



RÉSUMÉ DU DÉBAT DU 2 AVRIL

Bonjour !

Alors que nos discussions se poursuivent, la question débattue aujourd'hui est la suivante :
« De quelle(s) manière(s) votre communauté participe-t-elle au financement de vos radios ? Comment est-ce organisé et avec quels résultats ? »

Naturellement, n'étant que dans l'ouverture de notre forum, nous explorons le thème principalement en soulevant des questions. La discussion et les questions débattues en ce 2 avril dans les trois groupes linguistiques ont porté sur les sujets suivants :

Il y a un consensus sur le fait que sans l'appropriation de la radio par la communauté (l'ancrage communautaire), il n'y a pas de viabilité financière. Plusieurs contributions insistent sur le fait qu'il y a différentes manières de le faire.

- Hier nous avons partagé dans le résumé l'expérience du Pérou où les communautés contribuent au financement parce qu'elles sont conscientes que la radio leur apporte beaucoup.
- Dans l'expérience de SAMAD FM au Népal présentée par Sofie Jannusch du CAMECO, la radio finance ses activités et la majorité de ses investissements grâce aux contributions de la communauté ; une forte implication de la communauté semble être la clé de ce succès, fruit d'une gouvernance participative et de la qualité des programmes.

Un document de présentation de cette radio et de sa stratégie de recherche des revenus est disponible dans les trois langues de notre débat sur le site internet du CAMECO :

<http://www.cameco.org/english/resources/Radio-and-Participation/>

Il n'y a pas de « formule magique ».

- Il importe de trouver des voies et moyens qui tiennent compte de la réalité locale : quels sont les besoins et quelles sont les opportunités ?
- Un mélange efficace d'activités génératrices de revenus et de financement doit être mis en œuvre.
- Une programmation forte est nécessaire pour accroître l'audience.
- Le recours à des études d'impacts s'impose afin de mesurer les changements opérés au sein de la communauté grâce à la radio.

De quelle(s) manière(s) votre communauté participe-t-elle au financement de vos radios ? Comment est-ce organisé et avec quels résultats ?

- L'expérience de SAMAD FM au Népal citée plus haut montre une station qui finance son fonctionnement et la majorité de ses investissements grâce aux contributions de la communauté : les cotisations, des dons (dont certains en nature)... représentent 70% des revenus mensuels de la radio.
- L'expérience de Radio Salaki au Burkina Faso est basée sur les clubs d'auditeurs appelés les « Fidèles Auditeurs de Radio Salaki » (FAURS), mobilisant des initiatives villageoises pour le développement communautaire et le dialogue social, mais aussi un soutien financier partagé entre les FAURS et la station pour le plus grand bénéfice de chacun (sur le site du CAMECO, on trouvera un document présentant cette radio et sa stratégie de financement ; il est déjà disponible en français : <http://www.cameco.org/english/resources/Radio-and-Participation/>)

Le rôle des donateurs dans le financement des radios communautaires ou associatives :

- Une radio de proximité installée grâce à des appuis extérieurs (donateurs) peut-elle être viable ?



- Une radio communautaire peut-elle voir le jour dans une communauté pauvre sans l'appui en équipement de donateurs ou d'autres partenaires ?
- Comment les bailleurs peuvent-ils soutenir les radios de façon efficace, durable et constructive ?

Le rôle de l'Etat dans l'appui aux radios :

- Dans certains pays d'Amérique latine, l'Etat aide financièrement les radios à s'installer, mais il revient ensuite à ces radios de prendre en charge leurs coûts de fonctionnement.
- Venu Arora, directrice des projets à Ideosync Media Combine (Inde), pose la question suivante : ne serait-ce pas un droit pour toute communauté pauvre d'avoir une radio communautaire ? L'accès à une radio communautaire ne devrait-il pas être garanti comme un service de base à l'éducation et à la santé ?

Quel type de revenus est bienvenu ?

- Avons-nous besoin de revenus à tout prix ? Quel type d'appui doit être refusé par une station en vertu de ses valeurs ?
- Comment pouvons-nous maintenir une base financière saine et solide ?
- Comment éviter les annonceurs / donateurs qui veulent influencer la ligne éditoriale de la radio ?
- Existe-t-il des pratiques commerciales qui ne sont pas acceptables ? (des pots-de-vin et dessous-de-table d'annonceurs par exemple).

Les regroupements pour générer des revenus :

- Des expériences réussies en Ouganda ont été partagées hier.
- La piste de publicités groupées ou de vente de temps d'antenne par un collectif ou un réseau de radios communautaires a été explorée et essayée dans quelques pays (y compris l'Australie), mais avec peu de succès.

Au cours des 10 prochains jours, nous continuerons d'explorer ces questions en allant plus en profondeur. Apprenons aussi bien des succès que des échecs.

- Birgitte