

INDÉPENDANCE DES MÉDIAS ET MODÈLES ÉCONOMIQUE : Le Bénin a du mal à retrouver sa marque

par Gérard Guèdègbé

Commissioned by
KAS Media Programme Subsahara Africa
60 Hume Road
Dunkeld,
2196
Johannesburg,
South Africa



KAS Media Africa



@KasMedia

Indépendance des médias et modèle économique : Le Bénin a du mal à retrouver sa marque

Les citoyens ordinaires soulèvent de temps en temps des préoccupations quant à l'indépendance des médias et des journalistes, étant donné la mauvaise qualité du contenu publié chaque jour et les assauts répétés dont les journalistes professionnels sont victimes soit de la part de leurs gouvernements, soit de personnes détenant un pouvoir politique ou économique. Dans son [index sur la liberté de la presse](#) en 2020, Reporters Sans Frontières a classé le Bénin à la 117ème place, soit une baisse de 17 points par rapport au score de l'année précédente. Commentant la situation de la liberté de la presse au Bénin, on pouvait lire : *« Le paysage médiatique du Bénin est l'un des plus pluralistes de la région et ses journalistes jouissent d'une grande liberté d'expression. Cependant, les médias d'État ont peu couvert les activités de l'opposition depuis que Patrice Talon est devenu président en 2016, et les médias ont été soumis à une surveillance étroite. Des « lignes directrices » pro-gouvernementales en matière de rapports sont souvent envoyées aux médias après les réunions du cabinet ».*

Les médias sont souvent décrits comme le « quatrième pouvoir », un terme qui fait référence au rôle de « chien de garde » de la presse, un rôle essentiel pour une démocratie qui fonctionne. Il met en évidence le rôle central que les médias sont censés jouer dans la régulation des pouvoirs en donnant des informations d'intérêt public mais aussi et surtout, il souligne la contribution des médias à la réalisation du « droit des citoyens à l'accès au savoir ». Le pluralisme des médias est désormais un baromètre, une base de la promotion de la démocratie, car il donne lieu à l'émergence d'opinions et de points de vue différents et confère une légitimité relative à la représentativité de la voix des citoyens dans la prise de décision publique. Au lendemain des années 90, qui représente le point de départ du véritable processus de démocratisation de la plupart des pays d'Afrique, le pluralisme des médias a pris forme et s'est développé au cours des trois dernières décennies. Une question fondamentale est de savoir si ce pluralisme, plus quantitatif, a porté les fruits attendus par la qualité de sa contribution au processus démocratique.

Il ne fait l'ombre d'aucun doute que l'exercice du mandat des médias a été gravement entravé par des facteurs de diverses natures, tant internes qu'externes. Ainsi, l'objectif de cet article est d'examiner dans quelle mesure le modèle économique des médias a été un facteur déterminant pour préserver ou restreindre leur indépendance.

L'engagement du « quatrième pouvoir » de se tenir aux portes de la promotion des valeurs démocratiques au sein de la société constitue la base de ce mandat, très habilement illustré par l'image du « chien de garde ». La raison d'être sociale d'un journaliste est d'être au rendez-vous du droit de savoir du citoyen en fournissant des informations d'intérêt public. Aujourd'hui, les professionnels des médias, ainsi que le public, continuent de s'interroger sur ce qu'il reste de ce rôle de chien de garde face aux misères généralisées et aux défis de développement auxquels sont confrontées les populations.

Aujourd'hui plus qu'hier, la société se trouve confrontée à de [nouvelles menaces et défis](#) auxquels les médias doivent s'adapter pour jouer au mieux leur rôle. Le développement des technologies de l'information et de la communication a rendu les crimes et la corruption qui affaiblissent les piliers de la bonne gouvernance plus sophistiqués. Mieux encore, les effets du changement climatique nous montrent le profil d'une nature victime d'un surmenage apocalyptique, avec une chaleur meurtrière et des pluies torrentielles, comme à l'époque de Noé. En outre, les menaces habituelles à la sécurité ont été aggravées par le fléau du terrorisme qui a souillé la terre de meurtres barbares et aveugles, parfois sous l'œil vigilant des forces de sécurité. En plus du SIDA et du cancer, des maladies émergentes comme le virus Ébola ou le virus de Lassa ont montré les failles de notre système de santé et ont remis en question les théories et les hypothèses de nos courageux chercheurs avec l'actuelle pandémie de Covid-19.

Le schéma le plus inquiétant est qu'aujourd'hui, les pouvoirs politiques et monétaires, ainsi que les groupes d'influence, ont infiltrés le terrain de la liberté de la presse, déployant massivement leur arsenal liberticide, donnant ainsi crédit à l'image du journaliste français Edwy Plénel, qui pense que : « *Les médias sont comme des petits poissons face à de grands requins dans une mer polluée* ».

Et donc, face à ces nouveaux défis contemporains, qui tendent à élargir les marges des privilégiés pour restreindre celles de la majorité silencieuse victimes de l'injustice sociale, il faudrait s'attendre à voir le « chien » monter la garde plus efficacement. Ce que nous observons au lieu de cela, ce sont des citoyens inquiets de voir de plus en plus de journalistes non professionnels dans les salles de rédactions, et une presse corrompue, manipulée, qui entretient une morosité intellectuelle, et qui a tourné le dos à l'intérêt public, en faveur de l'image et de la bonne volonté des plus forts.

Dans un tel contexte, les gens sont parfois tentés de croire que les acteurs des médias ont oublié leur mandat de chien de garde public. Les plus gros requins semblent avoir avalé les petits poissons qui sont censés porter la voix des sans voix. Il est évident qu'avec la sévère précarité du niveau de vie, le journaliste est fortement exposé aux chocs extérieurs de l'environnement pollué, soigneusement préparé pour appâter sa liberté, son indépendance et ainsi mettre en déroute son honnêteté, sa crédibilité et son éthique. Cependant, nous ne pouvons pas traiter la question de la rémunération des professionnels des médias sans scruter en profondeur le profil d'une entreprise de presse typique au Bénin et dans la sous-région.

Il faut dire que nous avons assisté, ces dernières années, à une prolifération quasi désordonnée de titres de journaux, qui ne sont pas, en majorité, portées par de véritables entreprises médiatiques dotées de structures adaptées. La plupart d'entre elles sont des entreprises sans vision, objectif ou structure entrepreneuriale digne de ce nom. Ils se mobilisent souvent pour donner forme à la relation incestueuse occasionnelle entre la presse et les puissances monétaires, entre les politiciens, le pouvoir et ses antennes dans l'appareil administratif, notamment dans les entreprises publiques. Ces journaux, qui deviennent des outils d'influence et de propagande pour des intérêts spécifiques, font la pluie et le beau temps, et, à l'approche d'une élection, n'hésitent pas à fouler aux pieds les règles élémentaires d'éthique et de déontologie qu'ils sont censés observer, et ce en toute conscience. Les manchettes des journaux sont remplies d'insultes, de calomnies, et de diffamations et diffusent, dans un langage bâclé, de fausses nouvelles dont le seul but est de discréditer les opposants politiques de leurs soutiens financiers. Avec un marché publicitaire déstructuré, réduit et fortement teinté de favoritisme, il leur faudrait encore bien survivre après la manne électorale. Ainsi, les journalistes se retrouvent piégés dans une servitude douillette qui les oblige à privilégier l'intérêt particulier au détriment de l'intérêt public. Nous sommes désormais plus sensibles à l'image des autorités locales ou étatiques qu'au gain réel que les populations peuvent tirer de l'action publique. Le présent article est une réflexion qui se propose de partir de l'exemple du développement des médias au Bénin au lendemain des années 1990 pour interroger et explorer les raisons sous-jacentes de la perte croissante de l'indépendance des médias. À cette fin, la base d'analyse sera la viabilité des modèles économiques des médias africains, en particulier les journaux privés.

La nouvelle aube du pluralisme des médias

La crise économique aiguë et les tensions politiques et sociales qui ont émergé vers la fin des années 80 ont précipité la chute des régimes militaro-marxistes, y compris celui du Bénin. L'ardoise laissée par la mauvaise gouvernance, la violation des droits de l'homme et la corruption n'a pas plaidé en faveur du maintien de ce régime qui a trouvé une issue par l'organisation de la Conférence des Forces Vives de la Nation tenue à Cotonou du 19 au 28 février 1990. Ces assises historiques, qui ont lancé les processus démocratiques non seulement au Bénin mais aussi partout ailleurs sur le continent africain, ont établi la liberté d'expression et de la presse comme principe de choix à promouvoir dans la nouvelle ère qui s'ouvre.

La Constitution béninoise du 11 décembre 1990 est venue graver dans la loi fondamentale cette volonté exprimée par le peuple. L'article 8 de la Constitution oblige donc l'État à offrir à ses citoyens un accès égal à l'information. L'article 23 stipule que *« toute personne a droit à la liberté de pensée, de conscience, de religion, de culte, d'opinion et d'expression dans le respect de l'ordre public établi par la loi et les règlements »*. Tout cela est clairement réaffirmé dans l'article 24 de ladite Constitution qui stipule que : *« La liberté de la presse est reconnue et garantie par l'État. Elle est protégée par la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication dans les conditions fixées par une loi organique »*.

Les mois et les semaines qui ont suivies ont vu fleurir les journaux. D'une dizaine de publications en 1989, on pouvait compter plus de 40 journaux en 1991, donnant une nouvelle vie à la liberté nouvellement acquise de s'exprimer sur des questions politiques et socio-économiques sans craindre pour les journalistes de se retrouver derrière les barreaux quelques heures après la publication d'informations critiquant le pouvoir en place. Chaque matin, l'information politique dominait les premières pages de la plupart des journaux privés. Leur contenu, plus incisif et plus critique que celui de leurs collègues des médias de service public, remettait régulièrement en cause la gouvernance de la transition démocratique en cours. Les responsables politiques ont pris conscience du rôle catalytique de cette jeune presse dans les grands bouleversements sociopolitiques de l'époque. Présent à la conférence franco-africaine de la Baule en France en juin 1990, le Général Mathieu Kérékou, alors Président de la République du Bénin n'avait pas manqué de s'étonner du rôle déterminant joué par la presse dans le changement politique intervenu dans son pays quelques mois plus tôt : *« Ce sont les journalistes qui sont responsables de la situation actuelle, c'est comme s'ils étaient enragés. Nous-mêmes,*

nous ne les avons pas reconnus. » Cet aveu d'impuissance à l'égard du contrôle de la presse redonna confiance aux citoyens qui voyaient en la presse un contre-pouvoir efficace capable de les informer des agissements des dirigeants élus en leur nom. Ces citoyens la trouvaient aussi capable de faire écho de leurs difficultés quotidiennes et des espoirs de la majorité silencieuse auprès des pouvoirs publics. Les affaires d'État comme les scandales économiques faisaient les gros titres de la plupart des journaux, et les débats contradictoires sur les questions sociopolitiques étaient parmi les programmes privilégiés des citoyens ordinaires. Golf TV, la première chaîne de télévision privée émettant à Cotonou rayonnait à l'époque par son émission politique dominicale intitulée « Ma part de vérité ». « *Nous étions tous enthousiasmés le dimanche à 10 h lorsque résonnait le générique de l'émission de Golf TV sur nos écrans* ».

« *Nous étions friands de la presse avec le vif espoir de voir les préoccupations du peuple portées aux oreilles des dirigeants, mais tout cela n'a duré que le temps d'un feu de paille* », regrette Anatole Gbetoessan, professeur de philosophie dans la capitale Porto Novo, au sud-est du Bénin.

Quelques printemps avant la fin des années 90, la plupart des observateurs du secteur médiatique avaient remarqué un changement de ton dans plusieurs journaux. Le premier signe fut la fermeture anticipée de la plupart des journaux qui eurent fleuri dans les années 1990. Seule une douzaine de publications, pour la plupart teintées par les couleurs des différentes forces politiques et économiques en place, ont survécu. Parmi les quotidiens qui ont pu passer cette crise, on pouvait citer [*Le Matinal*](#) et [*Le Matin*](#), deux quotidiens de premier plan appartenant à des professionnels des médias qui se sont également révélés être des gestionnaires efficaces. La jeune et vigoureuse presse s'essouffla face aux contraintes économiques. Les coûts élevés des intrants de « production » du journal et un lectorat restreint et irrégulier ne pouvaient pas répondre aux besoins de financement des médias.

Reconnaissant dans son ouvrage « *Logique marchande et financement de la presse au Bénin* » que le secteur de la presse est en peine, François Awoudo pointe du doigt le poids influent des 'bailleurs ' politiques et les hommes d'affaires qui s'érigent désormais en « maîtres du jeu » en dictant le contenu éditorial des journaux sous leur coupole. Il cite, au nombre des difficultés inhérentes à cette étonnante mutation de la presse, « le coût élevé des productions, la non-maîtrise des charges d'exploitation, la faiblesse de distribution des journaux, un marché publicitaire non réglementé et une fiscalité peu favorable au développement de la presse ».

À la suite de cette situation dramatique, nous avons constaté une détérioration des conditions de vie et de travail des journalistes et autres professionnels des médias. Promis à un salaire mensuel variant entre [40 euros et un peu moins de 200 euros](#) pour les plus chanceux, un journaliste n'avait d'autre choix que de s'en tenir à des moyens de survie précaires dont, par exemple, le tristement célèbre « *per diem* »¹ ou communiqué final, une sorte de prime à la corruption qui a totalement effrité la dignité du journaliste professionnel.

La formation des journalistes au Bénin n'a été structurellement cimentée qu'en 2009 lorsque le gouvernement introduisit la création de l'école de journalisme à l'Université Nationale. Ce fut la première institution académique à offrir un diplôme en journalisme « Made in Bénin ». Auparavant, ceux qui en avaient la chance avaient pu fréquenter des écoles régionales de journalisme comme le [CESTL](#), une école de formation en journalisme et communication rattachée à l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar créé en 1995 avec pour mission de «former des journalistes et des techniciens de l'information capables d'opérer en Afrique et partout dans le monde, d'évoluer dans le monde de l'information et de la communication et de devenir des experts en la matière. »

La plupart des journalistes opérant dans les médias publics ont bénéficié de bourses d'études offertes par l'Union soviétique à la République populaire du Bénin dans les années 80 pour soutenir un allié du système révolutionnaire marxiste-léniniste. Ainsi, la plupart des journalistes qui, à l'époque, ont fait preuve de professionnalisme et de savoir-faire au moins sur les aspects techniques, ont été envoyés dans diverses écoles de journalisme. De nos jours, avec des écoles privées de journalisme qui surgissent ici et là, il est vrai qu'il y a une amélioration importante en termes de possibilités d'accès à la formation, mais le principal défi reste que la plupart des programmes proposés sont théoriques. Cependant, une ou deux exceptions méritent d'être mentionnées. L'[Institut supérieur des Métiers de l'Audiovisuel](#) (ISMA) a été fondé en 2006 autour de « valeurs pédagogiques claires, d'un cursus pertinent, d'investissements techniques réguliers, d'un corps enseignant de haut niveau, de partenariats de qualité pour un objectif précis : la professionnalisation des étudiants ». L'ISMA est l'une des meilleures écoles de journalisme, et appartient à Marcellin Zannou, un ancien colonel des douanes et professeur d'université.

¹ Dans ce contexte, un *per diem* est une somme perçue par un journaliste en échange de la publication d'articles favorables à l'émetteur du *per diem*.

Dans son article « *Liberté de la presse et 'affairisme' médiatique au Bénin* », le journaliste Emmanuel Adjovi conclue que : « *La perception des per diem par le journaliste viole ainsi le droit du public à des informations vraies : le journaliste « perdiémisé » s'efforce de voir les aspects positifs de la manifestation à laquelle il assiste, et sa relation des faits relève plus de la communication que de l'information.* »

Il est évident que l'une des causes de la *perdiémisation* du journalisme est la faible rémunération des journalistes au Bénin qui ne permet pas aux journalistes d'assumer le coût de la vie. Dans le tableau ci-dessous, on peut voir que les journalistes ne gagnent généralement pas assez leur vie, ce qui les rend perméables à toute une série de pratiques répréhensibles. En effet, si vous travaillez dans le secteur privé du journalisme, le salaire maximum attendu est inférieur à 200 euros par mois. Dans le pire des cas, certains journalistes ne gagnent parfois rien du tout.

Classe	Catégorie	Salaires en CFA	Salaires en Euros
I AGENTS D'EXECUTION	1	28 000	<u>42,68</u>
	2	30 000	45,73
	3	35 000	53,35
	4	40 000	60,97
II AGENTS DE MAITRISE	1	60 000	91,46
	2	65 000	99,08
	3	75 000	114,32
III CADRE ET ASSIMILES	1	88 000	134,14
	2	98 000	149,39
	3	112 000	170,73
	4	120 000	<u>182,92</u>

Grille des salaires applicables aux personnels de la presse au Bénin du 20/03/2008

Source : [Convention collective applicable au personnel de la presse en République du Bénin](#)

Cette situation de précarité aiguë dans le secteur médiatique n'a pas aidé leurs praticiens à œuvrer pour sauvegarder le rôle de la presse en répondant avec honnêteté et crédibilité au droit de savoir des citoyens. Cela précipitera ce dernier dans un abîme abyssal où il deviendra la proie des chapelles et des régimes politiques désormais assurés d'apprivoiser le chien de garde pour en faire un chien de compagnie. Dans ce contexte, le mot chapelles fait référence à des partis politiques ou à des intérêts commerciaux ayant des ramifications politiques comme dans le cas d'un certain journal, « *Les Échos du Jour* », créé en 1997 et dirigé par l'ancien Directeur de publication du journal d'État *Ehuzu*, Maurice Chabi. Ce journal, qui était une source d'information crédible pour les lecteurs, parvenait à épargner son principal « partenaire », le richissime homme d'affaires et leader politique Sefou Fagbohoun, de la critique,

Chapelles et régimes politiques à la barre !

Au cours de la décennie 1996-2005, correspondant aux deux mandats du président Kérékou sous l'ère démocratique, la presse béninoise, malgré ses difficultés de survie et son modèle économique fragile qui a transformé ses acteurs en géants de la communication pour les partis politiques et les intérêts économiques, a pu garantir un espace de diversité de ton et d'opinions sans gêne majeure des dirigeants politiques de l'époque. C'était le cas du président Kérékou qui ne manqua aucune occasion de déclarer son vœu de « ne jamais poursuivre » un journaliste devant un tribunal pour diffamation. Cette garantie débloqua davantage la liberté d'expression au point que certains praticiens en abusèrent en sapant les règles de base de l'éthique et du code de conduite journalistique. Ce vent de liberté fit bondir le pays dans le classement mondial de [Reporters Sans Frontières](#), qui lui décerna la première place en 2002 en Afrique et la 21^e place dans le monde. Bien que la plupart des journaux ne jouissaient que d'une indépendance circonstancielle vis-à-vis de leurs partisans politiques ou commerciaux, des informations d'intérêt public étaient présentes dans les journaux car une jeune équipe de journalistes et de vieux « soldats » de la profession montaient la garde. Ils étaient friands des grands reportages, d'enquêtes sur les problèmes sociaux et de la corruption qui tourmentaient l'administration publique ou la gouvernance des entreprises d'État. Une parfaite illustration de ce journalisme de chien de garde est le chef-d'œuvre « *Bénin : Une démocratie prisonnière de la corruption* », publié en 2007 par Wilfried Hervé Adoun et François K. Awoudo, deux journalistes de grande réputation intellectuelle et professionnelle qui ont su sortir de l'ombre les impressionnants dossiers de corruption qui ont émaillé les régimes des présidents Mathieu Kérékou et Nicéphore Soglo de 1990 à 2006. On pouvait lire sous la plume de ces deux

auteurs que : *« ces quinze dernières années, les affaires de corruption n'ont pas cessé de s'entasser dans les allées du pouvoir. Les scandales financiers qui défraient la chronique dans ce pays de l'Afrique de l'Ouest se succèdent et se ressemblent tous en impunité et en audace. »*

2006 et après, le changement de cadence !

Dès les premières heures de son accession au pouvoir en 2006, le président Boni Yayi a affiché son ambition d'entretenir une relation privilégiée, sinon exclusive, avec la presse. Avec la presse privée, il y a eu, entre autres, les contrats signés par le gouvernement afin qu'elle rende compte plus ou moins exclusivement des actions de la nouvelle équipe sans laisser trop de marge à l'analyse critique par d'autres segments de l'arène politique. La télévision nationale a fermé ses micros et éteint ses caméras sur les leaders des partis d'opposition qui n'avaient pour recours que les médias privés dont certains ont su garder un bout de leur liberté pour jouer le jeu d'équilibre et permettre une expression des voix discordantes au régime. Certains, en guise de punition, étaient soumis au harcèlement fiscal et autres formes d'intimidation. Ceux qui ne trouvaient pas leur compte avec le gouvernement en place vivaient en concubinage avec les parties adverses bien que la « manne » n'avait pas la même ampleur. Les affaires d'État comme l'affaire dite « d'empoisonnement et de coup d'État » et les grands scandales financiers faisaient les choux gras de la presse et certains jouaient les maîtres chanteurs des mis en cause en se livrant à une guerre par presse interposée.

Wilfried Léandre Houngbédji, journaliste et écrivain, fit le même constat dans son ouvrage « Liberté et Devoir de Vérité », publié en Avril 2008, lorsqu'il écrivit : *« Depuis avril 2006, nous avons fait du chemin, mais sans doute dans le sens de la régression. Si du temps du président Kérékou, la presse était infantilisée, avec l'avènement de Boni Yayi au pouvoir, il semble qu'elle soit, pour l'essentiel, mise aux ordres, à coups de billets de banques. »*

En 2016, le régime connu sous le nom de Rupture du président Patrice Talon est entré avec un maintien presque identique du régime de servitude économique qui a contraint la plupart des médias à voir les actions du locataire de la Marina, le palais présidentiel de Cotonou, uniquement sous l'angle d'exploits jamais égalés. Le gouvernement du président Talon a brièvement suspendu les contrats en cours avec l'ancien régime, mais on a assisté quelques semaines plus tard au retour de ces « contrats ». Chaque matin, certains journaux

affichent des titres presque similaires scandant les « succès » du gouvernement. Commentant l'état de la liberté d'expression au Bénin en 2018, Franck Kpocheme, alors président de l'Union des Professionnels des Médias du Bénin, a déclaré : *« Si nous sommes vraiment des entreprises de presse, ce ne sont pas seulement les contrats publicitaires du gouvernement qui nous aideront à nous épanouir. Il faudrait chercher des ressources ailleurs. Nous devrions être indépendants du gouvernement. ... C'est à nous de dire non. »*

"Vous ne pouvez pas vous attendre à ce qu'un tigre devienne végétarien en lui jetant un morceau de viande tous les matins"

S'il est facile de voir que la presse ne joue pas suffisamment son rôle de chien de garde, il est tout aussi paradoxal de voir avec quelle hypocrisie intellectuelle nos autorités, les acteurs de la société civile et l'opinion publique viennent porter le procès de la presse sans chercher à définir les sources, les motivations et les responsabilités collectives et individuelles de chacun. Il est évident que la précarité financière, normative et réglementaire dans laquelle les médias crouissent aujourd'hui est une condition nécessaire et une occasion propice à la confiscation de leur liberté et de leur indépendance. Il est également facile de comprendre qu'un média bien formé, régulé selon des normes et des principes précis, et jouissant d'une indépendance financière, pourra échapper aux griffes des manipulateurs. L'état comateux et cahoteux de la presse reste la seule garantie d'assurance pour ceux qui souhaitent négocier l'indépendance des médias en échange de billets de banque.

Dans le contexte actuel, la situation empire car la plupart des journaux sont créés sans business plan et sans modèle de revenus solide. La plupart des propriétaires de ces nouveaux journaux sont des journalistes qui ont quittés leurs anciennes maisons de presse pour se lancer dans le secteur des médias. Ils obtiennent des fonds auprès de dirigeants politiques ou de propriétaires d'entreprises pour acheter des ordinateurs et des équipements afin d'aider à imprimer leurs premiers numéros. Certains n'auront pas à payer un loyer car le journal est hébergé dans la maison du parrain, qui paie également l'eau courante et l'électricité.

Le modèle économique de l'entreprise de presse aujourd'hui

James Madison (1809-1817), qui fut le quatrième président des États-Unis de 1809 à 1817, écrivit le 4 août 1822 : *« Un gouvernement populaire sans information populaire ou sans les moyens de l'acquérir n'est qu'un*

prologue à une farce ou une tragédie, Le savoir gouvernera toujours l'ignorance ; et un peuple qui veut se gouverner lui-même doit s'armer du pouvoir que confère le savoir. »

Cette réflexion de Madison remet sur le tapis l'épineuse question du coût d'une information de qualité, gage de l'indépendance requise pour permettre aux médias d'accomplir leur mission dans un processus démocratique. Du format de revenus adopté dépendra le niveau d'indépendance du média en question, et c'est justement la raison d'être du modèle économique dans le développement d'une presse indépendante aujourd'hui.

Le modèle économique d'un média, qu'il soit audiovisuel, imprimé, ou en ligne, peut se définir comme étant l'ensemble des produits et services mis en œuvre par celui-ci et qui traduit son modèle de rentabilité. Autrement dit, il s'agit d'un système de « production de revenus » qui permet de « faire vivre » une entreprise de presse. Dans les médias traditionnels qui sont des plateformes mono-format, le modèle économique est à sens unique. Prenant l'exemple de la presse écrite, les sources de revenus sont soit la vente au numéro, par abonnement ou par les réseaux de distribution comme le kiosque, la vente à la criée etc..., soit par la publicité. Bien que les chiffres sur le Bénin ne soient pas disponibles, il est aisé de prendre l'exemple d'un pays voisin comme la Côte d'Ivoire pour analyser et cerner la tendance régionale en matière de modèle économique de la presse. Dans une communication prononcée à l'occasion du dialogue multi-acteurs sur la coopération digitale et la confiance des citoyens dans les médias, organisé par le Programme Dialogue Politique en Afrique de l'Ouest de la Fondation Konrad Adenauer, M Samba Koné, Président de l'Autorité Nationale de la Presse a peint un tableau sombre de l'état des revenus dans la presse ivoirienne. Il mentionna que le « *chiffre d'affaires de la presse quotidienne nationale est passée de plus de 5 milliards en 2005 à moins de 2 milliards en 2019, soit une chute de 65 % en une quinzaine d'années* ». « *Certains titres, parmi ces 20 quotidiens vendent à peine 10 % de leur tirage, soit 500 exemplaires par jour...* », se désole M. Koné avant de conclure « *... qu' en dessous de 30 % de vente, un journal n'est pas rentable et doit disparaître du marché* ». Cette baisse drastique des revenus de la presse écrite qui traduit logiquement un désintérêt certain du lectorat pour l'offre de contenu proposée s'explique selon lui par les constats tels que le caractère politiquement orienté de l'information publiée, les partis pris trop excessifs, les atteintes à la vie privée, les publications d'informations inexacts et tronquées, ainsi que la publicité déguisée en article d'information. Cette tendance bien que voisine au Bénin se confond parfaitement avec la situation actuelle dans la presse locale. À part une vingtaine de titres dont la

majorité n'est quotidienne que de nom, car frappée du syndrome d'irrégularité de parution, les journaux paraissent et disparaissent au même rythme au bout de quelques jets de publications.

La perte de revenus de la presse a eu comme conséquence logique et transversale une détérioration accrue des conditions de vie et de travail des journalistes. Dans les rédactions, les infrastructures sont soit désuètes, soit en mauvais état de fonctionnement. Les moyens logistiques pour produire et diffuser l'information manquent. Les journalistes manquent souvent de moyens de transport pour aller faire des reportages de terrain. Dans la presse privée surtout, les journalistes cumulant des arriérés de salaires sur une série de mensualités sont monnaie courante. Ils n'ont pas de moyens adéquats pour faire le métier avec professionnalisme et autonomie, ce qui les contraint à accepter les propositions de faveurs que certaines mettent en avant pour influencer le contenu de leur article. Analysant les difficultés de la presse africaine dans son article intitulé « *Le journaliste africain face à son statut* », Perret (2001 : 157) fait allusion aux facteurs suivants : « [...] *Manque de moyens matériels, pénurie de personnels formés et expérimentés, assujettissement à une réalité locale encore marquée par l'autoritarisme, faible structuration du jeu politique ou absence de codification claire des rapports* ».

Dans son article intitulé « [Liberté de la presse et « affairisme » médiatique au Bénin](#) », Emmanuel Adjovi met en exergue les pratiques peu orthodoxes qui se sont développés et qui mettent à mal la crédibilité et l'indépendance des journalistes. Il parle des journalistes qu'il qualifie de maîtres-chanteurs : « *Certains journalistes et patrons de presse n'attendent pas que les corrupteurs viennent à eux, ils se spécialisent dans l'art de faire chanter les hommes politiques et les opérateurs économiques. Ils font savoir à ces derniers qu'ils détiennent telle information explosive les concernant et qu'il dépend d'eux, et surtout de leur mise, que l'information ne soit pas publiée. Naturellement, plusieurs personnes cèdent à la pression et dénouent le cordon de leur bourse pour acheter leur « silence ». C'est notamment le cas de ce député qui a déboursé 500 000 francs CFA pour acheter le silence d'un journaliste qui détenait un dossier avec des pièces à conviction sur des malversations qu'il avait commises au moment où il était directeur d'une société d'État* » (Adjovi, 2003 : 163).

Une autre conséquence non moins importante sur la crédibilité des médias est l'absence d'un plan de formation continue du personnel opérationnel dans les rédactions. Les journalistes n'arrivent donc pas à mettre à jour leur connaissance ou renforcer leur compétence sur des sujets émergents comme le data journalisme, le fact-checking, le journalisme d'investigation, la sécurité numérique etc... Mieux encore, en l'absence de bases

solides sur les normes éthiques et déontologiques, les journalistes sont vulnérables à la corruption et autres actes d'intimidation venant des prédateurs de la liberté de presse.

Internet : une opportunité et une menace

Soulé Issiaka, l'un des pionniers de la presse béninoise et africaine, a mis en garde les responsables des médias, il y a quelques années, sur les transformations révolutionnaires que l'industrie et ses principaux acteurs, les journalistes, vont subir avec la poussée irréversible du numérique. Pour lui : « ... *Le journaliste du futur est celui qui est capable de fournir rapidement des informations en texte, son, image, vidéo à un public qui n'a plus le temps de s'asseoir pour lire un journal, écouter la radio ou regarder la télévision* ». Avec le développement des plateformes numériques comme canaux de plus en plus privilégiés de diffusion de l'information, nous avons assisté à une participation accrue des citoyens à la production et à la diffusion d'informations dont la qualité s'est clairement dégradée avec le phénomène des fausses nouvelles. Mais Internet a incontestablement confisqué une part importante des revenus des médias traditionnels qui n'ont pas eu d'autre choix que de s'adapter au numérique pour ne pas disparaître.

Le numérique au cœur du modèle économique

Fondé en 2008, Mediapart, le site d'information français spécialisé dans l'investigation journalistique, se positionne comme le modèle le plus abouti de Pure Players dans le monde francophone avec plus de 150 000 abonnés et plus de 3 millions de visiteurs uniques chaque mois. Un modèle de site payant est une bonne illustration de la devise de ce journal en ligne : « **Seuls nos lecteurs peuvent nous acheter** ». Son président et fondateur, Edwy Planel, affirme que « *le modèle payant est essentiel pour produire une information de qualité par des professionnels et pour soutenir une profession dont la contribution à l'information des citoyens et à la vitalité de la démocratie reste indéniable* ».

Pour le moment, en Afrique, et particulièrement au Bénin, le moment de savourer un exploit comme Mediapart est encore loin, mais il y a des expériences enrichissantes en cours qui méritent notre attention. C'est le cas du Journal en ligne [Banouto](#), une référence dans l'investigation journalistique au Bénin, fondé en 2007 par de

jeunes promoteurs ambitieux et dirigé par Léonce Gamaï, un ancien journaliste pour un quotidien local de noble réputation.

M. Gamaï expliquera que son journal a un modèle économique mixte qui combine la formule payante et gratuite. Les lecteurs non-abonnés peuvent lire les informations relatives à l'actualité publiées sur le site tandis que les articles approfondis et les papiers d'investigation publiés par le journal sont réservés aux abonnés souscrivant à un contrat minimum de 1500 CFA soit 2,30 euros par mois. Cette formule est enrichie par d'autres systèmes de revenus qui s'appuient sur la publicité en ligne, les publi-reportages mais aussi des partenariats de publication avec des institutions qui visent à promouvoir un journalisme de qualité. Ainsi, par exemple, grâce au soutien d'une ONG internationale opérant à Cotonou, le journal a reçu un appui technique et financier pour mener une enquête de terrain approfondie sur des sujets d'intérêt public au Bénin. Le journal développe également d'autres partenariats institutionnels dans la sous-région pour se doter d'organes de gestion efficaces et d'une stratégie digitale pour mieux affronter le double défi de rentabilité et de crédibilité.

L'espoir est encore permis !

À l'instar du journal Banouto, certaines expériences sont encore embryonnaires et tentent de s'émanciper dans un environnement presque entièrement pris en otage, notamment par les intérêts politiques.

Le Conseil National du Patronat de la presse et de l'Audiovisuel du Bénin (**CNPA-BENIN**) a pris au sérieux la question des revenus, car cela pourrait assurer la survie de l'industrie médiatique locale. Ces derniers mois, des ateliers et des tables rondes ont été organisés pour explorer les possibilités de rentabilité des médias dans l'ère numérique. Selon Basile Tchibozo, ancien président du CNPA-Bénin, les médias traditionnels doivent être résilients au nouvel ordre imposé par l'expansion rapide de la technologie numérique. M. Tchibozo pense que la technologie numérique doit être considérée comme une opportunité pour accroître les revenus des médias et non comme une menace.

Il est évident que le paysage médiatique a de grands potentiels de croissance dans un environnement en pleine expansion. Mais pour exploiter ce potentiel, une question clé doit être abordée. Il semble nécessaire de savoir quelles options peuvent être les mieux adaptées au contexte Béninois et à l'environnement socio-économique

et politique dans lesquels les médias opèrent et explorer les opportunités que les choix opérés peuvent offrir aux acteurs clés en termes de gain de revenus.

Il est important de noter que la révolution numérique actuelle a considérablement modifié la façon dont les consommateurs de médias, les industries et les entreprises fonctionnent. De nouveaux outils de communication ont donné aux utilisateurs la possibilité de recevoir gratuitement du contenu en ligne. De plus, la publication de journaux, sur lesquels la plupart des médias traditionnels comptaient pour sécuriser des revenus publicitaires, a échappé à leur contrôle à cause d'Internet. Ils doivent faire face à une fragmentation de leur revenus publicitaires, dont une partie se trouve en ligne. Selon un récent sondage réalisé par www.journaldunet.com, les médias sociaux sont devenus la deuxième source d'information préférée du public avec 13% des recherches effectuées, liées aux médias en ligne. Ainsi, il apparaît que le développement d'un modèle commercial en ligne puisse être un investissement sûr pour les médias traditionnels. Parmi les autres options commerciales, l'abonnement ou la publicité en ligne, les transactions en ligne et les partenariats méritent d'être mentionnés. Le modèle transactionnel est basé sur le commerce électronique. Avec ce modèle, les journaux peuvent augmenter leurs revenus en facilitant les transactions entre lecteurs et en facturant des commissions sur les ventes. Un journal pourrait alors servir de portail vers des "plateformes électroniques commercialement sponsorisées".

Le modèle de cluster ou de partenariat est celui où les journaux en ligne établissent des « partenariats avec d'autres boîtes d'édition pour gagner plus de revenus » (Mings & White 1997 : 30).

Au vu de l'exemple du Bénin étudié ici et à la lumière du développement de la presse moderne en Afrique, il faut noter que le modèle économique viable des médias africains restera soumis à l'évolution technologique et au développement de structures managériales innovantes pour assurer son indépendance et garantir une information de qualité qui permettra aux citoyens de savoir au mieux pour agir librement. Il est possible d'atteindre tout cela si une attention particulière est portée à ce qui suit : la formation et le mentorat des responsables des médias sur les modèles économiques et la bonne gestion d'une entreprise de presse peut jouer un rôle vital dans l'achèvement de cet objectif car la plupart de ceux qui occupent des postes de direction dans ces entreprises n'ont, pour la plupart, qu'une expérience journalistique, et ne peuvent pas concevoir et mettre en œuvre avec succès un plan de revenus pour leur entreprise. La deuxième chose à faire est d'appliquer un

régime fiscal préférentiel aux entreprises de presse. Ils peuvent bénéficier d'un allègement fiscal sur certains équipements. Il est important de noter que la production d'informations de qualité coûte de l'argent que les maisons de presse n'ont pas les moyens de payer. Étant donné que l'information devient un bien de consommation publique, l'argent des contribuables pourrait être utilisé pour sponsoriser en partie sa production. Ainsi, les entreprises médiatiques crédibles et bien structurées devraient être éligibles à des investissements publics sous forme de subventions accordées pour soutenir la production d'informations de qualités. Les entreprises de médias peuvent également être encouragées à passer d'une petite entité unique à des partenariats d'entreprises plus attractifs pour les investisseurs potentiels. Enfin, l'éthique journalistique doit être largement promue dans les rédactions et dans les écoles de journalisme afin d'aider les jeunes professionnels des médias à comprendre que percevoir des *per diems*, par exemple, donne du pouvoir aux prédateurs de l'indépendance des médias et érode celui des journalistes.

Bibliographie :

Adjovi, E.V. 2003. Liberté de la presse et «Affairisme» médiatique au Bénin. *Politique africaine*, (4): 157-172.

Awouodo, F. K. 2010. *Logique Marchande et Financement de la Presse au Bénin*. Editions COPEF: Cotonou.

Houngbédji, W. L.. 2004. *Liberté et devoir de vérité*. Annace Presse: Cotonou.

Mings, S. and White, P.B., 1997. *Making Money from the Web?: Business Models for Online News*. La Trobe University Online Media Program.

Pansier, T. 2013. *Comment les Réseaux Sociaux ont envahi le Web 2.0*. Internet:
<https://www.journaldunet.com/ebusiness/crm-marketing/1106887-comment-les-reseaux-sociaux-ont-envahi-le-web-2-0/> [Accessed: 17 Novembre 2020].

Perret, T., 2001. Le journaliste africain face à son statut. *Cahiers du Journalisme*, (9): 154-169.

Reporters Without Borders. (2018). 2018 World Press Freedom Index. Internet:
https://rsf.org/en/ranking_table [Accessed: 17 Novembre 2020].