

## Etat des lieux du financement de la presse au Bénin et perspectives pour son amélioration

### [ Status of press financing in Benin and prospects for its improvement ]

*Blandine A. Konfo and Jean Euloge Gbaguidi*

Laboratoire d'Etude des Médias, de l'Information et de la communication, Département des Sciences du Langage et de la Communication, Université d'Abomey-Calavi, Abomey-Calavi, Cotonou, Benin

Copyright © 2020 ISSR Journals. This is an open access article distributed under the *Creative Commons Attribution License*, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

**ABSTRACT:** The media play an important role in the development of a nation. On the mechanism of their funding depends the credibility of the information they relay. The objective of this study is to evaluate financing of press organs in Benin. To achieve this objective, we used a methodology based on the qualitative and quantitative approach. So, after a literature review, we administered a questionnaire to press owners. The information collected was related to the year of creation, the reasons which motivated the creation, the frequency, the constitution, the funding sources, start-up amount etc. A total of eighty-seven (87) organizations were investigated. The results revealed that the organs surveyed were created between 1990 and 2015 and the largest number in 2004. The start-up capital varied between 400.000 and 15.000.000 FCFA depending on the type of media. In addition, 85% of press owners said that press is not profitable and keep hoping to receive funding at least one day. The media owners surveyed admit to being objective and credible in the collection, processing and dissemination of information at 86.21% and confirm at 68.97% that they do not offer an editorial advantage to third parties who finance. 38.98% of the companies were created by shareholding (20%) by subsidy and 15.56% under own funds. It then becomes urgent to rethink the financing mechanism for the press in Benin to ensure more efficiency in the media.

**KEYWORDS:** Media, financing, improvement, Benin.

**RESUME:** Les médias jouent un rôle important dans le développement d'une nation. Du mécanisme de leur financement dépend la crédibilité des informations qu'ils relaient. L'objectif de cette étude est de faire l'état des lieux du financement des organes de presse au Bénin. Pour atteindre cet objectif, nous avons utilisé une méthodologie basée sur l'approche qualitative et quantitative. Ainsi, après une revue de littérature, nous avons administré un questionnaire aux patrons de presse. Les informations collectées étaient relatives à l'année de création, les raisons qui ont motivé la création de l'organe, la périodicité, mode de constitution, la (les) source (s), de financement, montant de démarrage etc. Au total quatre-vingt-sept (87) organes de presse ont été enquêtés. Les résultats ont révélé que les organes enquêtés ont été créés entre 1990 et 2015 et le plus grand nombre en 2004. Le capital de démarrage a varié entre 400000 et 15000000 FCFA en fonction du type d'organes. Par ailleurs, 85% des patrons de presse affirment que la presse n'est pas rentable et gardent l'espoir de bénéficier tout au moins un jour d'un financement. Les patrons de presse enquêtés reconnaissent être objectif et crédible dans la collecte, le traitement et la diffusion de l'information à 86,21% et confirme à 68,97% ne pas offrir un avantage rédactionnel aux tierces qui financent. 38,98% des entreprises ont été créés par actionariat (20%), par subvention et 15.56% sous fonds propre. Il devient alors urgent de repenser le mécanisme de financement de la presse au Bénin pour assurer plus d'efficacité au media.

**MOTS-CLEFS:** Média, financement, amélioration, Bénin.

## 1 INTRODUCTION

Le rôle de la presse dans les pays démocratiques a toujours été important, à tel point qu'on a appelé cette presse le "quatrième pouvoir", dont une des fonctions principales, à part d'informer, est d'observer de manière critique les trois autres pouvoirs: le législatif (les parlements), l'exécutif (le gouvernement) et le judiciaire (les tribunaux) [1]. La première fonction attribuée à la presse, la plus évidente, est celle d'informer. Selon la façon dont le rôle de la presse est conçu, ces questions vont être traitées différemment. Une seconde fonction existe: celle du divertissement. La presse, dans son sens le plus large, regroupe des magazines ou des revues spécialisées. Dans le monde moderne, la presse a une place de plus en plus importante, les médias sont beaucoup plus présents dans notre vie quotidienne [2]. Depuis presque un siècle, la radio, puis la télévision et enfin aujourd'hui l'Internet, sont venus s'ajouter à la presse écrite qui date de plus longtemps encore. Son évolution reflète le besoin que nous avons de constamment nous tenir au courant de ce qui nous entoure. Les informations circulent à grande vitesse et nous pouvons même suivre en direct des événements qui ont lieu à des milliers de kilomètres [3].

La façon de concevoir la mise en place de l'information et du divertissement varie selon les époques et même selon les rédactions des différents journaux. Cette multiplicité de points de vue contribue à la difficulté de définir un rôle précis pour la presse. Ces désaccords portent sur la pratique journalistique mais ne remettent pas en cause la nécessité de la presse, son existence.

Au Bénin, les mutations politiques au cours des deux dernières décennies ont prouvé que les médias sont acteurs incontournables du paysage socio-politique. Leur rôle en tant qu'instruments de démocratisation, de contrôle et de contre-pouvoir, leur implication dans les processus électoraux, leur travail d'animation de la démocratie par l'ouverture d'espaces de débats ont fait d'eux des acteurs clés, y compris à cause de leur potentiel de déstabilisation, leur implication dans les conflits et les processus de paix, ou leur mobilisation par des bailleurs de fonds et des ONG à des fins de changement social [4]. Ils s'écrivent et se parlent aussi bien dans les langues héritées de la colonisation que dans les langues locales africaines, ils relèvent autant des pouvoirs publics que d'entreprises commerciales, d'associations ou encore de groupes religieux. Ils exercent leur activité et trouvent leur public dans les villes comme en milieu rural.

Les problèmes majeurs qui plombent l'essor de la presse béninoise sont: les menaces et les pressions gouvernementales, l'autocensure, la faible qualité de l'information journalistique, la législation en matière de presse et surtout l'épineux problème de financement et de survie à l'origine de tous les autres maux [4-6].

En effet, nombreux sont les organes de presse qui se livrent à une véritable marchandisation du travail journalistique. Celle-ci consiste à utiliser la liberté de la presse pour assurer, non seulement le financement des médias, mais également l'enrichissement personnel de certains journalistes. Les pratiques se résument en un « complexe de corruption », qui touche aussi bien les médias publics que privés [7]. Sur le plan de la déontologie du métier, cette corruption-business, ou affairisme médiatique, est condamnée parce qu'elle jette le discrédit sur les journalistes et le produit de leur travail. Mieux, elle comporte des risques pour le processus démocratique, étant donné le rôle stratégique que la presse y joue. Dans le même temps, c'est grâce à ces pratiques corruptives que la presse béninoise affiche un fonctionnement dynamique. Comment améliorer le financement de la presse en vue de lui donner plus d'efficacité dans sa mission républicaine ? C'est dans cette optique que s'inscrit la présente étude dans laquelle nous avons fait l'état des lieux du financement de la presse au Bénin et proposé des recommandations pour son amélioration.

## 2 CADRE CONTEXTUEL ET THÉORIQUE

### 2.1 CADRE CONTEXTUEL

Cette étude s'est déroulée au Bénin, ex République du Dahomey, née suite au référendum de septembre 1958. Le Bénin a obtenu son indépendance et est sorti de la communauté francophone des territoires d'Outre-mer le 1er août 1960. Le pays a connu des changements de régimes politiques consécutifs aux multiples coups d'Etat. Le Bénin est un Etat d'Afrique occidentale bordé par le Togo, le Burkina Faso, le Niger et le Nigéria. Le pays compte aussi une petite façade maritime sur le Golfe de Guinée. Le Bénin couvre une superficie de plus de 114.764 km<sup>2</sup> et compte une population d'environ 11 millions d'habitants. Le Bénin est un Pays membre de la Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) et de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA). Sa capitale administrative est la ville de Porto-Novo [8].

## 2.2 CADRE THÉORIQUE

### 2.2.1 ORGANE DE PRESSE ET RÔLES

La définition de « organe de presse » est liée à la définition des medias, pluriel de medium, mot latin qui désigne un moyen impersonnel de diffusion de l'information vers un nombre d'individu sans possibilité de personnaliser. IL regroupe la télévision la radio, l'affichage, la presse écrite, le cinéma l'internet, qui est des moyens conventionnels de diffusion de l'information, et parce qu'il diffuse l'information a beaucoup de personne à la fois on l'a nommé masse medias [9].

Un organe de presse est une entreprise qui publie, généralement au moyen de l'écrit ou non, des bulletins d'information [10]. Le mot « presse » tire son origine de l'utilisation d'une presse d'imprimerie sur laquelle étaient pressées les feuilles de papier pour être imprimées. L'expression presse désigne, d'une manière générale, l'ensemble des moyens de diffusion de l'information, ce qui englobe notamment les journaux quotidiens, les publications périodiques et les organismes professionnels liés à la diffusion de l'information [11]. Parler de « presse » est un pléonasme, mais cette expression est aujourd'hui largement utilisée car elle sert désormais à différencier la presse des autres médias que sont la radio, la télévision et la presse en ligne.

Les medias jouent trois essentiellement rôles. Le premier rôle des medias est d'informer. Le medias informe pour fournir à son publique des éléments sur les faits et évènements qui lui semblent significatifs. Le deuxième rôle principal des medias est d'éduquer. A travers ce rôle, le medias passe des informations pour orienter les actions du lecteur, l'auditeur ou le téléspectateur, lui permettant de s'identifier à des images ou des valeurs d'un groupe. En fin, le troisième rôle des medias est de divertir. Dans ce rôle le medias essaye de distraire le public à travers des illustrations, de la comédie etc [12]..

### 2.2.2 HISTORIQUE DE LA PRESSE AU BÉNIN

En Afrique au Sud du Sahara en général et de l'Ouest en particulier, l'invention de la presse ne commence pas avec les indépendances. Bien avant les radios, les télévisions et les agences de presse publiques, les journaux existent depuis le milieu du XIXe siècle. Les indépendances viendront, par la suite, favoriser une plus grande structuration d'une presse, qui connaîtra une seconde jeunesse au lendemain des conférences nationales souveraines des années 80, avant de s'ouvrir au reste du monde avec l'arrivée d'Internet [13]. L'invention de la presse en Afrique noire francophone, qui s'est faite progressivement, au gré de l'installation des premières imprimeries françaises sur les côtes du continent, remonte, en effet, à l'année 1856. C'est de cette année que daterait la naissance de la première publication d'Afrique noire francophone, éditée à Saint-Louis du Sénégal: Le Moniteur administratif du Sénégal et dépendances, dont le titre laisse penser qu'il s'agissait probablement du journal officiel de l'administration coloniale [14].

Au Dahomey, futur Bénin, le journal « France-Dahomey » est remplacé en 1960 par « Aube nouvelle », qui, en 1969, devient le quotidien unique « Daho-Express ». « Daho-Express » devient en 1975 « Ehuzu » en langue fongbé (langue nationale la plus parlée au Bénin) qui signifie « Révolution ». Il faut établir dans ce changement de dénomination, un lien évident avec le changement de nom du Dahomey devenu Bénin. Les années 90 et leur lot de basculements politiques conjugués avec la fin des éprouvantes conférences nationales, voient littéralement exploser le paysage de la presse avec l'arrivée, parfois salutaire d'entrepreneurs au demeurant très éloignés du monde des médias [13].

## 3 DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE

La méthodologie adoptée est basée sur l'approche qualitative et quantitative. Les publications scientifiques, articles, mémoires et livres relatifs au sujet ont été lus. Nous avons également administré un questionnaire aux patrons de presse. Les informations collectées étaient relatives à l'année de création, les raisons qui ont motivé la création de l'organe, la périodicité, mode de constitution, la (les) source (s), de financement, montant de démarrage etc. L'étude a couvert tout le Benin (tableau 1) et s'est intéressées à tous les organes de presse publics comme privées disponible à nous fournir des informations. Au total quatre-vingt-sept (87) organes de presse ont été enquêtés. Les données collectées ont été organisées à l'aide du classeur Excel 2010.

Tableau 1. Récapitulatif des organes de presse enquêtés

	Presse écrite	Radio	Television	Totaux	Fréquences (%)
Abomey	0	1	0	1	1,15
Abomey-calavi	1	2	0	3	3,45
Allada	0	1	0	1	1,15
Comé Hongodé		1	0	1	1,15
Cotonou	59	4	2	65	74,71
Covè	0	1	0	1	1,15
Djeffa	0	1	0	1	1,15
Djougou	0	1	0	1	1,15
Glazoué	1	1	0	2	2,30
Ilèma Tchakaloké	0	1	0	1	1,15
KETOU (AKPALA)	0	1	0	1	1,15
Lokossa	1		0	1	1,15
Natitingou	0	1	0	1	1,15
Ouaké	0	1	0	1	1,15
OUESSE	0	1	0	1	1,15
Parakou	1		0	1	1,15
Savé	0	1	0	1	1,15
Tcheti	0	1	0	1	1,15
Zogbodomey	0	2	0	2	2,30
<b>Totaux</b>	<b>63</b>	<b>22</b>	<b>2</b>	<b>87</b>	<b>100</b>

#### 4 RÉSULTATS, ANALYSES ET INTERPRÉTATIONS

##### 4.1 RÉSULTATS

##### 4.1.1 ANNÉE DE CREATION, PERIODICITÉ ET RAISON DE CREATION

Les organes enquêtés ont été créés entre 1998 et 2015 et le plus grand nombre fut créer en 2004 (10) suivis des années 1998.1996 et 1994 (Figure 1). La majorité est la presse écrite et à 92% (quotidien) (Figure 2). 43,68% des organes ont été créé pour offrir aux journalistes un cadre pour le traitement de l'information, 17,24% pour exercer le métier de journaliste, d'autre pour aider la population à avoir accès à l'information (Figure 3).

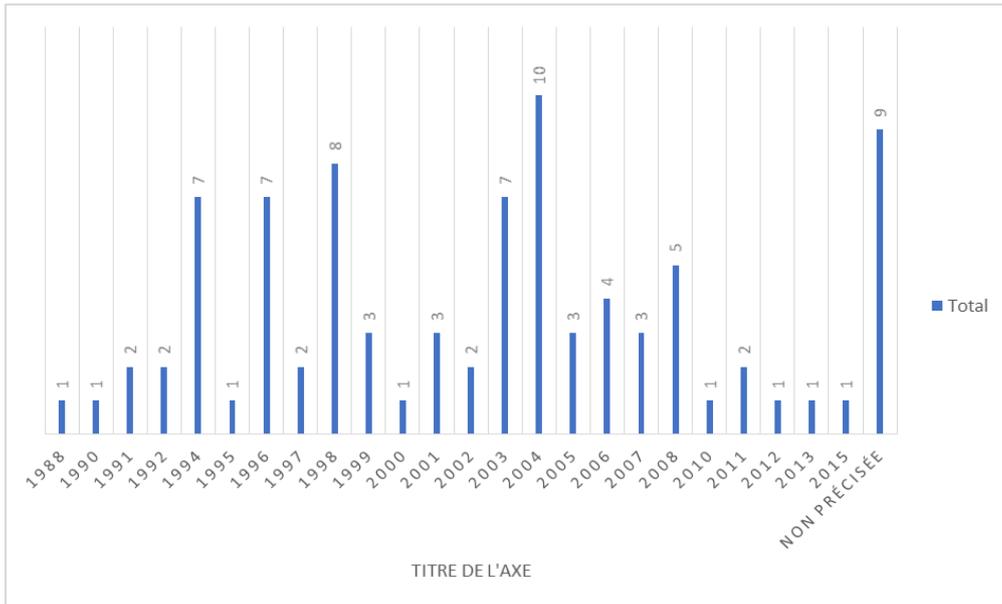


Fig. 1. Répartition par année de création

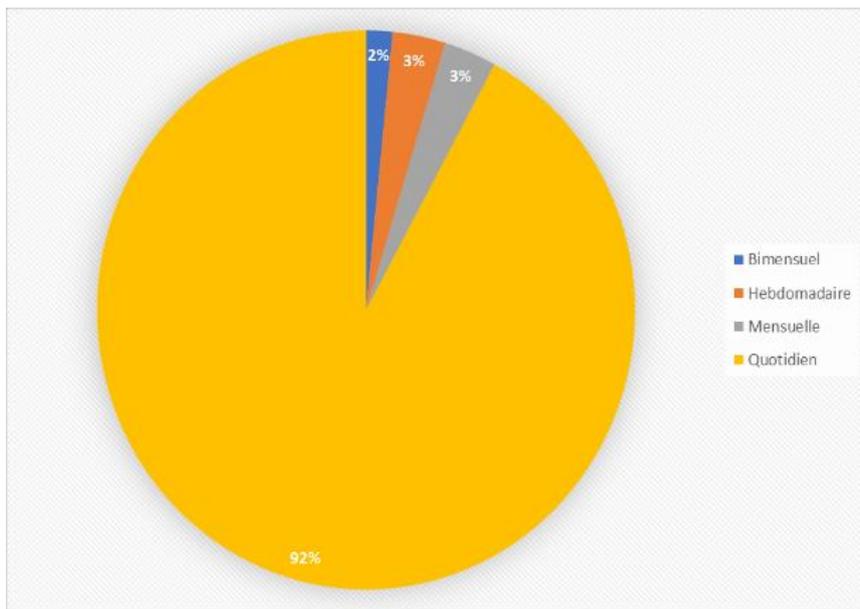


Fig. 2. Répartition selon la périodicité de parution

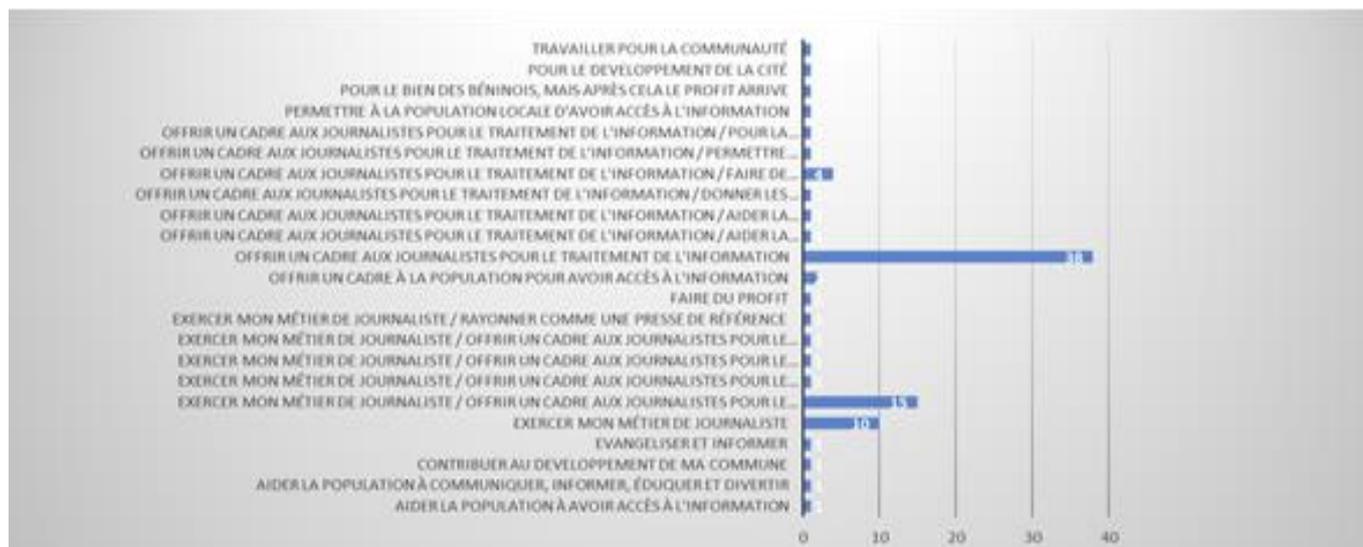


Fig. 3. Répartition selon la raison de création de l'organe de presse

4.1.2 MODE DE CONSTITUTION, MONTANT DE DÉMARRAGE ET RENTABILITÉ

Le capital de démarrage varie entre 400000 et 4400000FCFA pour la presse écrite, de 7000000 à 28000000 FCFA pour la radio et entre 14655000 et 15000000 FCFA pour la télévision (Figure 4). Par ailleurs, il faut noter que 85% des patrons de presse affirme que la presse n'est pas rentable mais pourtant ils continuent de l'exercer (Tableau 2). Pour ces derniers, ils gardent l'espoir de bénéficier tout au moins un jour d'un financement Partenaires Techniques et Financiers, des contrats avec les services déconcentrés et décentralisés et surtout de l'aide de l'état à la presse privée (Figure 5).

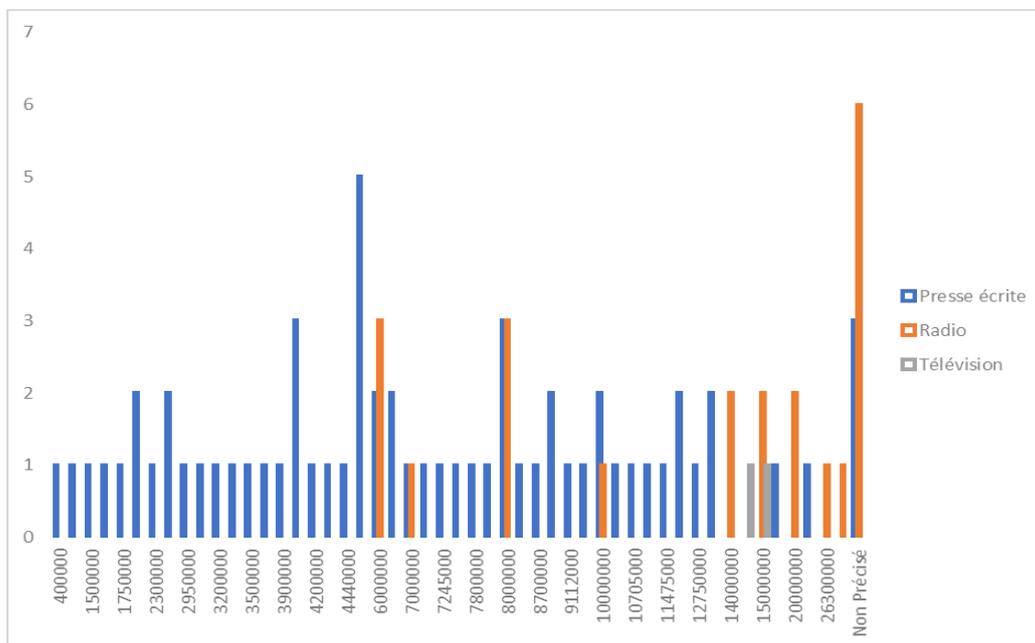


Fig. 4. Répartition selon le montant de démarrage et par catégories

Tableau 2. Rentabilité des organes selon les patrons

Réponses	Presse écrite	Radios	Télévisions	Totaux	Fréquence (%)
Non	57	15	2	74	85,06
Oui	6	2	0	8	9,20
Non précisé	0	5	0	5	5,75
<b>Totaux</b>	<b>63</b>	<b>22</b>	<b>2</b>	<b>87</b>	<b>100,00</b>

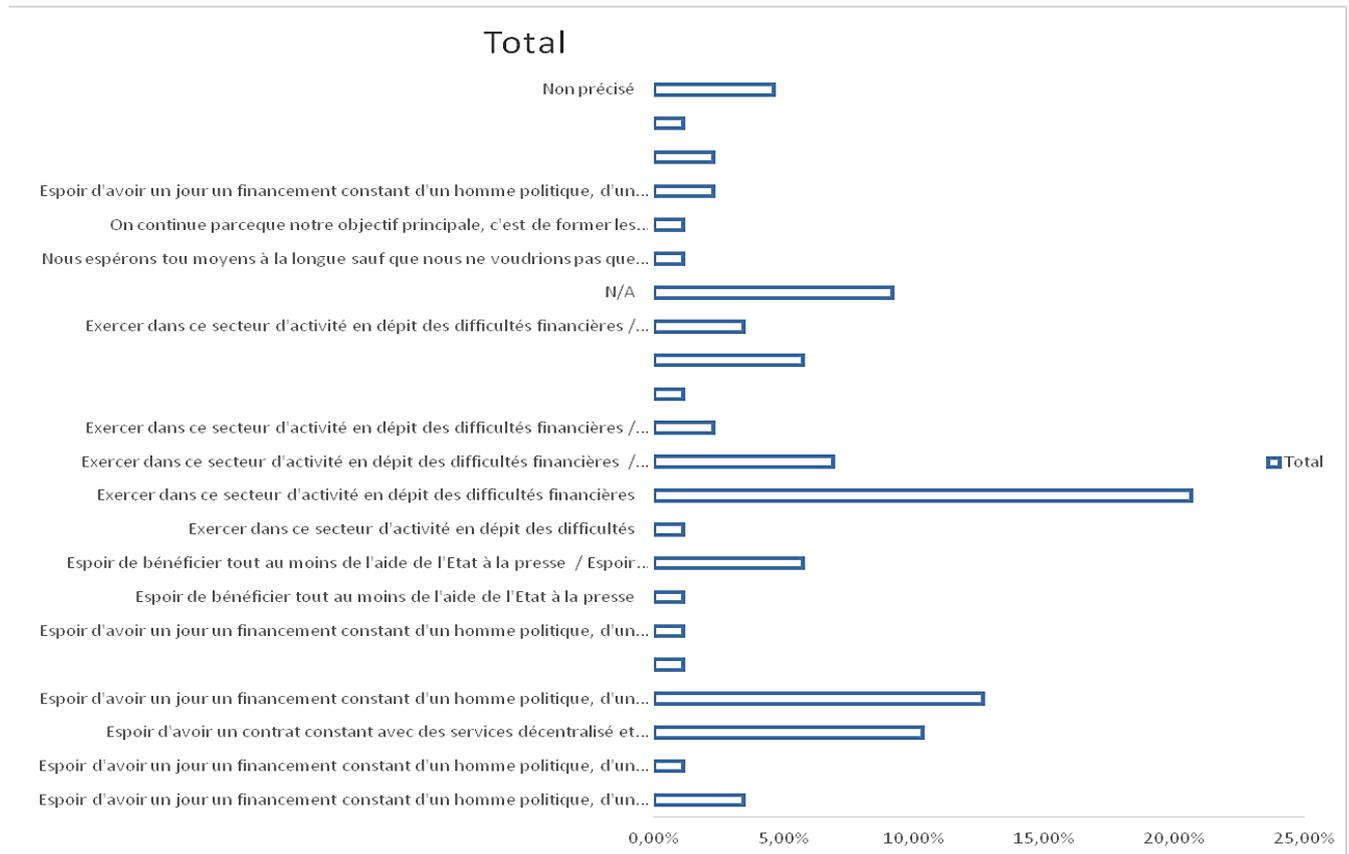


Fig. 5. Raisons qui poussent à continuer malgré la non rentabilité

#### 4.1.3 FIABILITÉ ET OBJECTIVITÉ DE LA RÉDACTION EN CAS DU FINANCEMENT PAR UN TIERS

Les tableaux 3 et 4 présentent respectivement la perception des acteurs sur la fiabilité et l'objectivité de la rédaction et la possibilité d'offrir des avantages rédactionnels aux tiers qui financent. Il ressort de l'analyse de ces tableaux que les patrons de presse enquêtés reconnaissent être objectif et crédible dans la collecte, le traitement et la diffusion de l'information à 86,21% et confirme à 68,97% ne pas offrir un avantage rédactionnel aux tiers qui financent.

Tableau 3. Fiabilité et objectivité de la rédaction en cas du financement par un tiers

Réponses	Presse écrite	Radio	Télévision	Totaux	Fréquences (%)
N/A	2	3	00	5	5,75%
Non	3	3	00	6	6,90%
Non précisé	00	1	00	1	11,5%
Oui	58	15	2	75	86,21
<b>Totaux</b>	<b>63</b>	<b>22</b>	<b>2</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

N/A: Non Applicable

Tableau 4. Proportion des organes qui offrent des avantages rédactionnels à un tiers qui finance

Réponses	Presse écrite	Radio	Télévision	Totaux	%
N/A	2	3	0	5	5,75%
Non	49	10	1	60	68,97%
Oui	11	7	0	18	20,69%
Sans réponse	0	1	1	2	2,30%
Oui	1	1	0	2	2,30%
<b>Totaux</b>	<b>63</b>	<b>22</b>	<b>2</b>	<b>87</b>	<b>100,00%</b>

#### 4.1.4 MODES DE CONSTITUTION DU CAPITAL DE DÉMARRAGE ET SOURCES MARCHANDES

Le tableau 5 et 6 présente respectivement le mode de constitution du capital de démarrage et les autres sources de financement leur analyse montre que 38,98% des entreprises ont été créés par actionnariat 20% par subvention et 15,56% sous fonds propre il faut noter que ce sont les organes de presse public et communautaires qui ont eu comme capital de démarrage les subventions. Les autres sources de financement pour toute catégorie de chaîne confondue sont: la publicité; la vente des journaux les abonnements les contrats de prestation avec les services décentralisés et déconcentrés.

Tableau 5. Mode de constitution du capital de démarrage

Mode de constitution du capital	Effectifs	Fréquences (%)
Fond propre	14	15,56%
Actionnariat	35	38,89%
Prêt bancaire	1	1,11%
Subvention	18	20,00%
Actionnariat/Subvention	9	10,00%
Actionnariat/Prêt bancaire	8	8,89%
Fond propre /Prêt bancaire	1	1,11%
Fond propre/Actionnariat	1	1,11%
Prêt bancaire/Subvention	2	2,22%
Fond propre/Subvention	1	1,11%
<b>Total général</b>	<b>90</b>	<b>100,00%</b>

Tableau 6. Sources marchandes

Autres sources de financement liées à l'activité	Effectifs	Fréquences (%)
Publicité / Vente de journaux	33	52,38%
Vente de journaux	15	23,81%
Vente de journaux /Abonnement	1	1,59%
Publicité / Vente de journaux /Abonnement	4	6,35%
Publicité / Vente de journaux/Contrat de prestation avec des structures	4	6,35%
Vente de journaux/Contrat de prestation avec des structures	2	3,17%
Publicité / Vente de journaux /Contrat de prestation avec des structures	1	1,59%
Publicité / Vente de journaux /Abonnement/Contrat de prestation avec des structures	2	3,17%
Vente de journaux/Contrat de prestation avec des structures	1	1,59%
<b>Totaux</b>	<b>63</b>	<b>100,00%</b>

#### 4.2 ANALYSES ET INTERPRÉTATIONS

La presse publique dans le monde et en Afrique est généralement financée par l'Etat sur la base des subventions, issu des redevances, le remboursement des exonérations sur redevance des dotations budgétaire et des sources marchandes du

medias [15]. Selon le nouveau code de l'information et de la communication de 2015 en République du Bénin, en ces articles 41 -44, le financement des medias de service public est constitué de subvention de l'Etat, de redevances soumises annuellement à l'approbation de l'assemblée Nationale, de recettes publicitaire, des dons et legs. Les montants des subventions accordées aux différents organes de presse de service public sont examinés et votés chaque année par l'Assemblée nationale en sa session budgétaire. Tout média de service public qui reçoit des dons ou des legs de quelque donateur que ce soit, en informe la HAAC. Les dons et legs d'une personne physique ou d'une personne morale à un média de service public ne peuvent induire une contrepartie sous forme de faveur exceptionnelle au donateur au mépris des textes législatifs et règlementaires. Il en est de même pour le code de déontologie d'éthique et des prescriptions de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de Communication (HACC). Le financement public des médias de service public astreint ces derniers au respect strict de la déontologie et des obligations de transparence conforme à la décision de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication (HACC) relative à l'accès équitable des partis politiques des autres forces vives de la nation et des citoyens auxdits médias. Parmi les obligations, on peut retenir que l'organe de presse doit: i) mieux traiter l'information et à se doter de contenus ou grille de programmes varié enrichissants pour leur publics respectif, ii) s'approvisionner en programme de stock et production audiovisuelles de culture nationale de qualité auprès des professionnels du secteur privé régulièrement établis ou non en République du Bénin.

Par ailleurs, les comptes des médias de service public doivent faire l'objet, chaque année, d'un audit réalisé par une institution publique compétente. On distingue aussi des sources de financement avec des fonds publics (aides, subventions) ou assimilés (redevance, dotation), des fonds privés (mécénat, fondation, investissements, ...), des facilités (exonération, crédits d'impôt, fiscalité). L'objectif est d'assurer la prise en charge d'un intérêt général, soit la recherche d'un investissement rentable ou alors le lancement d'une activité commerciale de service.

En ce qui concerne le service public, l'ORTB, la principale chaîne publique a été entièrement financée par l'Etat. L'article 23 de l'ordonnance n°75-43 du 21 juillet 1975 créant l'office de Radiodiffusion et Télévision du Dahomey (ORTD), devenu Office des Radio et Télévision du Bénin (ORTB), définit les différentes sources de l'office. La dotation initiale est composée des immeubles, mobilière matériels appartenant à l'état et mise à sa disposition. Il était évalué à 75millions de francs CFA. Quant à l'apport en numéraire, il était aussi de la même valeur, 75millions. Le capital de démarrage de l'ORTB était donc de cent cinquante millions (150000000FCFA) et les charges liées au fonctionnement supportées par l'état.

La presse privée quant à elle n'a pas autant de privilège. Elle rencontre d'énormes difficultés dont le financement: ces difficultés trouve leur origines dans la manière dont ces organes sont mise en place et gérés. De nos analyses, il ressort que les organes de presse ne font aucune étude de terrain avant de s'installer et n'ont pas un business plan. Ils ignorent les réalités et les besoins de l'auditoire en matière d'information avant de s'installer donc produisent à leur gré pour une cible segmenté dans le besoin de spécialisation. En outre, la plupart des entrepreneurs de presse viennent au métier de la presse écrite pour répondre aux aspirations des politiciens à l'approche des élections ou d'autres événements. Une fois ces événements terminés, ils sont laissés à leur propre sort et cherchent à survivre en s'adonnant à des pratiques peu recommandables. Il urge alors de repenser le modèle économique des organes de presse surtout privée.

Au cours de cette étude, plusieurs professionnels responsables à divers niveaux ont donné leur avis respectifs sur le mécanisme de financement de la presse et ont suggéré des approches de solution. Monsieur Jean Euloge GBAGUIDI, Maitre de Conférences des universités CAMES, Enseignant chercheur à l'université d'Abomey-Calavi pense que les medias doivent pouvoir s'autofinancer. « La main qui commande oriente » dit-il. En acceptant l'espèce, le patron de presse ou le journaliste pourrait offrir au généreux donateur des retombées rédactionnelles brisant ainsi la chaîne de crédibilisé et d'objectivité dans la collecte, le traitement et la diffusion de l'information. Il est par contre d'avis avec les subventions orientées vers les facilités ou allègement de charges aux organes de presse comme la réduction ou suppression des impôts, la remise sur TVA, les tarifs postaux etc. Jérôme CARLOS, journaliste et écrivain béninois, promoteur de Capp Fm, épouse cette idée. Pour lui aussi, Les organes de presse doivent pouvoir s'autofinancer pour garantir leur liberté d'expression et de critique. Il rassure que « c'est difficile mais possible », et pour y arrivé, les patrons de presse doivent mettre l'accent sur la qualité de la production, le respect du code d'éthique et de déontologie, la défense de sa ligne éditoriale, la professionnalisation du personnel. Il finit ses propos par « ce qui a permis à notre radio Capp Fm de survivre jusqu'à là c'est d'avoir toujours été une radio de proximité ». La cible s'identifie et les annonceurs font confiance.

Pour ERIC- OMER Mawoussi Sounouvi, Président de l'ODEM la viabilisation et l'autonomie financière d'un organe de presse, dépend de la qualité des journalistes et surtout de leur professionnalisme. Un journaliste bien formé, dit- il, pourra au sein de son organe de presse faire des productions et des réalisations sur des thématiques d'intérêt public et les vendre. Une entreprise de presse n'est pas une simple entreprise. Elle a un régime particulier et assure un rôle de service public; aidant ainsi l'Etat à assumer le droit à l'information de la population, favorisant le pluralisme de l'information, gage d'une démocratie.

Sur un autre plan, L'aide publique aux medias privés mérite d'être repensée [16]. Cette aide ne doit pas être obligatoire ni servir de source de financement. Elle doit être un fond d'allègement de charge. Selon François AWOUDO, ex Président de l'Observatoire de la Déontologie et de l'Ethique dans les medias (ODEM), « les medias doivent bénéficier des subventions mais libellé d'une manière à permettre qu'elles servent à leur développement ». Pour ce dernier, « l'Etat doit mettre en place un fond d'appuis et observer un financement par projet. Un fonds qui servirait de caution aux entreprises pour des prêts bancaires. Une évaluation à terme permettra d'apprécier l'investissement et au besoin renouveler ».

Pour Saturnin HOUNKPE, journaliste communicateur, vice-président du Conseil National du Patronat de la presse et de l'Audiovisuel du Bénin (CNPA-BENIN) et promoteur du groupe de presse l'autre vision, l'Etat, les organismes internationaux et les fondations ont l'obligation de venir en aide aux entreprises de presse pour garantir la démocratie car si la presse ne se porte pas bien la démocratie sera encore pire. Il dénonce le fait que le fond d'appui prévu après les états généraux et institué dans le code de l'information depuis 2015 ne soit pas fonctionnelle jusque-là, il encourage les entreprises à former des groupes de presse ou les promoteurs impliqués pourraient être des actionnaires du groupe.

Nous pensons que le modèle économique alternatif pour une presse indépendante, crédible et objective reste une combinaison de pratique associant à l'actionariat et une subvention. Une subvention indirecte qui n'assujettisse pas. L'aide doit constituer pour les patrons de presse un accompagnement qui vient soulager et alléger les lourdes dépenses et charges de fonctionnement générées par la fabrication de l'information. L'entrepreneur ne doit pas compter sur une subvention comme source de financement mais sur la qualité de sa production afin de d'accrocher et fidéliser sa cible défini dès le départ. L'organe de presse doit pouvoir s'autofinancer après son installation par ses produit marchands qui dans la presse se résument à la vente des parutions, les abonnements, les annonces et surtout la publicité. Le patron de presse doit pouvoir convaincre alors l'annonceur en leur garantissant un audimat plus ou moins disponible. Seule condition pour les contrats de publicité.

## 5 CONCLUSION

Dans cette recherche, nous avons abordé la problématique du financement des organes de presse dans le but de contribuer à l'adoption de système de financement assurant l'indépendance et l'autonomie des médias béninois. Pour ce, 87 organe de presse ont été interviewés. Il s'agissait principalement de quotidiens, de mensuels, d'hebdomadaires, de bimensuels etc. Le capitale de démarrage a varié en fonction de l'organe. Aussi, les connaissances relatives aux conditions de création des entreprises de presse au Bénin étaient peu ou pas connues des promoteurs qui n'ont souvent fait aucune étude du marché. Les principales charges des organes (impôts divers, masse salariale du personnel, électricité, maintenance des équipements redevance, taxes radiophonique et télévisuelle) sont prise en charge par les sources de revenue dont la ventes de journaux, les abonnements, les publicités, les annonces et les vente d'espaces. Par ailleurs, les modèles de financement actuel n'assurent pas une indépendance réelle de l'organe.

## REMERCIEMENTS

Les auteurs remercient tous les organes de presse ainsi que les acteurs des médias dont la contribution dans la réalisation de cette étude est inestimable.

## REFERENCES

- [1] Les Dossiers du Canard Enchaîné. (1993). Les Français vus d'ailleurs - Made in France.
- [2] Le Bohec, J. (2000). La question du «rôle démocratique» de la presse locale en France. *Hermès, La Revue*, (1), 185-198.
- [3] Balle, F., & Eymery, G. (2015). Les nouveaux médias. *Feni XX*.
- [4] C..Sylvie,, & Marie-Soleil, F. (2011). Afrique contemporaine. *Les Afriques médiatiques*, 240.
- [5] Lenoble-Bart, A., & Tudesq, A. J. (Eds.). (2008). *Connaître les médias d'Afrique subsaharienne: problématiques, sources et ressources*. KARTHALA Editions.
- [6] Perret, T. (2005). *Le temps des journalistes-L'invention de la presse en Afrique francophone*. KARTHALA Editions.
- [7] Olivier de Sardan, J. P. (1996). L'économie morale de la corruption en Afrique. *Politique africaine*, (63), 97-116.
- [8] Banégas, R. (2003). *La démocratie à pas de caméléon: transition et imaginaires politiques au Bénin*. Karthala Editions.
- [9] Durand, P. (1999). La "culture médiatique" au XIXe siècle. *Essai de définition-périodisation*. *Quaderni*, 29-40.
- [10] <http://www.dictionnaire.sensagent.fr>.
- [11] Moureau (F.), *Répertoire des nouvelles à la main: dictionnaire de la presse manuscrite clandestine, XVIe-XVIIIe siècles*, Oxford, Voltaire Foundation, 1999.

- [12] Touati, Z. (2012). Presse et révolution en Tunisie: rôles, enjeux et perspectives. *ESSACHESS-Journal for Communication Studies*, (01), 139-150.
- [13] RFI. (2018). Cinquante ans de presse écrite africaine. <https://savoirs.rfi.fr/br/comprendre-enrichir/societe/cinquante-ans-de-presse-ecrite-africaine>.
- [14] Tudesq, A. J., & Nédelec, S. (1998). *Journaux et radios en Afrique aux XIXe et XXe siècles*. Groupe de recherche et d'échanges technologiques.
- [15] Picard, R. G. (2011). *The economics and financing of media companies*. Fordham Univ Press.
- [16] B. A. KONFO, and Jean Euloge GBAGUIDI, "Assessment and Prospects for Improving the Management of Benin's State Aid to the Private Media." *Journal of Linguistics and Literature*, vol. 4, no. 1 (2020): 30-39.