

RÉPUBLIQUE DU SÉNÉGAL

Un peuple - un but - une foi



Ministère de la Communication,
des Télécommunications et
du Numérique

RAPPORT SUR LA RÉFORME DU SECTEUR DE LA COMMUNICATION

Avril 2024 - Avril 2025



SOMMAIRE

Avant-propos	03
1 / Introduction	04
Mot du Ministre	05
2/ Diagnostic du secteur	07
2.1 Cartographie des médias au Sénégal	10
2.2 Dysfonctionnements structurels et institutionnels	10
2.3 Précarité sociale et économique des travailleurs	11
2.4 Failles dans le système de régulation	11
2.5 Audit interne du FADP	13
2.6 Rappel des recommandations des assises	14
2.7 Enjeux du secteur	17
3 / Processus de réforme du secteur des médias	18
3.1 Cadre juridique et réglementaire	18
3.2 Concertation avec les acteurs du secteur	19
3.3 Lancement de la plateforme Déclaration Médias Sénégal (DMS)	21
3.4 Mise en place de la Commission d'examen des déclarations des médias	21
3.5 Publication de la liste des médias conformes au code de la presse	23
3.6 Mesures et sanctions prévues pour les médias non conformes au Code de la Presse	25
3.7 Évolution de la redevance annuelle applicable aux entreprises audiovisuelles	25
4 / Projets et réformes en perspective	26
4.1 Gouvernance du secteur des médias : vers une régulation renforcée	29
4.2 Transparence et professionnalisation : les leviers de la réforme des médias	30
4.3 Réforme de l'appui de l'État aux secteurs des médias	30
5 / Conclusion	31
6 / Annexes	32

Liste des acronymes

ADPME : Agence de Développement et d'Encadrement des Petites et Moyennes Entreprises

AFMS : Association des Femmes des Médias du Sénégal

APPEL : Association des Editeurs et Professionnels de la Presse en ligne

CCNP : Commission de la Carte nationale de Presse

CDEPS : Conseil des Diffuseurs et Editeurs de la Presse au Sénégal

CESTI : Centre d'Études des Sciences et Techniques de l'Information

CJRS : Convention des Jeunes Reporters du Sénégal

CNRA : Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel

CORED : Conseil pour l'Observation des Règles d'éthique et de déontologie dans les médias

CTPAS : Collectif des Techniciens de la Presse Audiovisuelle du Sénégal

DMS : Déclaration Médias Sénégal

FADP : Fonds d'Appui et de Développement de la presse

FDDPA : Fonds de développement pour la diffusion et la production audiovisuelle

IGE : Inspection Générale d'Etat

IPM : Institution de Prévoyance Maladie

IPRES : institution de Prévoyance Retraite du Sénégal

MCTN : ministère de la Communication, des Télécommunications et du Numérique

PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement

RIF : Réseau des femmes dans les médias communautaires

RSF : Reporters Sans Frontières

RTS : Radio Télévision Sénégalaise

SYNPICS : Syndicat des professionnels de l'Information et de la Communication du Sénégal

TNT : Télévision Numérique Terrestre

UNESCO : Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture

UNPJS : Union National des Photo journalistes du Sénégal

URAC : Union des Radios Associatives et Communautaires

Avant-propos

Depuis la dernière alternance et l'élection de S.E.M. Bassirou Diomaye FAYE en mars 2024, le ministère en charge de la communication a engagé une politique de mise en conformité des médias au Code de la Presse, suscitant des débats sur l'équilibre entre régulation et liberté de la presse.

C'est dans ce contexte que le gouvernement du Sénégal a décidé d'initier une réforme du secteur des médias pour :

- Combler un vide réglementaire : Les lois existantes (comme le Code de la Presse de 2017 et la loi de 1983 sur la Publicité) étaient peu appliquées et même obsolètes pour certaines dispositions.
- Protéger le public contre la manipulation et les fausses informations.
- Réguler l'aide financière apportée aux médias avec la réforme du Fonds d'Appui et de Développement de la Presse (FADP) et la mise en place du Fonds de Développement pour la Diffusion et la Production Audiovisuelle (FDDPA)
- La mise à jour des Cahiers des Charges des Médias de manière concertées avec les acteurs culturels, éducatifs etc. pour garantir qualité, éthique et en rapport avec nos réalités socio-culturelles.
- La simplification et la digitalisation des procédures administratives du secteur

Cette réforme du secteur des médias, engagée par le gouvernement sénégalais sous la nouvelle mandature, marque une étape cruciale vers un cadre médiatique plus équilibré et adapté aux défis actuels. En modernisant les réglementations, en renforçant la lutte contre la désinformation et en impliquant les acteurs concernés, cette réforme cherche à préserver la liberté de la presse tout en garantissant son intégrité. La digitalisation des procédures administratives vient soutenir cette évolution, promettant une gestion plus efficace et transparente.

Ces mesures, bien que ambitieuses, devront être mises en œuvre avec discernement pour éviter tout risque de sur-régulation. L'objectif reste de construire un écosystème médiatique dynamique, respectueux des droits fondamentaux et au service de l'intérêt général.

1 Introduction



“ Une presse professionnelle, responsable et respectueuse de l’État de droit demeure un pilier majeur de la démocratie. Il faut veiller à l’application intégrale du Code de la presse, mais également au bon fonctionnement des entreprises de Presse, dans un esprit permanent d’ouverture et de concertation en vue du respect des cahiers des charges signés. ”

S.E.M. Bassirou Diomaye Diakhar FAYE
Président de la République du Sénégal

Extrait du conseil des ministres du 14 août 2024

Mot du Ministre



Le Sénégal est un pays marqué par la tradition de liberté d'expression qui tire sa source de l'état de droit et de la démocratie. Les multiples alternances démocratiques dont le dernier en date du 24 mars 2024, prouvent la maturité du peuple sénégalais et la solidité du système démocratique.

L'intégrité de l'information demeure cependant un enjeu de taille car garantit le droit d'accès à l'information fiable. C'est dans ce cadre qu'il faut inscrire l'initiative de Son Excellence le Président de la République Bassirou Diomaye Diakhar FAYE concernant la loi sur la protection des lanceurs d'alertes, qui signifie pour les journalistes, une meilleure protection de leurs sources. Marquant encore plus cette volonté lors de la Journée Mondiale de la Liberté de la Presse du 03 Mai 2024, le Président de la République a dans une correspondance aux organisations des médias, réaffirmé son engagement à soutenir une presse libre et diversifiée, pilier indispensable de notre démocratie.

Le Président a ainsi engagé son gouvernement à œuvrer dans le renforcement des mécanismes de soutien de la liberté de la presse, dans la protection des journalistes dans l'exercice de

leur fonction et leur quête de la vérité, tout en promouvant une régulation équitable des nouveaux médias.

Parler de régulation, revient à évoquer le cadre législatif et réglementaire. En effet, l'avènement du Haut conseil de l'audiovisuel en 1998 en remplacement du Haut Conseil de la Radio et de la Télévision créé en 1991 est venu non seulement assurer le débat politique contradictoire dans les médias publics mais aussi confirmer l'ouverture dans le paysage médiatique avec la création de la première radio privée en 1994.

Cette tendance a été confortée par la libéralisation médiatique en 2000 après l'alternance démocratique et la création en 2006 du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA).

Dix-huit (18) ans après l'avènement du CNRA et dans un contexte où les normes internationales visent la dépénalisation des délits de presse, il est crucial d'élargir le champ de compétences du régulateur pour prendre en compte les différentes spécificités du monde des médias et des réseaux sociaux.

Il reviendra aux acteurs engagés dans le processus de réformes de définir avec les pouvoirs publics la nature des sanctions à mettre en vigueur qui peuvent être d'ordre pécuniaires, administratives ou judiciaires.

Je tiens à rappeler que le nouveau gouvernement s'était engagé sur demande des acteurs des médias à publier la liste des médias officiellement reconnus par nos services, mais plus encore de connaître les vrais propriétaires des entreprises de presse et que les médias ne soient pas considérés comme des outils d'influence ou de lobbying.

En effet, les entreprises de presse en tant que entreprises légalement formées, sont tenues de

Mot du ministre

respecter la réglementation en vigueur, notamment le code du travail, le code général des impôts etc. L'État du Sénégal mettra tout en œuvre pour accompagner les entreprises qui feront preuve d'une gouvernance saine dans leur développement.

En ce qui concerne le Fonds d'Appui et de Développement de la Presse, nos services sont à pied d'œuvre afin que ce fonds ne se limite pas simplement à donner des appuis financiers mais qu'il devienne réellement un levier pour permettre d'impulser le secteur des médias pour contribuer plus globalement au développement de notre nation.

Depuis mon arrivée à la tête du Ministère de la Communication, des Télécommunications et du Numérique, nous avons initié d'importants travaux et il nous a paru essentiel de présenter à cet effet un rapport en guise de gage de transparence et de redevabilité.

A handwritten signature in blue ink, reading "Alioune Sall".

Ministre de la Communication,
des Télécommunications et du Numérique

2 Diagnostic et enjeux du secteur des médias

La libéralisation des médias au Sénégal, initiée dans les années 1990 a marqué un tournant démocratique en permettant une plus grande pluralité de voix dans l'espace public.

L'ouverture démocratique dans les années 90 a amené l'État sénégalais à progressivement libéraliser le paysage médiatique, en autorisant les radios privées (comme Sud FM, Walfadjri, etc.) et les télévisions indépendantes.

La fin du monopole de l'État (RTS) a ainsi favorisé un débat public plus dynamique, notamment lors des alternances politiques de 2000 et 2012.

Cependant si la libéralisation des années 1990 a permis l'émergence d'une presse vibrante, la période 2012-2024 a vu l'éclosion d'acteurs multiples pas forcément en conformité avec la loi, précarisant encore plus un secteur qui n'a jamais réellement su se développer en dehors des subventions publiques et autres conventions de l'État.

Ces dernières années le paysage médiatique sénégalais, bien que dynamique, a connu des problèmes structurels notamment marqués par des dérives, la désinformation, la corruption, le manque de déontologie, et le sensationnalisme.

Certains médias (surtout en ligne) ont propagé des rumeurs pour des clics, ou par manque d'éthique exacerbant les tensions sociales (ex. : fausses nouvelles lors des crises politiques de 2021-2024).

Des cas de corruption sont même allégués, le Conseil pour l'Éthique et la Déontologie des Médias (CORED) a dû à plusieurs reprises lancer des alertes.'

Cette période a aussi vu une polarisation politique des médias qui sont aujourd'hui perçus comme des relais partisans (pro-pouvoir, pro-opposition, etc.), perdant en crédibilité dans le traitement de l'information.

Aperçu de quelques textes de loi du paysage médiatique sénégalais :

Loi n° 2006 – 04 janvier 2006
relative à la création du **Conseil
National de Régulation de
l'audiovisuel (CNRA)** ;

Décret FADP n°2021-178 du 27 janvier
2021 fixant les modalités d'organisation et
de fonctionnement du Fonds d'Appui et de
Développement de la Presse (FADP) ;

Décret n°2021-171 du 27 janvier 2021, relatif aux **avantages
et obligations attachés aux entreprises de presse** ;

Arrêté 014659 relatif à la mise en place de la **Commission de la Carte nationale de Presse (CCNP)** qui est la seule structure habilitée à reconnaître la qualité de journaliste et de technicien des médias ;

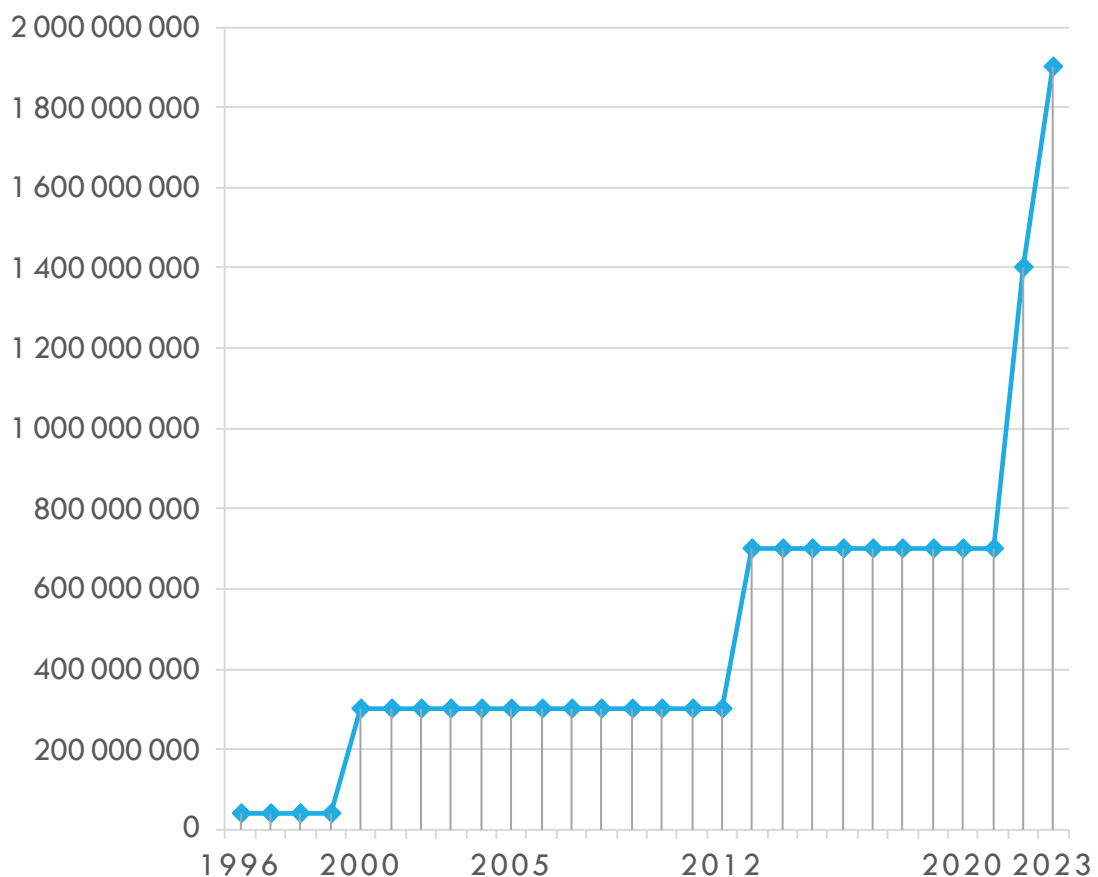
Arrêté 024462 du 1er octobre 2024 portant création de la **Commission d'examen des déclarations des médias** qui vérifie la conformité à la réglementation en vigueur.

L'analyse de cette panoplie de dispositifs révèle que malgré son dynamisme, le secteur des médias sénégalais fait toujours face à plusieurs défis structurels, organisationnels, professionnels, économiques et technologiques.

L'aide à la presse, quant à elle, a progressivement évolué avec la mise en place du FADP, prévu par les articles 46, 47 et 48 de la loi n°2017-27 du 13 juillet 2017 portant Code de la presse.

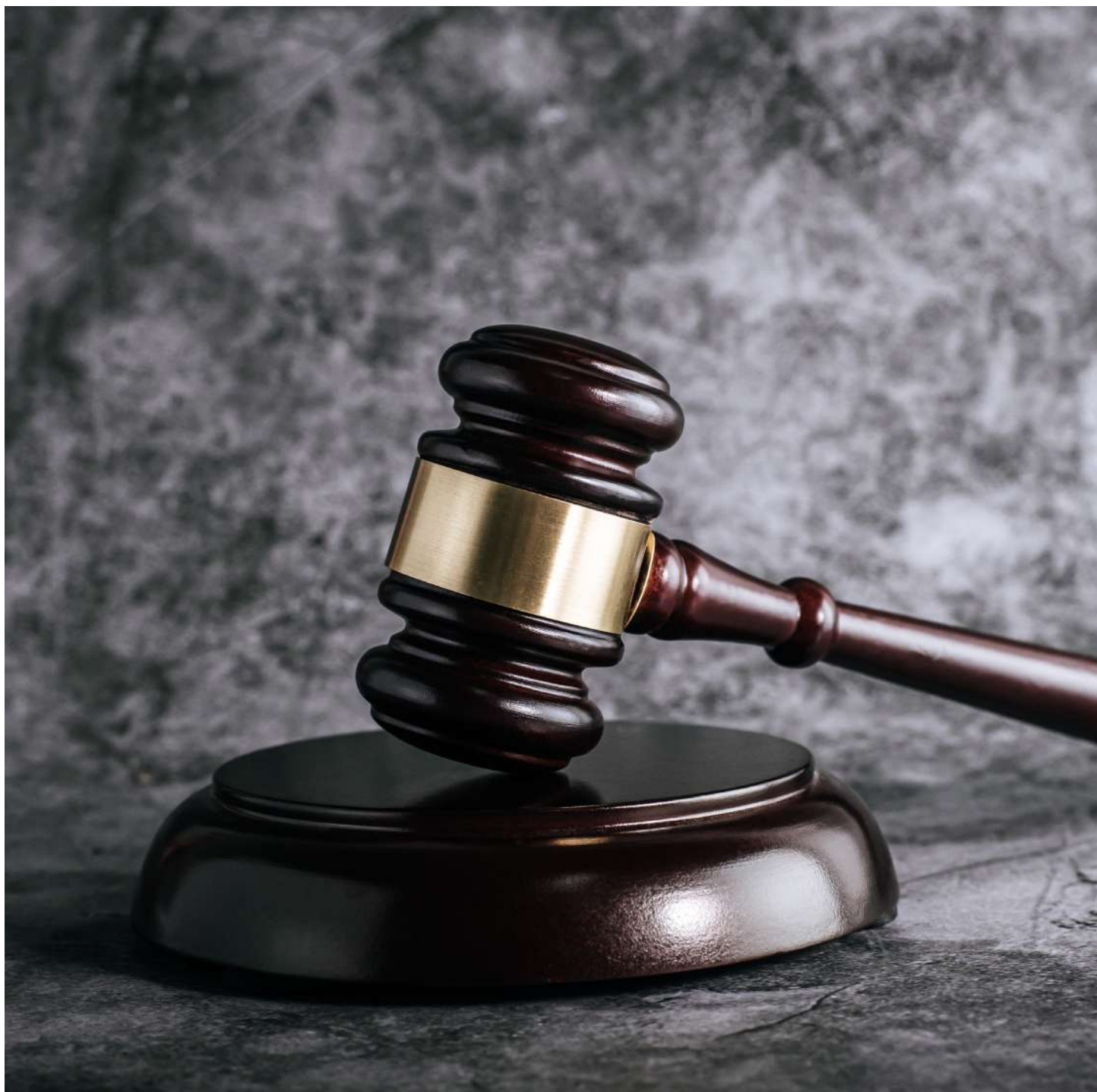
Comme le montre la Figure 1, l'évolution du budget alloué au Fonds d'Appui et de Développement de la Presse (FADP) témoigne d'une volonté croissante de l'État de soutenir le secteur des médias. Passant de **700 millions de francs CFA en 2012** à **1,9 milliard en 2023**, cette augmentation reflète une reconnaissance des enjeux liés à l'indépendance et au développement des médias.

Figure 1 : EVOLUTION DE L'AIDE DE L'ETAT À LA PRESSE EN FCFA



Le décret n°2021-178 du 27 janvier 2021 et les arrêtés n°019170 et n°019171 du 27 mai 2021 ont précisé les modalités d'organisation et de fonctionnement du FADP qui visait à financer des projets de développement, à garantir des prêts bancaires, à soutenir la formation continue, à appuyer le fonctionnement de l'organe d'autorégulation et de la CCNP.

Au regard de l'évolution rapide du secteur et des nombreux défis auxquels il fait face, sa réforme et le renforcement des textes sont considérés comme une priorité. C'est ainsi que le ministère en charge du secteur de la Communication, des Télécommunications et du Numérique a pris, au cours du second semestre de l'année 2024, d'importantes initiatives pour faire évoluer le cadre légal en le rendant beaucoup plus favorable à la liberté de la presse, à l'intégrité de l'information, à la protection des consommateurs, ainsi qu'au renforcement des contenus et au respect des droits des travailleurs du secteur des médias.



2.1 Cartographie des médias au Sénégal

Le secteur des médias au Sénégal au-delà des opérateurs de diffusion et de distribution est caractérisé par une diversité de supports, presses écrites, radios, télévisions et plateformes en ligne. Selon les données disponibles, le paysage médiatique sénégalais comprenait, dans le premier semestre de l'année 2024 :



Figure 2 : Cartographie du Secteur des médias au Sénégal en 2024
Source : Ministère de la Communication, des Télécommunications et du Numérique

Le secteur des médias compte également une diversité d'acteurs regroupés en organisations :

- Le Syndicat des Professionnels de l'Information et de la Communication du Sénégal (SYNPICS) qui défend les intérêts moraux et matériels des travailleurs des médias ;
- Le Conseil des Diffuseurs et Editeurs de la Presse au Sénégal (CDEPS) ;
- Le Conseil pour l'Observation des Règles d'Ethique et de Déontologie dans les médias (CORED) ;
- L'Association des Editeurs et Professionnels de la Presse en Ligne (APPEL) ;
- L'Union des Radios Associatives et Communautaires (URAC) ;
- La Convention des Jeunes Reporters du Sénégal (CJRS) ;
- L'Association des Femmes des Médias du Sénégal (AFMS) ;
- L'Union National des Photo Journalistes du Sénégal (UNPJS) ;
- Le Collectif des Techniciens de la Presse Audiovisuelle du Sénégal (CTPAS).

2.2 Dysfonctionnements structurels et institutionnels

Malgré cette diversité, plusieurs dysfonctionnements majeurs compromettent le bon fonctionnement du secteur :

- Non-respect de l'article 94 du Code de la presse
- Absence d'autorisation conforme pour les structures audiovisuelles (TV et radios)
- Prolifération de médias informels utilisés comme outils d'influence ou de lobbying
- Détournement des objectifs des ressources publiques (FADP)
- Mauvaise gouvernance dans certaines entreprises de presse

2.3 Précarité sociale et économique des travailleurs

Les travailleurs de la presse font face à une précarité profonde, tant sur le plan économique que social, comme le révèle une étude menée par la Convention des Jeunes Reporters du Sénégal.

Celle-ci met en évidence des conditions de travail précaires notamment :

- une faible régularité dans le paiement des salaires
- l'absence de couverture sociale (IPRES, IPM)
- une retraite non cotisée
- des contrats de travail inexistant
- des conditions de sécurité faibles dans la pratique du métier

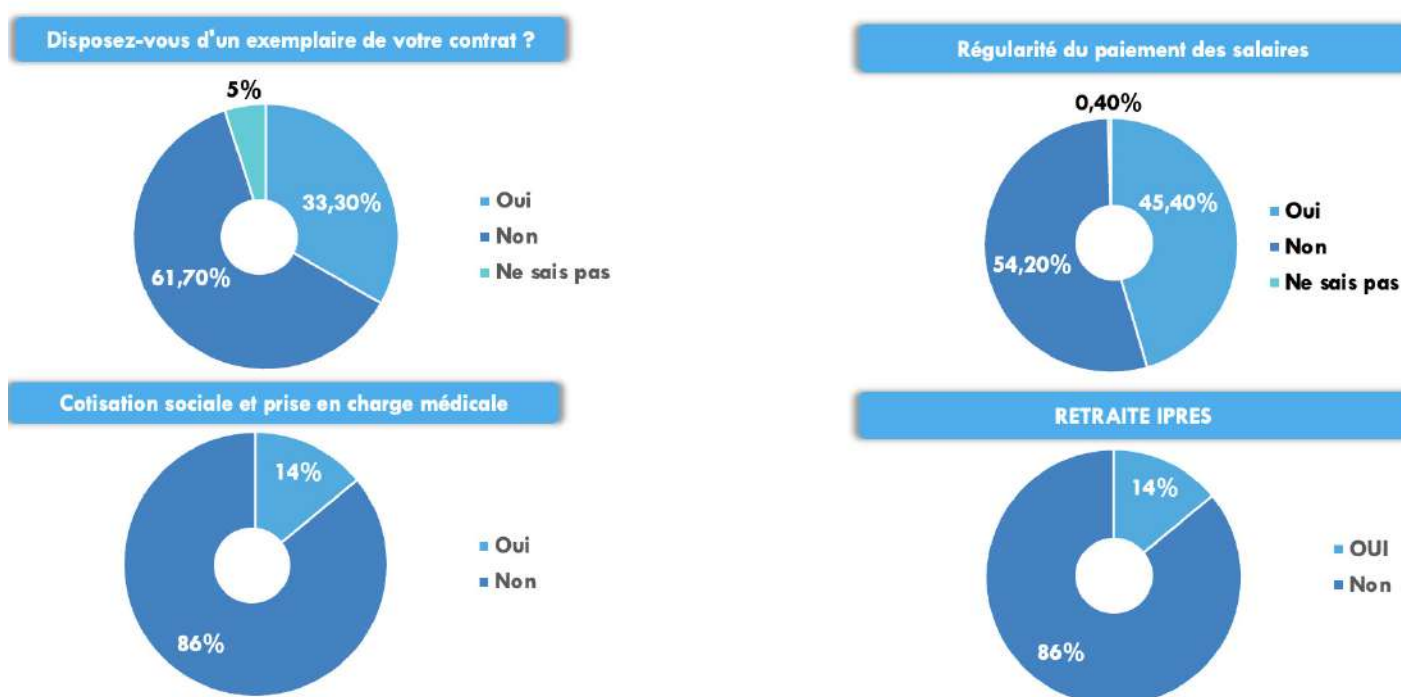


Figure 3 : Aperçu du résultat de l'enquête de la convention des jeunes reporters
Source : rapport CJRS remis au Président de la République - 2024

2.4 Failles dans le système de régulation

Le développement du secteur des médias et les mutations technologiques qui l'accompagnent ont facilité l'accès rapide et abondant aux services audiovisuels, et favorisé la diffusion instantanée de contenus grâce notamment aux médias en ligne.

Cette expansion des médias permettant la démocratisation du secteur, constitue malheureusement un vecteur d'informations trompeuses et/ou de discours de haine surtout pendant des périodes sensibles.

Par ailleurs le non-respect des dispositions du Code de la Presse en sus, du manque d'efficacité, de la portée du texte, favorise une anarchie dans le secteur entraînant une concurrence déloyale entre médias.

En plus, Le CNRA, créé par la loi n° 2006 – 04 du 04 janvier 2006, est le seul organe de contrôle des médias mais son champ de compétences se limite aux télévisions et aux radios.

Dans le même sens, la loi n° 2017-27 du 13 juillet 2017 portant Code de la Presse, suivant son article 55, réduit les compétences de l'autorité de régulation aux médias audiovisuels.

Tout comme le CNRA, l'organe d'autorégulation mis en place par les acteurs, présente aussi de sérieuses limites. En effet, le CORED ne dispose pas de véritables pouvoirs de sanction et ses avis n'ont pas de force légale coercitive. Malgré la légitimité que lui confère le Code de la presse, tous les médias ne reconnaissent pas son autorité. Certains journalistes et organes de presse ignorent totalement ses décisions.

Enfin, le CORED a montré ses limites face aux nouvelles formes de médias (blogs, réseaux sociaux, web tv, etc.) qui ne relèvent pas directement de son champ. Or, les acteurs qui interviennent dans ces supports numériques font généralement plus d'audience que les médias classiques.

Le secteur publicitaire, quant à lui, s'appuie encore sur des textes législatifs trop anciens pour être efficaces, notamment la loi n° 64-51 du 10 juillet 1964 relative à l'apposition d'affiches et de dispositifs de publicité, ainsi que la loi n° 83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité.

Ces lois ne sont plus adaptées à un secteur en pleine mutation. L'émergence du numérique et la multiplication de nouveaux supports et stratégies publicitaires exigent une mise à jour réglementaire. Celle-ci doit permettre de répondre aux défis contemporains, en garantissant, d'une part, une concurrence saine entre médias traditionnels et réseaux sociaux, et d'autre part, le respect des droits humains, la protection des personnes vulnérables, les droits des consommateurs, ainsi que la préservation de l'environnement et du cadre de vie.

Pour toutes ces raisons évoquées ci-dessus, l'élaboration d'un nouveau cadre juridique cohérent qui favorise un impact économique et social, un meilleur encadrement et une meilleure lisibilité dans les secteurs des médias et de la publicité est devenue une urgence absolue.

Un cadre réglementaire efficient, un régulateur ayant un champ de compétences élargies et un secteur assaini constitue un levier essentiel de développement et de croissance des médias.

En définitive, ce qui devrait constituer l'oxygène des médias est dans une situation d'anarchie totale.

2.5 Audit interne du FADP

Le Fonds d'Appui à la Presse (FADP), doté d'un budget conséquent de 1,9 milliard de FCFA en 2023, vise à soutenir le secteur médiatique sénégalais. Pourtant, une analyse détaillée révèle des dysfonctionnements majeurs : dépenses opaques, détournement de mission, et inefficacité pour le développement durable des entreprises. Le FADP fonctionne davantage comme une subvention directe que comme un levier stratégique. L'audit interne diligenté à l'arrivée du Ministre Alioune SALL met en lumière ces contradictions, soulignant l'urgence d'une réforme structurelle pour aligner son utilisation sur les besoins réels du secteur.

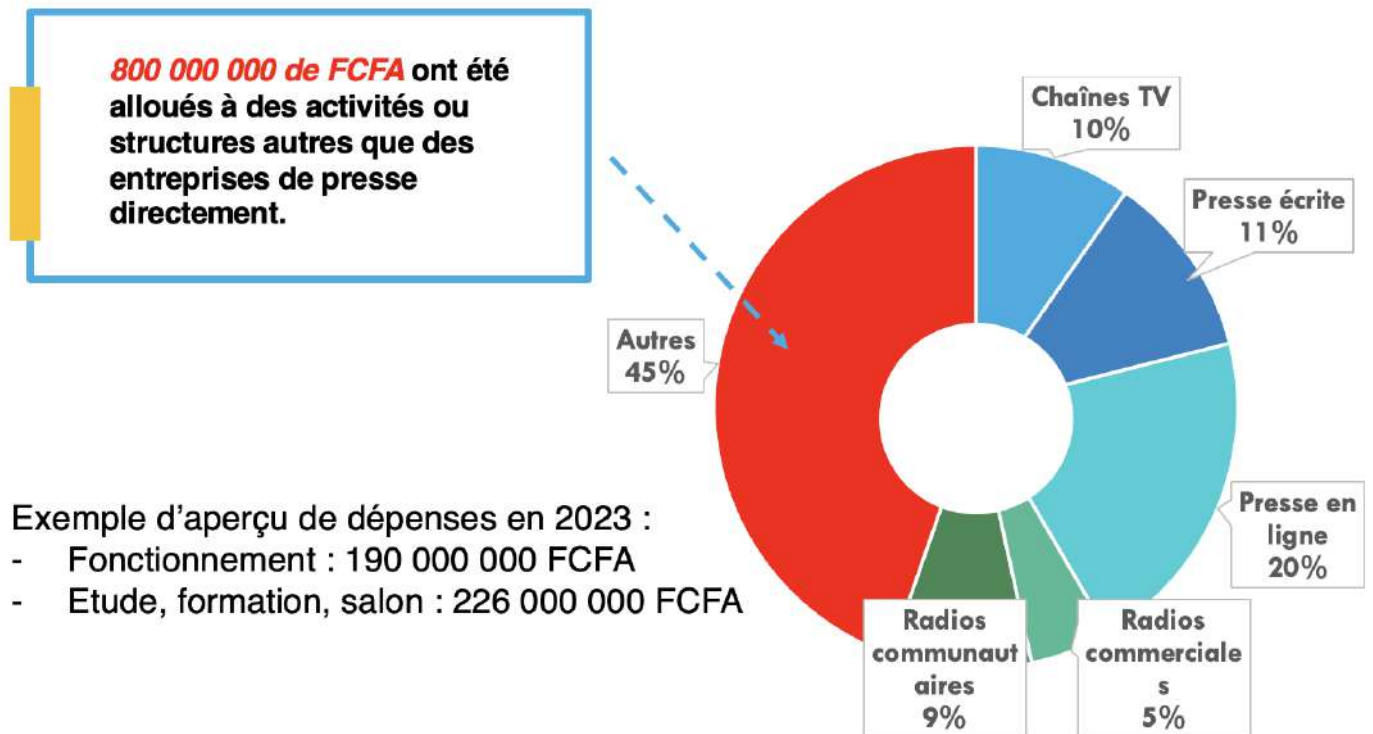


Figure 4 : Répartition du FADP - 2023

Source : Ministère de la Communication, des Télécommunications et du Numérique

2.6 Rappel des recommandations des assises nationales des médias

À l'issue des Assises des médias financées par l'État à hauteur de 50 millions de FCFA, les professionnels du secteur ont unanimement plaidé pour l'application rigoureuse du Code de la presse. Leur demande centrale : « assainir le secteur » en concrétisant les dispositions légales, notamment la transparence des aides publiques (FADP) et la modernisation des règles encadrant la publicité. Ces recommandations, portées par les acteurs eux-mêmes, soulignent l'urgence d'une réforme équilibrée, conciliant régulation et liberté d'expression.

I / Cadre institutionnel, juridique et réglementaire

- **Créer une Haute Autorité de Régulation** pour garantir l'indépendance et la transparence des médias, et renforcer la régulation de l'audiovisuel.
- **Clarifier les rôles des organismes de régulation et d'autorégulation**, afin d'établir une collaboration efficace entre ces entités.
- **Réviser et moderniser le Code de la presse** pour inclure les nouvelles réalités numériques et les bonnes pratiques internationales et **faire adopter la loi sur l'accès à l'information**.
- **Assurer une stricte application des lois et règlements** dans le secteur des médias pour garantir un cadre respectueux des droits des professionnels.
- **Développer un cadre légal pour la publicité** classique et numérique pour encadrer les pratiques publicitaires sur les réseaux sociaux et protéger le public.

II / Sécurité des travailleurs, respect des conventions et protection sociale

- **Renforcer l'application de la convention collective** pour garantir des conditions de travail dignes et stables pour les professionnels des médias et **en faire une condition pour l'accès au Fonds d'Appui et de Développement de la Presse (FADP)**.
- **Mettre en place un comité mixte (État, employeurs, syndicats)** pour surveiller le respect strict des droits des travailleurs dans les entreprises de presse.
- **Exiger le respect des droits de sécurité et de protection des journalistes** sur le terrain, y compris la formation en sécurité pour les situations de conflit.
- **Conditionner le financement public des entreprises de presse au respect des obligations fiscales**, des normes de travail et des conventions collectives.
- **Susciter la création d'une coopérative d'habitat et d'une mutuelle de santé** pour offrir une couverture sociale adéquate aux journalistes et techniciens des médias.

III / Contenus, supports médiatiques et transition numérique

- **Créer un centre d'incubation pour le journalisme numérique** au sein de la Maison de la Presse pour former les professionnels aux outils et pratiques numériques.
- **Établir des partenariats entre les médias traditionnels et les plateformes numériques** pour accroître la visibilité et la diffusion des contenus locaux.
- **Mettre en place un système de certification de qualité des contenus** pour promouvoir une information fiable et éthique.
- **Renforcer la régulation des médias en ligne**, notamment des plateformes et réseaux sociaux, pour limiter la diffusion de fausses informations.
- **Encourager la production de contenus locaux et originaux** en imposant un quota minimal de productions locales dans les médias numériques et audiovisuels.

IV / Moyens économiques, financement des médias et modèles économiques

- **Renforcer le FADP par un financement plus conséquent de l'Etat** et porter le financement global des médias (publics et privés) à 1% du budget national.
- **Mettre en place plus une fiscalité spécifique aux médias et des exonérations fiscales** pour le matériel et les services essentiels à la modernisation des médias, et **créer un Centre de Gestion Agréé des Médias (CGAM) ou un observatoire des médias pour le suivi de la conformité des médias.**
- **Instaurer un mécanisme de suivi et d'évaluation transparent** de l'utilisation des fonds publics attribués aux médias, en coopération avec la Cour des Comptes.
- **Établir une nouvelle loi sur la publicité** qui favorise la transparence, protège les groupes vulnérables, et assure une juste répartition des ressources publicitaires.
- **Promouvoir des modèles économiques alternatifs pour les entreprises de presse**, tels que l'abonnement numérique et le soutien par des plateformes de financement participatif.
- **Créer un organisme de certification des diffusions et audiences** pour renforcer la transparence des données auprès des annonceurs et du public.
- **Organiser un forum annuel sur l'économie de la presse** pour échanger sur les enjeux financiers et structurels du secteur et proposer des solutions innovantes.

V / Formation et renforcement des capacités

- **Standardiser les programmes de formation en journalisme** pour garantir un niveau de compétence élevé chez les diplômés et professionnels des médias et **établir une certification des écoles de journalisme**.
- **Introduire des cursus spécialisés dans le numérique et la gestion de contenus** pour s'adapter aux nouveaux modes de production et diffusion.
- **Mettre en place une formation continue obligatoire pour les journalistes**, leur permettant de se former aux nouvelles technologies et pratiques professionnelles.
- **Encourager la collaboration avec les institutions internationales** pour bénéficier d'expertise et de ressources de formation avancées.
- **Soutenir la création de centres de formation pratiques régionaux** pour renforcer les capacités des journalistes dans tout le pays.

VI / Sécurité dans les entreprises de presse

- **Créer un dispositif de protection pour les journalistes** afin de les prémunir contre les violences et les harcèlements dans l'exercice de leurs fonctions.
- **Développer des initiatives de soutien juridique pour les journalistes** en procès ou en danger à cause de leur travail.
- **Encourager la mise en place d'une gouvernance éthique et responsable dans les entreprises de presse**, en prônant la transparence et l'intégrité dans la gestion des ressources.

2.7 Enjeux du secteur

Le Sénégal est à un tournant qui doit lui permettre de trouver un modèle équilibré car cette mise en conformité légitime, se basant strictement sur les textes en vigueur permettra comme l'avait suggéré la recommandation des Assises nationales des médias de :

- Lutter contre la corruption dans les médias.
- Garantir un journalisme professionnel (sources vérifiées, déontologie).
- Concilier régulation et indépendance éditoriale.
- Appliquer les dispositions du code de la presse pour "assainir le secteur "
- Protéger les employés contre la précarité du secteur, marqué par un désordre caractérisé avec comme conséquence, des dérives multiples, la désinformation et la perte de crédibilité des médias classiques.
- Faire appliquer les conclusions des Assises nationales des médias, financées par l'État du Sénégal à hauteur de 50 millions de FCFA, selon le vœu des acteurs et de la corporation qui ont demandé l'application des dispositions du code de la presse pour "assainir le secteur" .

Le Ministère en charge de la communication met en avant plusieurs réformes destinées à insuffler une nouvelle dynamique dans le secteur des médias. Parmi les initiatives annoncées figure la réforme du Code de la presse, visant à moderniser les lois et les pratiques en matière de liberté de la presse et de régulation.

Pour garantir un secteur médiatique dynamique et ancré dans les réalités nationales, trois leviers d'action prioritaires se dégagent : restructurer les entreprises de presse pour renforcer leur autonomie financière, stimuler la création de richesses par une production audiovisuelle innovante et génératrice d'emplois, et promouvoir des contenus médiatiques qui valorisent et préservent nos valeurs socio-culturelles.

1

Structurer les entreprises de presse afin de les rendre plus autonomes et viables

2

Stimuler la création de richesses par le développement de la production audiovisuelle et des contenus médias afin de créer de l'emploi

3

Promouvoir des contenus respectueux de nos valeurs socio-culturelles

Par ailleurs, la révision du code de la publicité est également prévue pour mieux contrôler les pratiques et assurer plus de transparence dans le financement des médias.

Une autre mesure phare est la création d'un Fonds de développement pour la Diffusion et la Production audiovisuelle (FDDPA), destiné à soutenir la diffusion et la production de contenus de qualité au Sénégal. Le ministère prévoit également de réorganiser les conventions entre l'État et les entreprises médias, afin de diriger le financement public vers la production de contenus médias de qualité et de renforcer l'indépendance éditoriale des organes de presse.

Les réformes envisagées devraient aussi permettre la mise en place de leviers de financement additionnels, afin d'en diversifier les sources et offrir un soutien tangible aux médias sénégalais. Cela inclut la révision des mécanismes d'accès au FADP, qui sera désormais destiné qu'aux médias en conformité avec la loi, en mettant l'accent sur la qualité de la production, la viabilité économique des structures médiatiques et l'application de la convention collective des professionnels des médias.

Ces initiatives traduisent l'engagement résolu de l'État à garantir un environnement médiatique plus structuré, tout en encourageant les acteurs du secteur à se conformer aux normes réglementaires avant de prétendre bénéficier du financement public.

3 Processus de réforme du secteur des médias

3.1 Cadre juridique et réglementaire

La Constitution sénégalaise établit un cadre fondamental pour les médias à travers deux articles clés :

- **Article 10** : Garantit le droit à la libre expression "par la parole, la plume, l'image", avec pour limite le respect d'autrui et de l'ordre public
- **Article 11** : Consacre la liberté de création des médias tout en précisant en son alinéa 2 que **"Le régime de la presse est fixé par la loi"**

C'est dans ce cadre constitutionnel que l'article 94 du Code de la presse instaure un régime d'autorisation spécifique pour l'audiovisuel : l'exercice de toute activité d'édition, de distribution et de diffusion de services de communication audiovisuelle quelle que soit la technologie utilisée, est subordonné à une autorisation délivrée par le Ministre chargé de la Communication, après avis conforme de l'organe de régulation, dans les conditions définies par le présent Code.



*** Sur l'Audiovisuel, l'autorisation accordée est personnelle. Elle ne peut être cédée ni transférée à un tiers.**

Figure 5 : Régimes juridiques du code de la presse de juillet 2017

3.2 Concertation avec les acteurs du secteur

La réforme du secteur des médias devenue une demande sociale, a commencé par une revue du FADP qui subventionne les entreprises de presse publique et privée au Sénégal, dont les premiers éléments ont rapidement révélé la nécessité d'un audit approfondi.

Cet exercice a conduit à un impératif immédiat, celui de faire appliquer le Code de la presse afin de faire cesser la prévarication des deniers publics par le fait d'une distribution d'argent public à des entités soit non éligibles ou même quelques fois non ayants droits.

L'urgence se posait donc de connaître la liste des entreprises médias conformes aux dispositions de la loi n° 2017-27 du 13 juillet 2017 portant Code de la presse, afin de permettre à l'État du Sénégal d'avoir une cartographie précise de ceux à qui il alloue près de 2 milliards FCFA d'argent public annuellement.

C'est dans la perspective d'accorder plus d'attention et de lui donner sa place de vigie démocratique, que le ministère de la Communication, des Télécommunications et du Numérique a entrepris avec minutie une réforme du secteur des médias.

Ce processus de revue de la chaîne de valeur de l'écosystème médiatique au Sénégal part des éditeurs, aux distributeurs, en passant par une modernisation indispensable de la régulation et de la publicité. Dans un souci de transparence et d'inclusion le MCTN à très tôt entamé des concertations avec les acteurs débouchant sur la mise en place d'une plateforme de déclaration médias

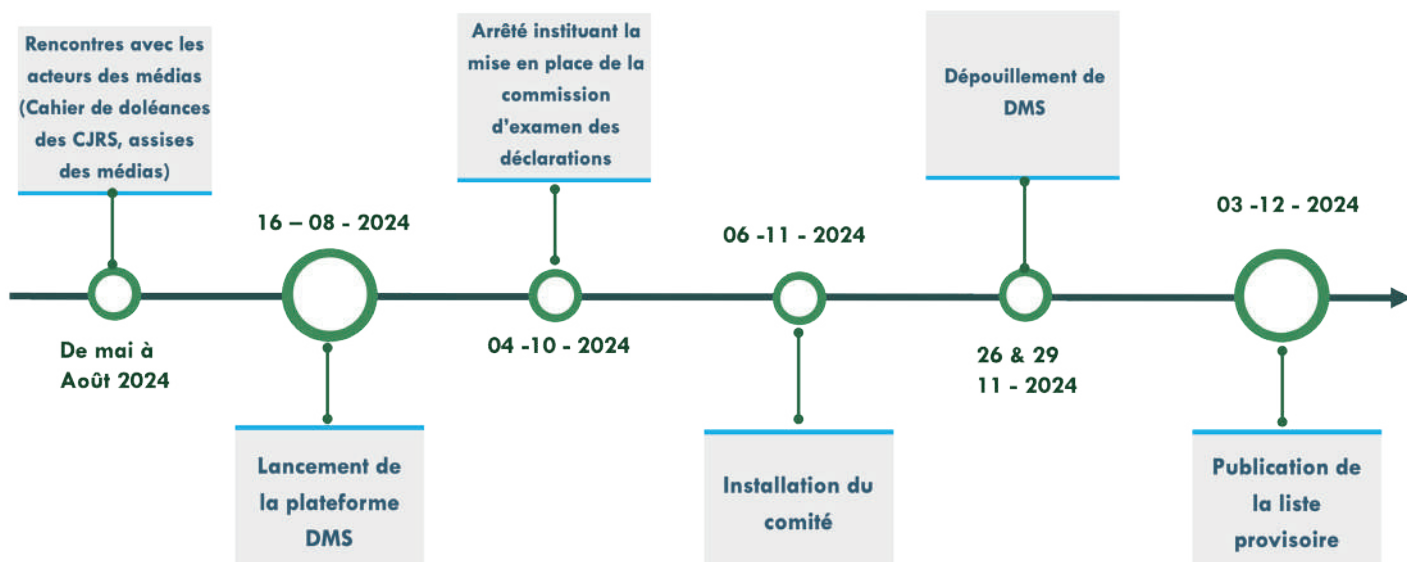


Figure 6 : Chronologie des concertations pour la publication de la liste provisoire des médias

Démarche innovante et inclusive

- Lancement d'une plateforme de déclaration au mois d'août 2024 afin de faciliter l'exercice d'identification des entreprises médias.
- Installation d'une Commission d'Examen des déclarations des entreprises médias comprenant le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA), la Commission Nationale de la Carte de Presse, Comité d'Observation des règles d'éthique et de déontologie dans les médias (CORED), le Ministère de la Communication des Télécommunications et du Numérique, le Ministère du Travail, le Ministère de la Justice et le Ministère de l'Intérieur.

Entre mai et août 2024, le Ministre a initié une série de consultations avec les principaux acteurs du secteur : patrons de presse, syndicats, associations professionnelles, experts, etc. Les principales dates à retenir sont :

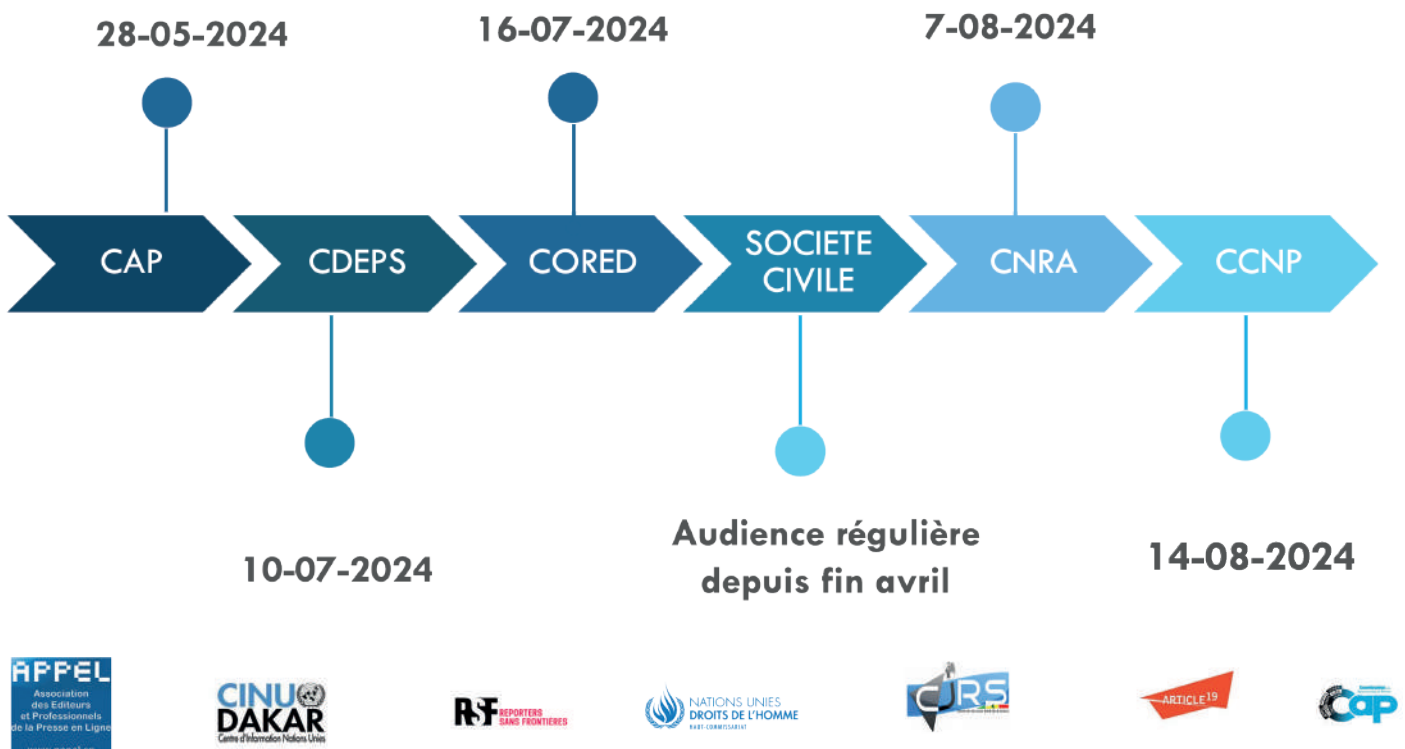


Figure 7 : Extrait de la série de concertation avec les acteurs des medias

Extrait des conclusions des concertations

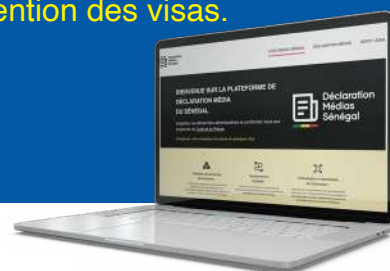
- Assainissement du secteur
- Application du code de la presse
- Loi sur la publicité
- Reforme CNRA
- Loi sur l'accès à l'information

3.3 Lancement de la plateforme Déclaration Médias Sénégal (DMS) :

La plateforme Déclaration Médias Sénégal (DMS), lancée le 16 août 2024, dédiée au secteur des médias pour leur mise en conformité avec la réglementation existante et contenue dans la loi 2017-27 du 13 juillet 2017 portant Code de la Presse a pour objectif de centraliser et simplifier les démarches administratives tout en renforçant la transparence et la conformité des acteurs. Elle permet :

- d'identifier les médias au Sénégal
- de faciliter et de digitaliser les procédures
 - déclaration de parution,
 - dépôt légal,
 - les cartes de presse,
 - les demandes pour le FADP et la publication des bénéficiaires avec les montants,
 - l'enregistrement des conventions publicitaires,
 - les demandes de lettre d'intervention des journalistes pour l'obtention des visas.

Elle est accessible 24h/24 avec assistance technique.



3.4 Mise en place de la Commission d'examen des déclarations des médias

L'installation de la commission chargée de l'examen et de la validation des déclarations des entreprises de presse au Sénégal s'inscrit dans une dynamique de professionnalisation des médias au Sénégal. En plus d'une durée de mandat d'un an renouvelable, les membres de la commission se réuniront régulièrement pour examiner les nouveaux dossiers soumis via la plateforme DMS. Cette commission, essentielle pour garantir la conformité des médias avec le Code de la presse, inclut un représentant des institutions suivantes : MCTN, Ministère de la Justice, Ministère de l'Intérieur, Ministère du Travail et de l'Emploi, CNRA, CORED et CNCP.

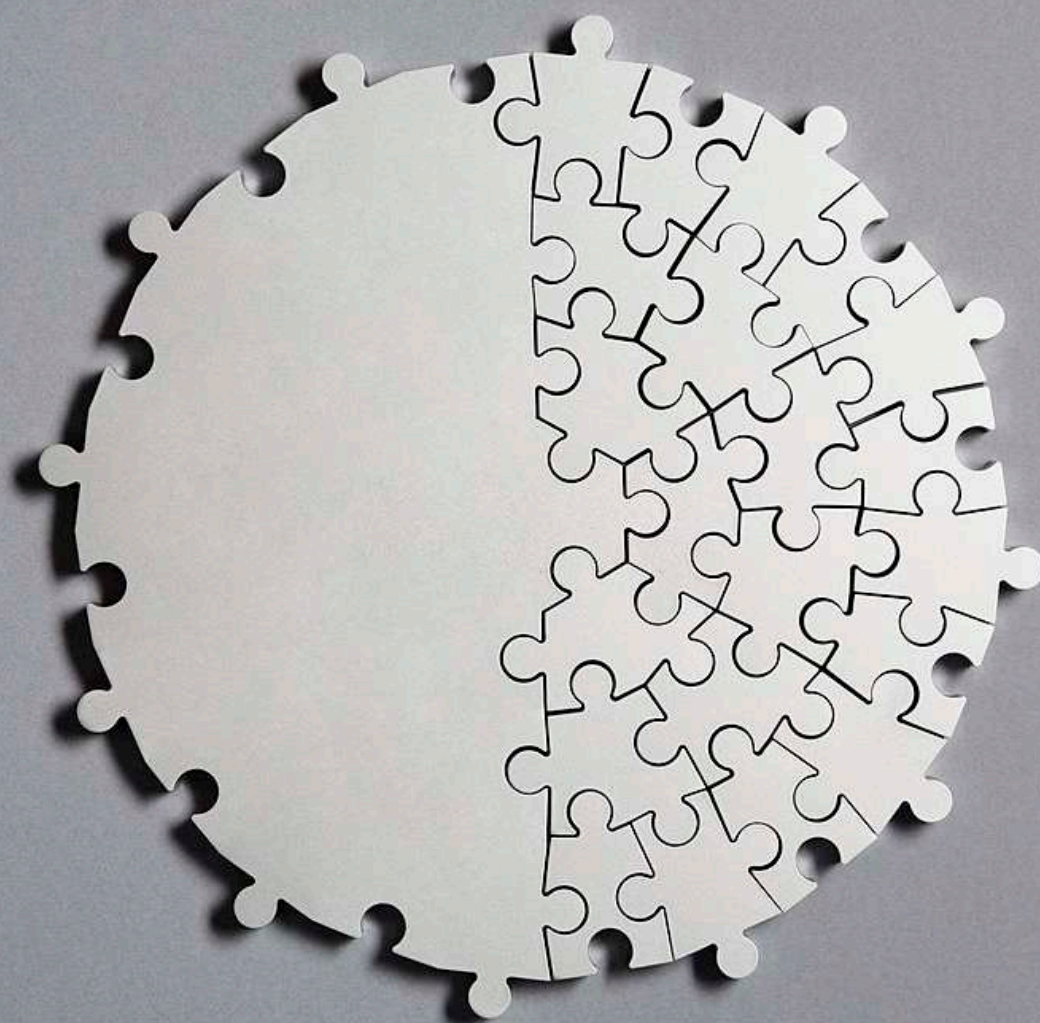
Figure 8 : commission d'examen des déclarations des médias



Elle a pour mission de vérifier les déclarations des entreprises de presse enregistrées sur la plateforme numérique déclaration médias du Sénégal, mise en service en août 2024. Le rôle de cette commission est de garantir la conformité des entreprises avec le Code de la presse en authentifiant les documents soumis. Chaque entreprise validée reçoit une reconnaissance officielle des services du ministère, ce qui renforce leur crédibilité et leur statut légal.

Cette rigueur dans l'évaluation et l'authenticité des entreprises vise à créer un environnement médiatique sain et fiable, aligné avec les exigences du Code de la presse sénégalaise.

Grâce à cette démarche de validation, les autorités sénégalaises espèrent ainsi encourager le respect des normes et instaurer une transparence accrue, permettant aux médias de jouer pleinement leur rôle de pilier de la démocratie.



3.5 Publication de la liste provisoire des médias conformes au code de la presse

Le 3 décembre 2024, 112 médias ont été provisoirement jugés conformes au Code de la presse au Sénégal. Après un délai supplémentaire de 72 heures accordé par le ministère pour permettre l'enrôlement des médias non encore enregistrés, 307 nouvelles déclarations ont été enregistrées, portant le total à 695. Le 10 décembre, la commission chargée de l'examen des déclarations s'est réunie pour évaluer les nouvelles demandes ainsi que celles initialement rejetées. Plusieurs irrégularités ont été relevées, notamment la cession non conforme d'autorisations d'exploitation, l'absence de signature de conventions pour les web TV, des doublons de fonctions dans différents médias, et le non-respect de l'obligation d'employer trois journalistes à temps plein pour les médias en ligne. Le ministère prévoit donc des vérifications supplémentaires, avec l'appui du ministère de l'Emploi et du CNRA, avant de publier la liste définitive des médias conformes.

Résultats des analyses des dossiers soumis par les entreprises de presse à la date du 29/11/2024

Médias enregistrés sur la plateforme Déclaration Médias Sénégal

380

Télévisions



21

Presse écrite



50

Radios



28

Radios communautaires



76

Web TV



40

Presse en ligne



165

Médias enregistrés sur DMS en conformité avec des dispositions du code de la presse.

112

Télévisions



21

Presse écrite



50

Radios



28

Radios communautaires



76

Web TV



40

Presse en ligne



165

Résultats des analyses des dossiers soumis par les entreprises de presse à la date du 05/02/2025

Médias enregistrés sur la plateforme Déclaration Médias Sénégal

639

Télévisions



28

Presse écrite



85

Radios



115

Radios communautaires



134

Web TV



53

Presse en ligne



224

Médias enregistrés sur DMS en conformité avec des dispositions du code de la presse.

258

40%

Télévisions



26

Presse écrite



28

Radios



30

Radios communautaires



104

Web TV



22

Presse en ligne



48

Médias en ligne déclarés sur la plateforme DMS et soumissionnaires de contrats de travail au 05/02/2025

123

Médias en ligne soumissionnaires de contrats de travail

Nombre de médias en ligne ayant soumis des contrats valides

80

Nombre total de contrats valides

240

Nombre de médias en ligne aux contrats non-valides

43

Nombre de contrats à régulariser

129

Nombre total de régularisations contractuelles à terme

369

Médias non conformes avec des dispositions du code de la presse.

381

60%

3.6 Mesures et sanctions prévues pour les médias non conformes au Code de la Presse

Dans le cadre du renforcement du cadre légal des médias et de l'application stricte du Code de la presse. Un dispositif a été mis en place pour identifier, notifier et sanctionner les médias en situation de non-conformité.



Pour le secteur de l'audiovisuel, seul le CNRA est compétent en cas de survenance de non conformité pour les médias autorisés.

Figure 9 : Mesures effectives à ce jour

3.7 Évolution de la redevance annuelle applicable aux entreprises audiovisuelles

Pour garantir un financement durable des acteurs clés du secteur, les autorités ont procédé à une révision à la hausse des redevances audiovisuelles. Cette mesure s'inscrit dans l'application de l'article 94 du Code de la presse, qui soumet toute activité de diffusion audiovisuelle au paiement d'une redevance annuelle, dont les modalités sont fixées par arrêté conjoint des ministères en charge des Finances et de la Communication.

Un nouvel arrêté, pris par le Ministère des Finances et du Budget (MFB) et le Ministère de la Communication, des Télécommunications et du Numérique (MCTN), a ainsi été adopté pour revaloriser les contributions destinées à :

- L'audiovisuel public (soutien aux médias d'État),
- La presse privée, via un nouveau Fonds destinée à l'appui à la production audiovisuelle
- Renforcer l'autorité de régulation

Cette réforme vise à consolider les ressources financières nécessaires pour accompagner la transition numérique, renforcer l'indépendance des médias et améliorer la qualité de l'information

TYPE DE SERVICE	BAREME DES REDEVANCES Annuel	Montant (FCFA)
Radiodiffusion commerciale (FM)	Nationale	2.400.000
Radiodiffusion non commerciale (FM)	Nationale	1.200.000
	Municipale	240.000
	Locale	120.000
Radiodiffusion étrangère (FM)	Forfait par fréquence	75.000.000
Éditeur de télévision non commerciale	Régional	500.000
	National	2.500.000
Télévision commerciale	Nationale	4.800.000

Diffuseur	Type de service	Evolution
Opérateur de Distribution de Services de Communication Audiovisuelle	TNT	9% Chiffre d'Affaires Annuel abonnés
	Câble / ITV	9% Chiffre d'Affaires Annuel abonnés
	Satellite	9% Chiffre d'Affaires Annuel abonnés
	IP - OTT	9% Chiffre d'Affaires Annuel données

La redevance a été revue à la baisse pour les télévisions commerciales locales.

Figure 10 : Évolution des redevances audiovisuelles

4 Projets et réformes en perspective

<p>01 Nouvelle Autorité de Régulation des Médias et de la publicité</p>	<ul style="list-style-type: none"> Révision de la loi pour renforcer indépendance, pouvoir de sanction et régulation des plateformes numériques L'actualisation de la composition des membres pour aller vers des profils métiers (Ex: ARTP) . Échange avec les GAFAM (Meta, TikTok etc.) 	<p>02 Code de la Publicité</p>	<ul style="list-style-type: none"> Adoption d'une loi encadrant la publicité et ses métiers. Mise en place d'un système de facturation des GAFAM
<p>03 Cahiers des Charges des Médias</p>	<ul style="list-style-type: none"> Harmonisation et actualisation concertées avec les acteurs culturels, éducatifs etc. pour garantir la qualité, l'éthique en rapport avec nos réalités socio-culturelles. 	<p>04 Fonds d'Appui et de Développement de l'Audiovisuel (FADP)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Réforme des critères d'accès, de transparence, d'évaluation d'impact sur la base de projets. Convention avec l'ADPME
<p>05 Fonds de Développement de la Diffusion et de la Production Audiovisuelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> Nouveau mécanisme pour soutenir la création nationale (séries, documentaires, films). 	<p>06 Accréditation des Médias Étrangers</p>	<ul style="list-style-type: none"> Encadrement juridique renforcé (conditions d'installation, obligations déontologiques, sanctions en cas de manquements).
<p>07 Digitalisation des procédures administratives</p>	<ul style="list-style-type: none"> Dématérialisation complète de la demande et du renouvellement de la carte de presse Plateforme numérique unifiée pour dépôt et suivi. Autorisations et Accréditations digitalisées Hébergement des données et plateformes au Sénégal 		

Figure 11 : Projets et réformes en perspective

Fonds de Développement pour la Diffusion et la Production Audiovisuelle (FDDPA)

Les réformes en cours du secteur de la communication ont déjà un résultat probant permettant en seulement 10 mois la collecte d'un montant forfaitaire de 180 millions de FCFA de redevances impayées. En régularisation des années 2023 et 2024, soit 90 millions FCFA annuel, là où le trésor public ne percevait que 10 millions FCFA par an pour plusieurs fréquences exploitées au Sénégal.

Par ailleurs, l'Arrêté conjoint signé en décembre 2024 a fait évoluer le montant des redevances pour les distributeurs de chaînes de télévision étrangère ainsi que les éditeurs de radios internationales.

En effet une des premières actions du MCTN a été de réévaluer les redevances payées par les médias et distributeurs audiovisuels de programmes internationaux.

Cet exercice a donc permis de faire entrer des ressources nouvelles dans les caisses du trésor public dont une partie servira à la chaine de valeur de l'audiovisuel au Sénégal, permettant la mise en place d'un Fonds de développement pour la Diffusion et la Production Audiovisuelle (FDDPA) La création de ce fonds aidera à l'amélioration des contenus audiovisuels des radios et télévisions locales par la promotion de programmes plus conformes à nos spécificités culturelles.

Réformes du cadre normatif : Publicité, Autorité de régulation, Code de la Presse
Les réformes du cadre normatif, avec :

- La création d'une nouvelle autorité administrative indépendante en charge de la régulation des médias (y compris les réseaux sociaux) et de la publicité avec des compétences élargies aux médias en ligne, pour faire cesser les dérives
- La révision du code de la presse,
- L'adoption du code de la publicité, sans être exhaustif permettront de disposer de normes plus efficaces dans la prévention de la désinformation et des discours de haine tout en favorisant la « redevabilité » des acteurs du secteur de la communication.

• Encadrement des conventions publicitaires

L'encadrement de la publicité des établissements publics avec l'instauration d'une cellule de validation préalable des conventions composée de la Présidence, de la Primature et du MCTN permettra d'orienter les ressources financières publicitaires vers la production de contenus thématiques arrimés aux questions de développement prioritaires, afin de relever le niveau qualitatif des grilles de programmes des médias et rendre plus transparent le processus de signature. Les nombreux manquements liés à l'inefficacité des textes et leur faible niveau d'application justifient la décision des autorités étatiques de mettre en place un nouveau cadre légal. A cet effet, plusieurs réformes ont été engagées. Dès sa prise de fonction, le ministre de la Communication, des Télécommunication et du Numérique, Monsieur Alioune SALL, a initié plusieurs rencontres d'échange avec les acteurs sur le secteur et les textes qui le régissent.

• Adoption d'une loi sur l'accès à l'information

Le Sénégal est en voie d'adopter une loi sur l'accès à l'information publique, visant à renforcer la transparence et la bonne gouvernance. Cette initiative a été relancée sous l'impulsion du **Président de la République Bassirou Diomaye FAYE**, qui a exprimé sa volonté d'adopter rapidement cette loi.

Le processus d'élaboration de cette loi, initié en 2009 par des organisations de la société civile, avait rencontré des obstacles ralentissant sa mise en œuvre.

L'adoption du code de la publicité, sans être exhaustif permettra de disposer de normes plus efficaces dans la prévention de la désinformation et des discours de haine tout en favorisant la « redevabilité » des acteurs du secteur de la communication.

• Loi sur la protection des lanceurs d'alerte

En 2024, le Président de la République Bassirou Diomaye FAYE a annoncé son intention de soumettre un projet de loi visant à protéger les lanceurs d'alerte, dans le cadre d'une série de réformes pour renforcer la transparence et la bonne gouvernance.

A ce jour, le Sénégal ne dispose pas de législation spécifique protégeant les lanceurs d'alerte, malgré la ratification d'accords internationaux qui encouragent la mise en place de mesures de protection de ces derniers. Il s'agit de la convention des Nations unies contre la corruption en 2005 et la Convention de l'Union africaine sur la prévention et la lutte contre la corruption en 2007.

• Loi sur la publicité dans les médias

La publicité est un levier important de promotion de la fourniture de biens ou services dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou de profession libérale.

Elle est essentiellement régie par la loi n° 64-51 du 10 juillet 1964 relative à l'apposition d'affiches et de dispositifs de publicité et la loi n° 83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité. D'autres textes spécifiques lui sont également applicables. Il s'agit notamment de la loi n°2006-04 du 4 janvier 2006 portant création du CNRA, de la loi n°2014-12 du 28 mars 2014 relative à la fabrication, au conditionnement, à l'étiquetage, à la vente et à l'usage du tabac, de la loi n°2017-27 du 13 juillet 2017 portant Code de la Presse et de la loi n°2021-25 du 12 avril 2021 sur le prix et la protection du consommateur.

L'analyse de la loi de 1964 portant apposition d'affiches et de dispositifs de publicité et de la loi de 1983 relative à la publicité a démontré que celles-ci ne sont plus adaptées à un secteur qui a fortement évolué. En effet, la publicité connaît de profondes mutations introduites par le développement du numérique, l'apparition et la multiplication de nouveaux supports ainsi que de nouvelles stratégies. Le secteur doit s'adapter au changement de paradigme qui rend plus fortes les exigences légitimes pour le respect des droits humains, la protection des personnes vulnérables, la garantie des droits des consommateurs et le respect de l'environnement et du cadre de vie.

Parallèlement, la publicité doit prendre en considération les impératifs que lui impose sa connexité avec des secteurs tels que la presse et les enjeux liés à l'éducation, à la santé, à la sécurité, à l'urbanisme, à la préservation des infrastructures et à la protection de la propriété intellectuelle. La prise en charge de ces questions ne peut être garantie que par une législation adaptée et harmonisée, d'une part et une régulation efficace du secteur, d'autre part.

Ces enjeux portent également sur les dimensions économiques et sociales de la publicité qui connaît une forte croissance et qui, par sa dynamique, présente un intérêt réel pour l'économie nationale en termes de création de richesses et d'emplois.

C'est pourquoi, il a paru nécessaire d'élaborer un nouveau cadre juridique cohérent qui favorise un impact économique et social et une meilleure prise en charge du secteur de la publicité.

4.1 Gouvernance du secteur des médias : vers une régulation renforcée

Le Gouvernement souhaite créer une Autorité de Régulation des Médias plus puissante, en remplacement du CNRA.



Intégration des médias
en ligne et des réseaux
sociaux



Clarification des statuts
juridiques des éditeurs



Création d'une base de
données publique sur les
propriétaires de médias

Pour atteindre cet objectif, un processus similaire à celui de la publicité a été mis en œuvre pour l'Autorité de Régulation avec une journée de partage inclusif organisée le 24 janvier 2025 au Building administratif Président Mamadou DIA. Le travail de consolidation s'est poursuivi avec la mise en place d'un comité restreint qui a regroupé la Direction de la communication, les juristes du MCTN, les services de l'État concernés et les représentants du patronat de la presse.

4.2 Transparence et professionnalisation : les leviers de la réforme des médias

Des mesures strictes sont prévues pour améliorer la transparence :

- *Conditionner l'accès aux aides publiques à la régularité juridique et sociale*
- *Rendre public les montants reçus via le FADP*
- *Contrôle annuel des entreprises de presse bénéficiaires*

4.3 Réforme de l'appui de l'État aux secteurs des médias :

La réforme du Fonds d'Appui et de Développement de la Presse est une opportunité majeure pour repositionner l'action publique à travers les médias afin d'en faire un pilier pour leur stabilité et pérennité économique.

En introduisant plus de transparence, de rigueur et de vision stratégique, le nouveau cadre réglementaire permettra de soutenir une presse professionnelle, responsable et tournée vers les enjeux du développement.

La réussite de cette réforme repose sur l'engagement de tous les acteurs concernés – pouvoirs publics, professionnels des médias, société civile – autour d'un idéal commun : garantir une information libre, de qualité et au service du citoyen.

Le budget du FADP a connu une évolution notable, passant de 700 millions FCFA en 2012 à 1,4 milliard en 2022, puis à 1,9 milliard FCFA en 2023.

En 2025, ce budget dépassera 2 milliards grâce à l'évolution du paiement des redevances par des éditeurs et distributeurs dont une partie est consacrée au financement de ce fonds.

Le nouveau décret d'application de ce fonds apportera aussi des améliorations notables, tant sur le plan de la gouvernance que sur les critères de sélection des bénéficiaires et les finalités du financement.

Cette nouvelle gouvernance vise à renforcer la redevabilité financière et à assurer une gestion plus rigoureuse des ressources publiques allouées à la presse. L'accent est également mis sur la conformité au Code de la presse comme condition impérative d'éligibilité. La réforme introduit également une orientation thématique des financements.

Ainsi, les entreprises bénéficiaires devront pour y être éligibles, proposer dans leur ligne éditoriale ou grille de programmes, des contenus originaux en lien avec l'éducation, la santé, l'économie, l'environnement, la culture, les sports ou d'autres thématiques de développement. Cette exigence vise à encourager une presse et des médias de qualité, utile au citoyen.

Conscient des conditions précaires dans lesquelles travaillent les jeunes reporters, le ministère a intégré un représentant de la Convention des Jeunes Reporters du Sénégal au sein du Conseil de gestion, afin de mieux prendre en charge leurs préoccupations. Il est également prévu la participation de l'ADPME pour suivre l'accompagnement des entreprises médias et du Centre d'Études des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI) pour renforcer le rôle central de la formation dans le secteur.

5 Conclusion

Le Sénégal a engagé, sous l'impulsion de S.E.M Bassirou Diomaye Diakhar FAYE, une réforme profonde et ambitieuse de son écosystème médiatique. L'année 2024 a marqué un tournant décisif, avec la mise en œuvre d'un processus de réforme structuré, inclusif et orienté vers l'intérêt général. Cette réforme vise à bâtir un modèle médiatique plus professionnel, plus éthique et économiquement viable, à la hauteur des exigences démocratiques et des mutations technologiques contemporaines.

La refonte du cadre juridique incluant la révision du Code de la presse, l'adoption du Code de la publicité, et la création d'une nouvelle autorité de régulation répond à un impératif de régulation équitable, de transparence, et de protection du public. La modernisation du système de redevances et la réforme du Fonds d'Appui et de Développement de la Presse (FADP) participent d'une volonté d'assainir le financement public des médias et de l'orienter vers la qualité, la responsabilité et l'innovation.

La digitalisation des procédures, la professionnalisation des acteurs, la protection sociale des journalistes, l'appui à la production audiovisuelle et l'encadrement rigoureux de la publicité sont autant de piliers complémentaires d'une stratégie globale cohérente. La conditionnalité de l'aide publique au respect des normes légales consacre l'avènement d'une ère de responsabilité partagée entre l'État, les entreprises de presse et la société civile.

En définitive, cette réforme n'est ni une fin en soi ni une simple opération de mise en conformité. Elle constitue le socle d'un nouveau contrat entre la presse et la société, dans lequel les médias, loin d'être de simples récepteurs d'appui, deviennent des acteurs structurants de la citoyenneté, de la cohésion sociale et du développement.

Annexe 1

Partage des recommandations des Assises Nationales des Médias

Le 07 novembre 2024, le Ministre Alioune SALL a reçu en audience une délégation de la CAP composée des membres du comité de pilotage ainsi que du comité scientifique. La rencontre a été l'occasion pour les acteurs des médias de partager avec le Ministre, les conclusions des assises de la presse dont le processus a débuté en 2022 et a pris deux années.



À l'occasion de cette rencontre, le Ministre a évoqué la possibilité d'aller vers un cadre formel de concertation et de suivi des recommandations des assises pour mettre en pratique des solutions concertées face aux problématiques soulevées par les acteurs des médias.



Selon le Ministre, « il est vital pour les médias au Sénégal d'aller vers la professionnalisation pour éviter les dérives et aider le secteur à se développer ». Il a rappelé que depuis le mois de juin 2024, des initiatives de réformes sont en cours à travers la plateforme de déclaration des médias, pour identifier les médias en conformité avec leurs obligations légales, notant que « les recommandations des assises vont permettre de renforcer le processus déjà enclenché pour une réforme du secteur ».

Le Ministre a évoqué la nécessité de transmettre les recommandations aux plus hautes autorités, afin d'apprécier les mécanismes d'action face à certaines problématiques qui sont du ressort d'autres ministères, notamment l'application de la Convention collective pour aider les acteurs des médias à régulariser leur situation contractuelle.

Durant cette audience, le président de la Coordination des Associations de Presse, est revenu sur le diagnostic sans complaisance du secteur et sur la démarche qui a permis d'impliquer des acteurs ne faisant pas partie des médias, à savoir les acteurs politiques, les forces de défense et de sécurité, les organisations de la société civile, les organisations internationales ainsi que les acteurs religieux.

Le président du comité scientifique a insisté sur la nécessité de réviser plusieurs dispositions du cadre normatif du secteur. Il a estimé que « les médias peuvent grandement contribuer à la réalisation de la vision déclinée dans le projet de changement structurel Sénégal 2050. En ayant un écosystème économique dynamique avec le renforcement et l'extension du champ de compétence de l'autorité de régulation et d'auto-régulation et en se dotant d'une politique de production audiovisuelle extérieure, nous pouvons renforcer le repositionnement stratégique du Sénégal et son attractivité économique ».

Présentation de l'avant-projet de loi portant Code de la Publicité

Le 03 janvier 2025, le MCTN a organisé une rencontre pour présenter l'avant-projet de loi portant code de la publicité, en présence des démembrements et services techniques de l'État, de la Mairie de Dakar, de l'Association des Professionnels des Régies Publicitaires du Sénégal (APRPS) ainsi que des acteurs des médias membres de la CAP.



La nécessité d'adopter une nouvelle loi sur la publicité découle de plusieurs problématiques : l'absence de réglementation et de transparence du secteur publicitaire, les pratiques publicitaires prohibées, et l'opacité du marché de la publicité.

Ainsi, par rapport à la loi de 1983 sur la publicité, devenue obsolète (n'ayant jamais été accompagnée d'un décret d'application) et qui ne comptait que 17 articles, l'avant-projet de loi présenté, avec ses 178 articles, propose de nombreuses innovations prenant notamment en compte l'évolution du secteur, la diversité des supports, l'identification et l'organisation des acteurs, ainsi que la protection des consommateurs.

Dans ses propos, le Ministre a annoncé des mesures fortes, telles que le lancement d'un processus d'identification des agences conseil et des régies publicitaires, ainsi que la fin des campagnes publicitaires pour les produits prohibés, notamment les jeux de hasard et les produits nuisibles. Il a affirmé : « nous comptons, sans plus tarder et de concert avec les différents acteurs, mettre fin aux annonces publicitaires de produits nuisibles à la santé et engager les travaux pour permettre au secteur de la publicité d'être davantage formalisé.

Cela commence nécessairement par l'identification de l'ensemble des régies publicitaires et des agences conseil opérant au Sénégal, en veillant à ce qu'elles se conforment aux dispositions légales ».

Pour sa part, le Président de l'APRPS a rappelé la disponibilité des régies et des agences publicitaires à se conformer à la loi et à accompagner le ministère dans les réformes à venir. Dans le même esprit, il a plaidé en faveur de la protection des investissements des acteurs de la publicité, insistant sur l'importance de créer un organe de régulation.

Cet organe permettra « d'encadrer les relations avec les démembrements de l'État pour apporter plus de transparence dans le marché de la publicité, mais aussi pour protéger les consommateurs contre les contenus prohibés ».

Rencontre avec les Jeunes Reporters

« Nous allons poursuivre les efforts dans le cadre de la réforme des médias pour mettre un terme à la vulnérabilité des entreprises, des jeunes reporters, et renforcer la qualité de l'information à travers la formation continue des jeunes reporters. »

Le 17 janvier 2025, le ministre Alioune SALL a reçu les membres de la CJRS. Cette séance de travail a été l'occasion pour le bureau de la CJRS d'aborder des questions essentielles visant à accompagner les jeunes journalistes pour assurer leur épanouissement professionnel dans l'exercice de leurs missions.



Lors de l'audience, le Ministre a réitéré sa volonté de placer le secteur des médias au cœur des politiques gouvernementales. Il a rappelé que l'une des conséquences de l'absence de l'État dans ce secteur est la vulnérabilité des entreprises et des jeunes reporters.

Le Ministre a indiqué que la démarche de régularisation du secteur « ne se limite pas à vérifier la conformité des médias au Code de la presse, mais concerne également le respect de la Convention collective, pour garantir les droits des travailleurs du secteur ».

Le président de la CJRS a axé son plaidoyer sur l'importance pour l'État d'initier des mécanismes en faveur de la viabilité des entreprises de presse, qui constituent les principaux employeurs des jeunes reporters. Il a aussi rappelé les difficultés financières rencontrées par bon nombre d'entre elles.

Selon les jeunes reporters, il est aussi essentiel, dans le cadre du processus de réforme en cours, que l'État prenne les dispositions nécessaires pour renforcer davantage leur protection sociale en leur assurant des engagements contractuels, des couvertures médicales et des cotisations pour la retraite.

L'occasion a également été saisie pour rappeler le rôle vital des reporters dans les rédactions, où ils représentent la majeure partie de l'effectif, ainsi que leur utilité dans les moments clés de la vie démocratique de l'État. Ils ont rappelé leur contribution lors de la couverture médiatique électorale et leur rôle dans le renforcement de la qualité de l'information grâce aux formations continues. Selon le président de la CJRS « il est important que l'État trouve les moyens de nous appuyer pour assurer la continuité de la formation en allouant une ligne budgétaire conséquente dans le FADP ».

Le Ministre Alioune SALL a félicité le bureau de la CJRS pour l'initiative du gala national de la presse qui constitue un événement de référence pour célébrer l'excellence dans la presse. L'une des recommandations fortes a été d'approfondir la matérialisation des requêtes en mettant en place un mécanisme concerté de suivi afin d'élaborer un agenda commun pour la mise en œuvre, en conformité avec les cadres de performance de l'État et l'agenda de transformation.

Création d'une nouvelle Autorité administrative indépendante en charge de la régulation des médias.

« En l'absence de régulation efficace, les plateformes numériques, les réseaux sociaux et l'intelligence artificielle peuvent être sources de menaces sérieuses en raison de la prolifération des discours de haine, et de la désinformation »
Alioune SALL

Le 24 janvier 2025, le MCTN a organisé avec le CNRA et en présence des organisations faitières une journée de partage de l'avant-projet de loi sur la création d'une nouvelle autorité administrative indépendante en charge de la régulation des médias.

En matière de régulation, le paysage médiatique sénégalais est régi par la loi n°2006-04 du 04 janvier 2006, portant création du CNRA, dont les domaines de compétence n'intègrent pas les médias traditionnels comme la presse, excepté en période de campagne électorale. L'organe n'a pas non plus de compétences sur les médias en ligne, ni sur les réseaux sociaux.

Le Ministre a souligné que « l'objectif principal est de parvenir à un consensus sur les orientations majeures d'une législation qui intègre tous les supports de diffusion, qu'ils soient physiques ou numériques, tout en garantissant des contenus de qualité respectueux des normes éthiques et du droit à l'information ».

Pour sa part, Mamadou Oumar Ndiaye, président du CNRA, a salué « l'idée d'élargir les compétences de la future instance de régulation aux plateformes numériques mais aussi à la presse écrite et en ligne. Il a également insisté sur le fait qu'aucun média, y compris les plateformes numériques, ne devrait échapper à la régulation »

Face aux limites constatées dans les attributions et les moyens dont dispose le CNRA, et en réponse à l'expansion rapide du paysage audiovisuel, à l'essor des nouveaux médias, ainsi qu'aux dérives médiatiques, il est apparu nécessaire de lancer les travaux pour instituer une nouvelle autorité de régulation tout en veillant au renforcement des mécanismes pour le respect des cahiers des charges et conventions signés par les éditeurs et distributeurs du secteur de l'audiovisuel, radios, télévisions et opérateurs.



Rencontre avec l'URAC

L'URAC, forte de 134 radios membres réparties sur l'ensemble du territoire national, s'impose aujourd'hui comme un acteur incontournable dans la communication pour le développement, la promotion de la citoyenneté, et l'éducation des populations à la base.

Depuis sa création, l'URAC a toujours œuvré à faire des radios communautaires, de véritables outils d'animation territoriale et de participation citoyenne. C'est dans cet esprit que les fréquences ont été attribuées selon une charte des radios communautaires, garantissant leur indépendance, leur ancrage local et leur mission de service public.

Cependant, des dérives sont constatées et certaines fréquences sont aujourd'hui utilisées à des fins politiques, au mépris de l'éthique communautaire et de l'objectif de développement. Ces cas appellent à une clarification du cadre réglementaire et à un retour à l'orthodoxie soit celle d'une radio communautaire au service de tous, portée par une organisation communautaire, et non par des intérêts partisans.

Les attentes et besoins actuels :

Renforcement des capacités : les radios communautaires manquent cruellement de moyens pour former leurs animateurs et journalistes, notamment les femmes, qui sont pourtant des actrices clés au sein du Réseau des femmes dans les médias communautaires (RIF). Des partenaires comme l'UNESCO, le PNUD ou RSF ont apporté un appui ponctuel, mais il est nécessaire d'institutionnaliser des programmes de formation continue.

Accompagnement structurel : avec l'interdiction d'accès à la publicité, les radios sont confrontées à des charges de fonctionnement lourdes. Le FADP, dans son format actuel, reste insuffisant. Il est temps d'imaginer un modèle de financement innovant pour les radios communautaires

Problématique des fréquences : malgré des demandes formulées depuis 2022, plusieurs radios peinent à obtenir une fréquence. Il devient urgent de réévaluer l'attribution des fréquences dormantes et de favoriser un système national de collecte, de transmission et de diffusion de l'information communautaire, en lien avec les réalités locales.

Transition numérique : même si l'URAC dispose d'une télévision digitale en phase de développement, son taux de pénétration reste faible. Il convient de renforcer l'infrastructure numérique, de connecter les radios au digital et de mieux structurer les productions de contenu communautaire.

Un réseau structuré, disponible et mobilisé
Aujourd'hui, l'URAC c'est :

Un siège fonctionnel à Pikine Technopole, avec une télévision communautaire.

Un maillage national avec 20 correspondants régionaux et une équipe centrale de 10 journalistes détenteurs de cartes de presse.

Des productions locales orientées vers Dakar, mettant en valeur la diversité culturelle, linguistique et sociale du pays.

Recommandations

01

Lancer des assises de la radio communautaire, avec tous les acteurs concernés, pour redéfinir ensemble les rôles, les missions et les moyens à mobiliser.

02

Mettre en place un cadre pérenne de dialogue entre le ministère et les radios, à travers des sessions trimestrielles de travail.

03

Réorienter une partie des ressources numériques vers la création de contenus communautaires sur les thématiques de santé, d'environnement, d'agriculture, et de cohésion sociale.

04

Appuyer la mise en place d'un système d'alerte précoce et de lutte contre la désinformation, avec les radios comme premiers relais.

Les radios communautaires ne sont pas seulement des canaux de diffusion : elles sont des actrices du changement, des vecteurs d'inclusion, et des partenaires de l'État pour relever les défis du développement. La perspective est d'aboutir à un partenariat renforcé, dans la transparence, la concertation et l'engagement au service des communautés.



RAPPORT SUR LA RÉFORME DU SECTEUR DE LA COMMUNICATION

Ministère de la Communication, des Télécommunications et du Numérique