

Radio Salaki, Burkina Faso



Localisation	Dédougou
Puissance de l'émetteur	1000 W
Portée	100 km de rayon
Public potential	1 500 000
Audience	900 000
Horaires de diffusion	5h 30 mn à 24h
Equipe	nombre total de personnes : 21 ; Nbr de producteurs / journalistes 11 ; Techniciens 7 ; Administration 4 ; Marketing 3 ; Gestion et administration 3 ;
Détenteur de la licence	CEMECA/Association Salaki

Mission / Vision / Objectifs

Radio Salaki veut contribuer à l'éveil des consciences des populations surtout rurales afin de favoriser le changement de comportements et susciter des actions favorables au développement.

Aussi, son programme couvre le secteur de la protection de l'enfant, la promotion de la femme, l'agriculture, la sécurité alimentaire et la santé.

Caractéristique de la communauté

Radio Salaki s'adresse à une population essentiellement rurale composée de commerçants, artisans, agriculteurs et éleveurs. Cette population appartient à des ethnies diverses que sont les bwaba, san, dafing, mossi, peulh et noui. La radio s'efforce de s'adresser à chaque groupe ethnique dans son dialecte, mais les langues les plus utilisées dans le programme de la radio sont le dioula, le moré et le français. Il faut noter que le dioula est la langue la plus pratiquée dans la région.

Programmation

Le programme de la radio se déroule à 90% en langues nationales : Français (15%) ; Mooré (30%) ; Dioula (35%) ; Bwamu (10%) ; San et noui (5%) ; Fulfuldé 5%.

Radio Salaki présente quotidiennement 3 bulletins d'information en français et 2 respectivement en langue dioula, bwamu et mooré. 3 flashs d'information sont donnés dans la matinée du lundi au vendredi en dioula, mooré et bwamu. Le dimanche, le bulletin de midi est consacré à la synthèse

de l'actualité locale de la semaine. Une émission interactive de partage d'opinion sur l'actualité est diffusée chaque samedi de 11h à 12h.

Radio Salaki permet à ses auditeurs de donner leur avis sur son programme à travers l'émission « Salaki j'écoute » diffusée une fois par semaine. La plupart des émissions thématiques se déroulent en dioula. Le programme consacre 4 h par semaine à l'auditoire à travers les émissions de dédicace en faveur des auditeurs dont les cartes sont à jour. L'accent est également mis sur le direct. La personne commise pour l'animation de l'auditoire intervient souvent en direct lors de ses tournées dans les villages afin de donner la parole aux bureaux des fidèles auditeurs.

Des études d'auditoire commandité par l'UNICEF en 2010 et par le Conseil Supérieur de la Communication en 2013 classe radio Salaki comme la radio la plus écoutée dans la région (environ 75%). Le nom de la radio « Saa la ki » (la pluie fait le mil) est fortement intégré dans le quotidien des auditeurs.

Gouvernance / Structure de gestion

Radio Salaki est une composante de l'Association Salaki.

L'association est composée de communicateurs. L'Assemblée Générale est constituée par l'ensemble des membres provenant de plus de 150 villages de la région. Dans chacun des villages, les membres de l'association sont de 3 types :

- les communicateurs communautaires ou noyaux relais : ils interviennent dans l'animation pour le changement de comportement et l'accompagnement de la population à l'initiation d'actions favorables au développement.
- Les fidèles auditeurs de Radio Salaki (FAURS) : ils soutiennent la radio et font la promotion des programmes ainsi que le marketing social.
- Les femmes de Salaki : elles mènent des actions pour la promotion et le développement de la femme.

Dans les villages, ces trois entités forment un seul bureau de coordination qui veille à ce que chaque démembrement reste dans son rôle : les Noyaux relais pour l'animation, les FAURS pour la radio et les Femmes de Salaki pour tout ce qui touche au développement de la femme.

Paysage médiatique

La région de la Boucle du Mouhoun compte 15 radios privées dont Radio Salaki.

A Dédougou, chef lieu de la région, Radio Salaki cohabite avec une radio islamique (Radio Ahmadia), une radio catholique (Radio Fréquence Espoir) et une radio commerciale (Radio Bankuy). Pour l'instant, il n'existe pas de télévision privée. La radio et la télévision nationale se sont installées dans la ville de Dédougou et entendent offrir bientôt un service régional. Pour l'instant, ces médias publics se contentent de relayer des stations mères basées à la capitale (Ouagadougou). Les grands quotidiens comme Sydwaya, L'Observateur Paalga et Le Pays ont des correspondants locaux.

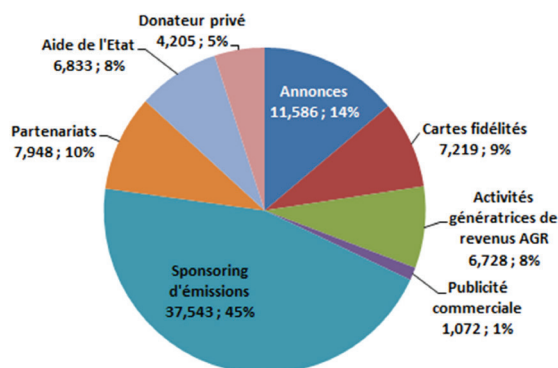
Sources des revenus

Radio Salaki est située en zone rurale. Elle s'autofinance à environ 90 % grâce à une stratégie de marketing appropriée. En 2013, les dépenses de la radio s'élèvent à 41 039 000 FCFA (US-\$ 86,291). La radio a pu financer au total 39 539 000 FCFA (US-\$ 83,137). L'association Salaki a soldé en versant au total 2 000 000 FCFA (US-\$ 4,205).

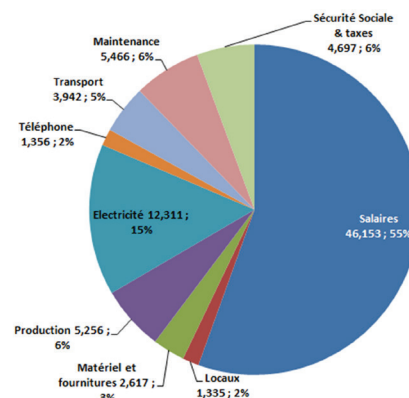
La source de recette la plus importante est constituée par les campagnes radiophoniques. Eu égard à l'importance de son rayon de couverture (environ 100 km) et son statut de radio à forte audience (75%), Radio Salaki est beaucoup sollicité par les ONG et des services divers pour assurer des campagnes radiophoniques. La publicité commerciale est assez faible. Mais quelques annonceurs approchent la radio afin de diffuser leur publicité. Le service de marketing œuvre à mobiliser les annonceurs autour de la radio mais cela reste difficile. Les communiqués et les annonces sont généralement sollicités par la population, mais il faut compter avec la concurrence des autres radios.

Un agent de la radio est commis à cette tâche. La plupart des villages couverts par Radio Salaki sont organisés en cellules des fidèles auditeurs (FAURS). Chacune de ces cellules a mis en place un bureau comprenant : un président, un trésorier, un secrétaire, un responsable du marketing et un journaliste communautaire. Le responsable du marketing est chargé de collecter les demandes de prestations radiophoniques et de les acheminer vers la radio. Il bénéficie à cet effet de 5 % des recettes collectées. L'agent de Radio Salaki chargé de l'animation des bureaux des FAURS sillonne les villages afin de dynamiser les bureaux. Ce suivi est primordial pour garder les bureaux de FAURS en éveil et en action. Lors de ses visites, l'animateur se charge aussi de collecter les demandes de service et l'argent auprès des responsables locaux du marketing. Chaque membre des bureaux de FAURS

ANNUAL INCOME (US-\$)



MONTHLY EXPENDITURES (US-\$)



La participation de la communauté s'effectue à travers le service d'animation de l'auditoire

doit avoir une carte à jour. Celle-ci coûte 500 FCFA pour une validité d'un mois. Elle donne droit à la dédicace des animateurs lors des émissions destinée aux Fidèles Auditeurs. Les recettes des premières cartes des membres d'un nouveau bureau de FAURS sont partagées en deux parts : 50% pour la radio et 50% pour soutenir le nouveau bureau. L'animateur effectue en moyenne 3 sorties par semaine. Ce qui lui permet de mobiliser environ 30 000 FCFA (US-\$ 63) par village. Une émission hebdomadaire d'une heure est consacrée aux échanges entre les différents bureaux.

La participation de la communauté est également suscitée à travers les services d'animation de soirées dansantes. Une équipe dotée de matériel de sonorisation est régulièrement sollicitée par les auditeurs de la radio pour l'animation de bal ou de djandjoba (danse de prestige des femmes). Une prestation coûte environ 60 000 FCFA (US-\$ 126). Ce qui rapporte au moins 120 000 FCFA (US-\$ 252) par mois.

Aide annuelle de l'Etat

L'Etat accorde chaque année une somme à partager entre les médias privés. Pour bénéficier de ce fond, chaque média est tenu de présenter un dossier de demande faisant état entre autre de son volume horaire et de ses charges.

Les comptes de la radio sont séparés de ceux de l'association Salaki. En cas de déficit, l'association solde le compte radio. Mais cela n'excède pas généralement 5 à 10% du budget.

Rapport:
Camille Sawadogo
Michel Philippart