

Vers un fonds d'aide à la presse de 1 million USD au Burundi

PANA, 01/11/2008 Bujumbura, Burundi - Le fonds de promotion des organes de presse et de communication du Burundi sera élevé à au moins un million de dollars US d'ici 2010, apprend-on de source officielle à Bujumbura. La promesse initiale datait de 2003 et portait sur une enveloppe financière de quelque 200.000 dollars, mais qui n'a toujours pas été officiellement débloquée pour des raisons inconnues.

"Ce ne serait pas, cette fois-ci, un bluff et le fonds sera sensiblement majoré dans le budget 2010 de l'Etat burundais jusqu'à atteindre au moins un million de dollars", a rassuré le directeur de cabinet au ministère de la Communication, Jérôme Ndiho, soulignant que les médias locaux méritent un geste fort d'encouragement pour aller de l'avant dans le soutien aux efforts de réconciliation nationale et de promotion de la paix. Les professionnels des médias mettent cependant de sérieuses réserves quant à la concrétisation de cette promesse. "La mise en place du fonds est une chose, sa gestion en est une autre", a confié Pierre Claver Ndayicariye, un consultant indépendant en communication et ancien ministre de l'Information au Burundi. Se basant sur certaines expériences africaines, le consultant a trouvé que l'aide publique aux médias a toujours fait l'objet de controverses et de remises en question en rapport avec la nature des entreprises de presse elles-mêmes. Il a préconisé à cet effet l'aide indirecte par l'abattement fiscal, ainsi que les tarifs préférentiels sur les factures d'électricité ou de téléphone. L'autre proposition du consultant consisterait à créer un d'aide à la presse, doté d'un conseil d'administration et alimenté par le budget de l'Etat, les bailleurs de fonds et le mécène. "Le fonds pourrait encore être géré de façon à générer des ressources supplémentaires pour toute la corporation et servir à l'acquisition de grandes infrastructures ou équipements collectifs ainsi qu'à la formation, la mise en place de centrale d'achat de consommables et la création d'imprimeries", a-t-il ajouté. Du côté des patrons des entreprises de presse, la tendance la plus partagée est que l'éventuelle aide de l'Etat soit confiée aux professionnels de l'information et de la communication. A signaler que le paysage médiatique burundais compte une dizaine de radios et une télévision privées, financièrement déficitaires pour cause de l'étroitesse de l'offre publicitaire et de la faiblesse du pouvoir d'achat des consommateurs. Quant à la presse écrite, elle se réduit à un quotidien et un hebdomadaire gouvernementaux, ainsi qu'à quelques périodiques indépendants dont la régularité dans les kiosques et la rentabilité sont pas assurées.