



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Swiss Confederation

Département fédéral de l'environnement  
Environnement, transports, énergie et communications

**Office fédéral de la communication OFCOM**

Projets de recherche portant sur les Médias de service public  
ainsi que les Médias audiovisuels de proximité (axes 1 et 3 de  
la Feuille de route 2018/2019)

18 novembre 2019

## Table des matières :

### TABLE DES MATIERES

Acronymes : .....	2
Contexte :.....	4
Objectifs : .....	4
Méthodologie :.....	5
Introduction : .....	6
Partie I : Aperçu du cadre institutionnel et définitionnel .....	8
<b>1. Approches des organismes internationaux des médias de service public et des médias de proximité.</b>	<b>8</b>
<b>2) conceptions régionales des médias de service public et des médias de proximité</b> .....	<b>13</b>
<b>3) Rappel des définitions retenues dans le cadre de Projet de Recherche du REFRAM</b> .....	<b>19</b>
Partie II : Pratiques du contrôle des médias dans l'espace francophone .....	21
<b>4) contrôle des obligations des médias de service public</b> .....	<b>21</b>
<b>5) Surveillance des médias de proximité</b> .....	<b>42</b>
Partie III : Résultats et perspectives .....	57
<b>6) Difficultés rencontrées par les régulateurs dans l'accomplissement de leur mission de contrôle</b> .....	<b>58</b>
<b>7) Synthèse des bonnes pratiques</b> .....	<b>64</b>
<b>8) Suggestions pour un meilleur contrôle des médias par les régulateurs</b> .....	<b>71</b>
Conclusion .....	74
Annexes:.....	77

## ACRONYMES :

**AAI** : Autorité administrative indépendante

**ALIA** : Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel

**AMA** : Autorité des médias audiovisuels (Albanie)

**ASBU** : Union de radiodiffusion des États arabes

**CCA** : Conseil coordinateur de l'audiovisuel (Moldavie)

**CME** : Conseil des médias électroniques (Bulgarie)

**CNA** : Conseil national de l'audiovisuel (Roumanie)

**CNC** : Commission nationale de la communication (Cameroun)

**CNPA** : Conseil national de la presse et de l'audiovisuel (Union des Comores)

**CNRA** : Conseil national de régulation de l'audiovisuel

**CNT** : Conseil national de la transition du Burkina Faso

**CRTC** : Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

**CSA belge** : Conseil supérieur de l'audiovisuel

**CSA français** : Conseil supérieur de l'audiovisuel

**CSAC** : Conseil supérieur de l'audiovisuel et de la communication (RDC)

**CSC** : Conseil supérieur de la communication (Niger)

**CSLC** : Conseil supérieur de la liberté de communication (Congo – Brazzaville)

**DUDH** : Déclaration universelle des droits de l'homme

**ERGA** : Groupe des régulateurs européens des régulateurs des médias audiovisuels

**HAAC Bénin** : Haute Autorité de l'audiovisuel et de la communication

**HAAC Togo** : Haute Autorité de l’audiovisuel et de la communication

**HAC Gabon** : Haute Autorité de la communication

**HAC Guinée** : Haute Autorité de la communication

**HAC Mali** : Haute Autorité de la communication

**HACA** : Haute Autorité de la communication audiovisuelle (Maroc)

**HAICA** : Haute Autorité indépendante de la communication audiovisuelle (Tunisie)

**HAMA** : Haute Autorité des médias et de l’audiovisuel (Tchad)

**HAPA** : Haute Autorité de la presse et de l’audiovisuel (Mauritanie)

**OFCOM** : Office fédéral de la communication (Suisse)

**RIARC** : Réseau des instances africaines de régulation de la communication

**RIRM** : Réseau des instances de régulation méditerranéennes

**UER** : Union européenne de radio-télévision

**UNESCO** : Organisation des nations unies pour l’éducation, la science et la culture

## CONTEXTE :

Lors de la 5e Conférence plénière qui s'est tenue à Genève fin octobre 2017, les Présidents des institutions membres du REFRAM ont confié la Présidence du Réseau pour deux ans à l'Office fédéral de la communication suisse (OFCOM), la vice-présidence étant assumée durant cette période par la Haute autorité indépendante de la communication audiovisuelle tunisienne (HAICA). La nouvelle équipe exécutive, appuyée par le Secrétariat permanent du REFRAM assuré par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel français (CSA) et l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF), a concrétisé dans un plan d'action les objectifs généraux que la Conférence a inscrits dans la Feuille de route 2018/2019. Le plan d'action 2018/2019 précise ainsi la mise en œuvre des mesures et les actions du REFRAM d'ici à fin 2019. Au menu des thèmes que le REFRAM souhaite traiter pendant le biennium 2018/2019, se trouvent le **contrôle de l'accomplissement des obligations de service public** (axe prioritaire 1) ainsi que les **médias audiovisuels de proximité** (axe prioritaire 3).

Deux consultants ont été recrutés par l'OFCOM pour mener une recherche sur l'axe 1 et l'axe 3 dans les 29 pays membres du REFRAM, l'un des consultants travaillant sur les pays membres situés en Afrique subsaharienne francophone, et l'autre s'occupant des pays du Nord et du Maghreb représentés dans le REFRAM (Canada, Belgique, France, Suisse, Luxembourg, Albanie, Roumanie, Bulgarie, Moldavie, Maroc, Tunisie, Liban). Les consultants ont mené cette recherche d'une part auprès des autorités de régulation des médias et d'autre part auprès des médias et organisations de la société civile.

## OBJECTIFS :

Le projet concernant le contrôle de l'accomplissement des obligations de service public (axe 1) vise les objectifs suivants :

- Mener une réflexion sur la manière dont les autorités de surveillance examinent l'exécution de ces mandats de service public ;
- Dresser un inventaire des principaux points forts et problèmes rencontrés par les instances membres, afin d'alimenter une réflexion concertée sur la question ;
- Soutenir les autorités de régulation dans leur mission de surveillance.

De son côté, le projet portant sur les rapports entre autorités de régulation et médias audiovisuels de proximité (axe 3) tend à atteindre les objectifs suivants :

- Soutenir les autorités de régulation dans leur mission de surveillance ;
- Dynamiser les échanges entre autorités de surveillance et médias de proximité ;
- Offrir un cadre d'échange sur les expériences acquises, les bonnes pratiques et les pièges à éviter.

#### METHODOLOGIE :

Le présent rapport est le fruit d'un travail de recherche et d'analyse mené par deux consultants mandatés par l'OFCOM. Ils ont récolté dans un premier temps des données concernant les deux objets de recherche puis élaboré un questionnaire qui a été soumis aux régulateurs membres du REFRAM ainsi qu'aux éditeurs de service et les médias de proximité soumis au contrôle des différents régulateurs. Ce sont les données issues de ces questionnaires qui ont été distillées puis analysées afin d'en extraire le présent rapport.

Les médias audiovisuels de service public et les médias de proximité contribuent fortement à l'éducation, la formation et à l'épanouissement des citoyens. On pourrait remonter à un ensemble de principes universels et de dispositions contenus dans des textes internationaux qui consacrent des éléments constitutifs de leurs missions respectives. Entre autres, le droit d'exprimer et de recevoir de l'information est l'un des principes énoncés dans ces textes internationaux. Dans le champ journalistique, l'application de ce principe est assujettie à des devoirs tels qu'énoncés dans la Charte de Munich<sup>1</sup>, texte international de déontologie des journalistes. Dans la mesure où le droit pose le fondement pour un débat démocratique et promeut l'expression d'une multitude de courants culturels, identitaires, majoritaires et/ou minoritaires, il sous-tend l'existence de ces deux formes de médias.

En face de ces deux objets, nous avons les autorités de régulation qui viennent compléter le triangle de la thématique de cette recherche qui porte sur les pratiques de régulation des médias de service public et des médias de proximité dans l'espace des pays francophones membres du REFRAM.

Lorsqu'on revisite l'histoire des organes de régulation membres du REFRAM, on s'aperçoit à première vue, dans une perspective diachronique, que la plupart des organes de régulation, qu'ils soient du Nord ou du Sud, sont nés dans les années 1980-1990. D'ailleurs, certaines autorités de régulation du Sud sont nées bien avant d'autres organes des pays du Nord. Plusieurs organes de régulation du Sud sont constitutionnalisés alors qu'une partie des instances de régulation du Nord restent des *Autorités Administratives Indépendantes (AAI)*, consacrées par des lois. Même si le caractère fonctionnel peut revêtir et faire ressortir une réalité différente de la réalité normative, ce constat nous permet de retenir que l'*a priori* des structures plus avancées que d'autres dans les pratiques en raison du niveau de développement économique de leurs pays constitue un réel biais lorsqu'on s'intéresse aux instances membres du REFRAM. Cette recherche s'intéresse donc, sans complaisance aucune envers les statuts et

---

<sup>1</sup> [La Charte de Munich](#), encore appelée Déclaration des devoirs et des droits des journalistes, est un texte international de déontologie contenant dix devoirs et cinq droits. Signée le 24 novembre 1971 par la Fédération européenne des journalistes, elle a été adoptée plus tard par la Fédération internationale des journalistes. La Charte de Munich constitue le texte international de référence en ce qui concerne la déontologie journalistique.

missions des médias de service public et des médias de proximité, aux méthodes de régulation qui leurs sont appliquées par les autorités qui les encadrent, aux relations existantes entre ces éditeurs et les régulateurs ainsi qu'aux difficultés que rencontrent les différents acteurs lors de l'accomplissement de leurs missions, ceci afin d'en faire ressortir les bonnes pratiques susceptibles d'être reproduites.

Toutefois, cette étude n'intègre pas, dans sa collecte de données, les aspects liés à la transmission technique des programmes (passage à la Télévision numérique terrestre), ainsi que les variantes de transmission digitale de l'information (médias sur Internet). Elle s'intéresse aux méthodes, pratiques et outils de contrôle des médias de service public et des médias de proximité.



Dans cette partie, il sera question de circonscrire les définitions utilisées dans le cadre onusien et plus particulièrement dans les instances de l'UNESCO, ceci afin de faciliter la compréhension des définitions retenues par le REFRAM dans le cadre de la présente recherche.

## 1. APPROCHES DES ORGANISMES INTERNATIONAUX DES MEDIAS DE SERVICE PUBLIC ET DES MEDIAS DE PROXIMITE

### a) Principe de liberté d'expression et de communication

Le service public de l'audiovisuel répond à un des principes les plus fondamentaux, reconnu universellement et consacré par les chartes fondamentales nationales : la liberté d'expression.

Consacré d'abord en France par la Déclaration universelle des droits de l'homme et du citoyen de 1798 en ses articles 10 et 11, la liberté d'expression implique que :

*« Article 10 : Nul ne doit être inquiété pour ses opinions, même religieuses, pourvu que leur manifestation ne trouble pas l'ordre public établi par la loi.*

*Article 11 : La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme :*

*Tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi. »*

La liberté d'expression sera ensuite reconnue comme une valeur des Droits de l'Homme au plan international lorsque qu'elle sera reprise dans la Déclaration universelle des droits de l'homme (DUDH) de 1948, concernant cette fois-ci le concert des nations au sein de l'Organisation des Nations Unies. Ainsi, la DUDH dispose explicitement en son article 19 que :

*« Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans*

*considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit. »*

Une multitude d'accords, chartes, conventions et autres déclarations reprennent cette idée au niveau international. Ainsi, à titre d'exemple, le Pacte international relatif aux droits civils et politiques (PIDCP) en son article 19 ainsi que la Convention Européenne des droits de l'Homme en son article 10, qui ont tous deux consacré la liberté d'expression comme un droit fondamental de l'être humain.

Cette reconnaissance internationale de la liberté d'expression signifie ainsi l'obligation pour les États de faire en sorte que tout être humain puisse transmettre et recevoir des informations sans être inquiété.

Les deux dimensions inhérentes au principe de liberté d'expression se retrouvent dans l'activité des émetteurs et des récepteurs finaux des contenus informationnels. Le droit de rechercher, de collecter, de traiter, de diffuser des informations ou de recevoir des contenus pluriels et diversifiés constituent autant d'éléments du principe de liberté de communication. La reconnaissance de ces principes internationaux se matérialise par leur inscription dans les dispositifs constitutionnels nationaux. L'audiovisuel étant postérieur aux principes contenus dans la plupart de ces textes internationaux et constitutionnels, ces derniers ont cependant servi à établir les missions les plus élémentaires de la radio et de la télévision.

Lorsqu'on s'intéresse à l'application de ces principes, il est nécessaire d'emblée de rappeler qu'en rapport avec le service public, il existe deux grandes traditions qui caractérisent l'interprétation et l'application de ces principes.

D'une part, nous avons le système du « common law » où, en dehors du caractère parfois oral des normes ou du caractère fortement exécutoire des décisions judiciaires, **la liberté contractuelle étendue, un interventionnisme réduit de l'État dans certains secteurs et la règle de « tout ce qui n'est pas interdit par la loi est autorisé »** prévalent. Ces trois derniers paramètres impactent la manière de concevoir et de garantir le service public dans ces pays, qui peut être partiellement ou exclusivement confié à des tiers privés. Ce système est présent

aux États-Unis, dans les pays à tradition anglophone et d'autres pays précédemment colonisés ou y ayant souscrit volontairement.

D'autre part, nous avons un système dit du « code civil » où l'État est très présent. Dans ce système, des secteurs comme la protection sociale et sanitaire, le cadre éducatif et culturel et l'économie sont dans la plupart des cas très encadrés par l'État. Le service public fonctionne selon les principes de continuité, d'égalité, adaptabilité du service et d'omniprésence de l'État. Ce système est très présent dans les pays francophones.

Les médias audiovisuels de service public remplissent leurs mandats de manière différente selon qu'ils opèrent dans l'une ou autre sphère : dans la tradition francophone, ils auront l'obligation de faire primer l'intérêt général dans leur activité d'information, alors que dans le système du « common law » des formes de partenariat public-privé peuvent confier ces missions à des privés.

La liberté de communication audiovisuelle peut donc, dans son application, prendre plusieurs formes.

Par ailleurs, les médias audiovisuels de service public ont très souvent été confondus à des médias gouvernementaux. Au lendemain des indépendances en Afrique subsaharienne francophone, les médias existants étaient inféodés au pouvoir politique. « *De 1960 à la fin des années 1980, la plupart des régimes, civils comme militaires, libéraux comme marxistes, ont adopté le même modèle de médias publics étroitement contrôlés par le gouvernement, par le biais du ministère en charge de l'Information.* »<sup>2</sup>. C'est à partir des années 1990 et à la faveur d'un vent de démocratisation que plusieurs médias sont devenus des médias de service public consacrés par des lois sur l'audiovisuel.

## **b) Définition de l'UNESCO des médias de service public et des médias de proximité**

---

<sup>2</sup> Tozzo, Émile A. « La réforme des médias publics en Afrique de l'Ouest. Servir le gouvernement ou le citoyen ? », *Politique africaine*, vol. 97, no. 1, 2005, pp. 99-115.

L'UNESCO est l'organisme international compétent en matière de questions culturelles et de liberté de la presse. En ce sens, il a mené plusieurs études sur différentes thématiques liées aux médias de service public et aux médias de proximité.

L'UNESCO s'est saisie de la question du service public médiatique qu'elle considère comme l'un des piliers importants pour l'effectivité de la diversité culturelle. Elle définit la radiotélévision de service public comme n'étant « *ni commerciale ni étatique, libre de toute ingérence politique et de toute pression de la part de forces commerciales.* » Quatre facteurs sont identifiés comme pouvant concourir à l'effectivité du service public des médias :

- L'universalité : fait référence à l'accessibilité sur tout le périmètre national sans distinction de localisation, de catégorie socio-professionnelle, de confession ou tout autre élément. Le service public médiatique s'adresse au citoyen et doit être accessible partout où il est présent.
- La diversité : se matérialise par l'effectivité d'un triptyque que forment la diversité programmatique, la diversité des sujets traités et aussi la diversité des cibles visées. Une gamme d'émissions diversifiées, des thématiques traitées plurielles mais aussi la prise en compte des composantes d'une nation, notamment des minorités, sont gages de diversité du service public.
- L'indépendance : est une des caractéristiques principales de l'audiovisuel public dans une société démocratique. Elle est symbolisée par sa liberté face aux pressions commerciales du monde économique ou aux ingérences du pouvoir politique. Le service public se tient à équidistance des forces politiques ou économiques dans une société.
- La spécificité : cette modalité renvoie à l'idée de locomotive et de référence du service public de l'audiovisuel. La liberté, la neutralité et l'exigence de diversité rendent ses services innovants et particuliers car ne répondant pas forcément à des impératifs de performances commerciales mais d'intérêt général. L'information, l'éducation et le divertissement sont les finalités ultimes du service public médiatique.

Une très large proportion des médias dans le monde - particulièrement la radio et la télévision – sont sous la tutelle de gouvernements ou à d'États. Le terme « *médias publics* » est souvent utilisé pour faire référence à ces formes de propriété des médias. Il existe toutefois d'importantes distinctions entre celles-ci.

**La radiotélévision de service public** utilise des fonds publics pour diffuser des émissions dans l'intérêt de l'ensemble du public. Elle est souvent établie par la loi, mais elle est impartiale et ne soutient aucun parti en particulier, y compris le parti au pouvoir. Elle est régulièrement organisée en entité juridique de droit public, disposant dans la plupart des cas d'une autonomie administrative et financière selon les dispositions de la loi. La radiotélévision de service public est à but non lucratif.

**Les médias d'État et gouvernementaux** représentent et agissent quant à eux pour l'État (et financés avec l'argent public) et sont sous le contrôle direct de l'État ou du gouvernement. Ils peuvent assumer une fonction de service public ou être un instrument de propagande de l'État ou du gouvernement. Généralement, les médias d'État et gouvernementaux sont également à but non lucratif.

Les médias de service public peuvent être financés au moyen de l'une ou de l'ensemble des sources suivantes:

- une redevance payée par les auditeurs et téléspectateurs ;
- le budget du gouvernement ;
- une redevance de programmation versée par les stations partenaires ;
- des souscriptions et subventions publiques ;
- la publicité commerciale et le parrainage.

Ces différentes sources de revenus peuvent avoir une incidence sur l'indépendance quotidienne du diffuseur. Les recettes liées à la redevance, à la publicité et autres recettes qui ne transitent pas par le budget de l'État peuvent permettre au diffuseur de conserver une certaine distance avec le gouvernement (bien que de nombreux diffuseurs soient toujours tributaires des mécanismes gouvernementaux pour collecter des redevances).

## 2) CONCEPTIONS REGIONALES DES MEDIAS DE SERVICE PUBLIC ET DES MEDIAS DE PROXIMITE

### a) Approches régionales des médias de service public

#### a.1 Conception euro-méditerranéenne des médias de service public :

Au niveau européen et méditerranéen, les médias de service public ont depuis plusieurs décennies faites l'objet de textes et de rencontres qui ont tenté d'en tracer des contours.

Il est important de distinguer d'emblée le Conseil de l'Europe de l'Union Européenne qui dispose aussi de son Conseil. Le Conseil de l'Europe est une organisation internationale à part entière travaillant sur les questions de droits de l'Homme et de coopération culturelle et judiciaire. Il compte 47 États membres<sup>3</sup> dont par exemple des pays comme la Suisse ou la Turquie qui, par ailleurs, ne sont pas membres de l'Union Européenne. L'Union Européenne, elle, compte 28 États membres<sup>4</sup> et travaille aussi sur des questions politiques et économiques. L'Union Européenne dispose d'un Conseil européen<sup>5</sup>, à distinguer du Conseil de l'Europe et regroupant les dirigeants des 28 États membres.

Au niveau du Conseil de l'Europe, déjà la Résolution n° 1 sur l'avenir du service public de radiodiffusion, adoptée lors de la 4e Conférence ministérielle européenne sur la politique des communications de masse (Prague, décembre 1994) avait précédé, en 1996, une recommandation<sup>6</sup> sur l'indépendance du service public de la radiodiffusion, concrétisée par une déclaration sur le même sujet en 2006<sup>7</sup>. En 2007, les recommandations sur la mission des médias de service public dans la société de l'information<sup>8</sup> et sur le pluralisme des médias et la diversité du contenu des médias<sup>9</sup> rendaient compte de la préoccupation constante du Conseil

<sup>3</sup> <https://www.coe.int/fr/web/portal/47-members-states>

<sup>4</sup> Situation au 31 octobre 2019

<sup>5</sup> [https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-council\\_fr](https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-council_fr)

<sup>6</sup> [Recommandation N° R \(96\) 10 du Comité des Ministres aux Etats membres sur la garantie de l'indépendance du service public de radiodiffusion, 11 septembre 1996.](#)

<sup>7</sup> [Déclaration du Comité des Ministres sur la garantie de l'indépendance du service public de radiodiffusion dans les Etats membres \(adoptée par le Comité des Ministres le 27 septembre 2006, lors de la 974e réunion des délégués des ministres](#)

<sup>8</sup> [Recommandation CM/Rec\(2007\)3 du Comité des Ministres aux Etats membres sur la mission des médias de service public dans la société de l'information](#)

<sup>9</sup> [Recommandation CM/Rec\(2007\)2 du Comité des Ministres aux Etats membres sur le pluralisme des médias et la diversité du contenu des médias](#)

de l'Europe pour les médias et spécifiquement pour le service public. Ceci sera ponctué par la recommandation de l'assemblée parlementaire en 2009 sur le financement de la radiodiffusion du service public<sup>10</sup>.

En 2012, une recommandation sur la gouvernance des médias de service public<sup>11</sup>, « *appelle les États membres à s'assurer que les dispositifs de gouvernance externes des MSP garantissent leur indépendance et leur développement pérenne. Elle fixe également les critères que doit remplir un système de gouvernance interne approprié et efficace. Ces critères découlent des principes d'indépendance, d'obligation de rendre des comptes, de gestion efficace, de transparence et ouverture, et de réactivité et responsabilité.* »<sup>12</sup> (Conseil de l'Europe).

Le Conseil de l'Europe démontre à quel point au niveau européen les médias de service public sont conçus comme des instruments incontournables pour la réalisation de la liberté d'expression énoncée à l'article 10 de la CEDH.

En 2004, la Commission indépendante sur la télévision du Conseil de l'Europe a défini les points essentiels de la mission d'une chaîne de service public: un large éventail de programmes satisfaisants, un haut niveau de qualité technique, des contenus destinés aux minorités, une prise en compte des intérêts et spécificités communautaires et régionales, l'affirmation de l'identité nationale, un nombre important de productions originales et une volonté de prendre des risques au niveau de la création, l'indépendance et l'impartialité, la couverture universelle, la limitation des créneaux publicitaires et le caractère abordable voire gratuit des coûts pour le consommateur.<sup>13</sup>

En tant que médias de service public, les membres de l'Union Européenne de Radiodiffusion (UER) partagent les mêmes valeurs fondamentales :

---

<sup>10</sup> [Recommandation 1878 \(2009\) sur le financement de la radiodiffusion du service public](#), Texte adopté par l'assemblée le 25 juin 2009 (25e séance).

<sup>11</sup> [Recommandation CM/Rec\(2012\)1 du Comité des Ministres aux États membres sur la gouvernance des médias de service public](#)

<sup>12</sup> Conseil de l'Europe, Dépliant « [Brève présentation des dernières lignes directrices et activités du Conseil de l'Europe pour promouvoir les médias de service public.](#) »

<sup>13</sup> La Radiotélévision de service public: Une sélection de bonnes pratiques, Responsables éditoriaux : Indrajit Banerjee et Kalinga Seneviratne, UNESCO, 2005, pp.17-18.

- Universalité ;
- Indépendance ;
- Excellence ;
- Diversité ;
- Obligation de rendre compte ;
- Innovation.<sup>14</sup>

Ces valeurs européennes du service public médiatique sont aussi défendues et réitérés par la Fédération européenne des journalistes qui appelait dès 2005<sup>15</sup> à bâtir le service public autour des valeurs tels que :

- L'accès de tous les usagers aux programmes ;
- Le pluralisme et la qualité ;
- La propriété relevant du domaine public et une gestion transparente ;
- Un financement qui garantisse la liberté vis-à-vis du contrôle commercial et politique ;
- L'équité et la justice sociale au travail.

Il semble clair selon toutes ces sources au niveau européen que les médias de service public obéissent à des obligations d'indépendance et de transparence, de diversité et d'universalité.

Au niveau des pays de la Méditerranée et du Liban, un atelier régional sur la radiotélévision de service public et la société civile dans la région arabe s'est tenu à Amman, en Jordanie, du 15 au 17 juillet 2003. Cet atelier, organisé par l'Arab States Broadcasting Union (ASBU) en collaboration avec la Fédération internationale des Journalistes, avait pour objectif principal le partage d'expériences et d'expertise afin de promouvoir le concept de radiotélévision de service public. Il a débouché sur la Déclaration d'Amman qui a permis de sensibiliser les pays présents sur l'importance des médias de service public pour la démocratie.

Lors de la 31<sup>e</sup> session de son Assemblée générale annuelle, qui s'est tenue à Tunis du 14 au 16 décembre 2011, l'ASBU a d'ailleurs consacré la deuxième journée de ses réunions au

<sup>14</sup> <https://www.ebu.ch/fr/about/public-service-media>

<sup>15</sup> <https://www.ifj.org/fr/salle-de-presse/nouvelles/detail/article/les-journalistes-europeens-souhaitent-un-manifeste-en-faveur-des-valeurs-de-service-public-dans-lau.html> ; Plus d'informations : <http://www.save-public-broadcasting.org>



débat sur le thème «Développer la radiodiffusion de service public dans la région arabe». Cette organisation a en outre organisé des sessions de formation sur les valeurs du service public pour les journalistes tunisiens, algériens et marocains en 2014. L'ASBU a aussi indiqué des mesures à prendre par les médias de service public pour servir les personnes handicapées.

En conclusion, la perception du service public dans le monde arabe reste la même par rapport aux pays européens et au reste du monde.

## **a.2 Les médias de service public dans le contexte africain**

Les informations ventilées dans le cadre de cette recherche montrent que les pays africains partagent la même approche des médias de service public. Cela s'explique par le fait que la plupart des pays africains subsahariens membres du REFRAM ont construit leurs médias d'après le modèle français de l'époque. Bien que ce modèle ait évolué en France depuis lors pour aboutir à un audiovisuel plus autonome, les pays africains soucieux de construire « *l'union nationale* »<sup>16</sup> et d'utiliser les médias dans leur quête de *développement*, en ont fait des outils d'information et d'éducation au service de la politique de l'État dans les années 1960. Après les indépendances, le statut de ces médias est le même partout, axé sur l'État. En clair, les médias de service public sont considérés comme créés pour l'État et au service de l'État. Il faut entendre par État ici celui qui représente l'État, à savoir le Chef de l'État et son Gouvernement. C'est pourquoi tous ces médias, bien qu'assumant une certaine fonction d'intérêt public, ne semblaient pas disposer de toute la liberté et/ou de l'indépendance qui caractérise les médias de service public. Durant les deux dernières décennies, la plupart des pays ont essayé de construire des véritables médias de service public. Ces projets se sont toutefois rapidement heurtés à la réalité sociologique et politique de ces États, rendant très vite inatteignables les objectifs initiaux. C'est la situation dans laquelle se trouve la majorité des médias publics dans les pays africains francophones. Les cadres juridiques ont certes été révisés pour leur garantir un statut d'indépendance, mais la traduction de ces actes législatifs dans les faits laisse à désirer. C'est l'enjeu des médias de service public dans ces pays de nos jours.

---

<sup>16</sup> Le « journalisme d'union nationale » et l'utilisation du « paradigme développementaliste » pour justifier la mission de serviteur de l'État des journalistes du service public de l'époque. Cf : Frère, Marie Soleil (2016), *Journalismes d'Afrique*, De Boeck Supérieur.

Le développement de nouveaux modèles de financement de ces médias est en cours dans certains pays pour garantir le statut de service public et éviter l'ingérence permanente des pouvoirs publics. Ainsi, la Redevance Audio Visuelle (RAV) a été créée pour financer l'audiovisuel public dans certains pays. Dans la pratique, il devient cependant difficile de disposer de ces fonds eu égard aux difficultés financières que rencontrent ces pays.

## **b) Approches comparatives des médias de proximité**

Plusieurs instruments internationaux et régionaux contiennent des déclarations relatives à la définition de la diffusion communautaire.

L'une des premières déclarations sur cette question figure dans la Charte africaine sur la radiotélédiffusion de 2001, adoptée lors de la Conférence de Windhoek parrainée par l'UNESCO pour célébrer la Journée mondiale de la liberté de la presse. Cette conférence qui se tenait dix ans après celle organisée dix ans plus tôt dans la même ville et qui avait donné naissance à la Déclaration de Windhoek<sup>17</sup> définit la diffusion communautaire comme suit : « *La radiotélédiffusion communautaire s'adresse à la communauté, est un produit de la communauté et porte sur la communauté ; sa propriété et sa gestion sont représentatives de la communauté qui suit un programme de développement social et est une entreprise à but non lucratif* »<sup>18</sup>.

Une définition plus détaillée, quoique toujours de nature très ouverte, figure dans la Déclaration du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe de 2009 sur le rôle des médias associatifs dans la promotion de la cohésion sociale et du dialogue interculturel. Elle est précisée dans le préambule : « *Notant que les médias associatifs, prenant la forme de radiodiffusion et/ou d'autres projets de médias électroniques, ainsi que de presse écrite, peuvent partager, dans une mesure plus ou moins importante, certaines des caractéristiques suivantes : indépendance des institutions gouvernementales, commerciales et religieuses et des partis politiques ; but non lucratif ; participation volontaire de membres de la société*

---

<sup>17</sup> <https://www.un.org/fr/events/pressfreedomday/declaration.shtml>

<sup>18</sup> Adoptée le 5 mai 2001, Principe III(2). Disponible sur : [http://portal.unesco.org/ci/en/files/5628/10343523830african\\_charter.pdf%2 charter.pdf](http://portal.unesco.org/ci/en/files/5628/10343523830african_charter.pdf%2 charter.pdf)

*civile à l'élaboration des programmes et à la gestion ; activités à des fins d'avancée sociale et dans l'intérêt des citoyens ; appartenance et compte rendu aux communautés locales et/ou aux communautés d'intérêt qu'ils servent ; attachement à des pratiques inclusives et interculturelles;...»<sup>19</sup>*

De la même manière, les recommandations des participants au Séminaire international organisé par l'UNESCO sur la viabilité des médias de proximité du 14 au 15 septembre 2015 à Paris, appellent les gouvernements et les instances de régulation à reconnaître la diffusion communautaire d'une manière qui la distingue clairement *«des diffuseurs commerciaux et du service public, [sur la base de] son caractère à but non lucratif, ses forts liens et ses aptitudes à fournir un service à la communauté»<sup>20</sup>*.

En 2008, l'Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires (AMARC, l'organisation non gouvernementale la plus importante au niveau mondial en matière de médias communautaires) a adopté ses Principes pour une législation démocratique portant sur la radiodiffusion communautaire (Principes de l'AMARC). Ces principes fournissent une définition assez précise de la diffusion communautaire.

Pour cette organisation, *«...Les radios et télévisions communautaires sont des acteurs privés qui ont une finalité sociale et se caractérisent en étant gérées par des organisations sociales sans but lucratif. Leur caractéristique fondamentale est la participation de la communauté aussi bien dans la propriété du média que dans la programmation, administration, maintenance, financement, et évaluation. Il s'agit de médias indépendants et non gouvernementaux, qui ne font pas de prosélytisme religieux, et qui n'appartiennent pas ou ne sont pas contrôlés ou liés à des partis politiques ou des entreprises commerciales »*

*« Les médias communautaires ont pour raison d'être de satisfaire les besoins de communication et permettre l'exercice du droit à l'information et à la liberté d'expression des membres de leurs communautés territoriales, ethnolinguistiques et d'intérêt. Leurs finalités sont reliées directement à ceux de la communauté qu'ils servent et représentent. Entre autres,*

---

<sup>19</sup> [https://search.coe.int/cm/Pages/result\\_details.aspx?ObjectId=09000016805d1be5](https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805d1be5)

<sup>20</sup> [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/community\\_media\\_sustainability\\_recommendations\\_fr.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/news/community_media_sustainability_recommendations_fr.pdf)

*la promotion du développement social, des droits humains, de la diversité culturelle et linguistique, du pluralisme de l'information et des opinions, des valeurs démocratiques, la satisfaction des besoins de communication sociale, la coexistence pacifique et le renforcement des identités culturelles et sociales. Ce sont des médias pluralistes et pour cela ils doivent faciliter et promouvoir l'accès, le dialogue et la participation diversifiée des mouvements sociaux, races, ethnies, genres, orientations sexuelles et religieuses, générations, ou de quelque autre type que ce soit dans leurs radios.»<sup>21</sup>*

### **3) RAPPEL DES DEFINITIONS RETENUES DANS LE CADRE DE PROJET DE RECHERCHE DU REFRAM**

Le REFRAM, dans le souci de faciliter les discussions entre les régulateurs, a contextualisé et circonscrit les définitions des deux types de médias dans cette recherche pour une meilleure appropriation.

#### **a) Médias de service public**

*« Le concept du "public service" anglais traduit l'idée d'un service pour la société, la notion française de "service public" met en avant la desserte de base par l'État. Aujourd'hui, les deux termes sont souvent utilisés en tant que synonymes. Le service public dans le domaine des médias comprend en règle générale un service de base avec des offres de médias, défini selon des critères politiques et assuré par des mandats de prestations. Ces offres de médias de service public doivent être accessibles à toutes les catégories de la population et dans toutes les régions du pays concerné à des prix abordables, en bonne qualité et selon les mêmes principes. »*

#### **b) Médias de proximité**

*« Sous l'appellation de médias de proximité, sont entendues les radios et télévisions locales et communautaires. Même si ces deux types de médias présentent des caractéristiques distinctes,*

<sup>21</sup> <https://fr.unesco.org/viabilité-médias-communautaires/notes-dorientation/définition>

*les questions liées à la régulation de ces médias sont très souvent similaires. Les médias locaux commerciaux sont des acteurs privés qui offrent des programmes commerciaux destinés à une portion du territoire national. Ces programmes permettent en règle générale de renforcer le lien social. Les radios et télévisions communautaires, quant à elles, sont des acteurs privés qui ont une finalité sociale et se caractérisent en étant gérées par des organisations sociales sans but lucratif. Leur caractéristique fondamentale est la participation de la communauté aussi bien dans la propriété du média, que dans la programmation. Il s'agit de médias indépendants et non gouvernementaux, qui ne font pas de prosélytisme religieux, et qui n'appartiennent pas ou ne sont pas contrôlés ou liés à des partis politiques ou des entreprises commerciales<sup>22</sup>.»*

---

<sup>22</sup> Source: [http://amarc.org/documents/Principes\\_RC\\_5\\_mai\\_2008.pdf](http://amarc.org/documents/Principes_RC_5_mai_2008.pdf)

Cette deuxième partie mettra en lumière l'essentiel des résultats de la collecte de données auprès des régulateurs des médias qui ont participé à l'opération. L'objectif de cette présentation des résultats est de dresser un panorama, un tableau synoptique des pratiques de régulations dans les zones francophones étudiées.

10 pays de l'Europe et de la Méditerranée francophone et 8 autres de l'Afrique subsaharienne francophone ont répondu au questionnaire sur le contrôle des médias de service public et des médias de proximité.

Le chapitre qui suit s'attèle dans sa première section à présenter les résultats sur le **(1) contrôle des médias de service public** et dans sa deuxième section à rendre compte de la **(2) surveillance des médias de proximité**.

#### 4) CONTROLE DES OBLIGATIONS DES MEDIAS DE SERVICE PUBLIC

Dans cette première section, il sera question de présenter **(a) le cadre juridique et les obligations des médias de service public**. Il s'agira ensuite de montrer comment s'effectue **(b) le contrôle des médias de service public** effectué par le régulateur et de voir **(c) les relations qu'entretiennent les régulateurs et les médias de service public**.

##### a) Cadre juridique et obligations des médias de service public

Il ressort de ce qui précède que les médias de service public sont reconnus et consacrés par des normes, lois et règlements divers selon les pays, même si les principes d'*Universalité*, d'*Indépendance*, d'*Excellence* et de *Diversité* sont très présents dans les textes qui encadrent le service public médiatique dans les pays étudiés.

D'abord, il serait utile de rappeler que les Constitutions consacrent déjà dans la plupart des pays le principe de liberté d'expression et de service public. La Constitution fédérale de la **Confédération Suisse** par exemple établit explicitement aux alinéas 2 et 3 de l'article 93 que : « *La radio et la télévision contribuent à la formation et au développement culturel, à la libre formation de l'opinion et au divertissement. Elles prennent en considération les*

*particularités du pays et les besoins des cantons. Elles présentent les événements de manière fidèle et reflètent équitablement la diversité des opinions.*

*L'indépendance de la radio et de la télévision ainsi que l'autonomie dans la conception des programmes sont garanties. »<sup>23</sup>.*

Ces dispositions constitutionnelles établissent clairement le rôle que la radio et la télévision doivent jouer. Toutes les constitutions ne sont pas aussi explicites mais les lois permettent de circonscrire les statuts, missions, et mode de fonctionnement des médias de service public.

En **Albanie**, ce sont les articles 90, 117 et 118 de la loi no. 97/2013 pour les médias audiovisuels en République d'Albanie qui fixent la mission de la Radiotélévision albanaise (RTSH). D'après ces dispositions, la tâche de la RTSH est d'informer, d'éduquer et de divertir le public et d'être au service de la nation et de tous les segments de la société, y compris les minorités nationales. La RTSH est une entité juridique publique, à but non lucratif, qui fournit des services de radiodiffusion publique dans le domaine des services audio et audiovisuels en République d'Albanie. L'article 117 énonce qu'un contrat de service public de radiodiffusion fixe des objectifs à la RTSH. Ce contrat est renouvelable tous les 5 ans. Lorsque le contrat de service public est établi, l'AMA publie une décision qui acte sa validation. C'est l'exemple de la décision n° 18 du 02.03.2017<sup>24</sup> approuvant le contrat de service public de radiodiffusion et de la décision n° 82 du 29.05.2017<sup>25</sup> approuvant la saisie du contrat de service de radiodiffusion.

Le mandat de service public de la RTSH stipule que le service de radiodiffusion doit être gratuit et accessible à tous les citoyens albanais résidant aussi bien sur le territoire qu'en dehors du territoire de la République d'Albanie, dans la mesure du possible.

La **Belgique** présente un environnement où la Radio Télévision Belge Francophone (RTBF) chapeaute les télévisions et radios de service public. La RTBF est une entreprise publique autonome à caractère culturel et est régie par le Décret sur les services des médias

---

<sup>23</sup> Constitution fédérale de la confédération suisse du 18 avril 1999 (état le 23 septembre 2018) <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19995395/index.html>

<sup>24</sup> <http://ama.gov.al/wp-content/uploads/2016/09/Njoftim-per-media-2-mars-2017-eng.pdf>

<sup>25</sup> <http://ama.gov.al/wp-content/uploads/2016/09/Njoftim-per-media-29-maj-2017-eng.pdf>

audiovisuels<sup>26</sup>. En dehors du Décret qui définit le cadre réglementaire pour le service public audiovisuel, notamment en termes de publicité et de protection des mineurs, un Contrat de gestion fixe ses missions en termes d'information, de développement culturel, de création audiovisuelle, d'éducation permanente, de divertissement et d'accessibilité. Il est conclu pour une durée de 5 ans avec le gouvernement de la **Fédération Wallonie Bruxelles**.

On peut ainsi lire dans les missions de la RTBF qu'elles : « *se définissent autour de deux axes : les besoins et attentes des citoyens belges francophones et sa volonté d'informer, de divertir et d'éduquer.* »<sup>27</sup>

Pour ce qui concerne la **France**, c'est la loi du 30 septembre 1986<sup>28</sup> qui décrit dans son article 43-11 les « missions de service public ». L'article 44 de ladite loi définit les grandes obligations générales de chaque société nationale de programmes. En outre, des contrats d'objectifs et de moyens (COM) sont conclus entre l'État et chacune des sociétés audiovisuelles publiques (article 53 loi 1986). Ces obligations sont fixées dans un cahier des charges via un Décret.

Selon les termes de l'article 43-11 de la loi du 30 septembre 1986, , la mission de service public a pour objet une *offre diversifiée de programmes, la favorisation du débat démocratique, des actions en faveur de la cohésion sociale, la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, une meilleure représentation de la diversité de la société française, notamment d'outre-mer, une mission d'information sur la santé et la sexualité mais aussi l'honnêteté, l'indépendance et le pluralisme de l'information.*

Au **Liban**, la télévision publique a connu une naissance tardive. D'ailleurs l'audiovisuel public est né de la fusion de deux services privés voulue par le Gouvernement de l'époque en 1977 et qui a conduit à la création de la société Télé Liban. Cependant, la première loi encadrant l'audiovisuel et instituant en même temps le CNA dans ce pays est bien postérieure à ces faits : La loi n°382 est en effet datée du 10 novembre 1994. Mais le CNA « *ne prévoit*

---

<sup>26</sup> Décret coordonné sur les services de médias audiovisuels (version consolidée par le CSA au 21 août 2018)

Date de référence : 21 août 2018 <http://www.csa.be/documents/2882>

<sup>27</sup> [https://www.rtb.be/entreprise/a-propos/nos-missions/detail\\_les-missions-de-la-rtbf?id=9302311](https://www.rtb.be/entreprise/a-propos/nos-missions/detail_les-missions-de-la-rtbf?id=9302311)

<sup>28</sup> Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard), version consolidée au 20 Juin 2019



*pas en parallèle une loi pour définir la mission et les objectifs de Télé Liban, ni le mécanisme nécessaire à son financement, ni l'organisation de la production de programmes nationaux* (Dabbous-Sensenig, 2012, p.197). »<sup>29</sup>

Au **Luxembourg**, l'établissement de radiodiffusion socioculturelle est l'opérateur de la radio 100,7, la radio ayant une vocation de service public au Luxembourg. Il est créé par l'article 14, alinéa (2) de la loi du 27 juillet 1991<sup>30</sup>. Selon cette disposition, « *Un règlement grand-ducal, à prendre sur avis du Conseil d'État et de l'assentiment de la Commission de travail de la Chambre des députés, en fixe les modalités de structure et de fonctionnement.* ». Le Règlement grand-ducal du 19 juin 1992<sup>31</sup> fixe les modalités de structure et de fonctionnement de l'établissement public.

La radio 100,7 doit refléter les réalités multiples d'une société en évolution constante en proposant des programmes d'information, des programmes culturels et musicaux, éducatifs et de divertissement. Radio 100,7 accorde un large accès à l'antenne aux associations socioculturelles du pays<sup>32</sup>. *RTL Télé Lëtzebuerg* et *RTL Radio Lëtzebuerg*, qui sont des diffuseurs nationaux privés, ont également pris divers engagements de service public.

Au **Maroc**, les deux sociétés nationales de l'audiovisuel public sont constituées sous forme de sociétés anonymes à capital étatique. Leur but est d'assurer l'exécution de la politique de l'État dans le domaine de la télévision, de la radio, de la télédiffusion, de la production et de la publicité. C'est la loi n°77.03 relative à la communication audiovisuelle, modifiée et complétée à son article 46<sup>33</sup>, qui définit les missions et obligations de ces médias de service public. Elle est complétée par les cahiers des charges<sup>34</sup> établis pour les opérateurs.

---

<sup>29</sup> Jrejjiry Roy, « L'impact sociopolitique et communicationnel sur Télé Liban : l'agonie du service public audiovisuel », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2013/2 (n° 14/2), p. 83-94. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2013-2-page-83.htm>

<sup>30</sup> <http://legilux.public.lu/eli/etat/leg/loi/1991/07/27/n1/jo>

<sup>31</sup> <http://legilux.public.lu/eli/etat/leg/rgd/1992/06/19/n1/jo>

<sup>32</sup> [https://te.public.lu/fr/participations/etablissements\\_publics/radio\\_1007.html](https://te.public.lu/fr/participations/etablissements_publics/radio_1007.html)

<sup>33</sup> <http://www.haca.ma/fr/dahir-n°1-04-257-du-7-janvier-2005-portant-promulgation-de-la-loi-n°-77-03-relative-à-la>

<sup>34</sup> Exemple du Cahier des charges de la SOREAD 2M,

[http://www.haca.ma/sites/default/files/upload/documents/Cahier%20de%20Charges%20M%20VF\\_0.pdf](http://www.haca.ma/sites/default/files/upload/documents/Cahier%20de%20Charges%20M%20VF_0.pdf)

L'article 46 de la loi relative à la communication audiovisuelle énonce des obligations dans les domaines de l'information, de la culture, de l'éducation, de la formation et du divertissement. Les sociétés nationales de l'audiovisuel public doivent contribuer à la consolidation des éléments constitutifs de l'identité nationale et au renforcement de la cohésion sociale et familiale. Leurs programmes doivent être empreints du pluralisme culturel et linguistique de la société marocaine. Ils doivent respecter les principes de démocratie et d'égalité, notamment entre les hommes et les femmes, faciliter la participation des jeunes et être les vecteurs de la citoyenneté, de l'ouverture et de la tolérance.

En **République de Moldavie**, le fournisseur public de services de médias à l'échelle nationale et le fournisseur public de services de médias au niveau régional sont tous deux régis par le Code des services de médias audiovisuels de la République de Moldavie qui est entré en vigueur le 08.11.2018<sup>35</sup> remplaçant le précédent Code de l'audiovisuel de 2006. Ce code fixe par ailleurs « le cadre nécessaire à la transposition de la Directive Services de médias audiovisuels de l'Union européenne (Directive SMAV). »<sup>36</sup>

Les missions des fournisseurs de service public contenues dans l'article 31 du Code des services de médias audiovisuels<sup>37</sup> ont pour objectif d'assurer un accès universel des citoyens à une variété de services audiovisuels, de promouvoir la cohésion sociale aux niveaux local, régional, national et international, de promouvoir le pluralisme, une information correcte et des débats publics pluralistes, de promouvoir la diversité culturelle, l'indépendance des fournisseurs de service public et d'exiger de ces derniers qu'ils assument leurs responsabilités vis-à-vis du public.

En **Roumanie**, les deux opérateurs de service public sont régis par la loi n° 41/1994 du 17 juin 1994<sup>38</sup> sur l'organisation et le fonctionnement de la Société de Radiodiffusion Roumaine et la Société de Télévision Roumaine. Le Parlement roumain a en outre voté la loi sur

---

<sup>35</sup> Code de la République de Moldavie relatif aux services de médias audiovisuels, n° 174 du 8 novembre 2018. Publié officiellement le 12 décembre 2018 au Monitorul Oficial n° 462-466.

<sup>36</sup> Andrei Richter, Moldavie Nouveau Code relatif aux services de médias audiovisuels, Université d'Europe centrale, in IRIS 2019-3:1/24, <https://merlin.obs.coe.int/iris/2019/3/article24.fr.html>

<sup>37</sup> <http://lex.justice.md/viewdoc.php?action=view&view=doc&id=378387&lang=1>

<sup>38</sup> LEGE Nr. 41 din 17 iunie 1994 (Republicată) [http://www.cna.ro/LEGE-Nr-41-din-17-iunie-1994.2196.html?var\\_recherche=n.%2041%2F1994%20](http://www.cna.ro/LEGE-Nr-41-din-17-iunie-1994.2196.html?var_recherche=n.%2041%2F1994%20)

l'audiovisuel n° 504/2002<sup>39</sup>. La CNA à quant à elle adopté en 2006 le code de réglementation du contenu audiovisuel<sup>40</sup>. La loi n° 504/2002 définit le cadre général des activités des radiodiffuseurs tandis que le code réglementation prévoit les obligations en termes de contenus.

La loi de 1994 énonce que ces opérateurs ont l'obligation d'assurer, à travers toutes leurs activités, le pluralisme, la libre expression des idées et des opinions, la libre communication des informations, ainsi que la formation correcte de l'opinion publique.

En **Suisse**, en sus de l'alinéa 2 de l'Article 93 de la Constitution fédérale de la Confédération du 18 avril 1999, qui définit les missions de service public du système de la radio et de la télévision dans son ensemble, la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision (LRTV) confie dans son article 24 un mandat de prestations au niveau national et des régions linguistiques à la Société suisse de radiodiffusion et télévision (SSR). La SSR est une association au sens de l'article 60 du Code civil suisse.

L'article 24 dispose que la SSR contribue à la libre formation de l'opinion, au développement de la culture et au renforcement des valeurs culturelles du pays, à la formation du public, notamment grâce à la diffusion régulière d'émissions éducatives, et au divertissement. Les détails de la mission de service public de la SSR, l'étendue de son offre de programmes, son organisation et son financement sont réglés dans une concession octroyée et renouvelée régulièrement par le gouvernement suisse (Conseil fédéral) à la SSR<sup>41</sup>.

Notons au passage que selon le droit des médias suisse, le mandat de service public ne se limite pas à la SSR. Ainsi, la Confédération effectue régulièrement (en principe tous les dix ans) des mises au concours publiques pour des concessions de radio et de télévision locale et régionale. Ces concessions, octroyées à des entreprises privées, sont assorties de mandats de service public (information locale, contribution à la vie culturelle de la zone de desserte ; art. 38-50 LRTV). En contrepartie, les titulaires de ces concessions bénéficient d'accès privilégiés

---

<sup>39</sup>[http://www.cna.ro/IMG/pdf/LEGEA\\_AUDIOVIZUALULUI\\_nr\\_504\\_din\\_2002\\_CU\\_MODIFICARILE\\_LA\\_ZI\\_IUNIE\\_2019.pdf](http://www.cna.ro/IMG/pdf/LEGEA_AUDIOVIZUALULUI_nr_504_din_2002_CU_MODIFICARILE_LA_ZI_IUNIE_2019.pdf)

<sup>40</sup><http://www.cna.ro/DECIZIE-Nr-220-din-24-februarie.html>

<sup>41</sup> Cf. la concession SSR du 29 août 2018 publiée dans la Feuille Fédérale 2018, p. 5589ss, <https://www.admin.ch/opc/fr/federal-gazette/2018/5589.pdf>

aux infrastructures de diffusion et – en partie – d’un soutien financier public (quote-part de la redevance de réception).

En **Tunisie**, c’est la loi n° 90-49 de mai 1990 qui a modifié le statut juridique de la Radiotélévision Tunisienne qui dépendait administrativement et financièrement du Ministère de l’Information. La loi de 1990 en a fait un établissement public doté d’une certaine autonomie administrative et financière, dénommé « Etablissement de Radiodiffusion Télévision Tunisienne » (ERTT). En Tunisie, un projet de loi organique relatif à l’instance de la communication audiovisuelle est en gestation et la HAICA a introduit le principe d’un Contrat Objectifs et Moyens (COM) qui sera signé par le Chef du Gouvernement et le PDG de la Télévision publique.

Les missions de l’ERTT sont les suivantes : Assurer le service public audiovisuel ; enrichir le contenu de la communication audiovisuelle à travers le suivi et la fourniture de l’information au niveau national et régional ; faciliter l’accès du public à l’information ; produire et commercialiser les productions audiovisuelles.

Pour ce qui est des **pays d’Afrique francophone** membres du REFRAM, le cadre juridique de la régulation des médias varie en fonction des systèmes politiques et selon le positionnement institutionnel de chaque instance.

Au **Burkina Faso**, tous les médias, même de statut privé, utilisant les ressources hertziennes ou des moyens de communication de masse (presse écrite), sont concessionnaires d’une mission de service ou d’utilité public. Par conséquent, les organes de presse étatiques ne sont pas les seuls à exécuter le service public de l’information.

La loi 059-2015/CNT du 4 septembre 2015 portant régime juridique de la radiodiffusion sonore et télévisuelle au Burkina Faso prévoit que les stations peuvent être constituées sous la forme d’organes publics ou privés. La loi prévoit que l’État peut créer des entreprises de presse publiques avec un statut d’établissement public de l’État<sup>42</sup>.

---

<sup>42</sup> Article 30 :

[http://www.csc.bf/fichiers\\_site/a4294bur/contenu\\_pages/Loiportantregimejuridiquedelaradiodiffusion.pdf](http://www.csc.bf/fichiers_site/a4294bur/contenu_pages/Loiportantregimejuridiquedelaradiodiffusion.pdf)

Actuellement, tous les médias publics (la Radiodiffusion Télévision du Burkina et le journal Sidwaya) sont sous le statut juridique d'établissement public.

Au titre des missions assignées à tous les médias du Burkina, et comme c'est le cas dans tous les pays, on en dénombre trois principalement : informer, divertir et sensibiliser les auditeurs et téléspectateurs.

Au **Cameroun**, tous les médias de service public sont soumis au contrôle du Conseil National de la Communication. Les médias de service public (radios et télévisions) assurent les missions traditionnelles de communication sociale dans un cadre réglementaire bien défini par les lois et les décrets avec pour vocation la couverture de l'ensemble du territoire national.

En **Guinée**, les médias de service public appartiennent à l'État et sont régis par des textes réglementaires (décrets et arrêtés).

Au **Niger**, les médias d'État sont des services publics dont l'accès est garanti, de manière équitable et effective, à tous dans les conditions définies par la loi. Ils ont l'obligation de favoriser le débat démocratique et de promouvoir les droits humains fondamentaux, les langues et les produits sportifs et culturels nationaux, l'unité nationale, la tolérance et la solidarité, la paix et la sécurité entre les différentes communautés, ainsi que la lutte contre les formes de discrimination.

Le statut des médias d'État est établi par une loi qui garantit l'objectivité, l'impartialité et le pluralisme d'opinions dans le traitement et la diffusion de l'information.

Les médias privés sont considérés comme des médias d'utilité publique. A ce titre, ils sont soumis aux mêmes obligations que les médias d'État.

En **République Centrafricaine**, les médias publics ont pour objectif public et institutionnel d'accompagner les autorités politico-militaires dans la mise en œuvre des grands axes prioritaires des actions du Gouvernement. Les missions qui leur sont dévolues sont contenues dans l'arrêté portant organisation et fonctionnement du ministère de la Communication et des Médias, y compris l'ordonnance n°05.002 du 22 février 2005 relative à la liberté de la communication en Centrafrique.

Au **Sénégal**, tous les médias, publics et privés, sont investis d'une mission de service public. Cette mission est affirmée aussi bien dans la loi portant création du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) que dans les cahiers de charges applicables aux organes de communication audiovisuelle.

Au **Tchad**, le service des médias audiovisuels de service public est assuré par l'État. Les médias de service public ont pour mission de satisfaire les besoins d'information, de culture, d'éducation et de divertissement du public, et ce par le canal de sociétés nationales de l'audiovisuel public. Ils ont l'obligation, chacun selon ses spécificités, de concevoir et de programmer des émissions destinées à être diffusées sur l'ensemble du territoire national et éventuellement à l'échelle régionale et internationale. Il existe un cahier des charges qui définit les bases légales et réglementaires et la mission de service public.

Au **Togo**, la Constitution et la loi organique créant la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication mettent l'accent sur les missions des médias de service public : garantir un accès équitable à tous les courants de pensée.

#### **b) Contrôle des médias de service public par le régulateur**

Le contrôle exercé par les organes de régulation sur les médias de service public dans les pays d'Europe et de la Méditerranée prend des formes assez diversifiées.

En **Albanie**, l'AMA procède d'une part, tous les six mois, à un suivi et une évaluation du processus de construction de la programmation. Cette évaluation se fait par rapport aux conditions énoncées dans le contrat de service de radiodiffusion publique pour en évaluer la conformité en quantité (nombre de canaux ouverts) et en qualité (sur la base des engagements en matière de contenu diffusé par le transmetteur public).

Elle effectue d'autre part une surveillance et une évaluation du contenu publié par le radiodiffuseur public dans le cadre des examens thématiques portant sur la protection des enfants contre les contenus préjudiciables, la publicité et les communications commerciales, le discours de haine et la discrimination, la place accordée à l'albanais parlé et écrit, etc..

L'AMA adresse des notes au radiodiffuseur pour l'amélioration de son contenu. Elle n'a, à ce jour, jamais pris de mesure administrative contre l'opérateur public.

Au niveau de la **Belgique**, un contrôle annuel du respect des obligations est réalisé par l'entremise de la transmission d'un formulaire à l'éditeur. Ce formulaire complété donne lieu à un rapport annuel sur les aspects qualitatifs et quantitatifs des obligations. En outre, une analyse quantitative des grilles de programmes fournies par les éditeurs est effectuée afin de mesurer l'accomplissement de ses obligations en termes de quotas et de présence de certaines thématiques.

Des monitorings réguliers sur des obligations précises sont également faits, par exemple sur l'offre culturelle. En outre, les éditeurs livrent des rapports sur leur programmation, le respect des obligations et un tableau permettant de quantifier les obligations de diffusion et de production propre. Le CSA notifie des griefs aux éditeurs lors du non-respect des obligations définies et privilégie le dialogue avec l'éditeur de service public. Les recommandations sont globalement respectées.

En **France**, le CSA réalise un rapport annuel<sup>43</sup> sur l'exécution du cahier des charges des sociétés de service public et rend des avis<sup>44</sup> sur l'exécution des contrats d'objectifs et de moyens (publiés au journal officiel). Ces rapports se fondent entre autres sur les données quantitatives recueillies sur l'audience, les programmes, le développement économique des entreprises médias de service publics. Des indicateurs contenus dans ces documents sont définis pour ces évaluations.

Le Conseil dispose aussi d'une base de suivi des diffusions, commune aux éditeurs publics et privés, afin de vérifier le respect de certaines obligations de France Télévisions (quotas, signalisation, programmes jeunesse, culture etc.). Le CSA permet aussi au public d'effectuer des saisines directes afin de « signaler un problème de réception de la radio », « un

---

<sup>43</sup> <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Travaux-Autres-publications/Les-comptes-rendus-et-les-bilans-des-radios-publiques/Rapport-sur-l-execution-du-cahier-des-missions-et-des-charges-de-Radio-France-Annee-2017>

<sup>44</sup> <https://www.csa.fr/Arbitrer/Espace-juridique/Les-textes-reglementaires-du-CSA/Avis-du-CSA-au-gouvernement/Avis-n-2018-10-du-12-decembre-2018-relatif-au-rapport-d-execution-pour-l-annee-2017-du-contrat-d-objectifs-et-de-moyens-conclu-entre-l-Etat-et-Radio-France>

programme ou un message publicitaire problématique » ou « un problème de réception de la TNT via son site web ».

Les médias de service public appliquent les sanctions prononcées par le CSA. Ils se montrent attentifs aux recommandations émises par le Conseil.

Au niveau du **Liban**, le CNA exerce un contrôle en signant des contrats avec des sociétés privées qui enregistrent les programmes et lui permettent d'analyser le contenu. Le CNA peut aussi demander aux médias de lui envoyer les enregistrements. Le CNA peut saisir les médias à la demande spécifique du ministre de l'Information ou bien sur décision du Conseil même suivant les réactions des organisations de la société civile. Lorsque ces saisines sont faites, le CNA examine les contenus médiatiques en question.

Au **Luxembourg**, l'ALIA surveille systématiquement le contenu des programmes de la radio 100.7, de RTL Télé Lëtzebuerg et RTL Radio Lëtzebuerg. Si l'ALIA n'a pas de compétence à proprement parler pour contrôler le respect et le degré d'accomplissement des obligations de service public, elle peut soumettre à la radio 100.7 et à la RTL Lëtzebuerg (radio et télévision) des propositions relatives à un contenu équilibré correspondant aux objectifs socioculturels. En outre, des décisions sur plainte ou auto-saisine sont prises à l'encontre de la RTL Télé Lëtzebuerg et RTL Radio Lëtzebuerg lorsque des manquements sont notés.

La HACA du **Maroc** effectue un suivi de la réalisation des engagements relatifs à la mission du service public à travers des rapports quantitatifs annuels (trimestriels pour les relevés sur le pluralisme). Un logiciel est également utilisé dans le cadre du monitoring. Il est mis à disposition des opérateurs pour leur auto-évaluation. Des sanctions peuvent intervenir sur auto-saisine ou plaintes en cas d'infractions aux lois et règlements en vigueur<sup>45</sup>. Les sanctions peuvent aller de l'avertissement avec diffusion sur antenne du message portant la sanction à une sanction pécuniaire, ou à la suspension d'une émission pendant une durée déterminée.

---

<sup>45</sup> La loi n°11.15 portant réorganisation de la Haute Autorité de la communication audiovisuelle entrée en vigueur en 2016, a introduit la possibilité pour les particuliers de saisir le régulateur de plaintes en relation avec des violations par des opérateurs audiovisuels des lois et règlements en vigueur applicables au secteur. Afin d'opérationnaliser cette nouvelle attribution, le Conseil Supérieur de la communication audiovisuelle a établi une procédure relative aux modalités de dépôt des plaintes par les particuliers, dans sa Décision n°07.17 datée de mars 2017, consultable sur le site officiel de la Haute Autorité.



Au niveau de la **Moldavie**, le CCA exerce un contrôle systématique sur les médias audiovisuels. Il s'agit d'un monitoring des programmes avec plusieurs chapitres dédiés notamment à l'identification des Fake News, la propagande, la désinformation, mais aussi au genre. Il peut aussi être saisi sur notification d'une autorité publique ou à la suite d'une requête déposée par une personne physique ou morale. A la suite d'une saisine, le CCA vérifie les faits et les examine en séance publique, avec l'audition des personnes intéressées. Selon le CCA, l'activité des fournisseurs de services de médias publics est en général conforme aux dispositions légales. Néanmoins, la loi interdit toute ingérence d'une autorité publique sur les contenus.

En **Roumanie**, la surveillance s'exerce en fonction des plaintes déposées auprès du CNA. Le CNA analyse les rapports établis à la suite du dépôt de plaintes et traite les problèmes dénoncés lors d'audiences publiques. En outre, si des problèmes concernant les chaînes de télévision publiques sont signalés, les inspecteurs du CNA effectuent des visites de contrôle. Toutes les mesures prises par le Conseil sont applicables à la télévision publique et commerciale, mais le service public est déjà régi par des lois dont les dispositions sont assez strictes. Il est aussi à noter que l'article 6 de la loi sur l'audiovisuel interdit toute ingérence de quelque nature que ce soit dans la politique éditoriale des radiodiffuseurs.

Au niveau de la **Suisse**, l'OFCOM surveille l'accomplissement global des mandats de service public attribués aux diffuseurs de radio et de télévision. Ainsi, il veille à ce que les diffuseurs au bénéfice d'une concession implémentent un système d'assurance qualité interne et qu'ils fassent évaluer le fonctionnement de ce système tous les deux ans par un expert agréé par l'OFCOM. L'Office contrôle en outre le respect des concessions et des dispositions légales en matière de financement (publicité/parrainage). La surveillance sur les contenus journalistiques des programmes incombe en revanche à l'Autorité indépendante d'examen des plaintes en matière de radio-télévision (AIEP). L'OFCOM fait appel à des instituts de recherche indépendants et contractualise souvent des consultants externes qui analysent régulièrement l'offre et les programmes de la SSR et des autres stations de radio et de télévision privées assujetties à un mandat de service public local ou régional. Les résultats des recherches et analyses sont publiés par l'OFCOM et sont destinés à alimenter un débat public. Ajoutés aux rapports établis par les évaluateurs sur le fonctionnement des systèmes d'assurance qualité des

diffuseurs, les résultats des recherches sur les prestations de service public servent de point de départ pour les entretiens que l'OFCOM effectue régulièrement avec les diffuseurs.

En **Tunisie**, la HAICA dispose d'une unité de monitoring qui veille sur les programmes et contrôle les contenus des médias audiovisuels privés et publics. En outre, la HAICA a la mission de contrôler le respect des Contrats Objectifs et Moyens relatifs à l'audiovisuel public. La HAICA a déjà pris un certain nombre de mesures contre les médias de service public pour sanctionner des infractions commises. Les mesures peuvent être des décisions, avertissements et des rappels à l'ordre avec comme sanctions des interdictions de rediffusion, diffusions sous certaines conditions (au-delà de 22 heures ou signalétique sur l'âge) et amendes financières.

Au vu des résultats sur le contrôle exercé sur les médias de service public par les régulateurs, nous observons que plusieurs régulateurs exercent un contrôle annuel ou biennuel, selon des rapports fournis et des études. C'est le cas de l'OFCOM Suisse, des CSA belges et français et de l'AMA. En même temps, un contrôle systématique des programmes de l'audiovisuel public est effectué par tous les régulateurs.

En ce qui concerne les méthodes de contrôle nous constatons que les régulateurs du Maroc et de la Belgique ont développé des mécanismes tels qu'un formulaire ou un logiciel qui favorisent une auto-évaluation des éditeurs. Le régulateur suisse quant à lui privilégie les contrôles effectués auprès des éditeurs par des experts indépendants agréés et les recherches scientifiques.

Les décisions sont prises sur la base d'auto-saisines ou de plaintes dans des pays comme le Maroc, le Luxembourg ou le Liban. Dans des pays comme la Tunisie, la France ou la Belgique, le régulateur contrôle, prend des décisions ou formule des recommandations systématiquement lorsqu'il constate des violations aux obligations de service public. Dans ce même ordre d'idées, l'Albanie édite des notes incitatives à l'endroit de l'audiovisuel public.

Le cas suisse fait quelque peu office d'exception car l'OFCOM n'intervient pas sur le contenu des programmes, mais adopte une approche indirecte pour s'assurer de l'application du mandat de service public (systèmes d'assurance qualité exigés des éditeurs, mise à disposition

du public d'analyses des programmes). Tandis qu'il ne s'occupe que des éléments liés à la publicité, au parrainage et aux conditions techniques de la diffusion, c'est l'AIEP qui examine en tant qu'autorité constitutionnelle les plaintes sur le contenu des éditeurs. Cette répartition des tâches singulière, qui a pour but de préserver l'autonomie et l'indépendance des éditeurs vis-à-vis de l'État, est due au fait que l'OFCOM constitue une unité de l'administration fédérale suisse et ne jouit donc pas de l'indépendance formelle, constitutive des autres régulateurs.

Les régulateurs de l'Albanie, la Moldavie et la Roumanie semblent ne pas avoir à prendre des décisions contre les médias de service public. D'ailleurs, en Moldavie et en Roumanie, la loi est très protectrice des contenus de l'audiovisuel public.

Notons qu'en Moldavie et en Roumanie, des audiences publiques sont tenues avec les éditeurs en cause lorsque des plaintes leur accusant sont faites. C'est par suite de ces séances publiques que des décisions sont prises.

Dans les pays d'Afrique subsaharienne, le contrôle prend également différentes formes et emprunte divers moyens.

Au **Burkina Faso**, la méthodologie utilisée par le Conseil Supérieur de la Communication (CSC) pour contrôler le respect et le degré d'accomplissement des obligations de service public comprend deux volets, à savoir l'observation des productions médiatiques à travers le monitoring et les visites sur le terrain.

L'observation du contenu prend en compte les médias audiovisuels, la presse écrite et la presse en ligne. Deux paramètres sont pris en compte : le respect par les médias du principe du pluralisme et de l'équilibre de l'information d'une part et le respect de la loi, de l'éthique et de la déontologie d'autre part.

Afin de pouvoir analyser le contenu, les données concernant les médias audiovisuels sont collectées grâce à l'enregistrement des émissions et à l'identification dans les grilles de programmes des émissions de journaux parlés ou télévisés, des émissions de débat, des émissions d'information, des émissions interactives.

S'agissant du respect de la loi, de l'éthique et de la déontologie, cette évaluation est faite sur la base des textes régissant le secteur de la communication : lois du Conseil national de la transition sur la presse et la publicité, textes règlementaires, Charte des journalistes, etc.

Au niveau des médias audiovisuels, l'observation porte sur les émissions d'information, les émissions de débat, les émissions d'expression directe, les films, les messages publicitaires, etc.

Les visites sur le terrain visent à contrôler le respect de la réglementation sur le plan technique (conformité du local et des équipements), mais à constater l'effectif du personnel et leurs conditions de travail. Ces visites n'ont pas une périodicité bien définie et elles peuvent être inopinées.

Au **Cameroun**, le contrôle des médias de service public est un exercice permanent pour le Conseil National de la Communication (CNC). L'autorité de régulation comprend en son sein une cellule de monitoring et de veille technologique dont les équipements fonctionnent 24h/24 et permettent à l'équipe du secrétariat de déceler les moindres dérapages dans la diffusion des informations et de tirer instantanément les signaux d'alarme à travers des rappels à l'ordre et des mises en demeure.

Le constat général qui se dégage du contrôle exercé par le CNC est que les médias de service public accomplissent de plus en plus leurs missions dans le strict respect de l'éthique et de la déontologie.

En **Guinée**, la Haute Autorité de la Communication (HAC) procède au monitoring des programmes des radios et télévisions par le Système de monitoring audiovisuel par internet (SYSMAPI) et au contrôle des radios et télévisions à travers les observations de ses équipes déployées sur le terrain. Des missions ont sillonné le pays à cet effet en 2017. Le prochain grand contrôle est prévu courant 2019.

Au **Niger**, le Conseil Supérieur de la Communication (CSC) dispose d'une unité technique de monitoring qui assure l'enregistrement et le suivi des programmes pour dresser des rapports à l'attention du collège des Conseillers sur:

- l'accès équitable et effectif des citoyens, des associations et des partis politiques aux moyens publics d'information et de communication;
- le respect de la réglementation en vigueur en matière de communication et d'exploitation;
- le respect de la pluralité d'opinion dans les médias publics et privés;
- la protection de l'enfance et de l'adolescence dans la programmation des émissions diffusées par les entreprises publiques et privées de la communication audiovisuelles;
- le contrôle du contenu et des modalités de programmation des émissions de publicité diffusées par les chaînes de radios et de télévisions publiques, privées, communautaires et associatives.

En **République Centrafricaine**, le Haut Conseil de la Communication (HCC) reconnaît lui-même que sa méthodologie de contrôle est « très archaïque et très peu orthodoxe ». Cette méthodologie consiste à écouter une partie des programmes des radiodiffusions de la place. Suite aux écoutes des radiodiffusions et télévisions publiques et privées, les observateurs analystes dressent les rapports circonstanciés quand des violations aux règles d'éthique et de déontologie sont constatées.

Les observateurs analystes lisent également les journaux sur support papier et sur Internet et dressent des rapports circonstanciés au cas où des violations des textes qui encadrent la presse écrite et les médias en ligne sont constatées.

Au **Sénégal**, le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) dispose lui aussi d'un service de veille permanent. Des techniciens d'écoute et de suivi des programmes sont recrutés pour faire le monitoring des médias.

Au **Tchad**, l'autorité de régulation dispose d'un service de monitoring qui fonctionne 24h/24. Ce service est animé par des analystes qui font le suivi des médias de service public afin de s'assurer du respect et du degré d'accomplissement de leurs obligations. Les analystes dressent un rapport quotidien à la Haute Autorité des Médias et de l'Audiovisuel (HAMA). En province, le régulateur dispose de ses coordinations provinciales qui effectuent le même travail que le service monitoring au siège.

La Haute Autorité de l'Audiovisuel de la Communication (HAAC) du **Togo** se fonde sur une décision portant accès équitable aux médias officiels. L'analyse des contenus par le service de monitoring permet de s'assurer du respect des dispositions en vigueur. Par trimestre, la HAAC fait le point et peut interpellier les organes qui ne respectent pas les textes ou lorsque des plaintes surviennent.

### c) **Les relations entre les médias de service public et le régulateur**

En **Albanie**, en dehors des notes que l'AMA envoie au radiodiffuseur public et des évaluations programmatiques, le régulateur et les médias de service public ne semblent pas entretenir de relations particulières. Lors de rencontres de réflexions sur les médias, les membres de l'AMA et les représentants de l'audiovisuel public se croisent et échangent.

En **Belgique**, les relations entre le CSA et les éditeurs sont, elles, beaucoup plus régulières. Ces interlocuteurs échangent lors de l'établissement du rapport annuel, de l'audition de l'Administrateur général hors de toute procédure contentieuse, de la participation à l'instance consultative sur toutes questions (Collège d'Avis), de la participation aux groupes de suivi (p. ex. sur les questions liées à l'accessibilité), à l'occasion des événements organisés par le CSA, et le cas échéant lors des échanges de rapports et auditions dans le cadre d'une procédure contentieuse. Le CSA collabore également avec les associations et fédérations de professionnels et de médias à travers des ateliers ou pour travailler sur l'amélioration des processus, sur la simplification administrative, sur la compréhension de la base légale.

Du côté de la **France**, le CSA juge les relations avec les éditeurs bonnes en raison de la régularité de leurs échanges. Un cycle d'auditions avec les représentants de France Télévisions autour de grandes thématiques (proximité, numérique, jeunesse, information etc.) a été mis en place et le Conseil invite régulièrement les responsables des groupes à venir s'exprimer lors d'auditions en collège plénier ou en groupe de travail. En outre, la qualification des programmes diffusés sur les antennes de France Télévisions nécessite de nombreux échanges tout au long de l'année entre les éditeurs qui font une proposition et le Conseil qui a la charge

d'instruire ces propositions en vue d'établir la qualification de chacun des programmes. Il est aussi noté que ces relations permettent un contrôle informel comme le montre le cas de l'ouverture de Radio France à la publicité commerciale. Pour cette dernière, c'est des réunions de travail et de l'expérimentation in situ qui ont permis de mesurer le plafond horaire.

Ces éditeurs de services entretiennent également de nombreuses relations avec les commissions parlementaires chargées de la culture et de la communication.

Au **Liban**, le CNA publie des rapports sur les performances des médias et fait état des violations qui y sont notées. Cependant, le CNA semble être en proie à une réduction de ses ressources, notamment budgétaires, ce qui fragilise l'institution. Les échanges entre ce régulateur et les médias contrôlés ne semblent pas être réguliers.

L'ALIA du **Luxembourg** ne dispose pas de compétences spécifiques pour le contrôle des obligations de service public comme énoncé *supra*. L'ALIA et les régulateurs entretiennent donc des relations et échanges lors des instructions de dossiers (plaintes, auto-saisines...), de la publication de sondages politiques et de l'organisation des campagnes électorales.

Au **Maroc**, la HACA a des échanges réguliers avec les éditeurs. En ce qui concerne la régulation, ces derniers peuvent effectuer des auto-déclarations en ligne pour juger eux-mêmes du niveau de respect de leurs engagements. Ils sollicitent aussi des rencontres avec les services du régulateur afin de clarifier différents points d'ordre technique, financier, administratif ou éditorial. La HACA organise des rencontres pour accompagner et sensibiliser les opérateurs sur plusieurs thématiques comme l'égalité des sexes, l'éducation aux médias, la migration, l'environnement à travers l'organisation d'ateliers de travail et de partage ou l'élaboration de chartes. Elle assiste également aux événements organisés par les médias audiovisuels pour échanger notamment sur les évolutions légales et réglementaires ainsi que sur les bonnes pratiques. Dans cette perspective, des round-up réguliers sont tenus avec les opérateurs pour faire le point sur leur situation, les avancées réalisées, les difficultés rencontrées, ainsi que les pistes de développement du secteur.

Cependant, lorsque la HACA prononce des sanctions à l'endroit des médias, les relations entre le régulateur et les éditeurs ne sont pas toujours détendues, notamment de cas de sanctions médiatisées.

En **Moldavie**, le CCA organise des séminaires avec les éditeurs sur des thèmes divers tels que le contenu audiovisuel, la concurrence, la réglementation, la créativité et les dynamiques sociales en invitant des experts internationaux. Ces discussions permettent de réfléchir sur les manières d'améliorer les pratiques. Le CCA et les éditeurs échangent aussi lorsqu'elle prononce une sanction.

En **Roumanie**, les relations que le CNA entretient avec les éditeurs se limitent aux échanges sur les modifications législatives. En dehors des discussions sur les modifications législatives, le régulateur et les diffuseurs (publics ou privés) n'interagissent pas, notamment sur le contenu éditorial. Ceci est interdit par l'article 6 de la loi sur l'audiovisuel.

En **Suisse**, l'OFCOM semble entretenir des relations fluides avec les éditeurs. Il reçoit deux fois par an les organes dirigeants des associations faïtières des stations de radio et de télévision privées pour un échange sur les sujets actuels de la régulation. Des échanges de ce type se tiennent également avec la SSR. L'OFCOM met également à la disposition des éditeurs son service juridique pour des conseils, notamment sur la publicité et le sponsoring. Des travaux réunissent aussi le régulateur et les éditeurs à l'image du groupe de travail conjoint pour l'organisation du basculement numérique de la radio de la bande FM au DAB+. En outre, l'OFCOM échange aussi avec les éditeurs dans le cadre de consultations écrites dans le cadre de processus décisionnels sur le secteur.

En **Tunisie**, la HAICA échange régulièrement avec les médias de service public. Différents ateliers de formation et sensibilisation sont organisés par le régulateur sur des thématiques diverses et lors des campagnes électorales pour accompagner les journalistes dans l'amélioration des pratiques de couverture médiatique. La HAICA juge donc ces relations assez bonnes même s'il existe des médias qui n'ont jamais réellement accepté les mesures de régulation imposées par la HAICA.



Les relations entre les régulateurs et les médias de service public semblent se fonder, dans la plupart des pays étudiés, sur des démarches pédagogiques des régulateurs qui, par le biais de rencontres, d'ateliers, de séminaires et d'autres types d'échanges, essaient de sensibiliser et d'inciter les éditeurs à de meilleures pratiques et de les associer à des discussions dans une démarche participative. En Tunisie, en Suisse, en Moldavie, au Maroc, en France et en Belgique, nous avons, à des degrés divers, ce type de relations qui sont initiées entre le régulateur et les éditeurs de service public.

Du côté de pays comme la Roumanie, le Luxembourg ou encore l'Albanie, le régulateur et les éditeurs semblent entretenir des relations limitées et ponctuelles. Ces deux acteurs échangent sur des modifications législatives ou réglementaires ou lorsque des décisions ou sanctions peuvent être prises. Le CNA du Liban également ne semble pas tenir des échanges réguliers avec les éditeurs.

Nous constatons en outre que plusieurs régulateurs entretiennent de bonnes relations avec les éditeurs, mais que ces rapports sont parfois émaillés de frictions lorsque l'autorité prend des décisions à l'encontre des éditeurs. C'est ce qui observé en Tunisie et au Maroc.

Au **Burkina Faso**, au **Cameroun**, en **Guinée**, au **Niger**, en **République Centrafricaine**, au **Sénégal**, au **Tchad** et au **Togo**, les relations entre les organes de régulation et les éditeurs de contenus assujettis aux obligations de service public sont généralement bonnes. Les contacts sont permanents. Les deux parties se rencontrent ou échangent aussi régulièrement que nécessaire. Les régulateurs organisent régulièrement des manifestations communes avec les organisations faîtières des éditeurs de contenus : formations, rencontres de sensibilisation, commémoration de la Journée internationale de la liberté de la presse, le 3 mai de chaque année.

Les associations faîtières associent aussi les instances de régulation dans certaines de leurs activités lorsque les thématiques inscrites à l'ordre du jour présentent des liens de connexité avec leurs missions.

Au **Burkina Faso**, le nouveau collège des conseillers installé depuis juillet 2018 œuvre à instaurer un climat de confiance entre le Conseil Supérieur de la Communication (CSC) et

l'ensemble des médias. Et de plus en plus, ces médias saluent la démarche du CSC, non seulement dans sa mission de régulation, mais aussi dans l'accompagnement que l'institution apporte à la presse de façon générale.

Au **Cameroun**, les relations entre le Conseil National de la Communication (CNC) et les médias de service public sont même jugées excellentes, ceux-ci respectent à la règle les orientations et les recommandations de l'organe régulateur. Une convention lie le CNC à l'Office national de radiotélévision. Cette convention permet à l'Office d'exploiter l'importante documentation du CNC et, en retour, le CNC bénéficie d'un espace de diffusion de ses informations sur les antennes de l'Office.

En **Guinée**, la Haute Autorité de la Communication (HAC) entretient aussi une collaboration constante avec le Ministère de l'Information et de la Communication qui assure la tutelle des médias de service public.

La HAC associe systématiquement les associations de presse et les responsables des médias de service public aux événements qu'elle organise et aux commissions de travail qu'elle met en place.

Au **Niger**, les relations entre le Conseil Supérieur de la Communication (CSC) et les médias reposent sur une dynamique inclusive construite autour d'une régulation indépendante assurée par le CSC, d'une autorégulation assurée par l'Observatoire Nigérien Indépendant pour l'Éthique et la Déontologie (ONIMED) et d'une co-régulation avec les structures faitières des médias (Maison de la Presse - ONIMED - CSC).

Le CSC sollicite les éditeurs toutes les fois qu'un projet de décision législative ou réglementaire doit être examiné par le CSC et le Gouvernement avant son adoption, pour recueillir leurs avis et à chaque fois qu'une décision les concernant doit être prise ou encore au cours des périodes sensibles (notamment les attaques terroristes et les élections).

En **République Centrafricaine**, le Haut Conseil de la Communication (HCC) entretient de bonnes relations avec les éditeurs de contenus de service public. Toutefois, des frictions apparaissent quand l'autorité de régulation sanctionne les éditeurs pour des manquements aux règles d'éthique et de déontologie.

Les médias de service public reçoivent directement des instructions du ministère de la Communication et ne peuvent rendre compte au HCC.

Au **Sénégal**, le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) évite d'apparaître comme le « gendarme de l'audiovisuel » ou celui qui fait toujours penser à la répression. Il privilégie l'accompagnement, le dialogue, les échanges et la concertation à la sanction.

Au **Tchad**, les relations relèvent plus de collaboration et de la pédagogie. De temps à autre, les premiers responsables de la Haute Autorité des Médias et de l'Audiovisuel (HAMA) entretiennent des contacts téléphoniques avec les éditeurs, soit pour les encourager au travail bien accompli, soit pour leur rappeler certains manquements en lien avec leur cahier de charges.

Au **Togo**, les associations faîtières des éditeurs de contenus sont des partenaires de choix de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication (HAAC).

Toutefois, malgré ces bonnes relations, certaines instances relèvent qu'elles éprouvent des difficultés lorsqu'elles sanctionnent les médias de service public qui, en réalité relèvent plus de l'autorité du ministre de la communication. C'est le cas dans la majorité des pays.

## 5) SURVEILLANCE DES MEDIAS DE PROXIMITE

La seconde section de cette partie est consacrée au régulateur et aux médias de proximité. Dans cette perspective, il sera entrepris une présentation des **(d) natures, typologies, mandats et du financement des médias de proximité** dans les pays étudiés dans un premier temps, avant de nous intéresser au **(e) contrôle que les régulateurs exercent sur ces médias de proximité**. Il sera enfin procédé à l'examen des difficultés les plus ressenties par les médias de proximité, notamment relatifs à la reconnaissance de leurs spécificités et à leurs points faibles.

### **d) Nature, typologies, mandats et financement des médias de proximité**

Comme nous avons pu le voir dans la partie relative à la conception euro-méditerranéenne des médias de proximité, les acceptions et formes que prennent ces médias diffèrent beaucoup selon les pays. Les appellations de médias associatifs, communautaires ou selon des critères géographiques seront les notions les plus présentes dans cette partie qui rend compte de la spécificité de chaque pays.

En **Albanie**, on parle de médias audiovisuels locaux ou régionaux. C'est la loi no. 97/2013 qui régit à l'article 60 les termes de la licence pour le service de programmes audiovisuels locaux ou régionaux. L'article 56 de la loi définit les conditions générales d'obtention et d'application de la licence. Cette dernière établit les obligations légales, techniques, financières, organisationnelles et de radiodiffusion. En ce qui concerne leur financement, ces médias vivent principalement de la vente de leur temps d'antenne (en particulier pour la publicité commerciale) et de leurs droits de diffusion à des tiers. A l'occasion de la première année de transition de la diffusion analogique à la diffusion numérique, un soutien financier est prévu par la loi 34/2017 pour les médias.

En **Belgique**, les éditeurs locaux de service télévisuel sont attributaires d'une autorisation de neuf ans renouvelables. Ils disposent chacun d'une zone de couverture spécifique, remplissent des missions de service public et possèdent le statut d'association sans but lucratif (ASBL) subventionnées. Ils concluent avec le Gouvernement une convention qui spécifie chacune de leurs missions de service public. Ces médias doivent produire en moyenne 250 minutes de contenus propres par semaine. Pour leur financement, une subvention annuelle leur est allouée sur la base de 4 critères (production propre, population de la zone de couverture, emploi et productivité). Les recettes qui proviennent des publicités, du placement de produit et du parrainage constituent leur deuxième source de financement. Leur troisième source de revenus provient des distributeurs de services télévisuels qui doivent verser annuellement une contribution aux télévisions locales intégrées dans la palette de programmes proposée au public. Les montants et modalités de cette contribution sont précisés dans le Décret coordonné sur les services médias audiovisuels.

En **France**, on retrouve aussi bien des radios que des télévisions au niveau local. Les services de télévision sont considérés à vocation locale lorsqu'ils sont diffusés par voie hertzienne terrestre, couvrent une zone géographique limitée et proposent des émissions qui traitent de la

vie locale ou régionale. L'usage de ressources radioélectriques pour la diffusion de tout service de télévision par voie hertzienne terrestre est soumis à l'autorisation du Conseil supérieur de l'audiovisuel. L'octroi de cette autorisation est soumis à des conditions : la société nationale de programme France Télévisions bénéficie d'un droit d'accès prioritaire à la ressource radioélectrique nécessaire à l'accomplissement de ses missions de service public, tandis que l'accès des autres éditeurs à ces ressources est soumis à une procédure d'appel aux candidatures dans les zones géographiques déterminées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel. La diffusion d'un service de télévision à vocation locale sur les réseaux n'utilisant pas de fréquences assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel n'est quant à elle soumise qu'à une procédure de conventionnement ou de simple déclaration préalable. Pour ce qui est des radios, trois catégories peuvent être distinguées : la **Catégorie A** constituée de services de radio associatifs accomplissant une mission de communication sociale de proximité ; la **Catégorie B** qui regroupe des services de radio locaux ou régionaux indépendants ne diffusant pas de programme à vocation nationale et la **Catégorie C** constituée de services de radios locaux ou régionaux diffusant le programme d'un réseau thématique à vocation nationale. Pour ce qui est de leur financement, les services de télévision privés tirent leurs principales ressources de la vente d'espaces publicitaires, de la communication institutionnelle, du parrainage, de prestations audiovisuelles, du financement de coproductions comptabilisées au compte de résultat, des recettes de téléachat, des contrats d'objectifs et de moyen (COM) conclus avec les collectivités territoriales et des subventions d'exploitation émanant du secteur public. En ce qui concerne les services de radio privés, les trois types de financement pour la catégorie A sont le financement public, la publicité (mais les ressources publicitaires doivent être inférieures à 20 % du chiffre d'affaires total de la radio) et les dons et recettes tirées du mécénat. En catégories B et C, le financement est essentiellement d'origine publicitaire, ces radios ayant un accès aux annonceurs locaux en échange de la production d'émissions locales.

Au **Luxembourg**, les médias de proximité sont des médias associatifs et sans but lucratif. Le volume de publicité qu'ils sont autorisés à diffuser est limité. L'article 17 de la loi sur les médias électroniques dispose que seules des associations sans but lucratif peuvent obtenir la permission d'ouvrir une radio locale, que chaque association ne peut obtenir plus d'une permission et que l'exploitation de la permission doit être effectuée par l'association elle-

même attributaire de la permission. En outre, chaque cahier des charges octroyé conformément à l'article 3, paragraphe (3) de ladite loi définit les obligations de ces radios locales. Leur financement provient de la publicité qui ne peut excéder 12.394,78 € par an. Les télévisions communales sont généralement financées par leur commune respective. A l'exception de la chaîne Nordlicht et de la Radio Ara qui bénéficient depuis récemment d'une subvention dans le cadre d'une initiative gouvernementale pour la préservation de la diversité du paysage médiatique, il n'existe pas de financement public pour les médias de proximité. Le Gouvernement a prévu de subventionner la RTL Télé Letzebuerg à partir de 2021 à hauteur de 10 millions d'euros pour qu'elle remplisse mieux ses missions de service public.

Au **Maroc**, la notion de médias de proximité n'est pas expressément définie par la législation. Toutefois, le service public audiovisuel est appelé, *via* des obligations quantitatives fixées dans les cahiers de charge, à produire et diffuser des contenus de proximité dans le cadre de ses programmes. À cet effet, les cahiers de charges du pôle public prévoient, entre autres, pour les services radiophoniques régionaux de proximité, des obligations notamment aux articles 169, 170 et 171. Il n'existe pas de mécanismes de financement spécifiques aux médias de proximité. Un éditeur est obligatoirement une société anonyme. Il est, de ce fait, soumis aux règles commerciales.

En **Moldavie**, le code des services de médias audiovisuels dispose que les fournisseurs de services communautaires de radiodiffusion sonore sont créés et gérés par la communauté, ils travaillent pour la communauté et sont financés par la contribution des membres de la communauté. Selon ce code, la licence est attribuée au fournisseur de réseau communautaire pour une période de neuf ans et peut être cédée. Le fournisseur a aussi l'obligation de soumettre un rapport d'activité annuel au régulateur. Le financement des médias communautaires peut provenir de trois sources : des contributions des membres de la communauté, des recettes provenant de prestations de services dans l'intérêt de la communauté et de dons, commandites ou subventions. Le fournisseur de services communautaires a l'obligation de rendre son budget public via son site web ou dans un rapport public. L'exécution du budget du prestataire communautaire est supervisée et contrôlée selon les modalités définies par l'assemblée générale représentative de la communauté.

En **Roumanie** aussi, les médias de proximité sont associés à l'idée de proximité. Il s'agit de services de télévision ou de radiodiffusion définis comme supports de diffusion de programmes audiovisuels destinés à un public appartenant à une communauté spécifique. Ces médias communautaires ne bénéficient pas de subvention de l'État et sont financés par des fonds privés.

En **Suisse**, par suite d'appels d'offres publics, des concessions peuvent être octroyées par le Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC ; ministère compétent en matière de médias électroniques) à des diffuseurs au niveau local et régional. Toutefois, contrairement au fournisseur de service public au niveau national (Société suisse de radiodiffusion et télévision SSR) qui a reçu un mandat au sens large incluant l'information, l'éducation, la culture, et le divertissement, le mandat des radios locales commerciales et des télévisions régionales est limité au domaine de l'information locale aux heures de grande audience. Outre les radios et télévisions locales à caractère commercial, la loi fédérale sur la radio et la télévision a introduit en 2006 la catégorie des radios locales complémentaires à but non lucratif, dont l'objectif est l'intégration des divers segments de la société et la promotion de la diversité culturelle.

Globalement, le système des médias de proximité est construit sur un modèle économique dual avec financement mixte (public-privé), typique du service public en Suisse. La SSR et 26 des 50 diffuseurs radio-TV locaux titulaires d'une concession sont financés par la redevance ainsi que par la publicité et le parrainage. Le montant de la quote-part de la redevance destiné à la SSR s'élevait en 2018 à 1206.4 millions de Francs suisses, ce qui équivaut à 77% de ses coûts d'exploitation. La quote-part de la redevance réservée aux diffuseurs locaux opérant dans des zones de desserte à faible potentiel économique s'élevait quant à elle à 81 millions de Francs suisses<sup>46</sup>. La quote-part de la redevance peut couvrir jusqu'à 70% des coûts d'exploitation des radios et télévisions locales et 80% des coûts d'exploitation des radios locales complémentaires.

---

<sup>46</sup> <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/medias-electroniques/informations-concernant-les-diffuseurs-de-programmes.html>

Outre la quote-part de la redevance, les sources de financement principales des médias de proximité sont la publicité et le parrainage. Selon les cas, les éditeurs de contenus peuvent compter sur d'autres revenus issus de cotisations des membres, donations, contributions communales et cantonales ou d'activités commerciales annexes (organisation de manifestations, concerts etc.).

Dans le cadre de la transition de la diffusion analogique sur bande FM vers la diffusion numérique en mode DAB+, les diffuseurs privés de radio bénéficient en outre d'un soutien financier pour la diffusion numérique de leurs programmes et pour la diffusion dans les régions de montagne.

Les médias de proximité en **Tunisie** sont des chaînes radiophoniques et télévisés associatives à but non lucratif gérés par des associations tunisiennes. L'association candidate à l'octroi d'une licence de création et d'exploitation d'une chaîne de télévision ou radio associative sur le territoire tunisien doit être de nationalité tunisienne. Elle doit être créée en vertu du décret-loi n° 2011-88 du 24 septembre 2011 relatif aux associations. On peut lire à l'article 34 du décret-loi que : « *Les ressources d'une association se composent des : 1- cotisations de ses membres, 2- aides publiques, 3- dons, donations et legs d'origine nationale ou étrangère, 4- recettes résultant de ses biens, activités et projets.* »<sup>47</sup> La HAICA a mis en place un fonds de soutien aux radios associatives (de proximité) pour les soutenir à travers des actions de formation, d'acquisition et d'installation de matériel et d'appui au personnel des médias de proximité. Des subventions sont allouées aux radios associatives sur la base d'appels à projets. Ces soutiens visent l'aide à la production, le renforcement technique et professionnel etc.

Nous observons au terme de cette partie que les médias de proximité sont conçus de diverses manières dans les pays étudiés. En Suisse et en France nous notons une catégorisation assez complexe des médias de proximité qui peuvent être privés, publics, télévision ou radios, en TNT ou hors TNT (France) etc. En Belgique et au Luxembourg nous observons que les médias de proximité sont des médias associatifs. Dans ces 4 pays, à des degrés divers, nous observons que les médias de proximité sont financés par des subventions étatiques, par des

---

<sup>47</sup> <http://www.acm.gov.tn/upload/1410083987.pdf>



activités commerciales et par des redevances. Cependant, au Luxembourg, l'aide étatique n'intervient qu'à titre d'exception, les médias de proximité vivant de ressources commerciales. La France et le Luxembourg partagent aussi le plafonnement de leurs ressources publicitaires qui ne doivent pas excéder un seuil défini par l'autorité. Dans ces 4 pays (Belgique, France, Luxembourg, Suisse) on note également que des conventions et/ou cahiers de charges définissent clairement les mandats des médias de proximité.

En Tunisie, les médias de proximité sont des médias associatifs sans but lucratif et donc ne peuvent pas exercer d'activités privées ou commerciales. Ils peuvent recevoir des subventions de l'État. C'est tout l'inverse au Maroc où la législation ne prévoit pas expressément les médias de proximité qui, donc, sont des sociétés anonymes soumises aux règles commerciales. C'est le même cas en Roumanie où, bien que l'idée de média de proximité soit associée à une communauté, ces médias ne reçoivent pas d'aide publique et vivent exclusivement de ressources du secteur privé. En Moldavie, si les médias de proximité se rapportent aussi à la communauté à l'instar du Maroc, ils se rapprochent plus du mode financement de la Tunisie avec des contributions des membres de la communauté, des recettes provenant de prestations de services dans l'intérêt de la communauté et des commandites ou subventions. En Albanie, où l'on parle de médias régionaux ou locaux, ils tirent essentiellement leurs revenus du privé.

En Afrique subsaharienne, les médias de proximité ont pour objet les missions traditionnelles des radios : informer, éduquer, distraire et véhiculer les cultures et valeurs citoyennes. Leurs mandats sont définis au moyen de cahiers des charges. Leurs programmes doivent entrer dans le cadre des objets et missions des associations et communautés qui les ont créés.

Au **Cameroun**, la législation prévoit la création des médias de proximité appelés « radios communautaires ». Ces radios communautaires sont les seuls médias de proximité et elles ont toutes un caractère associatif. On en compte 12 à travers tout le pays.

En **Guinée**, il existe 35 médias de proximité. Ce sont des radios rurales locales et des radios rurales communautaires, dont la création est soumise aux mêmes conditions que celles qui s'appliquent aux autres types de radio et télévision. Ces médias sont axés sur le développement local, l'information et la sensibilisation (sur la santé, l'environnement, les

pratiques agricoles, etc.) des populations rurales. Relevant du service public, ils sont financés principalement par le budget de l'État.

Au **Niger**, il existe essentiellement deux types de médias de proximité : les médias communautaires (créés par les communes rurales et urbaines) et les médias associatifs (créés par les organisations de la société civiles ou des ONG). Le Niger compte, en 2016, 204 médias de proximité dont 198 radios communautaires et 6 radios associatives.

En **République Centrafricaine**, les médias de proximité sont les stations locales dont la programmation intéresse l'audience de la localité du lieu d'émission ou des environs immédiats. Présentement, les stations de proximité sont assimilées aux radios communautaires. Au regard de l'ordonnance n°05.002 du 22 février 2005 relative à la liberté de la communication en Centrafrique, les médias de proximité sont soumis aux mêmes conditions que les autres médias privés. Le pays compte 31 radios communautaires et/ou confessionnelles : 24 sont fonctionnelles et 7 ont été pillées. En plus des radios communautaires, il existe des médias de financement commercial (NDEKE LUKA et Bangui FM). Malheureusement, ce modèle de financement n'est pas défini dans l'actuelle ordonnance relative à la liberté de la communication.

Au **Sénégal**, il existe des « radios communautaires»; l'appellation va être remplacée par «médias de proximité» parce que le code de la presse interdit l'attribution des fréquences aux communautés ethniques, religieuses, etc. Par ailleurs, tous les médias communautaires sont soumis à un seul cahier des charges, il n'y a donc pas de catégorisation de ces médias au stade actuel de la législation.

Selon le dernier tableau mis à la disposition du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) par l'Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes (ARTP) en 2014, il y a 138 fréquences de radios associatives ou communautaires. Cette liste n'est pas actualisée, toutes les fréquences accordées ne sont pas exploitées.

Selon le cahier des charges qui régit les radios communautaires au Sénégal, elles doivent refléter les activités et préoccupations dans leur lieu d'implantation. Selon la loi portant code de la presse, « les programmes de ces radios doivent entrer dans le cadre des objets et

missions des associations et communautés qui les ont créées. D'autres programmes peuvent être autorisés dans le cahier des charges ».

Le **Togo** compte trois types de radios de proximité : commercial, communautaire et confessionnel. Elles sont au total 77 dont 35 radios commerciales, 21 communautaires et 21 confessionnelles.

Au **Tchad**, il existe plusieurs types de médias de proximité : communautaire, commercial, associatif, confessionnel. L'on en dénombre 24 associatives, 22 communautaires, 3 commerciales et 8 confessionnelles. Ces médias de proximité jouent un rôle important dans le domaine de l'information, de l'éducation et de divertissement de la population. En outre, ils sont les relais dans les provinces des médias publics qui ne couvrent pas la totalité du territoire national, ainsi que de certaines radios internationales telles que BBC, RFI et VOA.

Les autorisations d'utilisation des fréquences ont une durée de 10 ans en matière de radio au Tchad. Elles sont assujetties aux conditions définies dans les cahiers de charges et sont renouvelables. La Haute Autorité des Média et de l'Audiovisuel (HAMA) procède à une évaluation de l'autorisation un an avant son expiration. Cette évaluation déterminera le renouvellement ou non de l'autorisation.

#### **e) Contrôle des médias de proximité par le régulateur**

Au vu de leur spécificité, les médias de proximité disposent dans certains pays, comme énoncé supra, de mandats et d'obligations qui peuvent être différents de ceux attribués aux médias de service public couvrant l'ensemble des territoires. S'ils connaissent des fortunes diverses pour ce qui est de leur consécration juridique explicite, ils existent dans chaque pays et sont soumis au contrôle des régulateurs.

En **Albanie**, les médias de proximité ne font pas l'objet d'une forme de contrôle particulière et sont soumis au même régime de régulation que les autres types de médias. Leur contrôle s'effectue au moyen d'inspections que des spécialistes de l'administration de l'AMA, en qualité d'inspecteurs, font sans préavis afin de vérifier l'application des dispositions de la loi

no. 97/2013, des conditions de la licence et des réglementations adoptées par l'AMA. Les sanctions en cas de non-respect de ces normes peuvent aller de l'amende au retrait de la licence ou de l'autorisation en passant par la suspension temporaire ou la réduction de la durée de licence ou d'autorisation.

En **Belgique**, les instruments de mesure et méthodes ne sont pas spécifiques aux médias de proximité. Les contrôles sont orientés sur leurs missions et obligations spécifiques que sont par exemple la diffusion hebdomadaire de 250 minutes de production propres, la production d'information locale, la recherche de synergies entre les éditeurs de service public, le développement culturel, l'éducation, l'accessibilité des contenus pour les personnes en situation de déficience sensorielle, l'équilibre dans la composition des organes décisionnels etc. Les contrôles annuels du CSA démontrent que les télévisions locales de service public belges francophones respectent globalement leurs obligations légales.

En **France**, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel utilise les mêmes méthodes pour contrôler le service public, qu'il soit diffusé au niveau local, régional ou national. A cet effet, il se base en premier lieu sur les déclarations annuelles des stations de radio et de télévision.

En ce qui concerne les éditeurs de télévision à vocation locale autorisés en TNT, leur surveillance est assurée par 16 comités territoriaux de l'audiovisuel (CTA) répartis dans les régions. Ces comités vérifient si ces chaînes s'acquittent de leurs obligations conventionnelles. Pour ce qui est des services de télévision locaux sur les autres réseaux que la TNT, ils relèvent directement du CSA. En outre, le CSA dresse annuellement un bilan financier des chaînes locales hertziennes opérant en France métropolitaine et dans les territoires d'outre-mer. À partir des comptes sociaux transmis par les éditeurs, le CSA développe une vision panoramique des indicateurs économiques du secteur et de son évolution. Concernant les radios et télévisions locales privées, les comités territoriaux de l'audiovisuel procèdent à des contrôles par sondage.

Au **Luxembourg**, le régulateur n'a pas développé d'outil de contrôle particulier pour surveiller les médias de proximité. Des études sont néanmoins menées par des instituts qui effectuent des sondages dans le secteur<sup>48</sup>.

Au **Maroc**, le constat est similaire à celui qui s'impose au Luxembourg. La HACA n'a pas développé d'outil ou de méthodes spécifiques de contrôle des médias de proximité. Ces derniers sont donc surveillés selon les mêmes méthodes que les autres catégories de médias.

En **Moldavie**, où la notion de prestataire communautaire est relativement nouvelle, les médias de proximité ne font pas l'objet d'une surveillance particulière. Ils doivent respecter le code des services de médias audiovisuels ainsi que les décisions de l'autorité de régulation, mais ne font pas l'objet d'une attention particulière.

En **Roumanie**, la méthode de régulation n'est pas spécifiée pour les médias communautaires. Cependant, le contrôle et la surveillance sont faites par des inspecteurs de l'audiovisuel qui disposent chacun d'une zone de couverture sur le territoire.

En **Suisse**, l'OFCOM surveille les médias locaux de la même manière que la SSR. Dans la pratique, l'OFCOM bute toutefois sur certains problèmes face aux médias locaux : ainsi, le volume d'information locale requis n'étant pas précisé dans les concessions actuelles, il était délicat de constater une non-observation du mandat de service public. Le DETEC a remédié à cet inconvénient lors de la prolongation des concessions, intervenue à l'automne 2019 : les nouvelles concessions, valables jusqu'à la fin 2024, fixent une quantité minimale d'information locale quotidienne (30 minutes durant les heures de grande écoute, respectivement 150 minutes hebdomadaires pour les télévisions locales). Cependant, il persiste un problème au niveau des stations associatives, dont le cahier des charges reste très vague, et partant difficile à contrôler.

En **Tunisie**, le constat n'est pas différent de celui qui touche la plupart des autres pays étudiés. Les médias de proximité ne font pas l'objet de méthodes particulières de régulation.

---

<sup>48</sup> <https://www.tns-ilres.com/news/tns-ilres/2018/etude-tns-ilres-plurimedia-luxembourg-2018i/>

Le régulateur s'assure que les médias de proximité respectent les obligations auxquelles ils sont soumis dans le cadre des cahiers des charges (grille de programmation, réglementation concernant la publicité, déontologie etc.). On peut noter qu'un monitoring de ces médias de proximité est effectué lors de joutes électorales locales, par exemple à l'occasion des dernières élections municipales du mois de mai 2018.

Cette partie sur les méthodes de contrôle des médias de proximité dans les pays francophones d'Europe et de la méditerranée est sans doute la plus homogène en termes de pratiques. En Albanie, en Belgique, au Luxembourg, au Maroc, en Moldavie, en Suisse et en Tunisie, le contrôle qui s'applique aux médias de proximité n'est pas spécifique à cette catégorie d'éditeurs de contenus. Par contre, en Albanie les inspecteurs effectuent parfois des descentes de contrôles inopinées dans les locaux de ces médias, et en Roumanie ce sont des inspecteurs territoriaux qui effectuent ces contrôles. La France se démarque des autres pays par un contrôle exercé par des comités territoriaux de l'audiovisuel qui procèdent à des sondages et analysent les bilans financiers des chaînes locales hertziennes.

Au niveau des pays du Sud, on observe qu'au **Cameroun**, il n'existe pas de méthodes ou d'outils spécialement adaptés au contrôle des radios communautaires. La procédure et les mesures adoptées en cas d'infractions commises dans ou par les médias de proximité sont les mêmes que celles appliquées aux autres médias de service public.

En **Guinée**, les mécanismes de contrôle des médias de proximité sont également les mêmes que pour les autres médias.

Dans ces deux pays, à l'instar du **Niger**, du **Tchad** et au **Togo**, les autorités de régulation veillent au respect des obligations des médias de proximité de la même façon qu'elles le font face aux autres catégories de médias. A travers des services de monitoring et de veille technologique qui fonctionnent 24h/24, les contenus des programmes sont analysés afin de déceler les dérapages dans la diffusion des informations.

Le Conseil Supérieur de la Communication (CSC) du **Niger** a mis en place une plateforme distante qui permet de centraliser en temps réel les programmes diffusés sur certains médias

communautaires. Un réseau de relais décentralisés au niveau de sept régions permet d'assurer un suivi de proximité des programmes.

Au **Tchad**, la Haute Autorité des Médias et de l'Audiovisuel (HAMA) utilise une unité de monitoring pour le contrôle du degré d'accomplissement des obligations des médias de proximité. Cette unité assure l'acquisition et l'enregistrement des programmes. Elle utilise différents logiciels d'exploitation: HMS acquisition pour la réception, l'enregistrement et le stockage de contenus audiovisuels; HMS médiathèque pour l'exploitation en direct ou en différé des contenus audiovisuels et HMS pluralisme pour le découpage des programmes pour des traitements spécifiques et pour la garantie de l'expression plurielle dans les médias.

En **République Centrafricaine**, l'autorité de régulation n'exerce son contrôle que sur les programmes des médias émettant à Bangui. Le Haut Conseil de la Communication (HCC) ne dispose pas d'agence ou d'antenne dans les provinces qui échappent à son contrôle. Le service de monitoring du HCC assure, en amont, l'écoute des différents médias. A défaut de matériel de monitoring, les observateurs analystes ciblent les radios et les émissions. Les investigations pour l'établissement des faits sont assurées par le Secrétariat d'instruction.

Au **Sénégal**, l'autorité de régulation limite également son activité de surveillance à la capitale, Dakar, et n'a pas encore la possibilité de suivre tout ce qui est diffusé dans toutes les radios communautaires. Dans le cadre des réformes à venir, il est envisagé de créer des antennes du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) dans les régions et/ou départements.

#### **f) Difficultés des médias de proximité**

##### **o Cas des médias de proximité de la zone Nord du REFRAM**

L'un des objectifs de cette étude est de révéler les points forts, mais aussi de mettre en exergue les points faibles des médias de proximité afin de susciter la réflexion et de formuler des ébauches de recommandations destinées aux acteurs francophones. Les médias de proximité sont en proie à beaucoup de difficultés dans les pays étudiés, qui sont tributaires du niveau de prise en compte et de connaissance des enjeux qu'ils représentent.

En **Albanie**, les difficultés des médias de proximité sont de plusieurs ordres. D’abord, la crise économique que traverse le pays impacte la viabilité de ces médias qui n’arrivent pas à trouver un équilibre financier. Ensuite, la diversité et la qualité du contenu produit par ces médias laisse à désirer, ce qui est en partie lié au manque de personnel qualifié. Enfin, ces médias sont très affectés par le piratage et le non-respect des droits de diffusion.

En **Belgique**, les principales difficultés relevées concernent la mise en place de synergies (gagnant-gagnant) avec l’éditeur national de service public, l’équilibre entre représentants des pouvoirs publics et représentants des secteurs associatifs et culturels au sein des instances décisionnelles de ces médias et l’accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle. Les médias de proximité peinent en outre à développer une programmation dynamique en matière d’information locale et d’animation culturelle.

En **France**, le fort émiettement des subventions de l’État représente l’un des principaux écueils que le CSA rencontre dans son activité de régulation dans le domaine des médias de proximité. Faute de financement assuré des stations, le CSA n’est pas en mesure d’octroyer des autorisations à un plus grand nombre de radios associatives. Le CSA constate également que certains éditeurs ne transmettent pas leurs bilans annuels de programmation et financier. Les principaux manquements relevés par les CSA portent sur la non-émission de certains services contrevenant ainsi à l’obligation d’émettre résultant de la décision d’autorisation, généralement dans un contexte de difficultés financières de l’éditeur. Le Conseil se prononce également sur des opérations de concentration et de changement de contrôle pour en apprécier la conformité aux dispositions légales<sup>49</sup>. Pour ce qui est des télévisions locales diffusées sur la TNT, les difficultés sont – une fois de plus – surtout d’ordre économique. Les éditeurs dépendent en grande partie des subventions publiques non garanties au-delà de trois à cinq

---

<sup>49</sup> « (...) le CSA peut s'appuyer sur un corpus de règles anti-concentration que la loi a fixées pour le secteur audiovisuel. Un dispositif spécifique qui se distingue du dispositif prévu pour la presse. Issu de la loi du 30 septembre 1986, il a été progressivement amélioré : loi d'août 2000, loi de juillet 2004. Pour autant, le dispositif anti-concentration dans l'audiovisuel repose encore sur des outils assez rudimentaires, pas forcément adaptés à un monde en évolution rapide et constante : la notion élémentaire du contrôle limite le pourcentage du capital susceptible d'être détenu ainsi que le nombre d'autorisations. De ce point de vue, notre dispositif est assez différent des modèles en place chez plusieurs de nos voisins européens. » <https://www.csa.fr/Informer/Espace-presse/Interventions-publiques/Concentration-des-medias-en-France-une-reelle-exception-culturelle/Le-dispositif-specifique-anti-concentration>



ans, alors que les ressources publicitaires sont volatiles et les audiences pas assez significatives.

Au **Maroc**, la principale difficulté notée relative aux médias de proximité a trait à l'aspect économique. Il est constaté que le marché local ou régional de la publicité et du parrainage est trop faible pour assurer assez de retombées commerciales à ces éditeurs, ce qui pose un problème pour leur viabilité.

En **Roumanie**, les difficultés notées au niveau des médias de proximité sont généralement d'ordre technique. La couverture des zones de desserte est souvent difficile pour certains médias dont l'appareillage technique n'est pas assez puissant.

En **Suisse**, ce qui est constaté est que les stations de radio locales actives dans les grandes villes et qui ne bénéficient partant pas de quote-part de la redevance sont focalisées sur le divertissement et accordent une moindre importance aux informations politiques générales ainsi qu'aux émissions culturelles ou de formation. De manière plus globale, les trois types d'éditeurs locaux souffrent d'un renouvellement programmatique, de l'âge croissant de leur public et de la difficulté à affronter le passage à un paysage médiatique globalisé ainsi que les évolutions technologiques et des habitudes de consommation des jeunes.

En **Tunisie**, on constate que les médias de proximité manquent souvent de moyens financiers. L'équilibre et la viabilité économique de ces médias reste fragile.

En résumé, on peut dire que les médias de proximité rencontrent quatre grands problèmes dans les pays étudiés. Les deux plus grands problèmes concernent l'aspect économique et la qualité des contenus. Le second groupe d'écueils est relatif à la qualité des ressources humaines et aux problèmes techniques.

L'Albanie, la France, le Maroc, la Roumanie et la Tunisie font partie des pays où les difficultés économiques d'une partie des médias de proximité sont les plus notés.

Pour ce qui est de la qualité et de la diversité du contenu, l'Albanie, la Belgique et la Suisse notent ces difficultés.

En Roumanie, ce sont des problèmes techniques qui sont souvent notés au niveau des médias de proximité.

- **Difficultés des médias de proximité des pays d'Afrique subsaharienne**

Les médias de proximités font face à plusieurs difficultés, liées essentiellement à leur financement. Leur modèle économique ne leur permet pas un fonctionnement optimal dans les pays francophones d'Afrique subsaharienne. Au **Cameroun**, en **Guinée**, en **République Centrafricaine**, au **Togo** et au **Sénégal**, les problèmes rencontrés sont les mêmes : l'insuffisance et la faible formation des personnels, l'insuffisance des équipements techniques et des moyens de développement, la vétusté du matériel, la précarité de certains emplois, le manque d'énergie électrique, etc. Cette précarité impacte négativement la pérennisation de leurs activités. Mais dans un pays en conflit comme la République Centrafricaine, l'existence des médias de proximité est déjà perçue comme une réussite.

Au **Sénégal**, l'autre difficulté importante est l'absence de neutralité et d'impartialité. En effet, certaines radios sont créées par des hommes politiques ou des communautés ethniques qui parfois les utilisent pour faire leur promotion ou versent dans l'exclusion de l'autre, en violation des principes qui les régissent et de leur mission d'intérêt général. Toutefois, cette situation va être dépassée. Selon la loi portant code de la presse, *«aucune licence ne peut être accordée à un parti politique, à une alliance ou groupe de partis politiques, à une ethnie ou un groupe d'ethnies et à une communauté religieuse»*.

En dépit de ces difficultés, les médias de proximité font des sensibilisations et diffusent des programmes sur la santé, l'éducation, l'environnement et la sécurité, thèmes qui sont au cœur des préoccupations réelles des populations locales. Ils contribuent ainsi au développement, à la paix et à la consolidation de la cohésion sociale. Leur principale réussite, c'est l'engouement qu'ils suscitent auprès des populations locales. Régulièrement, ils présentent des faits sociaux et des émissions en langues locales, ce qui facilite la compréhension des faits dans leur réalité par les auditeurs.

A la lecture des résultats présentés en deuxième partie du rapport, il est important (a) de souligner les principales difficultés auxquelles sont confrontés les régulateurs dans leurs activités, (b) de relever les bonnes pratiques de régulation de l'audiovisuel public et des médias de proximité afin (c) de formuler les recommandations qui pourraient permettre d'améliorer les pratiques de régulation dans l'espace des pays francophones membres du REFRAM.

## 6) DIFFICULTES RENCONTREES PAR LES REGULATEURS DANS L'ACCOMPLISSEMENT DE LEUR MISSION DE CONTROLE

Seule une partie des régulateurs évoque des difficultés rencontrées dans leur activité vis-à-vis des médias de service public et des médias de proximité. Nous constatons néanmoins que des tensions naissent très souvent lorsque les régulateurs sanctionnent les éditeurs.

En **Albanie**, les décisions de l'AMA sont obligatoires. L'autorité ne mentionne pas de difficultés entre elle et les éditeurs par rapport à l'application de ses décisions. L'AMA explique que l'opérateur de service public prend bien en compte les suggestions qui lui sont faites.

En **Belgique**, les constats sont à peu près les mêmes. En ce qui concerne l'audiovisuel de service public les sanctions sont rares dans le cadre de la Fédération et l'approche du dialogue est privilégiée avec l'opérateur de service public. Néanmoins, des difficultés liées à l'approche graduelle du contrôle, à l'accès aux outils internes de monitoring et à la simplification des procédures administratives sont relevées.

Les médias de proximité ne font pas l'objet d'un traitement particulier dans ce pays mais, là encore, le régulateur ne relève pas de difficultés.

En **France**, le CSA s'est penché de manière critique sur les méthodes qu'il utilise pour accomplir ses missions. De même, il a mené une réflexion sur les problèmes liés à la définition de ses compétences. Cette analyse l'a conduit à formuler 20 propositions dont les trois points forts sont l'extension du champ de la régulation, l'accompagnement de la transition numérique de l'audiovisuel et la promotion de nouvelles méthodes de régulation. Il

ressort aussi de ces propositions l'affirmation de la spécificité du service public qui devrait permettre au CSA de mieux la réguler, en fonction de ses spécificités.

Au **Liban**, le CNA rencontre actuellement d'énormes difficultés pour accomplir ses missions de contrôle sur les médias. Son budget est réduit et les équipements pour le suivi des médias font défaut. L'une des possibilités envisagées par le CNA consisterait à mandater des privés pour effectuer le monitoring des programmes, mais cette option reste suspendue en raison des difficultés économiques. Le CNA ne semble pas disposer du minimum de dispositif matériel et financier pour effectuer sa mission de régulation correctement.

Au **Luxembourg**, l'ALIA voit ses compétences limitées au fait de veiller au respect des dispositions contenues dans la directive SMA en matière de protection des mineurs, de communications commerciales, de discrimination et de violation de la dignité humaine, etc. L'ALIA n'a pas de compétence pour délivrer des concessions, ni pour surveiller le respect des missions de service public, les chaînes communales, les sites internet des services de médias, et elle n'a pas de pouvoir d'instruction. L'autorité de régulation est donc très limitée dans ses missions et compétences.

Au **Maroc**, la HACA semble effectuer les missions de régulation qui lui sont confiées sans difficultés majeures. Des tensions surviennent lorsque la HACA prononce et communique publiquement des sanctions à l'endroit des éditeurs. En outre, la HACA est aussi limitée dans la mesure où le dispositif normatif semble être en retard par rapport aux convergences technologiques. Ce dispositif ne prend pas assez en compte les aspects de gouvernance et de financement. La HACA est également interpellée sur des manquements dans des contenus numériques pour lesquels elle n'a pas de mandat.

Au niveau de la **Moldavie**, le CCA mène ses missions à bien et n'a pas signalé de difficultés dans la réalisation de cette régulation. S'il déplore l'insuffisance de moyens pour le service public, c'est que la production de programmes diversifiés pose problème. Du reste, le nouveau code des services de médias audiovisuels qui transpose la directive 2010/13 / UE du Parlement européen semble mieux structurer le secteur et, comme dans beaucoup d'autres pays, l'indépendance éditoriale des éditeurs est garantie par la loi.

En **Roumanie**, le CNA ne signale pas de difficultés particulières dans sa mission de régulation. Il semble que la difficulté de l'audiovisuel public à rester dans l'information et l'éducation alors que ses concurrents privés investissent essentiellement dans le divertissement pose problème, d'autant plus que la loi établit le principe de non-ingérence dans le contenu éditorial des éditeurs, principe que le régulateur est tenu de respecter.

En **Suisse**, l'OFCOM qui, rappelons-le, exerce une surveillance et une mission de régulation dans un sens didactique *via* une approche discursive, constate que :

- Les analyses commanditées sont très onéreuses (plus d'un million de francs suisses par année). Leur but serait d'aider les auditeurs et téléspectateurs à se forger une opinion sur la manière dont les éditeurs de contenus remplissent leur mandat de prestation et de fournir ainsi une base pour la discussion publique. Or ces analyses sont finalement très peu connues par le public. Les résultats des recherches sont bien publiés sur le site internet de l'OFCOM (sans commentaires), mais ils ne sont pas relayés par les médias qui font régulièrement l'objet d'une analyse peu flatteuse de la part des chercheurs mandatés par l'office.
- Le fait que l'OFCOM exerce sa surveillance avec grande retenue a induit les éditeurs de contenus à croire qu'ils n'avaient pratiquement pas d'obligations à respecter en termes de prestations de service public. Par exemple, les éditeurs privés interprètent de manière différente leurs obligations de temps de diffusion de l'information locale.

En outre, les méthodes d'évaluation appliquées par les experts indépendants agréés par l'OFCOM pour le contrôle des systèmes externes d'assurance qualité mis en place par les stations de radio et de télévision ne sont pas harmonisées. Ce qui pose donc un problème de compréhension des résultats lorsqu'ils sont fournis par l'un ou l'autre des évaluateurs externes agréés, ayant chacun ses critères.

L'OFCOM est aussi confronté à un manque d'indépendance formelle en tant qu'autorité de régulation. L'OFCOM reste une autorité intégrée dans l'administration centrale et n'a pas la légitimité voulue pour intervenir directement dans les questions liées à l'accomplissement des mandats de service public.

En **Tunisie**, la HAICA semble bien exécuter ses tâches de régulation, en attestent les sanctions qui peuvent être infligées aux éditeurs. Certains éditeurs sont récalcitrants et remettent en cause les décisions prises par la HAICA. Le cadre juridique semble en outre désuet, notamment en ce qui concerne les convergences techniques. Un nouveau projet de loi encore en gestation devrait encourager et favoriser une réforme en profondeur de tout le champ audiovisuel tunisien, et notamment des médias de service public.

Au vu des données recueillies sur les difficultés des autorités de régulation, nous constatons des cas de figure contrastés qui se résument en quelques difficultés majeures. Il y'a d'une part les difficultés administratives (**Belgique**), financières (**Liban**), liées à l'autonomie des organes de régulation et aux méthodes de régulation appliquées (**Suisse**) qui posent problème. Il y'a ensuite les difficultés liées à l'inadéquation de la législation (**Tunisie**), en rapport avec les enjeux du numérique et l'élargissement des champs d'applications et des compétences du régulateur (**France**). Il existe aussi une difficulté pour certaines autorités de régulation d'intervenir étant donné que la loi pose un principe de non-ingérence dans les programmes des éditeurs (**Roumanie, Moldavie**). Ce principe est bien-sûr un avantage pour la liberté d'expression et éditoriale mais empêche quelque peu que le régulateur puisse intervenir contre des déséquilibres au niveau des programmes.

Il y'a enfin un problème d'acceptation par certains éditeurs des décisions ou orientations données par les autorités de régulation (**Tunisie**). Ces décisions donnent lieu à des protestations dans certains pays (**Maroc**).

Du côté de l'Afrique subsaharienne, l'analyse des données fournies par les régulateurs dans leurs réponses fait apparaître plusieurs difficultés quant à l'accomplissement de leur mission de contrôle des médias de service publics comme des médias de proximité.

**La première difficulté pour la plupart des régulateurs d'Afrique subsaharienne est liée au cadre juridique qui encadre le secteur des médias et de la communication.** Dans la majorité des pays, les régulateurs ont une compétence limitée dans le contrôle de l'accomplissement des missions de service public par les médias, contrairement à certains pays européens où le régulateur a un réel pouvoir de contrôle de l'action des médias de service public. C'est le cas de la France ou de la Belgique où le régulateur peut sanctionner un

responsable de médias si des manquements graves sont commis dans l'accomplissement des missions de service public par les médias. C'est aussi vrai dans un pays comme le Maroc dont le cadre juridique modifié vers les années 2009 a conféré au régulateur des réels pouvoirs de contrôle à l'égard des médias aussi bien publics que privés. L'explication de cette difficulté des régulateurs dans les pays d'Afrique subsaharienne est à rechercher dans le fait que dans la plupart de ces pays, les médias sont sous la tutelle du Ministère de la communication, échappant ainsi aux mesures que prennent les régulateurs dans le cadre de leurs attributions. Ces ministères exercent un pouvoir absolu aussi bien en termes de détermination de la politique des médias de service public que du fonctionnement des médias de service public. Dans une telle configuration, il apparaît difficile pour le régulateur, bien que détenteur de l'autonomie fonctionnelle et financière nécessaire, d'exercer sa compétence de contrôle sur les médias de service public parce que la mise en œuvre effective des mesures pour garantir l'exercice de cette mission devient compliquée. Certains pays d'Afrique de l'Ouest ou même du Centre ont commencé à revoir le cadre juridique afin de renforcer les pouvoirs des régulateurs pour mieux assurer leurs contrôles dans l'accomplissement des missions de service public. C'est le cas des pays comme le Tchad, le Burkina Faso ou récemment le Cameroun.

**La deuxième difficulté qui impacte considérablement l'autorité des régulateurs des pays d'Afrique subsaharienne dans le contrôle de l'accomplissement des missions de service public est la dépendance financière face au pouvoir exécutif, c'est-à-dire au gouvernement.** En effet, la majorité des régulateurs, bien que bénéficiant du statut d'autorité indépendante, sont tributaires des allocations et subventions budgétaires du Trésor de leurs pays. Ainsi, la mise à disposition des financements nécessaires à l'accomplissement de leurs missions est liée à la bonne relation entre le régulateur et les médias de service public, qui dépendent du Ministère de la communication en général. Dans un tel contexte, si le régulateur est trop rigoureux dans l'exercice de sa mission de contrôle, il devient difficile d'avoir des bonnes relations avec l'exécutif. Dans un tel scénario, l'exécutif utilise les finances pour limiter les pouvoirs des régulateurs. D'ailleurs, certains régulateurs réfléchissent à la bonne manière de garantir leur indépendance économique et financière, gage du respect de leur indépendance fonctionnelle et financière.

**La dernière difficulté réside dans le mode de désignation des membres des organes de régulation.** La plupart des pays ont un mode de désignation consacré dans la constitution, à des petites nuances près. Dans ces différents modes de désignation, il apparaît que les institutions politiques ont une primauté dans le choix des personnes devant incarner la régulation des médias. Ce mode est très largement critiqué – même par certains membres des organes de régulation, parce que peu favorable à la garantie du contrôle de l’accomplissement des missions de service public. Grâce à ce mode de désignation, les personnalités proches des systèmes politiques apparaissent majoritaires, au détriment des autres organisations faitières et groupements des journalistes ou des médias.



## 7) SYNTHÈSE DES BONNES PRATIQUES

Les bonnes pratiques identifiées de part et d'autre dans le cadre de cette recherche pourront servir de repère aux autorités de régulation qui y trouveront un condensé de perspectives et de solutions adoptées dans d'autres pays francophones, pouvant inspirer leurs initiatives.

En **Albanie**, un premier constat de bonnes pratiques dans la méthode de contrôle adoptée est fait. Il s'agit d'une triangulation combinant des aspects qualitatifs (sur la base des engagements en matière de contenu diffusé par le radiodiffuseur public) et quantitatifs (nombre de canaux ouverts). En outre, l'AMA évalue le contenu publié par le radiodiffuseur public dans le cadre d'examens thématiques. Ces méthodes utilisées pour contrôler les médias soumis à l'autorité de régulation sont très innovantes et inspirantes.

Au niveau de la **Belgique**, l'approche de la régulation par un dialogue inclusif avec les éditeurs est un bon exemple à reproduire. Le CSA belge échange très régulièrement avec les éditeurs et surtout avec les associations faitières. On note également qu'un droit de la défense et de réponse est accordé aux éditeurs lorsqu'ils sont épinglés (dialogue, échange de rapports, auditions) et que le dispositif de contrôle est harmonisé (vade-mecum, formulaires, échantillons). On note également que les rapports annuels du CSA comportent aussi bien des aspects qualitatifs que quantitatifs.

Autre élément de bonne pratique observé au niveau belge : le calcul de la subvention annuelle accordée aux télévisions locales sur la base de quatre critères que sont la production propre, la population de la zone de couverture, l'emploi et la productivité. Nous observons aussi que dans ce pays les médias de proximité ont développé des synergies entre eux, qu'ils ont un positionnement dynamique sur les réseaux sociaux et qu'ils proposent des programmes riches en informations locales et en contenus culturels.

Au niveau de la **France**, le premier constat est la disponibilité d'une kyrielle de statistiques, de données économiques sur les éditeurs, sur la publicité et sur le secteur des médias de manière générale. Il est aussi observé que des Contrats d'objectifs et de moyens (COM) sont conclus entre l'État et l'audiovisuel public. Annuellement, un rapport sur l'exécution du cahier des charges et un avis sur l'exécution des COM sont rendus par le CSA avec des

données qualitatives et quantitatives. Les contacts avec les éditeurs sont très réguliers et des contacts informels en dehors des rencontres et séances formelles sont initiés. Au niveau français, il est aussi observé qu'une attention particulière est accordée aux médias de proximité à travers le FSER (fonds de soutien à l'expression radiophonique locale) avec l'obligation de ne pas dépasser le seuil de 20% du chiffre d'affaire pour les recettes publicitaires d'une certaine catégorie de médias de proximité (catégorie A). En outre, le CSA veille à ne pas autoriser trop de médias de proximité afin d'éviter une dispersion des subventions et de permettre une meilleure maîtrise du secteur.

On observe qu'une attention particulière leur est accordée, ce qui n'est pas toujours le cas dans plusieurs pays. L'existence au niveau local de 16 comités territoriaux de l'audiovisuel (CTA) pour veiller au respect des obligations conventionnelles des médias de proximité est aussi importante.

Au **Luxembourg** également, beaucoup d'efforts sont déployés en faveur des médias de proximité. Certains d'entre eux ont bénéficié d'une subvention étatique dans le contexte d'une initiative gouvernementale en vue de préserver la diversité du paysage médiatique. Etant donné qu'au Luxembourg, les médias de proximité sont des associations sans but lucratif, ils sont exemptés du paiement de la taxe annuelle à percevoir par l'Autorité en matière de surveillance des SMA. Les radios locales sont limitées et ne peuvent avoir recours à la publicité qu'à hauteur de 12.394,78 € par an. En outre, le régulateur peut, en vertu de l'article 16, alinéa 8 de la loi modifiée du 27 juillet 1991, « (...) à la demande du bénéficiaire de la permission et sans nouvel appel public de candidatures, remplacer la fréquence de radiodiffusion inscrite dans une permission par une autre fréquence. » Ces efforts en faveur des médias de proximité au Luxembourg sont à saluer.

Au niveau du **Maroc**, la HACA dispose de méthodes de surveillance des médias très poussées. La HACA procède à l'évaluation de la réalisation des missions de service public par le biais de rapports quantitatifs périodiques, annuels pour les rapports quantitatifs et trimestriels pour les relevés sur le pluralisme. Au niveau quantitatif, la HACA décline ces engagements et obligations quantitatives en quotas, fréquences et pourcentages. La HACA travaille aussi avec un système d'informations qu'il a conçu et breveté à l'échelle nationale et internationale. Les opérateurs effectuent des télédéclarations dans ce système et la HACA les

recoupe avec ses constats. Le logiciel avec ses cinq variantes (HMS Acquisition, HMS Médiathèque, HMS Pluralisme, HMS Genre et HMS bridges) permet entre autres aux éditeurs de se déclarer eux-mêmes, de s'autoévaluer et de faire du monitoring avec des variables qualitatives comme quantitatives.

En outre, il est noté que dans ses démarches de sensibilisation, la HACA insiste sur des éléments importants comme la thématique genre, les questions de migration, la parité et la diversité, entre autres. Elle assiste et participe aux activités organisées par les éditeurs en ce sens. Ces derniers ont pour certains mis en place des comités de Parité et de veille à l'instar de la SNRT ou encore une « Charte 2M pour la valorisation de l'image de la femme » au niveau de la SOREAD 2M.

En **Moldavie**, la méthodologie de veille et de contrôle prévoit des chapitres consacrés à l'identification des informations fausses, de la propagande, de la désinformation, ainsi que des éléments relatifs à la composante genre. De plus, les médias de proximité étant essentiellement communautaires dans ce pays, ces médias sont soumis à des obligations de transparence financière. Le budget du fournisseur de services communautaires est ainsi rendu public en le plaçant sur le site Web ou dans un rapport public.

En **Roumanie**, le CNA effectue une régulation en partie grâce aux plaintes qu'il reçoit. Lorsqu'il examine ces plaintes, le CNA analyse les problèmes dénoncés en audience publique lors de laquelle des discussions ont lieu. En outre, les inspecteurs du CNA effectuent des visites de contrôle lorsque des problèmes sont signalés au niveau de l'audiovisuel public. Au niveau des médias de proximité également des inspecteurs de l'audiovisuel effectuent des contrôles sur place.

En **Suisse**, l'OFCOM a adopté une démarche différente en commanditant régulièrement des études scientifiques auprès d'experts externes qui analysent le respect des mandats de service public. Des sondages sont surtout menés en direction du public pour l'évaluation des programmes. En Suisse, le public est très souvent consulté, en atteste l'initiative visant à supprimer le soutien financier public aux éditeurs de contenus radio et télévision (« Initiative No Billag »). La Suisse est le seul pays au monde où l'adhésion au principe du service public audiovisuel a fait l'objet d'une votation populaire, remportée de haute lutte. L'OFCOM a

aussi introduit le principe de l'implémentation obligatoire par chaque titulaire d'une concession d'un système interne d'assurance qualité.

L'OFCOM entretient aussi des relations avec les éditeurs et leurs associations faitières et met même son service juridique à disposition des éditeurs pour les conseiller sur les aspects de publicité et de parrainage.

Concernant les médias de proximité, trois catégories sont définies et leurs principales ressources sont la publicité, le parrainage et la quote-part de la redevance de réception.

En **Tunisie**, la HAICA dispose d'une unité de monitoring et veille au respect des Contrats d'objectifs et de moyens. La HAICA entretient aussi des relations avec les éditeurs en initiant des rencontres périodiques et des ateliers organisés avec les médias de service public qui ont servi le plus souvent à améliorer les pratiques sur des thématiques telles que le traitement des questions relevant du genre, couverture des élections, respect de la déontologie, indépendance éditoriale etc.

Pour ce qui est des médias de proximité dans ce pays, des subventions sont allouées aux radios associatives sur la base d'appels à projets (aides à la production, renforcement technique et professionnel etc.).

-----

A la lecture des exemples de bonnes pratiques notés dans les pays étudiés, on retiendra certaines pratiques saillantes qui pourraient inspirer des autorités de régulation.

- **Une plus grande indépendance des autorités de régulation et l'élargissement de leur champ d'action :**

L'indépendance des autorités de régulation, notamment leur autonomie administrative et financière, est importante pour leur permettre de jouer pleinement leur rôle. Ici on observe que certains régulateurs éprouvent d'énormes difficultés financières (CNA Liban), d'autres se trouvent très liés aux administrations (OFCOM) et une autre catégorie cherche à disposer de plus de prérogatives pour, par exemple, réguler les contenus sur Internet (CSA France).

- **Une méthodologie de contrôle via une triangulation :**

Il nous semble important de relever l'importance d'un contrôle basé sur des méthodes aussi bien qualitatives que quantitatives. Plusieurs pays étudiés dans le cadre de cette étude mobilisent ces deux méthodes qui, utilisées dans la complémentarité, permettent de mieux contrôler les médias.

- **L'introduction de chapitres thématiques prégnants selon le contexte :**

En Albanie, en Moldavie, au Luxembourg et au Maroc, on observe que de plus en plus des thématiques comme le genre prennent de la place dans la régulation. Que ce soit *via* la sensibilisation ou le contrôle de la place qui leur est accordée, la prise en compte d'un certain nombre de thématiques en rapport avec la spécificité du pays peuvent être utiles.

- **L'appel à des études externes menées avec un prisme scientifique :**

Le cas suisse démontre à suffisance que l'appel à des expertises externes ou à des scientifiques dans l'étude de certains aspects liés à la régulation, peut être utile pour plus de clairvoyance dans les actions et prises de décisions.

- **Des représentants locaux chargés de veiller au respect des obligations des médias de proximité :**

Nous observons qu'en France ou encore en Roumanie ou au Niger, des inspecteurs ou représentants locaux veillent sur place au respect des obligations des médias de proximité. Ceci est très important pour mieux réguler les médias de proximité.

- **La prise en compte du public dans l'évaluation et les prises de décision :**

En Suisse, le public est très pris en compte dans l'évaluation des éditeurs et en amont de prises de décisions importantes auxquelles il est associé par le biais de sondages ou de consultations populaires.

- **Le développement de dispositifs techniques permettant de contrôler les éditeurs et leur permettant de s'autoévaluer :**

L'exemple du Maroc et du Tchad est assez illustratif. Un logiciel développé à cet effet et permettant des télé-déclarations et de autoévaluations est une pratique à perpétuer. Notons aussi que le CSA Belge utilise aussi des méthodes d'autoévaluation par des formulaires.

- **Une approche inclusive et sensibilisation vis-à-vis des éditeurs et de leurs associations faitières :**

Nous notons que la plupart des régulateurs entretiennent des relations avec les éditeurs. Des auditions sont aussi organisées en Belgique par exemple et des audiences publiques en Roumanie. En France, des échanges informels ont lieu quelquefois et au Maroc des sensibilisations se tiennent à l'endroit de ces éditeurs. Globalement, beaucoup de régulateurs font des efforts en ce sens.

- **La prise en compte de la transparence financière et de la gouvernance des éditeurs dans la régulation**

La recommandation du Comité des Ministres aux États membres du Conseil de l'Europe sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété en Europe attirait déjà l'attention sur la gouvernance des éditeurs. On observe dans cette étude que dans des pays comme la France, le régulateur dispose de données financières et prend en compte la régulation au plan économique. En Moldavie, les médias de proximité qui sont des médias de proximité sont soumis à des obligations de rendre public leurs données financières. Ces exemples de bonnes pratiques sont à reproduire.

- **Soutien et taux de publicité des éditeurs de médias de proximité :**

Dans plusieurs pays, des subventions sont accordés aux médias de proximité pour doper la production locale et impacter positivement la diversité. En France, au Luxembourg, en Suisse,

en Tunisie, en Belgique les médias de proximité reçoivent les quotes-parts de redevance et/ou des subventions de l'État. En Belgique, le calcul de la subvention annuelle accordée aux télévisions locales est effectué sur la base de quatre critères ( la production propre, la population de la zone de couverture, l'emploi, la productivité). La définition de critères objectifs et rigoureux auxquels sont tributaires les subventions est un élément moteur de performance des médias de proximité.

Les réponses fournies par les régulateurs dans les pays d'Afrique subsaharienne font ressortir quelques bonnes pratiques en matière de contrôle de l'accomplissement des médias de service public :

**- La surveillance des médias à travers une unité de monitoring.**

La plupart des régulateurs disposent actuellement d'une unité de monitoring, même si leur rayon d'action se résume à la capitale. Cette volonté de disposer d'un outil de contrôle de qualité avec des indicateurs vérifiables est une bonne avancée dans le contrôle des médias par les régulateurs. Le défi est de pérenniser ce contrôle en renforçant la capacité et la qualité de ce contrôle;

**- l'adaptation des moyens de contrôles par des visites de terrains dans les régions et provinces pour combler la couverture des territoires nationales par l'unité de monitoring ;**

**- l'approche méthodologique utilisée par la majorité des régulateurs pour sanctionner les manquements à l'accomplissement des médias de service public.**

En fait, cette approche a le mérite de contribuer au renforcement des relations entre les régulateurs et les médias et ainsi de faciliter le contrôle.

## 8) SUGGESTIONS POUR UN MEILLEUR CONTROLE DES MEDIAS PAR LES REGULATEURS

Cette dernière section de la dernière partie de ce rapport reprend pour l'essentiel les suggestions faites par les autorités de régulation dans leurs réponses au questionnaire.

En **Albanie**, selon l'AMA, un moyen de soutenir l'autonomisation des médias locaux pourrait consister en l'octroi d'une aide financière pouvant leur permettre de financer certains produits ou programmes.

Au niveau de la **Belgique**, les éléments pouvant aider à améliorer le régulateur dans ses tâches pourraient être une approche graduelle du contrôle, un accès aux outils internes de monitoring et une simplification administrative des procédures. En ce qui concerne les médias de proximité, le CSA belge suggère un état des lieux européen et francophone des bonnes pratiques permettant aux télévisions locales de diversifier leurs sources de revenus, de gagner en audience, de trouver une place complémentaire et de rencontrer les attentes de leurs publics dans un paysage médiatique en mutation mais dans lequel l'information et le divertissement de proximité continuent de susciter une demande importante.

Le CSA de **France** a publié 20 propositions pour une régulation audiovisuelle refondée en septembre 2018. Ces propositions peuvent être subdivisées en trois grandes parties :

- Étendre le champ de la régulation ;
- Accompagner la transition numérique de l'audiovisuel ;
- Promouvoir de nouvelles méthodes de régulation.

Un nouveau projet de loi sur l'audiovisuel en gestation en France en 2019 semble prendre en compte une partie des préoccupations contenues dans propositions<sup>50</sup>.

En ce qui concerne le **Liban**, il est impératif, selon le CNA, d'augmenter la dotation en matériel et d'assurer un minimum de moyens financiers pour permettre à l'autorité de régulation de fonctionner et de s'acquitter de ses missions.

---

<sup>50</sup> <https://www.culture.gouv.fr/Actualites/Les-objectifs-du-projet-de-loi-sur-l-audiovisuel>



Au **Luxembourg**, l'élargissement des compétences et champs d'application de l'autorité de régulation serait important. L'autorité pourrait délivrer des concessions, surveiller le respect des missions de service public, les chaînes communales, les sites internet des services de médias, et avoir un pouvoir d'instruction. Ainsi, un renforcement des compétences de l'autorité de régulation dans une nouvelle loi sur les médias électroniques serait de mise.

Au niveau du **Maroc**, la HACA estime que le dispositif normatif reste un peu en retard sur les évolutions technologiques et économiques du pays, notamment en matière de gouvernance et de financement. La HACA pourrait être dotée de compétences sur les contenus numériques par exemple, ce qui lui permettrait de mieux agir. Une meilleure prise en compte des spécificités des médias de proximité serait aussi importante dans ce pays. Une réflexion globale est en cours sur le cadre normatif de la communication audiovisuelle au Maroc.

En **Moldavie**, la notion de prestataire communautaire est encore nouvelle, pour le moment le régulateur ne dispose que des dispositions prévues dans le code. Une réflexion devrait être menée sur le statut mais aussi la régulation des médias de proximité avec leurs spécificités.

En **Roumanie**, les médias de proximité sont essentiellement financés par des fonds privés et sont quelquefois confrontés à des problèmes d'ordre technique. Une meilleure prise en compte des médias de proximité et une réflexion sur leurs sources de financement pourrait être importante, notamment pour la diversité et le pluralisme dans l'environnement médiatique.

Du côté de la **Suisse**, l'OFCOM gagnerait à harmoniser ses méthodes d'évaluation du système d'assurance qualité, à édicter des règles plus strictes fixant le minimum d'informations locales à diffuser chaque jour ouvrable, et à trouver les moyens de mieux intéresser le public aux sondages et informations qu'il lui soumet pour que ce dernier puisse mieux agir et évaluer à son tour. Une plus grande indépendance formelle de l'OFCOM lui permettrait aussi de mieux jouer son rôle.

Le système de redevances et de subventions à l'endroit des éditeurs locaux qui y sont devenus dépendants devrait être repensé et assujéti à des obligations plus strictes. Une réflexion sur la

diversification des moyens de financement des médias de proximité aiderait à mieux développer ce secteur dans ce pays.

En **Tunisie**, le cadre juridique qui régit la HAICA (le DL 116 du 02 novembre 2011) gagnerait à être amélioré pour mieux répondre aux exigences d'un marché en pleine mutation, notamment compte tenu des enjeux liés à l'essor du numérique. Le nouveau projet de loi encore en gestation devrait encourager et favoriser une réforme en profondeur de l'ensemble du champ audiovisuel tunisien et notamment des médias de service public. En ce qui concerne les médias de proximité, le nouveau projet de loi devrait leur consacrer un certain nombre de dispositions pour préciser les conditions d'octroi de licence, l'étendue de leur mandat, leur mode de financement, les types d'infractions et de sanctions etc. La nouvelle loi devrait en outre prévoir un fonds de soutien aux activités de ces radios qui sont, faut-il le rappeler, à vocation non commerciale et dont l'objectif est de promouvoir l'information de la population au niveau local.

Pour assurer un meilleur contrôle de l'accomplissement des missions de service public et des médias de proximité dans les **pays d'Afrique subsaharienne**, il est évident que certaines actions pourraient être initiées au niveau du REFRAM.

Il apparaît important que dans le cadre du réseau, un travail d'harmonisation des missions fondamentales des médias de service public et des mandats dévolus aux médias de proximité soit initié. Cette harmonisation peut se faire à des rythmes et des échelles différents : Ainsi, les pays d'Afrique de l'Ouest ont déjà commencé l'harmonisation des mécanismes de régulation à travers leur plateforme sous régionale. De l'autre côté, les régulateurs des pays d'Afrique centrale rencontrent d'énormes difficultés, mais semblent proches dans leurs pratiques de la régulation des médias.

Le statut juridique des organes de régulation des médias doit être revu dans la plupart des pays pour qu'ils soient tous au moins des autorités de régulations ayant les mêmes fondements juridiques qui garantissent leurs compétences et leur légitimité dans l'accomplissement de leurs missions.

Les médias audiovisuels de service public et les médias de proximité auxquels ce rapport s'est intéressé font appel à des approches et des acceptions diverses dans l'espace francophone. Ce qui traduit toute la richesse et la diversité des pratiques constatées au terme de cette étude. Sur 29 pays du REFRAM concernés par cette étude, 18 régulateurs ont répondu. Ce taux de réponse est déjà indicateur de l'engagement et de la réactivité des membres du réseau. Ce qui est frappant est que le rôle de l'État à travers ses orientations et réformes du secteur audiovisuel est la boussole qui oriente l'action du régulateur. Il appert donc que plus les décideurs politiques sont au fait des tendances et traits saillants à l'œuvre, plus le cadre offert pour le développement des médias de service public et des médias de proximité est adéquat.

Les médias de service public sont tantôt conçus comme des acteurs de l'appareil étatique, relevant de l'action de l'État qui les subventionne et parfois les considère comme étant des vassaux de l'exécutif. Ce dernier peine [l'État], dans certains pays, à se débarrasser de sa conception de « médias d'État ». Dans d'autres cas, nous observons un média de service public indépendant du politique mais en proie à des difficultés d'ordre économique. Le service public est donc tenaillé entre le politique et l'économique comme entre Charybde et Scylla, même si nous observons des efforts considérables qu'il accomplit à maints endroits avec le concours des instances de régulations. À cet effet, il est à noter que dans les pays où le cordon ombilical entre l'exécutif et les médias de service public n'est toujours pas coupé, les relations entre ces derniers et le régulateur peuvent être tumultueuses. Nous avons aussi des pays où les médias de service public sont quasiment cantonnés à des obligations à *minima* et dotés de moyens très restreints, voire inexistants, les obligations de service public étant dévolues aux médias privés dans le cadre des missions qui leur sont confiées. Les médias de service public tendent aussi à se rapprocher au mieux des contrées et communautés locales par le biais d'antennes régionales.

Au niveau des médias de proximité, les deux faces de la pièce comportent d'un côté l'aspect commercial et de l'autre la caractère associatif/communautaire/confessionnel. Notons à ce titre que le caractère confessionnel de certains médias de proximité, alors qu'il est un fait dans certains pays cités *supra*, n'est pas compatible avec la plupart des définitions originelles de cette catégorie de médias développées par les organismes internationaux et les associations de

médias de proximité. Une réflexion sur ce sujet serait intéressante au vu du caractère sensible de ce type de médias à l'heure où particularismes, régionalismes, communautarismes peuvent constituer des « identités meurtrières ».

Une définition claire de différentes catégories de médias de proximité est opérante dans certains pays, avec un accompagnement matériel et/ou financier, tandis que la notion semble être nouvelle pour d'autres pays. Pourtant, existants depuis les années 1940, ces médias de proximité ont pullulé depuis au moins une quinzaine d'années dans une grande partie de pays en voie de développement. Leur reconnaissance juridique et institutionnelle au vu de leur spécificité n'est toutefois pas effective dans la plupart des pays. La diversité de leurs sources potentielles de financement, qui vont du parrainage aux cotisations en passant par les aides d'organisations internationales, la publicité, les redevances et les subventions de l'État, contraste avec l'uniformité des méthodes de contrôle qui leur sont appliquées, quasi identiques à celles que les régulateurs utilisent face aux médias nationaux. Tandis que dans les débats publics sur l'avenir et les perspectives des médias et que le curseur se déplace de plus en plus du côté du numérique, les médias de proximité restent encore de puissants leviers d'information et de formation des populations locales dans la plupart des pays étudiés.

Face à tous ces faits et enjeux, le REFRAM semble prendre la mesure de l'ampleur des chantiers, en attestent les points inscrits à la feuille de route des prochaines années. Ce rapport, qui met en lumière les pratiques des différents régulateurs, leurs difficultés, leurs innovations et les défis auxquels ils sont confrontés, est une contribution au nécessaire débroussaillage des problématiques actuelles qui s'amplifient certainement avec le numérique. Mais avant tout, ce rapport entend fournir un outil à tout régulateur, pouvant permettre de voir ce qui se fait ailleurs et d'adapter les bonnes pratiques à son contexte.

Il appelle aussi à saisir les tendances de privatisation du public, de commercialisation du communautaire, de numérisation des contenus, de standardisation de ce qui devait rester diversifié, et de déséquilibre du triptyque information-éducation-divertissement. Les dispositifs juridiques devraient, dans leur caractère normatif, prendre en compte ces enjeux, à l'instar de la directive SMA, mais de manière plus poussée. Les régulateurs, doivent aller vers une approche plus concertée que coercitive.

La nécessité de poursuivre des échanges intra et inter- réseaux devient aussi importante pour aboutir à de meilleures connaissances mutuelles, globales et de meilleures pratiques locales. La phase de préparation de cette étude, au cours de laquelle nous avons exploré à la fois les sites du RIARC, de l'ERGA, de l'UER, du Conseil de l'Europe et du RIRM en plus des sites disponibles de chaque régulateur, a été importante à ce titre. Ce qui pose aussi la question fondamentale de l'existence, de la transparence et de l'impératif de « découvrabilité » des contenus et activités des autorités de régulation sur Internet.

La question des indicateurs d'analyse de l'indépendance des régulateurs est aussi importante. Il nous semble par exemple important de saisir la méthodologie INDIREG<sup>5152</sup> comme un exemple à suivre pour définir des indicateurs les plus communs possibles au sein du réseau ou au moins dans le cadre d'ensemble sous-régionaux ayant des réalités qui se rapprochent le plus. Ce qui pose encore la question de l'harmonisation, qu'elle soit juridique et/ou institutionnelle.

Nous espérons que ce rapport est le début d'une importation de bonnes pratiques de part et d'autre des régulateurs afin de s'enrichir mutuellement. Il se veut surtout mélioratif et suggestif sur la nécessaire prise en compte du service public médiatique et de la diversité culturelle au travers des contenus.

---

<sup>51</sup> « Indicators for independence and efficient functioning of audiovisual media services regulatory bodies for the purpose of enforcing the rules in the AVMS Directive »

<sup>52</sup> Voir à ce propos le rapport sur l'indépendance des autorités de régulation des médias en Europe : <https://rm.coe.int/1-independance-des-autorites-de-regulation-des-medias-en-europe/168097edca>

## **Annexe 1: Note de méthodologie complémentaire**

Les deux consultants mandatés par l’OFCOM ont organisé le travail de la manière suivante :

A partir de Février 2019, une veille a débuté sur Internet pour effectuer les premières lectures de la littérature sur la question. Des rapports de l’UNESCO ainsi que plusieurs sites institutionnels de réseaux de régulateurs ont été explorés afin de glaner des informations de base sur ces derniers. En parallèle, les premières réunions de coordination ont été effectuées avec l’OFCOM afin de planifier la suite de l’étude.

En mars 2019, en s’inspirant du document de projet rédigé par l’OFCOM, les consultants ont ébauché un questionnaire standard destiné à toutes les autorités de régulation membres du REFRAM. Suite aux retours et échanges entre l’OCFOM et les consultants, une version définitive a été arrêtée et envoyée à partir du 25 mars 2019 aux adresses disponibles dans la fiche de contacts transmise par le commanditaire.

Plusieurs relances, d’abord par courriel, et ensuite téléphoniques s’en ont suivi pour inciter les enquêtés à répondre au questionnaire.

Il est à noter qu’il était prévu d’administrer des questions aux médias de service public et aux médias de proximité. Il a été demandé à la plupart des régulateurs de transmettre des contacts de ces structures. Un exercice périlleux consistant à appeler chaque média afin d’avoir un interlocuteur au niveau de sa direction et de pouvoir lui envoyer le questionnaire a été amorcé. Il s’agissait aussi de l’envoyer aux associations faitières des éditeurs. Deux associations faitières (en Suisse et en Belgique) ont répondu aux questions sur leurs relations avec le régulateur. La barrière linguistique avec des répondants aux standards ne maîtrisant pas la langue française ou anglaise, le coût des appels téléphoniques internationaux et le temps important consacré à cette entreprise qui peinait à donner les résultats escomptés nous a poussé, de concert avec l’OFCOM, à abandonner cette piste de recherche, pourtant prometteuse si nous avions eu des interlocuteurs au niveau des directions avec lesquels les autorités de régulation nous avaient directement mis en rapport. Pour rappel les deux

consultants ont travaillé chacun sur une zone définie. L'un sur l'Afrique subsaharienne francophone et l'autre sur les pays de l'Europe et de la Méditerranée.

Nous avons donc travaillé sur la base des réponses aux questionnaires fournies par les instances de régulation, complétées par des lectures de documents scientifiques sur la question. Des fiches thématiques résumant les réponses aux questionnaires ont aussi été réalisés par les chercheurs. Ces fiches thématiques simplifient la lecture des réponses aux variables contenus dans le questionnaire dans la mesure où certaines réponses d'instances de régulations dépassaient une trentaine de pages, d'où la nécessité de ce travail de résumé.

Une trame de rédaction du rapport a été discutée par les consultants en juin et la rédaction débutée. Les échanges avec l'OFCOM ont continué jusqu'à sa présentation lors de la conférence des présidents du REFRAM du 6 au 7 Septembre 2019 à Tunis et pour la validation de la présente version finale du rapport en octobre 2019.

# QUESTIONNAIRE

**Institution :**

**Pays :**

**Contact :**

## **1. Informations générales sur le contexte de la régulation**

- 1.1. Nombre de personnes employées auprès de l'autorité de régulation audiovisuelle compétente (en termes d'équivalents plein temps)
- 1.2. Budget de fonctionnement de l'autorité de régulation audiovisuelle
- 1.3. Quelques chiffres clé décrivant le paysage radiophonique et audiovisuel de votre pays :
  - 1.3.1. Nombre de stations et de programmes de radio/de télévision soumis au contrôle de l'autorité de régulation audiovisuelle (par catégories [programmes nationaux, régionaux, locaux, commerciaux ou associatifs])
  - 1.3.2. Nombre de stations et de programmes de radio/de télévision pas soumis au contrôle de l'autorité de régulation audiovisuelle diffusés dans votre pays (par catégories [programmes nationaux, régionaux, locaux, commerciaux ou associatifs])
  - 1.3.3. Importance des différentes catégories de programmes/d'éditeurs de contenus sur l'échiquier médiatique de votre pays (si des études d'audience sont effectuées : taux de pénétration/parts de marché des différentes catégories d'éditeurs, coûts moyens d'exploitation par catégorie ou autres indicateurs)
- 1.4. Optionnel : toute autre information susceptible de faciliter la compréhension du contexte spécifique de la régulation de votre pays



## **2. Mise en œuvre des obligations de service public**

- 2.1. Quels sont le statut, la mission et les obligations des médias de service public dévolus à certains/tous les éditeurs de contenus radio et télévision dans votre pays ? Quelles bases légales et règlementaires définissent la mission de service public ?
  
- 2.2. Quelle méthodologie et quels outils de mesure sont utilisés par l'autorité de régulation audiovisuelle pour contrôler le respect et le degré d'accomplissement des obligations de service public par les éditeurs ? Et à quelle fréquence s'exerce ce contrôle ?
  
- 2.3. Quels constats principaux résultent des contrôles de l'accomplissement des obligations de service public par les éditeurs audiovisuels y assujettis ? (bonnes et mauvaises pratiques des éditeurs)
  
- 2.4. L'instance de régulation de votre pays a-t-elle déjà pris des mesures incitatives ou coercitives à l'endroit des médias ayant des obligations de service public ?  
  
Si oui : quelles en sont les causes et quels en sont les effets ? (Prière mettre en copie les décisions et ou avis) ?
  
- 2.5. Quelles sont les difficultés rencontrées par le (s) média (s) ayant des obligations de service public pour remplir leurs missions normatives dans votre pays ?
  
- 2.6. Comment jugez-vous la qualité des relations entre l'autorité de régulation et les éditeurs de contenus (médias) radio/télévision assujettis à des obligations de service public ?

- 2.6.1. A quelles occasions/à quels intervalles l'autorité de régulation entretient-elle des contacts avec les éditeurs de contenus assujettis à des obligations de service public ?
- 2.6.2. L'autorité de régulation organise-t-elle des manifestations communes avec les associations faîtières des éditeurs de contenus?
- 2.6.3. Ces contacts ont-ils servi à résoudre de manière informelle des problèmes inhérents à l'accomplissement des obligations de service public ? Si oui : décrivez brièvement ces cas. Si non : de quelle manière les contentieux entre autorité de régulation et éditeurs de contenus trouvent-ils leur issue ?
- 2.7. Dans quelle mesure / dans quels domaines le(s) média(s) assujettis à des obligations de service public dans votre pays appliquent-ils ou observent-ils les recommandations et/ou sanctions de l'autorité de régulation ?
- 2.8. Par quels moyens l'autorité de régulation veille-t-elle au respect des principes de l'indépendance éditoriale des éditeurs et de l'équité de traitement lors de sa surveillance de l'accomplissement des obligations de service public ?
- 2.9. Quels sont les avantages et inconvénients du cadre législatif et réglementaire pour la fonction de contrôle de l'autorité de régulation et que préconisez-vous pour l'améliorer et renforcer le rôle de cette autorité ?

### **3. Médias de proximité**

- 3.1. La législation de votre pays a-t-elle prévu des médias de proximité ? si oui : comment sont-ils définis dans votre législation ? Le candidat doit-il remplir des conditions particulières pour obtenir une licence/concession de média de proximité ?
- 3.2. Quels sont les mandats spécifiques dévolus aux médias de proximité selon votre législation ?

- 3.3. Comment sont financés les médias de proximité dans votre pays ? La législation de votre pays a-t-elle prévu des mécanismes d'appui à ces médias ?
- 3.4. Existe-t-il un ou plusieurs types de médias de proximité selon votre législation (p.ex. à financement commercial, respectivement à caractère associatif)? Si oui citer les types de médias de proximité prévus par votre législation.
- 3.4.1. Combien votre pays compte-t-il de médias de proximité (par catégorie) ?
- 3.4.2. Quelle est l'importance de ces différentes catégories de médias de proximité sur l'échiquier médiatique de votre pays (taux de pénétration/parts de marché, coûts moyens d'exploitation, nombre de collaboratrices et collaborateurs ou autres indicateurs) ?
- 3.5. L'autorité de régulation audiovisuelle utilise-t-elle des méthodes et outils de mesure spécialement adaptés aux médias de proximité pour contrôler le respect et le degré d'accomplissement de leurs obligations ?
- 3.6. Quels sont les principaux constats effectués par l'autorité de régulation quant à l'accomplissement des leurs obligations par les médias de proximité ? quelles sont les principales difficultés que rencontrent les médias de proximité pour remplir leurs mandats ? quelles sont leurs principales réussites (bonnes et mauvaises pratiques) ?
- 3.7. La situation spécifique des médias de proximité a-t-elle des incidences particulières sur la pratique de surveillance de l'autorité de régulation face aux médias de proximité, soit au niveau formel de la procédure (procédures simplifiées, investigations allégées pour l'établissement des faits, justification sommaire dans les décisions), soit lors du choix des mesures adoptées dans les décisions (interprétation des principes de proportionnalité, équité et d'égalité) ?
- 3.8. Le cas échéant, que préconisez-vous pour améliorer le cadre légal et/ou réglementaire des médias de proximité afin de leur permettre de mieux assumer leurs mandats ?

### Annexe 3: Fiche thématique :

<b>Fiche descriptive</b>	
<b>Institution :</b>	
<b>Pays :</b>	
<b>Contact :</b>	
<b>1. Informations générales sur le contexte de la régulation</b>	
1.1. Personnel :	
1.2. Budget de fonctionnement de l'autorité de régulation audiovisuelle :	
1.3. Nombre des médias :	
<b>2. Mise en œuvre des obligations de service public</b>	
2.1. Statut des médias de service public et fondement juridique :	
2.2. Méthode de contrôle et fréquence par le régulateur :	
2.3. Bonnes et mauvaise pratiques :	
2.4. Mesures prise par le régulateur :	
<b>Causes et effets</b>	
2.5. Difficultés des médias de service public :	
2.6. Appréciation des relations régulateurs et média de service public	
2.7. Respect des mesures du régulateur par les médias de service public :	
2.8. Moyen d'action du régulateur pour le respect des principes de l'indépendance et de l'équité par les médias de service public	
2.9. Avantages et inconvénients du cadre juridique existant :	
<b>3. Médias de proximité</b>	
3.1. Existence des médias de proximité, leur définition et les conditions de création :	
3.2. Les mandats spécifiques dévolus aux médias de proximité :	
3.3. Financement des médias de proximité dans votre pays :	
3.4. Types de médias de proximité	
3.4.1. Nombre de médias de proximité (par catégorie) :	

3.4.2. <i>L'importance de ces différentes catégories de médias de proximité sur l'échiquier médiatique de votre pays :</i>	
3.5. Outils adaptés aux médias de proximité pour contrôler le respect et le degré d'accomplissement de leurs obligations :	
3.6. Constats effectués par l'autorité de régulation (Bonnes et mauvaises pratiques) :	
3.7. Incidence des médias de proximité sur le régulateur :	
3.8. Suggestions pour améliorer le cadre légal et/ou réglementaire des médias de proximité :	

Ces fiches descriptives ont été remplies pour chaque organe de régulation ayant répondu au questionnaire adressé. Elles sont disponibles sur le site du REFRAM pour les membres du REFRAM.

Pour plus d'informations sur les ressources du REFRAM rendez-vous sur le site: <https://www.refram.org/>

### **Sources et Bibliographie :**

Ouvrages, articles et rapports consultés sur la régulation :

ADJOVI, Emmanuel V. (2003), *Les instances de régulation des médias en Afrique de l'Ouest : Le cas du Bénin*, Karthala.

AGBOBLI, Christian et LOUM, Ndiaga (2016), « Régulation et autorégulation de la communication médiatique au Sénégal et au Togo: État des lieux et critiques en contexte électoral », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, no 1, p. 33-49.

DE LA BROSSE, Renaud (2013), *Médias et démocratie en Afrique : l'enjeu de la régulation*, Bruxelles, Bruylant.

FRERE, Marie-Soleil (2016), *Journalismes d'Afrique*, De Boeck Supérieur.

JREIJIRY Roy, « L'impact sociopolitique et communicationnel sur Télé Liban : l'agonie du service public audiovisuel », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2013/2 (n° 14/2), p. 83-94. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2013-2-page-83.htm>

La Radiotélévision de service public: Une sélection de bonnes pratiques, Responsables éditoriaux : Indrajit Banerjee et Kalinga Seneviratne, UNESCO, 2005.

TOZZO, Émile A. « La réforme des médias publics en Afrique de l'Ouest. Servir le gouvernement ou le citoyen ? », *Politique africaine*, vol. 97, no. 1, 2005, pp. 99-115.

Webographie (lois, définitions, recommandations, décisions) :

[https://www.rtf.be/entreprise/a-propos/nos-missions/detail\\_les-missions-de-la-rtbf?id=9302311](https://www.rtf.be/entreprise/a-propos/nos-missions/detail_les-missions-de-la-rtbf?id=9302311)

Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Létard), version consolidée au 20 Juin 2019.

Constitution fédérale de la confédération suisse du 18 avril 1999 (état le 23 septembre 2018)

<https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19995395/index.html>

Décret coordonné sur les services de médias audiovisuels (version consolidée par le CSA au 21 août 2018)

Date de référence : 21 août 2018 <http://www.csa.be/documents/2882>

[http://amarc.org/documents/Principes\\_RC\\_5\\_mai\\_2008.pdf](http://amarc.org/documents/Principes_RC_5_mai_2008.pdf)

<http://ama.gov.al/wp-content/uploads/2016/09/Njoftim-per-media-2-mars-2017-eng.pdf>

<http://ama.gov.al/wp-content/uploads/2016/09/Njoftim-per-media-29-maj-2017-eng.pdf>

<https://fr.unesco.org/viabilité-médias-communautaires/notes-dorientation/définition>

[Recommandation N° R \(96\) 10 du Comité des Ministres aux Etats membres sur la garantie de l'indépendance du service public de radiodiffusion, 11 septembre 1996.](#)

[Déclaration du Comité des Ministres sur la garantie de l'indépendance du service public de radiodiffusion dans les Etats membres \(adoptée par le Comité des Ministres le 27 septembre 2006, lors de la 974e réunion des délégués des ministres](#)

[Recommandation CM/Rec\(2007\)3 du Comité des Ministres aux Etats membres sur la mission des médias de service public dans la société de l'information](#)

[Recommandation CM/Rec\(2007\)2 du Comité des Ministres aux Etats membres sur le pluralisme des médias et la diversité du contenu des médias.](#)

[Recommandation 1878 \(2009\) sur le financement de la radiodiffusion du service public](#)

[Recommandation CM/Rec\(2012\)1 du Comité des Ministres aux Etats membres sur la gouvernance des médias de service public](#)

[« Brève présentation des dernières lignes directrices et activités du Conseil de l'Europe pour promouvoir les médias de service public. »](#)

<https://www.ebu.ch/fr/about/public-service-media>

<https://www.ifj.org/fr/salle-de-presse/nouvelles/detail/article/les-journalistes-europeens-souhaitent-un-manifeste-en-faveur-des-valeurs-de-service-public-dans-lau.html>

<http://legilux.public.lu/eli/etat/leg/loi/1991/07/27/n1/jo>

<http://legilux.public.lu/eli/etat/leg/rgd/1992/06/19/n1/jo>

[https://te.public.lu/fr/participations/etablissements\\_publics/radio\\_1007.html](https://te.public.lu/fr/participations/etablissements_publics/radio_1007.html)

<http://www.haca.ma/fr/dahir-n°1-04-257-du-7-janvier-2005-portant-promulgation-de-la-loi-n°-77-03-relative-à-la>

Exemple du Cahier des charges de la SOREAD 2M,

[http://www.haca.ma/sites/default/files/upload/documents/Cahier%20de%20Charges%20M%20VF\\_0.pdf](http://www.haca.ma/sites/default/files/upload/documents/Cahier%20de%20Charges%20M%20VF_0.pdf).

Code de la République de Moldavie relatif aux services de médias audiovisuels, n° 174 du 8 novembre 2018. Publié officiellement le 12 décembre 2018 au Monitorul Oficial n° 462-466.

Andrei Richter, Moldavie Nouveau Code relatif aux services de médias audiovisuels, Université d'Europe centrale, in IRIS 2019-3:1/24, <https://merlin.obs.coe.int/iris/2019/3/article24.fr.html>

<http://lex.justice.md/viewdoc.php?action=view&view=doc&id=378387&lang=1>

LEGE Nr. 41 din 17 iunie 1994 (Republicată) [http://www.cna.ro/LEGE-Nr-41-din-17-iunie-1994,2196.html?var\\_recherche=n.%2041%2F1994%20](http://www.cna.ro/LEGE-Nr-41-din-17-iunie-1994,2196.html?var_recherche=n.%2041%2F1994%20)

[http://www.cna.ro/IMG/pdf/LEGEA\\_AUDIOVIZUALULUI\\_nr\\_504\\_din\\_2002\\_CU\\_MODIFICARILE\\_LA\\_ZI\\_IUNIE\\_2019.pdf](http://www.cna.ro/IMG/pdf/LEGEA_AUDIOVIZUALULUI_nr_504_din_2002_CU_MODIFICARILE_LA_ZI_IUNIE_2019.pdf)

<http://www.cna.ro/DECIZIE-Nr-220-din-24-februarie.html>

<https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Travaux-Autres-publications/Les-comptes-rendus-et-les-bilans-des-radios-publiques/Rapport-sur-l-execution-du-cahier-des-missions-et-des-charges-de-Radio-France-Annee-2017>

<https://www.csa.fr/Arbitrer/Espace-juridique/Les-textes-reglementaires-du-CSA/Avis-du-CSA-au-gouvernement/Avis-n-2018-10-du-12-decembre-2018-relatif-au-rapport-d-execution-pour-l-annee-2017-du-contrat-d-objectifs-et-de-moyens-conclu-entre-l-Etat-et-Radio-France>

<https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/medias-electroniques/informations-concernant-les-diffuseurs-de-programmes.html>

<http://www.acm.gov.tn/upload/1410083987.pdf>

<https://www.tns-ilres.com/news/tns-ilres/2018/etude-tns-ilres-plurimedia-luxembourg-2018i/>

## **Présentation des auteurs du rapport:**

### **El Hadji Malick NDIAYE:**

En charge des pays d'Europe et de la Méditerranée francophone dans cette recherche, il est chercheur junior en Sciences de l'Information et de la Communication et travaille sur les questions de la régulation, de l'information numérique et de des dérives journalistiques. Au cours de sa jeune carrière, M. NDIAYE a également accumulé diverses expériences en tant que chargé de projets et de communication dans plusieurs structures. Il a notamment été Volontaire international au siège de l'OIF à Paris où il a travaillé à la Direction de la Francophonie économique et numérique et à la Direction des Affaires politiques et de la Gouvernance démocratique en 2018.

### **Aime ROBEYE RIRANGAR:**

De nationalité tchadienne, Monsieur RIRANGAR est chargé dans le cadre de cette recherche des organes de régulations des pays membres du REFRAM de la zone Afrique subsaharienne. Il est Juriste de formation et titulaire d'un Doctorat en droit à l'Université Jean Moulin Lyon 3 (France). Il travaillait au moment de cette recherche comme Directeur des Affaires Juridiques et Coopération Internationale à la Haute Autorité des Médias et de l'Audiovisuelle (HAMA) du Tchad. Il travaille actuellement comme Spécialiste programme, Chef de l'Unité Gouvernance du bureau PNUD Tchad.