



RESUME DU DEBAT DU 3 AVRIL

Des débats du jour, les questions suivantes ressortent :

L'importance de la gestion et de la planification pour générer des revenus conséquents et permanents dans une radio a été l'un des aspects les plus abordés dans de nombreuses contributions au cours des dernières 24 heures. Alymana affirme que le manque de vision claire des radios n'encourage pas la participation des communautés et constitue un danger pour la viabilité financière.

Jimmi Okello soutient que se précipiter pour prétendre que la viabilité financière est la priorité en matière de durabilité et de pérennité des radios est une erreur. Il n'empêche que les finances ou l'argent sont un moyen de résoudre les nombreux aspects du fonctionnement d'une radio. « Dès que les radios communautaires ont leurs plans d'affaires et de faisabilité, elles trouveront que certaines de leurs activités ne demandent pas forcément de l'argent, mais d'autres oui. Celles qui nécessitent des moyens financiers doivent être budgétisées et il faut alors entreprendre tout ce qui est possible pour générer les fonds nécessaires ».

Loli Martinez, spécialiste des médias communautaires et expert en radio communautaire à IREX, souligne qu'il est nécessaire que la radio ait un bon directeur, il sera alors possible d'arriver à la viabilité de diverses façons qui dépendent en grande partie du contexte national et des expériences.

Goslino soutient la nécessité d'avoir une bonne gouvernance pour gérer les fonds : dans quelle mesure, demande-t-il, faudrait-il réinvestir des revenus dans une programmation qui reflète le caractère communautaire de la radio et dans des activités participatives, en conformité avec son mandat. Je pense, continue-t-il, que l'origine des fonds et la mobilisation des ressources n'est pas un problème en soi ; le plus important est le type de gouvernance et de gestion mis en place pour atteindre les objectifs poursuivis par la station.

Tout en insistant également sur une saine gestion, Craig Twitt affirme que la diversité des sources de revenus est la clé ; une trop grande dépendance à une seule source (à l'exception de l'appui direct de la communauté) doit être évitée. La dépendance à des fonds de donateurs peut dicter une programmation qui ne répond pas nécessairement aux besoins de la communauté. La dépendance à la publicité commerciale (qu'elle soit d'une petite entreprise locale ou d'une entreprise de dimension nationale) induit la mise en onde d'émissions de divertissement (populistes), qui ne tiendra pas compte de l'impact social ou communautaire. La dépendance envers des financements publics ou au soutien étatique peut émousser l'indépendance et le rôle de « chien de garde » qu'est supposé tenir la station.

Du point de vue de la gestion, il y a aussi le défi de tenir un niveau de performance quand on travaille avec des bénévoles et qu'on est confronté à un taux rapide de remplacement de personnel, fait remarquer Gladson Makowa du Malawi. Selon son expérience, dit-il, de nombreuses radios communautaires ou associatives ont des difficultés de collecter des fonds



parce que beaucoup d'investisseurs ou donateurs croient que la radio se fait avec des bouts de chandelles, que cela se fait avec rien. Pourtant il y a des personnes qui y travaillent en investissant beaucoup de temps comme bénévoles gratuitement ou juste pour une petite gratification en contrepartie du temps qu'ils consacrent à la radio. Il n'est donc pas juste de dire que seule la communauté devrait contribuer ou financer. Dans la plupart des cas, ces communautés échouent à fournir le minimum, en particulier si la radio est installée dans une région isolée et hors de centres commerciaux.

L'importance de l'appropriation et de l'enracinement social AVANT de parler du financement est à nouveau mise en exergue par Kofi du réseau des radios communautaires du Ghana et de l'AMARC Afrique. Il soutient que « le passé et la réputation des personnes qui animent la radio a une influence positive ou négative sur l'image de la radio ». Et d'ajouter que « si un membre de la communauté questionne ou remet en cause la transparence dans le fonctionnement de la radio, sa propriété ou sa gestion, la viabilité et la pérennité de la station sont à coup sûr menacées voire un échec. » Encore une fois : la gouvernance et l'appropriation de la radio par la communauté déterminent si la viabilité économique est possible !

Suman du Népal et de l'AMARC soutient cela également : Il me semble, dit-il de manière provocatrice, que c'est une erreur d'entamer un débat sur la viabilité par l'aspect des finances. C'est le plus facile à traiter; contentez-vous d'un train de vie adapté à vos moyens, et l'affaire est réglée. Souvenez-vous : installer une radio de proximité peut être peu coûteux ou très cher en fonction des possibilités de la communauté. En fait, les populations soutiendront si elles constatent que la radio est une priorité pour eux !

Goslino n'est pas du même avis : je pense, dit-il, que nous devons aller au-delà du concept de « juste vivre selon ses moyens », ce qui suggère un mode de survie. La survie n'est pas la bonne santé ni la durabilité. La plupart des radios qui sont dans une position de survie défendent probablement très peu de valeurs et ont une très petite portée, d'où une maigre audience (de plus peut-être en constante diminution) ; ces radios seront de plus en plus inutiles à moins d'être la seule radio (ou le seul média) desservant une région ; mais ce cas de figure de monopole n'existe quasiment plus nulle part dans le monde.

Harriet Okoko de Radio Wa en Ouganda est d'accord avec Suman : « pour atteindre un niveau de viabilité, il faut parvenir à maîtriser les coûts. Par expérience, je sais que lorsque les revenus augmentent, beaucoup ont alors tendance à accroître les 'besoins', p. ex. nous avons besoin de ceci ou de cela à présent que nous pouvons nous le permettre. J'imagine que si la radio communautaire arrive à maîtriser les frais de fonctionnement, alors nous pouvons commencer à parler de viabilité. »

Le rôle des acteurs qui appuient les radios communautaires, comme les ONG et les donateurs: Kanchan de Hyderabad en Inde déclare que « si soutenir la radio communautaire est un des rôles des ONG parmi toutes leurs initiatives en faveur du changement social, dans la perspective de donner la voix aux groupes marginalisés et de soutenir les principes de démocratisation, alors la recherche de financement pour la radio communautaire devrait se faire de la même manière que pour les autres interventions des ONG ».



L'étude d'audience et la documentation de l'impact est l'une des questions qui ont été abordées par bon nombre de participants : Ricky Moses Ojok du Nord de l'Ouganda écrit : " La plupart des radios communautaires et locales n'ont pas de publics cibles bien définis, ni les compétences pratiques pour mener des enquêtes d'audience qui leur permettraient de connaître combien de personnes écoutent leurs radios et pour mettre en œuvre des stratégies pour générer / augmenter les revenus ; cela demeure un grand obstacle à la viabilité financière des radios.

Voilà tout une série de questions à débattre dans les prochains jours.

Retrouvons-nous en ligne !

- Birgitte