PROPOS LIMINAIRE DU MINISTRE – « RENDEZ-VOUS DU GOUVERNEMENT »

*** 25 Juillet 2019 –Auditorium de la Primature ***

Préséances,

Mesdames, Messieurs, chers amis de la presse,

La communication est la base d'une société démocratique. C'est en informant les citoyens de ce qui se passe et des raisons pour lesquelles certaines choses se font qu'ils peuvent se forger leur propre opinion.

La Côte d'Ivoire, dès son accession à l'indépendance en 1960, a mis la communication au cœur de son action de développement. Cela s'est traduit par la création des médias de service public, à savoir l'Agence Ivoirienne de Presse (AIP) en 1961, la Radiodiffusion Télévision Ivoirienne (RTI) en 1963, le Groupe Fraternité Matin en 1964 et Ivoire Média en 1970.

Aussi, un département lui est dédié dans la constitution des différents Gouvernements depuis la naissance de notre jeune Nation.

Cependant, le contexte mondial, et la vulgarisation des moyens et outils de communication, rendent sa gestion de plus en plus complexe. Pour y faire face, la Côte d'Ivoire, depuis bientôt huit (8) ans, a fait le choix de lui rendre toute sa place en la redynamisant et en la diversifiant.

Si les défis restent grands, force est de constater la détermination du **Président de la République, SEM Alassane OUATTARA**, à tout mettre en œuvre pour le rayonnement de ce secteur.

Mesdames, Messieurs,

Conformément aux missions qui nous ont été assignées par **le Premier Ministre, SEM Amadou Gon Coulibaly**, nous avons décidé, dès notre prise de fonction à la tête de ce ministère, de porter la réflexion sur

l'ensemble des problématiques de l'écosystème de la Communication et des Médias.

Ainsi, à la suite des états généraux de la presse de 2012, et des travaux qui ont suivi, nous avons formulé, de façon inclusive, en atelier avec l'ensemble des acteurs du secteur et les partenaires techniques et financiers, le document cadre de **Politique Nationale de la Communication et des Médias - PONACOM** 2019 / 2023.

Il en résulte que notre secteur peut être scindé en quatre (04) grands axes et porter autant de stratégies de développement :

- La Presse ;
- L'Audiovisuel ;
- Les Nouveaux Médias ;
- et la Communication Publicitaire.

Communication et Médias en Côte d'Ivoire : Enjeux et Perspectives ! Je présenterai donc, au cours de cet exercice :

- L'état des lieux ;
- L'action du gouvernement ;
- Les résultats obtenus et enfin ;
- Les perspectives dans chacun de ces secteurs d'activité.

Chers amis journalistes,

<u>Au titre de la stratégie de développement de la Presse :</u>

La libéralisation de l'espace politique ivoirien a eu pour corollaire l'éclatement du paysage médiatique marqué par la parution de nombreux organes d'informations.

Ainsi, le secteur de la presse a connu une décennie extrêmement dynamique, de 1990 à 2000, qualifiée de « printemps de la presse ivoirienne ».

Ce vent de liberté stimulé par le foisonnement de l'expression politique et médiatique a généré la création de 181 titres en seulement cinq années

(1990 – 1995). Ce dynamisme était marqué par la diversité et la qualité des titres ainsi que le bon rapport tirages/ventes.

En 2017, soit un peu plus de 20 ans plus tard, le Conseil National de la Presse (CNP) devenu Autorité Nationale de la Presse (ANP) dénombre 84 publications dont 20 quotidiens.

Aujourd'hui, il ne reste plus sur le marché de la consommation de l'information qu'une cinquantaine de titres - quotidiens et périodiques confondus - qui tirent en moyenne moins de 120 000 exemplaires quotidiens et en vendent à peine 30%, soit 70% d'invendus.

Au regard de ce constat, l'on peut dire que la presse ivoirienne est en crise depuis au moins une vingtaine d'années. Cette situation, selon une étude menée par l'UNESCO en 2017, est caractérisée par :

- La perte de confiance du lectorat ;
- La perte de crédibilité du journaliste ;
- La baisse vertigineuse des ventes et ;
- La dégradation de l'image de la corporation liée au manque de professionnalisme, et au non-respect de l'éthique et de la déontologie.

Notons cependant que la morosité économique du secteur des médias, et plus particulièrement de la presse écrite, n'est pas un phénomène propre à la Côte d'Ivoire.

En Afrique, en Europe ou ailleurs dans le monde, la situation des médias n'est pas plus reluisante, singulièrement au cours de ces deux dernières décennies, avec l'avènement de canaux concurrents portés par l'Internet (réseaux sociaux, web médias, etc), qui offrent des contenus tout aussi intéressants que réguliers.

Afin d'adresser efficacement les problématiques de ce secteur le Gouvernement Ivoirien a entamé d'importantes réformes :

Ainsi, au plan règlementaire et structurel :

- La loi du 27 décembre 2017 portant régime juridique de la presse a été adoptée. Elle prend en compte les nouveaux types de médias,

qualifie la fonction du journaliste et renforce plus encore le principe de la liberté de la presse en supprimant toutes les peines privatives de liberté ;

- La loi du 23 décembre 2013 relative à l'accès à l'information d'intérêt public et aux documents publics a également été adoptée, créant la Commission d'accès à l'information d'intérêt public et aux documents publics (CAIDP) afin de renforcer l'accès de la presse aux sources publiques d'information et aux actes de l'administration ;
- Le Conseil de l'Ordre du Mérite de la Communication et des Médias a été investi afin de valoriser le mérite du journaliste professionnel et du professionnel de la communication ;
- L'Autorité Nationale de la Presse, mise en place en remplacement du Conseil National de la Presse, vient mieux réguler le secteur ;
- L'Institut des Sciences et Techniques de la communication (ISTC) créé en 1992 est devenu un institut polytechnique et propose un large panel de formations ;
- A cela s'ajoute la reconduction des mesures d'accompagnement de 2012 pour l'entreprise de presse et de communication audiovisuelle visant notamment à exonérer de droits de douane et de TVA certains intrants des entreprises de presse.

Au plan opérationnel :

- L'aide publique de l'Etat, de 2009 à 2018, s'élèvent, de façon cumulée à environ 9 milliards de FCFA, dont 700 millions pour le financement de la formation et des études,6 milliards affectés aux subventions et dons et 2,5 milliards constitutif d'un fonds de garantie des emprunts bancaires. Le FSDP a ainsi financé le renforcement des capacités managériales des chefs d'entreprise, encouragé l'innovation et la modernisation, et subventionné les entreprises de presse ;
- En outre, par appui financier et organisationnel du FSDP, la Mutuelle sociale des Médias (MS Média) a été créée pour une meilleure politique sociale en faveur des journalistes et professionnels de la communication ; Le professionnel, adhérent, est désormais couvert à hauteur de 80% de ses dépenses médicales et dispose d'un fonds de solidarité qui soutient les évènements heureux ou malheureux ;
- Quant à la distribution des journaux, le maillage territorial est aujourd'hui de 97%, 31 des 32 régions du pays recevant l'intégralité des titres de presse.

Toutes ces actions ont permis à notre département d'enregistrer des résultats notables :

- De 2011 à 2019, notre pays a gagné 88 places, au classement mondial de Reporters Sans Frontières, passant de la 159eme à la 71eme place dans la défense de la liberté de la presse et la protection des journalistes ;
- La prise en charge sociale des journalistes et professionnels de la communication est en amélioration constante ;
- -les chefs d'entreprise, les journalistes et les professionnels du secteur ont vu leurs capacités renforcées ;
- L'accompagnement à l'innovation et à la modernisation des entreprises est une réalité.

En termes de perspectives :

- Un projet de décret élargissant les champs d'intervention de l'organe en charge de l'aide publique aux médias a été déposé au Secrétariat Général du Gouvernement ;
- Nous continuerons, avec l'ANP, à veiller au renforcement de la régulation économique des entreprises afin de généraliser l'application de la convention collective ;
- Nous travaillons également sur l'accès à la publicité institutionnelle par les médias privés et la mise en place d'une politique d'abonnement groupé au niveau des institutions gouvernementales ;
- Nous allons poursuivre le plaidoyer pour une augmentation continue de l'aide publique au médias ;
- En matière de distribution, l'ambition est de couvrir l'entièreté du territoire, en élargissant et diversifiant les canaux de diffusion des produits de presse ;
- Il est également prévu la mise en place de mécanismes de surveillance et de certification de la diffusion des titres pour garantir les chiffres de la presse papier à savoir le dénombrement, le tirage, et la diffusion.

Mesdames et messieurs,

<u>Au titre de la stratégie de développement de l'Audiovisuel :</u>

En Côte d'Ivoire, les médias sont régis par la loi du 27 décembre 2017 portant régime juridique de la communication audiovisuelle. Des concessions de service public ont été signées entre l'État et des entreprises privées de radiodiffusion et de télévision.

Le paysage audiovisuel ivoirien s'est enrichi ; Ce sont 192 radios dont 3 de service public, 5 à vocation commerciales, 178 non commerciales, 5 radios étrangères et une radio institutionnelle qui émettent dans notre pays. Par ailleurs, 86 radios sont accessibles par satellite en Côte d'Ivoire.

Nous observons tout de même quelques difficultés, principalement au niveau des radios rurales locales, créées par l'Etat en 1995 pour accompagner les initiatives et activités de développement socio-économique.

Avec l'avènement de la Télévision Numérique Terrestre (TNT), effective depuis son lancement le 08 février 2019, le nombre de chaines disponibles évolue : 07 éditeurs de programmes (dont 3 du service public et 4 télévisions commerciales) ainsi que 2 opérateurs de bouquets ont acquis la licence de diffusion sur le réseau TNT.

Sur le segment de la réception par satellite, 496 chaînes de télévision sont également disponibles.

Tous ces changements ont naturellement conduit le Gouvernement à prendre les textes d'application nécessaires à l'encadrement du secteur.

Ainsi, la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA), qui en est le régulateur, a connu une profonde réorganisation pour tenir compte du nouvel environnement.

La Radiodiffusion Télévision Ivoirienne (RTI) a été scindée en deux entités, RTI et SIDT (Société Ivoirienne de Télédiffusion), avec pour mission respective l'édition de programmes et la diffusion des chaînes.

Pour une meilleure pénétration de la TNT auprès des populations, plusieurs textes règlementaires ont été pris et notamment ceux relatifs à :

- L'interdiction d'importation des équipements non compatibles à la norme retenu pour la TNT ;
- L'homologation du kit de réception ;
- L'importation libre et l'exonération de droits de douane et de TVA du kit de réception ainsi que son plafonnement.

Ces deux derniers textes contribuent à accompagner substantiellement les ménages les plus défavorisés et, afin de permettre à toutes et à tous de bénéficier de la nouvelle technologie, des campagnes de communication sont en cours, à Abidjan comme à l'intérieur du pays.

L'environnement nouveau, créé par cette migration, a également conduit le Gouvernement à mieux outiller les médias de service public afin d'amorcer avec succès la libéralisation de l'espace audiovisuel.

Toutes ces actions ont permis à notre département ministériel d'obtenir des résultats notables. Ce sont entre autres :

- -La libéralisation de l'espace audiovisuel avec la disponibilité de plusieurs chaînes de télévision et de radio ;
- La disponibilité de la TNT à Abidjan et environs soit 25% de la population ;
- La meilleure familiarisation des populations avec la TNT qui, selon le dernier baromètre Médiamétrie, ont à 85% l'intention de s'équiper.

En termes de perspectives, nous prévoyons :

- La mise en service de 6 autres centres émetteurs, couvrant 60% de la population à la fin de cette année et 100% au 17 juin 2020, date prévisionnelle de l'extinction du signal analogique ;
- La mise en place d'une structure de gestion de la mesure des audiences pour dynamiser le segment publicitaire en Côte d'Ivoire.
- L'extension de l'aide publique aux médias au secteur de l'audiovisuel ;
- La prise en compte du secteur audiovisuel mobile ;
- La création du Conservatoire National de l'Audiovisuel en charge de la gestion des archives audiovisuelles ;
- Le lancement de RTI 3 et la disponibilité de 4 nouvelles chaînes de Télévision (Life TV, NCI, 7Infos) et de 2 opérateurs de bouquet payants (TELENUM et STARTIMES) à partir de septembre 2019 sur le réseau TNT ;
- Et la formulation d'un plan de viabilisation des radios rurales locales.

Mesdames, et messieurs, chers amis de la Presse,

<u>Au titre de la stratégie de développement des Nouveaux Médias :</u>

La notion de nouveaux médias qualifie des œuvres faisant appel aux technologies de l'information et de la communication dans leur processus de réalisation ou comme supports de création.

En Côte d'Ivoire avant 2011, les organes de production d'informations numériques n'étaient pas pris en compte dans les textes de loi se rapportant à la Presse, provoquant une insuffisance du cadre juridique.

Les journalistes ne bénéficiaient pas de formation adéquate, leur permettant d'appréhender les aspects innovants du numérique. En outre, les médias de services publics étaient peu présents sur les plateformes digitales.

Ces dernières années, avec la démocratisation de l'internet et l'augmentation continue du nombre d'abonnés à internet mobile (près de 13,5 millions selon le dernier rapport de l'ARTCI), l'on note une forte progression, en terme de présence, des médias en ligne :

- 124 organes sont répertoriés par l'ANP à ce jour ;
- Et le Réseau des Professionnels de la Presse en Ligne de Côte d'Ivoire dénombre 2 Web TV, 3 Agences de Presse et 9 agrégateurs.
- Le secteur emploie environ 500 personnes, dont 262 journalistes.

Cependant, le rapport de juillet 2018 de l'Observatoire des Médias Numériques en Côte d'Ivoire (OMENCI) souligne le non-respect du code d'éthique et de déontologie du journaliste par plusieurs organes de presse en ligne et précise, entre autres, des écueils tels que :

- Des articles partiaux et non équilibrés ;
- Des chapeaux sensationnels n'ayant aucun lien avec le contenu de l'article ;
- Des productions non signées ;
- Ou le non-respect de la protection des droits de l'enfant.

Ce secteur est également marqué par la prolifération des fausses nouvelles dites FakeNews.

Fort de ce constat, le Gouvernement a entrepris plusieurs actions :

Au plan réglementaire et structurel, les lois Audiovisuelle et Presse de 2017 ont élargi les prérogatives de l'ANP et de la HACA au champ du numérique.

Au plan opérationnel plusieurs initiatives à fort impact ont également été réalisées.

Le FSDP a financé le renforcement des capacités des acteurs de la presse par le biais de formations techniques telle que la maitrise des techniques rédactionnelles web, le web journalisme, la monétisation de la presse pour la vente en ligne etc.

Il a également appuyé les éditeurs de presse pour la création de rédactions en ligne et le développement du portail pressecotedivoire.ci, plateforme de distribution numérique des journaux.

En outre, le FSDP soutient l'initiative Radios Synergie, site de partage de productions radios portée par l'Union des Radios de Proximité de Côte d'Ivoire.

Notons également que l'ensemble des procédures d'identification et d'accréditation des journalistes et professionnels de la communication sont, depuis Mai 2019, entièrement dématérialisées.

Ces différentes mesures ont permis d'obtenir les résultats suivants :

- La disponibilité des journaux en version numérique en temps réels dans le monde ;
- L'extension des interventions de l'ANP et de la HACA à régulation des nouveaux médias ;
- L'enrichissement des programmes numériques des radios ;
- La célérité dans le traitement des procédures administratives.

Par ailleurs, il est prévu, sous peu :

- L'analyse, par le Gouvernement, d'un projet de Loi relatif à la lutte contre les fausses nouvelles et la manipulation de l'information ;
- La mise en place, avec les opérateurs de l'écosystème, d'une plateforme de vérification des faits afin de lutter contre la prolifération des fausses nouvelles ;
- La création d'un incubateur des médias, destiné à accompagner, former, promouvoir les acteurs de l'innovation numérique dans le secteur de la Communication et des Médias.

Mesdames et messieurs,

Au titre de la stratégie de développement de la Communication Publicitaire :

La communication publicitaire, associée majoritairement à la communication vers les clients, sert à capter l'attention et agir sur les comportements souhaités par les annonceurs.

Outre l'aspect commercial, la publicité permet également de transmettre des messages sociaux économiques et institutionnels.

On estime à plus de 385 milliards d'euros le budget publicitaire mondial.

En Côte d'Ivoire, avec un chiffre d'affaires évalué à environ 30 milliards de Francs CFA, le secteur de la communication publicitaire, très attractif, présente une variété de métiers parmi lesquels les agences-conseils, au nombre de 70, et 177 régies publicitaires.

Pourtant, en dépit de son dynamisme certain, le secteur de la communication publicitaire est en proie à de nombreuses difficultés telles que la vétusté du cadre juridique, se traduisant par une anarchie dans le segment de l'affichage.

En effet, d'après une récente étude du BNETD, 8776 panneaux publicitaires jonchent actuellement les rues du district d'Abidjan qui, selon les professionnels du secteur, ne peut, conformément aux textes en vigueur, en accueillir que 3000.

Vous constatez, Mesdames, Messieurs, que cet excès, au-delà des aspects d'esthétisme et de pollution visuelle, est également source d'insécurité routière et de dégradation de l'environnement.

A cela s'ajoute la concurrence déloyale aux professionnels agréés, perpétrée par des personnes physiques ou morales, non-autorisées à exercer. Ces derniers implantent des dispositifs sans autorisation **conjointe** du Conseil Supérieur de la Publicité et des collectivités territoriales.

Tout naturellement, le Gouvernement a pris les mesures qui s'imposaient :

- En adoptant, **le projet de loi portant régime juridique de la communication publicitaire** pour une organisation pertinente et adaptée du secteur ;
- Et en créant **la Brigade** de lutte contre les manquements aux obligations de la communication publicitaire.

Sur le plan opérationnel :

- La procédure d'identification des dispositifs publicitaires a permis de recenser 1629 dispositifs irréguliers dans les 13 communes du District Autonome d'Abidjan dont 30%, totalement inconnus et aujourd'hui démantelés ;
- Une salle de pige a été acquise pour un meilleur contrôle de la diffusion des messages publicitaires et une protection renforcée des consommateurs ;
- Les annonceurs sont régulièrement sensibilisés aux obligations de la communication publicitaire.

Vous l'aurez compris, en prenant à bras le corps les différentes problématiques de la Communication Publicitaire, **nous ambitionnons également de créer une autorité administrative indépendante, autorité de régulation du secteur**.

De même, la mise en service, très prochaine, du système national publicitaire d'information géographique donnera, en temps réel, les éléments de gestion de l'affichage publicitaire ;

La vaste opération de réorganisation des dispositifs dans le District Autonome d'Abidjan qui s'en suivra facilitera d'autant plus l'assainissement du territoire ;

Et enfin, vous vous en doutez, nous travaillons à plus d'efficience dans la gestion de la publicité sur internet et les chaînes cryptées.

Mesdames, Messieurs, Chers amis,

Nous arrivons au terme de mon intervention. Le domaine de la communication et des médias étant très vaste, et notre mission, très inspirante, j'espère vous avoir transmis toute la passion qui m'anime.

A présent, je me tiens à votre disposition pour toutes vos questions.

Je vous remercie.

Propos de fin

Permettez-moi de remercier le Centre d'Information et de Communication Gouvernemental (CICG) ; l'ensemble des médias présents ainsi que mes collaborateurs pour l'organisation de cette conférence de presse.

Je remercie également l'ensemble des responsables des Autorités de régulation et des Structures sous-tutelle qui ont effectué le déplacement.

A mes amis journalistes, partenaires du secteur, merci également pour votre présence, et les échanges constructifs que nous venons d'avoir.