terrestre analogique, le programme est distribué en vidéo numérique par liaisons hertziennes terrestres dans le bouquet de 55 chaînes mis en place par le consortium chinois StarTimes. Ce bouquet de

23 Ce nombre comprend également le personnel de la *Radio Nationale* et *Kaloum Stéréo*.

24 Voir encadré p. 50.

25 Selon un des experts de Canal France international chargé de mener une expertise des équipements de la RTG « *de nombreux émetteurs terrestres de la RTG dans le pays ne fonctionnent pas ou très rarement en raison des lacunes de la distribution électrique dans le pays et dans la capitale. Ce mode de diffusion est donc très aléatoire* ».

programmes est vendu mensuellement, suivant les options choisies, à des prix variant de 3,5 € à 13 €. Un décodeur coûte pour sa part dans les 170 000 GNF (soit 20 €).

La RTG 1 émet de 6 heures du matin à minuit.

Son personnel est de l'avis général pléthorique, (plusieurs centaines de personnes) dont de nombreux stagiaires non rémunérés qui, après un long séjour, peuvent espérer être titularisés. De nombreux recrutements seraient le fait de pressions politiques.

L'un des problèmes souvent évoqué est la mutation vers la RTG de fonctionnaires provenant d'autres départements sans avoir ni la formation ni les compétences requises pour le poste qu'ils occupent.

« Ces dix dernières années, ce sont ces jeunes en majorité stagiaires qui font les 60 à 70 % des travaux de la rédaction en termes de reportage. Ce sont eux qui sont sur le terrain. En fait, sans contrat de travail avec la direction de la RTG, ni avec la fonction publique, ils ne perçoivent aucun salaire. Pour vivre, ils sont obligés d'être sur le terrain. Ce sont donc eux qui alimentent plus ou moins bien les rédactions²⁶ », relève Aboubacar Camara, rédacteur en chef de la RTG 1.

La rémunération restant modeste, de nombreux fonctionnaires de la RTG travaillent également pour le secteur privé, sans souhaiter pour autant quitter la télévision publique : le secteur privé ne permet pas en effet d'avoir le statut de fonctionnaire et la rémunération n'y est pas plus intéressante et souvent moins régulière. La RTG reste donc attractive pour les professionnels en dépit de moyens limités.

LA PRÉCARITÉ MATÉRIELLE DE LA RTG²⁷

« De nombreux équipements, déjà anciens (de 10 à 15 ans) ne fonctionnent plus. Ils ne peuvent pas être réparés par manque de pièce et/ou de compétences pour le faire. Il reste cependant quelques caméras (5 ou 6) de reportage, quelques ordinateurs de montage (une dizaine), un petit plateau avec deux caméras (le prompteur est en panne) et une régie « news » globalement opérationnelle lors de notre présence. Les cassettes de reportage sont systématiquement recyclées, enregistrées et réenregistrées de nombreuses fois.

L'ensemble de la diffusion se faisant en PAL analogique, l'enregistrement sur des cassettes DV et le montage sur Final Cut, les monteurs doivent passer le signal par différentes étapes avant de le fournir en « prêt à diffuser » (PAD) : après tournage et enregistrement sur cassette DV, le sujet est copié sur l'ordinateur de montage, monté et, après montage, recopié sur cassette DV pour diffusion.

Le processus est long et source de nombreux drops et autres altérations de l'image et du son.

La salle de rédaction est équipée d'une dizaine de PC ou Mac non reliés entre eux – il n'y a pas d'imprimante. Tous les textes des journalistes sont donc manuscrits avant le passage à l'antenne. »

26 « Perfectionnement à la réalisation de sujet d'actualité TV – Radio Télévision Guinéenne ». Mémoire de master de management des médias. Aboubakar Camara, août 2014.

27 Extrait du rapport de la mission d'expertise de Francis Ayrault pour Canal France International, février 2014.

Si une direction des programmes existe, tout comme une grille des programmes, cette dernière demeure, selon divers interlocuteurs, très « *élastique* » (en fonction des événements institutionnels à couvrir obligatoirement) et souvent « *illisible* » (du fait des modifications constantes), ce qui nuit visiblement à une réelle identité de la chaîne. La prépondérance des programmes institutionnels, les longues plages d'audiences ou de visites ministérielles s'étendent tout au long de la soirée, après le journal du soir. Ces « reportages » répondent à des considérations diplomatiques ou politiques. Sur ce plan, les équipes de la presse présidentielle sont prioritaires, disposant d'ailleurs de moyens et de personnels conséquents qui leur permettent de fournir des « prêts-à-diffuser » à la RTG.

La RTG ne dispose pas de budget de production et, en tout état de cause, de moyens pour produire de quoi alimenter les programmes de la chaîne. De l'avis de plusieurs interlocuteurs avisés ou concernés, la capacité de production de programmes de divertissement (séries, *sitcoms*, *telenovelas*) est nulle ou presque. Pour autant, le directeur de la RTG, Yamoussa Sidibé, cite trois producteurs indépendants qui, selon lui, sont en capacité de fournir des programmes de bon niveau, mais sont orientés sur les marchés des télévisions ou diffuseurs étrangers. La RTG a donc recours au *bartering* (pour les films et *telenovelas*) et à l'achat de quelques programmes locaux. Mais les programmes culturels de la chaîne ne semblent guère attirer ou satisfaire le public²⁸ guinéen.

Les journaux de la chaîne apparaissent aujourd'hui comme son moteur. Avec quatre éditions quotidiennes du journal en français, les reportages d'actualité sont surtout réalisés pour le grand journal de 20 h 30, d'une durée de 30 minutes en moyenne²⁹, les autres éditions (12 h, 17 h, 19 h), de 10 à 15 minutes, reprenant en majorité des sujets de la veille.

Tout comme pour les autres médias publics guinéens, et malgré une qualité d'ensemble médiocre, le public n'est pas réfractaire à une information officielle – comme en témoignent les pics d'audience du journal du soir³⁰ –, qui donne le « la » de nombreux sujets de la vie publique. Ainsi, les décrets lus *in extenso* en début de journal font-ils office de « journal officiel » (en l'absence de la version papier de celui-ci) et appellent de nombreux commentaires du public.

Programmé en matinée ou en après-midi, le journal d'information « Kibaro » est diffusé dans 10 langues nationales.

L'information en provenance des régions reste limitée. S'il existe des correspondants dans les quatre régions naturelles, ceux-ci disposent de moyens extrêmement limités. Ils se retrouvent souvent seuls avec peu de matériel³¹ : la qualité des images et des sons en subit les conséquences. La faiblesse et les aléas du réseau internet rendent souvent difficile la remontée vers Conakry et la diffusion de ces productions locales. Les informations des régions sont, dans la très grande majorité des cas, le fait d'équipes qui accompagnent les délégations officielles.

28 Voir notamment l'article <http://www.afroguinee.com/dossier-la-rtg-en-panne-demissions-culturelles>, 9/07/2013.

29 Le journal du soir a pu durer jusqu'à plus d'une heure en fonction des interventions et pressions des institutionnels. Il semble qu'aujourd'hui, la durée de 30 à 45 min soit généralement respectée.

30 Etude Africascope Guinée – TNS/Sofres, 2011.

31 CFI a récemment apporté un appui en matériel notamment en leur direction.

La volonté de décentraliser la production en envoyant des équipes à l'intérieur du pays, plusieurs fois envisagée par les directeurs successifs de la RTG, n'a pas réussi à se concrétiser. La chaîne considère cependant toujours la possibilité de développer l'information en provenance des régions, mais il s'agirait davantage de déployer ponctuellement les moyens de la RTG Conakry vers l'intérieur que d'appuyer localement le développement de moyens. L'actuel secrétaire général du ministère de la Communication, Mohamed Condé, serait pour sa part favorable à la création de « RTG régionales », sur le modèle des stations de *France 3* en France.

LA RTG 2 (BOULBINET)

La deuxième chaîne, également appelée *RTG Boulbinet* (depuis le déménagement de 2006) en raison du quartier où elle se situe, n'émet aujourd'hui que sur Conakry et dans un rayon de 50 km. Elle est en fait la station la plus ancienne puisqu'elle a été mise en place en 1977 avec l'appui de la Jamahiriya arabe libyenne de Kadhafi.

Elle compte 192 employés. Ses locaux sont vétustes et le matériel quasi inexistant ou obsolète.

En raison de la faiblesse de sa couverture (uniquement Conakry), elle serait beaucoup moins soumise aux pressions.

LES TÉLÉVISIONS PRIVÉES

Les télévisions privées ont fait leur apparition en 2009 et la première à obtenir son agrément fut *Gangan TV*. Six licences ont été délivrées à ce jour mais seulement 2 télévisions émettent : *Gangan TV* et *Evasion TV*. Outre la diffusion par voie hertzienne, principalement à Conakry et en Basse Guinée, les chaînes privées sont accessibles via le bouquet StarTimes.

À celles-ci s'ajoute *Espace TV*, qui émet depuis l'étranger. L'expérience de *TaTV*, lancée en 2012, ne s'est pas montrée concluante, obligeant en 2013 son promoteur à des licenciements importants dans le groupe ALO (qui comprend également la radio *Chérie FM*).

Tout comme à la RTG, au-delà des questions techniques, les programmes semblent problématiques : faute de budgets de production, les chaînes sont contraintes à des expédients, notamment la diffusion de films sur DVD acquis à peu de frais parfois à Madina (le grand marché de Conakry) et au mépris de tout droit d'auteur. Cependant, sur le terrain de l'information, les chaînes privées ont une carte à jouer face à leur concurrente publique : les journaux d'information sont l'occasion d'offrir au public un autre point de vue que celui de la télévision officielle. Si les télévisions privées se consacrent souvent au « suivi de l'agenda » (conférences de presse, cérémonies officielles, etc.), elles savent aussi se montrer réactives et professionnelles lors d'événements sociaux d'importance (faits de société, manifestations populaires...), faisant ainsi nettement la différence avec la voix du gouvernement.

Enfin, un certain nombre de chaînes étrangères sont accessibles aux Guinéens disposant de décodeurs *via* les bouquets satellitaires proposées par StarTimes et Canal+.

LES AGENCES DE PRESSE ET FOURNISSEURS DE PROGRAMMES

L'Agence guinéenne de presse (AGP) est la seule agence de presse nationale. Elle est, elle aussi, un service rattaché au ministère de la Communication, et statutairement tenu de relayer l'information officielle des autorités administratives du pays.

L'AGP est le seul média guinéen à avoir des correspondants dans les 33 préfectures du pays. Elle dispose de près de 140 employés dont la moitié à titre bénévole, parmi lesquels l'ensemble des correspondants dans les régions (à l'exception des 4 chefs de bureaux régionaux).

Elle diffuse ses informations via deux sites internet (www.agpguinee.com ou www.agpguinee.org), sous forme papier et également sous forme d'un bulletin envoyé par mail. Légèrement remaniées, les dépêches, sous forme de fichiers son, alimentent également les journaux de la *Radio nationale*. Pour un certain nombre de bénéficiaires, l'AGP s'avère utile pour connaître la position officielle de l'administration et du pouvoir guinéens. Aussi est-elle essentiellement diffusée auprès des chancelleries et des organisations internationales, ces dernières étant également l'un des sujets de prédilection de l'agence.

Les principales difficultés rencontrées par l'agence sont, d'une part, son délabrement avancé, d'autre part, son inféodation aux pouvoirs publics.

Le siège de l'AGP à Conakry est situé dans un immeuble d'habitation peu adéquat à Kaloum et qui ne permet pas à ses personnels de travailler dans des conditions décentes. La situation dans les régions s'avère encore plus problématique, puisque dans la plupart des cas (hors Kankan), l'agence ne dispose pas de locaux. Les correspondants, préfectoraux ou régionaux, n'ont ainsi d'autre alternative que de travailler chez eux ou de recourir au bon vouloir de l'administration locale. Ainsi à N'Zérékoré, le correspondant régional peut-il désormais bénéficier d'un bureau, d'une table et de quatre chaises octroyés par le gouverneur.

À ce sujet, les derniers directeurs de l'agence sont parvenus à faire en sorte que les préfets et sous-préfets n'aient plus le pouvoir de fait de recruter ou limoger les correspondants de l'AGP de leur circonscription.

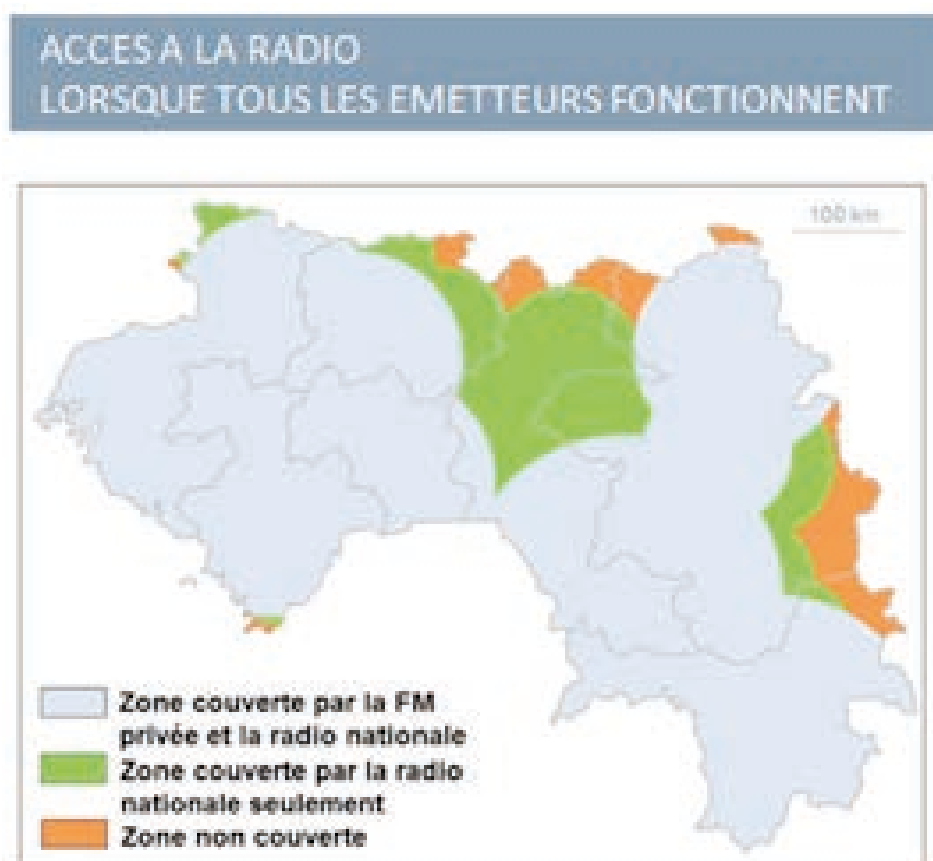
LE PUBLIC GUINÉEN ET LES MÉDIAS

La presse écrite étant en net repli à Conakry et ayant pratiquement disparu des régions, les télévisions étant encore faiblement captées (faible taux de couverture de la RTG malgré une politique volontariste, jeunesse et faiblesse des chaînes privées encore incapables d'émettre en dehors de la capitale – sauf par le biais du satellite comme le tente *EspaceTV*), le média radio est sans conteste le plus développé à l'intérieur du pays (avec notamment 5 radios commerciales ou communautaires à Kankan, 3 à N'Zérékoré, 2 à Labé et Kindia, 1 à Kissidougou, Mamou, Fria, Beyla, Lola, Siguiri, Boké et Koba). Le mouvement semble ne pas vouloir s'arrêter. Quatre télévisions privées émettent plus ou moins régulièrement sur Conakry, *EspaceTV* depuis l'étranger et 2 autres projets, disposant d'ores et déjà de licences, sont censés être lancés à moyen

terme (voir annexe 9), sans parler des velléités de certaines radios à investir le créneau ; il est probable que les années électorales 2015 et 2016 favoriseront leur éclosion. L'inconnue reste toutefois l'utilisation d'internet. Dans les quatre capitales régionales parcourues lors de la mission de terrain de la présente étude, les participants aux panels « public des médias » avaient pratiquement tous accès au web, au moins sur le lieu de travail. Mais il s'agissait essentiellement de représentants ou responsables d'ONG ; une grande partie de la population, à commencer par les journalistes eux-mêmes (panels « médias ») ne peut y avoir un accès régulier.

L'ACCÈS À L'INFORMATION

Si pendant de longues années, la seule source d'information a été la *Radio nationale* en quasi-monopole, dès 1991, les journaux écrits privés deviennent les canaux de la liberté d'expression.



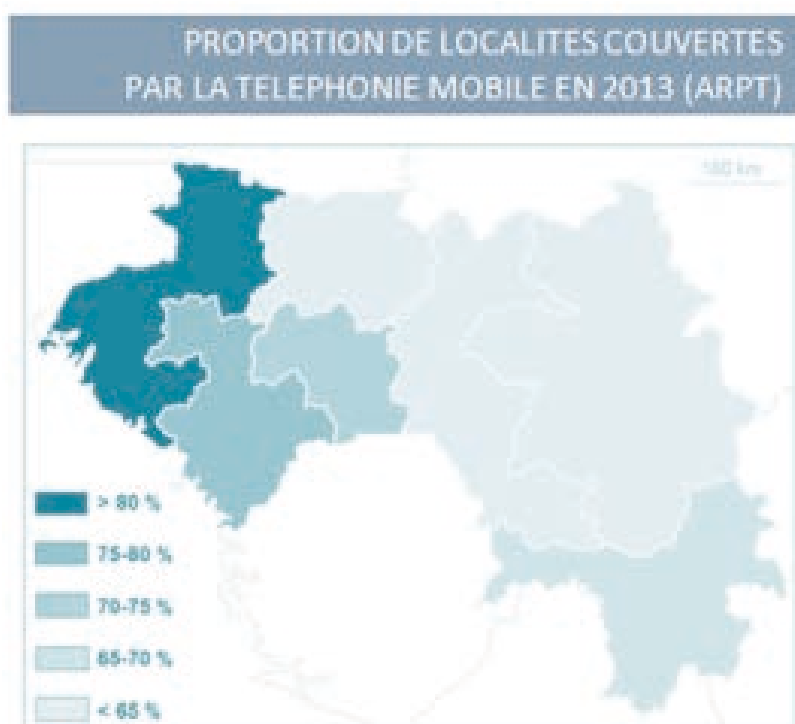
Mais la presse écrite papier est aujourd'hui en perte de vitesse, que ce soit en nombre de titres (pas plus d'une dizaine réguliers sur le marché) ou en tirage (4 000 au mieux pour les hebdomadaires les plus lus, quelques centaines pour les autres en « milieu de peloton »).

Elle n'est en outre quasiment plus accessible qu'aux Conakrykas. Au mieux, quelques milliers d'individus ont donc accès à ce média.

Le glissement s'est d'abord opéré au profit des radios qui offrent la meilleure couverture du territoire. Le développement du réseau des Radios rurales a été rejoint à partir de 2006 par celui des radios privées. Peu de Guinéens semblent écartés de l'accès à ce média.

Non seulement les postes de radio ne sont pas onéreux, mais l'écoute sur téléphone portable – selon une étude menée par Afrobarometer en 2013³², chaque foyer guinéen possède en moyenne 3 appareils – croît considérablement.

Le dernier rapport de l'ARPT³³ mentionne ainsi que sur la seule année 2013, le nombre d'utilisateurs de téléphonie mobile a crû de 25 % avec 6,8 millions d'utilisateurs fin septembre 2013, avec des opérateurs qui couvrent aujourd'hui l'ensemble du pays.



Si la télévision a indéniablement un public dans la capitale, elle reste plus difficilement accessible à l'intérieur du pays où la couverture de la RTG demeure en tout état de cause limitée. Par ailleurs, le coût d'un téléviseur reste encore inabordable pour nombre de citoyens. Il faut y ajouter le prix d'un décodeur pour avoir accès au bouquet chaînes proposé par StarTimes ou Canal +. L'absence d'études récentes sur l'équipement des Guinéens en téléviseurs ne permet cependant pas de fournir d'indicateurs chiffrés³⁴.

32 5e série des études Afrobarometer en Guinée, conduite auprès d'un échantillon représentatif de 1 200 Guinéens, avril 2013.

33 Rapport annuel 2013. ARPT. Ministère des Télécommunications, des Postes et des Nouvelles Technologies de l'information.

34 L'étude la plus récente – mais confidentielle – semble être celle réalisée par TNS/SOFRES pour le compte de RFI/France 24 en 2011.

Quant à l'accès internet, toujours selon l'étude d'Afrobarometer de 2013, plus de 9 Guinéens sur 10 disaient n'être jamais allés sur le réseau. Les disparités sont cependant vraisemblablement importantes entre la capitale et les régions et les chiffres évoluent très rapidement. Là encore, l'ARPT note dans son rapport annuel 2013 que le taux de pénétration de l'internet est de 4,77 % en Guinée. Mais le nombre d'utilisateurs se servent de la téléphonie mobile, qui détient 99,98 % du marché.

La fibre optique reste pour l'heure un horizon. La mise en exploitation du câble sous-marin « *Africa Coast Europe* » a commencé début 2013³⁵, et 4 000 kilomètres de fibre optique doivent être déployés à l'intérieur du pays par la compagnie chinoise Huawei, grâce au soutien financier de la Banque mondiale. Mais la cérémonie de lancement officielle des travaux n'a eu lieu qu'en décembre 2014.

Ainsi, comme le souligne toujours cette étude, les sources d'information des Guinéens, sont constituées en premier lieu par la radio (83 % s'informent « toujours » ou « quelquefois » par ce média), en second lieu par la télévision (46 %), et la presse arrive en troisième position (16 % de l'échantillon disait la lire « toujours » ou « quelquefois ») juste devant l'internet.

Mais on ne peut clore ce chapitre sans aborder la question de l'électricité. Si les sources d'information sont aujourd'hui abondantes en Guinée, elles souffrent toutes des déficiences du réseau électrique guinéen. Comme le souligne le ministre de l'Énergie, Idrissa Thiam, dans un entretien accordé au site *guineenews.org*, « *avec une demande estimée à 240 MW en puissance, notre capacité de fourniture est de 120 MW, soit la moitié du déficit* »³⁶. Les infrastructures sont insuffisantes et vieillissantes, ce qui entraîne de nombreuses coupures, tant à Conakry que dans les régions.

Les conséquences touchent tous les médias guinéens : nombre de radios, mais aussi la télévision, doivent s'appuyer sur des groupes électrogènes pour émettre – ce qui implique des coûts importants³⁷ – et ce qui n'empêche pas la RTG, au mieux de présenter parfois ses informations dans le noir³⁸, au pire de voir ses émissions interrompues³⁹. Quant à la presse, ces coupures intempestives entraînent l'interruption des impressions et contribuent à retarder les parutions.

Mais au final, ce sont les citoyens guinéens qui en subissent également les conséquences, en ne pouvant pas parfois accéder à leurs médias.

LA PERCEPTION DES MÉDIAS

Lors des panels organisés dans les quatre préfectures de région, 54 personnes issues principalement des organisations de la société civile ont pu donner librement leur opinion sur les médias de leur ville et de leur région. Ces personnes représentent les différentes catégories socioprofessionnelles : non seulement ils « consomment » les médias en

35 Six mois après cette mise en service, le nombre d'utilisateurs d'internet a atteint 544 729, contre 124 235 un an plus tôt, soit une croissance de 338 %.

36 « *Privatisation ou restructuration de la société d'électricité de Guinée (EDG) : le ministre de l'Énergie tranche* ». *Guineenews.org*. 12 septembre 2014. <http://guineenews.org/privatisation-ou-restructuration-de-la-societe-delectricite-de-guinee-edg-le-ministre-de-lenergie-tranche>

37 Le patron d'une radio estime ainsi qu'une radio en banlieue de Conakry a besoin tous les jours de 150 litres de carburant pour fonctionner.

38 <http://aminata.com/rtg-lanimateur-presente-les-avis-et-communiques-dans-le-noir>, 12 juin 2014.

39 Ainsi le grand journal de 19 h 45 de la RTG le samedi 17 janvier 2015.

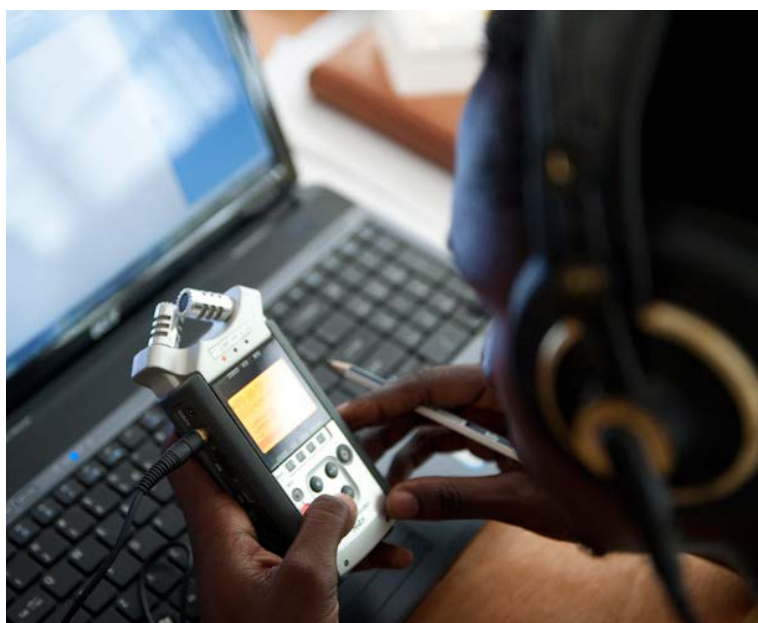
tant que public, mais ils les « pratiquent », puisque les ONG qu'ils représentent ou pour lesquelles ils travaillent entretiennent des rapports professionnels avec ces médias.

Il ressort notamment de leurs commentaires que :

- les *Radios rurales de Guinée* jouissent d'un grand crédit dû au professionnalisme de leurs journalistes et animateurs, en particulier grâce à leur maîtrise des contenus en langues nationales,
- elles sont cependant majoritairement perçues comme inféodées au pouvoir, central comme local, et
- elles souffrent de problèmes techniques constants ;
- les radios privées permettent de dénoncer les dysfonctionnements [des pouvoirs] et d'avoir une parole libre,
- mais elles sont jugées peu professionnelles, faute de formation de leurs journalistes, et leurs contenus sont souvent qualifiés d'« incendiaires » ;
- à la question des sources d'information, la télévision est absente des réponses des panélistes, ce qui témoigne de sa faible présence dans le paysage médiatique des régions ;
- quant à la presse écrite, elle est devenue quasiment introuvable à l'intérieur du pays et ne figure pas ou plus dans les habitudes d'information de la majorité des participants, même s'ils le déplorent.

S'agissant plus spécifiquement des contenus, 2 études ont été réalisées en 2014 par la Fondation Hironnelle sur, d'une part, les *Radios rurales* dans les régions, et d'autre part sur l'ensemble des radios (privées et publiques) de Conakry⁴⁰.

Ces 2 études sont essentiellement qualitatives. Elles n'ont volontairement pas vocation à donner de classement des radios. En revanche, elles donnent de nombreuses indications sur la perception (positive ou négative) des auditeurs, leurs attentes, leurs gênes vis-à-vis de certains sujets. Elles confirment également le lien privilégié des Guinéens avec la radio, qui reste le média le plus accessible et la principale source d'information à Conakry comme dans les régions.



© InternewEurope

40 « Radios rurales et publics en Guinée – Identité, rôle et attentes. Un réseau au cœur des problématiques de la Guinée. » Etude d'audience qualitative. Fondation Hironnelle. Mars 2014 et « Etude d'audience qualitative de la radio à Conakry et en banlieue ». Fondation Hironnelle, en coopération avec l'Isic. Mai 2014

Les principaux enseignements tirés de ces études rejoignent sur bien des points les commentaires recueillis lors des panels.

À Conakry, les auditeurs considèrent que les radios savent soulever les problématiques d'actualité même si cela ne semble pas contribuer à régler les problèmes. Les femmes se sentent délaissées dans l'offre de programme alors qu'elles sont nombreuses à écouter la radio. Les jeunes trouvent pour leur part leur compte dans les radios privées mais pas dans les programmes de la *Radio nationale*, jugés trop éloignés de la réalité. La majorité des auditeurs estiment simultanément les radios indépendantes mais également trop politisées. Ils rejoignent les observations faites dans le cadre des panels, en estimant que les radios jouent un rôle majeur dans la liberté d'expression mais souffrent, notamment pour le secteur privé, d'un manque de rigueur journalistique. Les auditeurs les plus âgés se montrent réticents sur certains sujets de société traités – liés à la sexualité notamment – alors que les jeunes y trouvent un intérêt. Le point fort de la radio réside dans une utilité sociale avérée et ses points faibles dans le manque d'éthique et de déontologie.

Dans les régions, l'étude de la Fondation Hironnelle porte strictement sur les *Radios rurales*. Les personnes interrogées considèrent qu'elles sont les médias qui correspondent le plus à ce que l'on peut imaginer attendre d'un service public du fait de sa couverture et du traitement des informations de proximité. Elles favorisent la parole et les échanges (entre la population mais aussi avec l'administration). Les contenus correspondent aux attentes de leurs auditeurs et elles sont jugées crédibles et responsables. Si certains estiment qu'elles doivent garder leur spécificité, les plus jeunes souhaiteraient qu'elles soient « plus branchées ». L'étude fait incidemment apparaître que l'on écoute désormais la radio à partir des téléphones portables.

Si ces études apportent des informations intéressantes, on est pourtant encore loin de véritables études d'audience permettant d'analyser plus spécifiquement la satisfaction des consommateurs de médias et de quantifier les habitudes d'écoute. Le secteur dans son ensemble ne paraît pas encore prêt à ce que de telles études soient mises en place. Le ministère de la Communication n'a pas dans son mandat cette mesure de l'audience des médias ; le Conseil national de la communication, dans ses expériences modestes de *monitoring* des médias, vise essentiellement à analyser les contenus dans une perspective de réglementation, se focalisant sur les limites légales et n'ayant aucune velléité à analyser les contenus. Enfin, les associations de presse, quand bien même elles s'en donneraient les moyens, restent sur ce point dans un rôle de défense et d'unité de la profession (ou de ses différentes composantes) : elles estiment qu'un classement quantitatif des radios aurait un effet désastreux sur la cohésion du secteur et potentiellement des implications sur la survie de certains médias. L'impact de chiffres d'audience ou de lectorat réels pourrait être ravageur pour beaucoup d'actuels bénéficiaires de la subvention d'État aux médias privés, tout autant qu'auprès de l'achat d'espaces publicitaires.

LES ATTENTES DU PUBLIC À L'ÉGARD DES MÉDIAS

Les panels de citoyens consommateurs de médias dans les 4 capitales de régions n'ont pas foncièrement et spontanément abouti à des suggestions de nouveaux programmes. Tant pour les radios privées que pour la *Radio rurale de Guinée*, la teneur des tranches d'animation semble satisfaire la majorité : les radios privées sont dans leur rôle avec de la musique « pour jeunes » et des émissions interactives, alors que les *RRG* sont dans le leur avec les « contes et légendes » locaux et les programmes sur le développement (agriculture, pêche, santé).

Pour autant, les représentants du public tiennent avec insistance à ce que les journalistes des radios privées soient formés, notamment à l'animation d'émissions interactives (souvent jugées « dangereuses » dans leur forme actuelle) et dans les langues locales (qui sont perçues comme l'un des points forts de la *RRG*). Les deux études de la Fondation Hironnelle mettent d'ailleurs l'accent sur ce souhait d'un investissement plus important dans des émissions en langue locale. Enfin, dans une moindre mesure, les panélistes souhaitent un renforcement des programmes par des contenus plus éducatifs ou citoyens.

Concernant les *Radios rurales de Guinée*, la demande est forte pour une meilleure qualité de la réception, pour l'extension des horaires de diffusion et pour l'autonomisation des stations vis-à-vis de l'administration publique. On retrouve ces mêmes souhaits dans les études réalisées par la Fondation Hironnelle. Les auditeurs jugent que seuls les animateurs les plus anciens disposent d'une bonne formation. Comme à Conakry, le traitement de certains sujets peut entraîner une gêne.

Enfin, le traitement des sujets politiques dans les plages d'information (en dehors des campagnes électorales et dans le cadre des modalités de la campagne officielle) est réclamé à de nombreuses reprises, avec plus ou moins de vigueur selon les villes. Ce dernier point mérite un développement : tout d'abord il ne fait pas l'unanimité, car une minorité non négligeable de panélistes reste attachée à la « virginité politique », réelle ou supposée, des *Radios rurales de Guinée*. Ils voient un risque de rupture du caractère œcuménique et fédérateur, communautaire en quelque sorte, de la *RRG*. Pour leur part, les panélistes favorables à « l'entrée en politique » de la *RRG* sont conscients de ce risque et préconisent avec insistance une formation solide au traitement des sujets politiques à l'intention des personnels des radios rurales.



II. ACTEURS DES MÉDIAS ET CONDITIONS D'EXERCICE

FORCES ET LIMITES DE L'ÉTUDE

L'étude qui a servi à documenter ce travail a été réalisée du 1^{er} décembre 2014 au 15 janvier 2015. Elle a d'abord mobilisé les différentes bases de données existantes des journalistes, techniciens, dirigeants des médias de Guinée ainsi que des blogueurs. Comme une part importante des bases existantes était en général caduque, l'équipe a réalisé un important travail de recoupement et d'actualisation, et un point-focal a été recruté pour élargir l'échantillon en sollicitant les différents médias de Conakry et en intégrant les contacts de leurs collaborateurs. Une grande campagne de communication a été initiée à destination des usagers de la Maison de la presse et auprès de toutes les associations de journalistes qui ont pu être référencées. Les réseaux sociaux ont à de nombreuses reprises relayé⁴¹ le message. À la fin de la période d'étude, la base était constituée de 1 135 noms, dont 804 dotés d'une adresse e-mail.

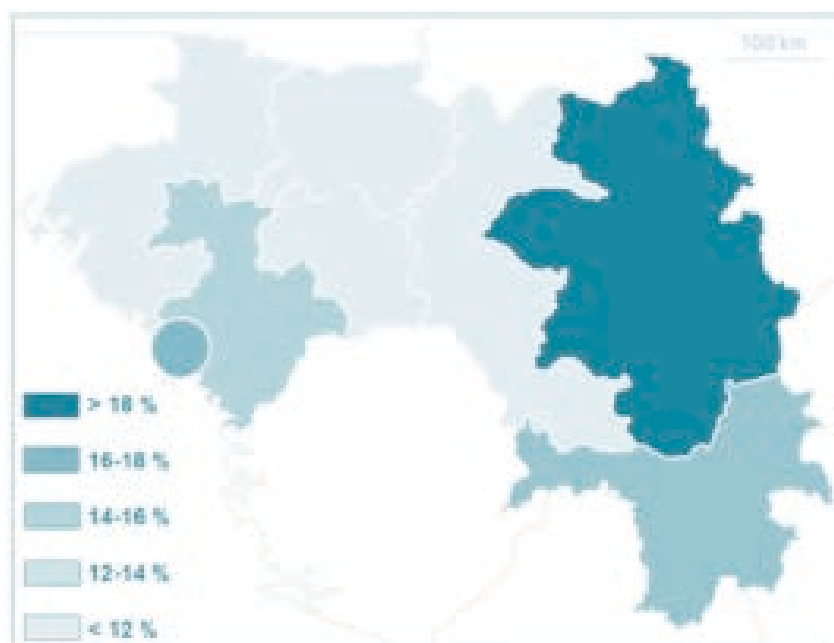
Le recensement des médias existants mené à l'occasion de cette étude, le taux de répondants à l'enquête et l'estimation généralement admise du nombre de collaborateurs au sein de la RTG permettent d'estimer le chiffre, jusqu'ici indisponible, de l'ensemble des travailleurs des médias en Guinée. Suivant que l'on considère l'ensemble des salariés rémunérés ou bien l'ensemble des collaborateurs, qu'ils soient ou non rémunérés, la fourchette se situe **entre 1 700 et 2 300 travailleurs des médias** sur l'ensemble du pays.

Le questionnaire a pu être adressé aux contacts ainsi identifiés par voie électronique (par le biais du logiciel de sondage *SurveyMonkey*) et par distribution directe dans les régions lors des 4 missions de terrain. Ces 2 collecteurs ont été ouverts 3 semaines (du 19 décembre 2014 au 9 janvier 2015). Quatre vagues successives de relance ont été opérées par courriel, les 22, 27 et 31 décembre 2014, puis le 5 janvier 2015. À Labé et Kankan, l'équipe a distribué les questionnaires et le chauffeur les a ramenés le lendemain par la route, grâce à une tournée de ramassage dans les différentes radios, avec un point focal qui avait été responsabilisé. Même chose à Mamou le surlendemain. Seules les villes de Boké et dans une moindre mesure Faranah n'ont pu être couvertes.

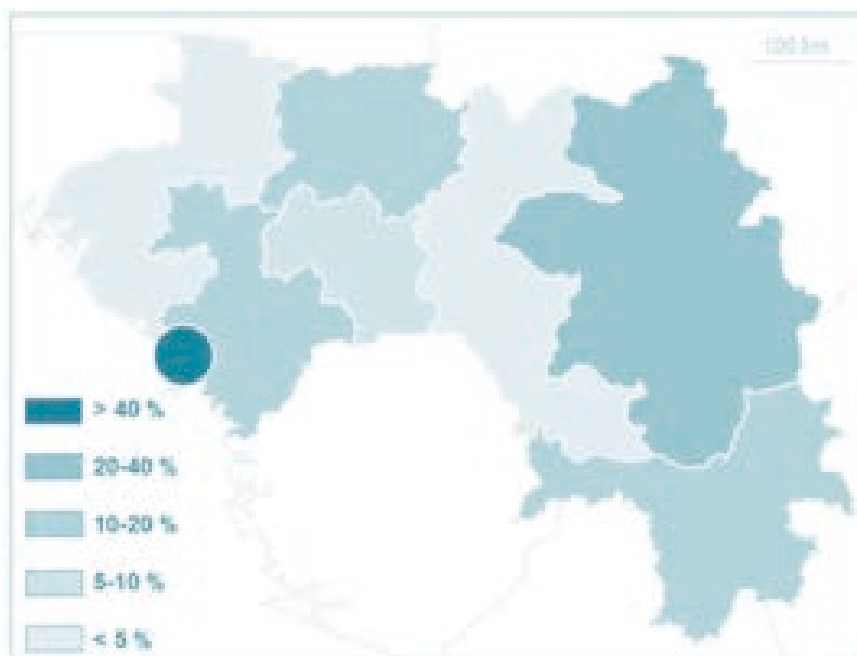
En revanche, toutes les radios privées dans les régions (sauf à Kissidougou) ont été ciblées. Concernant la TV, les quelques correspondants à l'intérieur du pays n'ont été visés qu'à la marge. Au niveau de la *RRG*, 4 chef lieux de région ont été ciblés mais aucune des stations des 19 préfectures et sous-préfectures. De même, 7 radios privées en province n'ont pas pu être contactées.

41 Tweet de @LaTeam224 (6 360 abonnés) le 10 décembre, message sur les pages Facebook de la Maison de la presse (630 mentions J'aime), de la RTG (5 252 mentions J'aime), de l'Association des journalistes indépendants de Guinée (1 471 membres) notamment.

RÉPARTITION DE LA POPULATION (2014)



RÉPARTITION DES RÉPONDANTS À L'ENQUÊTE



Les données, notamment régionales, doivent être comprises comme intégrant cette limite : 2 régions administratives (Boké et Mamou) n'ont été concernées qu'à la marge. Cependant les données disponibles permettent déjà une analyse tendancielle fiable.

À la fin de l'étude, on enregistrait en effet 247 réponses par voie électronique (soit un taux de réponse de 31,6 %) et 212 par voie papier (qui ont représenté 87 % des réponses de l'intérieur du pays), soit un **total de 459 répondants**, correspondant à 20 % de l'estimation que les consultants ont faite de l'ensemble des travailleurs des médias de Guinée.

Sur le plan méthodologique, il a été impossible de discriminer la fonction de journaliste et celle d'animateur, les profils de postes se confondant souvent. Pour l'étude, les 2 fonctions sont donc intégrées dans l'appellation « journaliste ». Les personnels administratifs n'ont pas été ciblés, même si certains profils comportant des dimensions techniques ont été intégrés dans l'appellation « techniciens ».

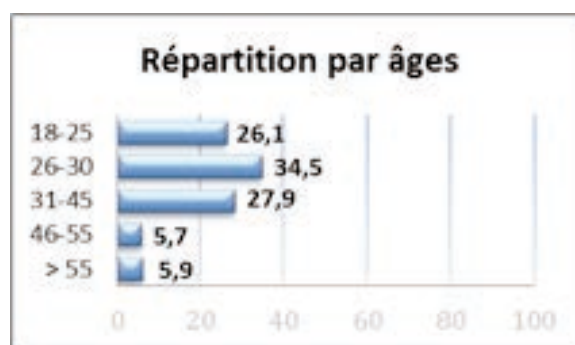
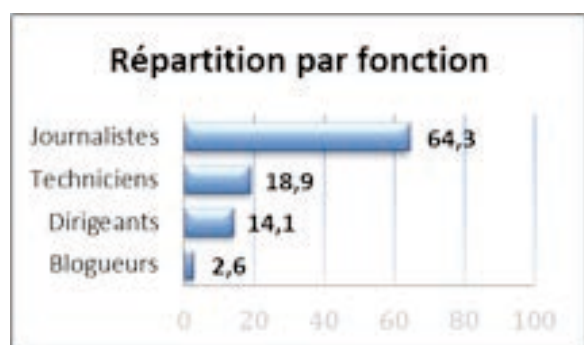
Par ailleurs, afin de préserver l'anonymat des répondants, aucun retraitement n'a été effectué en aval, et les classifications sont donc établies sur la seule base déclarative. La différence entre « média privé commercial » et « média privé communautaire » n'a par exemple pas été vérifiée, alors qu'elle n'apparaissait pas forcément claire à tous lors des réunions de panels. Cette discrimination n'a donc été que peu mobilisée dans l'analyse, qui se contente d'explorer la seule dimension public/privé. Les réponses multiples d'une même personne avec deux adresses mails différentes n'ont pas été vérifiées non plus mais ce biais a été minimisé par l'important travail de triangulation réalisé sur la base de données en amont.

Enfin, les données concernant les blogueurs ont été considérées comme insuffisantes pour être représentatives et n'ont donc pas été retenues pour l'analyse quantitative. Les renseignements fournis ont en revanche été intégrés à l'étude qualitative. Il en va de même pour la question sur le nombre de jours de formation suivis, qui a manifestement été diversement comprise.

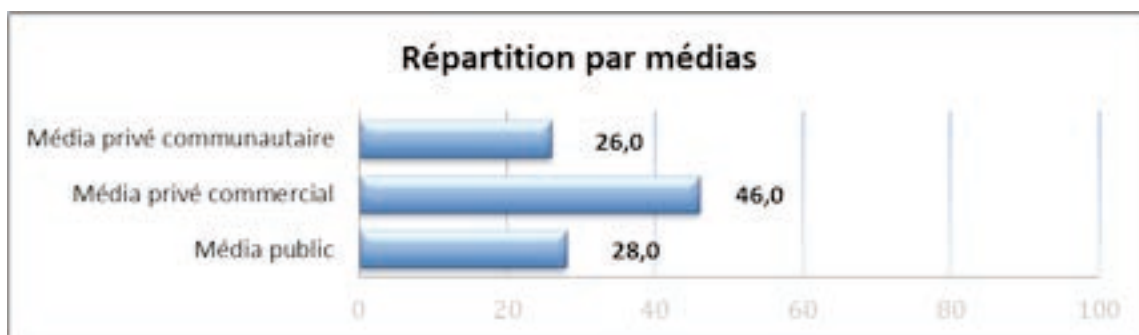
Il convient de souligner enfin que cette enquête n'est pas un sondage. L'échantillon n'a pas été rectifié pour être représentatif et sa seule valeur tient au nombre conséquent des répondants, qui en fait la plus importante étude sur le secteur à ce jour⁴².

Globalement, 74,7 % des répondants sont des hommes. Ils sont en majorité journalistes (64,3 %) et techniciens (18,9 %) et à plus de 60 % ont moins de 30 ans. Un peu plus des deux cinquièmes travaillent pour un média privé commercial.

DONNÉES DE BASE SUR L'ENQUÊTE



42 La principale étude à ce jour, l'« Enquête sur l'emploi dans les médias privés en Guinée », réalisée par l'association Alternative Guinée – Espace citoyen en mars-avril 2014, ne concernait que les médias privés de Conakry, sur la base de 150 journalistes et 50 patrons de presse.



CARTE D'IDENTITÉ DES ACTEURS DU SECTEUR

ÂGE : des salariés plus jeunes dans le privé

La pyramide des âges des différentes fonctions étudiées est riche d'enseignements. **Les dirigeants ont globalement entre 31 et 45 ans** (53,1 %) mais ils sont très nettement **plus âgés dans les médias publics** (près des deux tiers y ont plus de 46 ans et plus d'un tiers plus de 56 ans) que dans les médias privés (61 % y ont entre 31 et 45 ans et 23 % entre 26 et 30 ans).

Les techniciens des médias sont à l'opposé extrêmement jeunes (près des trois quarts ont moins de 30 ans et 45 % entre 18 et 25 ans). Là encore la différence public/privé est très marquée : **neuf techniciens sur dix ont moins de 30 ans dans le privé** contre un peu plus de la moitié dans le public.

Les journalistes se situent majoritairement dans la tranche 26-30 ans (40 %), mais un gros quart a moins de 25 ans et un petit quart entre 31 et 45 ans. Ils sont sensiblement plus âgés dans le public (plus d'un tiers a plus de 46 ans) que dans le privé (où les trois quarts ont moins de 30 ans). Si on ne considère que les journalistes salariés, la part des moins de 25 ans tombe à 17 % alors que plus de la moitié des journalistes non-rémunérés se recrutent dans cette catégorie.

GENRE : une large domination des hommes

La direction d'un média revient à un homme dans 95 % des cas dans le privé et dans 73 % des cas dans le public. **Près d'un quart des techniciens sont des techniciennes**, sans différence entre public et privé. **Dans le journalisme, la part des femmes est globalement de 29 %** mais ce chiffre augmente de 8 points dans le cas des journalistes non-rémunérés et baisse de 4 points dans les médias privés.

Pourtant la prise en compte de la question du genre reste en apparence vivace : lors d'un recrutement, sur un profil et avec une expérience similaires, les dirigeants du

public comme du privé (presque tous masculins, donc) avouent préférer un homme à une femme à une majorité de 55 % seulement. La différence de pourcentage avec la part que représentent effectivement les femmes dans le secteur montre bien le défi qui reste à relever dans ce domaine.

MOBILITÉ : d'importants mouvements régionaux

Si l'on considère l'ensemble des travailleurs des médias ayant répondu à l'enquête, **la région de naissance est diverse** et se distribue principalement sur cinq zones : Conakry (24 %), Kankan (16 %), Labé (14 %), N'Zérékoré (12 %) et Kindia (10 %). Les autres réponses sont à moins de 10 %.

Si l'on considère la mobilité, le taux de répondants nés dans une région et n'y travaillant plus varie de 22 % à Kankan jusqu'à 53 % à Labé et N'Zérékoré et même 65 % à Kindia. Les travailleurs des médias nés à Conakry mais exerçant aujourd'hui dans une autre région se chiffrent à 28 %. Les **disparités régionales sont donc très fortes** avec une zone au solde migratoire fortement négatif (Kindia) et une autre (Kankan) au solde migratoire fortement positif, dont le chef-lieu est la deuxième ville la plus peuplée du pays.

Cette forte mobilité au sein du pays se résume en un seul chiffre : seul **un tiers des travailleurs des médias exerçant dans la capitale est né à Conakry**.

FORMATION : une dominante universitaire et des vocations à géométrie variable

Considérés globalement, **sept travailleurs des médias sur dix sont des diplômés de l'enseignement supérieur guinéen**, avec un niveau master pour plus d'un tiers des répondants (35 %). Seuls 8 % ont une formation secondaire pour tout bagage.

Pour ce qui est des dirigeants des médias, les titulaires d'un master atteignent 45 % et ceux qui ont étudié à l'étranger 19 %. Les dirigeants du secteur privé sont beaucoup plus fréquemment titulaires d'un diplôme universitaire guinéen que leurs confrères du public (près de 20 points de différence) mais ces derniers ont deux fois plus étudié à l'étranger.

Le **domaine d'étude des dirigeants a principalement été le journalisme** (34 %) et les sciences humaines (31 %). Le poids des matières scientifiques et techniques (18 %) porte sans doute la marque de l'enseignement de l'ancien régime.

Plus d'un dirigeant sur dix a choisi sa voie « par hasard » (mais cela concerne 27 % des dirigeants de médias publics, ce qui constitue le deuxième « motif » de la vocation) et 5,6 % pour « entrer en politique » (0 % des dirigeants de médias publics). Mais en majorité, c'est par volonté d'enquêter (57,5 %), pour le statut social (28 %) et par intérêt technique (17 %). L'intérêt financier arrive en dernière position (3,7 % des répondants mais 9 % tout de même des dirigeants de médias publics).

Assez logiquement, la formation des techniciens des médias est principalement technique (50 %), avec une **forte occurrence d'un enseignement technique à l'étranger** (14 % des répondants), les deux tiers des répondants ayant eu une spécialité d'étude liée à la technique. La proportion de la formation supérieure est forte : près d'un tiers des techniciens est diplômé d'une université guinéenne et 11 % étaient spécialisés en langues et sciences humaines.

Pour ce qui est des journalistes, la formation universitaire est ultra-dominante (86 %, et même 89 % si on ajoute les universités à l'étranger) et ce chiffre baisse peu si on limite l'analyse aux seuls journalistes non rémunérés (80 %). L'occurrence est plus fréquente dans le secteur privé (88 %) que dans le secteur public (77 %). Le diplôme n'apparaît donc pas comme un facteur véritablement discriminant pour garantir un salaire, contrairement à ce qui peut ressortir d'enquêtes similaires dans d'autres pays africains⁴³. Tout au plus, le grade change-t-il : c'est plus fréquemment la licence (45 %) si on considère l'ensemble des répondants ou si on ne retient que les seuls médias privés, mais le master (47 %) si on ne considère que les journalistes salariés ou le secteur public. Le domaine d'étude est principalement le journalisme (41 % de tous les répondants) devant les sciences humaines (23 %), que les journalistes soient ou non rémunérés, mais un journaliste non rémunéré sur six a suivi une formation technique. Les trois quarts des vocations viennent d'un souci de témoigner et d'enquêter, que les journalistes soient issus d'un média public ou privé. Le statut social arrive en seconde position (31 %). En troisième apparaît « le hasard » pour les journalistes des médias publics (19 %) et l'intérêt financier (10 %) pour le secteur privé.

ANCIENNETÉ :

des renouvellements d'équipes très importants

Pour les dirigeants pris dans leur globalité, la durée d'exercice dans le secteur se répartit équitablement dans les tranches 11-20 ans (27 %), 6-10 ans (24 %) et 2-5 ans (24 %) mais la distinction public/privé révèle une véritable fracture : **45,5 % des dirigeants du secteur public ont plus de 21 ans d'exercice et 82 % plus de 11 ans**. Cette proportion n'est que de 5 % et 30 % respectivement dans le secteur privé. **Les « néo » dirigeants (moins de 2 ans d'exercice) sont peu nombreux** : 9,1 % dans le public et 13,6 % dans le privé. Autre fait saillant, plus de la moitié des dirigeants n'a travaillé que dans un seul (31 %) ou deux médias différents (23 %). Ces chiffres atteignent même respectivement 33 % et 56 % dans le secteur public. Dans le privé, les « mono-média » se chiffrent dans les mêmes proportions (30 %) mais la part de ceux qui ont connu 3 médias (23 %), 4 (9 %) ou 5 et plus (21 %) est supérieure.

Du côté des techniciens, la situation est également très tranchée : les trois quarts ont globalement moins de 5 ans d'expérience : plus de la moitié pour les techniciens du public et 95 % pour ceux du privé, où la moitié des techniciens (49 %) a moins de 2 ans d'expérience seulement, ce qui semble révéler un **très intense taux de rotation des équipes**.

Le constat est très similaire du côté des **journalistes : les trois quarts ont globalement**

43 Au Burundi ou en Centrafrique par exemple, différents sondages ont montré ces dernières années qu'un diplôme universitaire, non seulement est perçu, mais peut constituer de fait un antidote à la précarité des journalistes.

moins de 5 ans d'expérience et 28,5 % moins de 2 ans. Dans le privé, ces chiffres atteignent respectivement 84 % et 33 % alors que la tendance est moins marquée dans le public (40 % et 15 %). Ces chiffres restent toutefois faibles si on considère que le statut de la fonction publique garantit *a priori* l'emploi tout au long de la carrière. Là encore, ces chiffres semblent indiquer un très intense *turn-over*, qui est encore plus remarquable auprès des journalistes non-rémunérés : les deux tiers ont moins de 2 ans d'expérience, et seuls 9 % ont plus de 6 ans d'expérience. **L'extrême précarité apparaît donc comme une situation transitoire**, sans qu'il soit permis d'extrapoler sur la suite de carrière, entre l'intégration et la réorientation. Tout au plus est-il permis de constater que les journalistes salariés ont pour 52 % d'entre eux entre 2 et 5 ans d'expérience et que 11 % seulement ont plus de 11 ans d'expérience. Dans le secteur privé, ce dernier chiffre tombe à moins de 2 %. Ces différents indices tendent à démontrer que **l'abandon du métier est fréquent**, ce qui entraîne un très intense et très régulier renouvellement des équipes – avec tout ce que cela implique en termes de gestion des ressources humaines et de formation notamment. Par ailleurs, une large majorité des répondants (69 % globalement, 78,5 % dans le public et 65 % dans le privé) a travaillé dans **un ou deux médias seulement**. Seuls 5 % des journalistes ont connu 5 médias ou plus, que ce soit dans le public ou dans le privé.

AFFILIATION : **une faible mobilisation de corps**

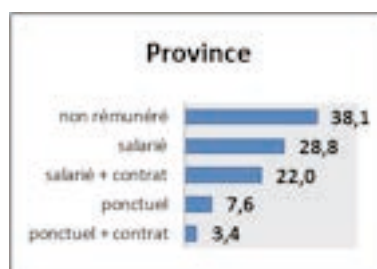
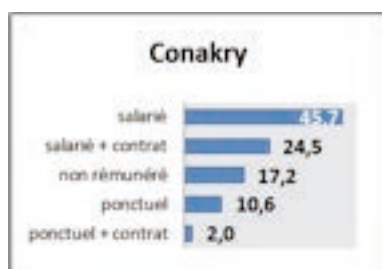
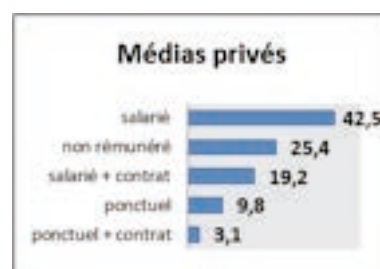
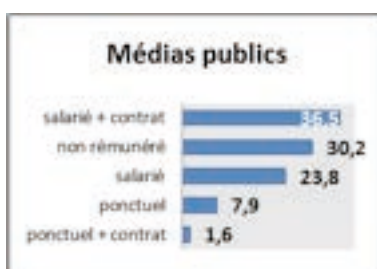
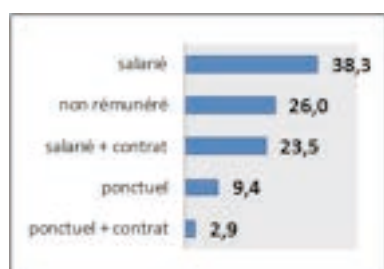
Si l'enregistrement sur les listes des **titulaires de la carte de presse** au CNC est majoritaire chez les dirigeants (53 %), il reste minoritaire chez les dirigeants des médias publics (46 %), **rare chez les journalistes (19 %)**, qu'ils relèvent du secteur public ou privé, et exceptionnel chez les techniciens (4 %). La représentativité de la carte de presse actuelle se résume dans un seul chiffre : seul 1 journaliste salarié sur 4 en est titulaire aujourd'hui.

La tendance est parallèle pour **l'affiliation à un syndicat ou une association** qui concerne 75 % des dirigeants (près de 20 points de plus dans le privé que dans le public) mais seulement **40 % des journalistes** (45 % dans le public et 38 % dans le privé) et 26 % des techniciens (plus de 30 points de plus dans le public que dans le privé cette fois). La mobilisation des forces vives du secteur reste donc très minoritaire et l'émiettement de l'offre (plus de 30 associations professionnelles recensées, voir liste en annexe 10) ne paraît pas correspondre aux attentes des travailleurs des médias, qui dans leur grande majorité, ne s'y reconnaissent apparemment pas.

Les dirigeants n'occupent en général pas d'autre fonction que celle de directeur de leur média (53 %) et quand ils en occupent, c'est principalement au sein de la société civile (28 %) ou dans l'administration (18 % pour les dirigeants du secteur public et 12 % des dirigeants du secteur privé). Plus de 17 % des dirigeants du secteur privé occupent en parallèle des fonctions au sein d'une entreprise commerciale, le plus souvent à l'intérieur du pays. Aucun dirigeant ne reconnaît occuper de fonction politique ou religieuse, même si certaines affiliations ont été vraisemblablement affectées dans l'acception large du vocable « société civile ».

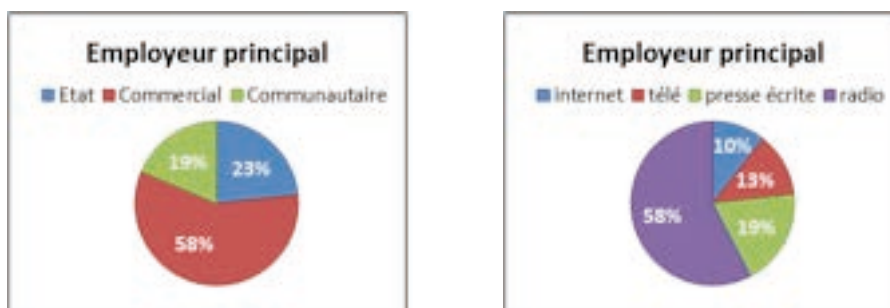
Une surreprésentation des journalistes non rémunérés

Le statut professionnel représente sans doute la principale variable d'ajustement dans les entreprises médiatiques : globalement, **62 % sont salariés, mais moins d'un quart dispose d'un contrat de travail** en bonne et due forme. Plus d'un sur dix travaille de manière ponctuelle. Le recours à des journalistes non rémunérés est une constante, quelle que soit la catégorie étudiée : **plus d'un sur quatre travaille « bénévolement »** (même si de fait, ce bénévolat est virtuel et s'apparente plus à un financement indirect par le « *nèm nèm* »). En province, le bénévolat est même le statut dominant (38 %), à un niveau plus de deux fois supérieur à la capitale. Autre surprise de cette enquête : dans le secteur public, la pratique est plus fréquente que dans le privé, même si les médias publics sont aussi ceux où les journalistes salariés sont les plus nombreux. On travaille bénévolement trois fois plus en radio (33,5 %) que dans le milieu de la télévision (11 %) et cela touche beaucoup plus fréquemment les femmes que les hommes. Près d'un journaliste sur deux (31 % dans le public et 52 % dans le privé) travaille par ailleurs sans contrat, ce qui contrevient évidemment aux règles élémentaires du droit du travail.



Des salaires contrastés et versés irrégulièrement

La question des salaires constitue sans doute le marqueur le plus symbolique de la condition d'exercice du métier de journaliste. La principale étude à ce jour – datant d'avril 2014 et circonscrite à Conakry – avait permis d'établir une première photographie en fonction du salaire minimum interprofessionnel garanti (Smig) guinéen. En utilisant la même classification, la présente étude affine les résultats et ouvre l'analyse au secteur public, aux régions et aux techniciens des médias.



Pour ce qui est du seul salaire de l'employeur principal, **27 % des journalistes affirment toucher moins du Smig et seuls 25,5 % plus d'un million de francs guinéens.** Cependant le fossé public/privé est important puisque les salariés du secteur public ne sont plus que 5 % à toucher moins du Smig (18 % dans les médias privés commerciaux et 77 % dans les médias privés communautaires) et 70 % à toucher plus d'un million de francs guinéens (16 % dans le secteur privé commercial et 3 % dans le secteur privé communautaire). Les **plus bas salaires sont donc logiquement majoritaires dans le secteur radiophonique (39,5 % des journalistes y gagnent moins que le Smig)** tandis que les journalistes gagnent en moyenne plus dans le secteur de la télévision (4 % des journalistes y touchent plus de 2 millions de GNF).

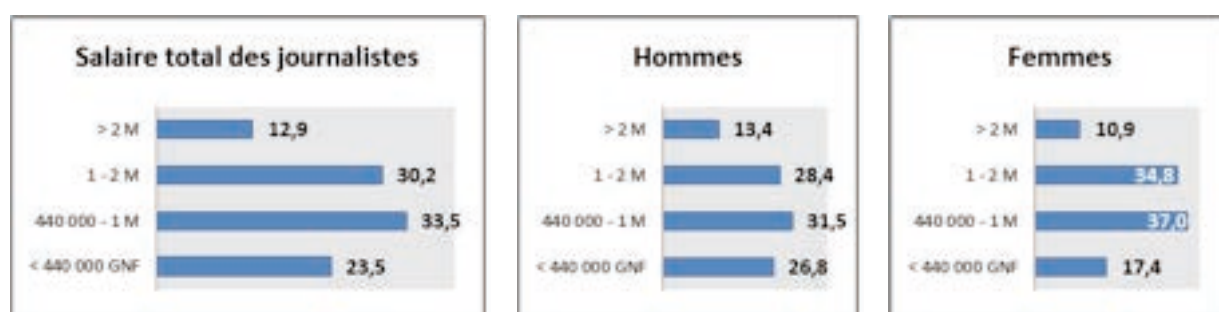
La proportion de bas salaires est notablement plus importante en régions mais celle des hauts salaires est identique dans la capitale et dans les régions. À l'inverse, la proportion de femmes journalistes parmi les bas salaires est plus faible (30 % des hommes touchent moins que le Smig et 43 % entre 440 000 et 1 million de GNF, contre respectivement 20 % et 56 % des femmes).

Qui plus est, ces salaires sont parfois versés très irrégulièrement. Cela reste minoritaire (**59 % des journalistes reçoivent leurs émoluments dans les temps**, 69 % sur Conakry et jusqu'à 90 % dans le secteur public) mais **17 % accusent un retard systématique** (jusqu'à 47 % dans les médias privés communautaires) et 24 % au moins une fois dans l'année. Dans le secteur privé commercial, ce dernier chiffre atteint 44 %. La presse écrite, internet et dans une moindre mesure la télévision figurent parmi les « bons payeurs », et la radio connaît très exactement autant de « bons » que de « mauvais » payeurs.

L'enquête auprès des médias du secteur privé à Conakry de 2014 révélait par ailleurs que **30 % des journalistes travaillaient pour plus de deux organes**. La présente étude trouve le même chiffre dans la capitale mais établit un taux de 27 % au niveau national, la proportion étant plus faible dans les régions (22 %) et chez les femmes (13 % seulement) mais plus élevée pour les journalistes des médias privés commerciaux (30 %) ou les hommes (31 %).

Dans 41 % des cas, un autre employeur hors médias vient également s'ajouter : l'administration (10 %), une structure de communication (7 %), de formation (7 %), une organisation internationale (1 %) ou une autre structure (16 %).

Si l'on considère l'ensemble des salaires perçus, **23,5 % des journalistes restent en dessous du Smig mais 13 % gagnent plus de 2 millions de GNF**. La proportion de faibles salaires est plus importante chez les hommes mais celle des hauts salaires aussi.

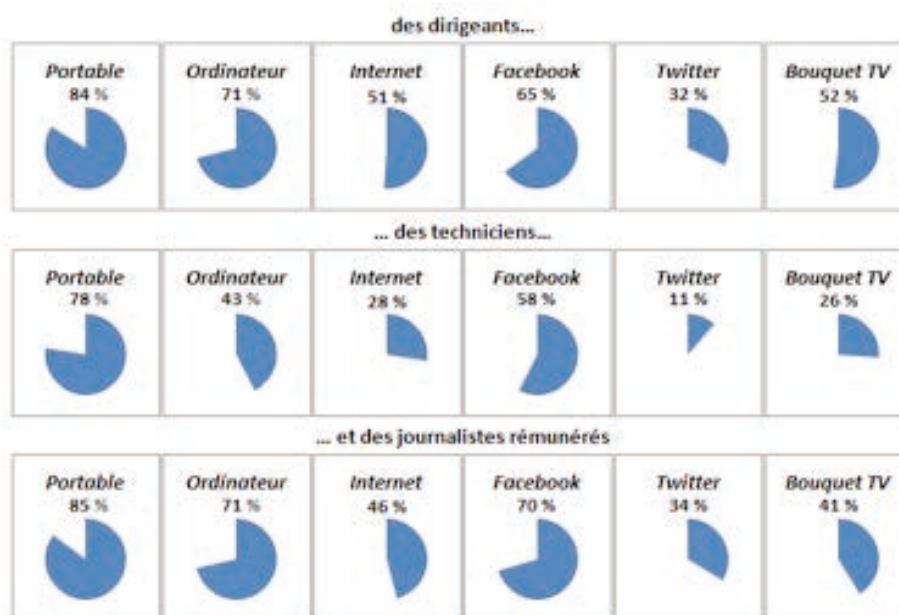


Les sources de revenu additionnelles atténuent très modérément le fossé entre journalistes du secteur public et de secteur privé commercial : à Conakry le différentiel entre les salaires de plus de 1 million de GNF passe ainsi de 38 à 33 points.

Un taux d'équipement personnel remarquable

Les travailleurs des médias disposent souvent à domicile des outils nécessaires à leur information et à leur production. Le téléphone portable atteint un taux d'équipement de 85 % chez les journalistes salariés (et plusieurs ont accès à différents réseaux) et l'ordinateur de 71 %. Un accès internet est en passe de devenir la norme. Facebook est généralisé. Les comptes sont d'autant plus présents chez les journalistes que leur moyenne d'âge est plus faible que celle des dirigeants. Twitter, en revanche, reste encore minoritaire et plusieurs comptes consultés étaient, qui plus est, inactifs. Deux journalistes sur cinq et un dirigeant sur deux ont par ailleurs accès à un bouquet de chaînes comme StarTimes ou Canal+

TAUX D'ÉQUIPEMENT À DOMICILE



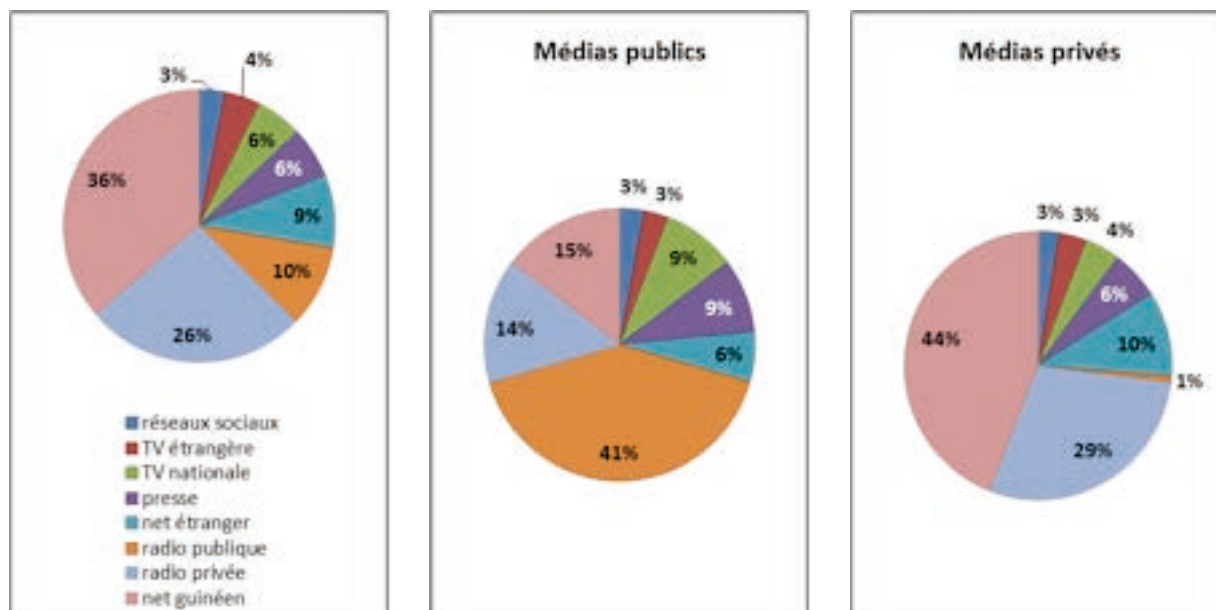
Des vecteurs d'information qui évoluent

Par quel média les travailleurs des médias s'informent-ils en priorité ? Peu par la presse (6 %), par la télévision nationale ou étrangère (10 %) ou par la radio, publique (10 %) ou privée (26 %). Internet a induit des changements de pratique très profonds : les réseaux sociaux sont la principale source d'information de 3 % des journalistes salariés guinéens. Les sites guinéens (36 %) ou étrangers (9 %) permettent à internet dans la globalité de son offre de totaliser 48 % des résultats. Et ce chiffre atteint même 57 % si l'on ne considère que les journalistes de médias privés. Au sein des journalistes des médias publics, la radio nationale reste puissante (41 %) mais internet arrive déjà en deuxième position à 23 %.

Chez les dirigeants, l'évolution est sensiblement la même : la presse écrite ne totalise qu'un minuscule 3 %, la télévision 13 % (dont 10 % pour les seules chaînes étrangères) et la radio parvient à maintenir une part de 36 % (dont 22 % pour les stations publiques). Internet atteint là encore, toutes composantes confondues, 48 % et 55 % pour les dirigeants du secteur privé.

Chez les techniciens en revanche, les habitudes restent plus proches de celles du reste de la population et la radio conserve encore ses lettres de noblesse avec près des deux tiers des réponses, qu'il s'agisse de stations publiques (21 %) ou privées (43 %). La presse écrite n'est plus citée que marginalement (1 %) quand elle est même citée (0 % pour les techniciens des médias publics). La télévision (13 %) est principalement portée par les chaînes étrangères (9 %). Internet n'arbore encore que 22 %, ce qui lui permet déjà de gravir la deuxième place des sources d'information. En son sein, ce sont les réseaux sociaux qui dominent avec 8 % à eux seuls (et même 10 % pour les techniciens du public). Eu égard au taux d'accès à internet encore relativement faible dans cette catégorie de population, les évolutions que l'on constate promettent d'autres changements radicaux à venir

TAUX D'ÉQUIPEMENT À DOMICILE



Un traitement de l'information polarisé par la politique

La grande majorité des journalistes (55 %) couvrent l'ensemble des thématiques dans le cadre de leur activité. Un sur six seulement (14 %) n'en traite qu'une seule (et même seulement un sur douze dans les médias télévisés).

Parmi les différentes rubriques traitées, la politique se taille la part du lion (38 %) devant les faits divers (20 %) et la culture (9 %). À Conakry, la politique atteint même 51 %. Dans les médias publics, l'agriculture (19 %) remplace les faits divers à la deuxième place des thématiques les plus traitées. La rubrique féminine (8,5 %) arrive en sixième position. Le sport (2 %) et plus encore l'économie (0 %) sont relégués en dernières positions⁴⁴. Dans les médias privés, le sport est plus valorisé (6 %) et ce sont les sujets féminins (3 %) et internationaux (0,5 %) qui ferment la marche.

De manière plus surprenante, le sujet le plus traité – la politique – n'arrive qu'en cinquième position pour les femmes (11 %), qui semblent circonscrites aux sujets féminins (20 %), culturels (18 %) et internationaux (15,5 %). Force est cependant de constater qu'il s'agit là très exactement des thématiques qui intéressent le plus les femmes, selon ce qu'elles déclarent elles-mêmes.

Plus globalement, les journalistes reconnaissent un goût plus prononcé que ce qu'ils sont amenés à traiter pour les sujets des rubriques culture (4 points de différentiel), agriculture (3 points), femme (2 points), économie (2 points), sport (1 point) mais surtout international (6 points). À l'inverse, leur appétence pour la politique est moindre que ce qu'ils sont conduits à couvrir (12 points) et il en va de même, dans une moindre mesure, pour les faits-divers (2 points).

Les sources des journalistes donnent également de précieux renseignements sur leur profil : si le réseau personnel d'informateurs arrive logiquement en tête (40,5 %), les autres médias sont cités par 31 % des répondants : apparaît du même coup l'image de médias « suivistes » qui s'observent et s'inspirent. Les communiqués sont ensuite cités par un journaliste sur six. Dans le cas des journalistes non rémunérés, qui sont les plus concernés par les rétributions indirectes auxquelles ces communiqués donnent souvent accès, ce taux atteint même un sur quatre. Globalement, les réseaux sociaux représentent 8 % des sources les plus citées mais de manière inattendue, ce chiffre est double à l'intérieur du pays (16 %).

Un relatif optimisme malgré un sentiment de danger

Nonobstant le contexte économique, l'exercice du journalisme en Guinée est également marqué par une forte propension à l'autocensure : 72 % des répondants estiment « tout à fait » ou « plutôt » être obligés de le faire pour traiter certains sujets (78 % dans les médias publics et 70 % dans les médias privés). Les salariés réguliers s'autocensurent moins (69 %) que les journalistes non-rémunérés (81 %). Dans les régions, où ces derniers sont particulièrement nombreux, il est marquant de constater que le chiffre est supérieur de 15 points à la moyenne et inversement à Conakry, il est moindre de 15 %. La presse écrite (avec un taux de 56 %) et internet (53 %) sont les deux médias où l'autocensure est la moins forte. La radio (78 %) et la télévision (77 %) sont ceux où elle est, en revanche, la plus importante.

Ils sont également une large majorité (56 %) à penser que le journalisme est un métier dangereux en Guinée, à égalité dans les médias publics et privés, mais un peu moins à Conakry (52 %) que dans les régions (60 %). Là encore, la tendance est moins marquée dans la presse en ligne (47 %), la télévision (50 %) et la presse écrite (53 %) et plus marquée en radio (59 %). Les dirigeants des médias (59 %) sont même un peu plus nombreux que les journalistes à penser que le journalisme est dangereux. Et la tendance s'amplifie encore à l'intérieur du pays (71 %).

La peur s'est du reste invitée dans le quotidien des journalistes, même si son sentiment reste minoritaire : 42 % des répondants estime qu'elle fait aujourd'hui partie intégrante de leur vie professionnelle (38 % dans le public et 44 % dans le privé). Ce sentiment est là encore plus partagé dans les régions (47 %) que dans la capitale (37,5 %) et très légèrement plus masculin (43 %) que féminin (40 %). Dans les différentes catégories observées, la peur domine sur un seul groupe : les journalistes non rémunérés (50,1 %).

En dépit de ces réalités, la profession positive : les journalistes sont à 84 % optimistes sur leur situation professionnelle dans cinq ans. Le chiffre est moindre chez les journalistes de presse écrite mais reste robuste (67 %). Les journalistes de télévision (90 %) et d'internet (91 %) sont même quasi unanimes.

Les dirigeants leur emboîtent le pas : pas un seul n'avoue le moindre pessimisme et deux sur trois sont « tout à fait » optimistes, même si, toutes choses étant égales par ailleurs, l'enthousiasme est un peu plus mesuré pour les dirigeants de médias publics (50 % sont « tout à fait » optimistes et autant « plutôt » optimistes).

III. L'ENVIRONNEMENT DES MÉDIAS GUINÉENS

RÉGULATION ET AUTORÉGULATION

LES DISPOSITIONS DU CADRE LÉGAL ET JURIDIQUE JUSQU'EN 2008

En 1989, quelques années après le décès du président Sékou Touré, les pouvoirs publics prennent conscience de la nécessité de créer des conditions propices à l'émergence d'une société plurielle. Dans son discours à la nation, le 2 octobre 1989, le chef de l'État en exercice, Lansana Conté, expose la stratégie de mise en œuvre du programme de démocratisation de la Guinée. Celui-ci se matérialisera notamment par la consécration de la Loi fondamentale, soumise à référendum et adoptée le 23 décembre 1990.

Son article 7 dispose que l'individu « *est libre de croire, de penser et de professer sa foi religieuse, ses opinions politiques ou philosophiques. Il est libre d'exprimer, de manifester et de diffuser ses idées et ses opinions par la parole, l'écrit et l'image. Il est libre de s'instruire et de s'informer aux sources accessibles à tous* ».

Cette réforme conduit également à l'organisation par le gouvernement en juin 1991 des « journées nationales de l'information et de la communication » qui aboutiront à l'adoption d'une résolution générale comportant 38 recommandations. La majorité d'entre elles portent sur le « financement et la gestion des organes de presse », et sur « la politique de l'information et de la communication », deux traitent de « l'information », une est relative à « la liberté d'association » ; trois recommandations enfin concernent « la création de la presse ». Ces recommandations n'ayant ni valeur réglementaire, ni valeur législative encore moins constitutionnelle, ne sont pas suivies d'effets, faute également de mécanisme de suivi et d'évaluation⁴⁵.

Trois projets réglementaires voient cependant le jour en décembre 1991 :

- un projet de texte relatif à la liberté de presse et aux délits de presse, qui permettra l'adoption des lois n° 91/005/CTRN et n°91/006/CTRN de décembre 1991 portant respectivement liberté de la presse et création du Conseil national de la communication (CNC), votées par le Comité transitoire de redressement national (CTRN) ;
- un projet de convention collective des journalistes et techniciens de la communication sociale de la République de Guinée, qui ne verra finalement pas le jour ;
- un projet de texte portant création d'entreprises de presse publiques et privées.

Dès 1992, plusieurs organes de presse peuvent ainsi être créés sur un fondement légal, ce qui constitue une réelle évolution du dispositif juridique. Ces nouveaux textes comprennent néanmoins un certain nombre de mesures limitant la liberté de la presse, dont le dépôt légal avant la parution des journaux.

45 « *Un siècle de journaux en Guinée : histoire de la presse écrite de la période coloniale à nos jours* ». Mamadou Dindé Diallo, université Toulouse Le Mirail, 2013.

LES MESURES RESTRICTIVES À LA LIBERTÉ DE LA PRESSE DE LA LOI DE 1991

L'**article 15** permet aux pouvoirs publics de prendre connaissance des journaux avant leur parution en kiosque et de sanctionner le contenu a priori. La loi prévoit aussi des peines privatives de liberté en cas de diffamation, de diffusion de fausses nouvelles, d'injures, y compris l'injure au président de la République.

L'**article 34** limite le taux d'investissement des étrangers à 30 %.

L'**article 36** impose aux organes de presse d'avoir des directeurs de nationalité guinéenne.

L'**article 45** impose aux journalistes l'enregistrement auprès du Conseil national de la communication (CNC) chaque année pour bénéficier de la carte de journaliste. Cette carte peut être retirée en cas de faute professionnelle. La procédure de délivrance des cartes de journaliste professionnel impose un régime obligatoire de licence individuelle pour l'exercice du métier de journaliste.

L'**article 58** impose l'enregistrement des vendeurs de journaux auprès des autorités municipales qui délivrent des cartes.

L'**article 71** impose des peines sévères allant jusqu'à un an de prison et 5 millions de francs guinéens (environ 800 €) d'amende pour injure au chef de l'État. Cette mesure s'applique aussi à l'injure aux chefs d'États étrangers, qu'ils soient en Guinée ou chez eux.

La diffusion de fausses nouvelles est aussi réprimée par l'**article 72** qui impose des peines d'emprisonnement allant jusqu'à 2 ans et à 5 ans si elle sape le moral des armées ou ébranle l'effort de guerre de la nation.

Les articles 74 à 80 prévoient des peines sévères en cas de diffamation ; les sanctions peuvent aller jusqu'à 2 ans lorsqu'il s'agit d'une diffamation envers un groupe ethnique, racial, national ou religieux.

D'autres sanctions vont jusqu'à la suspension des publications ou émissions en cas de récidive.

Durant cette même période, un plan d'action et un plan cadre stratégique pour la relance des activités de l'Association des journalistes de Guinée (AJG) sont initiés.

Quelques années plus tard, en 2001, un code de déontologie du journaliste guinéen est adopté. Élaboré à l'initiative de l'Association des journalistes de Guinée (AJG), il se fonde notamment sur les normes proposées par l'Union des journalistes d'Afrique de l'Ouest (UJAO). La rédaction de ce code coïncide avec le début des activités de l'Observatoire guinéen de la déontologie des médias (Oguidem) – organe d'autorégulation des médias – grâce à l'appui de la Fondation allemande Friedrich Ebert.

C'est un décret du 20 août 2005⁴⁶ « portant conditions d'implantation et d'exploitation

des stations de radiodiffusion et de télévisions privées en République de Guinée » qui va permettre une réelle libéralisation du paysage audiovisuel guinéen. Cette évolution est opérée à la faveur des réformes engagées par le gouvernement et parfois sous la pression des partenaires bi et multilatéraux, qui en font des conditionnalités essentielles pour leur assistance d'aide à la Guinée⁴⁷. Ce décret de libéralisation de l'espace audiovisuel est accompagné d'un arrêté d'application et de cahiers de charges.

LE COÛT DE CRÉATION DES RADIOS ET TÉLÉVISIONS PRIVÉES

« À l'exception des groupes religieux et des partis politiques, tout individu peut créer une station de radio ou de télévision en Guinée, à condition de respecter le cahier des charges et de payer un montant de 15 millions de GNF (2 960 \$) pour obtenir une fréquence – montant que les radiodiffuseurs privés considèrent exorbitant. Les redevances annuelles seront fixées à 25 millions de GNF (4 930 \$) pour les stations de radio commerciales ; 2 millions de GNF (395 \$) pour les stations de radio communautaires ; 5 millions de GNF (985 \$) pour les stations de télévision commerciales, et 3 millions de GNF (590 \$) pour les stations de télévision communautaires. Les radios et télévisions étrangères signent pour leur part des accords avec le ministère de la Communication pour mettre en place des opérations en Guinée »⁴⁸.

LES AUTORITÉS DE RÉGULATION

La création du Conseil national de la communication (CNC)

Le Conseil national de la communication, l'organe de régulation des médias créé par la loi L 91/006, est doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, ce qui le met *a priori* un peu à l'abri des ingérences des gouvernements. En vertu de ce statut d'autorité administrative indépendante, son budget est inscrit dans la loi de finances de l'année. De fait, l'autonomie financière paraît contestée.

Parmi les neuf membres du collège du CNC, six sont désignés pour cinq ans, et trois pour trois ans. Le président de la République nomme pour sa part deux membres dont le président du CNC. Un membre est désigné par l'Assemblée nationale, un par le Conseil supérieur de la magistrature, un par le collectif des journalistes, un par le collectif des postes et télécommunications. Enfin, parmi les membres désignés pour trois ans figure un membre désigné par le collectif du cinéma, un par le collectif des imprimeurs, et un par le collectif des libraires, bibliothécaires et archivistes.

L'article 5 de la loi L 91/006 fixe les attributions du CNC :

- définir les modalités de mise en œuvre du droit à l'expression des différents courants d'opinion à travers les médias publics et privés ;
- veiller aux développements de l'information des populations dans ses langues nationales ;

47 L'Union européenne notamment grâce aux Accords ACP/UE et l'exigence de conditionnalité de l'aide publique au développement.

48 Source « *Media Sustainability Index 2009* », Irex. 2010. Les montants en dollars correspondent au taux de change de l'époque.

- veiller à la promotion de la culture nationale sous toutes ses formes en matière première de production et de diffusion d'œuvres nationales ;
- veiller à la transparence des règles économiques de fonctionnement des organismes d'information et notamment de prévenir et combattre la concentration des titres et organes sous l'influence financière, politique et idéologique d'un même propriétaire ;
- fixer les conditions d'élaboration et de production, de programmation et de diffusion des écrits et émissions relatifs aux campagnes électorales ;
- promouvoir la compréhension et la confiance mutuelle entre les médias et les publics et assurer un arbitrage à l'amiable dans les conflits relatifs à la liberté d'expression et de conscience qui opposent les directeurs des organes d'information et leurs collaborateurs ou le public aux médias.

LA CRÉATION DE L'AUTORITÉ DE RÉGULATION DES POSTES ET TÉLÉCOMMUNICATIONS

C'est par la loi L/2005/018/AN du 8 septembre 2005 qu'est créé « un organe de régulation du secteur des télécommunications, de la poste et des technologies de l'information et de la communication dénommé l'Autorité de régulation des postes et télécommunications (ARPT) ». L'ARPT est une personne morale de droit public, indépendante, dotée de l'autonomie financière et de gestion, et placée sous la tutelle du ministre chargé des télécommunications. Elle est dirigée par un Conseil dont les membres sont tous nommés par décret par le président de la République et dispose d'un directeur général chargé de la préparation et de la mise en œuvre des décisions, également nommé par décret présidentiel.

Le conseil a été renouvelé en janvier 2014. Il est dirigé depuis 2011 par Moustapha Mamy Diaby.

LES MISSIONS DE L'ARPT

L'ARPT est essentiellement chargée de :

- *l'attribution, de la gestion et de la bonne utilisation des fréquences ;*
- *veiller à bonne rédaction des cahiers des charges soumis aux différents opérateurs ;*
- *veiller au strict respect des termes desdits cahiers des charges ;*
- *veiller à protéger les opérateurs entre eux en évitant la concurrence déloyale ;*
- *veiller à protéger les opérateurs face à l'État ;*
- *protéger les consommateurs guinéens et étrangers en Guinée ;*
- *faire respecter par les opérateurs, le service universel des télécommunications pour faire bénéficier les consommateurs de leur droit de communiquer, quels qu'ils soient, où qu'ils soient, quand ils le souhaitent et avec la qualité adéquate ;*
- *aider l'État dans la résolution des conflits avec les opérateurs ;*
- *conseiller l'État dans la stratégie de développement des télécoms et NTI.*

LA PÉRIODE DE TRANSITION 2008-2010

Après le décès de Lansana Conté fin 2008, le cadre juridique des médias va être totalement révisé et enregistrer des avancées considérables.

Cela passe d'abord par une **nouvelle constitution** rédigée par le Conseil national de la transition (CNT) – Parlement transitoire mis en place en mars 2010 – et qui est adoptée le 7 mai 2010.

Elle garantit la liberté d'expression et la liberté des médias. Le préambule affirme l'adhésion de la Guinée à tous les normes et principes des Nations unies, de la Déclaration universelle des droits de l'homme, les Conventions et Pactes internationaux relatifs aux droits de l'homme, l'Acte constitutif de l'Union africaine, la Charte africaine des droits de l'homme et des peuples et ses protocoles additionnels relatifs aux droits de la femme, ainsi que le traité de la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) et ses protocoles sur la démocratie et la bonne gouvernance. La Guinée n'a cependant pas encore ratifié l'Accord de Florence qui permet l'exemption de taxe pour les intrants servant à la fabrication des journaux (encres, papier). Ceux-ci demeurent donc à un tarif élevé pour les éditeurs.

L'article 7 de la Constitution dispose que *« chacun est libre de croire, de penser et de professer sa foi religieuse, ses opinions politiques et philosophiques. Il est libre d'exprimer, de manifester et de diffuser ses idées et opinions par la parole, l'écrit et l'image. Il est libre de s'instruire et de s'informer aux sources accessibles à tous. La liberté de presse est garantie et protégée. La création d'un organe de presse ou de média pour l'information politique, économique, sociale, culturelle, sportive, récréative ou scientifique est libre. Le droit d'accès à l'information publique est garanti au citoyen. Une loi fixe les conditions d'exercice de ces droits, le régime et les conditions de création de la presse et des médias »*.

La Constitution précise que toutes restrictions à cette disposition doivent être *« indispensables au maintien de l'ordre public et de la démocratie »*. Ces restrictions peuvent ainsi donner lieu à un abus de pouvoir, la notion d'ordre public étant sinon vague, tout au moins étendue. En parallèle, la Guinée a pourtant souscrit à la Déclaration de principe sur la liberté d'expression en Afrique de l'Union africaine dont les termes ne souffrent aucune ambiguïté.

L'article 23 de la Constitution stipule que l'État *« veille au pluralisme des opinions et des sources d'information »* et affirme, dans son article 25, le devoir de l'État *« d'assurer la diffusion et l'enseignement de la Constitution, ainsi que de tous les instruments internationaux dûment ratifiés relatifs aux droits humains »*, y compris dans les langues nationales et par tous les moyens de communication de masse. Malheureusement, ces instruments ne sont pas connus des citoyens, et aucune mesure ne semble prise pour qu'ils le soient.

Trois lois sont par ailleurs préparées par la Commission en charge de la communication du Conseil national de transition : l'une porte sur la liberté de la presse, la deuxième porte sur la création d'une Haute Autorité de la communication (HAC), la troisième concerne l'accès à l'information publique :

- la **loi organique n° 2010/002/CNT du 22 juin 2010 portant liberté de la presse** consacre, dans son article 98, la dépénalisation des délits de presse. Le texte prévoit des amendes, certes jugées parfois très lourdes, mais n'impose plus de peines de prison pour les journalistes coupables de délits de presse. Elle prend également en compte les médias audiovisuels publics et privés ainsi que les médias en ligne, contrairement à la loi précédente qui ne traitait que de la presse écrite ;
- la **loi organique n° 2010/003/CNT du 22 juin 2010 portant attributions, organisation, composition et fonctionnement de la Haute Autorité de la communication (HAC)** prévoit la création d'un nouvel organe de régulation des médias, plus indépendant, comptant davantage de membres et un président désormais élu par ses pairs sous la supervision de la Cour constitutionnelle. « L'article 6 prévoit une représentation beaucoup plus équilibrée en réservant cinq postes parmi les 11 aux associations de presse, et en faisant référence à la question de genre. L'article 4 renforce les pouvoirs de la HAC. En effet, «son avis consultatif est requis avant toute nomination des directeurs des organes de presse publique et publié au journal officiel de la République». L'art. 7 exige la déclaration de biens du président de la HAC en début et fin de mandat. Cette garantie constitue une base supplémentaire de probité.⁴⁹ » La HAC devient responsable de la répartition du fond d'aide à la presse ;
- enfin, la **loi organique 2010/004/CNT portant sur le droit d'accès à l'information publique** marque une avancée notoire en lien avec les prévisions de l'article 7 de la Constitution. Le *Journal officiel* est un moyen classique pour rendre accessible l'information publique, mais il est généralement publié avec beaucoup de retard et ne l'est même plus aujourd'hui. Le CNT, et particulièrement sa commission Communication emmenée par Souleymane Diallo, administrateur du *Lynx*, a rédigé ce projet de loi sur le libre accès à l'information d'abord et avant tout afin de permettre à tout citoyen d'obtenir des informations de l'administration publique (en dehors de cas bien précis). *A minima*, elle bénéficierait aux journalistes dans leur travail de recherche.

Ces trois lois ont été promulguées par le général Sékouba Konaté – président de la transition de 2009 à 2010 – en juin et en décembre 2010. À ce jour, aucune de ces trois lois n'a cependant été publiée au *Journal officiel* de la République de Guinée, ce qui entraîne régulièrement des interrogations sur leur applicabilité, voire leur constitutionnalité.

Si aucune détention de journalistes n'est à ce jour à noter, l'accès à l'information publique reste cependant particulièrement problématique. L'avis de conformité de la Cour suprême n'aurait pas été délivré et la loi porterait même deux numéros différents⁵⁰. Le CNC quant

49 « Guinée : les journalistes, victimes oubliées des exactions », article XIX, juillet 2010.

50 Selon Souleymane Diallo, administrateur général du groupe Le Lynx-La Lance, la loi serait sortie du Conseil national de transition avec le numéro 04, mais après son passage au secrétariat général du gouvernement elle serait ressortie avec le numéro 05.

à lui n'a toujours pas cédé sa place à la HAC⁵¹. Aux termes des dispositions transitoires de la Constitution, le CNC devait en effet assumer le rôle de la HAC jusqu'à l'installation de l'Assemblée nationale à l'issue des élections législatives prévues initialement en novembre 2011, mais qui se sont finalement tenues en septembre 2013. Pour autant, le CNC est toujours en place, avec à sa tête depuis janvier 2011 Martine Condé.

LES PRINCIPALES DISPOSITIONS DE LA LOI SUR LA LIBERTÉ DE LA PRESSE DE 2010

LES AVANCÉES

*Le régime de la déclaration prévaut toujours **pour la création un journal en Guinée** : « tout organe de presse peut être créé sans autorisation préalable et sans dépôt de caution⁵² ». Il suffit d'une formalité administrative de déclaration portant le nom du journal et de son directeur de publication, de son adresse, et de l'imprimerie, adressée au procureur de la République, qui délivre le récépissé.*

***Pour les médias en ligne**, auxquels il n'était pas fait référence dans le précédent texte, la loi fait obligation de mentionner les nom, prénom, adresse et profession du directeur général ou administrateur du site en Guinée, l'adresse du site web et l'adresse du siège. L'État ne cherche pas à bloquer ou à filtrer le contenu d'internet, il n'en a pas les moyens. Une majorité des sites web en ligne sont hébergés à l'étranger et sont de fait hors de contrôle.*

*La loi sur la presse interdit également **la création d'un média sur une base ethnique, politique, religieuse**. L'article 30 indique qu' « aucune station de radiodiffusion ou de télévision privée ou communautaire ne doit ni directement et indirectement s'identifier à un parti politique, à une religion, à une région ou encore à une ethnie ». Cette disposition vise de la sorte à assurer à toutes les composantes de la société un accès équitable aux médias. Il revient à la HAC de « veiller au respect de la pluralité des courants de pensée et d'opinion dans les services publics de communication » (art 1.L/2010/003).*

*Afin d'éviter **la concentration**, l'article 71 « interdit toute participation, sous quelque forme que ce soit, au capital social d'une entreprise d'information, qui a pour effet de permettre le contrôle direct ou indirect d'au moins 20 % de l'ensemble des médias privés sur toute l'étendue du territoire national. »*

L'article 69 de la même loi limite à un seuil de 30 % la participation au capital social ou les droits de vote qu'un étranger peut posséder dans une entreprise de média en Guinée. Les articles 67 et 68 de la loi précisent à cette fin que « dans le cas des sociétés par actions, les actions doivent être nominatives et toute cession d'action est soumise à l'approbation du conseil d'administration ». Par ailleurs, toute cession de part d'au moins 1/3 du capital doit être portée à la connaissance du public.

De plus, le décret de libéralisation du 20 août 2005, et le cahier des charges des radios limitent la concentration des médias : « ... aucun étranger ne peut posséder, directement ou indirectement, plus de 30 % du capital social ou des droits de vote de l'entreprise audiovisuelle » (art.6).

51 La HAC a finalement été mise en place le 10 mars 2015 et ses membres ont élu Martine Condé comme présidente.

52 Article 6 de la loi 2010/002/CNT.

La protection des sources d'information est une obligation pour le journaliste. L'article 85 stipule qu'il ne peut les révéler « que sur demande du procureur de la République ». Cela peut constituer une entrave à la protection de la confidentialité des sources, mais le journaliste peut refuser de s'exécuter, et faire appel de la réquisition ou de la décision du procureur de la République.

LES POINTS À AMÉLIORER⁵³

Si cette loi permet des avancées notables, elle maintient cependant les délits d'offense au chef de l'État (art. 105), de propagation de fausses nouvelles (art. 106), la protection des personnes publiques en cas de diffamation (art. 108 à 110) et élargit le champ des restrictions en assimilant le mépris à l'injure. L'article 112 dispose ainsi que : «Toute expression outrageante, terme de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait est une injure.»

AUTORÉGULATION ET ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES

Un organe d'autorégulation – l'Observatoire guinéen de la déontologie, de l'éthique et des médias (**Oguidem**) – a été mis en place en septembre 2001.

Il se fixait comme objectifs de :

- faire observer par les journalistes le Code de déontologie du journaliste guinéen ;
- veiller au respect des normes de l'éthique professionnelle en s'opposant notamment à toute incitation au tribalisme, au régionalisme, au sectarisme, à la xénophobie, au crime, au fanatisme sous toutes ses formes, à la violence, aux délits, à l'outrage aux bonnes mœurs, à la révolte, à l'apologie des crimes de guerre et des crimes contre l'humanité.

Composé de 13 membres, il réunissait 4 représentants de la presse publique, 5 de la presse privée, 2 représentants de l'Association des journalistes guinéens, 1 représentant de l'ordre des avocats et 1 de l'Association des femmes journalistes.

Peu de temps après sa création, l'Oguidem fait rapidement face à des problèmes internes conduisant au départ de quelques-uns de ses membres. Une nouvelle équipe est constituée en 2003, mais en dépit de l'appui de bailleurs internationaux (l'ambassade américaine, l'International Center for Journalism, l'ONG canadienne Réseau Liberté), l'Oguidem se heurte rapidement à des problèmes financiers et matériels. Par ailleurs, il n'est pas connu du grand public, qui ne sait donc pas le saisir. Malgré plusieurs tentatives de relance (en 2008 puis en 2012), il semble être tombé en léthargie.

L'Oguidem n'a aujourd'hui d'existence que virtuelle. Il est cependant cité par la présidente

⁵³ Selon les critères retenus par les principales organisations actives dans la défense de la liberté de la presse (article 19, RSF, Internews etc.).

du CNC, Martine Condé, qui souhaite sa relance, de manière à assurer avec lui une « corégulation » dans laquelle l'Oguidem jouerait le rôle de première instance, sans pouvoir de sanction, et le CNC de seconde instance, avec pouvoir de coercition donné par la loi. Ce dispositif à deux étages permettrait théoriquement de désamorcer et régler les conflits et délits de presse.

En 2004, l'Oguidem a cependant réalisé un toilettage du code déontologie des médias mais celui-ci reste peu connu et peu diffusé. D'autres codes de déontologie plus spécifiques (sur la couverture des élections en 2010 et un sur la responsabilité sociale des journalistes en 2011) ont par ailleurs été mis en place avec l'appui de l'ONG *Search for Common Ground*.

Les associations professionnelles et sectorielles⁵⁴ des médias sont pour leur part issues du mouvement de libéralisation de 1991.

C'est à cette époque, en même temps que la loi sur la liberté de la presse, qu'est née l'Association des journalistes de Guinée (AJG), qui était fortement adossée aux médias publics, et l'Association guinéenne des éditeurs de la presse indépendante (Agépi). Année après année, d'autres associations se sont créées, au fur et à mesure de l'émergence de nouveaux médias (radios, avec la naissance de l'Urtelgui en 2009) et presse en ligne (avec la création entre autres de l'Association guinéenne de la presse en ligne [Aguipel] en 2007).

Régulièrement, de nouvelles associations émergent, parfois en conclusion de recommandations d'un séminaire thématique, ce qui génère des entités extrêmement spécialisées et dont les raisons sociales et les objectifs sont de fait très restreints. D'autres associations apparaissent également suite à des sécessions dans une association préexistante. C'est ainsi que des conflits ou rivalités internes au sein d'une association donnée débouchent sur la création d'une nouvelle entité. On connaît aussi le cas où l'alignement, réel ou supposé, d'une association sur une mouvance politique (mouvance présidentielle ou opposition) provoque le départ d'une partie de ses membres, qui s'empressent de créer une structure concurrente. Dans les régions, on enregistre également des tentatives de regroupements associatifs, mais qui, pour l'heure, n'aboutissent pas.

Les statuts (régularité des réunions, renouvellement des membres du bureau etc.) ne semblent généralement pas respectés, certains présidents d'association n'ayant pas remis en jeu leur mandat depuis plus d'une dizaine d'années.

Le projet de création d'une Fédération des associations professionnelles et des organisations de journalistes (Fapoj) lancé en 2013 avec à sa tête Saikou Baldé (également président de l'Alliance des médias pour les droits humains en Guinée) semble déjà avoir fait long feu courant 2014.

Les associations de journalistes et de médias sont par ailleurs peu représentées dans les régions. Si elles comptent des membres dans la plupart des villes où exercent des médias, elles n'y ont pas de représentations ou de démembrements. C'est du reste une demande assez pressante des journalistes et correspondants régionaux d'avoir des associations au niveau local.

LES TROIS PRINCIPALES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES

Dans le maquis des associations professionnelles, trois d'entre elles ont acquis une forme de légitimité suffisante pour être reconnues par le Conseil national de la communication, qui leur a délégué, du fait qu'elles rassemblent des personnes morales/ entreprises de presse et non pas des individus, la répartition de la subvention publique aux médias privés. Il s'agit de :

AGEPI Association guinéenne des éditeurs de la presse indépendante. 1991

Président : Hassan Kaba – directeur de l'hebdomadaire Le Standard

L'Agepi est la plus ancienne des associations professionnelles des médias. Elle vise à promouvoir le journalisme, la formation des professionnels et la défense de la liberté de la presse et d'expression. Comptant une soixantaine de membres, c'est l'une des organisations représentatives de la presse, intervenant régulièrement, notamment avec l'Urtelgui et l'Aguipel, pour dénoncer les atteintes aux droits des professionnels des médias.

URTELGUI Union des radiodiffusions et télévisions libres de Guinée. 2009

Président : Boubacar Yacine Diallo – ancien président du CNC ; ancien ministre de la Communication (2006-2008). Membre de l'Institution nationale indépendante des droits humains (INIDH)

L'Union des radiodiffusions et télévisions libres de Guinée est indéniablement l'association la plus active. Elle tient assez régulièrement des assemblées générales. Tout comme l'Aguipel, et suite aux défaillances de l'Oguidem, l'Urtelgui s'est dotée d'une commission de déontologie qui, sur le mode de l'autorégulation, peut prononcer des sanctions à l'égard de certains de ses membres.

AGUIPEL Association guinéenne de la presse en ligne. 2007

Président : Amadou Tham Camara.– directeur de la publication en ligne guineenews.org. Président du conseil d'administration de la Maison de la presse de Guinée. Président de l'Association de la presse sportive de Guinée (APSG). L'Aguipel a également, en 2011, mis sur pied une commission de déontologie destinée à identifier et pointer les dérives de la presse en ligne.

Ces trois associations avaient également été retenues en 2010 pour constituer le noyau initial du conseil d'administration de la Maison de la presse de Guinée, avec l'Association des professionnelles africaines de la communication - section Guinée (APAC) et un représentant du syndicat des travailleurs des médias publics, et elles y siègent toujours.

Enfin, **la Maison de la presse de Guinée (MDPG)** a vu le jour en juin 2010 à l'instigation du programme d'appui aux médias de l'ambassade de France (projet Fonds de solidarité prioritaire) « Professionnalisation et structuration du secteur des médias guinéen ». Sa création visait – à l'instar des maisons de la presse existant dans la sous-région – à offrir aux professionnels des médias guinéens un lieu de rencontres et de convivialité, d'information, de recherche et de formation continue. Son conseil d'administration réunit des représentants des principales organisations professionnelles ainsi que de ses bailleurs les plus importants.

À son inauguration en juin 2010, la Maison de la presse de Guinée a été instaurée comme « centre de communication électorale », afin de répondre à un besoin d'informations induit par la campagne de l'élection présidentielle qui débutait alors.

Elle a ainsi acquis notoriété et crédibilité dans les quelques mois qui ont suivi, permettant à tous les courants d'opinion politique de s'exprimer. C'est d'ailleurs à la MDPG que la Commission électorale nationale indépendante (Céni), au lendemain du second tour de la présidentielle, a diffusé les résultats partiels provisoires devant la presse nationale et internationale, ce qui l'a du coup amenée à jouer un rôle prépondérant dans le processus électoral des législatives qui ont suivi en 2013.

À partir de décembre 2010, la MDPG a cependant retrouvé un rôle classique de centre de formation des journalistes, de centre de ressources documentaires sur les médias, de centre d'appui technique (cybercentre, studio de production) et de lieu de réunions et de convivialité (cantine) pour les journalistes.

Elle héberge ainsi régulièrement des formations et est devenue le principal plateau technique de Conakry pour l'organisation de conférences de presse. Il s'en est tenu plus de 300 en 2014, sur tous les sujets, à la demande des organisations publiques, privées, associatives, commerciales ou culturelles.

Elle accueille également régulièrement des conférences de presse aussi bien des partis d'opposition que des formations de la mouvance présidentielle, tout comme des institutions nationales ou internationales ou des ONG. Les journalistes de toutes obédiences peuvent participer aux conférences de presse ou utiliser les locaux et matériels disponibles.

LA SITUATION DE LA LIBERTÉ DE LA PRESSE ET LES DROITS DES JOURNALISTES

La Guinée s'est située en 2012 et 2013 à la 86^e place (sur 178 pays) du classement mondial de la liberté de la presse de Reporters sans frontières (RSF). Elle a cependant perdu une quinzaine de places en 2014 en se positionnant à la 102^e place du classement mondial (sur 180 pays), situation demeurée inchangée dans le classement 2015. Comme signalé précédemment, en dépit d'un environnement juridique plutôt favorable, les journalistes guinéens ressentent cependant l'exercice de leur métier comme dangereux.

S'il n'y a effectivement pas de journalistes emprisonnés en Guinée⁵⁵, des menaces régulières semblent persister⁵⁶ et selon Reporters sans frontières plus de 13 journalistes auraient subi des violences en 2013.

Human Right Watch rapporte également dans son dernier rapport un certain nombre de pressions subies par la profession :

« Les autorités de l'État chargées de réglementer les médias ont imposé fin 2012 des mesures de censure contre des émissions populaires de débat sur l'actualité, au motif que des propos qui critiquaient des représentants du gouvernement avaient été tenus. [...] Plusieurs journalistes et membres de services de presse qui couvraient les troubles politiques à Conakry, la capitale, ont été attaqués, détenus ou menacés pendant les troubles politiques de 2013.

Mi-août, des soldats ont pris d'assaut les locaux de Baté FM à Kankan et fermé cette station de radio pour avoir diffusé sur ses ondes un reportage où l'on entendait le président Condé se faire huer lors d'un rassemblement. Au moins trois journalistes ont été brièvement détenus. La station a par la suite été attaquée et pillée et un journaliste a été agressé pendant cet incident⁵⁷ ».

Plus récemment, RSF rappelle que *« le 12 novembre (2014), le journaliste Mamadou Saïdou Barry a été arrêté, sans mandat, par les gendarmes, pour un article qu'il avait publié sur Afriquezoom.info. Alors que les délits par voie de presse sont dépénalisés en Guinée, le journaliste se retrouve poursuivi au pénal pour « complicité d'offense au chef de l'État » et menacé de prison ».*

Conjuguée à une situation souvent précaire au sein de leur média (quasi-absence des contrats de travail, de couverture sociale, rémunération souvent irrégulière quand elle existe), si la motivation pour exercer ce métier se manifeste prioritairement par une volonté « d'enquêter », la forte propension à l'autocensure relevée, tant dans le secteur public que privé, par notre enquête⁵⁸ ne paraît guère surprenante.

L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE DES MÉDIAS

Le marché de la publicité

Quels que soient les interlocuteurs rencontrés et quels que soient les médias, le constat est le même : le marché de la publicité guinéen est étroit et en tout état de cause trop limité au regard des sollicitations.

55 Un procès a ainsi été intenté contre Mandian Sidibe, directeur de la radio *Planète FM* en 2013 par le ministère public, provoquant l'exil du journaliste, inculpé de diffamation par voie de presse et placé sous contrôle judiciaire.

56 Comme en témoigne la déclaration du Conseil national des organisations de la société civile guinéenne (CNOSG) le 13 janvier 2015 condamnant les appels anonymes reçus par deux journalistes les menaçant de mort.

57 *Human Right Watch*. Rapport mondial 2014.

58 Cf. p. 40.

Il est jusqu'à ce jour dominé par les 4 grandes compagnies de téléphonie mobile (MTN/ Areeba, Intercel, Orange et Cellcom⁵⁹), par de grandes sociétés étrangères (Nestlé, sociétés chinoises) et des banques, auxquelles s'ajoutent quelques publicités locales s'agissant du secteur privé.

Une bonne partie des revenus publicitaires proviennent par ailleurs des annonces légales et institutionnelles nationales ou émanant d'organisations internationales. Enfin, les ressources sont complétées par les publi-reportages commandés par les ONG intervenant en Guinée. Au regard du nombre foisonnant de médias en Guinée, l'offre est loin de répondre à la demande. D'autant qu'un média international comme RFI a commencé à se positionner également sur ce marché de la publicité locale, qu'il démarche directement depuis 3 ans.

S'agissant de la presse, les principaux titres ayant une parution un tant soit peu régulière se taillent la part du lion (tels *Le Lynx* ou *La Lance*) mais beaucoup n'ont tout simplement pas accès à cette manne.

Quant à la radio, ce sont également les radios privées principales – ou considérées comme telles, faute de réelle étude d'audience – qui tirent leur épingle du jeu.

Les médias audiovisuels publics se retrouvent pour leur part dans une situation pour le moins ambiguë : le ministère de la Communication, dont la RTG est un des services, est censé financer le budget des opérateurs audiovisuels publics. L'Office guinéen de la publicité (OGP), établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC) placé sous la tutelle du ministère de la Communication, doit par ailleurs compléter ce budget en reversant à la RTG 30 % des recettes publicitaires engrangées suite à la diffusion de spots sur les antennes.

LA MANNE FINANCIÈRE AU CENTRE D'UN CONFLIT ENTRE LA RTG ET L'OGP

Un conflit de longue date oppose l'Office guinéen de publicité à la RTG. Cette dernière affirme que depuis des années, les ressources qu'elle devrait toucher de l'OGP ne tombent pas dans ses caisses, pas plus d'ailleurs que les financements qu'elle devrait recevoir du ministère de la Communication sur le budget de ce dernier. De son côté, l'OGP - dont la gestion est largement décriée depuis des années – reproche à la RTG la diffusion de spots qui ne seraient pas négociés par l'Office, en violation de la loi en la matière⁶⁰.

En avril 2014, le ministre de la Communication a tranché en faveur de l'OGP et a donc adressé une lettre circulaire aux différents directeurs de la RTG précisant « que seul l'OGP est habilité à ordonner la diffusion des spots de publicité sur les antennes des médias publics⁶¹ ».

59 La Sotelgui, opérateur historique qui appartient à 100 % à l'État, ne fait plus partie des pourvoyeurs de publicité. Elle est en cessation de paiement et a été placée en redressement judiciaire en août 2013. Elle devrait cependant voir ses activités relancées en février 2015, grâce à un appui financier de la banque chinoise Exim Bank.

60 Ce n'est que pendant la courte période où la RTG avait obtenu le statut d'office qu'elle avait pu disposer d'une régie publicitaire en propre.

61 Lettre circulaire aux Directeurs nationaux, Directeurs Généraux, Chefs de service de la RTG du ministre de l'Information du 17 avril 2014.

Le bras de fer continue cependant. Afin de sauvegarder ce qu'il considère comme son seul budget de production, le directeur général de la RTG annonce qu'après consultation des textes, « l'écran publicitaire de la RTG est géré par l'OGP. Tous les spots commerciaux relèvent ainsi de l'OGP. Je précise toutefois que tout spot dépassant une minute est considéré comme un publireportage. [...] La diffusion de tout spot à relent politique relève de la direction générale de la RTG ». Et de préciser enfin que « *le sponsoring des émissions ou des programmes, la publicité promotionnelle, le publireportage, la gestion des bartering, la gestion des échanges de services, de communiqués commerciaux, relèvent du service Marketing et publicité de la RTG* » ⁶². De quoi préserver quelques recettes pour la télévision nationale.

LES AIDES DE L'ÉTAT AUX MÉDIAS

Sur le modèle d'autres pays africains en phase de démocratisation au début des années 1990, la Guinée a mis en place une subvention à la presse privée. Celle-ci était initialement octroyée par le président de la République, dotée de 300 millions de francs guinéens et réservée, de fait, à la presse écrite, les radios n'étant pas alors autorisées.

À partir de 2008, les montants ont été augmentés (400, puis 800 millions) pour atteindre trois milliards de francs guinéens sous Moussa Dadis Camara en 2009, celui-ci ayant étendu l'aide aux radios et aux sites internet, nouvellement apparus dans le paysage. C'était alors au Conseil national de la communication d'effectuer la répartition, l'organe de régulation s'efforçant de faire respecter des critères objectifs, formulés en concertation avec l'Agépi : déclaration auprès du procureur, dépôt régulier auprès des archives du CNC, respect de la périodicité annoncée, calcul de la subvention au prorata de la pagination... qui sont les signes tangibles d'une existence réelle. À partir de 2012 (après 2 années sans attribution de la manne), la répartition de la subvention (dotée en 2014 de 3 milliards de francs guinéens – soit environ 315 000 euros) est faite effectivement par les trois principales associations de patrons de presse (Agépi, Urtelgui et Aguipe), le CNC n'étant plus que l'exécutant du paiement, s'épargnant au demeurant des arbitrages délicats. Définis et gérés par les bénéficiaires eux-mêmes, les critères et les clés de répartition ne sont désormais plus clairs et semblent varier d'une organisation à l'autre : en l'absence de mesures d'audience, en raison de la « dématérialisation » des rédactions des innombrables sites internet, la répartition ne peut se faire que sur des critères subjectifs et des rapports de force. L'utilisation des sommes allouées ne fait l'objet d'aucun contrôle *a posteriori* ; la contribution de l'État à l'amélioration du niveau de qualité de la presse et/ou des conditions de travail des journalistes est ainsi tout sauf assurée.

62 Précisions apportées par Yamoussa Sidibé, directeur général de la RTG, dans le journal du soir de la chaîne, le 24/04/2014.

FORMATION INITIALE

FORMATION JOURNALISTIQUE

Aux termes de la loi sur la liberté de la presse de 2010, « *peut être journaliste professionnel toute personne diplômée d'une école de journalisme reconnue – institution certifiée par la HAC⁶³ et le ministère de l'Enseignement et de la Formation professionnels – et dont l'activité principale régulière et rétribuée consiste en la collecte, le traitement et la diffusion de l'information, et/ou toute personne titulaire d'un diplôme de licence ou équivalent, suivi d'une pratique professionnelle de deux ans au moins dans la collecte, le traitement et la diffusion de l'information, dans un organe de presse.* » Dans la pratique cette disposition n'est pas obligatoire pour exercer le journalisme.

Pour ce qui concerne l'exercice du métier, c'est la Haute Autorité de la communication qui délivre la carte d'identité de journaliste en collaboration avec les associations de professionnels reconnues (art. 79). L'obtention de cette carte professionnelle délivrée par la HAC n'est pas un préalable à l'exercice du métier. Néanmoins, elle « prévaut sur les cartes de service délivrées par les médias eux-mêmes », selon l'article 18 de la loi 003. Historiquement, la formation des journalistes visait essentiellement les personnels des médias d'État, au statut de fonctionnaire. Aussi, certains journalistes et directeurs de services avaient-ils pour tout bagage des diplômes d'administrateurs. Une partie des techniciens pouvaient également bénéficier de formations dans le cadre de coopérations (avec la France à la reprise de la coopération en 1977, les pays du bloc de l'Est, la Jamahiriya islamique). Dans les années 1990, c'est une filière communication à l'université publique qui a essentiellement servi de canal de formation aux journalistes des médias publics ou, dans une moindre mesure, privés (presse écrite).

L'Institut supérieur de l'information et de la communication (Isic) est l'héritier de cette filière, ayant réussi à se détacher, institutionnellement et géographiquement, de l'université en 2006. D'autres universités privées ont aussi ouvert des filières communication ou journalisme, parmi lesquelles on peut citer les universités Koffi Annan qui propose, dans le cadre de son institut, un BTS journalisme, ou encore l'université Mercure. D'autres écoles, instituts ou centres de formation ont incorporé la communication et/ou le journalisme dans leurs catalogues de formations : on en dénombrait une quinzaine en 2008.

Malgré des difficultés d'accès (campus situé à Kountia à 30 km du centre-ville), l'Isic, en se spécialisant, contrairement à ses concurrents, sur les filières média et communication (journalisme, communication institutionnelle, communication traditionnelle) a bénéficié de l'appui de la plupart des coopérations bilatérales (Etats-Unis, Allemagne, France) ou multilatérales (Unicef, Unesco, Union européenne).

Il n'en reste pas moins que, comme les autres structures de formation, l'Isic souffre de la faiblesse du niveau général de son corps enseignant.

FORMATION TECHNIQUE

Il n'existe pas de centre de formation technique spécialisé sur l'audiovisuel en Guinée, ce qui explique sans doute la difficulté pour les responsables de médias à trouver des techniciens bien formés. Comme en témoigne la présente étude, ils sont ainsi près de 89 % à exprimer leurs difficultés à trouver des ressources humaines qualifiées, sentiment partagé tant par le secteur public que privé.

LA DIFFICULTÉ DES DIRIGEANTS À TROUVER DES TECHNICIENS BIEN FORMÉS



Le pourcentage est à peine plus réduit à l'intérieur du pays (82 %) et peut sans doute s'expliquer par le fait que les besoins ne concernent pas la télévision.

Le besoin est donc clairement exprimé et les auditeurs et téléspectateurs guinéens peuvent également en témoigner – qui se plaignent des problèmes techniques à répétition – tout comme les experts intervenant dans le cadre des formations dispensées au sein des radios et télévisions. Si l'enthousiasme est généralement présent, les qualifications – notamment en traitement du son – font par contre souvent défaut.

Deux écoles spécialisées sur les télécommunications et les nouvelles technologies cohabitent cependant à Conakry.

L'École nationale des postes et télécommunications (ENPT), créée en 1970, a formé durant des années des cadres guinéens et étrangers. Un moment menacée de fermeture, l'ENPT devrait finalement intégrer de nouveaux locaux qui viennent d'être construits sur fonds chinois. Elle dispense des formations initiales en 3 ans (d'ouvrier qualifié à technicien) en commutation réseau et en radio-transmission.

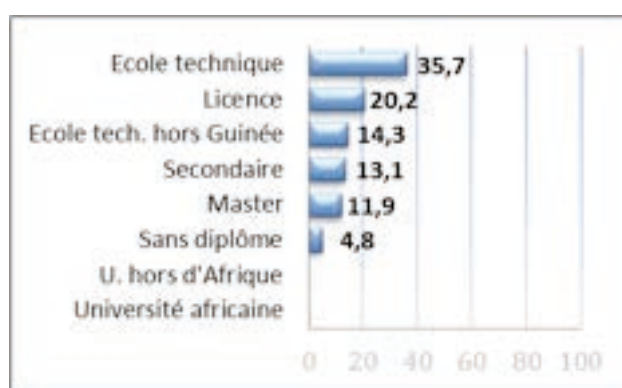
L'École supérieure multinationale des télécommunications (ESMT), est une branche de l'ESMT de Dakar. Cette dernière a été créée en 1981 à l'initiative de sept pays d'Afrique de l'Ouest (Bénin, Burkina Faso, Mali, Mauritanie, Niger, Sénégal, Togo), dans le cadre d'un projet du Programme des Nations unies pour le développement (PNUD), avec le soutien de l'Union internationale des télécommunications, et des coopérations française, canadienne et suisse. La Guinée Conakry a rejoint les membres fondateurs en 1998. L'ESMT forme également des techniciens spécialisés en réseaux

et télécommunications et recrute a minima au niveau baccalauréat pour des formations de haut niveau (ingénieur).

Par ailleurs, l'Institut supérieur des arts de Guinée comporte un département de cinéma et d'audiovisuel, centré sur la production.

Les techniciens actuellement en activité en Guinée ont majoritairement suivi une formation initiale technique, mais nombre d'entre eux hors de Guinée (14,3 %).

NIVEAU DE DIPLOME DES TECHNICIENS



Au sein de la RTG, les plus anciens ont généralement été formés dans le cadre des coopérations avec l'ancien bloc de l'Est, en Russie notamment, mais aussi en Libye. S'ils ont pu durant de longues années transmettre en interne leur savoir aux jeunes non qualifiés, les récentes évolutions technologiques rendent désormais celui-ci caduque. Cela explique notamment que le matériel fourni à la RTG par la Chine dans le milieu des années 2000 ait été largement sous-utilisé, faute de formation afférente.

En l'absence de formation adéquate, les plus jeunes passionnés développent leurs compétences par l'autoformation, envisageable dans certains domaines. Il en est ainsi par exemple d'infographistes travaillant à l'habillage de la RTG dont certains formateurs ont pu relever les talents.

Mais l'autoformation ne peut être une réponse aux besoins – qui devraient encore s'accroître dans les années à venir – exprimés par la profession. Et la professionnalisation des techniciens demeure donc jusqu'à présent fortement dépendante de l'aide internationale.

FORMATION CONTINUE

Il n'existe pas de centre de formation continue en Guinée.

Le projet d'un centre de perfectionnement formulé à sa création en 2006 par l'Isic est resté en l'état.

La Maison de la presse assure depuis 2012 un rôle de catalyseur plus que d'initiateur des sessions et des programmes de formation continue à l'intention des journalistes guinéens, mis en œuvre par les opérateurs de formation internationaux et financés par les divers bailleurs.

Projet déjà ancien, le Centre de formation et de perfectionnement du ministère de la Communication n'a jamais pu se concrétiser. Sa trop grande proximité, tant institutionnelle que physique (il est, comme la direction de la *Radio rurale de Guinée*, situé dans l'enceinte dudit ministère) lui a sans doute valu le désintérêt des coopérations internationales et, indiscutablement, la défiance des journalistes des médias privés, qui y voient *a priori* une institution réservée aux personnels de la RTG et autres médias d'État. Pourtant, le ministère de la Communication vient de terminer l'extension et la rénovation du Centre, un bâtiment de deux étages flambant neuf dont l'usage et les bénéficiaires restent encore à définir.

Plusieurs expériences de formation continue *in situ* (au sein même des médias) ont pu être menées en Guinée. Là encore, elles sont le fait d'opérateurs de formation et de bailleurs internationaux, parfois à la demande de médias locaux. La plus récente est celle initiée par SFCG qui a permis à deux formateurs seniors, dont le directeur de l'Isic, de s'intégrer chacun dans 10 rédactions à l'intérieur du pays pour y travailler sur la gestion et l'organisation d'une rédaction. On peut citer également les actions menées par l'association française Reporters solidaires (lire p. 59).

LES PARTENAIRES DES MÉDIAS

Quelques bailleurs internationaux (la Suisse, le Canada, l'Italie ou encore la Banque mondiale) ont commencé à se manifester sur le terrain médiatique guinéen dès le début des années 1990, suite à l'autorisation de création de médias privés, mais en apportant essentiellement un soutien au développement du réseau de la *Radio rurale de Guinée*, par le biais d'un appui matériel et de formations. La Chine a également financé au début des années 2000 la création d'un nouveau siège de la RTG⁶⁴ et son équipement audiovisuel pour un montant de 9,6 millions de dollars⁶⁵.

Mais c'est principalement après la libéralisation du paysage audiovisuel – à compter de 2006 –, que l'appui international devient plus conséquent.

64 Initié au début des années 2000, le tout nouveau siège subira le crash d'un avion militaire en 2006. La Chine réhabilitera le bâtiment qui deviendra réellement fonctionnel en 2008.

65 Cf. le passage consacré à la RTG p. 21.

L'encadré ci-dessous reprend l'essentiel des interventions depuis cette libéralisation :

LES BAILLEURS BILATÉRAUX

Les Etats-Unis, *via* leur agence de coopération **USAid**, sont intervenus de manière importante, à partir de 2007 notamment au travers du projet intersectoriel « Faisons ensemble » d'un montant global de 15,4 millions d'euros. Dans sa composante média, il était principalement axé sur les radios privées et communautaires avec comme thématiques la bonne gouvernance et l'appui au processus électoral. Onze radios ont ainsi été soutenues, notamment par un apport en matériels, et trois nouvelles créées⁶⁶. Prévu initialement jusqu'en 2010, le projet a été prolongé de 18 mois en raison de l'évacuation du personnel de l'USAid durant 6 mois suite aux massacres de septembre 2009.

USAid a par ailleurs apporté un appui à des formations à l'éthique, la déontologie et aux techniques de reportage et offert une bibliothèque virtuelle à l'Isic. Elle a enfin soutenu significativement la Maison de la presse de Guinée lors du processus électoral de 2010 en finançant l'installation de la Cellule de communication et de sensibilisation électorale (CCSE) de la Céli dans ses locaux.

L'International Center for Journalists (ICJ), ONG américaine, a, toujours sur financement de l'USAid, réalisé jusqu'en 2010, des formations *in situ* dans les radios. Sur financement de la Knight Foundation, des formations de journalistes de radios privées ont eu lieu en 2008 sur le traitement des élections et celui des informations locales. L'ICJ a également soutenu une tentative de relance de l'Oguidem cette même année.

La Chine continue d'apporter un appui extrêmement important à la RTG. À l'heure de la rédaction de cette étude, une quinzaine de conteneurs d'équipements destinés à la numérisation de la RTG étaient en livraison ou en cours d'acheminement. Pour le ministre Alhoussein Makanéra, « l'aide chinoise à la RTG est d'un montant de près de 15 millions de dollars ».⁶⁷

La Finlande a financé le projet « *Radio for Peacebuilding Africa* » mis en œuvre par l'ONG *Search for Common Ground* (SFCG). Ce projet se concentrait à son lancement en 2003 sur une offre de ressources documentaires sur internet (guides, exemples de programme, etc.) mises à jour régulièrement en direction des journalistes⁶⁸ afin de favoriser la consolidation de la paix. À partir de 2007 et jusqu'en 2013, des actions complémentaires et plus ciblées (ateliers, programmes spécifiques visant les communautés, les élus locaux, etc.) afin de renforcer le dialogue entre la société civile et les représentants politiques sont mises en œuvre dans les 8 pays⁶⁹ dans lesquels SFCG est présente, dont la Guinée. SFCG a également apporté un appui à la création de réseaux d'associations professionnelles des médias⁷⁰.

Les Pays-Bas, pour leur part, ont financé le projet « Initiative de formation mobile de radios communautaires » (Informorac), mis en œuvre par *Radio Netherlands Training Center* (RNTC). Ce projet avait pour objectif de renforcer les radios communautaires en Guinée-Bissau, au Sénégal, en Sierra Leone, au Liberia, en Guinée et en République Démocratique du Congo. D'un montant de 700 000 € pour la Guinée, il s'est étalé de 2008 à 2010 et a

66 *Radio Liberté, Horizon FM et Radio Bambou FM. Report on the Faisons Ensemble Evaluation. Robert Charlick, William Bradley, Steven Edminster, Mary Harvey, Elizabeth Kibour, with Anna Diallo. Submitted to Usaid Guinea in March 2011.*

67 Entretien du 24 décembre 2014.

68 www.radiopeaceafrica.org

69 Les autres pays sont l'Angola, le Burundi, la Côte d'Ivoire, la République démocratique du Congo, le Libéria, le Rwanda et la Sierra Leone.

70 Association des journalistes pour la prévention des conflits et la promotion de la paix, l'Association des journalistes contre la corruption, le Réseau des journalistes ruraux ou l'association des femmes professionnelles des médias. Cf. *Final Evaluation on Radio For Peacebuilding. Africa Final Report*, Universal Management Group, septembre 2013.

permis de soutenir 6 radios du réseau des *Radios rurales* et 2 stations communautaires⁷¹. Il visait à appuyer les radios à travers des formations au renforcement des compétences journalistiques (présentation, interview, etc.), techniques (montage, prise de son, utilisation de l'équipement, etc.) et en gestion et programmation. Il comprenait également des études d'audience, la réalisation de coproductions et des actions visant à une plus grande implication des communautés.

L'Allemagne est peu présente sur le terrain des médias en Guinée. Elle a néanmoins financé l'édition d'un manuel du journalisme en période électorale en 2010 et, plus récemment, un journaliste de la RTG a suivi 5 séminaires de formation au siège de la *Deutsche Welle Akademie*.

La France, suite à la signature d'un document-cadre de partenariat en 2006 dans lequel les autorités guinéennes avaient inscrit les médias comme une priorité, a financé un projet d'« Appui à la professionnalisation et à la structuration du paysage médiatique guinéen ». D'un montant prévu d'1,2 million d'euros⁷², il a été lancé en avril 2009 et a été relayé par des fonds de l'Union européenne. Ce projet a été le premier à viser un apport structurel et sur la durée (3 ans). Il s'est achevé au cours du premier semestre 2014.

Il a essentiellement pris la forme d'un appui à :

- la formation initiale des journalistes par le biais d'un soutien méthodologique et en matériels à l'Isic, notamment dans la perspective d'une réforme de son cursus ;
- la création d'une Maison de la presse de Guinée afin qu'elle accueille notamment des sessions de formation continue pour les journalistes. Celle-ci est gérée à sa création par une association rassemblant les principales organisations professionnelles des médias, les principaux bailleurs de fonds⁷³ et des organisations de la société civile en Guinée.
- la structuration et au renforcement des associations professionnelles et dans un moindre mesure du CNC.

Ce projet s'accompagnait d'un Fonds d'initiatives professionnelles des médias (FIP).

Au terme de cette initiative, la Commission européenne a débloqué des fonds qui ont permis de prendre le relais des actions initiées dans le cadre d'un nouveau projet (voir *infra*).

Le Canada est intervenu ponctuellement pour des actions visant à appuyer la société civile et la bonne gouvernance.

LES ORGANISATIONS INTERNATIONALES

L'Union européenne intervient notamment dans le cadre du Fonds européen de développement (FED). La Commission européenne a ainsi soutenu dès 2006, puis en 2009 en coopération avec la France, des actions de formation de journalistes radio *in situ* (techniques de base, management, production de magazines avec des ONG locales) et d'appui aux radios privées et rurales qui commençaient à émerger (sensibilisation aux droits de femmes, à la santé, à l'environnement et aide à la finalisation des projets). Ces activités ont été opérées par *Radio France Internationale* (RFI) jusqu'en 2011.

71 Il s'agit des radios rurales de Telimele (Basse Guinée), Mamou (Moyenne Guinée), Si-guiri (Haute Guinée), Bissikrima (Haute Guinée), Kissidougou et Macenta (Guinée forestière), et de Bambou FM à Coyah et Milo FM à Kankan.

72 40 % ont été finalement décaissés.

73 À sa création, il s'agissait nommément des ambassade de France et des États-Unis.

Dans le cadre du 10^e FED (2008-2013), au travers du Programme d'appui complémentaire aux élections (Pace), la Commission a contribué au bon déroulement des élections législatives et présidentielles à travers l'équipement et le fonctionnement de bureaux de vote, impliquant du personnel formé et une observation locale⁷⁴. Dans ce cadre, l'ONG *Search for Common Ground* (SFCG) et *Radio France Internationale* ont bénéficié de subventions (de 2008 à 2011) visant notamment à contribuer à la transparence du processus électoral par la production de reportages sur le scrutin, l'envoi de journalistes radio sur le terrain pour opérer un *monitoring* du processus électoral et la formation de professionnels des radios privées et communautaires. Ce fut la première « synergie des radios » pour laquelle SFCG a également obtenu des financements américains et qui s'est concrétisée par un programme synchronisé diffusé simultanément sur les antennes participantes.

Lors des législatives qui ont suivi, une synergie des radios privées a été organisée avec, cette fois, un rédacteur en chef guinéen et la diffusion, dès le soir du scrutin, de résultats partiels provisoires, ce qui avait été stoppé par les autorités lors de la présidentielle de 2010. Une autre synergie, regroupant la radio nationale, les radios rurales et une radio privée a également été mise en place en parallèle, avec un programme synchronisé, mais sans diffusion des résultats. L'ambassade de France a maintenu son appui dans ce domaine, avec, toujours pour les législatives, des formations par Canal France International auprès de la RTG, comportant notamment un appui aux programmes électoraux.

Plus récemment, en août 2014, toujours dans le cadre du 10^e FED, et avec un cofinancement de l'ambassade de France en Guinée, la Commission a soutenu matériellement le projet de radio parlementaire⁷⁵ pour un montant de 60 000 €. Ce projet vise à accompagner la Guinée dans les réformes institutionnelles et la transition démocratique. Il cible les fonctionnaires affectés aux services administratifs et législatifs de l'Assemblée nationale issue des élections de septembre 2013.

En complémentarité de ce projet, le **Pnud** a appuyé en octobre 2014, la formation d'une quarantaine de journalistes de la presse publique et privée sur la connaissance de l'Assemblée nationale. Avec le soutien du parlement guinéen et du Pnud, les journalistes ont par la suite mis en place un Réseau de journalistes parlementaires de Guinée (RJPG) dont l'objectif est de couvrir au mieux les activités de l'Assemblée.

C'est en avril 2014, faisant suite au programme soutenu par la France d'« Appui à la professionnalisation et à la structuration du paysage médiatique guinéen », que la **Commission européenne** a débloqué un montant de 2,5 millions d'euros pour la mise en œuvre du programme « Promotion de la paix et du désenclavement à travers l'amélioration de l'accès à une information objective en République de Guinée ». Celui-ci s'inscrit dans le cadre du financement de l'instrument de stabilité à court terme « Soutien aux efforts de résilience en Guinée forestière et dans son environnement transfrontalier » ; Expertise France en assure la gestion déléguée. Une rallonge de près de 500 000 € a été apportée en octobre 2014 afin de mettre en œuvre des activités en faveur de la lutte contre le virus Ebola.

D'une durée de dix-huit mois⁷⁶, il a pour objectif d'offrir l'accès à une information neutre et objective au plus grand nombre par la radio et les télévisions nationales et locales, ainsi que les médias des pays limitrophes, et à assurer la diffusion de contenus

74 L'essentiel des fonds pour les activités en direction des médias a été délégué au Pnud.

75 Le Parlement est le bénéficiaire de l'aide.

76 Fin en mars 2015.

conformes aux valeurs démocratiques et à la culture de la paix. Il apporte également un appui à la Maison de la presse de Guinée pour le développement de ses activités. Il s'inscrit dans un contexte électoral marqué par plusieurs scrutins à venir et porte une attention particulière à la Guinée forestière, mais comporte également des activités à visée nationale.

CINQ OPÉRATEURS DE DÉVELOPPEMENT MÉDIA EN PREMIÈRE LIGNE AUJOURD'HUI

Canal France International (CFI) est chargé de soutenir la RTG afin que celle-ci soit « *d'avantage en capacité à travers des émissions intégrant mieux les standards professionnels, de participer à la consolidation du dialogue politique et citoyen et à la prévention des conflits sur le long terme*⁷⁷ ». Suite à une mission d'audit, CFI intervient autour de trois axes : un apport en matériel technique, des actions de professionnalisation des journalistes/reporters de la RTG et la professionnalisation des émissions de plateau de la RTG à travers la réalisation d'une émission pilote⁷⁸.

L'École supérieure de journalisme de Lille (ESJ Lille) s'est vu confier « *l'amélioration du dialogue politique et citoyen à travers le renforcement des capacités techniques, académiques et professionnelles du secteur et le renforcement de la viabilité structurelle et économique des médias*⁷⁹ ». Un accompagnement a ainsi été mis en place auprès de l'Isic afin d'améliorer la qualité des contenus académiques de l'institut ; sont également prévus un magazine multimédia et la production d'un journal école⁸⁰ et des sessions de formation visant d'une part à renforcer la presse écrite et en ligne en matière d'investigation, d'autre part à améliorer la situation économique des médias de presse en ligne (formations portant sur les outils et stratégies marketing, les stratégies financières et développement média, la comptabilité managériale et le contrôle de gestion).

La Fondation Hirondelle s'est également vu confier « *l'amélioration du dialogue politique et citoyen*⁸¹ ». Le projet passe par un renforcement des capacités des radios du pays (rurales, privées et publique) en matière de production de contenus dans les trois principales langues parlées en Guinée (soninké, peuhl, soussou). À cet effet, un studio-école (« Studio Hirondelle ») a été créé⁸² et les productions sont diffusées par les radios partenaires – rurales et privées – dans le pays, permettant de former en pratique les professionnels comme les étudiants de l'Isic. Le projet prévoit également un renforcement des capacités techniques des radios du pays par le biais de fourniture d'équipements (avec formation technique du personnel à l'utilisation et la maintenance) permettant la production et la diffusion de contenus selon des normes de qualité reconnues ; enfin, le renforcement des capacités managériales des radios du pays, entre autres dans la perspective d'une fiabilisation et d'une augmentation de leurs revenus.

L'Open Society Institute of West Africa (Osiwa) et la **coopération Suisse** contribuent également aux activités du Studio Hirondelle en 2014. La coopération entre la Fondation Hirondelle et l'Isic a également permis de réaliser (avec le financement de la Commission européenne et d'Osiwa) deux études d'audience des radios rurales et privées, à Conakry et dans les régions.

77 Contrat de service entre FEI et CFI, avril 2014.

78 *Guinée Actu*.

79 Contrat de service entre FEI et l'ESJ de Lille, avril 2014.

80 Le magazine *Tremplin* a été réalisé en juin 2014.

81 Contrat de service entre FEI et la Fondation Hirondelle, avril 2014.

82 Le studio-école a en fait été créé dès janvier 2014 après la signature d'une convention de partenariat entre la Fondation Hirondelle, le réseau des *Radios rurales* de Guinée et l'Isic avec un financement initial d'Osiwa et de la coopération suisse. Le financement européen a permis de donner plus d'ampleur à ce projet.

Internews Europe est pour sa part chargée « de faciliter la prévention et le suivi des conflits à travers d'une part l'amélioration de l'accès à l'information des personnes déplacées et des minorités en Guinée forestière, d'autre part l'amélioration des capacités des journalistes dans un contexte de conflit et l'amélioration de la communication entre les médias et les autorités locales⁸³ ». Son action est centrée sur la Guinée forestière avec pour objectifs le renforcement des capacités des journalistes des radios locales à couvrir les informations humanitaires, l'appui à la production d'informations sur le contexte transfrontalier pour les personnes déplacées (production d'une émission hebdomadaire en langues locales) ; la formation initiale et le suivi des journalistes au journalisme sensible au contexte de conflits ou tensions ethniques (tous médias) accompagnés d'une formation de formateurs ; enfin, la mise en place d'un atelier de sensibilisation des journalistes et représentants de l'administration territoriale en Guinée forestière et l'organisation de rencontres entre les médias et les autorités locales.

Search for Common Ground (SFCG), enfin, doit « contribuer à l'amélioration des productions radiophoniques de promotion de la coexistence pacifique et la facilitation de l'accès à l'information des populations en vue de la prévention et du suivi des conflits⁸⁴ ». À cette fin, SFCG s'est engagée d'une part, à produire et diffuser des émissions radiophoniques d'éducation civique et de promotion de la coexistence pacifique, d'autre part à organiser des séances d'écoute et d'échanges critiques d'émissions produites dans le cadre du programme.

Par ailleurs, la **Commission européenne** a également apporté son soutien à d'autres projets visant plus ou moins directement les médias. Ainsi, dans le cadre d'un projet d'accompagnement de la police guinéenne dans le renforcement des liens entre la police et la population, la Commission a fait appel en juillet 2013 à **Coginta**, ONG suisse spécialisée dans les réformes policières, la gouvernance du secteur de la sécurité, la sécurité communautaire et la lutte contre la criminalité. Sur le secteur des médias, cette ONG est intervenue dans des formations à l'intention des journalistes visant à favoriser le dialogue police-population.

L'institut Panos Afrique de l'Ouest (IPAO) bénéficie également du **soutien de la Commission** pour des programmes régionaux dont la Guinée est bénéficiaire. Il en est ainsi du programme « Reporters des frontières » qui vise à créer un réseau africain de journalistes, professionnels et citoyens, spécialisés sur les questions migratoires⁸⁵ », ou encore du programme « Femmes et médias : partenaires pour une meilleure gouvernance en Afrique de l'Ouest » mis en œuvre dans 5 pays⁸⁶ et qui vise à accroître les capacités des femmes journalistes à produire des contenus médiatiques de nature à renforcer le contrôle des citoyens sur l'action publique et la redevabilité des élus. IPAO travaille en Guinée en coopération avec le Centre du commerce international pour le développement (Cecide).

Parmi les interventions des organisations internationales, on peut encore signaler celles de **l'Organisation internationale de la francophonie** (OIF). Si elle est peu intervenue sur le terrain de la formation des journalistes (2 sessions de formation organisées en 2008), elle a joué un rôle actif de sensibilisation sur les problématiques soulevées par le passage à la télévision numérique terrestre. Dès 2012, elle a ainsi participé à l'organisation à Conakry d'un séminaire international de sensibilisation sur les « Enjeux de la migration de l'analogique vers le tout numérique ». Elle a par ailleurs envoyé en

83 Contrat de service entre FEI et Internews, avril 2014.

84 Contrat de service entre FEI et *Search For Common Ground* avril 2014.

85 Projet prévu sur 2014 et 2015 et qui concerne en Afrique subsaharienne les pays suivants : Mali, Sénégal, Niger, Guinée, Côte d'Ivoire, Ghana, Nigéria et Mauritanie.

86 S'étalant de 2013 à 2015, il concerne le Bénin, la Côte d'Ivoire, le Ghana, la Guinée et la Sierra Leone.

février 2014 un expert juriste, accompagné d'un expert local, pour assister la Guinée dans l'élaboration de son cadre juridique pour le passage de l'analogique au numérique et y sensibiliser également les responsables des médias.

L'Unicef – qui a par le passé apporté un appui à la réalisation de magazines avec l'Isic – a décidé début 2015 d'appuyer la *Radio Rurale de Guinée* en équipements et matériels, pour un montant de 1,8 milliard de GNF (environ 200 000 €) afin de renforcer les capacités de 15 stations rurales et sites relais à l'intérieur du pays⁸⁷.

Plus marginalement, la **Banque mondiale** intervient ponctuellement sur des actions en appui de ses autres programmes.

ORGANISATIONS NON GOUVERNEMENTALES

L'Open Society Institute for West Africa (Osiwa), déjà mentionnée précédemment, intervient également actuellement auprès de l'Isic dans le développement de modules de formation sur les questions minières, la gouvernance et les droits de l'homme ainsi que sur la culture de la paix. Ce programme, d'un montant de 280 275 \$, s'adresse aux étudiants en licence de journalisme pour une période de trois ans. L'objectif visé est de les familiariser à ces thématiques en vue de susciter un intérêt pour une spécialisation.

BBC Media Action, l'opérateur de développement média britannique, intervient depuis peu (automne 2014) en Guinée et a inscrit son action dans le cadre de la lutte contre le virus Ebola. Avec l'appui du philanthrope Paul G. Allen, son projet – qui concerne également le Libéria et la Sierra Leone – vise à sensibiliser le public et à améliorer la communication autour de l'épidémie. Il s'adresse tant aux médias locaux qu'aux responsables de la santé et aux agences humanitaires en leur offrant une formation en matière d'intervention d'urgence ou de communication de « survie » (former à communiquer avec la population risquant d'être contaminée) dans les pays à hauts risques de la région. Cette initiative comporte également des productions médias (émissions-débats, mini-drames) abordant les rumeurs et les préjugés entourant la maladie. Enfin BBC Media Action a lancé un service, *WhatsApp*, – service de messagerie le plus populaire en Afrique de l'Ouest – pour diffuser des informations, des alertes, et fournir ce qu'ils appellent une « bouée de sauvetage » pour les personnes dans les zones touchées.

La **Fondation Hirondelle** est présente depuis 2011 en Guinée, pays dans lequel elle envisageait de créer une radio avec un de ses partenaires locaux (l'ONG Forum Ideal), projet pour lequel elle n'a pas encore obtenu de licence. Elle se concentre sur l'amélioration de l'offre radiophonique dans le pays, l'amplification des espaces de débats et de dialogue et l'amélioration de la situation technique et économique des médias guinéens. Outre le Studio Hirondelle, auquel il a déjà été fait référence, la Fondation a signé en février 2014 une convention avec l'Isic afin d'accompagner ce dernier dans la formation des journalistes. Le studio école est mobilisé pour les étudiants mais le projet doit également permettre les échanges d'expérience avec le corps enseignant.

87 L'appui concerne les radios de Labé, Kindia, N'Zérékoré, Boké, Mali, Beyla, Kankan, Tougué, Dinguiraye, Siguiri, Kouroussa, Kerouané, Macenta, Koundara et Pita.

Parallèlement, la Fondation travaille également avec le réseau des *Radios rurales de Guinée* à développer des productions dans le cadre des efforts déployés sur le terrain pour lutter contre la propagation de l'épidémie d'Ebola et ses conséquences.

Reporters solidaires, ONG française basée à Lyon, intervient en Guinée depuis 2007, en collaboration avec le Club de la presse de Lyon et le Club de la presse de Guinée. Plus de 80 journalistes de Conakry et de Kamsar ont pu bénéficier de formations. L'ONG a lancé en 2013 un nouveau programme pour une trentaine de journalistes des médias privés et publics, à l'initiative de l'*African Crisis Group*. Ce programme de quatre ans, à raison de deux sessions par an, est entièrement financé par l'association lyonnaise Res Publica. Des actions ont également été menées à Conakry (formation de rédacteurs en chef en février 2014 et formation en immersion dans deux radios en juin 2014) à la demande de SFCG.

Le Revenue Watch Institute, ONG américaine financée par des organisations philanthropiques et gouvernementales, œuvre pour que les pays disposant de ressources naturelles prennent conscience des bénéfices qu'ils peuvent en tirer. Cette organisation a mis en place en 2014 avec l'Isic et l'appui d'Osiwa une session de renforcement des capacités des journalistes des médias publics et privés sur les industries extractives. L'objectif est de susciter un véritable débat public autour de la gestion de ce secteur essentiel pour le développement guinéen.

L'ONG italienne **Assaman** est intervenue en juin 2013 en prélude aux élections législatives en Guinée en collaboration avec le site d'information GuineeTV1 pour un atelier de formation à l'intention d'une vingtaine de journaliste de la presse nationale sur le thème « Comment communiquer l'Afrique sur le Web 2.0 ? ». Financé par la commune de Milan et en partenariat avec le master en journalisme de la presse et de radiotélévision de l'université catholique de Milan, le projet avait pour objectif de fournir des informations sur l'Afrique et sur les réalités de la migration et soutenir le développement professionnel dans le champ du renseignement multimédia à travers des ateliers qui s'étaient déjà déroulés précédemment à Milan, Dakar et Ouagadougou.

Si les médias guinéens ont donc reçu depuis le début des années 1990 des appuis plus ou moins conséquents d'une diversité de partenaires, la coordination de ces derniers reste pour le moins limitée. À l'exception notable de la période électorale lors de la présidentielle de 2010, où les appuis français, américain, de l'Union européenne et du Pnud ont permis d'assurer une complémentarité des interventions, les échanges entre les différents bailleurs, s'ils existent, ne sont en tout état de cause pas formalisés. Ainsi, ce qui constituait un volet du programme du Fonds de solidarité prioritaire en faveur des médias guinéens (2008-2012) n'a pu être mené à bien.

IV. ENJEUX ET DÉFIS

LA MISE EN COHÉRENCE DES TEXTES EXISTANTS

LA NON-PROMULGATION DES LOIS DE 2010

La non-promulgation au *Journal officiel* des lois votées en 2010 (sur la liberté de la presse, l'accès à l'information publique et la mise en place de la HAC) entraîne régulièrement des interrogations sur leur constitutionnalité. Pour autant, sur un plan juridique, en application du principe du parallélisme des formes, dès qu'une loi organique en remplace une autre, l'ancienne devient caduque et est soit abrogée soit purement annulée. Le peu de publicité et de visibilité faites aux lois de 2010 conduit de surcroît à une méconnaissance de leur contenu par nombre de professionnels, notamment dans les régions.

Si la loi L/002 sur la liberté de la presse semble généralement appliquée par les tribunaux, des exceptions persistent cependant avec l'application des lois plus contraignantes⁸⁸ de 1991.

Les organismes publics jouent également de la méconnaissance des textes : il apparaît ainsi toujours particulièrement difficile d'avoir un libre accès à l'information publique alors que la loi de 2010 vise à favoriser celui-ci afin d'accroître la participation des citoyens au processus décisionnel. Dans leur travail quotidien, les journalistes se heurtent entre autres à la réticence de la société guinéenne à donner de l'information de manière spontanée. C'est le cas dans une certaine mesure pour l'ensemble de la population, mais tout particulièrement pour l'administration publique. Héritage des années de plomb où la divulgation d'une information pouvait amener à la disgrâce ou pire, la rétention d'information est la règle dans l'administration et chez les autorités politiques. Certains médias parviennent à surmonter ces difficultés, comme par exemple l'hebdomadaire *Le Lynx*, en maintenant constamment un niveau de professionnalisme poussé (réseaux, vérification, protection des sources).

Mais pour la grande majorité des journalistes guinéens, l'accès à l'information publique n'est pas gagné d'avance. L'un des facteurs



© InternewsEurope

88 Ainsi, en juillet 2013, le directeur général de la radio « Planète FM » a été inculpé de diffamation par voie de presse et placé sous contrôle judiciaire avec l'obligation de se présenter une fois par semaine au cabinet du juge d'instruction, de ne pas sortir du périmètre de la ville de Conakry sans l'aviser et déférer à toutes ses convocations. Il s'agit là d'une violation des dispositions de la loi organique L/002 sur la Liberté de la presse, qui stipule que les délits et contraventions commis par voie de presse sont dépenalisés et ne peuvent donc conduire à des mesures restrictives de liberté.

aggravants du phénomène est le manque d'identification des journalistes en tant que professionnels. Les membres de l'administration peuvent ne pas avoir une vision très claire ni progressiste de la mission du journaliste. Cela d'autant qu'à la faveur de la prolifération des médias, le nombre de journalistes a crû exponentiellement ces dernières années : non formés, n'ayant pas toujours des comportements professionnels et, surtout, n'étant pas identifiables comme tels (carte de presse du CNC peu fréquente et peu connue par les administrations et les forces de l'ordre), les journalistes manquent de crédit pour accéder aux informations simplement intéressantes pour leur public.

La mise en place de la Haute Autorité de la communication (HAC) prévue par la loi L/003, qui devrait notamment gagner en crédibilité par rapport au CNC au regard des modalités de désignation de son président⁸⁹, a longtemps été conditionnée à la mise en place de l'Assemblée nationale. Les élections législatives ayant été à de multiples reprises reportées, l'instauration de la HAC l'a ainsi également été jusqu'à sa récente création le 10 mars 2015.

La création début janvier 2015 de l'Institution nationale indépendante des droits humains (Inidh), imposée par la Constitution de 2010 mais dépendante également de l'installation de l'Assemblée nationale, devrait néanmoins permettre aux professionnels des médias de faire évoluer cette situation. Les textes prévoient en effet que l'Inidh « *peut s'adresser directement à toute autorité civile ou militaire pour faire cesser toute violation des droits de l'homme dont elle a connaissance* ». Cette institution est donc en mesure de saisir le Premier président de la Cour suprême qui a autorité pour ordonner l'enregistrement et la publication des lois en application de l'article 81 de la Constitution⁹⁰. Des incertitudes semblent néanmoins d'ores et déjà peser sur la capacité de l'Inidh à mener à bien son mandat⁹¹.

UNE MULTIPLICITÉ D'AUTORITÉS COMPÉTENTES

À ce flou sur les textes en vigueur s'ajoute une diversité d'autorités compétentes sur le secteur des médias dont les compétences et prérogatives n'apparaissent pas toujours clairement.

Ainsi, pas moins de trois autorités interviennent-elles sur les autorisations de diffusion : le ministère de la Communication, le Conseil national de la communication et l'Autorité de régulation des postes et télécommunication. Si, sur le papier, la répartition des tâches paraît assez claire (le ministère reçoit les dossiers et vérifie leur adéquation au cahier des charges, le CNC valide la conformité à la loi et l'ARPT attribue la fréquence), le processus apparaît cependant lourd et complexe pour les requérants. Le directeur de l'Agence de régulation des postes et télécommunications explique : « *Quand on*

89 Notamment du fait de l'élection du président de la HAC par ses pairs.

90 Cet article stipule en effet qu'« *en cas de non-promulgation d'une loi par le président de la République dans les délais fixés, la loi entre en vigueur. La Cour constitutionnelle ordonne son enregistrement et sa publication au Journal officiel* ». Constitution de la République de Guinée du 7 mai 2010.

91 Moins d'une semaine après l'instauration de l'Inidh, l'Organisation guinéenne des droits de l'Homme (OGDH) a décidé de se retirer de cette instance relevant que « *l'Exécutif a procédé à de nombreuses modifications dans les dispositions du projet de loi organique votée par le CNT en 2011 avant de le soumettre à la Cour suprême pour examen de conformité avec la Constitution. Ces modifications n'ayant pas été opérées avec l'avis du législateur (CNT ou Assemblée nationale) enlèvent toute crédibilité à la « loi » qui a servi à la mise en place de l'actuelle Inidh* ». Extrait de la déclaration de l'OGDH du 15/01/2015.

donne un agrément à un opérateur, c'est un agrément national. Mais l'attribution d'une licence est locale, car l'attribution de fréquences de terre implique une portée théorique maximale de 50 km. Si vous voulez avoir un relais [dans une ville autre que celle où vous avez déjà votre licence], vous devez demander une nouvelle licence [dans cette seconde ville]. La loi prévoit que le coût de cette nouvelle licence est de 75 % du coût de la fréquence initiale. » Mais la chose ne paraît pas si simple. Ainsi, certaines radios ont-elles découvert qu'elles étaient en infraction pour ce qui concernait l'extension de la couverture de leur radio : l'ARPT leur ayant en effet délivré des autorisations d'exploitation pour ces extensions, elles semblaient ignorer qu'il leur fallait également obtenir au préalable une autorisation du CNC...

Le dossier stratégique concernant la mutation de la télévision analogique au numérique constitue un autre exemple. Alors que les enjeux – aussi bien économiques que culturels – sont pour le moins conséquents, la plus grande confusion semble régner sur l'institution réellement attributaire de la gestion de ce dossier.

Un premier comité de pilotage a ainsi été mis en place dès octobre 2011 par le Premier ministre, qui a été remplacé par décret du 21 janvier 2013 par la Commission nationale pour la migration de la radiodiffusion à la télévision de l'analogique au numérique, avec à sa tête, la présidente du CNC. Une procédure a ainsi été suivie par cette commission : présentation d'une feuille de route préparée par un expert de l'Union internationale des télécommunications (UIT) et validée par la Commission ; préparation d'un plan d'action et d'une stratégie de mise en œuvre ; préparation du cadre juridique avec l'appui d'un expert juridique de l'Organisation internationale de la francophonie (OIF) et signature d'un contrat avec un opérateur chinois (StarTimes). C'est également la présidente du CNC qui a suivi le dossier lors des rencontres internationales à l'UIT, l'Union africaine des télécommunications (UAT), l'UEMOA, le Réseau francophone des régulateurs des médias (Refram).

Si un contrat avec StarTimes a effectivement été signé en juin 2014 par la présidente du CNC, il ne semble cependant pas encore validé par le ministre des Finances... et un autre contrat a depuis été signé en septembre 2014 par le ministre des Télécommunications guinéen avec la Société générale d'Afrique (du groupe Dennis dirigé par le Franco-Tchadien Adoum Dennis). Alors que la date du passage de l'analogique au numérique est toujours fixée à la mi-juin 2015, le respect de cette échéance paraît fort peu probable au regard de ces rebondissements et n'est en tous cas guère propice à une information fiable, une mobilisation et une préparation de la profession à la migration.

LE CNC EN RETRAIT

Le mandat confié au CNC par la loi de 1991⁹² lui donne des prérogatives assez larges (voir l'annexe 7), mais qu'il s'avère parfois difficile d'assumer. La désignation de la présidente de l'institution par le président de la République et son appartenance au parti de ce dernier⁹³ rendent les décisions du CNC parfois sujettes à caution par la profession.

Il en a été ainsi sur la répartition du fonds d'appui à la presse accordé par le gouvernement. Même s'il n'apparaît pas dans les prérogatives du CNC de se charger

92 Cf annexe 7.

93 Les consultants n'affirment pas ici que l'appartenance de la présidente du CNC au parti présidentiel influe sur ses décisions, mais ils souhaitent juste souligner que cette appartenance peut susciter la suspicion dans la profession.

de la distribution de cette manne financière⁹⁴, il apparaîtrait cohérent que celui-ci joue son rôle de régulateur et s'assure d'une répartition équitable de ce budget, sur des critères reconnus et partagés avec l'ensemble de la profession.

À l'origine, ce fonds était alloué à une quinzaine de journaux. En 2011, la loi de finances en a augmenté le montant afin qu'il bénéficie à l'ensemble des médias. Comme signalé précédemment (voir p. 51), si le CNC a été responsabilisé initialement pour gérer sa répartition, il a finalement abandonné cette prérogative délicate aux trois principales associations professionnelles (Urtelgui, Agepi et Aguipe). Le CNC se retrouve ainsi aujourd'hui confiné à un rôle de simple exécutant – en l'occurrence, signer des chèques.

Le CNC semble également avoir perdu la main dans la régulation des médias dans les régions. Sur les contenus, le régulateur semble incapable de faire respecter les dispositions du cahier des charges des radios (pourcentage de publicité admis, caractère « communautaire » des programmes, quotas de musique guinéenne, etc.). Les participants aux différents panels l'ont largement souligné : pour eux, le CNC est inexistant dans les régions et n'intervient pas dans les dérapages éventuels constatés par la population dans les médias. Et, conséquence négative, c'est bien souvent l'autorité publique (ministre, préfet ou sous-préfet) qui s'arroge le droit d'intervenir auprès des médias avec plus souvent un souci d'ordre politique ou personnel relevant davantage du règlement de comptes que du respect du cadre légal des médias.

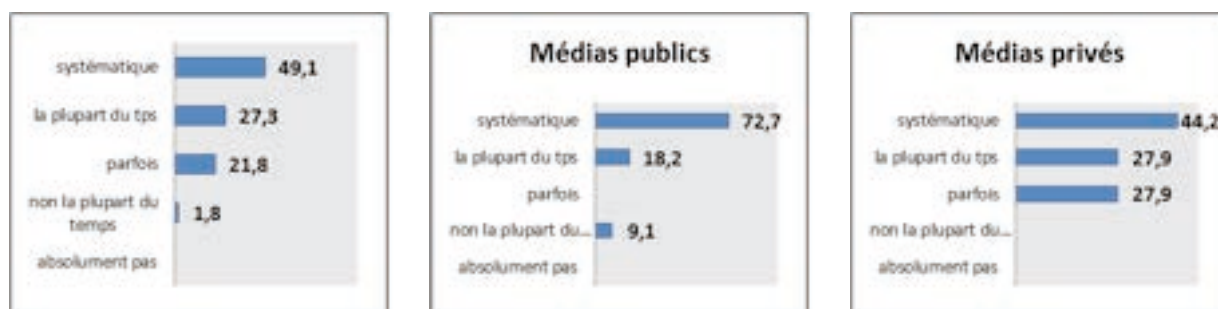
DES TEXTES PEU RESPECTÉS

Si les médias contestent parfois les décisions prises par les autorités concernant leur gestion de l'espace médiatique guinéen, pour leur part ils n'offrent pas toujours non plus une image de grande responsabilité. Nombreux sont ceux en effet qui ne se conforment pas aux textes qui régissent leur profession que ce soit au niveau des lois ou au niveau des cahiers des charges qu'ils se sont engagés à respecter.

On a ainsi vu apparaître quelques radios religieuses alors qu'elles sont formellement interdites par la loi.

Outre le non-respect du droit du travail, déjà évoqué plus haut, les dirigeants des médias guinéens reconnaissent assez facilement quelques libertés avec le respect de la loi. Ils sont 22 % à avouer que leur média n'évolue que « parfois » en conformité avec les lois, qu'il s'agisse des lois sur la presse, de leur cahier des charges, des obligations fiscales, du droit du travail, etc. Le respect de la loi est plus « systématique » (73 %) dans les médias publics mais près d'un dirigeant de média étatique reconnaît contourner la loi « la plupart du temps ». Dans le privé, 55 % des dirigeants estiment la respecter « la plupart du temps » ou « parfois ».

94 Le projet de loi 006 portant création de la HAC prévoit par contre dans son article 8 que « Les médias privés bénéficient également d'une subvention annuelle de l'État. Celle-ci est répartie par la Haute Autorité de la communication en collaboration avec les organisations professionnelles des médias ».



Quant au non-respect du cahier des charges, l'ancien ministre de la Communication, Togba Césaire Kpoghoumou, avait, dans son rapport annuel de 2013, dressé une liste assez impressionnante des « dérapages des radios et télévisions privées constatés en Guinée⁹⁵ » : non-signature des conventions avec le ministère, auto-attribution de fréquences supplémentaires pour une même radio, extension de radios dans certaines régions sans autorisation, non-respect des normes techniques, confusion de statut entre radio communautaire et radio commerciale, non-renouvellement des demandes d'agrément, non-paiement des taxes et redevances, etc. L'Urtelgui avait alors engagé un dialogue avec le ministère qui devait *a priori* permettre de régler nombre de ces problèmes, relevés déjà deux ans plus tôt par le conseiller juridique du ministre de la Communication⁹⁶ et encore en décembre 2014 par la présidente du CNC qui signalait qu'une seule radio disposerait alors d'une licence valable pour émettre.

Des sanctions sont clairement envisagées par la loi en cas de non-respect des engagements, mais force est de constater qu'elles donnent alors souvent lieu à des levées de boucliers de la part des journalistes et des organisations professionnelles. Ainsi, toute décision de l'ARPT de suspendre la diffusion d'une radio en raison du non-règlement des redevances provoque un véritable tollé et est interprétée et répercutée par de nombreux médias comme une atteinte inacceptable à la liberté de la presse, alors qu'il ne s'agit que d'une application de la législation.

UNE FORTE DEMANDE DE RÉGULATION

Pour autant, que ce soit dans les médias ou la population, à Conakry comme dans les régions, une demande d'une régulation effective des médias s'exprime largement.

Pour les médias, un besoin de reconnaissance professionnelle, de séparer le bon grain de l'ivraie, transparaît dans ce souhait.

Quant à la population, elle semble aspirer à une information plus solide et à des médias qui respectent leur cahier des charges.

95 « Dérapages des radios et télévisions privées constatés en Guinée », Rapport du ministre de l'Information Togba Césaire Kpoghoumou, 1er juillet 2013.

96 Cf « Souleymane Keita : « Aucune des stations de radio ou de TV agréées depuis 2006 n'a renouvelé son agrément », www.guineeconakry.info, 4 avril 2011.

Le tableau page suivante souligne les forces et les faiblesses du cadre juridique des médias guinéens et présente également les opportunités et menaces qui l'entourent.

LE CADRE JURIDIQUE DES MÉDIAS GUINÉENS : FORCES, FAIBLESSES, OPPORTUNITÉS ET MENACES

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> · Existence de dispositions constitutionnelles, légales et réglementaires favorables au développement des médias (lois de 2010 sur la liberté de la presse, le libre accès à l'information publique) et à leur régulation (création d'une Haute autorité de la communication) ; · La Guinée a ratifié de nombreux traités, conventions, pactes, protocoles, chartes, résolution et déclarations à l'échelle internationale en faveur de la liberté de la presse ; · Absence de peines privatives de liberté dans la loi 002 du 22 juin 2010 ; · Prise en compte des médias en ligne par la loi 002 du 22 juin 2010 ; · Relative confraternité (solidarité entre professionnels en cas de menace contre l'un d'eux) ; · Existence de l'article 151 de la Constitution qui indique que « Les traités ou accords régulièrement approuvés ou ratifiés ont, dès leur publication, une autorité supérieure à celle des lois, sous réserve de réciprocité » ; · Liberté d'association qui permet l'existence d'associations professionnelles des médias. 	<ul style="list-style-type: none"> · Coexistence de deux régimes juridiques de la presse (ancienne loi 005 de 1991 et nouvelle loi 002 de 2010) ; · Non-application et volonté de remise en cause de la loi 002 du 22 juin 2010 portant Liberté de la presse ; · Diffusion extrêmement limitée des dispositions juridiques (lois sur la liberté de la presse, libre accès à l'information publique) concernant les médias qui restent largement méconnues, notamment dans les régions ; · Persistance de dispositions juridiques vagues (délit d'offense au chef de l'État, secrets d'État) pouvant donner lieu à des interprétations diverses ; · La Haute Autorité de la communication (président élu par ses pairs) n'a toujours pas remplacé le CNC (président désigné par le chef de l'État) ; · Non-ratification par la Guinée de l'accord de Florence sur la libre circulation des œuvres de l'esprit (détaxation des intrants) ; · Absence de représentation à l'intérieur du pays des organes de régulation ; · Faible suivi de la mise en application des cahiers des charges par les médias audiovisuels ; · Faible synergie entre le ministère de la Communication, le CNC et l'ARPT dans le suivi des exigences faites aux médias ; · Inexistence de convention collective ; · Quasi-inexistence des contrats de travail ; · Léthargie de l'organe d'autorégulation des médias (Ogui-dem) ; · Multiplication d'associations professionnelles des médias dont la plupart ne respectent pas leurs statuts (renouvellement du bureau, tenue des assemblées générales etc.).

OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> · Création en janvier 2015 de l'Institution nationale indépendante des droits humains (Inidh) permettant un recours en cas de non-application des lois ; · Possibilité de recours à l'article 81 de la Constitution du 7 mai 2010 qui autorise le Président de la Cour constitutionnelle (la création de cette dernière est également prévue dans la Constitution de 2010) d'ordonner l'enregistrement des lois si le Président de la République ne l'a pas fait dans les temps impartis ; · Les bailleurs internationaux sont sensibles aux questions touchant la liberté de la presse. 	<ul style="list-style-type: none"> · Excès de pouvoir de certains élus locaux et administrateurs publics sur les professionnels de médias ; · Intimidations et menaces anonymes contre certains journalistes ; · Relations tendues entre les forces de sécurité et les professionnels de médias ; · Contexte électoral à venir pouvant favoriser des tensions et crispations et entraîner de nouvelles contraintes pour les médias.

VIABILITÉ ÉCONOMIQUE ET QUALITÉ DU SERVICE RENDU VIABILITÉ ÉCONOMIQUE ET QUALITÉ DU SERVICE RENDU PAR LES MÉDIAS

VIABILITÉ ÉCONOMIQUE

Le dispositif de création d'une entreprise de presse écrite est réduit : il consiste en une simple déclaration auprès du procureur (régime déclaratif), à Conakry comme dans les régions. La majorité des entreprises de presse ne disposent pas des fonds nécessaires à leur fonctionnement. Le dernier point d'achoppement en date portait justement sur la caution bancaire d'Espace TV, qui l'a mise en conflit ouvert avec le Conseil national de la communication.

Récemment, avec la crise Ebola et la stagnation de l'économie en 2014, les recettes publicitaires des médias ont chuté, ne permettant pas aux employeurs, qui ne disposent généralement pas de fonds propres ni de réserves, de payer les salaires de leurs employés pendant plusieurs mois. Cette situation de non-paiement des salaires est un phénomène rémanent dans la presse guinéenne (2009, 2010).

Si les recettes baissent ou sont en chute libre, les charges, au premier chef les frais de carburant pour les radios et les télévisions privées qui disposent de groupes électrogènes, restent fortes. C'est là aussi une plainte permanente des entreprises de presse, à travers leurs associations professionnelles.

C'est cette précarité, le « manque de moyens », que mettent en avant les patrons de presse pour expliquer que leurs journalistes doivent se plier à la pratique du « *nem-nem* », autrement dit de « se payer sur la bête ». La conférence de presse est l'exercice le plus prisé par les jeunes journalistes ne bénéficiant d'aucun salaire : à l'issue de la conférence, les donneurs d'informations deviennent donneurs d'ordre, puisqu'ils offrent aux journalistes « le prix du transport », voire bien davantage.

Dans l'esprit de nombreux patrons de presse, « promoteurs » de médias, le modèle économique de leur entreprise – de fait informelle – est basé sur une très faible – voire

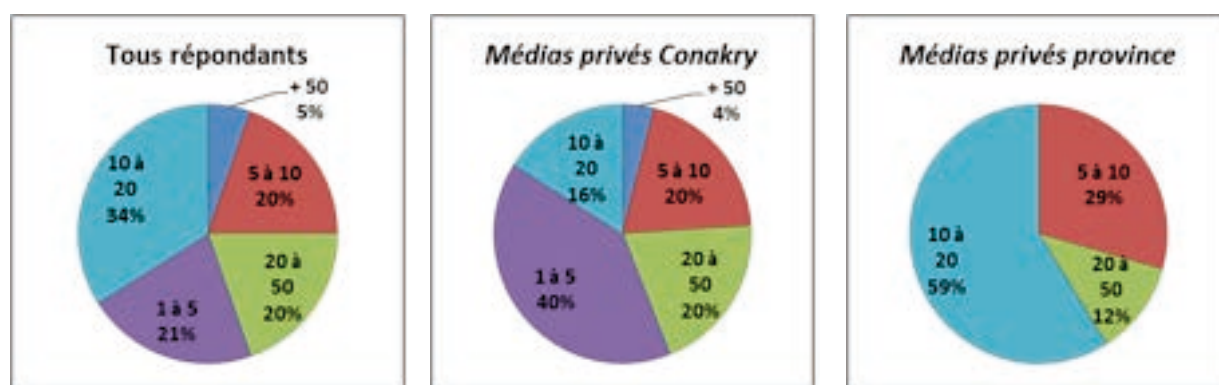
nulle – rémunération du personnel. Certains médias en région garantissent 100 000 GNF/mois, soit 12 € à leurs journalistes-animateurs. Cela n'empêche pas ces derniers de prendre sur leur salaire pour contribuer à la réparation du groupe électrogène sans lequel la radio ne pourrait pas émettre et donc garantir que leurs reportages passent à l'antenne. Les directeurs et propriétaires de médias savent se montrer inventifs sur la marchandisation de leurs plages de programme. Les émissions politiques – *talk-shows* – où le responsable politique, local ou national – achète du temps d'interview, menées par un ou plusieurs journalistes, sont maintenant généralisées. Le phénomène n'est d'ailleurs pas circonscrit au champ politique : un directeur d'un institut de formation en région, dans un panel, explique qu'il a passé un contrat avec une radio pour se faire interviewer, et qu'il a, pour cela, briefé les journalistes censés « l'interroger » sur ses activités.

Les exemples abondent, et entre la publicité classique, le publiereportage classique, le reportage rémunéré par le donneur d'ordre, les programmes clef en main servis ou coproduits par les opérateurs de coopération internationale (magazines thématiques), le temps d'antenne « non-commercialisé » est, *in fine*, proche de zéro.

Le problème n'est pas tant que les journalistes gagnent leur vie (plutôt mal) avec ces « circuits courts », mais que l'information juste, impartiale, honnête soit totalement reléguée au dernier rang des finalités des médias. Et le public ne peut être dupe : dans les panels « publics » organisés pendant la mission, les panélistes déclarent utiliser eux-mêmes les médias dans le cadre de la communication de leurs ONG. Et du coup n'avoir plus aucune confiance en la parole des journalistes.

Dans l'enquête réalisée dans le cadre de cette étude, la précarité économique des entreprises médiatiques apparaît également de manière récurrente. On a déjà évoqué la faible durée d'exercice et le *turn-over* des équipes, qui témoignent de l'impossible stabilisation du secteur. La taille des structures en est également un autre indice : seuls 18 % des médias privés ont plus de 20 collaborateurs (et 24 % à Conakry). Un sur 4 en ont moins de 5 – et 4 sur 10 à Conakry. Tous ces chiffres soulignent, s'il en était besoin, la très petite dimension de l'entrepreneuriat médiatique en Guinée, qui dresse un paysage très éclaté et dont les équipes peinent à s'étoffer, faute de moyens. Le budget moyen annuel – pour ce qui est des radios privées – de l'ordre de 200 millions de GNF (soit 25 000 €).

NOMBRE DE COLLABORATEURS DES ENTREPRISES MÉDIATIQUES



À titre de comparaison, au Burundi, pays de population similaire et de contexte médiatique proche, en dépit de toutes les différences, deux tiers des organes médiatiques ont aujourd'hui plus de dix ans d'existence, plus de 40 salariés et un budget annuel de fonctionnement supérieur à 400 millions de FBU (228 000 euros, soit 1,8 milliard GNF)⁹⁷.

La faiblesse du marché publicitaire – si tant est qu'elle soit avérée⁹⁸ – ne saurait donc constituer un frein à la structuration. « Lors du précédent exercice, note un audit réalisé par les organisations burundaises en 2013, la radiotélévision nationale a encaissé un milliard deux cent millions de FBU de recettes financières en dehors des subsides de l'État. [...] Les publications de presse burundaises sont parvenues à générer autant de fonds que ceux qui leur sont attribués par le gouvernement, soit un taux d'autofinancement de 50 %. Ceci grâce principalement à la publicité commerciale et au service d'abonnement, le premier dégageant 500 millions de recettes et le second 240 millions. »

« En dépit de ses difficultés financières, [*Radio Isanganiro*] a considérablement augmenté ses recettes en provenance de la publicité, aujourd'hui devenue la première source de rentrées financières. Elle estime ainsi son taux d'autofinancement à 65 %. » *Radio Bonesha* en serait en 2012 à 78 %.

Ce développement des recettes propres va de pair avec une certaine structuration des organes, qui voient une moindre volatilité des équipes, une saine alternance au sein de leur direction, des services marketing proactifs et plus élaborés, et des contenus éditoriaux plus diversifiés.

Pris dans sa globalité, le paysage médiatique guinéen n'a pas même jeté les bases d'un pareil cercle vertueux. Mais les exemples de bonnes pratiques existent. Seule leur généralisation permettra de souligner l'inanité du modèle économique actuel qui porte en lui le discrédit des journalistes et sape le contrat de confiance avec les citoyens.

DES MÉDIAS PUBLICS EN QUESTIONNEMENT

Les médias publics sont unanimement reconnus comme une source d'information indispensable au fonctionnement du secteur médiatique. En diffusant l'information officielle, les *RTG*, *RKS*, *Horoya* et l'*AGP* donnent au public des informations utiles et toujours considérées comme importantes, centrales même dans la vie politique nationale. Même l'Agence guinéenne de presse, en dépit d'un état de délabrement avancé (voir le rapport du ministère de la Communication), trouve auprès du public guinéen une justification à son existence et à sa mission, que ce soit à Conakry ou dans les régions.

La question se pose en revanche sur la teneur de cette information publique. La plupart des observateurs et les professionnels du secteur s'accordent à dire que les missions de terrain des ministres ou les audiences diplomatiques ne peuvent pas constituer l'essence des contenus de ces médias dépendant du ministère de la Communication. Le travail des institutions, locales, nationales et internationales, est certes important dans un État justement en construction, mais il ne peut raisonnablement représenter l'essentiel des contenus des médias d'État. L'ouverture sur d'autres sujets (sociétaux,

97 « Audit des médias par les médias, coordonné par l'Association burundaise des radiodiffuseurs », Willy Nindorera, Sylvie Capitant et Tharcisse Ndarugirire, Bujumbura, août 2013.

98 Dans l'enquête, moins d'un dirigeant de média sur dix voit la faiblesse du marché publicitaire comme le principal frein à la qualité de l'information.

économiques, culturels), l'exploitation d'autres angles (perspectives historiques, points de vue des populations, avis divergents et contestataires), l'accès aux antennes de toutes les sensibilités (société civile, représentants de l'ensemble des partis politiques, y compris ceux de l'opposition-) rendraient l'information produite par la RTG plus crédible et participerait d'une réelle construction démocratique.

LE CAS DE LA RADIO RURALE DE GUINÉE

La *RRG* bénéficie d'une bonne image générale auprès des publics rencontrés lors des panels régionaux organisés lors de la mission. Les qualités de la *RRG* mises en avant sont la proximité avec les populations, le professionnalisme des journalistes (comparé à ceux des radios privées locales) et l'attention particulière réservée aux langues locales dans les grilles des programmes. La récente étude de la Fondation Hirondelle sur l'audience des *Radios rurales* confirme cette bonne opinion qu'ont les publics à leur égard.

Parmi les citations positives recueillies lors des panels : « *information non passionnelle* », « *haute qualité* », « *compétence* », « *une vraie radio de proximité* », « *rend beaucoup de services* ».

Mais une part importante des panélistes pointe la trop grande « *proximité* » avec les autorités. « *La RRG appartient au préfet* », « *sert de masque aux dirigeants* », « *fait trop l'éloge des autorités* », « *accaparement de l'État sur la RRG* », « *on ne peut pas donner son avis, c'est la propagande du pouvoir* » ne sont que quelques-unes des déclarations des participants représentant le public des médias.

En conséquence, ils sont également nombreux à demander une « *ouverture* » de la *RRG* à la critique des autorités : « *Il faut vraiment que la RRG relaye la voix des sans-voix* », « *Si on critique les autorités, c'est pour que les choses changent* ».

Par conséquent, les mêmes demandent que la *RRG* puisse voir son « *mandat* » élargi aux informations politiques, ce qui lui est pour l'heure statutairement interdit. Les principaux arguments dans ce sens sont, d'une part, que les autorités administratives sont elles-mêmes politisées, d'autre part, que tous les sujets de la vie locale sont, par essence, politiques.

Le débat est ouvert, car certains représentants du public tiennent également à la « *neutralité* » de la *Radio rurale de Guinée*. Certains journalistes de la *RRG* se retranchent derrière les textes : « *On ne peut pas outrepasser notre mandat* » ou mettent en avant les risques d'aborder le champ politique : « *Si on fait de la politique sur nos ondes, on va venir casser nos radios* ».



© D. Fra-M. Curtis/Chasseur d'Étoiles

À la direction de la *Radio rurale de Guinée*, la directrice, Camille Hawa Camara,⁹⁹ « n'est pas fermée » : « le jour où les populations exprimeront ce besoin, à travers un sondage par exemple, nous ferons en sorte de pouvoir leur donner la parole politique. Mais tel n'est pas le cas. »

Pour le ministre de la Communication, Alhousseïni Makanéra Kaké, la porte n'est pas close non plus à cette demande de faire entrer les sujets politiques dans les grilles des radios rurales : « Cette question est pertinente [à la veille d'une année électorale], mais il y a des préalables. Sur des questions d'agriculture, d'élevage, de commerce, nous trouvons l'unité, mais si nous commençons à parler de politique, c'est là que les clivages [vont commencer]. Je n'y suis pas opposé, mais pour des raisons de sécurité, pour le bien des populations, il faudrait faire en sorte que des formations soient organisées pour les agents des radios rurales, afin qu'ils puissent bénéficier d'une expertise en matière politique. Je travaille dessus ».

L'ÉVOLUTION DU STATUT DE LA RTG

Le second grand sujet qui traverse les médias publics guinéens reste celui de leur statut. La *Radio-Télévision guinéenne* reste, cas rare en Afrique de l'Ouest, un simple « service » du ministère de la Communication. La *Radio rurale de Guinée*, le quotidien *Horoya* ou l'Agence guinéenne de presse se trouvent dans la même situation, mais, compte tenu de la prééminence donnée à la télévision dans le paysage médiatique, le cas de la télévision publique se montre le plus emblématique.

Simple « service rattaché » au ministère de la Communication, la RTG (*RTG 1* et *RTG 2* et *Radio nationale*) compte pourtant environ 600 employés, alors que le ministère dans son entier totalise 1 200 personnes, tous services confondus.

L'autonomisation de la RTG lui permettrait, en s'affranchissant des lourdeurs politiques et institutionnelles, d'offrir aux téléspectateurs, guinéens et étrangers, une chaîne « qui témoigne de la modernisation progressive du pays sur nombre de problèmes concernant les 12 millions de Guinéens¹⁰⁰ ».

Le ministre de la Communication, Alhoussein Makanéra Kaké, est ferme sur la question, en avançant d'abord des arguments d'ordre financier : « Je ne pense pas que la nécessité [d'une évolution du statut de la RTG] se fasse sentir aujourd'hui. Un office signifierait autonomie de gestion, donc une entité qui pourrait se prendre en charge financièrement ; or tel n'est pas le cas aujourd'hui : la RTG est supportée à 100 % par le budget de l'État. Si la RTG génère ses propres ressources, cela ne représente qu'une part minime de ses charges]. Je l'affirme : l'État supporte pratiquement à 100 % la RTG »¹⁰¹. Le principe « qui paye commande » reste donc : « J'ai un droit de regard sur les contenus ; nous avons des principes qui veulent que la RTG, en tant que média d'État, doit concourir à la consolidation de la paix et de la démocratie. Elle s'oppose donc en cela aux autres médias qui sont à la recherche du scoop et du sensationnel. ».

99 Entretien à la *Radio rurale de Guinée*, 9 décembre 2014.

100 « RTG 2015 – Éléments de stratégie et d'organisation 2013/2015 », Rapport de Claude Esclatine, directeur général adjoint de *France Télévisions*, expert de Canal France International, 2013.

101 Entretien au ministère de l'Information, 24 décembre 2014.

Signe qui ne trompe pas : parmi ses projets, le ministère envisage la construction de son nouveau siège à Koloma, non loin du bâtiment de la RTG.

Un document produit par un expert international pour la RTG proposant des pistes de stratégie et de réorganisation pour 2013-2015, (avec comme corollaire une réduction drastique des personnels) suggère incidemment un « *changement éventuel de statut juridique* » de la radio-télévision nationale.

Pourtant, responsables des médias publics ou des institutions de la République, journalistes et techniciens, experts étrangers sont nombreux à penser, parfois à dire, que l'autonomisation des médias d'État est indispensable pour qu'ils y trouvent efficacité et maturité et puissent (re)devenir concurrentiels dans le paysage national et international.

Pour les uns, l'argument financier est avancé : l'autonomisation de la RTG lui permettrait d'augmenter ses recettes propres, en passant sans contraintes des contrats avec des partenaires, ce qu'elle fait déjà depuis de nombreuses années. Ainsi, le directeur général de l'institution, Yamoussa Sidibé, évoque-t-il la récente directive qui permet à la RTG de passer des contrats pour des spots publicitaires en direct sans passer par l'Office guinéen de la publicité : « *[Les recettes de] ces spots sont indispensables pour régler les salaires d'environ 100 contractuels de la RTG qui n'émargent donc pas au budget de l'État.* »

L'autonomisation budgétaire permettrait aussi de dissiper le caractère « opaque » du budget de la télévision nationale : budget « double », puisqu'il y a celui voté par l'Assemblée nationale dans le cadre du budget national de développement (qui inclut essentiellement les salaires et charges des fonctionnaires) et, « second » budget, celui du fonctionnement réel de l'institution siégeant à Koloma, alimenté par des marchés, prestations et contrats perçus en direct.

Il faut rappeler également que la RTG fut brièvement, à partir de 1997, un office sous la direction de Boubacar Yacine Diallo. C'est à la démission de celui-ci en février 2000 que l'ORTG a été supprimé et que la radio-télévision publique a été de nouveau rattachée au ministère de tutelle.

Pour beaucoup, c'est l'argument politique qui milite en faveur de la création d'un office de la télévision. Visiblement encline à la célébration permanente du pouvoir en place, la RTG ne peut pas se poser en instrument de rassemblement du peuple guinéen. La prise de distance avec l'appareil d'État ne pourrait que crédibiliser davantage la RTG et, par ricochet, les pouvoirs publics. « Au Sénégal, la *RTS* est depuis longtemps une société nationale ; cela ne l'empêche pas de rendre comptes des activités des présidents de la République et des autorités », fait observer un journaliste politique.

La question de l'évolution du statut de la RTG inclut également celle du devenir de la *RTG-Boulbinet*. Selon un rapport du ministère de la Communication, cette « deuxième chaîne » « *végète aujourd'hui dans le bricolage car dépourvue d'équipements et de ressources, essentiels pour la production des émissions ; elle est dotée d'équipements dépassés et de locaux vétustes [au siège historique de la RTG au port de Boulbinet], et compte un effectif de 192 travailleurs*¹⁰² ».

102 « Aperçu général du ministère de la Communication », Bureau de stratégie et du développement, ministère de la Communication, 2013.

Sur ce sujet, il faut noter que la Haute Autorité de la communication serait consultée sur la nomination – et la révocation – des directeurs des médias publics.

REPRÉSENTATIVITÉ DES ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES

La vie associative foisonnante¹⁰³ des médias pourrait être interprétée comme un signe de vitalité du secteur. Or, c'est en fait tout le contraire, puisque que, si on recense aujourd'hui entre 30 et 40 associations et réseaux divers dans le secteur des médias, rares sont ceux qui ont une existence réelle. Et là réside peut-être la raison pour laquelle seulement 40 % des journalistes interrogés dans le cadre de l'enquête adhèrent à une association.

Dans leur majorité, les associations ne parviennent pas à remplir, même de loin, les obligations de leur statuts ou règlements intérieurs : les assemblées générales sont plus ou moins tenues, les cotisations ou adhésions non réglées, les instances dirigeantes (bureaux, conseils d'administration) non renouvelées. La gouvernance interne de la plupart de ces associations est sujette à caution.



Les associations ne disposent pas de sièges (à une ou deux exceptions près), ont des moyens très limités et n'emploient aucun permanent pour les tâches administratives. Ce sont la disponibilité et les moyens personnels des représentants qui permettent à chacune des associations de fonctionner avec plus ou moins de réussite. Hormis à la RTG où les journalistes ont la possibilité d'adhérer à la centrale syndicale de la fonction publique, il n'existe pas de syndicat de journalistes guinéens avec pour mission la défense des intérêts sociaux des travailleurs des médias.

Pour autant, certaines de ces structures parviennent à se justifier auprès du reste de la société dans quelques situations : la défense des journalistes et/ou de la liberté de la presse lorsque celles-ci sont attaquées, les réunions protocolaires devant les autorités politiques (*mamaya*) et l'organisation de formations, généralement sur la sollicitation de bailleurs ou d'opérateurs de formation nécessitant un relais ou une caution locale. Ces associations sont ainsi les partenaires idéaux et disponibles. Mais il est courant qu'une association reste en sommeil pendant des années entre deux formations ou deux séminaires, sans tenir ni assemblée générale ni réunion de bureau.

Pour un observateur de l'évolution du secteur des médias, cette prolifération des associations de presse s'explique par la volonté des pouvoirs politiques, quels qu'ils soient, de « diviser pour mieux régner ».

Il n'en reste pas moins que les associations les plus reconnues sont aujourd'hui celles qui sont représentées au conseil d'administration de la Maison de la presse de Guinée (depuis 2011), à savoir l'Union des radios et télévisions libres de Guinée (Urtelgui), l'Association guinéenne des éditeurs de la presse indépendante (Agépi), l'Association

103 Cf. la liste des organisations professionnelles en annexe 11.

guinéenne de la presse en ligne (Aguipel), l'Association des professionnelles africaines de la communication (Apac) – structure ouest-africaine qui trouve ici sa section guinéenne – et le syndicat des médias publics.

Les trois premières – Urtelgui, Agépi et Aguipel – sont également reconnues par les autorités de l'État, au premier rang desquelles le CNC, qui leur a confié de fait depuis 2012 la répartition de la subvention publique aux médias privés.

Et surtout, les associations de presse se sont vues reconnaître par le Conseil national de transition lorsqu'il a élaboré le nouvel arsenal juridique des médias en 2010. La Haute Autorité de la communication, appelée à succéder au CNC, comprend un collège de 11 membres, et 5 sièges sont attribués aux associations de presse. À l'heure où il est question de la mise en place de la Haute Autorité de la communication, après cinq ans d'atermoiements, il est nécessaire de poser la question de savoir quelles vont être les 5 associations retenues pour siéger au sein du collège de la nouvelle instance de régulation des médias. L'enjeu n'est pas mince, puisqu'avec 5 représentants, le secteur des médias pourrait, allié à un représentant du collectif des imprimeurs et libraires, ou encore à celui du cinéma et de la photographie, obtenir la majorité lors des votes.

Sur le terrain social, plusieurs interlocuteurs, dans les entreprises de presse comme dans l'administration, évoquent la nécessité de la mise en place d'une convention collective des journalistes, pour sécuriser ces derniers et, *in fine*, pour leur offrir de meilleures conditions de travail et de rémunération, renverser ou freiner la tendance générale à la médiocrité des contenus et à l'érosion des valeurs professionnelles. Actuellement, aucune association professionnelle n'est en ordre de marche pour relever un tel défi, aucun syndicat n'existe, capable de négocier les termes et modalités d'un tel texte, qui pourrait modifier sensiblement les conditions d'exercice du métier d'informer en Guinée.

Les associations professionnelles se présentent théoriquement comme une alternative à la faillite des institutions publiques et de l'État. Pour autant, elles n'ont pas encore la maturité et l'efficacité qui leur permettraient d'influer sur les politiques publiques sectorielles.

LA MAISON DE LA PRESSE DE GUINÉE, LA MAISON COMMUNE

Bien qu'ayant trouvé indéniablement sa place dans le paysage médiatique guinéen (elle est connue même en régions), la MDPG demeure une institution fragile. Son financement continue d'être assuré essentiellement par les bailleurs de fonds internationaux (ambassade de France jusqu'en 2013, Union européenne depuis lors et appuis ponctuels d'organisations comme Osiwa). Même si les ressources propres générées par ses activités sont en légère croissance, elles ne lui permettent cependant pas d'assumer l'essentiel des charges liées à la gestion et l'activité du lieu.

Une association « Les Amis de la maison de la presse » a d'ailleurs été créée en 2013 à l'initiative de journalistes fréquentant la MDPG et visant à « *inciter les institutions à soutenir les projets de la MDPG, œuvrer pour le renforcement des capacités des journalistes et à leur perfectionnement, contribuer à l'émancipation du métier de journaliste, et enfin amener les autorités guinéennes à construire pour la presse guinéenne une maison spéciale* ».

Mais la gouvernance de la MDPG étant confiée principalement aux associations de presse guinéenne et ces associations étant elles-mêmes perfectibles sur le plan de la gouvernance interne, la Maison de la presse n'est pas à l'abri de risques institutionnels telle la perte de légitimité des membres de son conseil d'administration, qui pourrait entraîner en cascade un désintéressement des bailleurs de fonds internationaux, voire des professionnels.

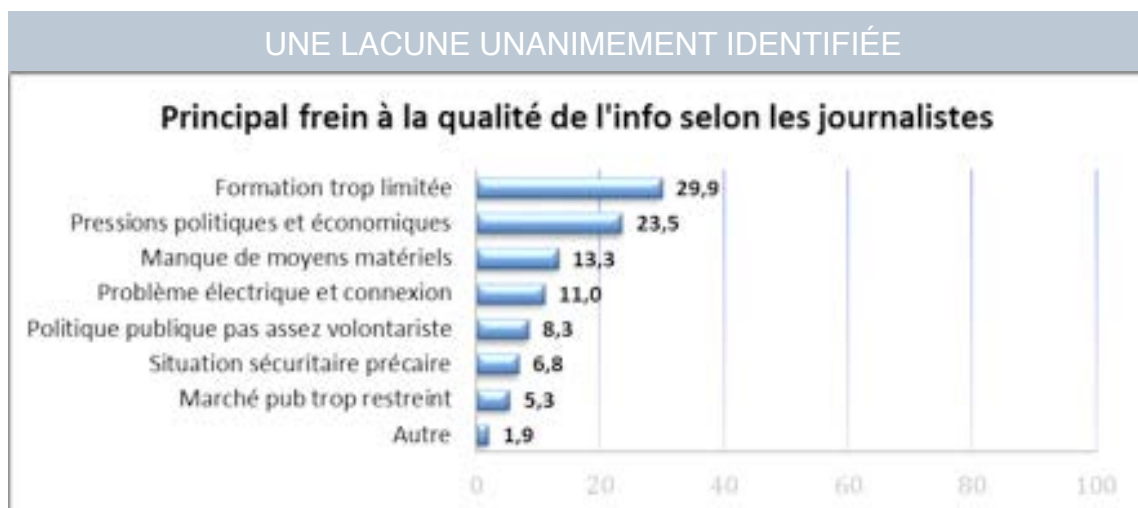
Certains lui reprochent d'accueillir des organes de presse (sites web) qui n'ont que la MDPG pour siège.

Enfin, pour certains utilisateurs, la MDPG a besoin d'évoluer afin de mieux prendre en compte les nouvelles technologies de l'information et les réseaux sociaux, qui sont aujourd'hui la principale source d'information des jeunes journalistes notamment.



LA FORMATION, UNE URGENCE DE LÉGITIMATION

Former les journalistes : l'objectif est largement partagé, tant par les journalistes eux-mêmes, que par les techniciens et les dirigeants. Dans l'enquête menée dans le cadre de cette étude, tous pensent à l'unisson¹⁰⁴ que ce devrait être la priorité d'un programme d'appui aux médias. Pourtant cette injonction pose sans doute plus de questions qu'elle n'apporte de réponses.



La massification de la formation initiale et sa déconnexion des réalités professionnelles constituent deux défis de taille pour la formation initiale au journalisme. En matière de perfectionnement, le déficit de structures de formation continue viables et l'importance du *turn-over* des équipes obèrent tout véritable renforcement des capacités des médias.

L'enjeu de la massification présente et à venir de l'enseignement supérieur se ressent de manière particulièrement criante dans le secteur du journalisme. *A priori*, la principale institution du pays, l'Isic, a des atouts pour l'affronter, en misant sur l'excellence de son recrutement : en Guinée, les élèves de terminale sont affectés en fonction de leurs choix et de leurs résultats par une Commission nationale d'orientation. Structure étatique, l'Isic parvient à drainer des étudiants parmi les plus brillants, même s'il n'y a officiellement pas de sélection à l'entrée.

Selon l'École supérieure de journalisme de Lille, qui intervient auprès de l'Isic, alors que l'effectif est théoriquement limité à 50 étudiants par promotion, ce chiffre a été poussé à plus du double dans les deux premières des quatre années de journalisme. Les problèmes d'équipement et d'encadrement qui se posent déjà vont être particulièrement aigus à partir de l'année universitaire 2015-2016, à l'arrivée des premières cohortes en 3^e année, qui est censée être dédiée à la production professionnelle.

Ces conséquences sont d'autant plus perturbantes que les institutions d'enseignement au journalisme fonctionnent quelque peu hors-sol¹⁰⁵ en Guinée : l'enseignement y reste très académique, l'équipement minimal et les médias sont quasi absents des murs.

104 49 % des journalistes salariés, 41 % des dirigeants et 30 % des techniciens salariés.

105 Un sentiment renforcé par la situation de la structure à Kountia, bien loin du centre de Conakry.

Les échanges avec le monde professionnel, qui devraient pourtant fonder l'exigence de structures à vocation professionnalisante, sont souvent réduits à leur plus simple expression.

Les possibilités d'une formation par alternance associant des enseignements académiques et pratiques ainsi que des passages en entreprise ont sans doute été peu explorées, alors même que les médias s'appuient massivement sur des jeunes sous ou même non-formés.

À la différence des structures privées qui bénéficient d'une relative autonomie, la structure universitaire reste prégnante au sein de l'Isic et entrave l'embauche, même ponctuelle, de professionnels en activité comme vacataires, empêche un réel contrôle de l'effectivité des enseignements et ne permet aucune gratification aux éducateurs, qui travaillent dans des conditions précaires, souvent auprès de plusieurs institutions en parallèle.

L'enseignement reste porté par les « homologues » qui sont souvent tout juste diplômés et sans réelle expérience professionnelle alors qu'ils sont censés exercer sous la tutelle des titulaires – principalement issus de la faculté de lettres – nommés par l'État. Le renforcement des capacités, sous la forme de formations de formateurs orientées sur des projets concrets, apparaît comme un préalable absolu pour permettre de développer des enseignements plus pratiques¹⁰⁶.

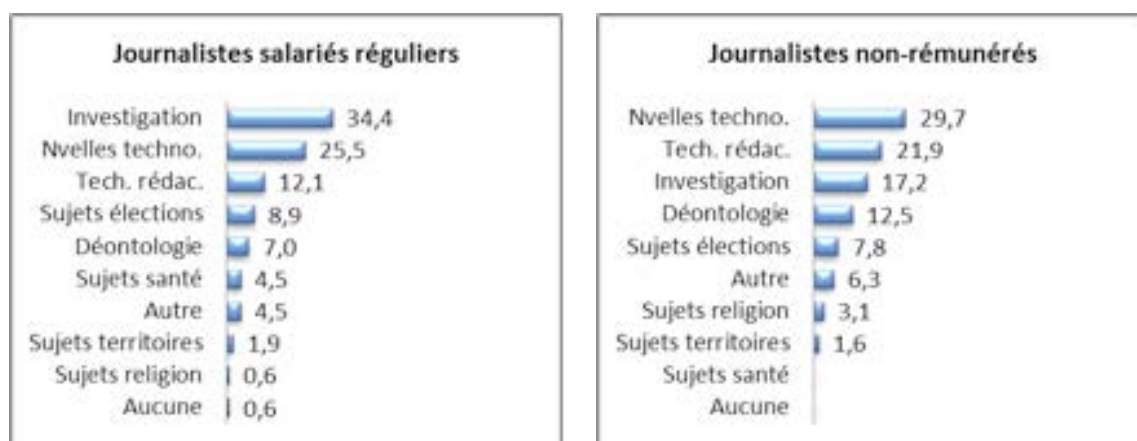
L'insertion professionnelle des étudiants n'est, qui plus est, pas véritablement une préoccupation. La principale association des diplômés de l'Isic a recensé 46 « anciens » des promotions comprises entre 2006 et 2010. Si l'échantillon est faible, comparé aux effectifs des promotions (il en reste théoriquement quatre fois plus qui n'ont pas été identifiés), il donne cependant des indications intéressantes : un tiers en effet ne pratique pas ou plus le métier qu'il a appris, moins de dix ans après l'obtention de son diplôme.

Il est illusoire de penser que le monde des médias est aujourd'hui en mesure d'absorber chaque année autant de nouveaux diplômés, sauf à participer à un système qui favorise la précarisation de tous les salariés des médias et du secteur lui-même.

La perception des dirigeants de médias est, sans surprise, plus que circonspecte : 89 % avouent avoir « du mal à trouver des journalistes bien formés ». Le pourcentage est exactement le même quand il s'agit de techniciens bien formés.

106 Dans le cadre des actions mises en place par FEI, l'ESJ de Lille a mené deux sessions de formation de formateurs, du 17 au 21 février 2014 et du 30 juin au 4 juillet 2014, cette dernière session ayant été conduite avec des journalistes professionnels et des enseignants de l'Isic.

LES ATTENTES DE FORMATION DES JOURNALISTES



En matière de formation continue, le parallélisme est remarquable : si certaines structures sont reconnues, nulle n'a encore acquis de réelle légitimité, en phase avec les besoins des équipes – et pas seulement avec leurs attentes. Ce travail de discrimination entre besoin et attentes n'est pour l'heure pas pris en charge localement mais le projet a permis une étude des besoins en formation des rédactions de la presse écrite et de la presse en ligne, mise en place par l'École supérieure de journalisme de Lille en 2014. Trois champs de formation ont ainsi pu être identifiés : le management (considéré sous l'angle économique), le renforcement du français¹⁰⁷ et les techniques de base rédactionnelles.

Interrogés dans le questionnaire mis en place lors de la présente étude pour savoir de quelle formation ils pensent avoir le plus besoin, les journalistes salariés citent peu les techniques rédactionnelles de base (un peu plus d'un sur dix seulement) mais ils choisissent prioritairement l'investigation, le genre rédactionnel sans doute le plus exigeant, qui donne ses lettres de noblesse aux médias... mais qui est aussi susceptible de détruire leur réputation s'il n'est pas produit dans les normes : combien de journalistes inexpérimentés se sont-ils brûlés les ailes en voulant rédiger l'enquête dont ils rêvaient, sans avoir les outils, ni les informations pour le faire ? Dans les secteurs de la presse écrite et de la télévision, plus d'un journaliste sur deux plébiscite l'investigation.

Les dirigeants sont sans doute plus proches des besoins réellement identifiés pour les médias, au terme de cette étude. Ils estiment qu'en matière de formation des journalistes, la priorité devrait porter sur les bases : les techniques rédactionnelles (37,5 %), les nouvelles technologies (29 %) et même la maîtrise de la langue (18 %). En revanche, la culture générale ne leur semble pas être une urgence.

En ce qui concerne la formation des techniciens, la prime revient à l'innovation : les nouvelles technologies (62 %) et les nouveaux matériels (23 %) tiennent la corde, aussi bien dans le public que dans le privé. Les bases (en informatique comme en entretien du

¹⁰⁷ Le FSP médias avait pris en 2009 l'initiative de cours de perfectionnement de langue française pour les journalistes, (*print/web* d'une part, *radio/TV* d'autre part) assurés par les professeurs de langue du Centre culturel franco-guinéen. La formule, pourtant prisée par les patrons de presse, n'avait pas été poursuivie en 2010, année fortement perturbée politiquement (gel de la coopération).

matériel) sont au contraire jugées non prioritaires, preuve sans doute que ces domaines sont considérés comme relativement couverts.

Le taux de roulement exceptionnel des équipes fait le reste et impose de renforcer le degré d'exigence en matière de sélection et de suivi des bénéficiaires. La situation actuelle empêche pour l'heure d'envisager sérieusement un renforcement des capacités durable des médias guinéens à brève ou moyenne échéance.

LES PROFESSIONNELLES DES MÉDIAS : ENTRE AFFIRMATION ET RELÉGATION

Le chapitre II a donné une photographie contrastée de la place des femmes dans les médias : elles sont sous-représentées dans tous les secteurs étudiés (journalisme et technique) et même quasiment absentes des postes de direction. Dans les rédactions, elles sont, qui plus est, souvent cantonnées à des rubriques dédiées. Économiquement, elles sont plus soumises que les hommes à la précarité, mais lorsqu'elles sont embauchées, la différence salariale ne se fait à leur détriment que sur les tranches de salaires les plus élevées : la proportion de faibles salaires est en effet plus importante chez les hommes.

Du reste, la très grande majorité des femmes interrogées lors de l'enquête (77 %) admettent que la plupart du temps, leur travail est aussi valorisé que celui de leurs collègues masculins. Parmi l'ensemble des catégories étudiées, seules les techniciennes sont plus nuancées : 53 % estiment que leur travail est aussi valorisé que celui des hommes mais 18 % estiment que ce n'est en revanche jamais le cas¹⁰⁸.

La situation est beaucoup plus tranchée dans les structures de formation où la présence d'enseignantes est une exception. L'ostracisme de fait est aussi une manifestation du sexisme. Un ostracisme qui commence très tôt : la Fondation Orange et Orange Guinée ont apporté leur soutien¹⁰⁹ au projet programme « École Amie des filles » de l'ONG Aide et Action, qui encourage le maintien des filles à l'école en cycle primaire dans quatre préfectures de Guinée (Boké, Dubréka, Coyah, Boffa)¹¹⁰.

Ceci étant, les enjeux liés à la question du genre dépassent ces données brutes. Le questionnaire donne en effet la photographie du harcèlement verbal et même parfois physique dont les journalistes guinéennes peuvent faire l'objet, dans le cadre de l'exercice de leur métier ou en dehors.

108 Les journalistes femmes ne sont que 3 % à penser que ce n'est jamais le cas.

109 Ce rôle social des entreprises médiatiques a également été endossé par *Canal+* sur un projet à vocation humanitaire, mené par l'intermédiaire d'un fonds de dotation dénommé « Kin-dia+ ». Une série de documentaires suit chaque année l'avancement des projets, qui ont récolté 261 492 €.

110 <http://www.fondationorange.com/Ecole-Amie-des-filles-781>

LE HARCÈLEMENT ENVERS LES FEMMES DES MÉDIAS



Un tiers des répondantes (32 %) reconnaît ainsi avoir subi « régulièrement » (9 %) ou « au moins une fois » (23 %) des remarques sexistes au sein de son média. Chez les journalistes (36 %), le phénomène est plus marqué que chez les techniciennes (30 %) et il en va de même à Conakry (37,5 %) plus qu'à l'intérieur du pays (29 %). L'âge est également un facteur discriminant : les femmes de plus de 31 ans sont moins touchées que les 18-30 ans, mais le sexisme à leur intention est en revanche plus régulier.

En proportion cependant, la salle de rédaction semble un havre au regard de ce qui se passe en dehors : le taux de répondantes victimes de remarques sexistes en dehors de leur média s'élève à près d'une sur deux (48 %). À Conakry, il atteint même 55 %, même si le sexisme est plus régulier à l'intérieur du pays.

Plus grave encore, 18 % des femmes interrogées reconnaissent avoir déjà été agressées physiquement. À Conakry, le chiffre atteint 24 % mais dans les régions, 7 % des femmes confessent que ces agressions sont régulières.

LES ÉCHÉANCES À VENIR

MÉDIAS DANS LA PERSPECTIVE DES ÉLECTIONS

Les médias ont été centraux dans le processus électoral de 2010, le premier réellement démocratique qu'ait connu la Guinée. L'année 2010 a été un véritable test pour des médias, au premier chef les radios privées, encore peu rompues à l'exercice. En effet, les premières radios privées ayant commencé leurs émissions en 2006, l'élection de 2010 a constitué un véritable baptême du feu.

La situation politique extrêmement tendue qui a prévalu lors de la campagne de la présidentielle de 2010, notamment entre les deux tours, aurait pu faire craindre le pire. Quelques radios et sites web, durant cette période, ont été incontestablement des perturbateurs du jeu démocratique, relayant en toute connaissance de cause des discours incendiaires, parmi lesquels des incitations à la confrontation ethnique. Les médias guinéens avaient cependant été l'objet de toutes les attentions, notamment de la communauté internationale, fortement impliquée dans l'organisation des élections et la résolution des conflits politiques de la période. La mission d'observation électorale

de l'Union européenne a cependant souligné dans son rapport que la couverture du premier comme du second tour par les médias guinéens « *a été caractérisée par le pluralisme et l'équilibre de l'information dans les médias publics, en contraste avec les déséquilibres observés dans la presse privée.*¹¹¹ »

De nombreuses formations thématiques avaient été organisées à l'intention des médias guinéens ; la Maison de la presse avait été inaugurée à la veille de la campagne électorale officielle et transformée illico en « Centre de communication électorale » ; des synergies des radios avaient été mises en place, impliquant *Search for Common Ground* et *Radio France Internationale*, sur fonds respectivement américains et français. Le principe des synergies était pour les radios privées, d'une part, de travailler collectivement à un réseautage du territoire guinéen de manière à avoir une vision la plus exhaustive possible des opérations de vote et, d'autre part, à produire un programme commun pour offrir aux auditeurs des comptes rendus mesurés et équilibrés du scrutin. Le cœur du dispositif était la diffusion, le soir même des scrutins, de résultats issus des bureaux de vote pris individuellement. Au premier tour, la diffusion de ces résultats dut être stoppée sous la pression des autorités de transition quelques heures après la fermeture des bureaux de votes et l'annonce des résultats d'une centaine de bureaux.

L'expérience a pourtant été tentée de nouveau lors des législatives de 2013, avec cette fois davantage de réussite, puisqu'il n'y a pas eu de menace d'intervention des hommes en uniforme ni même des autorités gouvernementales. Les radios ont ainsi pu diffuser sans entraves des résultats partiels provisoires dans les heures et jours qui ont suivi le scrutin. Il est à noter que deux synergies des radios se sont tenues parallèlement pour les législatives : l'une constituée des radios privées autour de l'Urtelgui, l'autre des radios publiques (*Radio nationale* et *Radios rurales* + *Chérie FM*). La première a diffusé les résultats, la seconde s'en est abstenue, consacrant ses programmes au strict compte rendu de la situation sur le terrain.

La mission d'observation électorale de l'Union européenne a par ailleurs souligné dans son rapport pour ce scrutin avoir « *apprécié le rôle régulateur joué par le CNC lors de la campagne électorale et salué les efforts permanents de cette institution afin de garantir l'équilibre de la couverture médiatique entre les forces politiques en compétition sur les médias d'État* ». Elle précisait cependant que « *les activités des membres du gouvernement ont été largement couvertes lors de leurs tournées à l'intérieur du pays et pouvaient alors être perçues comme une forme de campagne déguisée*¹¹² ».

Pour 2015 et le deuxième scrutin présidentiel démocratique de la Guinée¹¹³, les médias, incluant cette fois les télévisions privées, pourraient envisager une nouvelle fois de se coaliser et mettre en œuvre des synergies sur le modèle de 2010 et 2013.

Aucun responsable politique ou institutionnel rencontré ne s'oppose formellement à la publication/diffusion des résultats avant la Cénî. Mais à la condition, rappelle Yéro Condé, chargé de la communication à la Commission électorale nationale indépendante, « *que les radios [éventuellement les télévisions] prennent soin de préciser, d'insister même, sur le fait qu'il s'agit bien de résultats partiels provisoires et qu'elles ne fassent pas les additions par circonscription* ».

111 Rapport final de la mission d'observation électorale de l'Union européenne en République de Guinée. Élection présidentielle de 2010, février 2011.

112 Rapport final de la mission d'observation électorale de l'Union européenne en République de Guinée. Elections législatives, septembre 2013.

113 Sous réserve de la mise en œuvre du calendrier électoral publié par la Cénî le 10 mars.

Même ligne d'appel à la prudence de la part de la présidente du Conseil national de la communication : « *Il est toujours bon d'informer, mais pour nos populations, ce qui est dit à la radio devient parole d'évangile et peut créer des problèmes, amener les militants à s'affronter. [Dans cette éventualité de diffusion des résultats par une synergie], il [faudrait] que les journalistes soient vigilants et insistent sur le fait qu'il [s'agirait] de résultats partiels provisoires non encore vérifiés par la Céni* », avertit Martine Condé.

Pour sa part, le ministre de la Communication, Alhoussein Makanéra Kaké, se retranche derrière l'avis de la Céni, en « *ne voyant pas d'inconvénient* » à la publication des résultats partiels provisoires par les médias, y compris ceux de l'État.

Le sujet restait pourtant, au tout début 2015, encore théorique : les synergies électorales passées (2010 et 2013), en particulier le déploiement des journalistes sur le terrain, ont été financées essentiellement par les programmes et projets d'appuis des bailleurs de fonds internationaux. Or, pour 2015, « *le pouvoir a déjà indiqué qu'il n'était pas favorable à une implication internationale forte*¹¹⁴ ». Cette ligne, si elle était maintenue, exclurait presque certainement des stratégies communes des médias dans le cadre du processus électoral¹¹⁵.

TECHNOLOGIES, LA NOUVELLE FRONTIÈRE

La Guinée est à la traîne dans le classement de l'indice de développement des nouvelles technologies de l'UIT, qui mesure à la fois leur accès, leurs usages et les compétences TIC : en 2013, le pays stagnait à la 33^e place (sur 38 pays), entre Madagascar et l'Éthiopie¹¹⁶.

Pourtant, malgré la modestie de sa population d'internautes, la Guinée se classe chaque mois dans les dix premiers pays du monde qui consultent la page Facebook de *France 24*. Le site de la chaîne, qui reçoit chaque mois entre 5 000 et 6 000 visiteurs, est monté jusqu'à 473 000 visiteurs mensuels au moment des massacres de 2009. La Guinée représentait alors à elle toute seule les deux tiers des visiteurs du site. Le chiffre donne la mesure du changement de paradigme qui s'opère depuis quelques années : l'audience se déplace progressivement vers les médias en ligne, qui n'ont ni la même temporalité, ni la même pratique d'information, ni les mêmes usages. Et assurément, quand il s'agira d'écrire l'histoire de ce basculement, les événements de 2009, que le site de *France 24* a abondamment couverts et que les « Observateurs » de la chaîne ont relayés, constitueront un jalon important.

Internet réduit d'abord la temporalité, en redistribuant les cartes et en bousculant les hiérarchies traditionnelles. Selon une étude du cabinet McKinsey¹¹⁷, internet pourrait contribuer au PIB annuel de l'Afrique à hauteur de 300 milliards de dollars d'ici à 2025,

114 *International Crisis Group ; Policy Briefing : L'autre urgence guinéenne : organiser les élections ; Dakar/Bruxelles – 15 décembre 2014, p. 1.*

115 Le gouvernement guinéen a cependant annoncé dans un communiqué rendu public fin janvier 2015 « [avoir] d'ores et déjà adhéré, le 20 décembre 2014, au principe d'appui financier de l'Union européenne dans le cadre du processus électoral ». Selon le calendrier annoncé par la Céni le 10 mars, les élections locales se tiendraient à la fin du premier trimestre 2016.

116 http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2014/MIS2014_without_Annex_4.pdf

117 *Lions go digital: The Internet's Transformative Potential in Africa*, McKinsey Global Institute, London, November 2013.

contre 18 milliards seulement aujourd'hui. Un pays comme le Sénégal fait partie des deux leaders en ce domaine avec le Kenya. C'est l'un des premiers à avoir mené une ambitieuse politique d'équipement en fibre optique, à avoir favorisé le développement des cybercafés, et son projet d'e-gouvernement a canalisé des fonds vers l'enseignement à distance et des services administratifs en ligne par exemple. Les nouvelles technologies favorisent cependant les effets de rupture brusques : ainsi, selon les derniers chiffres de 2013, l'essentiel de la connexion à internet (80 %) au Sénégal est aujourd'hui mobile.

En Guinée, en l'absence de bases consolidées, notamment sur les audiences, on se contentera d'explorer les seules données objectives. Les principales « marques » médiatiques guinéennes identifiées – sans souci d'exhaustivité – sur Facebook (qu'il s'agisse de médias *pure players*, de médias traditionnels, d'émissions, d'animateurs, de groupes ou même de simples pages) dessinent un panorama paradoxal : sur les 10 principales audiences figurent seulement 3 médias traditionnels – des radios – et l'émission-phare de l'un d'eux, « Les Grandes Gueules ». La croissance de notoriété sur un mois est tantôt marginale, tantôt littéralement exponentielle (+ 28,8 % pour *Guinée Plus*, + 42 % pour *Lynx FM*, dont l'audience est pour l'heure 50 fois moindre que le trio de tête). Un « petit média » comme *GPP FM Foutah* à Labé, arrive, grâce à une page non officielle, à accéder à la 20^e position en termes de notoriété, juste après Nostalgie Guinée, avec une page qui comptait en janvier 5 fois plus d'adeptes que *RTG Boulbinet*. En quelques jours seulement, au moment de la CAN 2015, un groupe « Tous derrière le Syli national de Guinée pour la CAN 2015 » réunissait 1 779 membres, au lendemain du premier match contre la Côte d'Ivoire. Les publicitaires aimant savoir à qui ils s'adressent, c'est à très court terme tout l'équilibre médiatique qui est ainsi voué à un véritable chamboulement.

VOLATILITÉ DES PRINCIPALES MARQUES MÉDIATIQUES SUR FACEBOOK,

JANVIER 2015



La dernière enquête à ce jour¹¹⁸ remontait à 2013 et témoignait pourtant – les choses ont sans doute beaucoup changé depuis – d'un recours très limité à internet (8 % des répondants). La Guinée se classait alors au 27^e rang parmi 34 pays africains concernant l'accès à l'internet, à égalité avec le Mali, mais à la 19^e position concernant l'utilisation d'un téléphone portable personnel pour passer des appels. Près d'un Guinéen sur 4 déclarait même avoir déjà utilisé son téléphone pour envoyer ou recevoir de l'argent ou pour payer une facture, ce qui témoigne aussi des nouveaux usages qui commencent à surgir et à s'installer dans le quotidien.

La monétisation constitue en effet l'un des enjeux principaux de cette ruée sur le net. Même si elle reste encore modeste, l'introduction de facilités de paiement comme le portefeuille virtuel « Orange Money » (créé par Orange au Sénégal avec la banque BICIS) marque une étape essentielle qui porte en elle des perspectives de croissance commerciale, en permettant aux utilisateurs d'effectuer des dépôts, des paiements et des transferts d'argent. Un potentiel que les médias n'ont pour l'heure utilisé qu'à la marge, via le système des SMS surtaxés, dont ils peuvent recevoir une part des revenus.

Les nouvelles technologies interrogent enfin les pratiques et le rapport de chacun à l'information. Grâce à elles, non seulement le lecteur/auditeur peut aisément devenir producteur, mais il peut même être plus pertinent que les médias eux-mêmes. Du reste, dans l'enquête réalisée dans le cadre de cette étude, 98 % des journalistes s'estiment d'accord avec le fait que les nouvelles technologies vont changer leur manière de travailler. Les premiers effets sont même déjà mesurables, dans l'analyse des sources des journalistes ou de leurs moyens d'information par exemple, comme cela a déjà été signalé dans le chapitre II : internet – et singulièrement les réseaux sociaux – tendent en effet à y prendre une place prépondérante.



© InternewsEurope

La dimension participative est encore relativement peu présente sous la forme du blog en Guinée¹¹⁹ mais elle l'est beaucoup plus sur les réseaux sociaux et singulièrement sur Facebook où les contributions sont nombreuses, variées et, aussi, parfois, immodérées. Le meilleur – l'info trafic en temps réel pendant la grève générale de début janvier 2015 par exemple – y côtoie le pire, avec un goût marqué pour les photographies explicites, notamment de meurtres, qui sont régulièrement partagées et diffusées, sans le moindre filtre.

118 Afro-Barometer, « Médias et liberté d'expression », résultats de la 5e série des enquêtes Afro-baromètres en Guinée, Stat View International, 2013.

119 Une première réunion de blogueurs, un *bar camp*, doit cependant être organisée en 2015, à l'instigation de l'Association des blogueurs de Guinée.

Outre le fait que ces informations et rumeurs, faits et points de vue contreviennent aux règles d'usage du réseau et qu'ils sont en cela susceptibles de menacer l'utilisateur de bannissement des réseaux sociaux, leur maelström ininterrompu soulève aussi la question de l'éducation aux médias. Les plus jeunes, dont on sait qu'ils sont parmi les utilisateurs les plus réguliers, n'ont en effet pas les outils de filtrage et de prise de distance pour discriminer ce qui relève de la propagande et de l'information. Ce champ immense commence à peine à être investi¹²⁰ et la question du raccordement reste la priorité : environ 200 établissements d'enseignement secondaire, supérieur et professionnel, dont 33 dans la seule région de Conakry, seront connectées à internet en 2015.

Cela ne fait en tout cas que renforcer la responsabilité sociale du journaliste comme médiateur et « pédagogue du quotidien ». Le Sénégalais El Hadji Maky Idy Sall le formule plus abruptement dans un mémoire déjà relativement ancien consacré à « L'appropriation sociale des technologies de l'information et de la communication »¹²¹ : « L'internet utilisé pour sonner la riposte au discours dominant véhiculé par les grands médias, joue désormais un rôle essentiel dans la circulation et le partage de l'information. »

Ces nouveaux usages ont aussi une face lumineuse : les nouvelles technologies permettent de renforcer l'accès et le partage de l'information, qui sont à même de favoriser la transparence et la sensibilisation. Une publication récente¹²² de l'université d'Adélaïde (Australie) a recensé une dizaine d'études de cas où les réseaux sociaux ont constitué un formidable levier en gestion ou en prévention de crise : parmi ceux-ci, en Afrique, le projet Umati au Kenya, qui contrôle les discours de la haine et renforce l'éducation civique en la matière, ou encore le projet U-Shahid en Égypte, lancé par Ushahidi, qui a permis un contrôle participatif des élections après la révolution.

Même les projets de développement médias « traditionnels » démultiplient leurs effets en intégrant une dimension technologique : BBC Media Action a ainsi placé sur *Soundcloud* les épisodes des « Contes de monsieur Plan-Plan »¹²³ qu'elle a réalisés en français, avec des Guinéens, pour sensibiliser les populations au virus Ebola. Avec l'application Google Play, les émissions sont directement diffusables sur téléphone portable et reliées au blog de l'opérateur et à l'ensemble de ses réseaux sociaux, avec toute la capacité de diffusion que leur grand nombre d'adeptes permet.

En 2014-2015, le *Global Editors Network*, *Open Society Initiative for West Africa* (Osiwa), l'Union de la presse francophone et *Code for Africa* ont organisé trois éditions de *#HackAgainstEbola*, à Accra (Ghana), Lagos (Nigéria) et Dakar (Sénégal). Ces *Editors Lab* sont organisés comme des ateliers qui regroupent des journalistes, des développeurs et des graphistes, dont la mission est de créer en quarante-huit heures un prototype d'outil pour couvrir la crise sanitaire de manière innovante (par une application

120 On peut citer notamment *Global Mapping of Communication for Development Interventions in Peacebuilding and Conflict Transformation* de l'Unicef (2013), http://www.unicef.org/cbsc/files/Global_Mapping_C4D_Peacebuilding.pdf

121 Mémoire de Maîtrise en développement régional, université de Québec (Canada), 2009, http://www.osiris.sn/IMG/pdf/Memoire_de_Maitrise_en_developpement_regional__Appropriation_sociale_des_TIC_par_des_acteurs_ruraux_et_urbains.pdf

122 *Social Networking, Social Media and Complex Emergencies: Issues papers*, The University of Adelaide, juin 2014, <https://www.acmc.gov.au/wp-content/uploads/2014/09/Social-Media-and-Complex-Emergencies-Issues-Paper.pdf>

123 https://soundcloud.com/bbc_media_action_ebola/sets/les-contes-de-monsieur-plan

mobile, le *crowdsourcing*, la data visualisation, etc.). Un jury détermine le gagnant de la compétition, qui fait l'objet d'un tutorat dédié pour pouvoir mettre en œuvre son projet. Parmi les postulants à Dakar : l'Agence sénégalaise de presse, le Cesti (l'école de journalisme de Dakar), *Dakaractu*, *Le Quotidien*, *Ndarinfo*, *Ouestaf*, *PressAfrik*, la RTS, l'Union des radios associatives et communautaires ou encore *Wadr*. C'est finalement le Réseau des jeunes blogueurs sénégalais de Jaly Badiane qui a été sélectionné par le jury pour un projet de plate-forme d'information par les réseaux sociaux, SenStopEbola.

Au niveau de l'audiovisuel, le basculement numérique va également permettre une démultiplication de l'offre. Sans revenir sur les retards pris dans le processus ni sur ses vicissitudes (voir p. 62 et 63), l'enjeu à venir est moins marqué par la phase d'accompagnement, relativement connue et balisée¹²⁴, que par les conséquences en termes de contenus : la faiblesse de la production locale laisse en effet craindre un déferlement de productions importées, au détriment des contenus nationaux et/ou en langues nationales. En la matière, les stratégies adoptées sur le numérique impliquent véritablement des choix de souveraineté nationale sur la culture.

La polémique qui a émergé fin 2014 sur les chanteurs qui doivent dans leurs clips « chanter guinéen », « danser guinéen » et s'« habille[r] comme un Guinéen »¹²⁵ pour pouvoir passer à la télévision nationale témoigne de l'émergence d'une préoccupation nouvelle, potentiellement porteuse de crispations et de frustrations. Le secteur de l'information n'est pas en reste, au moment où fleurissent les créations et les projets de médias internationaux couvrant l'Afrique (*Africa24* depuis 2009, dont la holding est détenue à 20 % par la Guinée équatoriale et le Cameroun, la chaîne chinoise *CCTV Africa* depuis 2012, *A+* du groupe français Canal+ depuis 2014 et *Le Monde Afrique* et *Africanews*, avec *Euronews* et la télévision nationale du Congo en 2015, pour ne citer que quelques projets).

Un dernier enjeu, lié à l'arrivée de la TNT et à la multiplication de l'offre, a été identifié comme la « mobiquité », fusion des mots « mobilité » et « ubiquité ». C'est ce que le prospectiviste Xavier Dalloz a appelé l'Atawad (*Anytime, Anywhere, Any Device*) : un accès n'importe où, n'importe quand, et de n'importe quel support. Pour Adama Sow, de l'agence sénégalaise Social Net Link, « le succès de la série « Dinama Nekh » est dû en grande partie à cette stratégie développée par les producteurs de ce *sitcom made in* Sénégal, qui ont exploité à fond la stratégie multi-écrans à travers l'application Catch TV de Senepeople. [La série] a battu tous les records d'audimat en regroupant plus de 30 millions de vues (source YouTube France). »¹²⁶

Télévision par satellite, TNT payante, réseau câblé : la multiplication des plates-formes d'accès est l'une des évolutions majeures en Afrique, où DigitalTVResearch prévoit que les revenus liés à l'ensemble de la télévision numérique payante atteindront 6,22 milliards de dollars en 2020, contre 3,54 en 2014. Pour Simon Murray, analyste principal,

124 Voir notamment *Ten Tips for Managing the Migration to Digital Television, A brief guide for African station managers*, Meredith Beal, African Media Initiative/International Center for Journalists, 2013, <http://africanmediainitiative.org/content/2013/07/22/Ten-Tips-Analogue-to-Digital-online-version1.pdf> ou le guide pratique *Passage au numérique en Afrique sub-saharienne*, ministères français des Affaires étrangères, du Redressement productif et de la Culture et de la Communication, 2013, http://www.cfi.fr/content/download/1624/16628/version/1/file/GuideTNT_FR.pdf

125 Intervention de Yamoussa Sidibé, directeur général de RTG Koloma diffusée sur la RTG, 30 novembre 2014.

126 <http://www.osiris.sn/TNT-au-Senegal-Seules-les-nomades.html>

*« fin 2014, trois entreprises (Multichoice – DSTV et GoTV –, Canal+ et StarTimes) avaient plus de 90 % des abonnés de la télévision payante en Afrique subsaharienne. Cependant, au cours de [2015], au moins 30 nouvelles plates-formes vont être lancées – deux fois plus qu’en 2014. »*¹²⁷

V. RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES

Cette étude du paysage médiatique guinéen a été réalisée dans le but de fournir un état des lieux de la situation actuelle du secteur et de formuler des recommandations pour l'élaboration d'une stratégie future en vue de sa consolidation.

À ce stade, les consultants ne disposent pas d'informations sur la mise en place d'un nouveau programme d'appui au secteur ni, en conséquence, sur le montant qui pourrait lui être affecté.

Les recommandations qui suivent se fondent sur les enjeux et défis identifiés tout au long de l'étude comme entravant le développement du secteur. Elles visent à fournir des orientations, d'une part sur les axes d'intervention prioritaires et, d'autre part, sur les modalités de mise en œuvre à privilégier, dans la perspective d'un renforcement du secteur dans son ensemble.

La mise en place d'un programme d'appui aux médias est, en tout état de cause, soumise à un certain nombre de conditionnalités dont les réponses incombent prioritairement aux autorités guinéennes, comme la reconnaissance de la prééminence des lois dont découle notamment la mise en place de la HAC.

La multiplicité des institutions et des acteurs présents en Guinée a incité les consultants à préconiser des dispositifs d'intervention plutôt que des appuis spécifiques à des structures. Cette approche se fonde sur trois préoccupations :

- **favoriser une approche holistique**, pour que la conjonction des activités ait plus d'impact que la somme de chacune. Les consultants proposent donc d'adopter une approche globale qui combinerait plusieurs prismes (politique, juridique, économique, social...) en vue d'une démultiplication des effets ;
- **soutenir l'empowerment des différents acteurs** : les fonds d'appui aux initiatives locales impliquent un investissement et une volonté de mobilisation des acteurs. Ce ne sont pas des opérateurs internationaux qui viennent proposer leurs services et leurs méthodes d'intervention, mais les acteurs locaux eux-mêmes qui distinguent leurs attentes et leurs besoins et les formulent ;
- **mettre l'accent sur l'efficacité** : les fonds d'appui évitent de répondre à un besoin par la création d'une nouvelle structure (institution, organisation de la société civile ou autre) et proposent plutôt un instrument d'intervention aux structures existantes. Ils favorisent en outre des démarches conjointes au travers d'un mécanisme souple qui autorise une diversité d'interventions concourant cependant à un objectif commun.

Les recommandations sont formulées sans exclusive de projets plus restreints – en cours ou à venir – concernant des bénéficiaires spécifiques. Les consultants n'ayant pas pour mandat d'évaluer les projets menés ces derniers mois – leur évaluation étant

envisagée par ailleurs – aucun jugement n’est donc porté à leur égard et, même s’ils ont été identifiés, ils ne sont pas intégrés en tant que tels dans les recommandations, mais sont susceptibles d’y trouver une place.

Conformément aux termes de référence de l’étude, les consultants proposent une base programmatique de stratégie de consolidation du secteur. Celle-ci est déclinée en quatre axes :

- Le premier axe concerne spécifiquement le renforcement des capacités des différents acteurs du paysage médiatique guinéen. Les partenaires techniques et financiers internationaux jouant encore aujourd’hui un rôle important dans l’évolution du paysage médiatique, des recommandations leur sont également adressées.

AXE 1 :

Empowerment des acteurs : les recommandations afférentes visent au renforcement des capacités des acteurs guinéens afin de leur permettre d’assumer progressivement la pleine souveraineté sur l’avenir de leur secteur médiatique. L’ensemble de ces recommandations est accompagné d’un calendrier d’intervention sur le court, moyen et long terme correspondant respectivement aux phases de sensibilisation des acteurs, de structuration de leurs activités et de pérennisation des résultats obtenus. Un objectif spécifique et des activités sont attribués pour chacune des phases à chacun des acteurs ou groupe d’acteurs.

- Les deux axes suivants concernent des dispositifs d’intervention prioritaires accompagnés de propositions de modalités d’intervention spécifiques intégrant le souci de favoriser l’appropriation de l’évolution du secteur par les acteurs locaux. Les recommandations sont déclinées en fonction de besoins identifiés au cours de l’étude.

AXE 2 :

Soutien aux initiatives locales, dans les domaines de la professionnalisation, de l’appui à la production audiovisuelle locale et l’innovation technologique.

AXE 3 :

Soutien aux institutions publiques locales avec pour objectifs l’accompagnement de la transformation des médias d’État en service public et l’appui à la régulation.

- Le quatrième et dernier axe ne s’intègre pas en tant que tel dans le projet de structuration du secteur à long terme mais vise à répondre à un impératif de calendrier qui constitue un enjeu crucial à court terme.

AXE 4 :

Appui au processus électoral dans la perspective des échéances à venir.

Enfin, si des indicateurs de réalisation pour chacune des activités proposées sont suggérés, ils ne comportent pas de valeurs quantitatives, celles-ci étant dépendantes non seulement des montants qui seraient éventuellement affectés aux projets, mais également de la spécificité de chacun d’entre eux.

Court terme (1 an)	Moyen terme (2-3 ans)	Long terme (4 ans)
OBJECTIF GÉNÉRAL : Améliorer la qualité du service d'information en République de Guinée en faisant émerger un système médiatique diversifié mais cohérent, ordonné et solidaire		
SENSIBILISER	STRUCTURER	PÉRENNISER
EMPOWERMENT DES ACTEURS		
> L'ensemble des acteurs locaux <		
OBJECTIF SPÉCIFIQUE : créer les conditions d'un dialogue aboutissant à un constat partagé pour faire évoluer le secteur ACTIVITÉS COURT TERME : états généraux avec cinq priorités : l'application et la diffusion effective des textes, l'harmonisation/simplification/rationalisation des procédures, la réflexion sur l'aide aux médias privés et le financement de la formation continue, l'évolution des médias d'État	OBJECTIF SPÉCIFIQUE : adopter une stratégie nationale de réforme pour réguler le secteur et l'engager dans une démarche vertueuse par l'autorégulation et visant à la couverture nationale du pays ACTIVITÉS MOYEN TERME : élaboration d'un document-cadre, avec des priorités d'intervention	OBJECTIF SPÉCIFIQUE : l'activité régulée des médias est un élément constitutif de la consolidation de l'État de droit ACTIVITÉS LONG TERME : capacité d'ajustements des priorités d'intervention en fonction des enjeux émergents
> Les partenaires techniques et financiers <		
OBJECTIF SPÉCIFIQUE : faire le bilan des bonnes pratiques et mieux intégrer la dimension de suivi/évaluation avec des indicateurs précis et chiffrés et éviter les redondances et les stratégies contradictoires ACTIVITÉS COURT TERME : évaluer les actions entreprises depuis le lancement du FSP et lancer une concertation bailleurs, en liaison avec les autorités nationales et la profession	OBJECTIF SPÉCIFIQUE : venir en appui à la stratégie nationale de réforme du secteur ACTIVITÉS MOYEN TERME : élaborer un programme d'appui au secteur qui corresponde aux objectifs identifiés lors des états généraux	OBJECTIF SPÉCIFIQUE : s'assurer de la concordance des activités mises en œuvre dans le cadre d'un programme d'appui avec la stratégie nationale, développer une culture de la capitalisation, améliorer l'évaluabilité des interventions ACTIVITÉS LONG TERME : évaluation continue et ajustement des activités mises en œuvre lors de la première phase du programme d'appui au secteur

> Les organisations professionnelles des médias (OPM) <

<p>OBJECTIF SPÉCIFIQUE : renforcer les OPM et améliorer leur gouvernance et légitimité : renouvellement des CA, effectivité des AG, développement de la concertation entre associations...</p> <p>ACTIVITÉS COURT TERME : formation sur le fonctionnement associatif ; élargissement des membres actifs (mise en place de correspondants en région : fonction d'information et d'alerte). Réflexion prospective sur le rôle et les activités de la MDPG</p>	<p>OBJECTIF SPÉCIFIQUE : développer la capacité des OPM à respecter leurs objectifs de redevabilité pour renforcer leur rôle au sein de la société civile et leur capacité de mobilisation</p> <p>ACTIVITÉS MOYEN TERME : Appui aux OPM pour se structurer et fonctionner selon des critères de bonne gouvernance et mise en place de leurs réseaux nationaux</p>	<p>OBJECTIF SPÉCIFIQUE : développer le pouvoir de proposition et de plaidoyer des OPM</p> <p>ACTIVITÉS LONG TERME : Suivi et ajustements des activités mises en œuvre en phase de structuration</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

> Les médias <

<p>OBJECTIF SPÉCIFIQUE : faire prendre conscience des conditions nécessaires à la viabilité du marché</p> <p>ACTIVITÉS COURT TERME : travail de sensibilisation des médias sur leur viabilité économique (gestion des moyens et adaptation de l'offre à la demande et aux évolutions du secteur)</p>	<p>OBJECTIF SPÉCIFIQUE : un secteur publicitaire rationalisé, qui irrigue véritablement le secteur et des médias qui répondent mieux aux attentes de leur public</p> <p>ACTIVITÉS MOYEN TERME : études d'audience et travail sur des outils de gestion et des plans de développement rationnels</p>	<p>OBJECTIF SPÉCIFIQUE : Des médias plus riches, en capacité de fournir des salaires décents, de stabiliser les équipes, d'embaucher et capables de répondre aux aspirations présentes et à venir de leur public</p> <p>ACTIVITÉS LONG TERME : études d'audience systématisées et plans de développement formalisés</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

> Les acteurs de la formation <

<p>OBJECTIF SPÉCIFIQUE : concertation de la profession avec les structures de formation pour adapter l'offre aux besoins réels des médias et pas seulement à leurs attentes</p> <p>ACTIVITÉS COURT TERME : réunions d'échanges, mise en place de comités pédagogiques alliant le monde professionnel et le monde académique</p>	<p>OBJECTIF SPÉCIFIQUE : renforcement de la dimension pratique de l'enseignement du journalisme et adaptation de la formation technique aux nouveaux besoins (passage au numérique)</p> <p>ACTIVITÉS MOYEN TERME : adaptation et création éventuelle de curricula (formation journalistique et technique) ; formation de formateurs ;</p>	<p>OBJECTIF SPÉCIFIQUE : vérifier que les dispositifs de formation répondent aux besoins du secteur (y compris en matière technique) et aux normes de qualité internationales</p> <p>ACTIVITÉS LONG TERME : formations conjointes avec des formateurs locaux, évaluation de l'adéquation aux besoins et ajustements</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

SOUTIEN AUX INITIATIVES LOCALES

> Un fonds d'appui aux projets de professionnalisation <

LOGIQUE D'INTERVENTION : valoriser et impliquer les acteurs locaux notamment sur des domaines prioritaires : 1/ professionnalisation des médias ; 2/ renforcement de la viabilité économique ; 3/ interactions entre médias, administration, élus et société civile. Les projets sélectionnés seront accompagnés sous la forme d'un mentorat, pour permettre le transfert progressif de l'ingénierie de projet aux acteurs locaux.

MISE EN ŒUVRE : la gestion technique du fonds est assurée par un opérateur international au terme d'un appel d'offres et le comité de sélection réunit acteurs locaux et partenaires techniques et financiers internationaux. Au lancement de tout nouvel appel à propositions, un *coaching* est simultanément proposé aux éventuels porteurs de projets en amont de la date de remise des dossiers, afin de les accompagner dans l'élaboration de leur proposition.

CONDITIONNALITÉS : la sélection favorisera des consortiums associant une diversité de partenaires (académiques, professionnels et société civile), dont au moins un OPM ou un média, lesquels seraient en mesure de justifier leur bonne gouvernance. Quand un partenaire souhaite postuler au fonds, il se désiste du comité de sélection. Les éventuelles formations, séminaires et demandes d'appui matériel devront s'intégrer dans un projet et ne pourront être financés pour eux-mêmes. Les projets cofinancés ou comprenant une part de valorisation seront privilégiés. La pérennisation des projets et la question de genre seront particulièrement recherchées. Les projets devront intégrer des critères de suivi et normaliser les formulaires de candidature.

INDICATEURS DE RÉALISATION : les valeurs cibles seront déterminées par les porteurs de projets eux-mêmes de manière à ne pas être directives.

> Encourager et soutenir la production locale audiovisuelle <

LOGIQUE D'INTERVENTION : appels à propositions ouverts aux médias publics et privés, sur de l'appui à la production pour renforcer la présence culturelle locale sur les écrans guinéens et favoriser la circulation d'œuvres originales au sein de la sous-région

MISE EN ŒUVRE : la gestion technique du fonds est assurée par un opérateur international au terme d'un appel d'offres et le comité de sélection réunit acteurs locaux (et notamment des diffuseurs) et partenaires techniques et financiers internationaux. Au lancement de tout nouvel appel à propositions, un *coaching* est simultanément proposé aux éventuels porteurs de projets en amont de la date de remise des dossiers, afin de les accompagner dans l'élaboration de leur proposition.

CONDITIONNALITÉS : un cofinancement ou une coproduction sera impératif. Les projets seront ouverts aux structures à majorité guinéenne ou aux structures issues de la diaspora avec un partenaire local. Les projets bénéficiant d'un pré-accord de diffusion seront favorisés et à tout le moins la recherche d'un diffuseur devra être démontrée. La mention de l'aide apportée devra être explicite dans le générique de l'œuvre et dans toute communication. Les productions en langues nationales bénéficieront d'une attention particulière sans exclusive. La prise en compte de sujets aux visées démocratiques et sociétales sera favorisée pour autant que leur traitement soit fait de manière équilibrée et professionnelle.

INDICATEURS DE RÉALISATION : la diffusion des productions sur les médias guinéens sera un indicateur. Les mesures d'audience ainsi que l'intensité des discussions sur les réseaux sociaux pourront constituer des indices supplémentaires.

> Valoriser l'innovation technologique <

LOGIQUE D'INTERVENTION : des appels d'offres ouverts tant sur les thématiques que sur les technologies utilisées (internet, téléphone mobile...) permettront d'identifier des projets innovants misant par exemple sur la production participative (*crowdsourcing*), les réseaux sociaux ou encore le data-journalisme pour combler le fossé numérique et permettre l'émergence de solutions d'information innovantes.

CONDITIONNALITÉS : la prise en compte de sujets aux visées démocratiques et sociétales sera favorisée, tout comme les projets impliquant des partenaires de la sous-région. Un comité d'experts chargé de la sélection des projets et d'apporter un appui méthodologique est constitué.

INDICATEURS DE RÉALISATION : les mesures d'audience et le nombre de contributions seront des indicateurs objectivement vérifiables.

SOUTIEN AUX INSTITUTIONS PUBLIQUES NATIONALES

> Accompagner la transformation des médias d'État en service public <

LOGIQUE D'INTERVENTION : des missions de plaidoyer, de conseil et d'expertise permettront d'élaborer une feuille de route pour accompagner les médias d'État afin qu'ils puissent intégrer et accomplir leur mission de service public, développer le pluralisme, la redevabilité et élargir la couverture à tout le territoire national (pour les médias audiovisuels).

CONDITIONNALITÉS : l'évolution du statut est un impératif pour que les médias d'État disposent chacun de moyens propres qui leur permettent la mise en œuvre de la feuille de route.

INDICATEURS DE RÉALISATION : Les indicateurs de réalisation seront explicites dans la feuille de route de manière à assurer le suivi de la transformation.

> Soutien à la régulation <

LOGIQUE D'INTERVENTION : accompagner le développement des médias privés mais de manière concertée et raisonnée, par un appui à la HAC sur des projets qu'elle aura déterminés et notamment l'appui à des projets visant à assurer sa mission à l'intérieur du pays.

CONDITIONNALITÉS : mise en place de la HAC et de ses moyens de fonctionnement.

INDICATEURS DE RÉALISATION : rapports de la HAC, enquêtes auprès des OPM et de leurs relais à l'intérieur du pays.

UNE PRIORITÉ À COURT TERME : LES ÉLECTIONS

LOGIQUE D'INTERVENTION : permettre un traitement pluraliste et apaisé ainsi qu'une couverture nationale des prochaines échéances électorales

CONDITIONNALITÉS : prise en compte des expériences passées (synergies, formations, sensibilisation...) pour déterminer et mettre en œuvre les activités les plus pertinentes

INDICATEUR DE RÉALISATION : rapports des missions d'observation du processus électoral

NB : Le **crowdsourcing** consiste à utiliser les utilisateurs d'internet ou de téléphones mobiles pour créer des contenus, la plupart du temps gratuits, et en assurer la modération, en mutualisant les ressources et les compétences de chacun. Le **data-journalisme** se rapporte à la collecte, l'analyse et la visualisation de données statistiques pour les mettre en valeur dans le cadre d'une investigation.

En préalable, les consultants souhaitent affirmer leur alignement sur les principes de l'OCDE pour l'engagement international dans les États fragiles et les situations précaires, adoptés en 2006. Les éléments clefs en sont notamment la prise en compte du contexte comme point de départ, l'accord sur des mécanismes concrets de coordination et une intervention rapide doublée d'un engagement sur la durée pour avoir des chances de réussite.

Les recommandations ont comme pivot fondamental la constitution d'un fonds d'appui aux initiatives locales, qui est, selon les consultants, seul à même de favoriser l'appropriation (et donc la pérennisation) des projets de développement média. Toute composante serait ainsi soumise à ce préalable d'être portée localement et formalisée en vue de s'inscrire dans une véritable démarche projet.

Certaines de ces recommandations sont notamment nourries des leçons apprises dans le cadre de l'évaluation de différents projets d'ampleur menés ces dernières années et, notamment, le programme multi-bailleurs « Médias pour la démocratie et la transparence en République démocratique du Congo » (accent porté sur l'*empowerment*, les attentes spécifiques des acteurs, l'appropriation des réalisations, la valorisation des initiatives locales, la mise en réseau, etc.).

LE FONDS D'APPUI MÉDIA EN RDC : UN LEVIER À L'INITIATIVE LOCALE

Dans le cadre du programme interbailleurs « Médias pour la démocratie et la transparence en République démocratique du Congo » (2007-2012), trois fonds d'appui aux médias (FAM) ont successivement été mis en place. Suite à un appel à propositions au niveau national¹²⁸, les projets reçus étaient notés par deux évaluateurs. Un comité de sélection composé à la fois des PTF et de professionnels du secteur nationaux et internationaux choisissait ensuite les partenaires les mieux-disant, qui signaient alors une convention de subvention formalisant la mise en œuvre de leurs projets respectifs.

Le premier appel à propositions (FAM 1) concernait tout type de projets s'inscrivant dans un ou plusieurs axes du programme (« appuyer la professionnalisation du secteur médiatique » ; « appuyer la production de programmes sur la démocratie et la bonne gouvernance » ; « consolider la régulation et l'autorégulation du secteur médiatique » ; « promouvoir la viabilité économique du secteur médiatique » ; « promouvoir les médias de service public indépendants »). Le deuxième FAM a visé plus spécifiquement « la production d'émissions télévisuelles ou radiophoniques sur la perception par les citoyens congolais des enjeux liés à la démocratie en général et aux prochaines élections en particulier ». Un ciblage plus précis des projets a également été opéré, avec des objectifs traduits en critères de sélection plus détaillés

et des critères d'éligibilité renforcés (compétences techniques, cohérence entre le projet présenté et l'expérience de l'organisation, limitation à une seule présentation de projet par session et un cadre logique à fournir). Le troisième fonds enfin s'est concentré sur « *la formation des acteurs du secteur de l'audiovisuel et de la presse écrite en RDC* » avec pour objectifs de renforcer, professionnaliser et pérenniser les compétences et connaissances des différents acteurs du secteur, tant dans le domaine de la gestion que dans les domaines techniques ou éditoriaux.

Ces différents FAM ont permis le financement de près d'une quinzaine de projets de courte durée (3 à 9 mois pour les deux premiers FAM ; de 3 à 6 mois pour le FAM n° 3) et d'envergure financière limitée (de 10 000 à 50 000 \$), mis en œuvre exclusivement par des acteurs locaux.

L'évaluation finale du programme a cependant montré que si le FAM constituait un bon outil d'*empowerment*, il ne répondait que partiellement à ses objectifs en raison de la faiblesse des capacités des opérateurs locaux. Le faible nombre de réponses correspondant aux critères d'éligibilité aux appels à propositions du FAM montrait ainsi la nécessité d'appuyer les acteurs locaux dans l'élaboration de leurs dossiers. De telles sessions de coaching doivent également permettre aux partenaires gestionnaires du fonds de mieux saisir les difficultés rencontrées par ces opérateurs locaux et d'en adapter en conséquence les procédures.

Les consultants souhaitent appeler à la vigilance des partenaires financiers sur les modalités d'appels d'offres s'adressant aux opérateurs internationaux pour la gestion des fonds d'appui.

Ils doivent notamment veiller :

- à ce que les postulants inscrivent clairement leur proposition dans la stratégie du programme. Il est notamment crucial que les opérateurs alignent leur système de suivi (indicateurs objectivement vérifiables, outils et procédures) sur les besoins du programme. Des directives en ce sens doivent donc être clairement prescrites par les partenaires financiers lors du lancement des appels à propositions ;
- à la normalisation des formulaires d'appels à propositions sous la forme de cadre logique mentionnant notamment les opportunités et les menaces ;
- à l'adaptation des appels à propositions aux évolutions du secteur.

ANNEXES

ANNEXE 1 | LISTE DES PERSONNES CONTACTÉES

ANNEXE 2 | BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAPHIE

ANNEXE 3 | QUESTIONNAIRES DE L'ENQUÊTE

ANNEXE 4 | BRÈVE HISTOIRE DES MÉDIAS EN GUINÉE

ANNEXE 5 | PARTICIPANTS AUX PANELS EN RÉGIONS

ANNEXE 6 | ATTRIBUTIONS DU CNC ET DE LA HAC

ANNEXE 7 | CHARTE DÉONTOLOGIQUE

ANNEXE 8 | LISTE DES MÉDIAS

ANNEXE 9 | LISTE DES ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES

ANNEXE 10 | RDC : UN EXEMPLE DE FONDS D'APPUI

ANNEXE 11 | TERMES DE RÉFÉRENCE DE L'ÉTUDE

ANNEXE 12 | PARTICIPANTS À LA RESTITUTION

ANNEXE 13 | SYNTHÈSE DE LA RESTITUTION

ANNEXE 1

LISTE DES PERSONNES CONTACTÉES

- A** ABOUYA ODOUNTAN Béatrice : directrice pays *Search for Common Ground* (SFCG) en Guinée. Conakry
ADJOVI Emmanuel : responsable de projet à la direction de la francophonie numérique. Organisation internationale de la francophonie. Paris
AMADOU Barry : auditeur radio. N'Zérékoré
AYRAULT Francis : Responsable des moyens de diffusion à RFI. Expert pour CFI. Paris
- B** BAH Aissatou : Directrice de la *Radio rurale de Guinée*. Labé
BAH Chérif : association des jeunes pour le développement de Labé (AJDL). Labé
BAH Fatoumata Dalanda : reporter à Espace Fouta. Labé
BAH Halimatou : association Aimer la Guinée. Labé
BAH Mouctar : correspondant de RFI en Guinée, président de l'Amelgui. Conakry
BAH Ousmane Télimélé : chef de la section technique de la *Radio rurale de Guinée*. Labé
BAHOU Ange : directeur des programmes la *Radio Nabaya FM*. Kankan
BALLA Junio Onivogui : journaliste à la *Radio rurale de Guinée*. N'Zérékoré
BALLA Soumaoro : centre d'information de proximité (Cip). Kankan
BALDE Hadja Hawa : association des veuves et femmes victimes d'abandon (Avfna). N'Zérékoré
BALDE Salmana : association pour la promotion et de le développement de l'entreprenariat jeunesse. Labé
BALDE Salémata : association appui aux femmes et aux enfants pour un développement durable. Labé
BALE MAX, chef de service à RFI Planète Radio (groupe France Médias Monde)
BANDALY Kourouma : association Priorité pour le bien-être de l'enfant et de la femme (FBEF). Kankan
BANGOURA Abas : ordre des avocats (ex-membre de la Céni). Conakry
BANGOURA Banks Mohamed : représentant de France Médias Monde en Guinée. Ancien directeur général de la RTG 2. Directeur général de Vice-Versa communication. Conakry
BANGOURA Morlaye : directeur technique de la *Radio rurale de Guinée*. Conakry
BARNABÉ Réal : directeur d'*Internews* en Guinée. Conakry
BARRY Amadou Oury : coalition nationale pour la paix en Guinée (CNPG). Kindia
BARRY Malmouna : Crad. Labé
BARRY Mamadou Alimou : CP/OSC. Labé
BARRY Mamadou Moussa : reporter à *Sabou FM*. Kindia
BATCHILY Rosine : directrice des programmes de *Radio Horizon FM*. Kankan

BEAVOGUI Siba, PDG et fondateur du groupe Farafina
BERQUE Pascal, directeur général de Panos Europe
BILIVOGUI Koikoi Kouloubou : journaliste à *Radio Pacifique*. N'Zérékoré
BUCHBINDER Olivier : deuxième conseiller à l'ambassade de France en République de Guinée. Conakry

C CAMARA Abdoulaye Makhissa : Rédacteur en chef de *Sabou FM*. Kindia
CAMARA Aboubacar : rédacteur en chef de la télévision de la RTG 1. Conakry
CAMARA Amadou Tham : directeur du site *guinéeenews.org*, président de l'Aguipel, président du conseil d'administration de la Maison de la presse de Guinée. Conakry
CAMARA Balla : centre africain de formation pour le développement (Cenafod). Kankan
CAMARA Bangaly : directeur de l'Institut supérieur de l'information et de la communication (ISIC) de Kountia. Conakry
CAMARA BARRY Camille Hawa : directrice générale de la *Radio rurale de Guinée (RRG)*, présidente de l'Association des professionnelles des médias – section Guinée, vice-présidente du conseil d'administration de la Maison de la presse de Guinée. Conakry
CAMARA DOSSOU Mory : directeur général-adjoint de la *Radio rurale de Guinée (RRG)*, membre du conseil d'administration de la Maison de la Presse de Guinée. Conakry
CAMARA Mamadi Fissadou : correspondant de la *Radio Kalou Stéréo (RKS)*. N'Zérékoré
CAMARA Mamadi Mèmè : Conseil régional des organisations de la société civile (CROSC). Kindia
CAMARA Mariama Abou : coopération Atlantique – Guinée 44. Kindia
CAMARA Mohamed : rédacteur en chef de *Radio Batè*. Kankan
CAMARA Rabiadou : Association Femme gestion durable des ressources naturelles (FGDRN). Kindia
CAMARA Soriba : APEC agriculture. Kindia
CHENUAUD Bernard : directeur adjoint Afrique. Canal France International. Paris
CHERIF Adrien : Association Même droit pour tous. N'Zérékoré
CISSE Aboubacar Sidiki : étudiant. Kankan
CISSÉ Ibrahima Sorel « Bolokada » : directeur station régionale de la *Radio rurale de Guinée (RRG)* de Haute Guinée – Kankan
COCARD Sébastien : chargé de programmes – section Économie et gouvernance, délégation de l'Union européenne en Guinée. Conakry
COCHERY Bertrand : ambassadeur de France en Guinée et Sierra Leone. Conakry
COGNAT Christine, présidente de Reporters solidaires, Lyon
CONDÉ Abdoulaye Yéro : directeur de la communication de la Commission électorale nationale indépendante (Céni). Conakry
CONDE Facely : chef des programmes de la *Radio rurale de Guinée*. Kankan
CONDE Nanfadima : association des amies de la solidarité sociale et du développement. Kankan
CONDE Mamady Mory : association SOS enfants. Kankan
CONDE Mariama : Association guinéenne pour le bien être de la jeunesse (Aguijeb). Kindia
CONDE ILBOULDO Martine : présidente du Conseil national de la communication de Guinée. Conakry
CONDÉ Mohamed : secrétaire général du ministère de la Communication. Conakry
CONDE Sitan Mamadou : Action pour la protection de l'environnement. Kindia

- D** DESPOINTES Manuela : formatrice « journalisme humanitaire » pour Internews. N'Zérékoré
- DEXTREIT Nicolas : conseiller de coopération et d'action culturelle, ambassade de France en République de Guinée. Conakry
- DIABY Gassama : ministre des Droits humains et des libertés individuelles. Conakry
- DIABY Moustapha Mamy : directeur général de l'Agence de régulation des postes et télécommunications (ARPT). Conakry
- DIAKITE Idrissa : directeur de la communication de *Radio Futur Média*. Kankan
- DIAKITÉ Ismaël : directeur pays Rio Tinto. Conakry
- DIALLO Alpha Abdoulaye : directeur de publication, *Le Populaire*. Conakry
- DIALLO Alpha Boubacar : correspondant *visionguinee.info*. Labé
- DIALLO Alpha Fadi : correspond *Afriquezoom.info*. Labé
- DIALLO Alpha Mamoudou : assistant technique Maison de la Presse de Guinée. Conakry
- DIALLO Alpha Saliou : Directeur de *Radio Liberté N'Zaly FM*. N'Zérékoré
- DIALLO Alpha Saliou : CCD. Labé
- DIALLO Amadou Diarouga : association guinéenne pour la promotion de l'agriculture biologique. Kindia
- DIALLO Aissata : association des jeunes pour le développement de tata2 (ADDT2). Labé
- DIALLO Boubacar Timbo : *Radio GPP*, correspondant de *Radio Nostalgie*. Labé
- DIALLO Cellou Gamba : conseil régional des organisations de la société civile(Crosc). Labé
- DIALLO Sarafoudine : correspondant de la RTG et technicien. Labé
- DIALLO Fatoumata Penda : centre d'éducation civique électoral (Cece). Labé
- DIALLO Idrissa Idrissa Sampiring : correspondant de *Guineematin.com*. Labé
- DIALLO Ismaila : journaliste à la *Radio rurale de Guinée*. Labé
- DIALLO Malick : journaliste *Le Populaire*, assistant technique pour recueil de contacts de journalistes des rédactions de Conakry. Conakry
- DIALLO Mamadou Dian Marie : association pour le développement durable intégré (adri-Guinée). Labé
- DIALLO Mamadou Dinde : centre universitaire de Kindia
- DIALLO Mansour : centre d'information de proximité (Cip). Labé
- DIALLO Moctar : coordinateur national du Projeg. Conakry
- DIALLO Souleymane : administrateur général du groupe *Lynx-Lance-Lynx Radio*, président de l'Oguidem, représentant du Forum africain des éditeurs de presse de Guinée. Conakry
- DIALLO Yacine : président de l'Union des radios et télévisions libres de Guinée (Urtelgui). Conakry
- DIANE Sanassa : directrice de la maison de la presse de Guinée. Conakry
- DIARRA Mamadi : coordinateur à *Radio Baté*. Kankan
- DIAWARA Mamady : directeur de la station de la *Radio rurale de Guinée* de Basse Côte. Kindia
- DORE Guéale Gbato : directeur Stratégie et développement au ministère de la Communication. Conakry
- DOUMBOUYA Sékou : association Amis de l'environnement. Kindia
- F** FARA Ganfory Millimono : chef des programmes à la *Radio rurale de Guinée*. N'Zérékoré
- FAYE Martin : représentant de la Fondation Hironnelle en Guinée. Conakry
- FOFANA xxx : rédacteur en chef de la *Radio rurale de Guinée (RRG)*. Conakry

FOFANA Souleymane : professeur, journaliste sportif à la RTG. Labé
FOFANA Oumar : directeur de *Radio Futur Média*. Kankan
FRERE Marie-Soleil, directrice du Centre de Recherche en Information et Communication de l'Université libre de Bruxelles, Bruxelles

G GAMY Denis : rédacteur en chef de *Kania Zik FM* - Kindia
GENTY Laure : assistante administrative et financière (France Volontaires) de la Maison de la Presse de Guinée. Conakry
GISBERT Frédéric : chargé de projet Afrique. Canal France International. Paris
GNEREKE Topka Théa : correspondant de *Guineenews.com*. N'Zérékoré
GUILAVOGUI Esther Sivily : association Aide aux femmes et enfants vulnérables (Afev-Guinée). Kankan

H HABA Albert : délégué communal de la jeunesse. N'Zérékoré
HABA Blanchard : reporter à *Radio Liberté*. N'Zérékoré
HABA Désiré Julien : directeur général adjoint de *Radio Pacifique*. N'Zérékoré
HABA Eugène : directeur général *Radio Pacifique FM*. N'Zérékoré
HITIER Marguerite : responsable du pôle de l'audiovisuel extérieur de la France, adjointe au sous-directeur de l'audiovisuel

J JALLADEAU Pierre : directeur Afrique. Canal France International. Paris
K KABA Diaby : association des jeunes pour la protection de l'environnement (AJPE Guinée). Kankan
KABA Sidiki : technicien à la *Radio rurale*. Kankan
KAHN-SRIBER Cléa : responsable du bureau Afrique. Reporter Sans Frontières. Paris
KAMANO Cécile : diplômée en biologie médicale. N'Zérékoré
KHAMPHASITH Sayfonh, adjointe au chef de service à RFI Planète Radio (groupe France Médias Monde)
KASMI Djamel : directeur de programme – Guinée Médias. Expertise France. Conakry
KEITA Adma Hawa : animatrice-reporter à *Sabou FM*. Kindia
KEITA Aissata : association guinéenne pour l'implication des femmes dans le processus électoral et la gouvernance (AGUIFPEG). Kindia
KEÏTA Alpha Ouma : directeur de la rédaction de *Milo FM*. Kankan
KEITA Elhadj Manda Sarbou : directeur de *Radio Horizon FM*. Kankan
KEITA Monique : élève à N'Zérékoré
KEITA Ousmane : Solidarité jeunesse action pour le développement durable (Sojadd). Kankan
KEÏTA Vasco : secrétaire général du Conseil national de la Communication (CNC). Conakry
KOITA Alpha Ouma : directeur de l'information à *Milo FM*. Kankan
KOIVOGUI Marie : initiative des femmes pour l'éducation et la paix (Ifep-Gui). N'Zérékoré
KOLIE Pauline : journaliste à *Guineeplus.com*. N'Zérékoré
KOLIE Pépé : hygiéniste au centre de traitement Ebola. N'Zérékoré
KOLIE Yves Claver : directeur de *Guineeplus.com*. N'Zérékoré
KONATE Facely : rédacteur en en chef adjoint à *Radio Liberté*. N'Zérékoré
KOULIBALY Fabou : reporter à *Horizon FM*. Kankan
KOVANA Dounamou : technicien de la RTG. Labé
KPOGHOMOU Dimin Richard : élève à N'Zérékoré

L LACKO Gnabaly : reporter *Sabou FM*. Kindia
 LAMAH Jean Patrice : association Paceminterris. N'Zérékoré
 LARRIERE Sylvie, responsable des activités internationales de l'Ecole supérieure de journalisme de Lille
 LECLUZE Philippe : conseiller de coopération « gouvernance et état de droit », ambassade de France en République de Guinée. Conakry
 LENO Niouma Serge : association Enfance du globe (EFG). Kankan

M MAKANERA KAKE Alhoussein : ministre de la Communication. Conakry
 MARA Bakary Emile : directeur institut Nako Diabaté. N'Zérékoré
 MARA François : Directeur général adjoint de l'Agence guinéenne de presse
 MARA Mamady : directeur des programmes de Kania Zik FM. Kindia
 MARA Oumou : service régional d'appui aux collectivités et la coordination des interventions des coopératives et ONG (Seraco). Kankan
 MARCHAND Elisabeth : directrice Médias et Société civile – Expertise France
 MAURICE Stéphanie, journaliste-formatrice (formation de formateurs) de l'Ecole supérieure de journalisme de Lille, Lille
 MESSAN Sophie : agent de liaison humanitaire, Internews. Conakry
 MILLIMONO Christophe : directeur station régionale de la *Radio rurale de Guinée (RRG)* de Guinée forestière. N'Zérékoré
 MOULOU Nianloye : technicien à la *Radio rurale de Guinée*. N'Zérékoré.

O OLIVARES Eduardo, chargé pédagogique de projets à RFI Planète Radio (groupe France Médias Monde)
 ORZALESI Emilie : chargée de projet. Expertise France. Paris

P PHILIPPART Michel, chargé de projet Afrique, Cameco, Aix-la-Chapelle
 PICAVET Sophie : conseiller politique, chef de la section politique, presse et information, Délégation de l'Union européenne en Guinée. Conakry
 PREDALI Jean-Baptiste : journaliste, formateur pour Canal France Internationale. Paris

R RUTH Afi Atandji : reporter à *Radio Liberté*. N'Zérékoré

S SARGUEIL formatrice indépendante sur les questions de santé
 SENGHOR Diana, directrice générale de l'Institut Panos Afrique de l'Ouest, Dakar
 SIAUDEAU Magali : responsable de la coopération radio, télévision et journalisme au pôle audiovisuel extérieur de la Sous-direction des échanges culturels et de l'audiovisuel extérieur, ministère des Affaires étrangères
 SIDIBE Yamoussa : directeur général de la RTG. Conakry
 SONOMOU Edouard : association Paceminterris. N'Zérékoré
 SQUARE Mariama Kesso : organisation régionale pour l'éducation de base (Oreb). Kindia
 SOUMARE Abdoulaye : correspondant de l'Agence guinéenne de presse. Kindia
 SOUPOU Jérémie : *Internews*. N'Zérékoré
 SOW Alaidhy : directeur d'Espace Foutah. Labé
 SOW Alimou : chargé de communication de la délégation de l'Union européenne, président du club des blogueurs de Guinée. Conakry
 SOW Saliou Dian : association des jeunes unis pour la paix et le développement (AJUPD). Labé
 SOW Sally Bilaly : correspondant de *Kababachir.com* ; blogueur Mondoblog de RFI. Labé

SOW Souleymane : association pour la promotion de la gouvernance (Aprog).
Labé
SYLLA Djaka : reporter à *Radio Nabaya FM*. Kankan
SYLLA Fodé Marouf : reporter. Kindia
SYLLA Fodé Tass : directeur de la Télévision nationale, responsable de
communication du comité de lutte contre Ebola. Conakry
SYLLA Salifou : reporter à *Kania Zik FM*. Kindia

T TOLNO Emmanuel : fédération des unions maraîchère de la Haute Guinée.
Kankan
TORRES Sabine : formatrice de l'Ecole supérieure de journalisme (ESJ) de
Lille
TOURE Alhadji : président directeur général de *Radio Milo FM*. Kankan
TOURE Fatoumata : association des jeunes filles pour la promotion de
l'espace francophone. Kankan
TOURE Maciré : reporter à *Sabou FM*. Kindia
TOURE Mohamed Tenin : Maximum BTL Group. N'Zérékoré
TOURE Salifou : rédacteur en chef de la *Radio rurale de Guinée*. Kindia
TRAORE Benjamin : journaliste. N'Zérékoré
TRAORE Lansana : plateforme des citoyens unis pour le développement
(PCUD). Kankan

U UWAMAHORO Jean-Gabriel, responsable administratif du Centre de
Formation des Médias de la Maison de la Presse, Bujumbura

V VUILLEMIN Caroline, directrice des opérations de la Fondation Hirondelle,
Lausanne

ANNEXE 2

BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAPHIE

DOCUMENTATION GÉNÉRALE SUR LA GUINÉE

- *Rapport sur les activités menées en 2014 en matière d'examen préliminaire. Situations en Guinée et République centrafricaine. Cour pénale internationale. Décembre 2014*
- *Rapport de la République de Guinée sur l'évaluation de la mise en œuvre du programme d'action de Beijing+20. Ministère de l'action sociale, de la promotion féminine et de l'enfance. Mai 2014*
- *Les défis de la démocratie en Guinée. Mahmoud Bensaid Bah, L'Harmattan, « Ecrire l'Afrique », 2014, <http://bit.ly/1uTHVBA>*
- *Mission d'observation électorale de l'Union européenne en Guinée. Elections législatives du 28 septembre 2013. Rapport final*
- *Country Partnership Strategy For Guinea For The Period 2014-2017. World Bank. September 2013*
- *Document de stratégie de réduction de la pauvreté - DSRP III (2013-2015). Ministère d'Etat chargé de l'économie et des finances. Secrétariat permanent de la stratégie de réduction de la pauvreté. Mai 2013*
- *Etude de base des conflits communautaires. Search For Common Ground. 2013*
- *Réflexion sur une stratégie de consolidation de la paix en Guinée. Rapport d'atelier. Before, Action To Prevent Political Violence. Mai 2009*
- *Dynamique participative pour l'émergence d'un état de droit en Afrique, Exemple de la Guinée. Ifes. L'Harmattan, 2008, <http://bit.ly/1DjSio7>*

DOCUMENTATION SUR LES MÉDIAS GUINÉENS

- *Perfectionnement à la réalisation de sujets d'actualité TV – Mémoire de fin d'étude du Master de management des médias. Aboubacar Camara. Août 2014*
- *Reporters solidaires. Dossier de presse. Décembre 2014*
- *Etude d'audience qualitative de la radio à Conakry et en banlieue. Fondation Hironnelle. Mai 2014*
- *Radios rurales et publics en Guinée – Identité, rôle et attentes. Un réseau au cœur des problématiques de la Guinée. Etude d'audience qualitative. Fondation Hironnelle. Mars 2014*
- *Observatoire statistique. 1^{er} trimestre 2014. Autorité de régulation des postes et télécommunications de Guinée. 2014*
- *Enquête sur les médias privés en Guinée – Zone d'intervention Conakry. Alternative*

Guinée-Espace citoyen. Mars-Avril 2014

- *Transparent and Credible Legislative and Local Elections in Guinea et Les radios guinéennes au service d'élections législatives participatives, transparentes et crédibles. Rapport final d'évaluation.* Search for Common Ground. Janvier 2014
- *Quels besoins pour les futurs réseaux mobiles ? Présentation d'Aminata Kaba Camara.* ARPT-Fratel. 2014
- *Final Evaluation Radio For Peace Building Africa.* Search For Common Ground project. Universal Management Group. September 2013
- *Une page se tourne - Espoirs pour la liberté de la presse au Niger et en Guinée. Rapport de mission.* Reporters sans frontières. Juillet 2013
- *Aperçu général du ministère de la communication.* Bureau de stratégie et de développement. Ministère de la communication. 2013
- *Un siècle de journaux en Guinée : histoire de la presse écrite de la période coloniale à nos jours.* Thèse de Mamadou Dindé Diallo. Université Toulouse le Mirail - Toulouse II, 2013.
- *Impact de la radio communautaire dans la promotion de l'agriculture familiale – Cas de la Guinée.* Marcel Sow. Réseau national des radios et revues rurales de Guinée. Juillet 2013
- *Incidence économique du secteur des postes et télécommunication/TIC en Guinée de 2010 à 2012.* Autorité des postes et télécommunications de Guinée. Mai 2013
- *Media et liberté d'expression – Enquête Afrobarometer en Guinée.* Avril 2013
- *Focus sur le marché de l'internet en Guinée.* Elhadj Mamadou Pathé Barry. Ministère des Télécommunications, des postes et des nouvelles technologies de l'information. Février 2013
- *Evaluation de l'appui aux médias en période électorale en Afrique subsaharienne. Rapport final d'évaluation.* Ministère des Affaires étrangères. Novembre 2012
- *Media Sustainability Index 2012 – Guinea.* Irex. 2012
- *Guinea – Media and Télécommunication Landscape guide.* Infoasaid. Avril 2011
- *Baromètre des médias africains – Guinée.* Fondation Friedrich Ebert. 2011
- *Code professionnel du Studio Hirondelle Guinée.* Fondation Hirondelle
- *Report Of The Faisons Ensemble Evaluation March 2011.* Robert Charlick, William Bradley, Steven Edminster, Mary Harvey, Elizabeth Kibour, with Anna Diallo. USAid. Mai 2011
- *Situation des radios et télévisions agréées en République de Guinée.* Ministère de la communication. 2011
- *Guinée - Les journalistes, victimes oubliées des exactions.* Article 19. Juillet 2010
- *Projet FSP Média Guinée. Note de recadrage.* Daniel Fra. Ministère des affaires étrangères. Février 2010
- *Media Sustainability Index 2009 – Guinea.* Irex. 2009
- *Appui à la professionnalisation et à la structuration du secteur des médias en Guinée* Conakry. Rapport de présentation du projet FSP. Ministère des Affaires étrangères. 2008
- *His master's voice: mass communication and single party politics in Guinea under Sékou Touré.* Mohamed Saliou Camara. Africa World Press - Asmara (Eritrea), 2005

DOCUMENTATION SUR LE CADRE JURIDIQUE ET LEGAL DES MEDIAS GUINÉENS

- *Loi organique I/91/005 du 23 décembre 1991 sur la liberté de la presse*
- *Loi organique I/91/006 du 23 décembre 1991 portant création du Conseil national de la communication (CNC)*
- *Loi L/2005/018/AN du 8 septembre 2005, adoptant et promulguant la loi relative à la réglementation générale des télécommunications.*
- *Avant-projet de loi organique L/91/005/CTRN du 23 décembre sur la liberté de la presse. Mai 2010*
- *Loi L 2010/ 004/ CNT/ DU 24 novembre 2010 portant droit d'accès à l'information publique.*
- *Projet de la loi organique portant organisation et fonctionnement de la Haute Autorité de la Communication (HAC). Mai 2010*
- *Les dérapages des radios et télévisions privées constatés en République de Guinée. Note aux médias du ministre de la Communication. Togba Césaire Kpoghomou. 1^{er} juillet 2013*

RAPPORTS DE MISSION D'OPÉRATEURS MÉDIAS EN GUINÉE

- *RTG 2015 - Eléments de Stratégie et d'Organisation 2013/2015. Claude Esclatine. CFI. 2013*
- *Contrats de prestation de service entre FEI et les différents partenaires du projet Programme de promotion de la paix et du désenclavement à travers l'amélioration de l'accès à une information objective en République de Guinée : CFI, ESJ, Fondation Hirondelle, Internews, Search For Common Ground. 2014*
- *Rapports des missions des opérateurs (CFI, ESJ, Fondation Hirondelle, Internews, Search For Common Ground) effectuées dans le cadre du Programme de promotion de la paix et du désenclavement à travers l'amélioration de l'accès à une information objective en République de Guinée. 2014*
- *Productions issues des formations réalisées par les opérateurs dans le cadre du Programme de promotion de la paix et du désenclavement à travers l'amélioration de l'accès à une information objective en République de Guinée (CFI, Fondation Hirondelle, ESJ)*
- *Programme de promotion de la paix et du désenclavement à travers l'amélioration de l'accès à une information objective en République de Guinée. Rapport d'état d'avancement. Programme de l'Union européenne en Guinée. Djamel Kasmi. Octobre 2013 – Mai 2014*
- *Programme de promotion de la paix et du désenclavement à travers l'amélioration de l'accès à une information objective en République de Guinée. Rapport d'état d'avancement mensuel n°3. Programme de l'Union européenne en Guinée. Canal France International. 31 janvier 2014 – 30 janvier 2015*

- *Programme de promotion de la paix et du désenclavement à travers l'amélioration de l'accès à une information objective en République de Guinée. Rapport d'état d'avancement mensuel n°2. Programme de l'Union européenne en Guinée. Internews. Juillet – septembre 2014*
- *Programme de promotion de la paix et du désenclavement à travers l'amélioration de l'accès à une information objective en République de Guinée. Rapport d'état d'avancement mensuel n°3. Programme de l'Union européenne en Guinée. Internews. Juin – Juillet 2014*
- *Médias guinéens, acteurs de la paix et de la stabilité. Extraits du rapport narratif du mois d'août 2014. Internews.*
- *Rapports d'activités et prévisionnels. Search for Common Ground. 2014*

DOCUMENTATION MEDIA ET NOUVELLES TECHNOLOGIES EN AFRIQUE

- *Rwanda Experience On Migration From Analogue To Digital Tv Broadcasting. A Presentation To The 9th Digital Broadcasting Switchover Forum Africa. J.B. Mutabazi, Rwanda Utilities Regulatory Authority. Arusha, Tanzania. 11th – 13th February, 2014*
- *Guide pratique : passage au numérique en Afrique subsaharienne. Ministère des affaires étrangères, du redressement productif, de la culture et de la communication. France. 2013*
- *Etude sur la connectivité internationale d'internet en Afrique. UIT. Mars 2013*
- *Stratégie nationale de passage de l'audiovisuel de l'analogique au numérique au Sénégal. Ministère de la communication, des télécommunications et de l'économie numérique. Comité national de passage de l'audiovisuel de l'analogique au numérique. Février 2013*
- *Community Radio, Gender and ICT's in West Africa. A comparative study of Women's participation in Community Radio through Mobile Phone Technologies. France Fortunes et Cindy Chungong. Nokoko, Institute of African Studies, Carleton University (Ottawa, Canada). Mars 2013*
- *The Media Landscape in 54 countries. Country profiles from the 2011 and 2012 UIS Pilot Surveys. Institute for Statistics. Unesco. Mai 2013*
- *Africa's Information Revolution : Implications for Crime, Policing and Citizen Security. Steven Livingston. Centre d'études stratégiques sur l'Afrique. Novembre 2013*
- *Recommandations du 2^e sommet sur la migration numérique et les politiques du spectre en Afrique. Union africaine des télécommunications. Accra. 27-28 septembre 2012*
- *Le paysage médiatique dans 28 pays. Résultats d'une enquête pilote menée par l'Institut de statistiques de l'Unesco. 2012*

- *Les services médias mobiles des journaux de l'Afrique Subsaharienne – Guide pour la mise en application de l'information et du business mobiles.* World Association of Newspapers and News Publishers, African Media Initiative. 2011
- *La migration numérique de la diffusion en Afrique de l'Ouest : tirer le meilleur parti de la transition.* Russel Southwood. Association pour le progrès de la communication et Balancing Act. Mars 2011
- *La migration numérique de la diffusion en Afrique de l'Ouest. Cas du Sénégal.* Coura Fall. Association pour le progrès de la communication et Balancing Act. Mars 2011
- *Systèmes d'information en évolution sur le continent africain : la voie de la sécurité et de la stabilité.* Steven Livingston. Centre d'études stratégiques sur l'Afrique. Mars 2011
- *Evaluation of RNTC Programme 2005-2010 – Final Report.* December 2011
- *Défis et perspectives de la migration digitale pour les médias africains.* Guy Berger. Institut Panos pour l'Afrique de l'Ouest et Rhodes University. Décembre 2011
- *Ten Tips for Managing the Migration to Digital Television. A brief guide for African Stations Managers.* Meredith Beal. African Media Initiative, International Center for Journalists. <http://africanmediainitiative.org/content/2013/07/22/Ten-Tips-Analogue-to-Digital-online-version1.pdf>

AUTRE DOCUMENTATION MÉDIA

- *Digital Journalism : making news, breaking news.* Open Society Foundation. Juillet 2014
- *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles.* Louise Beaudoin. Organisation internationale de la francophonie. Avril 2014
- *Measuring the Information Society Report.* UIT. 2014
- *By the Numbers: Tracing the Statistical Correlation Between Press, Freedom and Democracy.* Karin Deutsch Karlekar and Lee B. Becker. Cima, Washington, April 2014, http://cima.ned.org/sites/default/files/Layout%20FINAL_0.pdf#page=24&zoom=auto,-169,460
- *Rapport Quels enjeux pour les contenus numériques ?, janvier 2014,* <http://www.ictc-ctic.ca/wp-content/uploads/2014/01/ForumFranceCanada.pdf>
- *Global Transition in the Age of Digital Media, Media Barometer 2013, Financial and Risk Analysis,* Mazars. 2013
- *Is There a Formula to Monetizing Content? The Evolving Media Landscape and Economic Realities, « Media & Entertainment Insights ».* Mazars. mars 2012

- *La migration de la télévision analogique vers la télévision numérique : partage d'expériences, stratégies de migration et dividende numérique. Communiqué final. UIT et ARCEP. Juin 2012*
- *Lignes directrices pour le passage de la radiodiffusion analogique à la radiodiffusion numérique. UIT et Commission européenne. Octobre 2012*
- *Digitization and Media Business Models. Robert G. Picard. OSIWA. Juillet 2011*
- *Information et communication pour le développement. Vue d'ensemble du rapport. Banque mondiale. 2009*
- *La téléphonie mobile dans les pays en développement : quels impacts économiques et sociaux ? Secteur privé et développement. Revue de la Proparco. N° 4 novembre 2009*

ANNEXE 3

QUESTIONNAIRES DE L'ENQUÊTE

QUESTIONNAIRES DE L'ENQUÊTE

Ce questionnaire ne vous prendra que quelques minutes. Il permettra de faire une photographie du paysage médiatique guinéen. Bien entendu, nous vous garantissons qu'il sera traité de manière complètement anonyme. Vous devez y répondre seul. Si un de vos collègues journaliste ou technicien veut y répondre, il doit envoyer son adresse e-mail à l'adresse guineemedias@gmail.com. Nous vous remercions par avance de votre contribution.

Vous êtes :

- ☐ Un homme ☐ Une femme

Quelle est votre tranche d'âge ?

- ☐ 18-25 ans ☐ 26-30 ans ☐ 31-45 ans ☐ 46-55 ans
☐ plus de 55 ans

Quelle est votre région de naissance ?

- ☐ Conakry ☐ Nzérékoré ☐ Kankan ☐ Kindia ☐ Faranah ☐ Labé
☐ Boké ☐ Mamou ☐ étranger

Dans quelle région travaillez-vous aujourd'hui ?

- ☐ Conakry ☐ Nzérékoré ☐ Kankan ☐ Kindia ☐ Faranah ☐ Labé
☐ Boké ☐ Mamou ☐ étranger

Depuis combien de temps exercez-vous ?

- ☐ moins de 2 ans ☐ entre 2 et 5 ans ☐ entre 6 et 10 ans ☐ entre 11 et 20 ans
☐ plus de 21 ans

Dans combien de médias différents avez-vous travaillé dans votre vie ?

- ☐ un seul ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ plus de 5

Quel est le média principal dans lequel vous exercez ? (une seule réponse possible)

- ☐ un journal de presse écrite ou un magazine ☐ une radio
☐ une chaîne de télévision ☐ l'agence de presse d'Etat
☐ une société de production audiovisuelle privée ☐ un site internet

Ce média est-il...

- ☐ un média d'Etat ☐ un média privé commercial
☐ un média privé communautaire ou associatif

Quel est votre diplôme le plus haut ?

- ☐ Maîtrise ou master (ou diplôme supérieur) d'une université de Guinée
☐ Licence d'une université de Guinée
☐ Ecole technique, d'ingénieur ou de technicien en Guinée
☐ Ecole technique, d'ingénieur ou de technicien hors de Guinée
☐ Université en Afrique mais pas en Guinée
☐ Université hors d'Afrique ☐ Formation secondaire ☐ Je n'ai pas de diplôme

Quelle était votre spécialité pendant votre formation ?

- ☐ Journalisme et communication ☐ Langue (française, anglaise ou langue nationale) ☐ Sciences humaines (économie, histoire, sciences politiques...)
☐ Maths/Sciences ☐ Technologie/Technique ☐ Autre

Pourquoi avoir choisi de travailler dans le secteur des médias ? (vous pouvez cocher plusieurs réponses)

- ☐ un parent travaillait déjà dans les médias ☐ par intérêt financier
☐ pour le statut social ☐ par volonté de témoigner/d'enquêter
☐ pour entrer en politique ☐ par intérêt technique pour le matériel
☐ j'ai fait ce choix par hasard

Disposez-vous d'une carte de presse valide délivrée par le CNC ?

- ☐ oui ☐ non

Si votre réponse est « non », pour quelle raison ?
.....

Faites-vous partie d'une association professionnelle ou d'un syndicat ?

- ☐ oui ☐ non

Si votre réponse est « oui » laquelle ou lequel ?

**A titre personnel, avec quel type de média vous informez-vous en priorité ?
(une seule réponse possible)**

- ☐ la télévision nationale ☐ une télévision étrangère ☐ la radio publique
☐ une radio privée ☐ la presse écrite ☐ les sites internet guinéens
☐ les sites internet étrangers ☐ les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter...

Avez-vous vous-même... (cochez toutes les réponses qui s'appliquent)

- ☐ un téléphone portable ☐ un ordinateur fixe ou portable
☐ une connexion à internet à domicile ☐ un compte Facebook
☐ un compte Twitter ☐ un abonnement à un bouquet de chaînes comme
Startimes, Canal+, A+....

**Globalement, quel est selon vous le principal frein à une meilleure qualité de
l'information en Guinée ?**

- ☐ Une politique des pouvoirs publics pas assez volontariste
☐ Une situation sécuritaire précaire
☐ Les pressions politiques et économiques qui interfèrent dans le travail des
journalistes
☐ Les problèmes d'électricité et de connexion à internet
☐ Une formation trop limitée des personnels
☐ Le manque de moyens matériels
☐ Un marché publicitaire trop restreint
☐ Autre (veuillez préciser ci-dessous)

**Estimez-vous que le média pour lequel vous travaillez propose une
information...**

- ☐ tout à fait équilibrée
☐ plutôt équilibrée
☐ plutôt pas équilibrée
☐ pas du tout équilibrée

A votre avis, quelle devrait être la priorité d'un programme d'appui aux médias en Guinée ? (une seule réponse possible)

- ☐ Accompagner les entreprises de médias dans leur passage au numérique
- ☐ Fournir des équipements pour moderniser les médias
- ☐ Former les journalistes aux pratiques professionnelles de standard international
- ☐ Spécialiser les journalistes sur des thématiques particulières
- ☐ Contribuer à la création d'un centre de formation continue en Guinée
- ☐ Renforcer les institutions de formation initiales guinéennes
- ☐ Soutenir financièrement les entreprises de presse (abonder la subvention à la presse, mettre en place des prêts préférentiels...)
- ☐ Former à l'éthique et à la déontologie du journalisme
- ☐ Renforcer les institutions chargées de la politique publique des médias
- ☐ Appuyer les associations qui défendent la liberté de la presse
- ☐ Soutenir les initiatives qui structurent le secteur (développement de la Maison de la Presse, mise en place d'une convention collective, d'un organe d'auto-régulation...)
- ☐ Favoriser les échanges professionnels internationaux
- ☐ Autre (veuillez préciser ci-après :)

A l'inverse, quels sont les domaines qui ne vous paraissent pas prioritaires ? (vous pouvez cocher plusieurs réponses)

- ☐ Accompagner les entreprises de médias dans leur passage au numérique
- ☐ Fournir des équipements pour moderniser les médias
- ☐ Former les journalistes aux pratiques professionnelles de standard international
- ☐ Spécialiser les journalistes sur des thématiques particulières
- ☐ Contribuer à la création d'un centre de formation continue en Guinée
- ☐ Renforcer les institutions de formation initiales guinéennes
- ☐ Soutenir financièrement les entreprises de presse (abonder la subvention à la presse, mettre en place des prêts préférentiels...)
- ☐ Former à l'éthique et à la déontologie du journalisme
- ☐ Renforcer les institutions chargées de la politique publique des médias
- ☐ Appuyer les associations qui défendent la liberté de la presse
- ☐ Soutenir les initiatives qui structurent le secteur (développement de la Maison de la Presse, mise en place d'une convention collective, d'un organe d'auto-régulation...)
- ☐ Favoriser les échanges professionnels internationaux
- ☐ Autre (veuillez préciser ci-après :)

Vous-même, au cours des derniers mois, avez-vous utilisé régulièrement, parfois ou jamais les services suivants de la Maison de la presse ?

- | | | | |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| <i>les conférences de presse</i> | <input type="checkbox"/> régulièrement | <input type="checkbox"/> parfois | <input type="checkbox"/> jamais |
| <i>le cybercafé</i> | <input type="checkbox"/> régulièrement | <input type="checkbox"/> parfois | <input type="checkbox"/> jamais |
| <i>le studio radio ou la salle de montage</i> | <input type="checkbox"/> régulièrement | <input type="checkbox"/> parfois | <input type="checkbox"/> jamais |
| <i>le centre de documentation ou la salle de travail</i> | <input type="checkbox"/> régulièrement | <input type="checkbox"/> parfois | <input type="checkbox"/> jamais |

De quels autres services aimeriez-vous pouvoir bénéficier à la Maison de la Presse ? Précisez ci-dessous :

.....

Quelle est votre fonction ?

- ☐ directeur (ou administrateur ou directeur adjoint) de média
- ☐ journaliste (ou rédacteur en chef ou secrétaire de rédaction ou photographe)
- ☐ technicien (graphiste ou audiovisuel ou webmaster)
- ☐ blogueur amateur (attention : si vous êtes journaliste par ailleurs, cliquez sur «journaliste»)

Quel est votre statut ?

- ☐ je suis salarié(e) avec un contrat
- ☐ je suis salarié(e) sans contrat
- ☐ je suis collaborateur (-trice) ponctuel(le) avec un contrat
- ☐ je suis collaborateur (-trice) ponctuel(le) sans contrat
- ☐ je suis bénévole ou stagiaire non rémunéré(e)

QUESTIONS POUR LES FEMMES SEULEMENT

En tant que femme des médias, pour chacune des affirmations qui suivent, cochez la case qui convient si cela vous arrive très régulièrement, parfois ou jamais dans l'exercice de votre métier :

Je subis des remarques sexistes au sein de mon média

☐ régulièrement ☐ au moins une fois ☐ jamais

Je subis des remarques sexistes en dehors de mon média

☐ régulièrement ☐ au moins une fois ☐ jamais

J'ai déjà été agressée physiquement

☐ régulièrement ☐ au moins une fois ☐ jamais

Mon travail est aussi valorisé que celui de mes collègues masculins

☐ régulièrement ☐ au moins une fois ☐ jamais

QUESTIONS POUR LES DIRECTEURS SEULEMENT

Occupez-vous d'autres fonctions que celle de directeur d'un média ou d'un groupe de médias ? (vous pouvez cocher plusieurs réponses)

- ☐ Non
- ☐ Je dirige également une entreprise commerciale hors média
- ☐ J'occupe une fonction politique ou religieuse
- ☐ J'occupe une fonction dans la société civile
- ☐ Je travaille dans l'administration publique

Avez-vous eu l'occasion de vous former au management depuis que vous dirigez votre média ? ☐ oui ☐ non

Si « oui », avec quel(s) organisme(s) ? Si « non », pour quelle raison ?

.....

Tous employés confondus, combien de personnes travaillent dans votre média ou votre groupe de médias ?

☐ de 1 à 5 ☐ de 5 à 10 ☐ de 10 à 20 ☐ de 20 à 50 ☐ plus de 50

Concernant la formation de vos journalistes, quel besoin vous paraît prioritaire ?
(une seule réponse possible)

- ☐ La maîtrise de la langue
- ☐ La culture générale
- ☐ La formation aux principes déontologiques
- ☐ La formation aux techniques rédactionnelles
- ☐ La formation aux nouvelles technologies
- ☐ Autre (veuillez préciser lequel :

.....)

A l'inverse, quel besoin vous paraît le moins prioritaire ? (une seule réponse possible)

- ☐ La maîtrise de la langue
- ☐ La culture générale
- ☐ La formation aux principes déontologiques
- ☐ La formation aux techniques rédactionnelles
- ☐ La formation aux nouvelles technologies
- ☐ Autre (veuillez préciser lequel :

.....)

Concernant la formation de vos techniciens, quel besoin vous paraît prioritaire ?
(une seule réponse possible)

- ☐ La formation de base en informatique
- ☐ La formation aux nouvelles technologies (internet, logiciels, réseaux sociaux)
- ☐ La formation à de nouveaux matériels
- ☐ L'entretien de base du matériel
- ☐ Autre (veuillez préciser lequel :

.....)

A l'inverse, quel besoin vous paraît le moins prioritaire ?

(une seule réponse possible)

- ☐ La formation de base en informatique
- ☐ La formation aux nouvelles technologies (internet, logiciels, réseaux sociaux)
- ☐ La formation à de nouveaux matériels
- ☐ L'entretien de base du matériel
- ☐ Autre (veuillez préciser lequel :

.....)

Quel est le budget annuel moyen de votre média en francs guinéens ?

Quelles sont les principales sources de financement de votre média ?

(classer par ordre d'importance en notant de « 1 » la plus importante à « 5 » la moins importante et si une réponse ne s'applique pas, n'indiquez aucun chiffre) :

la publicité (et les abonnements le cas échéant) :

le « nem nem », les enveloppes :

une formation politique ou religieuse :

des capitaux personnels :

des capitaux privés qui ne sont pas les vôtres :

Votre média dispose-t-il d'un livre de comptes ?

☐ oui ☐ non

Si votre réponse est « non », pouvez-vous préciser pourquoi ?

Votre média dispose-t-il d'un plan de développement récent (de son organisation, de sa modernisation...) sous une forme écrite ?

☐ oui ☐ non

Votre média évolue-t-il en conformité avec les lois (lois sur la presse, cahier des charges, obligations fiscales, droit du travail...) ?

☐ oui systématiquement ☐ oui la plupart du temps ☐ parfois oui et parfois non

☐ non la plupart du temps ☐ absolument pas

Pouvez-vous en préciser la raison ?

Concernant le développement de votre média, êtes-vous personnellement...

☐ tout à fait optimiste ☐ plutôt optimiste ☐ ni optimiste ni pessimiste

☐ plutôt pessimiste ☐ tout à fait pessimiste

Pouvez-vous préciser pour quelle(s) raison(s) ?

Disposez-vous aujourd'hui d'une couverture sociale qui rembourse vos frais médicaux ?

☐ oui ☐ non ☐ je ne sais pas

Etes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes ?

Je suis optimiste sur ma situation professionnelle dans cinq ans

- ☐ tout à fait d'accord ☐ plutôt d'accord
☐ plutôt pas d'accord ☐ pas du tout d'accord

Les nouvelles technologies vont changer la manière de travailler dans mon média

- ☐ tout à fait d'accord ☐ plutôt d'accord
☐ plutôt pas d'accord ☐ pas du tout d'accord

Je pense devoir embaucher de nouveaux salariés dans les prochaines années

- ☐ tout à fait d'accord ☐ plutôt d'accord
☐ plutôt pas d'accord ☐ pas du tout d'accord

Le journalisme est un métier dangereux en Guinée

- ☐ tout à fait d'accord ☐ plutôt d'accord
☐ plutôt pas d'accord ☐ pas du tout d'accord

J'ai du mal à trouver des journalistes bien formés

- ☐ tout à fait d'accord ☐ plutôt d'accord
☐ plutôt pas d'accord ☐ pas du tout d'accord

J'ai du mal à trouver des techniciens bien formés

- ☐ tout à fait d'accord ☐ plutôt d'accord
☐ plutôt pas d'accord ☐ pas du tout d'accord

Lors d'un recrutement, choisissez-vous plutôt un homme ou plutôt une femme, sur un profil et une expérience similaires ?

- ☐ plutôt un homme ☐ plutôt une femme

Pouvez-vous expliquer pour quelle(s) raison(s) ?

.....

MERCI !

Ce questionnaire est à présent terminé. Nous vous remercions très chaleureusement pour votre collaboration. Les résultats seront présentés à Conakry au début 2015. Si vous avez des collègues qui souhaitent répondre, ils peuvent adresser un mail à guineemedias@gmail.com. Nous vous souhaitons de très belles fêtes de fin d'année.

QUESTIONNAIRE POUR L'ETUDE DE BASE DES MEDIAS GUINEENS I JOURNALISTES

Ce questionnaire ne vous prendra que quelques minutes. Il permettra de faire une photographie du paysage médiatique guinéen. Bien entendu, nous vous garantissons qu'il sera traité de manière complètement anonyme. Vous devez y répondre seul. Si un de vos collègues journaliste ou technicien veut y répondre, il doit envoyer son adresse e-mail à l'adresse guineemedias@gmail.com. Nous vous remercions par avance de votre contribution.

Vous êtes : ☐ Un homme ☐ Une femme

Quelle est votre tranche d'âge ?

- ☐ 18-25 ans ☐ 26-30 ans
☐ 31-45 ans ☐ 46-55 ans ☐ plus de 55 ans

Quelle est votre région de naissance ?

- ☐ Conakry ☐ Nzérékoré ☐ Kankan ☐ Kindia ☐ Faranah
☐ Labé ☐ Boké ☐ Mamou ☐ étranger

Dans quelle région travaillez-vous aujourd'hui ?

- ☐ Conakry ☐ Nzérékoré ☐ Kankan ☐ Kindia ☐ Faranah
☐ Labé ☐ Boké ☐ Mamou ☐ étranger

Depuis combien de temps exercez-vous ?

- ☐ moins de 2 ans ☐ entre 2 et 5 ans ☐ entre 6 et 10 ans
☐ entre 11 et 20 ans ☐ plus de 21 ans

Dans combien de médias différents avez-vous travaillé dans votre vie ?

- ☐ un seul ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ plus de 5

Quel est le média principal dans lequel vous exercez ? (une seule réponse possible)

- ☐ un journal de presse écrite ou un magazine ☐ une radio
☐ une chaîne de télévision ☐ l'agence de presse d'Etat
☐ une société de production audiovisuelle privée ☐ un site internet

Ce média est-il...

- ☐ un média d'Etat ☐ un média privé commercial ☐ un média privé communautaire ou associatif

Quel est votre diplôme le plus haut ?

- ☐ Maîtrise ou master (ou diplôme supérieur) d'une université de Guinée
- ☐ Licence d'une université de Guinée
- ☐ Ecole technique, d'ingénieur ou de technicien en Guinée
- ☐ Ecole technique, d'ingénieur ou de technicien hors de Guinée
- ☐ Université en Afrique mais pas en Guinée
- ☐ Université hors d'Afrique
- ☐ Formation secondaire
- ☐ Je n'ai pas de diplôme

Quelle était votre spécialité pendant votre formation ?

- ☐ Journalisme et communication
- ☐ Langue (française, anglaise ou langue nationale)
- ☐ Sciences humaines (économie, histoire, sciences politiques...)
- ☐ Maths/Sciences
- ☐ Technologie/Technique
- ☐ Autre

Pourquoi avoir choisi de travailler dans le secteur des médias ? (vous pouvez cocher plusieurs réponses)

- ☐ un parent travaillait déjà dans les médias
- ☐ par intérêt financier
- ☐ pour le statut social
- ☐ par volonté de témoigner/d'enquêter
- ☐ pour entrer en politique
- ☐ par intérêt technique pour le matériel
- ☐ j'ai fait ce choix par hasard

Disposez-vous d'une carte de presse valide délivrée par le CNC ?

- ☐ oui ☐ non

Si votre réponse est « non », pour quelle raison ?

.....

Faites-vous partie d'une association professionnelle ou d'un syndicat ?

- ☐ oui ☐ non

Si votre réponse est « oui » laquelle ou lequel ?

A titre personnel, avec quel type de média vous informez-vous en priorité ? (une seule réponse possible)

- ☐ la télévision nationale ☐ une télévision étrangère ☐ la radio publique
☐ une radio privée ☐ la presse écrite ☐ les sites internet guinéens
☐ les sites internet étrangers ☐ les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter...

Avez-vous vous-même... (cochez toutes les réponses qui s'appliquent)

- ☐ un téléphone portable ☐ un ordinateur fixe ou portable
☐ une connexion à internet à domicile ☐ un compte Facebook
☐ un compte Twitter ☐ un abonnement à un bouquet de chaînes comme StarTimes, Canal+, A+....

Globalement, quel est selon vous le principal frein à une meilleure qualité de l'information en Guinée ?

- ☐ Une politique des pouvoirs publics pas assez volontariste
☐ Une situation sécuritaire précaire
☐ Les pressions politiques et économiques qui interfèrent dans le travail des journalistes
☐ Les problèmes d'électricité et de connexion à internet
☐ Une formation trop limitée des personnels
☐ Le manque de moyens matériels
☐ Un marché publicitaire trop restreint
☐ Autre (veuillez préciser ci-dessous)

Estimez-vous que le média pour lequel vous travaillez propose une information...

- ☐ tout à fait équilibrée ☐ plutôt équilibrée
☐ plutôt pas équilibrée ☐ pas du tout équilibrée

A votre avis, quelle devrait être la priorité d'un programme d'appui aux médias en Guinée ? (une seule réponse possible)

- ☐ Accompagner les entreprises de médias dans leur passage au numérique
- ☐ Fournir des équipements pour moderniser les médias
- ☐ Former les journalistes aux pratiques professionnelles de standard international
- ☐ Spécialiser les journalistes sur des thématiques particulières
- ☐ Contribuer à la création d'un centre de formation continue en Guinée
- ☐ Renforcer les institutions de formation initiales guinéennes
- ☐ Soutenir financièrement les entreprises de presse (abonder la subvention à la presse, mettre en place des prêts préférentiels...)
- ☐ Former à l'éthique et à la déontologie du journalisme
- ☐ Renforcer les institutions chargées de la politique publique des médias
- ☐ Appuyer les associations qui défendent la liberté de la presse
- ☐ Soutenir les initiatives qui structurent le secteur (développement de la Maison de la Presse, mise en place d'une convention collective, d'un organe d'auto-régulation...)
- ☐ Favoriser les échanges professionnels internationaux
- ☐ Autre (veuillez préciser ci-après :
.....)

A l'inverse, quels sont les domaines qui ne vous paraissent pas prioritaires ? (vous pouvez cocher plusieurs réponses)

- ☐ Accompagner les entreprises de médias dans leur passage au numérique
- ☐ Fournir des équipements pour moderniser les médias
- ☐ Former les journalistes aux pratiques professionnelles de standard international
- ☐ Spécialiser les journalistes sur des thématiques particulières
- ☐ Contribuer à la création d'un centre de formation continue en Guinée
- ☐ Renforcer les institutions de formation initiales guinéennes
- ☐ Soutenir financièrement les entreprises de presse (abonder la subvention à la presse, mettre en place des prêts préférentiels...)
- ☐ Former à l'éthique et à la déontologie du journalisme
- ☐ Renforcer les institutions chargées de la politique publique des médias
- ☐ Appuyer les associations qui défendent la liberté de la presse
- ☐ Soutenir les initiatives qui structurent le secteur (développement de la Maison de la Presse, mise en place d'une convention collective, d'un organe d'auto-régulation...)
- ☐ Favoriser les échanges professionnels internationaux
- ☐ Autre (veuillez préciser ci-après :
.....)

Vous-même, au cours des derniers mois, avez-vous utilisé régulièrement, parfois ou jamais les services suivants de la Maison de la presse

les conférences de presse

☐ régulièrement ☐ parfois ☐ jamais

le cybercafé

☐ régulièrement ☐ parfois ☐ jamais

le studio radio ou la salle de montage

☐ régulièrement ☐ parfois ☐ jamais

le centre de documentation ou la salle de travail

☐ régulièrement ☐ parfois ☐ jamais

De quels autres services aimeriez-vous pouvoir bénéficier à la Maison de la Presse ? Précisez ci-dessous :

.....

Quelle est votre fonction ?

- ☐ directeur (ou administrateur ou directeur adjoint) de média
- ☐ journaliste (ou rédacteur en chef ou secrétaire de rédaction ou photographe)
- ☐ technicien (graphiste ou audiovisuel ou webmaster)
- ☐ blogueur amateur (attention : si vous êtes journaliste par ailleurs, cliquez sur «journaliste»)

Quel est votre statut ?

- ☐ je suis salarié(e) avec un contrat
- ☐ je suis salarié(e) sans contrat
- ☐ je suis collaborateur (-trice) ponctuel(le) avec un contrat
- ☐ je suis collaborateur (-trice) ponctuel(le) sans contrat
- ☐ je suis bénévole ou stagiaire non rémunéré(e)

QUESTIONS POUR LES FEMMES SEULEMENT

En tant que femme des médias, pour chacune des affirmations qui suivent, cochez la case qui convient si cela vous arrive très régulièrement, parfois ou jamais dans l'exercice de votre métier :

Je subis des remarques sexistes au sein de mon média

☐ régulièrement ☐ au moins une fois ☐ jamais

Je subis des remarques sexistes en dehors de mon média

☐ régulièrement ☐ au moins une fois ☐ jamais

J'ai déjà été agressée physiquement

☐ régulièrement ☐ au moins une fois ☐ jamais

Mon travail est aussi valorisé que celui de mes collègues masculins

☐ régulièrement ☐ au moins une fois ☐ jamais

QUESTIONS POUR LES JOURNALISTES SEULEMENT

Dans votre métier, traitez-vous...

- ☐ une thématique en particulier
- ☐ plusieurs thématiques spécialisées
- ☐ toutes les thématiques sans distinction

Quelle est la thématique que vous traitez le plus ?

- ☐ la politique nationale ☐ les faits divers, la justice ☐ l'agriculture, l'environnement
- ☐ les relations internationales ☐ l'économie
- ☐ le sport ☐ la culture ☐ la santé, la science, les techniques
- ☐ la rubrique féminine ☐ Autre (veuillez préciser :

Et vous personnellement, quelle est la thématique qui vous intéresse le plus ?

- ☐ la politique nationale ☐ les faits divers, la justice ☐ l'agriculture, l'environnement
- ☐ les relations internationales ☐ l'économie
- ☐ le sport ☐ la culture ☐ la santé, la science, les techniques ☐ la rubrique féminine
- ☐ Autre (veuillez préciser :)

Pour votre travail, quelle est votre principale source d'information ?

(une seule réponse possible)

- ☐ les autres médias
- ☐ mon réseau d'informateurs
- ☐ les communiqués et conférences de presse
- ☐ un réseau social comme Facebook, Twitter...
- ☐ Une autre source (veuillez préciser :)

Aujourd'hui, de quelle formation pensez-vous avoir le plus besoin ?

(Une seule réponse)

- ☐ aucune formation, je suis suffisamment formé(e)
- ☐ une formation aux nouvelles technologies (recherche sur internet, réseaux sociaux ...)
- ☐ une formation aux questions de déontologie
- ☐ une formation aux techniques rédactionnelles de base
- ☐ une formation aux techniques de l'investigation
- ☐ une formation aux sujets liés à la santé
- ☐ une formation aux sujets liés aux questions régionales, territoriales
- ☐ une formation sur la couverture des élections
- ☐ une formation au traitement des questions religieuses
- ☐ Une autre formation (veuillez préciser ci-dessous laquelle)

A l'inverse, de quelle formation pensez-vous ne pas avoir besoin ?

(vous pouvez cocher plusieurs cases)

- ☐ aucune formation, je suis suffisamment formé(e)
- ☐ une formation aux nouvelles technologies (recherche sur internet, réseaux sociaux ...)
- ☐ une formation aux questions de déontologie
- ☐ une formation aux techniques rédactionnelles de base
- ☐ une formation aux techniques de l'investigation
- ☐ une formation aux sujets liés à la santé
- ☐ une formation aux sujets liés aux questions régionales, territoriales
- ☐ une formation sur la couverture des élections
- ☐ une formation au traitement des questions religieuses
- ☐ Une autre formation (veuillez préciser ci-dessous laquelle)

Quel est votre salaire mensuel avec votre employeur principal ?

(attention : il s'agit du salaire que vous avez réellement perçu, pas forcément du salaire qui figure dans votre contrat de travail)

- ☐ moins de 440 000 GNF par mois
- ☐ entre 440 000 et 1 million de GNF par mois
- ☐ entre 1 et 2 millions de GNF par mois
- ☐ plus de 2 millions de GNF par mois

Ces deux dernières années, avez-vous été payé(e)...

- ☐ régulièrement chaque mois ou chaque quinzaine
- ☐ une ou deux fois avec retard
- ☐ entre 3 et 6 fois avec retard
- ☐ plus de six fois avec retard
- ☐ systématiquement en retard

Avez-vous un second employeur dans les médias ? ☐ oui ☐ non

Quel est votre second employeur ? (une seule réponse possible)

- ☐ un journal de presse écrite ou un magazine
- ☐ une radio
- ☐ une chaîne de télévision
- ☐ l'agence de presse d'Etat
- ☐ une société de production audiovisuelle privée
- ☐ un site internet

Ce média est-il...

- ☐ un média d'Etat
- ☐ un média privé commercial
- ☐ un média privé communautaire ou associatif

Exercez-vous une autre activité en dehors des médias ?

- ☐ oui dans un ministère ou une institution publique
- ☐ oui dans une organisation internationale
- ☐ oui dans une structure de formation
- ☐ oui dans la communication
- ☐ oui dans un autre secteur
- ☐ non, je n'ai pas d'autre activité

Si vous additionnez tous vos salaires perçus, quel est votre revenu mensuel total ?

- ☐ moins de 440 000 GNF par mois
- ☐ entre 440 000 et 1 million de GNF par mois
- ☐ entre 1 et 2 millions de GNF par mois
- ☐ plus de 2 millions de GNF par mois

Disposez-vous d'une couverture sociale qui rembourse vos frais médicaux ?

- ☐ oui
- ☐ non
- ☐ je ne sais pas

Etes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes ?

Je suis optimiste sur ma situation professionnelle dans cinq ans

- ☐ tout à fait d'accord
- ☐ plutôt d'accord
- ☐ plutôt pas d'accord
- ☐ pas du tout d'accord

Les nouvelles technologies vont changer ma manière de travailler

- ☐ tout à fait d'accord
- ☐ plutôt d'accord
- ☐ plutôt pas d'accord
- ☐ pas du tout d'accord

Je suis obligé de m'auto-censurer pour traiter certains sujets

- ☐ tout à fait d'accord
- ☐ plutôt d'accord
- ☐ plutôt pas d'accord
- ☐ pas du tout d'accord

Je pense que je ne serai plus journaliste dans 5 ans

- ☐ tout à fait d'accord ☐ plutôt d'accord
☐ plutôt pas d'accord ☐ pas du tout d'accord

Le journalisme est un métier dangereux en Guinée

- ☐ tout à fait d'accord ☐ plutôt d'accord
☐ plutôt pas d'accord ☐ pas du tout d'accord

La peur fait partie intégrante de ma vie professionnelle

- ☐ tout à fait d'accord ☐ plutôt d'accord
☐ plutôt pas d'accord ☐ pas du tout d'accord

En 2013 et 2014, combien de journées de formations avez-vous suivi au total ?

.....

MERCI !

Ce questionnaire est à présent terminé. Nous vous remercions très chaleureusement pour votre collaboration. Les résultats seront présentés à Conakry au début 2015. Si vous avez des collègues qui souhaitent répondre, ils peuvent adresser un mail à guineemedias@gmail.com. Nous vous souhaitons de très belles fêtes de fin d'année.

QUESTIONNAIRE POUR L'ETUDE DE BASE DES MEDIAS GUINEENS I TECHNICIENS

Ce questionnaire ne vous prendra que quelques minutes. Il permettra de faire une photographie du paysage médiatique guinéen. Bien entendu, nous vous garantissons qu'il sera traité de manière complètement anonyme. Vous devez y répondre seul. Si un de vos collègues journaliste ou technicien veut y répondre, il doit envoyer son adresse e-mail à l'adresse guineemedias@gmail.com. Nous vous remercions par avance de votre contribution.

Vous êtes : ☐ Un homme ☐ Une femme

Quelle est votre tranche d'âge ?

- ☐ 18-25 ans ☐ 26-30 ans ☐ 31-45 ans
☐ 46-55 ans ☐ plus de 55 ans

Quelle est votre région de naissance ?

- ☐ Conakry ☐ Nzérékoré ☐ Kankan ☐ Kindia ☐ Faranah
☐ Labé ☐ Boké ☐ Mamou ☐ étranger

Dans quelle région travaillez-vous aujourd'hui ?

- ☐ Conakry ☐ Nzérékoré ☐ Kankan ☐ Kindia ☐ Faranah
☐ Labé ☐ Boké ☐ Mamou ☐ étranger

Depuis combien de temps exercez-vous ?

- ☐ moins de 2 ans ☐ entre 2 et 5 ans ☐ entre 6 et 10 ans
☐ entre 11 et 20 ans ☐ plus de 21 ans

Dans combien de médias différents avez-vous travaillé dans votre vie ?

- ☐ un seul ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ plus de 5

Quel est le média principal dans lequel vous exercez ? (une seule réponse possible)

- ☐ un journal de presse écrite ou un magazine
- ☐ une radio
- ☐ une chaîne de télévision
- ☐ l'agence de presse d'Etat
- ☐ une société de production audiovisuelle privée
- ☐ un site internet

Ce média est-il...

- ☐ un média d'Etat
- ☐ un média privé commercial
- ☐ un média privé communautaire ou associatif

Quel est votre diplôme le plus haut ?

- ☐ Maîtrise ou master (ou diplôme supérieur) d'une université de Guinée
- ☐ Licence d'une université de Guinée
- ☐ Ecole technique, d'ingénieur ou de technicien en Guinée
- ☐ Ecole technique, d'ingénieur ou de technicien hors de Guinée
- ☐ Université en Afrique mais pas en Guinée
- ☐ Université hors d'Afrique
- ☐ Formation secondaire
- ☐ Je n'ai pas de diplôme

Quelle était votre spécialité pendant votre formation ?

- ☐ Journalisme et communication
- ☐ Langue (française, anglaise ou langue nationale)
- ☐ Sciences humaines (économie, histoire, sciences politiques...)
- ☐ Maths/Sciences
- ☐ Technologie/Technique
- ☐ Autre

Pourquoi avoir choisi de travailler dans le secteur des médias ? (vous pouvez cocher plusieurs réponses)

- ☐ un parent travaillait déjà dans les médias
- ☐ par intérêt financier
- ☐ pour le statut social
- ☐ par volonté de témoigner/d'enquêter
- ☐ pour entrer en politique
- ☐ par intérêt technique pour le matériel
- ☐ j'ai fait ce choix par hasard

Disposez-vous d'une carte de presse valide délivrée par le CNC ?

- ☐ oui ☐ non

Si votre réponse est « non », pour quelle raison ?

Faites-vous partie d'une association professionnelle ou d'un syndicat ?

- ☐ oui ☐ non

Si votre réponse est « oui » laquelle ou lequel ?

A titre personnel, avec quel type de média vous informez-vous en priorité ? (une seule réponse possible)

- ☐ la télévision nationale ☐ une télévision étrangère ☐ la radio publique
- ☐ une radio privée ☐ la presse écrite ☐ les sites internet guinéens
- ☐ les sites internet étrangers ☐ les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter...

Avez-vous vous-même... (cochez toutes les réponses qui s'appliquent)

- ☐ un téléphone portable ☐ un ordinateur fixe ou portable
- ☐ une connexion à internet à domicile ☐ un compte Facebook
- ☐ un compte Twitter ☐ un abonnement à un bouquet de chaînes comme StarTimes, Canal+, A+....

Globalement, quel est selon vous le principal frein à une meilleure qualité de l'information en Guinée ?

- ☐ Une politique des pouvoirs publics pas assez volontariste
- ☐ Une situation sécuritaire précaire
- ☐ Les pressions politiques et économiques qui interfèrent dans le travail des journalistes
- ☐ Les problèmes d'électricité et de connexion à internet
- ☐ Une formation trop limitée des personnels
- ☐ Le manque de moyens matériels
- ☐ Un marché publicitaire trop restreint
- ☐ Autre (veuillez préciser ci-dessous)

Estimez-vous que le média pour lequel vous travaillez propose une information...

- ☐ tout à fait équilibrée
- ☐ plutôt équilibrée
- ☐ plutôt pas équilibrée
- ☐ pas du tout équilibrée

A votre avis, quelle devrait être la priorité d'un programme d'appui aux médias en Guinée ? (une seule réponse possible)

- ☐ Accompagner les entreprises de médias dans leur passage au numérique
- ☐ Fournir des équipements pour moderniser les médias
- ☐ Former les journalistes aux pratiques professionnelles de standard international
- ☐ Spécialiser les journalistes sur des thématiques particulières
- ☐ Contribuer à la création d'un centre de formation continue en Guinée
- ☐ Renforcer les institutions de formation initiales guinéennes
- ☐ Soutenir financièrement les entreprises de presse (abonder la subvention à la presse, mettre en place des prêts préférentiels...)
- ☐ Former à l'éthique et à la déontologie du journalisme
- ☐ Renforcer les institutions chargées de la politique publique des médias
- ☐ Appuyer les associations qui défendent la liberté de la presse
- ☐ Soutenir les initiatives qui structurent le secteur (développement de la Maison de la Presse, mise en place d'une convention collective, d'un organe d'auto-régulation...)
- ☐ Favoriser les échanges professionnels internationaux
- ☐ Autre (veuillez préciser ci-après :)

A l'inverse, quels sont les domaines qui ne vous paraissent pas prioritaires ?
(vous pouvez cocher plusieurs réponses)

- ☐ Accompagner les entreprises de médias dans leur passage au numérique
- ☐ Fournir des équipements pour moderniser les médias
- ☐ Former les journalistes aux pratiques professionnelles de standard international
- ☐ Spécialiser les journalistes sur des thématiques particulières
- ☐ Contribuer à la création d'un centre de formation continue en Guinée
- ☐ Renforcer les institutions de formation initiales guinéennes
- ☐ Soutenir financièrement les entreprises de presse (abonder la subvention à la presse, mettre en place des prêts préférentiels...)
- ☐ Former à l'éthique et à la déontologie du journalisme
- ☐ Renforcer les institutions chargées de la politique publique des médias
- ☐ Appuyer les associations qui défendent la liberté de la presse
- ☐ Soutenir les initiatives qui structurent le secteur (développement de la Maison de la Presse, mise en place d'une convention collective, d'un organe d'auto-régulation...)
- ☐ Favoriser les échanges professionnels internationaux
- ☐ Autre (veuillez préciser ci-après :
.....)

Vous-même, au cours des derniers mois, avez-vous utilisé régulièrement, parfois ou jamais les services suivants de la Maison de la presse ?

les conférences de presse

- ☐ régulièrement ☐ parfois ☐ jamais

le cybercafé

- ☐ régulièrement ☐ parfois ☐ jamais

le studio radio ou la salle de montage

- ☐ régulièrement ☐ parfois ☐ jamais

le centre de documentation ou la salle de travail

- ☐ régulièrement ☐ parfois ☐ jamais

De quels autres services aimeriez-vous pouvoir bénéficier à la Maison de la Presse ?

Précisez ci-dessous :

.....
.....

Quelle est votre fonction ?

- ☐ directeur (ou administrateur ou directeur adjoint) de média
- ☐ journaliste (ou rédacteur en chef ou secrétaire de rédaction ou photographe)
- ☐ technicien (graphiste ou audiovisuel ou webmaster)
- ☐ blogueur amateur (attention : si vous êtes journaliste par ailleurs, cliquez sur «journaliste»)

Quel est votre statut ?

- ☐ je suis salarié(e) avec un contrat
- ☐ je suis salarié(e) sans contrat
- ☐ je suis collaborateur (-trice) ponctuel(le) avec un contrat
- ☐ je suis collaborateur (-trice) ponctuel(le) sans contrat
- ☐ je suis bénévole ou stagiaire non rémunéré(e)

QUESTIONS POUR LES FEMMES SEULEMENT

En tant que femme des médias, pour chacune des affirmations qui suivent, cochez la case qui convient si cela vous arrive très régulièrement, parfois ou jamais dans l'exercice de votre métier :

Je subis des remarques sexistes au sein de mon média

- ☐ régulièrement ☐ au moins une fois ☐ jamais

Je subis des remarques sexistes en dehors de mon média

- ☐ régulièrement ☐ au moins une fois ☐ jamais

J'ai déjà été agressée physiquement

- ☐ régulièrement ☐ au moins une fois ☐ jamais

Mon travail est aussi valorisé que celui de mes collègues masculins
régulièrement ☐ au moins une fois ☐ jamais

QUESTIONS POUR LES TECHNICIENS SEULEMENT

Concernant votre formation, quel complément vous paraîtrait le plus prioritaire ?
(une seule réponse)

- ☐ aucune formation, je suis suffisamment formé(e)
- ☐ une formation avancée en informatique
- ☐ une formation aux nouvelles technologies
- ☐ une formation à l'entretien du matériel
- ☐ une formation pour devenir journaliste

Autre (veuillez préciser ci-après :
.....)

Quel est votre salaire mensuel avec votre employeur principal ?

(attention : il s'agit du salaire que vous avez réellement perçu, pas forcément du salaire qui figure dans votre contrat de travail)

- ☐ moins de 440 000 GNF par mois
- ☐ entre 440 000 et 1 million de GNF par mois
- ☐ entre 1 et 2 millions de GNF par mois
- ☐ plus de 2 millions de GNF par mois

Ces deux dernières années, avez-vous été payé(e)...

- ☐ régulièrement chaque mois ou chaque quinzaine
- ☐ une ou deux fois avec retard
- ☐ entre 3 et 6 fois avec retard
- ☐ plus de six fois avec retard
- ☐ systématiquement en retard

Avez-vous un second employeur dans les médias ? ☐ oui ☐ non

Quel est votre second employeur ? (une seule réponse possible)

- ☐ un journal de presse écrite ou un magazine
- ☐ une radio
- ☐ une chaîne de télévision
- ☐ l'agence de presse d'Etat
- ☐ une société de production audiovisuelle privée
- ☐ un site internet

Ce média est-il...

- ☐ un média d'Etat
- ☐ un média privé commercial
- ☐ un média privé communautaire ou associatif

Exercez-vous une autre activité en dehors des médias ?

- ☐ oui dans un ministère ou une institution publique
- ☐ oui dans une organisation internationale
- ☐ oui dans une structure de formation
- ☐ oui dans la communication
- ☐ oui dans un autre secteur
- ☐ non, je n'ai pas d'autre activité

Si vous additionnez tous vos salaires perçus, quel est votre revenu mensuel total ?

- ☐ moins de 440 000 GNF par mois
- ☐ entre 440 000 et 1 million de GNF par mois
- ☐ entre 1 et 2 millions de GNF par mois
- ☐ plus de 2 millions de GNF par mois

En 2013 et 2014, combien de journées de formations avez-vous suivi au total ?

.....

Disposez-vous d'une couverture sociale qui rembourse vos frais médicaux ?

- ☐ oui
- ☐ non
- ☐ je ne sais pas

MERCI

!

Ce questionnaire est à présent terminé. Nous vous remercions très chaleureusement pour votre collaboration. Les résultats seront présentés à Conakry au début 2015. Si vous avez des collègues qui souhaitent répondre, ils peuvent adresser un mail à guineemedias@gmail.com. Nous vous souhaitons de très belles fêtes de fin d'année.

ANNEXE 4

BRÈVE HISTOIRE DES MÉDIAS EN GUINÉE

- 1935** *Radio Banane* diffuse les communiqués des grandes compagnies sur les mouvements des navires bananiers et de transport d'agrumes
- 1958** *Radio Banane* devient *Radio Guinée* à l'indépendance
- 1962** *Radio Guinée* devient *La Voix de la révolution* avec deux chaînes : une nationale et une internationale
- 1970** fusion des deux chaînes
- 1977** création de la télévision nationale en noir et blanc en système Secam
- 1982** introduction de la télévision en couleurs
- 1984** *La Voix de la révolution* devient *Radiodiffusion Guinéenne* avec un directeur général à sa tête. Création d'un service de documentation et archives de l'audiovisuel
- 1991** premier journal privé (*L'Événement de Guinée*) et journées nationales de l'information et de la communication qui aboutiront à des lois sur la liberté de la presse et sur le Conseil National de la Communication, votées par le Comité transitoire de redressement national. Création de l'Association guinéenne des éditeurs de la presse indépendante
- 1992** création du journal satirique *Le Lynx* et de la radio régionale *RKS* desservant la zone de Conakry. Développement de la radio rurale
- 1997** la Sotelgui ouvre le premier service d'accès à internet
- 2001** adoption d'un code de déontologie du journaliste guinéen par l'Association des Journalistes de Guinée et création d'un Observatoire guinéen de la déontologie, de l'éthique et des médias
- 2002** la RTG monte sur satellite
- 2003** création de *Radio Guinée internationale*

- 2005** premier site internet d'envergure boubah.com et loi de libéralisation du secteur audiovisuel
- 2006** première émission de radio privée en Guinée, *Radio Nostalgie Guinée*
- 2007** création de l'Association guinéenne de la presse en ligne
- 2009** apparition de la première télévision privée, *Gangan TV* et création de l'Union des radiodiffusions et télévisions libres de Guinée
- 2010** loi sur la liberté de la presse, sur la Haute autorité de la communication et sur le droit d'accès à l'information publique. Création de la Maison de la presse. StarTimes obtient une licence pour lancer un bouquet de télévision numérique payante
- 2012** *Canal+* et Weego lancent des cartes de recharge Canal pour se réabonner par SMS
- 2015** date butoir théorique le 17 juin pour la migration vers la TNT

ANNEXE 5

PARTICIPANTS AUX PANELS EN RÉGIONS

KINDIA DIMANCHE 14 DÉCEMBRE 2014

Panel public

N°	NOMS ET PRÉNOMS	SEXE	AGE	STRUCTURE/INSTITUTION/FONCTION
1	Diallo Mamadou Dinde	M	50	Centre Universitaire de Kindia (CUK)
2	Camara Mariama Abou	F	30	Coopération atlantique – Guinée 44
3	Condé Sitan Mamoudou	M	48	Action pour la protection de l'environnement (APE)
4	Camara Mamadi Mèmè	M	65	Conseil régional des organisations s de la société civile (CROSC)
5	Diallo Amadou Diarouga	M	55	Association guinéenne pour la promotion de l'agriculture biologique (AGPAB)
6	Keita Aissata	F	40	Association guinéenne pour l'implication des femmes dans le processus électoral et la gouvernance (AGUIFPEG)
7	Camara Soriba	M	34	APEC-agriculture
8	Condé Mariama	F	25	Association guinéenne pour le bien être de la jeunesse (AGUI-BEJ)
9	Doumbouya Sékou	M	28	Amis de l'environnement
10	Barry Amadou Oury	M	32	Coalition nationale pour la paix en Guinée (CNPNG)
11	Camara Rabiadou	F	40	Femme gestion durable des ressources naturelles (FGDRN)
12	Souaré Mariama Kesso	F	45	Organisation régionale pour l'éducation de base (Oreb)

Panel médias

N°	NOMS ET PRÉNOMS	SEXE	AGE	STRUCTURE/INSTITUTION/FONCTION
1	Camara Abdoulaye Makhissa	M	32	Sabou FM/ rédacteur en chef
2	Touré Maciré	F	28	Sabou FM / reporter
3	Diawara Mamady	M	65	Radio rurale/ chef de station
4	Touré Salifou	M	50	Radio rurale/rédacteur en chef
5	Gamy Denis	M	35	Kania zik FM/ rédacteur en chef
6	Keita Adma Hawa	F	27	Sabou FM/ animatrice – Reporter
7	Sylla Salifou	M	33	Kania zik FM/reporter
8	Sylla Fodé Marouf	M	30	Reporter
9	Mara Mamady	M	27	Kania Zik-directeur des programmes
10	Lacko Gnabaly	M	32	Sabou FM / reporter
11	Barry Mamadou Moussa	M	29	Sabou FM /reporter
12	Soumaré Abdoulaye	M	60	Corr. Agence Guinéenne de Presse

N'ZÉRÉKORÉ MARDI 16 DÉCEMBRE 2014

Panel public

N°	NOMS ET PRÉNOMS	SEXE	AGE	STRUCTURE/INSTITUTION/FONCTION
1	Sonomou Edouard	M	26	Paceminterris
2	Kpoghomou Dimin Richard	M	16	Elève
3	Cherif Adrien	M	32	Même droit pour tous
4	Baldé Hadja Hawa	F	62	Association des veuves et femmes victimes d'abandon (AVFNA)
5	Koivogui Marie Madeleine	F	30	Initiative des femmes pour l'éducation et la paix (IFEP-GUI)
6	Touré Mohamed Tenin	M	34	Maximum BTL group
7	Lamah Jean Patrice	M	50	Paceminterris
8	Keita Monique	F	20	Elève
9	Kolié Pépé	M	32	Hygiéniste au centre de traitement Ebola
10	Haba Albert	M	34	Délégué communal de la jeunesse
11	Kamano Cecile	F	29	Diplômée en biologie médicale
12	Amadou Barry	M	30	Auditeur radio
13	Emile Bakary Mara	M	31	Directeur institut Nako Diabaté

Panel médias

N°	NOMS ET PRÉNOMS	SEXE	AGE	STRUCTURE/INSTITUTION/FONCTION
1	Camara Mamadi Fissadou	M	30	correspondant RKS
2	Bilivogui Koikoi Kouloubou	M	28	Radio Pacifique , journaliste
3	Yves Claver Kolié	M	32	guineeplus.com
4	Désiré Julien Haba	M	30	Radio Pacifique, DGA
5	Pauline Kolié	F	26	guineeplus.com
6	Gnéréké Tokpa Théa	M	25	Correspondant, guineenews
7	Blanchard Haba	M	28	Radio Liberté, reporter
8	Ruth Afi Atandji	M	22	Radio Liberté, reporter
9	Facely Konaté	M	23	Radio Liberté, rédacteur en chef adjoint
10	Benjamin Traoré	M	30	Journaliste
11	Eugène Haba	M	56	Radio Pacifique, Directeur général
12	Balla Junio Onivogui	M	54	journaliste, Radio rurale de N'Zérékoré
13	Alpha Saliou Diallo	M	35	Radio Liberté, Directeur
14	Fara Ganfory Millimono	M	55	radio rurale, chef des programmes
15	Niang Maomy	M	55	correspondant régional AGP
16	Molou Nianloye	M	57	Radio rurale, Technicien

LABÉ SAMEDI 20 DÉCEMBRE 2014

Panel public

N°	NOMS ET PRÉNOMS	SEXE	AGE	STRUCTURE/INSTITUTION/FONCTION
1	Salémata Baldé	F	37	Appui aux femmes et enfants pour un développement durable (AFEDD)
2	Maimouna Barry	F	30	Crad
3	Aissata Diallo	F	26	Association des jeunes pour le développement de Tata2 (ADDT2)
4	Souleymane Sow	M	41	Association pour la promotion de la gouvernance (Aprog)
5	Mamadou Dian Mairie Diallo	M	41	Association pour le développement rural intégré (Adri-guinée)
6	Bah Halimatou	F	30	Aimer la Guinée (ALG)
7	Cellou Gomba diallo	M	55	Conseil régional des organisations de la société civile (Cros)
8	Baldé Salmana	M	30	Association promotion et développement de l'entrepreneuriat jeunesse
9	Alpha Saliou Diallo	M	32	CCD
10	Mansour Diallo	M	49	Centre d'information de proximité (CIP)
11	Cherif Bah	M	45	Association des jeunes pour le développement de Labé (AJDL)
12	Fatoumata Penda Diallo	F	59	Centre d'éducation civique et électorale (Cece)
13	Saliou Dian Sow	M	26	Association des jeunes unis pour la paix et le développement (AJUPD)
14	Mamadou Alimou Barry	M	50	CP/OSC
15	Cherif bah	M	45	Association des jeunes pour le développement de Labé (AJDL)

Panel médias

N°	NOMS ET PRÉNOMS	SEXE	AGE	STRUCTURE/INSTITUTION/FONCTION
1	Bah Aissatou	F	59	Radio rurale, Directrice
2	Ousmane Télimélé Bah	M	60	radio rurale, chef section technique
3	Ismaila Diallo	M	59	Radio rurale, journaliste
4	Souleymane Fofana	M	39	Professeur, Journaliste sportive RTG
5	Sally Bilaly Sow	M	22	corr. kababachir.com, blogueur RFI Mondoblog
6	Idrissa Sampiring Diallo	M	40	correspondant guineematin.com
7	Alpha Boubacar Diallo	M	31	correspondant, vision guinee.info
8	Boubacar Timbo Diallo	M	32	radio GPP, correspondant Nostalgie
9	Fatoumata Dalanda Bah	F	27	Espace Fouta, reporter
10	Alaidhy Sow	M	27	Espace Fouta, rédacteur en chef
11	Alpha Fadi Diallo	M	31	correspondant afriquezoom.info
12	Sarafoudine Diallo	M	40	Correspondant de la RTG et technicien
13	Kovana Dounamou	M	50	Technicien de la RTG (Labé)

KANKAN LUNDI 22 DÉCEMBRE 2014

Panel public

N°	NOMS ET PRÉNOMS	SEXE	AGE	STRUCTURE/INSTITUTION/FONCTION
1	Mamady Mory Condé	M	19	SOS
2	Lansana Traoré	M	46	Plate-forme des citoyens unis pour le développement (PCUD)
3	Kaba Diaby	M	32	Association des jeunes pour la protection de l'environnement (AJPE-Guinée)
4	Balla Soumaoro	M	29	Centre d'information de proximité (CIP)
5	Bandaly Kourouma	M	25	Priorité pour le bien être de l'enfant et de la femme (FBEF)
6	Emmanuel Tolno	M	26	Fédération des unions maraichères de la haute guinée (Fu-ma-HG)
7	Esther Sivilly Guilavogui	F	30	Aide aux femmes et enfants vulnérables (Afev-Guinée)
8	Nanfadima Condé	F	33	Association des amies de la solidarité sociale et du développement
9	Aboubacar Sidiki Cissé	M	23	Etudiant
10	Ousmane Keita	M	31	Solidarité jeunesse action pour le développement durable (So-jadd)
11	Balla Camara	M	55	Centre africain de formation pour le développement (Cenafod)
12	Oumou Mara	F	34	Service régional d'appui aux collectivités et la coordination des interventions des coopératives et Ong (Seraco)
13	Niouma Serge Léo	M	39	Enfance du globe (EFG)
14	Fatoumata Touré	F	27	Association des jeunes filles pour la promotion de l'espace francophone (AJFPEF)

Panel médias

N°	NOMS ET PRÉNOMS	SEXE	AGE	STRUCTURE/INSTITUTION/FONCTION
1	Ibrahima Cissé	M	50	Radio rurale, chef station
2	Facely Condé	M	45	Radio rurale, chef des programmes
3	Aladji Touré	M	50	Milo FM, PDG
4	Kaba Sidiki	M	40	Radio rurale, technicien
5	Alpha Ouma Koita	M	28	Milo FM, directeur de l'information
6	Mohamed Camara	M	27	Radio Batè, rédacteur en chef
7	Mamadi Diarra	M	60	Radio Batè, coordinateur
8	Ange Bahou	M	37	Nabaya FM, directeur des programmes
9	Lanciné Kaba	M	38	Nabaya FM, directeur
10	Rosine Batchily	F	31	Horizon FM, directrice des programmes
11	Fabou Koulibaly	M	28	Horizon FM, reporter
12	Djaka Sylla	F	23	Nabaya FM, reporter
13	Elhadj Mansa Sarbou Keita	M	62	Horizon FM, Directeur
14	Oumar Fofana	M	30	Radio Futur media, directeur
15	Idrissa Diakité	M	27	Radio Futur media, directeur de la communication

ANNEXE 6

ATTRIBUTIONS DU CNC ET DE LA HAC

MISSION ET ATTRIBUTIONS DU CNC (LOI ORGANIQUE L/91/006 DU 23 DÉCEMBRE 1991)

Article 1^{er} : Il est institué un Conseil National de la Communication, C.N.C., organisme de régulation jouissant de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Pour la transparence et le pluralisme de la presse, il a qualité de veiller au respect par les organismes de presse des obligations prévues par les Lois et Règlements en matière de communication.

Il a notamment pour mission de veiller :

- Au respect du principe d'égalité de traitement entre les usagers des communications ;
- Au respect de la pluralité de l'expression des courants de pensée et d'opinion dans les services publics de communication ;
- Au respect des dispositions relatives à la création, à la propriété et à la gestion des entreprises de presse.

Article 2 : Le Conseil National de la Communication est un organisme de défense du droit des citoyens à l'information. Il a un rôle de soutien et de médiation en vue d'éviter :

- Un contrôle abusif des médias par le Gouvernement ;
- La manipulation, par quiconque, de l'opinion publique à travers les médias.

Article 3 : Le Conseil National de la Communication est un organisme de contrôle des journalistes dans l'exercice de leur fonction de traitement de l'information. Il veille à la protection des médias contre les menaces et les entraves dans l'exercice de leur fonction d'information libre, exacte et complète. Il cherche à promouvoir, auprès des médias et des professionnels de l'information, l'application et le respect des normes éthiques afin d'assurer l'existence d'une information objective et d'une presse responsable.

Article 4 : Le Conseil National de la Communication garantit l'impartialité du service public de la radiodiffusion télévision. Il veille à la qualité et à la diversité des programmes, au développement de la production et de la création audiovisuelle nationale

Article 5 : Pour atteindre tous ses objectifs, le Conseil National de la Communication est chargé :

- 1 - De définir les modalités de mise en œuvre du droit à l'expression des différents courants d'opinion à travers les médias publics ;

- 2 - De veiller au développement de l'information des populations dans ses langues nationales ;
- 3 - De veiller à la promotion de la culture nationale, sous toutes ses formes, en matière de production et de diffusion d'œuvres nationales ;
- 4 - De veiller à la transparence des règles économiques de fonctionnement des organismes d'information, et notamment de prévenir et combattre la concentration des titres et organes sous l'influence financière, politique ou idéologique d'un même propriétaire ;
- 5 - De fixer les conditions d'élaboration, d'édition, de production, de programmation et de diffusion des écrits et émissions relatifs aux campagnes électorales ;
- 6 - De promouvoir la compréhension et la confiance mutuelle entre les médias et le public et d'assurer un arbitrage à l'amiable dans les conflits relatifs à la liberté d'expression et conscience qui opposent les Directeurs des organes d'information à leurs collaborateurs, ou le public aux médias ;
- 7 - De veiller au respect des normes en matière de publicité commerciale et de contrôler l'objet, le contenu et les modalités de programmation de l'information publicitaire diffusée par les organes d'information ;
- 8 - De recueillir auprès des administrations et de tous organes de presse, les informations nécessaires à l'accomplissement des missions qui lui sont confiées par la présente Loi ;
- 9 - De conseiller le gouvernement par le biais des ministres compétents en matière de communication

MISSION ET ATTRIBUTIONS DE LA HAC (LOI L/002/2010)

Article 1^{er} : Conformément aux dispositions des articles 7 et 125 de la Constitution, il est institué une Haute Autorité de la Communication, H.A.C., en lieu et place du Conseil National de la Communication.

La Haute Autorité de la Communication est un organisme de régulation, jouissant de la personnalité morale et de l'autonomie financière.

Pour la transparence et le pluralisme de la presse, elle a qualité de veiller au respect par les organes de presse des obligations prévues par les lois et règlements en matière de communication. Elle a pour mission de veiller :

- au respect du principe d'égalité des usagers des communications ;
- au respect de la pluralité des courants de pensée et d'opinion dans les services publics de communication ;
- au respect des dispositions relatives à la création, à la propriété et à la gestion des entreprises de presse.
- au respect des dispositions de la présente loi et de celles des cahiers de charges et conventions régissant le secteur.

Article 2 : La Haute Autorité de la Communication est un organisme de défense du droit des citoyens à l'information.

Elle a un rôle de soutien et de médiation en vue d'éviter :

- le contrôle abusif des médias par le gouvernement ;
- la manipulation de l'opinion publique à travers les médias.

Article : 3 : La Haute Autorité de la Communication autorise la création et l'exploitation des médias audiovisuels conformément à l'article **27** de la Loi relative à la Liberté de la presse.

Tous les organes de presse écrite, audiovisuelle et en ligne entrent dans son domaine de compétence quel que soit leur statut juridique.

Article 4 : La Haute Autorité de la Communication assure la liberté et la protection de la presse ainsi que de tous les moyens de communication de masse dans le respect de la loi. Elle veille au respect de l'éthique et de la déontologie en matière d'information et à l'accès équitable des partis politiques, des associations et des citoyens aux moyens officiels d'information et de communication.

Elle garantit l'impartialité des organes de presse de service public. Elle veille à la qualité et à la diversité des programmes, au développement de la production et de la création audiovisuelle nationale.

Son avis consultatif est requis avant toute nomination des directeurs des organes de presse publique et publié au journal officiel de la République.

Elle donne également cet avis consultatif sur la révocation des directeurs et autres agents de la presse publique en cas de faute.

Article 5 : La Haute Autorité de la Communication est chargée :

- 1) - de veiller au développement de l'information des populations dans les langues nationales ;
- 2) - de veiller à la promotion de la culture nationale, sous toutes ses formes, en matière de production et de diffusion d'œuvres nationales ;
- 3) - de veiller à la transparence des règles de fonctionnement économique des organismes d'information et de combattre la concentration des titres et organes sous l'influence financière, politique ou idéologique d'un même propriétaire ;
- 4) - de proposer les conditions d'élaboration, d'édition, de production, de programmation et de publier des écrits et de diffuser des émissions relatifs aux campagnes électorales ;
- 5) - de promouvoir la compréhension et la confiance mutuelle entre les médias et le public, et d'assurer un arbitrage à l'amiable dans les conflits relatifs à la liberté d'expression et de conscience qui opposent des Directeurs des organes d'information et leurs collaborateurs, ou le public aux médias ;
- 6) - de veiller au respect des normes en matière de publicité commerciale et de contrôler l'objet, le contenu et les modalités de programmation de l'information publicitaire diffusée par les organes d'information ;
- 7) - de recueillir auprès des administrations et de tous les organes de presse les informations nécessaires à l'accomplissement des missions qui lui sont confiées par la présente loi ;
- 8) - de conseiller le gouvernement en matière de communication ;
- 9) - de veiller au respect du droit d'accès à l'information publique ;
- 10) - de promouvoir la coopération avec les institutions similaires étrangères.

CHARTRE DÉONTOLOGIQUE

CHARTRE DÉONTOLOGIQUE DES JOURNALISTES DE GUINÉE

**Servir la vérité - Défendre la liberté d'expression - Respecter les personnes -
Revendiquer la dignité**

PRÉAMBULE

Le droit à l'information, à la libre expression et à la critique est une des libertés fondamentales de tout être humain. Il constitue une des bases de toute société fondée sur la démocratie, la justice et la liberté. Dans la quête et le traitement de l'information, la responsabilité des journalistes vis-à-vis du public prime toute autre responsabilité. La mission d'information compte nécessairement des limites, celles que les journalistes eux-mêmes s'imposent spontanément. Dans l'accomplissement de sa mission, le journaliste guinéen s'impose les règles d'honneur professionnel suivantes

1 - SERVIR LA VÉRITÉ

- a)- Le journaliste place l'expression de la vérité au-dessus de toute autre considération, quelles qu'en soient les conséquences pour lui-même, et ce en raison du droit que le public a de connaître la vérité.
- b)- Il accompagne des réserves qui s'imposent la publication d'information dont il n'a pas l'intime certitude fondée sur une origine connue et des preuves ou indices suffisants.
- c)- Il ne déforme pas l'information, notamment par suppression d'éléments essentiels ou par altération de textes et de documents.
- d)- Il rectifie toute information publiée qui se révèle inexacte et accorde spontanément le droit de réponse à toute personne injustement mise en cause.

2- DÉFENDRE LA LIBERTÉ D'EXPRESSION

- a)- Le journaliste a l'obligation de défendre la liberté de l'information, des commentaires et de la critique.
- b)- Il reconnaît à quiconque le droit d'exprimer toutes informations d'ordre public, de les commenter et de les critiquer.
- c)- Il exige le libre accès aux sources d'information et le droit d'enquête sur tous les faits conditionnant la vie publique.
- d)- Il s'interdit de recevoir un quelconque avantage en raison de la publication, de la

rétenion ou de la suppression d'une information.

e)- Il refuse d'accomplir tout acte professionnel ou d'exprimer toute opinion qui serait contraire à sa conviction ou à sa conscience.

f)- Il s'interdit de confondre le métier de journaliste avec celui de publicitaire, de propagandiste.

g)- Il n'utilise pas de la liberté de la presse dans une intention intéressée.

3- RESPECTER LES PERSONNES

a)- Le journaliste distingue :

- Les informations d'ordre public que tous sont en droit de connaître ;

- Et les informations d'ordre privé que chacun est en droit de préserver.

b)- Il garde le secret professionnel et, en particulier, il ne divulgue en aucune circonstance la source d'informations confidentiellement obtenues, et ne peut être, dans ce cas, inquiété par l'autorité publique.

c)- Il n'utilise pas de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies et des documents.

d)- Il s'interdit le plagiat, la calomnie, la diffamation, les accusations sans fondement et les injures.

e)- Il se fait un devoir impérieux de préserver l'honneur des mineurs et de contribuer à l'épanouissement de l'enfant.

4 - REVENDIQUER LA DIGNITÉ

a)- Le journaliste exige pour lui-même et pour sa profession la juste rémunération résultant de son travail, correspondant au rôle social qui est le sien, garantissant son indépendance matérielle et morale.

b)- Il se soumet au droit en vigueur mais n'accepte en matière d'honneur professionnel que la juridiction de ses pairs, à l'exclusion de toute ingérence.

c)- Il refuse toute pression et n'accepte de directives rédactionnelles que de la part des responsables de la Rédaction.

d)- Il assume la responsabilité de sa profession à l'égard du développement économique, social, culturel et politique de son pays et de l'humanité.

e)- Il inscrit son action dans le cadre de l'accomplissement de l'unité nationale, des idéaux des droits de l'homme, de la paix et de la coopération entre les peuples dans un esprit de justice, d'égalité et d'amitié.

f)- Il revendique le droit d'être informé de toute décision importante de nature à affecter la vie et le fonctionnement de l'entreprise ou de l'organe qui l'emploie.

LISTE DES MÉDIAS RECENSÉS

LES RADIOS PRIVÉES DE CONAKRY

Dénomination	Statut	Nature juridique	Propriétaire	Directeur	Situation	Fréquence	Date de création	Groupe
Ado FM	commerciale	privée	OULARÉ Septième G		CY	?		
Atlantic FM	communautaire	associative	CECIDE		CY Banlieue	96.5		
Bambou FM	communautaire	associative	ONG CONAG		CY Coyah	89.3		
Bembeya FM	communautaire	associative	Ass. Bembeya Jazz		?	?		
Bonheur FM	communautaire	associative	ONG AJRADD		CY Banlieue	101.4		
Chérie FM	commerciale	privée	COLLE Chantal		CY Kaloum	104.1	2010	
City FM	commerciale	privée	SANO Mamadou	Talibé BARRY	CY	88.1		la République
Continental FM	commerciale	privée	Groupe Futurelec		CY Banlieue	98.8		
Diversité FM	commerciale	privée	SULTAN J.J. & J.Cl.		CY Banlieue	95.3		
Djigui FM	commerciale	privée	DIAWARA Mamadou		CY Banlieue	105.7/107.7		
Djoliba FM	communautaire	associative	DOUMBOUYA Sory		CY Kaloum	95.6		
Emergence FM	commerciale	privée	CAMARA Aziz		CY Banlieue	95.5		
Espace FM	commerciale	privée	GUIRASSY Lamine		CY Banlieue	99.6	2007	
Evasion FM	commerciale	privée	DIABY Gaoussa		CY Kaloum	90.7		
Familia FM	communautaire	associative	ADEFI-Guinée	Caleb Kolié	CY	105.3	2006	
Fotten Golen FM	communautaire	associative	ONG Fotten Gollen		CY	102.9		
FYC FM	commerciale	privée	CAMARA Kerfalla		CY Banlieue	104.8		
Gangan FM	commerciale	privée	GTEL sarl		CY Kaloum	101.1		
Horizon FM	communautaire	privée	B. Yacine Diallo	Diallo Hawa Diop	CY Banlieue	103.4		

Koffi FM	communautaire	associative	KABA Ousmane			CY Banlieue	102.2			
Koliba FM	commerciale	privée	ALTAMBA Mamadou S.			CY	?			
Kora FM	commerciale	privée	SOUARÉ Cheick Oumar			CY Banlieue	92.2			
Liberté FM	commerciale	privée	Liberté Communication	Ibrahima Diallo		CY Kaloum	101.7	2006		
Lynx FM	commerciale	privée	DIALLO Souleymane	Abou Bakr		CY Kaloum	91.00	2012		
Macina FM	commerciale	privée	BALDE Néné Hawa			CY Banlieue	106.3			
Mari FM	commerciale	privée	DIALLO Mariama			?	?			
Mercure FM	commerciale	privée	Université Mercure	G. G. Faraghue Toukara		CY Banlieue	88.9			
Nako FM	commerciale	privée	GAMBA Mohamed Kaba			CY Banlieue	90.3			
Nostalgie FM	commerciale	privée	Canal Sagui S.A.	Souhel Hajjar		CY Kaloum	98.2	2006		
Planète FM	commerciale	privée		Abdourhamane Diallo		?	106.3			
Ratoma FM	communautaire	associative	ONG AGADREP			CY Banlieue	?			
Renaissance FM	communautaire	associative	ONG AFPEG	Colette Bodais		CY Banlieue	95.90	2011		
Rivière du Sud	commerciale	privée	DIALLO Mariama			CY Banlieue	?			
Sabari FM	commerciale	privée	Sanou Kerfalla Cissé			CY Banlieue	97.3	2008	Afric Vision	
Soleil FM	commerciale	privée	Soleil Communication			CY Banlieue	93.5	2006		
Sweet FM	commerciale	privée	DIABY Mohamed Hadafo			CY	99.3			
Tamata FM	commerciale	privée	Alpha O. Diangolo Barry			CY Kaloum	92.6		Alfa Comm.	
Tropic Avaria	commerciale	privée	Global Comm. Sarl			CY Banlieue	90.6			
Voix de l'Afrique	communautaire	associative	Fondation FAC			CY	97.8			
Wassolon FM	communautaire	associative	ONG AGUIFOD			CY Banlieue	99			
Welo Welo	commerciale	privée	DIALLO M Saliou			CY Banlieue	94.5			
Welya FM	commerciale	privée	Mamadou Korka			CY	?			

LES RADIOS PRIVEES ET COMMUNAUTAIRES DANS LES REGIONS

Dénomination	Statut	Nature juridique	Propriétaire	Directeur	Fréquence	Date de création
KANKAN						
Futur Média FM	Commercial	privée	KABA Soryba	Oumar FOFANA	106.6	
Milo FM	Communautaire	associative	PDG Aladjji Touré	Alpha Ouma KOITA	99.5	
Batè FM	Communautaire	associative	ONG CMMI/Moro Sidibé	Moussa DIAWARA	103.00	
Nabaya FM	?	?	?	Lanciné Lass KABA	?	
Horizon FM	Communautaire	associative	?	Elahdj Mansa Sarbou Keita	?	
NZEREKORE						
Baobab FM	Commerciale	privée	LOUA Sosthène		97.7	
Pacifique FM	Commerciale	privée	ZOGBELEMOU David	Eugène HABA	?	
N'Zali Liberté FM	Commerciale	privée	Ibrahima Diallo	Alpha Salliou DIALLO	?	
KINDIA						
Kaniazik	Communautaire	associative	Ong Bouyan-Bouyan	Mamadou KEITA	107.00	2011
Sabou FM	Communautaire	associative	Aly Mande Mansa KEITA	Ibrahima Sory CISSE	96.6	
KISSIDOUYOU						
Niandan FM	Commerciale	privée	Traoré Doussou	Adam's Doumbouya	95.4	2014
FRIA						
Voix de Fria	Commerciale	privée	Fofana Néné Poret		92.5	
MAMOU						
Bolivar FM	Communautaire	privée	Boubacar Barry		99.4	2014
BEYLA						
Bronkédou FM	Communautaire	associative	Ass. Bronkédou		?	
LOLA						
Mano River FM	Communautaire	associative	ONG REEFMAP	Dr. Daraba	?	

SIGUIRI						
Fasso Fm	Communautaire	associative	ONG AGDR	Camara N. M.	103.9	
KOBA						
Kamoula FM	Communautaire	associative	CRD Touba		?	
LABE						
GGP FM			Thierno Ahmadou Diallo			
Espace Foutah			Filiale Espace Conakry	Aladji Sow (REC)		
BOKE						
Radio Espace					99.6	

LE RESEAU DES RADIOS RURALES

Dénomination	Statut	Directeur	Fréquence	Date de création
Beyla	Publique	Abdoulaye Yattara	94.4/98.2	2008
Bissikrma	Publique	Tibou Sock	91.00	2005
Boké	Publique	Fatoumata Bountouraby Bah	95.3	1996
Dinguiraye	Publique	Dantily Camara	98.6	2005
Dogomet	Publique	Chérif Diallo	999.9	2011
Faranah	Publique	Lamine Oularé	88.2	2000
Gaoual	Publique	Boubacar Sidy Diallo	98.6	2010
Guéckédou	Publique	Gnouma Camara	999.9	2006
Kankan	Publique	Ibrahima Cissé	93.0	1990
Kindia	Publique	Mamady Diawara	98.7/99.2/99.3	1992
Kérouané	Publique	Malon Mady Kanté	92.2	2005
Kissidougou	Publique	Fatou Traoré	95.4/98.1	1996
Koundara	Publique	Ibrahima Tanou Diallo	98.6	1999
Kouroussa	Publique	Soly Faye	999.9	2006
Labé	Publique	Hadja Aissatou Bah	103.1	1990
Macenta	Publique	René Cécé Sagno	88.6/98.2	2006
Mali	Publique	Souleymane Kankouma Diallo	101.6	2010
Mamou	Publique	Kandet Oumar Touré	91.1/101.1	1996
N'Zérékoré	Publique	Christophe Millimono	89.00	1992
Pita	Publique	Aboubacar Sidiki Samaké	999.9	2011
Siguiriri	Publique	Elhadj Alpha Fodé Dembelé	94.4	2005
Télimélé	Publique	Aminata Camara	97.7	2007
Tougué	Publique	Abassy Bah	98.3	2008

LA PRESSE ECRITE

Titre	Sté editrice/Dir. de la publication	Périodicité	Thématique	Site web	Date de création	Tirage
Affiches guinéennes	Cheik Oumar	Hebdomadaire	Infos g./annonces	affichessguineennes.com		
Afrique Mozaïque	Oumar Bailo Barry Red Chef	Mensuel	Infos générales			
Les Annonces de Guinée		Hebdomadaire	Annonces			
L'Aurore	Akoumba Diallo		Mines			
Le Baobab		Bi-mensuel	Infos générales			
Le Bilan		Bi-mensuel	Infos générales			
Bingo	Ben Barry Youssouf "Oscar"	Bi-mensuel	Humour et BD			
Boro d'Enjailement		Mensuel	Jeunesse			
La Boussole		Bi-mensuel	Infos générales			
Le Changement		Mensuel	Infos générales			
Le Chercheur	mamdoubah Soumah	Mensuel				
Le Continent	Djibril Kassomba Camara	Hebdomadaire	Infos générales	journal-lecontinent.com		
La Croisade	Fadjimba Sayon Keita	Hebdomadaire	Infos générales			
Dalou Kende	Haya Madi yilla	Hebdomadaire	Infos générales		2007	1000 ex.
Le Démocrate	Mamadou Dian Baldé	Hebdomadaire	Infos générales		1999	
Le Défi	Thierno Mamadou Bah	Hebdomadaire	Infos générales	ledefiguinee.com		
Le Développement		Mensuel				
Le Diplomate	Sanou Kerfalla Cissé	Hebdomadaire	Infos générales	lediplomateguinee.com	2002	
Echos de Guinée	Cheik Mohamed	Hebdomadaire	Infos générales			
L'Eclair	Siba Béavoguy	Hebdomadaire	Infos générales		2008	

Eco-Vision	Alpha O. Diangolo Barry	Hebdomadaire	Economie			
El Bipa Sports		Mensuel	Sports			
Environnement info		Mensuel	Environnement			
Express Info	Misbaou Diallo	Mensuel	Infos générales		juin-14	
Faits divers	N'Faly Camara	Hebdomadaire	Faits divers			
Fax de Guinée	Marco Ibrahimy Sory Bah	Hebdomadaire	Infos générales	www.faxdeguinee.com		
Fraternité	Fodé Fakamo	Hebdomadaire	Infos générales			
Foot Mag	Sega Diallo	Hebdomadaire	Infos sportives		2010	
Le Fouineur	Joseph Siba Guilavogui	Bi-mensuel	Infos générales			
La Guinée nouvelle	Oumar Yacine Bah	Hebdomadaire	Infos générales			
Guinée en marche	Baila Bah	Bi-mensuel	Infos générales			
Guinée-Foot	Amadou Diaby	Irrégulier	Sport			
Guinée sport		Hebdomadaire	Sport			
Guinée 58	London Camara	Mensuel	Infos générales	guinee58.com		
Horoya	Gouv./Alhassane Souaré	Quotidien	Infos générales	horoya.blogspot.fr	1961	
Horizon Islam		Mensuel	Religion			
Horizon Jeunes		Mensuel	Jeunesse			3000 ex.(70%)
L'Indépendant	Mamadou Dian Baldé/Alkhaly Sylla	Hebdomadaire	Infos générales		1992	
L'Indexeur		Mensuel	Infos générales			
Journal d'Afrique	Louis Espérance Célestin	Hebdomadaire	Infos générales			
Journal des appels d'offres	Ibrahimy Koné	Hebdomadaire	Annonces	jaoguinee.com		
Le Karissi		Bi-mensuel	Infos générales			
La Lance	Assan Abraham Keïta	Hebdomadaire	Infos générales	lalance.net	1996	
La Libération	Abdoul Aziz Camara	Hebdomadaire	Infos générales			
La Logique	Ibrahimy Sory Bangoura	Bi-mensuel	Infos générales			
Le Lynx	Assan Abraham Keïta	Hebdomadaire	Satirique	lelynx.net et lynxfm.net	1992	5000/7000 ex.
Les Mines	Thierno Souleymane Diallo	Mensuel	Mines			
Le National	Mory Fofana	Bi-mensuel	Infos générales			

Le Nimba	Bouba Sampil	Hebdomadaire	Infos générales	lenimba.org	2011	
La Nouvelle	Moussa Iboun Conté	Bi-mensuel	Infos générales			
La Nouvelle Ere		Mensuel	Infos générales			
Nouvelle Elite	Sékouba Savané	Hebdomadaire	Infos générales			
Les Nouvelles du pays	Alsény Fofana	Mensuel				
L'Observateur	Nouhou Baldé	Hebdomadaire	Infos générales	observateur-guinee.com		
L'Œil	Ismaël Bangoura		Infos générales			
Le Panafricain		Mensuel	Infos générales			
Le Patriarche		Bi-mensuel	Infos générales			
Le Patriote Plus		Mensuel	Infos générales			
Le Perroquet		Hebdomadaire				
Le Peuple		Mensuel				
Plume continentale		Mensuel				
La Plume Plus	Sipo Toupouvogui	Mensuel	Infos scolaires et univ.	laplumeplus.blogspot.fr	2004	
Podium Magazine	Rougui Cissé	Irrégulier	Infos culturelles	podiummagazine.info		
Le Point	Madjou Bah					
Le Populaire	Alpha Abdoulaye Diallo	Bi-mensuel	Infos générales			1000 ex.
Le Projecteur		Mensuel	Infos générales			
PVS		Mensuel	Santé			
Le Rassembleur		Bi-mensuel	Infos générales			
La Reconnaissance		Mensuel	Infos générales			
Le Référentiel		Mensuel	Infos générales			
Le Regard		Bi-mensuel	Infos générales (culture)			
Régional Infos Guinée	Ibrahima Koné	Hebdomadaire	Infos rég. int. du pays		juil-14	5000 ex.
La Renaissance		Mensuel	Infos générales			
Le Renard	Aboubacar Mmah Soumah	Mensuel	Infos générales			
La Reprise		Mensuel	Infos générales			
La République	Talibé Barry	Quotidien	Infos générales		2009	

Le Révéléateur			Infos générales			
La Riposte	Ibrahima Ibramia Kaill	Mensuel	Infos générales			
Le Secours		Mensuel	Infos générales			
Sans Tabou	Amadou Bah	Bi-mensuel	Infos générales	sanstabougguinee.com		
Somaya Sila		Mensuel	Infos générales			
Le Sondage		Mensuel	Infos générales			
La Source	Paul Moussa Diawara	Hebdo	Infos générales		oct-12	
Special Times		Mensuel				
Sport Magazine	Ryad Chaloub	Irrégulier	Sport			
Le Standard	Hassane Kaba	Hebdomadaire	Infos générales		2007	
Tini Info		Mensuel				
La Transparence		Mensuel	Infos générales			
Le Trésor		Mensuel	Infos générales			
La Tribune du Citoyen	Mamadou Kanté	Mensuel	Infos générales			
Le Van		Bi-mensuel				
La Vérité	Thiernodjo Diallo (Bebel) décédé		Infos générales			
Le Vigilant	Younoussa Camara	Bi-mensuel	Infos générales			
Vision Jeunes	Mamadou Mactar Telly Diallo	Bimestriel	Infos culturelles	visionjeunes.com	2012	
L'Univers Jeune	Mamadou 3 Diallo	Mensuel				
3 P +	Mohamed Salifou Keïta	Mensuel	Infos générales	www.3p-plus.net		

Agence de presse						
AGP	Gouv./Alpha K.Doumbouya			agpguinee.com	1960	
				www.agpguinee.org		

LES TELEVISIONS

Dénomination	Statut	Propriétaire	Directeur	Public cible	Date de création
<i>Continental TV</i>	<i>Commerciale</i>	<i>Futurelec/Mamadou Sylla</i>		<i>Conakry</i>	<i>2010 ?</i>
TaTV (Africa today)	Commerciale	Chantal Colle	René Ifono	Conakry	sept-12
Diversité TV	Commerciale	Sultan JJ. & J.CI		Conakry	mai-12
Evasion TV	Commerciale	Diaby Gaoussou	Mohamed Lamine Simankan	Conakry	2011
Gangan TV	Commerciale	GTEL SARL/Ibrahima Abe Sylla	Camara	Conakry	2009
<i>Satou TV</i>	<i>Commerciale</i>	<i>Kerfalla Camara</i>		<i>Conakry</i>	<i>En projet</i>
RTG Koloma	Public	Ministère de la Communication	Yamoussa Sidibé	National	1977
RTG Boubilinet	Public	Ministère de la Communication	Ben Daouda Sylla	Conakry	1977

NB : *Continental TV* et *Satou TV* disposent d'une licence mais n'émettent pas à la date de publication.

LA PRESSE EN LIGNE

Site	Administrateur/Dir. de la publication	Thématique	Date de création	Groupe
africaguinee.com	Mamadou Hassimiou Souaré	Infos générales	2006	
africanewsmag.com	Alpha Ousmane Diangolo BARRY	Infos générales		Alfa Communication
afriquezoom.info	Thierno Amadou Camara	infos générales	2014	
alphabet224.com		Education/jeunesse		Guinée70 multimédia
lesamazonnes.info		Site féminin		Sabari FM Le Diplomate
aminata.com	Abdallah Baldé	Infos générales	Avant 2007	
anouslaguinee.com	Abidine Macky BAYO	Infos générales		
aujourd'hui-en-guinee.com	Aboubacar Sacko	Infos générales	2009	
conakryinfos.com	Boua Kouyaté	Infos générales	2010	
conakrylemag.com	Kindy Dramé	Infos générales		
conakrynet.info	Mohamed Jean-Marie Morgan	Infos générales		
enqueteur-gn.info	Boubacar Yacine Diallo	Infos générales	avr-2014	
factuguinee.com		Infos générales		
fafafinainfos.com	Siba Beavogui	Infos générale		et web radio Farafina FM
guinee7sur7.info		Infos générales		
guineeconakry.info	Justin Morel Junior	Infos générales	2005	
guinee-culture.org	ONG Guinée Culture	Actualités culturelles		
guineexpressnews.com		Infos générales		
guineefomonde.com	Kandé Ousmane	Infos générales	2014	
guineinter.com	Mohamed Barry	Infos générales		
guineelive.com		Infos générales		
guineelumiere.com		Infos générales		

guineematin.com		Infos générales		
guineenews.org	Boubacar Cabah Bah	Infos générales	1997	
guineeplus.net	Jean-Yves Claver	Infos générales		
guineepresse.info	A. Sadioh Barry	Infos générales	2008	
guineetime.com	Ismaël Kabinet Camara	Infos générales	2012	
guineeweb.info	A. Djibril Sow	Infos générales		
guinee7.com	Ibrahima Sory Traoré	Infos générales		
Guinee24.com	Pierre Ouendouno	Infos générales		
guinee58.com		Infos générales		
kababachir.com	Kaba Bachir	Infos générales	2001	
kaloumpresse.com	Alpha Camara	Infos générales		
Kibarou.net		Infos générales		
lavoixpeuhle.info		Infos générales	2011 ?	
lejourguinee.com	Saliou Bah	Infos générales	2006	
lejour.info	Oumar Yacine Bah	Infos générales	2009	
lejournaldeconakry.com		Infos générales		
Leconakryka.com		Infos générales		
maguinee.com		Infos générales		
Mediaguinee.com	Ciré Mamadou Savane	infos générales	2009	
Tamtanguinee.com		infos générales	2009	Groupe Alo /SGI
Leverificateur.net	Minkael Barry	Infos générales		
visianguinee.info		Infos générales		
visionjeunes.com	Amadou Aliou Barry	Infos culturelles	2013	
Portails d'information				
africatime		infos générales		
factuguinee.com		infos générales		
focusguinee.info		infos générales		
guineeeconomie.com		Infos économiques		

LES GROUPES DE PRESSE

Intitulé	PDG	Date création	Média 1	Média 2	Média 3	Média 4	Projet(s)
Afrique Vision	Sanou Keffalla CISSE		Le Diplomate	Sabari FM	Lesamazones.com	Lediplomate.com	Love FM + Sab TV
Alfa Communication	Barry A. Ousmane Barry	1988	Eco-Vision	Tamata FM	Africanewsmag.com		
ALO/SGI	Chantal Cole		Chérie FM	Africa Today TV(Tatv)	tamtamguinee.com		
CityFM/La République	Talibé Barry		La République	City FM			
Farafina/Eclair	Siba Béavogui	2010	L'Eclair	farafinainfos.com	Farafina FM (web)		
Guinée 70 Multimédia	?		Fax de Guinée	Alphabet224.com	Kolazine.com		
HADAFO Médias	Lamine Guirassy		Espace FM	Espace TV	Sweet FM		
La Source/ Guinée 24.com	Paul Moussa Diawara		La Source	Guinée24.com			
Le Lynx/La Lance	Souleymane Diallo		Le Lynx	La Lance	Lynx FM		
Liberté Communication	Ibrahima Diallo		Liberté FM	N'Zaly Liberté FM			
Noosecom	?		Footmag	Infoconakry.com			
Vision2000 Communication+	Ibrahima Koné	1999	guineeeexpress.com	Régional Infos Guinée	JAO ap. offres/emplois		
L'Indépendant/ Le Démocrate	Aboubacar Sylla		Le Démocrate	L'Indépendant	-		
Diversité	Jean-CI. & JJ Sultan		Diversité FM	Diversity TV			

ANNEXE 9

LISTE DES ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES RECENSÉES

Intitulé	Sigle	Date création	Responsable	Site	Tenue AG	Mbres
PATRONS DE PRESSE						
Association guinéenne des éditeurs de la presse indépendante	AGEPI	1991	Hassan Kaba		Oui	env. 60
Association guinéenne de la presse en ligne	AGUIPEL	2007	Amadou Tham Camara		Oui	33
Association des médias libres de Guinée	AMELGUI	2010	Mouctar Bah	amelgui.com	?	env. 60
Convention de la presse libre de Guinée	CEPRELGUI		Sékouba Savane		?	
Réseau des Médias sur Internet Guinée	REMIGUI		Boubacar Azoka BAH		?	
Union des fondateurs des sites internet de Guinée	UFSIIG	2012	Sadigou Barry	ufsiggguinee.org	?	env. 15
Union de la presse libre de Guinée	UPLG	2012	Ibrahima Koné		Oui ?	
Union des radiodiffusions et télévisions libres de Guinée	URTELGUI	mars-09	Boubacar Yacine Diallo		Oui	env. 50
ASSOCIATIONS DE JOURNALISTES						
Alliance Femmes et Medias	AFEM	2012	Monique Curtis		?	
Alliance des médias pour la défense des droits de l'Homme	AMDH		Saikou Baldé			
Alternative Guinée espace citoyen		2014	Nouhou Baldé			
Association Actions Mines de Guinée	AMINES	2012	Amadou Bah			
Asso. pour la défense des journalistes en danger	AJDD	2014	Dondédieu Agoussou			
Association des femmes journalistes de Guinée	AFJG	2008	Afiou Mata			env. 50
Association des journalistes guinéens (affilié à la FIJ)	AJG		Fodé Bouya Fofana			
Association des journalistes pour la Promotion des droits de l'enfant et de la femme	AJPDEF		Mariame Bamba			
Association Médias Intégrité Guinée	AMIG	2014	Samory Keita			

Association de la presse sportive de Guinée	APSG		2010	Amadou Tham Camara			100 ?
Association des Professionnelles africaines de la communication	APAC		Avant 2004	Camille Hawa Barry		?	52
Club des amis de la maison de la presse	CAMP		2013	Daouda Taban Sylla			
Club de la presse	CP		2006	Hadja Saran Touré			
Fédération des associations professionnelles et des organisations de journalistes	FAPOJ		2013	Saikou Baldé			8 asso.
Réseau guinéen des journalistes pour l'eau, l'hygiène et l'assainissement	REGUIJEHA		2012	Abdourahamane Diallo			
Réseau guinéen des journalistes contre la corruption et pour la promotion de la bonne gouvernance	REGUIJOC		2007	Abou Bakr			
Réseau des journalistes économiques de Guinée	REJEG		2011 ?	Ibrahima Ahmed Barry			
Réseau des journalistes parlementaires de Guinée	RJPG		2014	Abdallah Baldé			40
Réseau des journalistes pour la sécurité et le développement en Afrique de l'Ouest	RJSDAO		2008	Zézé Zoumanigui			
Réseau Médias Santé de Guinée	REMES-GUI		2014	Mamadouba Conté			
Union des journalistes animateurs culturels de Guinée	UJACGUI		2011	Ali Bongo Leno	ujacgui-guinee.blogspot.fr/		
Union nationale de la presse sportive de Guinée	UNSPG			Amadou Dioulbé Diallo			
ORGANE D'AUTOREGULATION							
Observatoire guinéen de la déontologie, de l'éthique et des médias	OGUIDEM		2001	Ibrahima Barry			

ANNEXE 10

RDC : UN EXEMPLE DE FONDS



MEDIAS POUR LA DEMOCRATIE ET LA TRANSPARENCE EN RDC
MEDIA FOR DEMOCRACY AND ACCOUNTABILITY IN DR CONGO

FONDS D'APPUI AUX MEDIAS EN RDC

Guide pour les propositions de projet

2^{ème} cycle de subventions

Dans le cadre du Programme interbailleurs « Médias pour la démocratie et la transparence en République Démocratique du Congo », France Expertise Internationale (FEI) a mis en place un **Fonds d'Appui aux Médias (FAM)**. Ce guide explique comment soumettre une proposition de projet pour obtenir une subvention du FAM dans le cadre du 2^{ème} cycle de subventions.

I / CONTEXTE, OBJECTIF DU 2^{ème} CYCLE DE SUBVENTIONS DU FAM

Médias pour la démocratie et la transparence en RDC est un Programme d'appui aux médias financé par les coopérations britannique (DFID) et suédoise (ASDI), et géré par FEI. Lancé en septembre 2007 pour 64 mois, le Programme est doté d'un budget d'environ 18 millions d'euros.

L'objectif est d'appuyer le développement d'un secteur médiatique indépendant, réglementé et professionnel en RDC, dans le but de faciliter l'accès de la population congolaise à une information pluraliste, de lui donner une voix et lui permettre de suivre l'action des élus et du gouvernement en toute transparence.

Les axes d'intervention du Programme sont les suivants :

1. Appuyer la professionnalisation du secteur médiatique
2. Appuyer la production de programmes sur la démocratie et la bonne gouvernance
3. Consolider la régulation et l'autorégulation du secteur médiatique
4. Promouvoir la viabilité économique du secteur médiatique
5. Promouvoir les médias de service public indépendants

Ce Programme s'inscrit par ailleurs dans le cadre du *Programme d'appui à la gouvernance* cofinancé par la Coopération Britannique et mis en œuvre par le PNUD.

Lancé le 15 août 2010, le FAM fonctionne par cycles successifs de subventions et a pour objectif de renforcer et de compléter les actions du Programme *Médias pour la démocratie et la transparence en RDC*.

Le 2^{ème} cycle de subventions cible la production d'émissions télévisuelles ou radiophoniques sur la perception par les citoyens congolais des enjeux liés à la démocratie en général et aux prochaines élections en particulier. Emanant de médias congolais ou d'organisations ayant une expérience de la production audiovisuelle, les projets devront proposer dans un format original des séries d'émissions qui donnent la parole aux citoyens pour comprendre comment ils vivent au quotidien les thèmes liés



PROGRAMME INTERBAILLEURS D'APPUI AUX MEDIAS
EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO
France Expertise Internationale

CCF Halle de la Gombe / Kinshasa – programme.medias@yahoo.fr



MEDIAS POUR LA DEMOCRATIE ET LA TRANSPARENCE EN RDC MEDIA FOR DEMOCRACY AND ACCOUNTABILITY IN DR CONGO

à la démocratie, la bonne gouvernance et les élections. Pour les projets portés par des organisations qui ne sont pas des médias, il sera demandé de concrétiser le plan de diffusion des émissions par un accord de partenariat avec un ou plusieurs médias audiovisuels congolais.

II / CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ

Bénéficiaires éligibles

Le FAM est exclusivement ouvert aux entreprises congolaises, individuelles ou dotée de la personnalité morale (ayant leur siège social en RDC).

Les organisations bénéficiaires du FAM doivent :

- ✓ Disposer d'un compte bancaire, témoigner d'une structure organisationnelle claire et présenter les garanties financières nécessaires à la gestion des projets financés.
- ✓ Justifier d'une **solide expérience dans le secteur des médias** en RDC et disposer des compétences techniques et financières nécessaires à la mise en œuvre du projet. La cohérence entre le contenu de la proposition et l'expérience des organisations bénéficiaires du FAM doit être évidente.

Une même organisation, ne pourra soumettre qu'une seule demande de subvention (seul ou dans le cadre d'un consortium). Cette demande ne pourra porter sur le financement que d'un seul projet. Les organisations qui soumettraient plusieurs demandes de subvention ou une demande portée sur plusieurs projets seront considérées comme inéligibles.

Localisation des projets

Les projets présentés doivent concerner uniquement la RDC, les activités prévues pouvant cibler une ou plusieurs régions du territoire de la RDC.

Durée et montant des projets

La durée des projets proposés devra être comprise entre 3 (trois) mois minimum et 9 (neuf) mois maximum, et leur budget entre 10 000 USD (dix mille dollars US) et 50 000 USD (cinquante mille dollars US). Le montant de la subvention accordée ne correspondra pas nécessairement au montant demandé.

III / MODALITÉS DE RÉPONSE

Calendrier prévisionnel du 2^{er} cycle de subventions du FAM



PROGRAMME INTERBAILLEURS D'APPUI AUX MEDIAS
EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO
France Expertise Internationale

CCF Halle de la Gombe / Kinshasa – programme.medias@yahoo.fr



MEDIAS POUR LA DEMOCRATIE ET LA TRANSPARENCE EN RDC MEDIA FOR DEMOCRACY AND ACCOUNTABILITY IN DR CONGO

25 juillet 2011	Lancement de l'appel à propositions
12 août 2011	Date limite d'envoi des questions sur l'appel
17 août 2011	Date limite de réponse par FEI aux questions
05 septembre 2011	Date limite d'envoi des propositions (clôture de l'appel)
10 octobre 2011	Commission de sélection du 1 ^{er} cycle de subventions du FAM
17 novembre 2011	Date limite d'envoi par FEI des notifications de présélection

Envoi des propositions

Rédigées en français, les propositions doivent être envoyées par voie électronique **au plus tard le 05 septembre 2011 à midi** (heure de Kinshasa) à l'adresse suivante : fondsmediardc@yahoo.fr

A noter :

- ✓ Seule la date et l'heure de réception des propositions font foi.
- ✓ Les propositions reçues par courrier ordinaire, en mains propres, par fax ou toute autre voie ne seront pas examinées.
- ✓ Un accusé de réception électronique sera envoyé dans les 72h suivant la date limite de réception aux expéditeurs des propositions. Seul cet accusé atteste de la bonne réception des propositions.
- ✓ Les propositions contenant des fichiers illisibles ou corrompus ne seront pas examinées.

Format des propositions

Le modèle de formulaire de réponse figure à la fin du présent guide.

Questions sur l'appel à propositions

Rédigées en français, les questions relatives à l'appel à propositions peuvent être envoyées par voie électronique **avant le 12 août 2011 à midi** (heure Kinshasa) à l'adresse suivante : fondsmediardc@yahoo.fr

Les réponses aux questions reçues dans les délais seront mises en ligne **le 17 août 2011** sur le site de FEI : www.france-expertise-internationale.eu

IV / ÉVALUATION & SÉLECTION

Les propositions reçues seront évaluées par FEI à Paris et Kinshasa selon la grille de notation annexée à ce guide (Annexe 2). Les projets ne répondant pas aux critères d'admissibilité de la première page de la grille ne seront pas notés (dossier incomplet, candidat non éligible, etc.)



PROGRAMME INTERBAILLEURS D'APPUI AUX MEDIAS
EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO
France Expertise Internationale

CCF Halle de la Gombe / Kinshasa – programme.medias@yahoo.fr



Le défaut de finalisation du plan d'action dans des délais raisonnables peut entraîner l'annulation de la présélection. Seule l'approbation par FEI d'un plan d'action complet répondant aux indications fournies et formulé selon les normes habituelles de bonnes pratiques internationales permettra de confirmer la sélection définitive de la proposition, effective à la date de signature du contrat de subvention.

ANNEXE 11

TERMES DE RÉFÉRENCE DE L'ÉTUDE

1- CONTEXTE

La Guinée est en proie à une instabilité politique sociale et économique et ce, depuis au moins 2006, ponctuée d'épisodes d'une gravité exceptionnelle comme les massacres perpétrés par les forces de l'ordre et de sécurité sous le régime de Dadis Camara, le 28 septembre 2009, provoquant un profond rejet de l'opinion publique guinéenne et de l'ensemble de la communauté internationale.

Cette instabilité se double également d'une polarisation ethnique croissante depuis la dernière campagne présidentielle, en 2010. Les récents heurts interethniques (en juillet dernier) en Guinée Forestière, région située à la frontière avec trois pays – Sierra Leone, Libéria et Côte d'Ivoire, ont ainsi conduit à la mort d'une centaine de personnes et au déplacement de milliers d'autres.

Le repli identitaire, l'indexation de certaines communautés, l'instrumentalisation des divisions ethniques, la fragilisation de la vie sociale, les difficultés économiques, les récentes crises sanitaires qui ont frappé la capitale et tout particulièrement la Guinée Forestière ont contribué à exacerber les tensions et mis gravement en péril l'unité nationale.

Sur fond de dérives ethniques, les élections législatives maintes fois reportées, se sont tenues à la fin de l'année 2013. Suivront les élections municipales puis l'élection présidentielle.

Au cours de cette période charnière, les médias ont un rôle essentiel à jouer. S'ils contribuent à éviter la propagation des rumeurs et des discours haineux, ils renforcent aussi la réconciliation nationale et la cohésion des différents peuples en donnant la parole aux citoyens et en leur créant des espaces d'échanges et de débats nécessaires pour apaiser les tensions.

Les médias guinéens sont nombreux et plus particulièrement dans les régions où ils sont confrontés à des problèmes multiples les empêchant présentement de jouer ce rôle.

Les médias publics, à l'instar de la Radiotélévision Guinéenne (RTG), sont ainsi perçus par l'opposition comme des outils de communication à l'usage des autorités en place et non comme des canaux d'information d'un service public neutre et équilibré. De la même manière, certains médias privés sont perçus pour beaucoup comme une presse d'opinion donnant l'impression d'une proximité avec les intérêts politiques des partis de l'opposition.

Les radios, en particulier, subissent de fortes pressions extérieures, notamment de la part des autorités dans un contexte plus général où les lois sur la liberté de la presse n'ont toujours pas été promulguées.

Pour contrer ces risques, les médias doivent faire l'objet d'un renforcement approfondi : appropriation des règles d'éthique et de déontologie, appuis technique, éditorial et managérial, production et

diffusion de programmes factuels, neutres et objectifs dans les principales langues du pays, appui aux associations professionnelles des médias (publiques et privées).

A cet effet, la Délégation de l'Union Européenne (DUE) finance un programme d'appui aux médias d'un budget de 2,5 millions d'euros, sur 18 mois, par le biais de l'Instrument de Stabilité.

L'instrument contractuel est basé sur une Convention de délégation signée entre la DUE et France Expertise Internationale (FEI) selon le mode de gestion centralisé indirect (GCI). Les procédures d'achats et de services seront celles appliquées par FEI.

Ce programme d'urgence vise globalement à contribuer à la stabilité du pays et à la consolidation de l'Etat de droit en Guinée.

Les médias guinéens dans leur ensemble restent cependant soumis à de nombreux défis. Politiquement, la Guinée connaîtra en 2015 et 2016 de nouveaux processus électoraux : des élections locales puis présidentielle. Dans le secteur des médias, le pays connaît un bouleversement sans précédent avec la transition numérique, qui va s'accélérer avec l'arrivée prochaine de la TNT. Dans le secteur des médias, le pays tout comme la sous-région, connaît un bouleversement sans précédent avec la transition numérique qui va s'accélérer avec l'arrivée de nouvelles formes de production et diffusion numériques (satellite, fibre optique, réseau hertzien numérique...) de plus en plus accessibles.

2- OBJECTIFS ET MODALITES DE L'ETUDE

a. Objectifs

L'objectif de cette étude est de :

- **Fournir un portrait global du paysage médiatique guinéen** (description du secteur, problématiques spécifiques, cartographie)
- **Proposer une base programmatique de stratégie de consolidation du secteur**, à travers une série de recommandations qualitatives et quantitatives présentées selon un calendrier de priorités.

L'étude devra notamment :

- Fournir une analyse des besoins en formation et en appui matériel tout genre de presse confondu, secteur public et privé, de la capitale et en régions.
- Fournir une analyse des transformations technologiques le cas échéant accessibles à la Guinée et susceptibles d'améliorer l'offre de service médiatique en Guinée.
- Plus généralement, l'étude devra prendre en compte l'ensemble des enjeux à court et moyen terme pour le secteur (transition numérique, enjeux électoraux, nouveaux médias...).
- Analyser le cadre juridique et réglementaire actuel du secteur et procéder à des recommandations quant à son évolution.
- Aborder la question du modèle économique des médias.

b. Modalités

L'étude devra comprendre in fine une proposition programmatique de stratégie globale de consolidation du secteur.

ANNEXE 12

PARTICIPANTS A LA RESTITUTION

Ont participé à la réunion de restitution du rapport provisoire, le 6 février 2015 à Conakry :

BAH Alpha Ibrahima Sila, président de la Commission information et communication de l'Assemblée nationale ;

CAMARA Amadou Tham, président de l'Association guinéenne de la presse en ligne (Aguipel), président du bureau du conseil d'administration de la Maison de la presse de Guinée ;

CAMARA Bangaly, directeur de l'Institut supérieur de l'information et de la communication (ISIC-Kountia) ;

CAMARA-BARRY Camille Hawa, directrice de la *Radio rurale de Guinée*, présidente de l'Association des professionnelles de la communication – APAC – Guinée ;

COCARD Sébastien, chargé de programme gouvernance à la délégation de l'Union européenne en Guinée ;

DE MUN Claude Adrien, chargé de la Communication, Unicef ;

DIABY Gassama Kalifa, ministre des Droits de l'Homme et des libertés publiques ;

DIALLO Camara Maïmouna, Conseil national de la communication (CNC) ;

DIALLO Gassimou, plate-forme citoyenne unie pour le développement (PCUD) ;

DIALLO Souleymane, directeur des publications *Le Lynx-La Lance*, Observatoire guinéen de la déontologie et de l'éthique des médias (Oguidem) ;

DIANE Sanassa, directrice adjointe du programme Médias Guinée, Expertise France, directrice de la Maison de la presse de Guinée ;

GIELEN Gerardus, chef de la délégation de l'Union européenne ;

KASMI Djamel, directeur du programme Médias Guinée, Expertise France ;

LECLUZE Philippe, attaché de coopération, ambassade de France ;

MOREL André, Association guinéenne des éditeurs de la presse indépendante (Agépi) ;

ORZALES Emilie, chargée de projet, Expertise France ;

SOW Alimou, chargé de communication à la délégation de l'Union européenne ;

SYLLA Ibrahima, Coordination nationale de lutte contre Ebola-unité de communication, vice-président de l'Association des journalistes de Guinée (AJG).

Consultants

MATRAS Corinne, coordinatrice de l'étude ;

CURTIS-BRIGGS Monique ;

CAMARA Mohamed ;

LEROY Michel ;

FRA Daniel.

ANNEXE 13

SYNTHÈSE DE LA RESTITUTION

A la suite de la présentation synthétique du rapport le 6 février 2015 à Conakry, les principaux échanges ont porté sur les points suivants :

Pertinence du rapport

Pour le ministre des Droits de l'Homme et des libertés publiques, Gassama Kalifa Diaby, le constat fait par le rapport reflète l'avis de la majorité des citoyens guinéens. Au nom du gouvernement, il se déclare « *extrêmement préoccupé par l'état du paysage médiatique* » et souhaite que, « *une fois le constat posé par ce rapport, les différents acteurs associés à cette problématique [des médias] sortent de leurs évidences, de leurs carcans, de leur autisme* » pour « *résoudre les problèmes* ».

Alpha Ibrahima Sila Bah, président de la Commission information et communication de l'Assemblée nationale, demande que ce rapport soit communiqué pour être partagé avec ses confrères de l'Assemblée nationale afin « *qu'il serve de base à des actions à initier au niveau des lois* ». « *Il faut [désormais] faire vivre cette étude, qu'elle soit un outil de travail permanent auquel soient associés des [experts guinéens] pour une remise à jour permanente* ».

Liberté de presse et responsabilité des journalistes

Pour Gassama Kalifa Diaby, si le constat est préoccupant, « *ce n'est pas parce qu'une liberté est mal utilisée qu'il faut la retirer* ». En tant que membre du gouvernement, il assure qu'il faut « *garder une perspective de libéralisation de la presse et défendre [la conception] pour que chacun puisse dire ce qu'il veut dans le respect de l'autre* ».

Recrutement et sélection des étudiants en journalisme

Bangaly Camara, directeur de l'Isic, reconnaît qu'on assiste à une « *massification des universités* ». Pour une institution d'enseignement comme la sienne, il n'est cependant pas possible d'organiser de concours de sélection. Souleymane Diallo, directeur des publications *Le Lynx/la Lance*, souhaite un recrutement à un niveau supérieur à celui actuel (niveau baccalauréat). Pour autant, le Dr Camara explique qu'il a souvent par le passé « *tendu la main aux médias* » pour mieux définir leurs besoins de recrutement. « *Nous devons travailler ensemble avec les médias pour qu'ils nous disent le type de journalistes qu'ils veulent afin que nous l'incorporions dans nos cursus* ».

Convention collective

Bangaly Camara a noté dans la présentation des consultants que « *les journalistes ne traitent pas l'information pour informer le public, mais pour leurs intérêts* » et estime que

tant « *qu'une convention collective ne sera pas mise en place, les journalistes devront vivre de leurs reportages sur le terrain* ».

Cadre légal et accès à l'information

Souleymane Diallo apporte la précision que la loi sur l'accès à l'information a été promulguée mais n'a pas reçu l'avis de conformité de la Cour suprême et qu'il reste beaucoup de confusion autour de cette loi. Ainsi, sortie du Conseil national de transition sous le n° 004, elle est ressortie ensuite du secrétariat général du gouvernement sous le n° 005. Amadou Tham Camara, président de l'Aguipel et du Conseil d'administration de la Maison de la presse, « *trouve paradoxal* » que l'on évoque aujourd'hui la possible mise en place de la Haute autorité de la communication et que « *la loi qui va lui servir d'outil de travail n'est pas encore entrée en vigueur* ». L'honorable Ibrahima Sila Bah pointe aussi le besoin de clarification « *pour [nous aider] à dépatouiller la situation sur la loi d'accès à l'information* ».

Genre

Pour Camille Hawa Barry-Camara, directrice de la *Radio rurale de Guinée* et présidente de l'Apac, la problématique « genre » dans les médias devrait être approfondie. Cette problématique devra « *être prise en compte par les hommes et femmes de médias, et pas seulement par les femmes* ».

Informations politiques à la *Radio rurale de Guinée*

Comme l'ont révélé les panels en région, le débat sur ce plan est en cours, tant chez les professionnels des médias que chez les représentants de la société civile et du public. Pour le ministre Gassama Kalifa Diaby, « *c'est une lutte sans avenir que de vouloir un média dépolitisé. Un journaliste se doit d'avoir des opinions, ce n'est pas le problème. Le débat est bien que cette liberté ne mette pas en danger la quiétude, la paix et le fonctionnement des institutions* ».

Pour Hawa Camille Barry-Camara, « *le traitement de l'actualité politique dans les programmes de la Radio rurale de Guinée n'est ni dans la mission, ni dans le mandat des radios communautaires* » qui restent « *des outils de développement pour les paysans* ». La directrice de la *Radio rurale de Guinée* souhaiterait donc qu'une étude d'audience soit faite non pas au niveau des villes, mais « *dans les hameaux* ». Pour autant, la question du traitement de l'actualité politique dans les programmes sera posée à la prochaine revue annuelle des radios rurales à Kankan en avril 2015. Le débat est ouvert, d'autant qu'« *à l'intérieur du pays, les radios privées et la radio nationale traitent ces questions politiques* ».

La libéralisation des médias en Guinée n'a eu lieu que récemment et s'est déroulée dans un contexte politique très instable et souvent violent. Dans cet environnement, qui a impacté la situation économique du pays, le secteur médiatique tente de se développer et de rattraper son retard structurel.

L'état actuel du secteur est ici évalué et ses besoins identifiés sous l'angle de l'environnement légal, technologique, économique et celui du renforcement des capacités.

Dans le cadre de cette étude, de nombreuses données ont été collectées tant auprès institutions que des professionnels des médias (presse papier et numérique, radio, télévision).

Ainsi, un cadre institutionnel légal existe, ou est prévu, mais il n'est encore que partiellement actif. De même, les associations professionnelles et les organismes de formation restent encore en retrait.

C'est dans ce sens qu'il faudra faire évoluer le monde des médias guinéens : la mise en cohérence de ses différents acteurs sera la condition qui lui permettra de se diriger vers la maturité nécessaire à un développement durable et à la consolidation de ce secteur.