

Ministère de la Communication, des Technologies de  
l'Information et des Médias

Rapporteurs : François Bizimana & Fabien Nsengimana



*Etats Généraux de la communication et des médias Edition 2022*

*Rapport général*

Rapport général : contexte, objectifs & résultats, synthèse générale des travaux

**ETATS GENERAUX DE LA COMMUNICATION, DES TECHNOLOGIES DE  
L'INFORMATION ET DES MEDIAS, Edition 2022**

*Gitega, du 24 au 25 novembre 2022*

***Rapport général***

**I. INTRODUCTION**

1. Sous le haut patronage de S.E.M. le Vice-Président de la République, le Ministère de la Communication, des Technologies de l'Information et des Médias, en étroite collaboration avec le Conseil National de la Communication, a organisé dans les enceintes du Grand Séminaire Jean-Paul II de Gitega, du 24 au 25 novembre 2022, les travaux de la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux des médias et de la communication.
2. Participaient à ces assises des parlementaires, des hauts cadres de l'Etat, des représentants de l'administration provinciale, des représentants des départements sous tutelle du Ministère en charge de la Communication, des fournisseurs d'internet, des régulateurs, des représentants des partis politiques, des représentants des organisations de la société civile, des représentants des partenaires techniques et financiers, des experts en communication, des professionnels des médias et des journalistes.
3. A toutes utiles, il sied de rappeler que les deux assises précédentes s'étaient déroulées respectivement en décembre 2001 et en mars 2011. Le forum d'échanges de la 3<sup>ème</sup> Edition aura permis aux participants d'analyser les récents développements en matière de pratiques journalistiques, de communication politique et de nouvelles technologies de l'information.
4. Cette 3<sup>ème</sup> édition des Etats Généraux de la communication et des médias est venue culminer les retraites préparatoires organisées au cours du deuxième trimestre de l'année budgétaire 2021-2022 pour maximiser les chances des objectifs général et particuliers assignés à ce flashback critique sur les 11 dernières années des médias et de la communication.
5. Le présent rapport général des activités de la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux de la communication et des médias rappelle le contexte général d'organisation de ces assises, leurs objectifs et les résultats qui en étaient attendus. Bien plus, il précise le déroulement général des travaux et met particulièrement en évidence l'essentiel des recommandations partagées.
6. En clair, après cette introduction, la suite de la charpente de ce rapport est composée des parties suivantes : contexte, objectifs et résultats, synthèse générale des travaux. En annexe du présent rapport sont donnés les différents exposés présentés pendant les Etats Généraux.

**II. CONTEXTE**

7. Les Etats Généraux de la communication et des médias se tiennent tous les dix ans. Depuis décembre 2001, juste après la mise en place d'un Gouvernement de Transition issu des Accords d'Arusha signés en 2000, le Ministère en charge de la communication a depuis lors organisé ces assises qui passent en revue des questions liées aux pratiques

journalistiques, à la communication politique et aux nouvelles technologies de l'information.

8. Les assises de la dernière édition en date ont été organisées en mars 2011, au lendemain des élections générales de 2010. De nombreuses recommandations avaient été formulées suivant trois axes : l'axe « médias », l'axe « nouvelles technologies de l'information », et l'axe « communication politique ».
9. Avec la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux de la communication et des médias, l'heure est à l'évaluation de l'état général de mise en œuvre des recommandations de la 2<sup>ème</sup> Edition de ces Etats Généraux et la prise de conscience collective de nouvelles exigences de la pratique du journalisme dictées par le contexte d'évolution de la communication marquée par les progrès rapides des nouvelles technologies de l'information et le besoin d'adaptation à l'impératif de développement démocratique qui accorde le primat à la participation de tous dans la vérité et le respect de la dignité de tout citoyen.

### **III. OBJECTIFS ET RESULTATS**

10. Les échanges de la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux des médias et de la communication ont été organisés pour satisfaire, autant que faire se peut, l'objectif global de jeter les bases des réformes utiles aux Burundais dans les secteurs des médias, de la communication politique et des nouvelles technologies d'information et de la communication (TIC).
11. Concrètement, les efforts de satisfaire cet objectif global devaient permettre aux participants à la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux des médias et de la communication de réaliser les objectifs spécifiques suivants ; 1° aider les professionnels des médias et des journalistes burundais à mieux respecter les valeurs du journalisme ; 2° assurer chez les communicateurs des institutions burundaises le triomphe des pratiques professionnelles favorisant le vivre-ensemble ; et 3° exploiter à bon escient les avantages garantis par la révolution numérique.
12. Au bout du compte, la marche vers l'atteinte de ces objectifs allait permettre aux participants d'accéder à la fin des assises de la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux des médias et de la communication aux résultats ci-après : l'évaluation de l'état de mise en œuvre des recommandations de la 2<sup>ème</sup> Edition, la formulation de nouvelles recommandations pour améliorer les pratiques de la communication et du journalisme en fonction des axes des médias, de la communication politique et de l'exploitation des TIC, la prise de connaissance des innovations du projet de loi régissant la presse, l'information sur l'auditoire des divers médias ainsi que l'établissement de liens entre la communication, surtout politique, et la cohésion sociale, l'éthique politique et le développement sociopolitique du pays.
13. L'appréciation de ces résultats anticipés déjà pendant la préparation de la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux des médias et de la communication se dégage aisément des exposés présentés à cet effet, des postulats arrêtés pendant les échanges axés particulièrement sur les recommandations.

## IV. SYNTHÈSE GÉNÉRALE DES TRAVAUX

La synthèse générale des travaux de la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux des médias et de la communication s'articule autour de 2 grands moments à savoir l'introduction générale aux échanges suscités par les exposés par des experts variés ainsi que l'élaboration des contenus en matière de la pratique actualisée de la communication.

### 4.1. Des cérémonies d'ouverture

14. Dans son mot d'accueil, le **Chef de cabinet du Gouverneur de la Province de Gitega**, capitale politique du Burundi, a souhaité la bienvenue au Vice-Président de la République, à la Ministre de la Communication, des Technologies de l'Information et des Médias et à la Présidente du Conseil Nationale de la Communication. Il a remercié les organisateurs de la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux de la Communication et des Médias d'avoir choisi le Grand Séminaire Jean-Paul II pour abriter ses assises. Tout en appréciant l'apport des médias dans le développement de la province, il a exprimé son espoir d'apprendre des solutions que les participants allaient proposer pour améliorer le fonctionnement des médias et de la communication dans tout le pays.
15. Aussitôt après le Chef de cabinet du Gouverneur de Gitega, l'**Ambassadeur délégué de l'Union Européenne au Burundi** a prolongé l'appréciation de l'initiative d'organiser la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux de la communication et des médias puisque son organisation finance déjà un projet d'appui aux médias. Son intervention a été le lieu d'encourager le développement d'un pluralisme des médias. Il a partagé avec l'auditoire le constat que les médias burundais continuent à cueillir des lauriers sur le terrain de l'exercice de la liberté d'expression sur l'échiquier mondial. Son souhait est que ces médias soient toujours capables de produire des informations véridiques, fiables et vérifiables. Car, ce faisant, ils deviennent de bons catalyseurs démocratiques et des constructeurs d'une société apaisée et épanouie.
16. Le **Représentant de l'UNESCO** a renchéri sur ce besoin de fournir la bonne information, surtout en ce moment où la désinformation monte en puissance en particulier à travers l'internet. Les asymétries de l'information sont à éviter pour qu'elles ne nuisent pas aux bonnes relations entre les personnes. A ses yeux, la bonne information – ce bien public à soutenir – est fondamentale pour la société puisqu'elle peut contribuer à prendre des décisions judicieuses susceptibles de sauver des vies. Pour cette raison, les efforts à consentir dans ce sens fonderaient le soutien de l'UNESCO.
17. Quant à la **Présidente du Conseil National de la Communication (CNC)**, elle a profité de son intervention pour souligner d'abord que la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux des médias et de la communication s'inscrit dans les missions du gouvernement et du CNC. Ensuite, elle a apprécié l'engagement du gouvernement à améliorer la communication, surtout que S.E. le Président de la République a certifié que les médias et la communication sont au service du développement quand il a mis en évidence le rôle particulier des médias par cette litote « Jamais sans médias », forme simplifiée utilisée pour amplifier sa conviction profonde de l'apport des médias pour le développement global du pays.
18. L'oratrice a semblé partager cette conviction avec S.E. le Président de la République. Ainsi a-t-elle convié les participants aux Etats Généraux à faire de l'introspection pour dégager honnêtement les forces et les faiblesses des communicants, des professionnels

des médias et de la communication afin de produire un document guide pour les 10 années à venir qui les aiderait à professionnaliser leur communication.

19. Le **discours de la Ministre de la Communication, des Technologies de l'Information et des Médias** est venue pour préciser davantage les objectifs des assises de la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux de la communication et des médias à savoir réfléchir sur les grands défis et projeter des stratégies menant à des réformes utiles dans les secteurs de la communication et des médias. Elle a tenu à préciser sans détours que le souci à être partagé par tous les participants serait de chercher à améliorer la pratique journalistique et la pratique de la communication pour promouvoir la cohésion sociale, la démocratie participative en vue d'une paix sans cesse consolidée, garant d'un bon développement pour le pays.
20. Enfin, la fin de la plantation du décor de la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux des médias et de la communication a été marquée par l'**allocution de circonstance prononcée par S.E. le Vice-président de la République**. Elle a couronné la reconnaissance par tous les orateurs de la pertinence de la tenue de ces assises. D'entrée de jeu, il a salué le changement du paysage médiatique par les médias sociaux, les réalisations inscrites à l'actif des médias pendant les dix dernières années malgré certaines difficultés financières, le manque d'expérience entamant parfois leur professionnalisme, la méfiance établie parfois entre les médias et les pouvoirs publics, etc.
21. En même temps, il a apprécié certains travaux spécifiques réalisés par les médias comme les informations de qualité servies à la population, la couverture de quelques événements nationaux comme le référendum constitutionnelle de 2018, les élections générales de 2020 ainsi que la sensibilisation pour la lutte contre la COVID-19. Il a profité de l'ouverture officielle des Etats Généraux des médias et de la communication pour exhorter les professionnels des médias et tous les communicants à faire montre de plus de professionnalisme pour être de bons guides de la société et concourir au vœu du Président de la République de promouvoir une presse libre. Pour ce, une bonne évaluation de leurs prestations et du fonctionnement des structures de presse présiderait à cette amélioration tant souhaitée.
22. Le discours d'ouverture solennelle par son E. M. le Vice-président de la République de la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux des médias et de la communication s'est clos par l'expression de l'engagement du gouvernement à soutenir les médias d'une part et de la gratitude pour l'appui aux médias assuré par des partenaires techniques et financiers. Par médias conséquent, il a appelé de tous ses vœux la contribution des médias à la promotion de l'intérêt général des citoyens et à la réalisation du Plan National de Développement (PND).
23. Sur ces entrefaites, les travaux des Etats Généraux ont démarré dans une bonne ambiance. Ainsi, cette synthèse générale des travaux des Etats Généraux des médias et de la communication reprend l'essentiel des échanges des participants après avoir suivi les divers exposés faits par les experts de la communication à des titres divers. Elle donne la substantifique moelle de ce que les médias et les services de la communication ont adopté comme base d'une bonne politique des médias et de la communication. Ce faisant, cette synthèse présente ainsi les idées essentielles partagées au courant de ces assises. En même temps, elle reprend l'essentiel des recommandations formulées au fil des échanges.

## 4.2. Des assises proprement dites des Etats Généraux

### 4.2.1. Contenus des exposés

24. La première journée de la 3<sup>e</sup> Edition des Etats Généraux des médias et de la communication a été marquée par le développement des thèmes relatifs à l'axe média. Dans ce cadre, les sept (7) exposés présentés étaient les suivants : 1° l'état de mise en œuvre des recommandations issues des Etats Généraux de la communication et des médias en 2011 ; 2° les actions entreprises face aux fautes professionnelles des médias pendant la période de 2011 à 2022 ; 3° le positionnement des médias par rapport aux grands événements allant de 2011 à 2022 ; 4° les principales innovations du projet de loi en cours de révision régissant la presse au Burundi ; 5° les relations entre journalistes et communicants de 2011 à 2022 ; 6° la restitution de l'étude d'auditoire menée par la société IMMAR à la fin de 2021 ; 7° la viabilité des médias et le fonds d'appui aux médias.
25. L'exposé relatif à **l'état de mise en œuvre des recommandations issues des Etats Généraux de la communication et des médias en 2011** a fait état d'une bonne réalisation desdites recommandations. De fait, après analyse de l'état de suivi des recommandations de la 2<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux, le constat établi a été que les réalisations s'estiment à 54.35% pendant que les recommandations en cours de réalisation reviennent à 26.75%. Les recommandations non suivies d'effet par manque de moyens, ou parce qu'anachroniques appelant donc une adaptation sont estimées à 18.90%.
26. Sous le chapitre des **actions entreprises face aux fautes professionnelles des médias pendant la période de 2011 à 2022**, une distinction a été faite entre les fautes professionnelles graves commises par les médias et les manquements mineurs non signalés souvent. Au registre des grandes fautes commises s'inscrivent : des exagérations des faits et du sensationnalisme, du déséquilibre de l'information, des propos diffamatoires, des injures, des propos pouvant porter atteinte à la vie privée, à la moralité et aux bonnes mœurs burundaises, le traitement tendancieux et mensonger de l'information, l'incitation à la haine et à la division politique, l'atteinte à l'honneur et à la dignité humaine.
27. Quant aux manquements non-répertoriés se trouvent : le non-respect des lignes éditoriales, le non-respect des grilles de programmes, le changement des comités directeurs des médias sans en aviser le CNC, la non-signature et/ou non-respect des conventions ou des cahiers de charge, le non-paiement des personnels de certains médias, la non inscription au registre national des médias, la prestation sans carte de presse, le manque de contrat, la diffusion des informations non actualisées, le non-accès équitable des acteurs politiques aux médias.
28. A ces fautes mineures s'ajoutent aussi les médias qui entament leurs activités sans reconnaissance juridique et sans s'être fait inscrire au répertoire des médias, les journalistes qui prestent sans s'être fait inscrire au Registre National des Médias (RNM), le non-respect du principe d'équilibre et du pluralisme de l'information (temps d'antenne, temps de parole), le non-respect des quotas des programmes tels que recommandés dans les cahiers des charges (information générale, la publicité, la culture burundaise, les journaux...).

29. Par rapport au **positionnement des médias par rapport aux grands événements** allant de 2011 à 2022, le flashback sur le comportement des médias vis-à-vis des élections de 2010, 2015 et 2020 ainsi que du référendum de 2018 a permis aux participants de se rafraîchir la mémoire sur leur comportement au regard des exigences de la loi en matière du devoir d'intégrité et du respect des convictions politiques du public. Ainsi a-t-il déploré que certains journalistes et médias ne les aient pas toujours respectés scrupuleusement. Parfois, ils se sont rendus coupables notamment de la non-observance du processus électoral, de quelques dérapages comportementaux, d'une faible couverture médiatique de l'opposition, de la prise de position ouverte par rapport au 3<sup>ème</sup> mandat du Président de la République, ou vis-à-vis de l'un ou l'autre candidat de parti politique, ou simplement de manquement grave d'équilibre dans l'information livrée.
30. Le document sur **les principales innovations du projet de loi régissant la presse au Burundi** qui est en cours de toilettage et de traduction en kirundi avant d'être envoyé au gouvernement d'abord et à l'Assemblée Nationale ensuite a mis en évidence les éléments de cinq (5) natures. Ces éléments concernent d'abord 1° la prise en charge de l'évolution des médias ; 2° la précision de la place du cinéma et de la publicité dans le concert des médias ; 3° l'enrichissement des droits des journalistes (droit à un contrat de travail, une nouvelle disposition pour les journalistes bénévoles) et des organes de presse (droit d'exonération des droits de douane et la perte de la qualité de membre du comité chargé de la gestion du FAM).
31. Ils concernent ensuite 4° l'élargissement des droits des citoyens (accès équitable aux médias des partis politiques, des associations de la société civile et des citoyens, dépenalisation des faits d'atteinte à la vie privée, à la présomption d'innocence et la divulgation de l'identité des victimes des viols); ainsi que des propositions de dépenalisation allégée de certains délits de presse (exception de vérité pour le délit d'imputation dommageable, prescription abrégée pour les délits dépenalisés).
32. Pour présenter les **relations entre journalistes et communicants** de 2011 à 2022, il a d'abord été rappelé les objectifs des médias et des communicants des institutions publiques (en l'occurrence les porte-paroles, les chargés de communication, les responsables des cellules de communication, ...). Ensuite, les participants ont eu l'opportunité de se remémorer de leurs rôles et des entraves au bon accomplissement de leur travail comme le manque de moyens, la faible compétence technique, la polarisation à outrance ainsi que les rapports conflictuels inhérents à l'incompréhension mutuelle et à la divergence d'intérêts. Sinon, l'idéal visé par les journalistes et les communicants est de créer et de sauvegarder la confiance entre les médias et les communicants grâce à l'entretien de bonnes relations.
33. La 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux des médias et de la communication aura aussi été un cadre approprié pour restituer **les conclusions de l'étude de l'auditoire menée par la société IMMAR** à la fin de 2021. Cette étude très informative aura fait date dans l'histoire des médias et de leurs usagers par rapport notamment aux attitudes et intérêts des Burundais vis-à-vis des médias, à la fréquentation annuelle des médias, à leur audience, à la fréquence de leurs consultations et aux tranches horaires de grande écoute. Aussi a-t-elle permis aux participants de se rendre à l'évidence de l'importance singulière de l'exploitation actuelle des réseaux sociaux dans l'ordre ci-après WhatsApp, Facebook, YouTube et Twitter.

34. Le paysage médiatique burundais atteste d'une bonne progression surtout après 2015. Le changement de ce paysage s'accompagne d'une certaine explosion de radios communautaires qui sont davantage le fait des individus au lieu d'être fondamentalement l'œuvre des communautés.
35. Avec l'exposé sur la **viabilité des médias et le fonds d'appui aux médias**, les participants aux assises des Etats Généraux des médias et de la communication ont eu l'opportunité d'avoir une compréhension partagée du concept de viabilité et de la nécessité pour les pouvoirs publics d'accorder de l'aide aux médias. Aussi ont-ils pris connaissance des différents défis auxquels les médias font face. Certes, les premiers défis épinglés sont d'ordre financier : le non-paiement de leurs personnels, les dettes envers l'autorité fiscale, les sociétés d'assurance et les tiers. Mais, la seconde catégorie des défis est celle des défis structurels. De fait, certains se révèlent insoupçonnés comme la corruption, les impairs commis dans l'attribution des marchés, l'absence ou simplement l'insuffisance de compétences et de savoir-faire, la peur de sortir des sentiers battus pour être innovateur au nom du renforcement de la viabilité, etc. La présentation relative à la viabilité des médias aura particulièrement eu le mérite de traiter en long et en large des modalités de mise en place et de gestion du Fonds d'appui aux médias.
36. Tout compte fait, les présentations faites le premier jour des Etats Généraux des médias et de la communication se sont rapportées à l'axe « médias ». Les exposés développés le deuxième jour ont touché de près l'axe de la communication politique d'une part et l'axe des technologies de l'information et de la communication d'autre part.
37. Dans cette perspective, les communications de la deuxième journée des Etats Généraux des médias et de la communication étaient les suivantes : 1° Le journalisme et la communication comme facteurs de promotion de la cohésion sociale et de la réconciliation ; 2° Pour une autre communication politique et une démocratie mieux communicante ; 3° Les enjeux de l'information à l'ère du numérique ; 4° ainsi que la stratégie nationale de communication pour le développement en appui au Plan National de Développement du Burundi pour la période de 2018 à 2027, stratégie à prendre comme un outil précieux pour les acteurs du développement au Burundi.
38. La communication sur le **journalisme et la communication politique comme facteurs de promotion de la cohésion sociale et la réconciliation** a permis d'assimiler de quelque manière les concepts liés à la communication et les raisons de communiquer. Elle a favorisé aussi la compréhension de la nécessité de soigner la communication considérée à raison comme un facteur de cohésion sociale dans ses 3 dimensions constitutives en l'occurrence les aspects socioculturels, économiques et politiques à prendre ensemble à tout prix quoi qu'il en coûte. Par cette présentation, il a été possible de rappeler les règles fonctionnelles de l'univers médiatique, de partager le besoin de développer d'autres formats télévisuels et radiophoniques ainsi que la nécessité d'exploiter une grille indicative de critères pour mieux organiser la communication édictriciatrice de la société pour qu'elle soit véritablement un adjuvant de la communion entre les citoyens et améliorer leur vivre-ensemble des citoyens.
39. L'exposé intitulé « **Pour une autre communication politique et une démocratie mieux communicante** » aura été bénéfique non seulement aux professionnels des médias et aux communicants au large mais aussi pour les hommes et les femmes politiques, concernés

davantage par la communication politique avant, pendant et après les élections à cause de l'obligation d'entretenir en permanence des relations saines avec les médias et les publics.

40. Des conseils ont été prodigués aux politiques. Pour s'en convaincre, il suffirait de considérer l'insistance faite sur la préparation participative des programmes politiques, le besoin d'accompagnement des leaders politiques, la préparation minutieuse des discours de campagne, la sauvegarde de l'éthique dans la communication et le strict respect de la dignité de l'audience. Et aux yeux de l'orateur, l'essor des réseaux sociaux devrait inspirer aujourd'hui des actions innovatrices pour bien faire la communication politique et contribuer aussi à la prévention et à la répression de la cybercriminalité.
41. La présentation relative à la **Stratégie nationale de communication pour le développement en appui au Plan National de Développement du Burundi** pour la période de 2018 à 2027 – stratégie à prendre comme un outil précieux pour les acteurs du développement au Burundi – a été le lieu de parler du PND par rapport à sa vision, ses missions, ses objectifs et ses axes stratégiques. Bien plus, cette présentation a permis de prendre conscience de l'importance de la stratégie pour la réalisation du PND pour autant que s'en approprieraient avec succès. Cela dit, le focus de l'exposé aura été mis sur les objectifs de la communication pour le développement dont le point central a été l'attention et l'écoute à avoir vis-à-vis de la personne humaine pour garantir la participation inclusive des citoyens, l'appropriation et la durabilité des actions à engager.
42. Avec le développement **des enjeux de l'information à l'ère du numérique**, il a été établi de prime abord que le numérique se développe rapidement, engendrant ainsi des mutations et de nouveaux modèles économiques. En même temps, il a été partagé des enjeux occasionnés par cette situation de fait notamment une problématique liée à la fiabilité de l'information sur le numérique, support qui va à une grande vitesse au détriment de la qualité de l'information en circulation, le temps limité du traitement de l'information ainsi que la tendance à la superficialité dans la présentation des faits avec peu de places à l'enquête, à la vérification et la production des informations.
43. Mais aussi, la présentation de la thématique a permis d'aborder quelques dérives à éviter comme : publication d'informations sans vérification préalable, perte de vitesse de la culture de terrain au profit de la culture de l'écran faute de temps, enjeu de réguler les intervenants dans le domaine de la communication en numérique et la tendance à la technisation croissante de l'activité journalistique qui requiert de nouvelles compétences. Cela étant, il aura été heureux d'avoir comme point d'orgue de la présentation quelques stratégies pour diversifier les compétences et s'adapter ainsi au nouveau contexte du numérique avec le besoin important de mieux organiser l'accompagnement et la régulation.
44. La série des exposés s'est close par la communication relative à la **Politique nationale des technologies de l'information et son état de mise en œuvre**. De prime abord, la présentation sur la politique nationale des technologies de l'information et de la communication axée notamment sur le dispositif institutionnel mis en place (Ministère, ARCT, SE des TIC, Fonds de service universel) a permis de s'accorder sur la nécessité d'accélérer son processus de développement puisque l'information est de l'or au 21<sup>ème</sup> siècle.

45. Pour le reste, il a été clairement indiqué que la politique nationale des TIC s'inspire fondamentalement du PND (voir leur place dans ses axes stratégiques), de la stratégie sectorielle de mise en œuvre, et de la politique nationale de développement des TIC. Enfin, l'exposé a offert à sa présentatrice l'occasion de faire le point aux participants de l'état de mise en œuvre de la politique nationale des TIC et de leur partager la situation de la couverture des TIC sur le territoire national.

#### 4.2.2. *Contenus des échanges*

46. Les divers exposés présentés ont servi de toile de fonds pour les échanges qui les ont suivis. Le contenu de ces échanges est de deux ordres. En effet, les interventions des différents experts et la prise de parole des participants ont permis de s'accorder dans une certaine mesure sur certaines vérités sur lesquelles fonder la pratique dans le développement des médias et de la communication. Par ailleurs, les échanges **eus** ont favorisé la formulation par moments des recommandations utiles pour le développement futur des médias et de la communication.

#### A. Postulats ou grandes conclusions tirées

47. les différents exposés ont donné à conclure à quelques postulats que les médias, les journalistes et les communicants devraient constamment intégrer dans leurs esprits. Au registre de quelques conclusions susceptibles d'être considérées comme des sortes de postulats s'inscrivent les idées suivantes :

- La contribution des médias dans l'édification de la société requiert des divers intervenants du secteur, en particulier les médias et les communicants publics et privés, l'entretien de bonnes relations entre eux fondé sur la création et la sauvegarde de la confiance ;
- Les positionnements opposés des médias et des journalistes créent des fissures dans la solidarité des journalistes ;
- L'importance progressive de l'exploitation des réseaux sociaux est à prendre compte dans la modernisation du fonctionnement des médias. Pour ce, il importe de s'inscrire résolument dans l'innovation ;
- Selon toute vraisemblance, les contenus radiophoniques passent avant les contenus visuels donnés par la presse écrite ;
- La presse écrite appelle une attention particulière pour son meilleur développement à cause de son aspect cachectique observé aujourd'hui et de l'engouement limité qu'elle suscite ;
- L'aide aux médias est une valeur démocratique que les pouvoirs publics doivent intégrer ;
- La communication politique est un devoir des hommes politiques de rendre compte ;
- La démocratie ne peut se concevoir sans l'exercice de la liberté de presse, le bon fonctionnement des médias dans leurs diversités et sans la communication politique ;
- La démocratie participative conduit à 3 démarches en matière de communication : le devoir d'information, les techniques de marketing politique, les structures d'implication au niveau local.

## B. Recommandations

48. Les recommandations formulées au cours du 3<sup>ème</sup> forum des Etats Généraux des médias et de la communication s'adressent à des destinataires variés : les journalistes, les médias, les acteurs et/ou leaders politiques, le Conseil National de la Communication et le Gouvernement.

### 1. *Recommandations aux journalistes*

- Eviter des dérapages en travaillant de façon professionnelle et responsable ;
- Etre proactif pour mieux prévenir les fautes professionnelles ;
- Veiller à ce qu'ils s'approprient du PND pour bien accompagner sa mise en œuvre ;
- Défendre le bien commun et les valeurs nationales ;
- Cultiver de bons rapports avec les responsables des services publics.

### 2. *Recommandations aux médias*

- Insérer dans les programmes des médias des séances d'explication des lois ;
- Etre neutres, se garder de verser dans la politique et s'en tenir uniquement à leur ligne éditoriale ;
- S'approprier du PND et de la stratégie nationale de communication pour le développement ;
- Exiger le respect de la déontologie professionnelle même pour la gestion d'un compte personnel ;
- Réfléchir sur les nouvelles compétences pour s'adapter aux avancées du numérique ;
- Développer la communication citoyenne en plus de la communication institutionnelle ;
- Etablir/rétablir des relations de confiance entre les médias et les communicants ;
- Identifier les niveaux d'acteurs et leur influence ;
- Réfléchir sur les nouvelles compétences pour s'adapter aux avancées du numérique ;
- Promouvoir le journalisme d'investigation ;
- Encourager l'éthique et la déontologie ;
- Elaborer une loi sur l'accès à l'information ;
- Installer des plateformes sectorielles larges ;
- Renforcer le professionnalisme des médias
- Mettre un cursus cohérent au CFM ;
- Accroître le contenu et les productions locales par l'appui des radios communautaires ;
- Veiller au respect des médias vis-à-vis des services publics ;
- Organiser la distribution groupée des journaux ;
- Favoriser les initiatives de renforcement des capacités des journalistes ;
- Eviter de diffuser des chansons et de la musique qui portent atteinte aux bonnes mœurs, à l'honneur et à la dignité humaine ;
- Respecter les conventions signées avec le régulateur en matière de respect de la moralité et des mœurs burundaises ;
- Sensibiliser les journalistes pour qu'ils confectionnent leur dossier en vue de l'obtention de la carte de presse ;
- Concevoir des projets garantissant la viabilité des médias avec la contribution des professionnels des médias, des experts locaux et des managers.

### 3. *Recommandations aux régulateurs/compagnies de distributeurs*

- Détecter et freiner automatiquement les images pornographiques ;
- Garantir l'indépendance de l'instance de régulation.

### 4. *Recommandations au Conseil National de la Communication*

- Professionnaliser les médias et les journalistes pour qu'ils distinguent leur engagement politique de l'exercice de leur métier de journalisme ;
- Sensibiliser les journalistes sur l'existence « d'agendas cachés » des « nouveaux maîtres du monde » qui orientent des informations par des pressions de toutes sortes ;
- Sensibiliser les acteurs politiques burundais et les acteurs des organisations de la société civile sur les effets positifs du travail professionnel des médias sur la société burundaise ;
- Engager un dialogue franc entre les journalistes en exil et ceux restés au pays pour qu'ils comprennent de la même manière leur mission d'informer ;
- Placer les journalistes dans de bonnes conditions matérielles afin qu'ils résistent aux sollicitations d'acteurs qui leur feraient perdre leur indépendance éditoriale ;
- Eduquer les médias à développer de la critique positive vis-à-vis des contenus médiatiques ;
- Entretenir le dialogue entre les journalistes et les fournisseurs d'information ;
- Suivre de près la création et le fonctionnement des radios communautaires ;
- Accompagner les médias dans l'élaboration des projets générateurs des ressources en tenant compte des exigences des partenaires.

### 5. *Recommandations aux leaders/acteurs politiques*

- Créer des cellules de communication dans les partis politiques ;
- Créer des cellules de marketing politique dans les partis politiques avec des techniques appropriées de travail ;
- Elaborer des contenus à mettre dans les médias, raconter des histoires qui construisent la société (histoires de succès) ;
- Soigner la qualité de la langue, du langage, du rituel, des symboles, des images, des sons, des vidéos utilisés en communication publique ou pendant la campagne électorale ;
- Respecter la dignité de l'audience et de l'objet du discours ;
- Diffuser auprès du public des informations fiables, claires: éviter la démagogie, la manipulation, le sensationnalisme et la théâtralisation de l'information ;
- Etre constructif et proactif puisque la force des hommes politiques est mobilisatrice.

### 6. *Recommandations au Gouvernement*

- Créer un comité mixte chargé du suivi des recommandations, élaborer un calendrier de leur mise en œuvre et établir des indicateurs des performances ;
- Mener une évaluation à mi-parcours de la mise en œuvre des recommandations issues de la 3<sup>ème</sup> édition des Etats Généraux des médias et de la communication ;
- Accepter de gré de participer au débat public ;
- Promouvoir la responsabilité sociale des hommes politiques sur les réseaux sociaux ;
- Réexaminer l'aide publique accordée aux médias ;

- Doter le Fonds d'Appui aux Médias (FAM) d'un statut spécial d'un Fonds générateur de revenus pour qu'il soit à la fois un appui technique et un investissement pour des citoyens ;
- Faire évoluer le FAM en un Fonds qui, dans un court ou moyen terme, puisse accorder des petits crédits aux médias que ces derniers pourraient rembourser à d'abordables taux d'intérêts ;
- Elargir petit à petit le champ d'action du FAM en accordant des crédits même à des tiers (non médias) pour que le capital et les intérêts profitent aux médias ;
- Intégrer dans la stratégie nationale de communication politique un volet relatif aux réseaux sociaux ;
- Considérer la dimension genre dans l'élaboration de la stratégie de communication ;
- Mettre en place, pour des raisons de transparence, un comité mixte de gestion du FAM, constitué de neuf membres représentant le Conseil National de la Communication (1), le Ministère en charge des Finances et du budget (1), le Ministère en charge de la Communication et des Médias (1) ; les employeurs de la presse tant publique que privée (2) ; les organisations partenaires des médias (1) ; la maison de la Presse et les délégués des Organisations professionnelles (3) ;
- Etablir des critères de sélection des médias éligibles au financement du FAM ;
- Réhabiliter sans délai l'antenne de Manga ;
- Impliquer les médias burundais dans le suivi du travail de la Commission Vérité Réconciliation surtout dans sa nouvelle phase des audiences publiques ;
- Promouvoir un climat favorable à l'éclosion de la liberté de la presse ;
- Garantir l'indépendance de l'instance de régulation en renforçant le Conseil National de la Communication et en lui conférant des missions de co-régulation ;
- Demander aux officiels de l'Etat et aux leaders des partis politiques de participer aux émissions publiques pour contribuer ainsi à la promotion de la démocratie ;
- Garantir le respect de l'éthique et de la déontologie par le biais d'un observatoire interne qui en soit garant et l'élargir à la société civile ;
- Elaborer une loi sur l'accès à l'information pour un meilleur encadrement, un meilleur ajustement et une régulation efficiente du secteur des médias ;
- Créer une association des directions des médias sociaux pour défendre leurs intérêts et s'autoréguler à l'instar des radios communautaires qui se sont déjà constituées en un réseau ;
- Mutualiser les moyens et les équipements pour renforcer les compétences techniques des agents des médias ;
- Elaborer une loi sur le sponsoring ;
- Initier le processus de restructuration de la plupart des radios communautaires d'un point de vue institutionnel en vue de les doter d'organes de supervision, de gestion et de contrôle opérationnels comprenant des représentants des communautés à qui appartiennent ces radios ;
- Faire respecter les médias publics de leurs obligations au service ;
- Traiter la problématique de la presse écrite liée à la culture de tradition orale, au faible taux d'alphabétisation, à la pauvreté, au décalage de langues ;
- Réexaminer l'aide publique aux médias et en redéfinir la régulation des fréquences détenue par l'ARCT de manière à ce que les redevances perçues servent à alimenter le Fonds de soutien aux médias ;
- Mettre en place une loi régissant le cinéma au Burundi ;

- Aider les Burundais à accéder à l'Internet et aux réseaux sociaux ;
- Concevoir une politique nationale de communication ;
- Digitaliser tous les services publics ;
- Exiger le respect de la déontologie professionnelle même pour la gestion d'un compte personnel ;
- Garantir la protection des sources ;
- Renforcer les professionnels des médias, des professionnels et des producteurs actifs sur le numérique ;
- Développer des outils de sensibilisation et d'éducation aux médias pour le public ;
- Renforcer l'autorégulation dans les rédactions et dans le secteur de la communication, des Organisations des Professionnels des Médias et de la profession en général ;
- Investir en équipements et matériels des médias ainsi que des organes de régulation ;
- Mettre en place un dispositif permanent de formation diplômante et qualifiante aux métiers de la production audiovisuelle et digitale;
- Favoriser des initiatives de renforcement des capacités des journalistes des médias en ligne et de leurs publics en lutte contre les fausses informations ;
- Favoriser des initiatives visant la stabilisation et l'autonomisation financière des médias : financement de projets à long terme et projets générateurs de revenus.

#### **4.2.3. De la conclusion**

1. Après avoir suivi la présentation de la synthèse sommaire des grandes conclusions et recommandations de la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux des médias et de la communication, la Ministre de la Communication, des Technologies de l'Information et des Médias est intervenue pour procéder à la clôture officielle de ces assises. Elle a profité de cette occasion pour remercier les organisateurs de ces assises pour les préparatifs et l'encadrement desdits Etats Généraux
2. Ce moment de clôture de la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux des médias et de la communication a été aussi pour elle une opportunité d'exprimer sa reconnaissance aux consultants et aux participants pour leurs riches contributions à la stratégie multiforme d'amélioration des prestations des professionnels des médias dans un contexte d'évolution fortement marqué par le numérique envahissant. Son vœu intime a été les professionnels des médias et de la communication tirer le meilleur profit des conclusions et recommandations formulées au cours de la 3<sup>ème</sup> Edition des Etats Généraux des médias et de la communication pour leur plus grand bien et le bien de tout le pays.

**00000**

**V. ANNEXES**

**Annexe 1 :** Discours de l'Ambassadeur délégué de l'Union Européenne (*M. Claude Bochu*)

**Annexe 2 :** Discours du Représentant de l'UNESCO (*Serge Banyimbe, Adjoint au Coordonnateur de la Maison UNESCO pour la paix et la culture au Burundi*)

**Annexe 3 :** Discours de la Présidente du Conseil National de la Communication (*Amb. Vestine Nahimana*)

**Annexe 4 :** Discours de la Ministre de la Communication, des Technologies de l'Information et des Médias (*Mme Léocadie Ndacayisaba*)

**Annexe 5 :** Allocution d'ouverture officielle des Etats Généraux des médias et de la communication (*Ir. Prosper Bazombaza, S.E.M. le Vice-président de la République*)

**Annexe 6 :** Exposé sur l'état de mise en œuvre des recommandations issues des Etats Généraux de la communication et des médias en 2011 (*M. Aloys Haziyo*)

**Annexe 7 :** Exposé sur les actions entreprises face aux fautes professionnelles des médias pendant la période de 2011 à 2022 (*M. Laurent Kaganda*)

**Annexe 8 :** Exposé sur le positionnement des médias par rapport aux grands événements allant de 2011 à 2022 (*M. Jacques Bukuru, Directeur Général de la Communication et des Médias*)

**Annexe 9 :** Exposé sur les principales innovations du projet de loi en cours de révision régissant la presse au Burundi (*Me Gérard Ntahe*)

**Annexe 10 :** Exposé sur les relations entre journalistes et communicants de 2011 à 2022 (*Colonel de Police Pierre Nkurikiye*)

**Annexe 11 :** Exposé sur la restitution de l'étude d'auditoire menée par la société IMMAR à la fin de 2021 (*Panos Grands Lacs*)

**Annexe 12 :** Exposé sur la viabilité des médias et le fonds d'appui aux médias. (*M. Jérôme Niyonzima*)

**Annexe 13 :** Exposé sur le journalisme et la communication comme facteurs de promotion de la cohésion sociale et de la réconciliation (*A. Lambert Riyazimana*)

**Annexe 14 :** Exposé : Pour une autre communication politique et une démocratie mieux communicante (*A. Dieudonné Niyibizi*)

**Annexe 15 :** Exposé sur les enjeux de l'information à l'ère du numérique (*Dr Daniella Niteka*)

**Annexe 16 :** Exposé sur la stratégie nationale de communication pour le développement en appui au Plan National de Développement du Burundi pour la période de 2018 à 2027 (*Prof. Yves Ndayikunda*)

**Annexe 17 :** Exposé sur la politique nationale des technologies de l'information et état de mise en œuvre des recommandations y relatives (*Msc. Rosine Guilene Gatoni*).