



HAL
open science

Télévision et pouvoirs politiques, les enjeux de l'innovation : le cas de la transition numérique au Sénégal

Ngagne Fall

► **To cite this version:**

Ngagne Fall. Télévision et pouvoirs politiques, les enjeux de l'innovation : le cas de la transition numérique au Sénégal. Sciences de l'information et de la communication. Université Grenoble Alpes [2020-..], 2021. Français. NNT : 2021GRALL021 . tel-03572827

HAL Id: tel-03572827

<https://theses.hal.science/tel-03572827>

Submitted on 14 Feb 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

THÈSE

Pour obtenir le grade de

DOCTEUR DE L'UNIVERSITE GRENOBLE ALPES

Spécialité : **Sciences de l'information et de la communication**

Arrêté ministériel : 25 mai 2016

Présentée par **Ngagne FALL**

Thèse dirigée par **Benoit Lafon, Professeur, Université Grenoble Alpes**

préparée au sein du **Laboratoire GRESEC – Groupe de recherche sur les enjeux de la communication** dans l'École Doctorale Langues, Littératures et Sciences Humaines

Télévision et pouvoirs politiques, les enjeux de l'innovation : le cas de la transition numérique au Sénégal

Thèse soutenue publiquement le **17 décembre 2021**,
devant le jury composé de :

Monsieur, Philippe, Bouquillion

Professeur en sciences de l'information et de la communication,
Université Paris13, président du jury

Monsieur, Bertrand, CABEDOCHÉ

Professeur en sciences de l'information et de la communication,
Université Grenoble Alpes, Membre

Monsieur, Benoit LAFON

Professeur en sciences de l'information et de la communication,
Université Grenoble Alpes, directeur de thèse

Monsieur, Ndiaga, LOUM

Professeur en sciences de l'information et de la communication,
Université du Québec en Outaouais, rapporteur

Madame, Nathalie, SONNAC

Professeure en sciences de l'information et de la communication,
Université Panthéon-Assas, rapporteure



Résumé

Le Sénégal a débuté le processus de la transition de l'analogique vers le numérique le 17 juin 2015. La transition s'effectue dans un contexte d'« innovation » qui est marqué par une forte présence de discours politiques. Ce discours est conçu pour montrer que le Sénégal est entré dans « l'ère du numérique ». Le début d'une époque qui fait rupture avec la précédente. Il s'agit de comprendre en quoi le numérique peut être considéré comme un outil au service des politiques et qui serait porteur d'enjeux communicationnels. Ainsi, rappelons que ce discours n'est pas nouveau, l'« innovation » dans le secteur audiovisuel a toujours été une forme de renouvellement de la communication politique. Dans les années 1960, la télévision était considérée comme un outil au service du développement. En 2000, la libéralisation du secteur de l'audiovisuel était un moyen pour les pouvoirs publics de manifester leur attachement à la démocratie et la liberté d'expression. L'avènement de la TNT a engendré une autre forme de discours qui suggère que la télévision en devenant numérique ne doit plus seulement être un moyen de diffusion, elle doit être perçue comme un pourvoyeur d'emplois et de croissance économique. Ainsi, notre recherche consiste à explorer les discours politiques qui valorisent la télévision numérique en s'appuyant sur les promesses de l'innovation technique. L'analyse des discours nous a permis de confronter les promesses de la TNT avec la réalité du terrain. Ce travail de déconstruction nous a amené à comprendre que les discours officiels qui ont accompagné la TNT sont basés sur une véritable frénésie technologique. « La culture digitale » qui se présente pour les acteurs politiques comme une réponse à tous les problèmes de la société.

Abstract

Senegal began the process of transition from analog to digital on June 17, 2015. The transition is taking place in a context of "innovation" which is marked by a strong presence of political discourse. This discourse is designed to show that Senegal has entered the "digital age". The beginning of an era that breaks with the previous one. The aim is to understand how the digital can be considered as a tool at the service of policies and which would bring communication issues. Thus, let us recall that this discourse is not new, innovation in the audiovisual sector has always been a form of renewal of political communication. In the 1960s, television, as a new technique, was seen as a tool at the service of development. In 2000, the liberalization of the audiovisual sector was a means for the public authorities to demonstrate their commitment to democracy and freedom of expression. The advent of DTT has generated another form of discourse that suggests that television, by becoming digital, should no longer be seen merely as a means of broadcasting, but as a provider of jobs and economic growth. Thus, our research consists of exploring the political discourses that value digital television by building on the promises of technical innovation. Discourse analysis has allowed us to confront the promises of DTT with the reality on the ground. This deconstruction work has led us to understand that the official discourses that have accompanied DTT are based on a real technological frenzy. The "digital culture" that presents itself to political actors as an answer to all of society's problems.

Sommaire

Liste des abréviations des sigles et des acronymes	7
Dédicace	9
Remerciements	10
INTRODUCTION GENERALE	11
Partie 1 : La télévision, argument politique de la « modernité » (depuis les années 1960)	38
Chapitre 1 - La télévision, un projet géopolitique : l'indépendance par la technique médiatique (1960-1990).....	40
Section 1 - La télévision, une nouvelle technologie au service du développement	41
Section 2- La RTS au service des pouvoirs politiques	49
Section 3 - L'avènement de la télévision par satellite : domination culturelle ou fin du monopole des médias publics	53
Chapitre 2 - Libéralisation de la télévision en 2000 : une deuxième modernisation fondée sur la démocratisation.....	64
Section 1- Les tentatives des pouvoirs publics de contrôler la première télévision privée.....	65
Section 2 - Le pluralisme des médias comme moyen de promouvoir la liberté et la démocratie	72
Section 3 - L'avènement des télévisions régionales : outil de promotion culturelle et de 78	
Chapitre 3 - La Télévision numérique : un projet politique, une troisième modernisation (années 2010-2015)	84
Section 1 - Les premières tentatives « d'assainissement » et de modernisation du secteur de l'audiovisuel.....	85
Section 2 - TNT, une étape vers la société numérisée	92
Section 3 – Réformes ou contrôle systématique de l'audiovisuel	104
Partie 2 : la télévision numérique: des promesses de recomposition à la réalité de la filière audiovisuelle	112
Chapitre 4 - La TNT : les discours d'accompagnement de l'innovation.....	114
Section 1 - Discours sur les promesses de création de nouveaux métiers dans le secteur audiovisuel.....	115
Section 2 - L'avènement de nouvelles chaînes dans le paysage médiatique : entre discours et réalité	131

Section 3 - Discours sur les promesses de la télévision du futur.....	143
Chapitre 5 - Les programmes télévisés et leur « qualité » : des promesses de changement à la réalité	153
Section 1 - L’audiovisuel au Sénégal : l’impossible industrie	154
Section 2 - Les promesses relatives au renouveau de la programmation télévisuelle....	161
Section 3 - La création d’une industrie de production autonome : une filière inexistante ...	175
Section 4 - La « qualité », un argument politique décisif	190
Chapitre 6 - TNT et financement de l’audiovisuel : une situation de disette	200
Section 1 - Les limites du modèle économique de la TNT	201
Section 2 - Les contraintes du financement de l’audiovisuel public.....	214
Section 3 - Situation financière des télévisions privées	221
Section 4 - Des télévisions privées sous influence politique.....	227
Partie 3 : le « numérique » et la télévision : entre instrumentalisation et enjeu de lutte économique.....	234
Chapitre 7 - Les stratégies des grands groupes : internationalisation et évitement des freins nationaux	236
Section 1 - Le discours idéologique d’Excaf Télécom.....	238
Section 2 - Les stratégies de Startimes pour contourner les freins nationaux	250
Section 3 - Stratégie de Canalplus pour résister à face à l’arrivée de la TNT	258
Chapitre 8 – TNT et Régulation : l’audiovisuel en attente de réformes	267
Section 1 - Les organes de régulation de l’audiovisuel	269
Section 2 - Dérives dans l’audiovisuel : le CNRA confronté aux chaînes de télévisions	277
Section 3 - Les défis de la régulation dans le contexte TNT	283
Chapitre 9 - La TNT, l’innovation en trompe l’œil.....	291
Section 1 – l’échec dans la commercialisation et la distribution des décodeurs	293
Section 2 - TNT : la difficile extinction de la diffusion analogique	298
Section 3 - Les enjeux économiques du dividende numérique	303
Conclusion générale.....	308
Bibliographie.....	314
Table des illustrations.....	329
Table des tableaux.....	330
Table des figures.....	331

ANNEXES.....	338
ANNEXE N°1 : Entretiens semi directifs.....	339
ANNEXE N°2 : Corpus discours politiques et médiatiques	403
ANNEXE N°3 : Analyse de document : stratégie Sénégal numérique 2016-2025...482	

Liste des abréviations des sigles et des acronymes

TNT, Télévision Numérique Terrestre

PSE, Plan Sénégal Émergent

UIT, Union International des Télécommunications

TIC, Techniques de l'Information et de la Communication

CONTAN, Comité National de Pilotage de la Transition de l'Analogique vers le Numérique

TAT, Télévision Analogique Terrestre

CNN, Comité National pour le Numérique

SS, Simple Définition

HD, Haute Définition

ORTF, Office de Radiodiffusion Télévision Française

OCORA, l'Office Français de Coopération Radiophonique

AOF, l'Afrique Occidentale Française

ORTS, l'Office de Radiodiffusion du Sénégal

RTS, Radiodiffusion Télévision Sénégalaise

CNRA, Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel

SYNPICS, Syndicat des Professionnels de l'information et de la Communication au Sénégal

ARTP, l'Agence de Régulation des Télécommunications et des Postes

HCA, le Haut Conseil de l'Audiovisuel

ADIE, Agence de l'Informatique de l'État

TDS, Société de Télédiffusion du Sénégal

UEMOA, Union Économique Monétaire Ouest Africaine

CDEAO, Communauté Économique des États de l’Afrique de l’Ouest

CDEPS, Conseil des Diffuseurs et Éditeurs de Presse du Sénégal

GFM, Groupe Futurs Médias

CORED, Conseil pour l’observation des règles d’éthique et de déontologie dans les médias

SNC, Société Nationale de la Cinématographie

FOSIC, Fonds de Soutien à l’Industrie cinématographique

SNPC, Société nouvelle de Promotion Cinématographique

FOPICA, Fonds de Promotion de l’Industrie Cinématographique et Audiovisuelle

APTIS, L’ Association des producteurs de télévision indépendants du Sénégal

FONGIP, Fonds de garantie des Investissements Prioritaires

SORETEC, la Société de Redistribution de Télévisions par Câbles et services

FAP, Fonds d’Aide à la Presse

FADP, Fonds d’Appui et de Développement de la Presse

FRAPP, le Front pour une Révolution Anti-impérialiste Populaire et Panafricaine

GAFAM, Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft

OCDE, Organisation de Coopération et de Développement Économiques

RGPD, Règlement Général sur la Protection des données

PAS, Paysage Audiovisuel Sénégalais

APS, l’Agence de Presse Sénégalaise

ATPS, African Transaction Processing and Services

Dédicace

À mon défunt père

El hadji Modou FALL

À ma mère, mon épouse et mes frères et sœurs...

Remerciements

Mes premiers remerciements vont à l'encontre de mon directeur de thèse, le professeur Benoit Lafon qui m'a accompagné tout au long de ce parcours scientifique. Il a forgé mes premiers pas dans la recherche d'abord en M2, en suite en thèse de doctorat. Son encadrement, ses conseils et ses corrections ont bonifié ce travail de recherche.

Je remercie tous les enseignants de l'Institut de la Communication et des Médias pour leurs encadrements et leur disponibilité durant tout le long de mon cursus à l'ICM. Isabelle Paillart, Bernard Miège pour ses conseils, Bertrand Cabedoche et Vincent Bullich pour leurs conseils avisés lors de mes passages aux différents comités de suivi. Je pense aussi à Razika Hammache pour sa disponibilité.

Aux doctorants de l'ICM, pour les moments studieux et conviviaux que nous avons passés ensemble au sein du laboratoire GRESEC.

Mes remerciements vont également à l'endroit des personnes qui ont participé à rendre ce travail possible. Je pense à ces nombreuses personnes qui m'ont accordé des entretiens et où fournies des informations utiles.

À ma famille, ma mère, mon épouse, mes frères et sœurs pour leurs encouragements et leur soutien moral.

À mes amis et proches collaborateurs.

INTRODUCTION GENERALE

Les mutations qui ont affecté les industries culturelles en général depuis les années 1970 n'ont pas épargné les industries médiatiques. Ces changements ont fait l'objet de plusieurs formes de discours qui ont souvent des fondements techno-déterministes. Le sujet intitulé « Télévision et pouvoirs politiques, les enjeux de l'innovation : le cas de la transition numérique au Sénégal », qui fait l'objet de notre recherche doctorale s'inscrit dans le champ des industries culturelles et médiatiques qui ont connu au cours des dernières années de profonds bouleversements. Au Sénégal, tout au début, dans les années 1960, l'audiovisuel a été considéré comme un outil technique au service du développement. La télévision mise en place en 1963 avait une mission d'éducation. Elle sera très vite détournée de son objectif principal pour devenir un instrument de propagande au service du pouvoir politique. Dans les années 2000, la télévision a changé de visage. Elle était considérée comme un outil puissant dans la construction d'une société démocratique. L'arrivée au pouvoir du Président Abdoulaye Wade a accéléré le pluralisme médiatique. Le paysage audiovisuel passe d'une seule télévision en 2000 à plus de dix chaînes en 2010. En 2015, la télévision est entrée dans une nouvelle phase. Le Sénégal a entamé son processus de transition au numérique. Ce qui pourrait entraîner de profondes mutations dans l'audiovisuel. C'est une période marquée par des discours de promotion de l'« innovation » technologique. Ainsi, jamais au Sénégal une mutation de l'audiovisuel n'a suscité autant de discours. La plupart des discours mettent l'accent sur l'aspect matériel, comme si la réussite de la TNT ne devait dépendre que de la technique. D'ailleurs, à ce propos, B. Miège s'interroge : « dans le travail comme dans la vie quotidienne, peut-on faire dépendre toute une série de mutations sociales de changements majeurs d'un paradigme technique ? L'histoire de l'électricité, comme celle des chemins de fer puis de l'automobile, incitent à quelque prudence méthodologique. »¹

Il s'agira dans ce travail d'analyser le discours des acteurs politiques. L'objectif est de confronter les promesses de la télévision numérique terrestre à la réalité du terrain. Cependant, pour mieux appréhender notre problématique, nous allons d'abord évoquer la dimension politique et sociale de la télévision sénégalaise. Ainsi, il convient d'abord de

¹Miège, Bernard, « La contribution des industries de la culture, de l'information et de la communication à l'informationnalisation et à la globalisation », *Questions de communication*, 3 | 2003, 211-229.[En ligne] https://journals-openedition-org.sid2nomade-2.grenet.fr/questionsdecommunication/7508#xd_co_f=OTgzMDFhMTMtMjQ0OS00OGlxLTg3ODItODI1MDg5MDFjNTZi~

comprendre les rapports entre télévision et acteurs politiques pour mieux saisir les mutations qui sont en cours dans le secteur de l'audiovisuel. Ensuite, nous aborderons le contexte sociopolitique dans le but de cerner les enjeux politiques de la télévision numérique terrestre.

La dimension politique et sociale de la télévision sénégalaise

La télévision s'est implantée au Sénégal en 1963 grâce à un projet pilote soutenu par l'Unesco². Les premières émissions étaient consacrées à l'éducation et à l'alphabétisation des populations par la production de programmes pédagogiques. Ces émissions s'arrêtent en 1972 avant le début des Jeux Olympiques de Munich³. C'est dans ce contexte que l'État a créé l'Office de Radiodiffusion Télévision du Sénégal (*ORTS*) le 4 décembre 1973. Il faut noter que la télévision a débuté ses programmes bien avant la création de l'*ORTS*. Les premières émissions sont diffusées en Août 1972 à l'occasion des Jeux Olympiques. Une grande campagne de diffusion sera lancée dans les régions à partir des années 1990. Des centres secondaires de diffusion sont implantés dans plusieurs villes du pays.

Le monde rural découvre la télévision à travers les émissions diffusées en langue nationale⁴. Les programmes ont été essentiellement orientés sur les problématiques du développement. L'utilisation de la télévision comme une technique pédagogique avait montré ses limites. D'ailleurs, J.J Wunenburger estime que son efficacité n'est pas encore prouvée aujourd'hui. Il souligne que « la revendication pédagogique propre aux techniques

² La télévision est introduite au Sénégal en 1963 avec l'assistance de l'UNESCO, dans le cadre d'un projet pilote dont l'objet était de produire et de tester des supports audiovisuels, pédagogiques et des équipements pour l'éducation des adultes, y compris l'alphabétisme. URL : <http://live.rts.sn/home/larts>

³ « Cet événement sportif de dimension mondiale accélère la naissance de la Télévision Sénégalaise opérationnelle, ce qui conduit l'État Sénégalais à créer un organisme capable de gérer la Radio et la Télévision : l'Office de Radiodiffusion Télévision du Sénégal (*ORTS*). La loi 73-51 du 04 Décembre 1973 crée l'Office de Radiodiffusion Télévision du Sénégal (*ORTS*) et les conditions de son développement fulgurant. » URL : <http://live.rts.sn/home/larts>

⁴ La langue nationale la plus parlée au Sénégal (par 80% de la population)

audiovisuelles et télévisuelles doit donc être relativisée et remise à sa place. En faire une sorte d'outil dominant ou exclusif pour dispenser des savoirs relève d'une erreur profonde, voire d'une imposture, car le recours excessif à l'image bloque, fourvoie l'intelligence abstraite et donc toute capacité de s'élever à un maniement libre et mûr de la pensée. »⁵

L'avènement des télévisions dans les années 1960 avait suscité beaucoup d'espoir auprès des autorités politiques qui croyaient que la télévision pourrait être un outil d'information efficace pour renforcer les politiques de développement⁶. Il fallait aussi prendre en compte le contexte, la télévision n'était pas accessible à tous. En plus, les émissions éducatives étaient principalement destinées au monde rural qui n'avait pas de branchement réseau électrique. A.J Tudesq rappelle que « si les résultats des investissements, souvent importants, dans une radio et une télévision éducative ne furent pas à la hauteur des espérances, c'est que les États firent des campagnes pour le développement, un tremplin pour renforcer leur domination sur les populations ; d'autre part les médias qui ont été d'abord produit par les villes et pour les villes, correspondaient mal aux préoccupations des ruraux qui y avaient difficilement accès. »⁷ Les paysans avaient besoin d'un média qui montre leurs souffrances, alors que la télévision masquait leurs détresses. Ainsi, on se rend compte qu'après l'euphorie, la télévision ne pouvait pas remplacer l'éducation nationale, il fallait juste la considérer comme un outil de socialisation⁸. La télévision est certes un média de masse, un outil de sensibilisation. Mais faudra-t-il que les populations auxquelles elle est destinée se l'approprient d'abord. Ce qui n'était pas le cas, car les programmes à la télévision étaient souvent décalés des réalités des populations. A-J Tudesq souligne les limites de l'éducation par l'information. Selon lui, « il ne suffit pas de donner des directives ; l'information ne suffit pas à modifier les comportements, il faut une implication, une appropriation par l'auditeur ou le

⁵ Wunenburger, Jean-Jacques, *L'homme à l'âge de la télévision*. Presses Universitaires de France, 2000, p.144

⁶ Ce point sera traité dans le chapitre 1 section 1

⁷ Tudesq, André-Jean, *l'espoir et l'illusion, actions positives et effets pervers des médias en Afrique subsaharienne*, MSHA, Talence, 1998, p.100

⁸ « Les discours au sujet des programmes de la télévision n'acquièrent une certaine pertinence que dans la mesure où ils s'inscrivent dans un contexte local particulier. Il faut parvenir à enrôler les autres membres du groupe dans l'expérience personnelle et cet enrôlement n'est réussi que si l'expérience personnelle est débattue comme un cas général. La « conversation télé » permet en quelque sorte de socialiser des expériences personnelles, de mieux s'orienter dans le monde complexe d'aujourd'hui. Certains producteurs d'émission l'ont semble-t-il bien compris puisqu'ils ont intégré cet aspect de la réalité sociale dans l'offre télévisuelle elle-même. » Rieffel, Rémy, *Que sont les médias ?*, Gallimard, Paris, 2005, p.428

télespectateur ; c'est bien pourquoi tout ce qui touche à la santé est mieux perçu, ainsi que les émissions s'adressant aux femmes.»⁹ D'une vocation éducative à ses débuts, la télévision va devenir au fil des années un puissant outil au service du pouvoir politique. Au Sénégal, la télévision publique a été pendant quarante ans un instrument de propagande¹⁰ contrôlée par le Parti Socialiste. « Jamais un gouvernement despotique ou totalitaire n'a disposé d'un meilleur instrument de propagande que les journaux d'information télévisée, qui deviennent en quelque sorte la chronique quotidienne des faits et gestes des maîtres du peuple, et une sorte de tribune sur laquelle les princes du jour enseignent à leurs sujets les vérités qu'ils ont fait leur.»¹¹

La télévision¹² est devenue aujourd'hui un objet familier, elle fait partie de la vie quotidienne de millions de sénégalais. L'écran est aujourd'hui massivement présent dans les foyers en tant qu'objet domestique¹³. Elle est devenue la principale source d'information pour une bonne partie des populations. Comme le souligne R. Le Champion, c'est « grâce à une complète couverture du territoire, une panoplie d'écrans de réception toujours plus riche et un temps de consommation considérable, la télévision revêt une puissance incomparable. Si l'on ajoute sa capacité à capter l'attention d'une façon presque magnétique, l'empire télévisuel s'érige en pouvoir à part entière qui ne laisse pas indifférentes les autres catégories de pouvoir de la société, en particulier le pouvoir économique des capitaines d'industrie. »¹⁴

⁹ Tudesq, André-Jean, l'espoir et l'illusion, actions positives et effets pervers des médias en Afrique subsaharienne, MSHA, Talence, 1998, p.100

¹⁰ Ce point sera traité dans le chapitre 1 section 2

¹¹ Wunenburger, Jean-Jacques, *L'homme à l'âge de la télévision*. Presses Universitaires de France, 2000, p.131

¹² La télévision désigne, selon Grignou et Neveu « un appareil de réception d'image, des programmes spécifiques, un univers d'acteurs économiques. La télévision, ce sont encore des technologies électroniques qui permettent de produire, de diffuser, de recevoir des images animées et des sons » Brigitte Le Grignou et, Erik Neveu, *Sociologie de la télévision*, Paris, La découverte, 2017, p.6

Elle est définie dans le nouveau code de la presse sénégalais de 2017 « comme un médium qui diffuse par voie électronique et numérique des images, des écrits, et des sons, destinés à être reçus simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie de public et dont le programme principal est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des images et des sons. »

¹³ Selon Remy Rieffel « l'écoute d'émissions radiophoniques ou télévisuelles a favorisé au cours du XXe siècle l'élaboration de rituels domestiques [...] la place centrale qu'occupe aujourd'hui le téléviseur dans l'espace domestique est la parfaite illustration de ce changement majeur dans l'organisation spatiale et temporelle des loisirs des individus. » R. Rieffel, op. cit. p.401

¹⁴ Le Champion, Rémy, *La télévision*, Paris, La Découverte, 2018, p.13

La télévision sénégalaise à l'heure du numérique

Comme beaucoup de pays, le Sénégal s'est engagé depuis 2015 à basculer vers le numérique conformément aux recommandations de la conférence régionale des radiocommunications (Genève, 2006). Pour respecter cet engagement international, le Sénégal a pris les premières initiatives vers la TNT¹⁵, notamment la création par arrêté du Premier Ministre le 24 août 2010 d'un Comité National pour le Numérique (CNN) qui avait élaboré et déposé une stratégie nationale avec des recommandations. Un an après son accession au pouvoir, le Président Macky Sall a mis en place le Comité de Pilotage de la Transition de l'Analogique vers le Numérique (CONTAN), le 30 décembre 2013, dans la continuité des travaux du Comité National pour le passage de l'audiovisuel analogique au Numérique (CNN), mis sur pied en 2010. Les missions qui étaient assignées au CONTAN consistaient à basculer de l'analogique au numérique à la date du 17 juin 2015. Le CONTAN disposait d'un temps relativement court. Il avait deux ans pour trouver un partenaire financier, démarrer les travaux, fabriquer les équipements, aménager des locaux, installer les équipements, commander les décodeurs et enfin la partie la plus délicate, réfléchir sur un encadrement juridique. Le comité avait pour objectif de :

- Réaliser le basculement vers la télévision numérique dans les délais.
- Mettre à niveau le cadre juridique.
- Favoriser l'éclosion de nouvelles chaînes de télévision.
- Proposer un programme de réduction de la fracture numérique.

« Le Sénégal comme les autres pays de l'Afrique subsaharienne s'est vu octroyé par l'UIT quatre fréquences sur lesquelles il pouvait émettre en numérique. En analogique, ces quatre fréquences auraient seulement permis de diffuser quatre chaînes de télévision. En numérique chaque fréquence peut être utilisée pour transporter jusqu'à 20 chaînes en Simple

¹⁵ Définition de la TNT dans le code de la presse sénégalais, « télévision numérique terrestre (TNT) : évolution technique en matière de télédiffusion, fondée sur la diffusion de signaux de télévision numérique par un réseau de réémetteurs hertziens terrestres, conformément au plan de l'Accord de Genève 2006, de la conférence régionale de radiocommunication. La TNT se substitue à la télévision en mode analogique à l'issue d'une période transitoire où les programmes sont reçus en simulcast, afin de réduire l'occupation du spectre électromagnétique en raison de l'utilisation de modulation de fréquences plus efficaces. » URL : <http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article11233>

Définition (SD) ou cinq chaînes en Haute Définition (HD). »¹⁶ Dès lors, avec les quatre fréquences, le Sénégal pourra diffuser 80 chaînes en SD.

Contexte socio-politique de l'avènement de la TNT au Sénégal

À l'instar de plusieurs pays africains¹⁷, le Sénégal a enclenché la transition de la télévision analogique au numérique depuis le 17 juin 2015. Le lancement de la télévision numérique terrestre laisse entrevoir beaucoup de zones d'ombre six ans après son lancement. Les difficultés dans la mise en œuvre de cette technologie et les manquements liés au non-respect des engagements semblent montrer que le Sénégal n'était pas prêt le 17 juin 2015 pour basculer de l'analogique au numérique. Le Comité National de la Transition de l'Analogique au Numérique a été pris par l'urgence. L'appel à candidature a été lancé le 3 février 2014, et il fallait attendre six mois pour pouvoir attribuer le marché de la TNT. Il ne restait plus que dix mois pour aménager des locaux, installer le matériel, importer les équipements, former les techniciens, régler les problèmes liés à l'environnement juridique et enfin trouver les moyens de conforter les opérateurs de télévision. Notons que le contexte socio-politique qui a accompagné le basculement est marqué par un discours technophile des autorités publiques. La télévision numérique terrestre fait partie de la stratégie « Sénégal numérique 2025 » qui est l'un des axes stratégiques du Plan Sénégal Émergent (PSE)¹⁸. Elle incarne l'ambition du Sénégal de maintenir une position de pays leader innovant en Afrique dans le domaine du numérique. Lors de la cérémonie de lancement le 17 juin 2015, le

¹⁶ Dans un entretien publié au Soleil, repris par Senepius le 17 juin 2015, le directeur exécutif du CONTAN donnait les grandes étapes qui ont marqué le processus de transition, les avantages attendus de la TNT, le mode opérationnel du basculement et le modèle économique pour la mise en place de l'infrastructure de multiplexage.

URL : <https://www.senepius.com/article/%E2%80%98E2%80%99le-s%C3%A9n%C3%A9gal-var%C3%A9ussir-son-passage-au-num%C3%A9rique-aujourd%E2%80%99hui%E2%80%99E>

¹⁷ Dans un rapport publié par Eutelsat, à la date du 17 juin 2015, seuls trois pays du continent avaient réussi à effectuer cette transition avant la date fatidique : la République de Maurice, la Tanzanie et le Rwanda. En 2018, seulement 9 des 48 pays ont achevé leur transition vers le numérique. Les neuf pays à avoir éteint à ce jour leur signal analogique sont tous situés en Afrique australe, orientale ou dans l'océan Indien : Namibie, Zambie, Malawi, Swaziland, Maurice, Tanzanie, Kenya, Rwanda et Ouganda. Le plan de déploiement initial prévoyait une extinction du signal analogique sur le continent en juin 2015. URL Africa Business Agency : <https://africabusinessagency.com/afrique-6-pays-integralement->

¹⁸ Le Plan Sénégal Émergent (PSE) est une stratégie décennale sur la période 2014-2023, adossée à une vision, celle d'un Sénégal émergent à l'horizon 2035 à travers trois axes stratégiques qui sont (i) la transformation structurelle de l'économie et de la croissance, (ii) le capital humain, protection sociale et développement durable et (iii) la gouvernance, institutions, paix et sécurité.

Président de la République l'a rappelé : « ma satisfaction est d'autant plus grande, que j'ai fait confiance à l'expertise nationale sénégalaise, pour la conception et la mise en œuvre de bout en bout du processus qui nous vaut d'être aujourd'hui le seul État francophone et parmi les très rares pays africains moins d'une dizaine sur les 54 que compte le continent qui ont été en mesure de respecter les engagements pris en 2006 à Genève. C'est une prouesse qui fait notre fierté. »¹⁹ Une prouesse pour les autorités, mais beaucoup de difficultés ont été constatées dans la mise en œuvre de la télévision numérique terrestre. Le Sénégal s'était donné l'engagement de basculer vers le numérique conformément aux recommandations de l'Union Internationale des Télécommunication (UIT). Le fait de vouloir respecter la date butoir imposée par l'IUT a incité les autorités politiques à ne pas tenir compte des facteurs exogènes de l'« innovation » technique. Elles semblent en effet obnubilées par les promesses des TIC. Ce qui amène Y. Mignot-Lefebvre à écrire que « les nouvelles technologies séduisent par beaucoup de leurs aspects mais elles introduisent des protocoles conduisant à un formatage de la pensée auxquels certains individus, certaines cultures se plient avec plus ou moins de facilité. »²⁰

Ainsi, on constate que les pouvoirs publics étaient animés par la seule volonté de mettre sur pied un progrès technique sans tenir compte de l'environnement socio-économique du pays. C'est une tendance actuelle qui conforte le constat de B. Miège : « actuellement, la spécificité des façons d'envisager le numérique aboutit surtout à se contenter de visions technocentrées (et même technodéterminées) tout en étant sous la dépendance de stratégies marketing ayant pour but d'imposer le renouvellement permanent des produits ou d'en gérer la conception au plus près des intérêts supposés des individus. »²¹ Le rapport de McBride²² en 1980 avait pourtant soulevé cette question cruciale liée aux difficultés pour certains pays de bénéficier des avancées technologiques. Si l'on observe le processus, les autorités ont manifestement privilégié l'aspect le moins important, c'est-à-

¹⁹ Cf. Annexe N°2

²⁰ Mignot-Lefebvre, Yvonne, Technologies de communication et d'information : une nouvelle donne internationale. In: Tiers Monde, tome 35, n°138, 1994. Technologies de communication et d'information au Sud : la mondialisation forcée. pp. 245-277; [en ligne] http://www.persee.fr/doc/tiers_0040-7356_1994_num_35_138_4873

²¹ Miège, Bernard, *La numérisation en cours de la société : points de repères et enjeux*, PUG, 2020, p.125

²² Rapport Sean MacBride (1976-1980) « VOIX MULTIPLES, UN SEUL MONDE ». UNESCO : - Complet.Pdfhttp://www.elcorreo.eu.org/IMG/pdf/voix_multiples_un_seul_monde_unesco_rapport_sean_macbride_1976-1980_-_complet.pdf

dire faire partie des pionniers en Afrique. L'un des premiers pays à réussir le basculement de l'analogique vers le numérique. Cela témoigne l'empressement et le tâtonnement constatés dans le processus de la transition numérique. Le passage à la TNT est censé améliorer la qualité technique et le nombre de chaînes. Ainsi, elle pourrait également faciliter un accès plus démocratique à la télévision grâce à une meilleure couverture géographique du territoire. Selon l'ensemble des discours officiels, la TNT se présente comme une opportunité pour transformer radicalement le paysage médiatique avec une explosion du nombre de chaînes auquel le public a accès. Ce discours n'est pas nouveau, Y. Mignot-Lefebvre rappelle que dans les années 1960, l'avènement des technologies de l'information et de la communication avait fait l'objet de nombreuses promesses : « Ainsi que reste-t-il des télévisions éducatives des années 60 qui devaient permettre de scolariser tous les enfants, d'éradiquer l'analphabétisme et de moderniser l'agriculture ? Que sont devenus les bunkers informatiques des années 70 qui allaient gérer la presque totalité des services et des biens d'un pays ? Autant de cathédrales inachevées dont les plans d'ajustement structurels ont eu raison. »²³

²³ Yvonne Mignot-Lefebvre, « Technologies de communication et d'information : une nouvelle donne internationale. In: Tiers Monde », tome 35, n°138, 1994. Technologies de communication et d'information au Sud : la mondialisation forcée. pp. 245-277; [en ligne] http://www.persee.fr/doc/tiers_0040-7356_1994_num_35_138_4873

L'analyse des enjeux politiques et communicationnels du numérique lors de l'avènement de la TNT au Sénégal

Analyser les enjeux de l' « innovation » de la télévision numérique nécessite un positionnement théorique et conceptuel. Ce travail nous permettra de dissocier le discours des acteurs politiques et le discours scientifique. Nous utiliserons les termes « numérique » et « innovation »²⁴ pour qualifier le discours des acteurs politiques produits lors de l'implantation de la télévision numérique au Sénégal. « Mais on se gardera de qualifier d'innovation ce qui appartient aux changements et aux mutations. »²⁵ Nous mobilisons des auteurs qui vont critiquer ou nuancer les discours sur « le numérique ». Il arrive que nous citons certains auteurs non pas pour les intégrer dans notre cadre théorique, mais pour critiquer leurs approches techno-déterministes. L'avènement de la TNT a été l'occasion pour les acteurs politiques d'annoncer la révolution de l'audiovisuel sénégalais grâce à l'arrivée du « numérique ». D'autant plus que le discours politique et le discours scientifique n'ont pas le même statut. Comme le souligne Miège, « on ne saurait se satisfaire d'expressions anticipatrices ou excessives comme « révolution numérique ou d' « innovation disruptive ». Ce dont on est assuré, c'est que la numérisation des sociétés est en cours. »²⁶

Les enjeux stratégiques du numérique sont présents dans presque tous les discours des acteurs politiques et experts. P. Bouquillion le qualifie de mot « valise ». Il estime que l'histoire de ce mot est rarement interrogée. Il est devenu pour les pouvoirs publics un « vecteur de positionnement ». Le discours du Président de la République du Sénégal Macky Sall, lors de la cérémonie de lancement de la télévision numérique, le 17 juin 2015, est assez illustratif. Il affirmait que « la mise en place d'une infrastructure de télévision numérique terrestre (TNT) sur l'ensemble du territoire national et leur mise à la disposition

²⁴ L'innovation dont-on parle ici « devrait s'appliquer en priorité aux innovations de rupture (selon Freeman), et bien entendu aux changements de paradigmes ou de système techniques – par exemple l'émergence de la radiodiffusion à partir des dernières années du XXe siècle ou celle des réseaux sociaux numériques au tournant de ce siècle. » B. Miège, op.cit. p.39

²⁵ B. Miège, op.cit., p.39

²⁶ B. Miège, op.cit., p.52

des opérateurs de télévision vont avoir un formidable impact sur les investissements et les charges d'exploitation des entreprises audiovisuelles »²⁷. La télévision numérique est présentée par les acteurs politiques comme une « innovation technique » capable d'activer une croissance économique. C'est une croyance qui est ancrée²⁸ dans les politiques publiques et statiques de développement. P. Bouquillion explique d'ailleurs qu'« autour des Tic, les pouvoirs publics tentent de redéfinir leur rôle par rapport aux habitants, administrés et usagers et par rapport aux forces du marché. Ils tentent également de renouveler leur communication. »²⁹

Ainsi, à travers la TNT, le Président de la République assume sa politique basée sur la numérisation de la société. Il affirme que « le passage de la télévision analogique à la télévision numérique était un moment de concrétisation de la volonté d'asseoir une société du savoir, capable de tirer le meilleur profit de la révolution numérique. »³⁰ Cette conception de l'autorité publique consolide les arguments d'E. George qui estime qu'« il importe aussi de rappeler que le succès de l'expression de société de l'information ne peut pas s'expliquer sans être contextualisé au sein d'un vaste ensemble de discours sur les Tic qui ont annoncé des changements économiques, politiques ou sociaux. »³¹ Ce genre de discours montre que les technologies fascinent les acteurs politiques qui ont l'intime conviction que le développement économique passe par la « numérisation de la société ». À ce propos, B. Miège précise que « le primat des déterminations techniques qui est généralement au centre des perceptions individuelles et des représentations sociales ne nous dit rien de l'ancrage social des techniques, tant cet ancrage et les procès qui y conduisent varient selon les sociétés et entraînent des concrétisations à chaque fois spécifiques. C'est pourquoi cet entrecroisement des déterminations techniques et des déterminations sociales doit à chaque

²⁷ Cf. Annexe N°2 Corpus N°1

²⁸ « Si les techniques numériques continuent à fasciner les uns - une minorité sans doute - et à obtenir un large consentement d'une majorité, c'est parce que leur ancrage dans des récits mythologiques de la modernité s'est forgé de longue date, bien avant leur essaimage dans la plupart des sociétés à partir de la diffusion de divers outils techniques numériques. » Bernard Miège .op.cit. p.30

²⁹ Philippe Bouquillion, « Numérique et industries culturelles une approche communicationnelle », les enjeux de l'information et de la communication, 2016, [en ligne] <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2018/12/00-2016A-Bouquillion.pdf> consulté le 18 octobre 2019

³⁰ Cf. Annexe N°2 Corpus N°1

³¹George, Éric, « En finir avec la « société de l'information » ? », *tic&société* [En ligne], Vol. 2, n° 2 | 2008, mis en ligne le 07 mai 2009, consulté le 06 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/497> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.497> consulté le 06 Avril 2020

fois provoquer le scepticisme et le plus souvent la critique lorsque nous sommes en présence d'expressions ou de qualificatifs, manifestement excessifs, généralisateurs ou pour le moins prématurés. »³²

Nous constatons dans le discours des acteurs politiques une sorte d'instrumentalisation des technologies numériques. C'est une forme de rituel rhétorique qui confère au discours une certaine efficacité. Dans son ouvrage sur *Le discours politique, les masques du pouvoir*, P. Charaudeau insiste sur le fait que « les discours sur la technologie témoignent d'une représentation sociale sur la façon d'envisager le monde de la technique du point de vue de la valeur »³³. Selon lui, ces discours « sont porteurs d'un imaginaire de vérité qui est étroitement lié aux notions d'efficacité, de compétence et de volonté d'agir »³⁴

Lancement de la télévision numérique terrestre au Sénégal : l'approche critique des discours dominants

Dans la revue *Recherche et Formation*, M. Callon explique les différentes phases d'acceptation d'une innovation. L'auteur estime qu'« une innovation ne s'impose jamais sans discussion. Elle peut être rejetée si elle est contraire aux intérêts en présence ou bien elle peut être transformée, adaptée par les acteurs »³⁵. Les acteurs sont incontournables dans le processus. Il n'y a « pas d'adoption sans adaptation »³⁶.

L'avènement de la télévision numérique nous renseigne que la pertinence ou l'urgence d'une innovation ne garantit pas son efficacité, il faut tenir compte de son environnement qui joue un rôle primordial dans sa concrétisation. Ainsi, M. Callon cite deux éléments sur lesquels repose le destin de l'innovation : la négociation et le compromis. C'est seulement dans ce contexte que le processus d'innovation pourra aboutir. « Le succès d'une innovation peut être expliqué de deux manières différentes suivant que l'on insiste sur ses qualités

³² B. Miège, op.cit., p.9

³³ Charaudeau, Patrick, *Le discours politique les masques du pouvoir*, Limoges, Editions Lambert-Lucas, 2014, p.172

³⁴ Ibid., p.72

³⁵ Callon, Michel, L'homme Robert, Fleury Jean. Pour une sociologie de la traduction en innovation. In: *Recherche & Formation*, n°31, 1999. Innovation et formation des enseignants. pp. 113-126

³⁶ Ibid., p.14

intrinsèques ou sur sa capacité à susciter l'adhésion de nombreux alliés (utilisateurs, intermédiaires...). Dans le premier cas, l'auteur « fait appel au modèle de la diffusion (l'innovation se répand d'elle-même par contagion grâce à ses propriétés intrinsèques); dans le second cas, il fait « recourt au modèle de l'intéressement (le destin de l'innovation dépend de la participation active de tous ceux qui sont décidés à la faire avancer) »³⁷. M. Callon est convaincu que l'acceptabilité comme la faisabilité sont aussi bien sociales que techniques. La télévision numérique au Sénégal, considérée par les acteurs politiques comme une « innovation technique » nous renvoie à deux notions : acceptabilité et faisabilité qui donnent sens à une approche critique de la télévision numérique au Sénégal. Ce cadre de recherche nous conduit à la théorie de l'acteur-réseau développée par M. Callon, B. Latour et M. Akrich. Ces auteurs réfutent la thèse d'une technique fonctionnelle autonome que l'on peut expliquer sans faire référence à la société. Cette approche critique de la technique est développée par le philosophe A. Feenberg qui estime que « le déterminisme implique donc que notre technique et les structures organisationnelles qui l'accompagnent sont universelles et, en fait, planétaires. Il y a peut-être plusieurs formes de sociétés tribales, de féodalisme, voire plusieurs formes de capitalisme primitif, mais il n'existe qu'une seule modernité qui, pour le meilleur et pour le pire, s'illustre dans notre société »³⁸. En effet, les politiques ont toujours cru à la technocratie triomphante, on s'en serait rendu compte en remontant l'histoire des découvertes technologiques. M. McLuhan rappelle qu'« après la révolution de la radio, considérable en Amérique du Nord, celle de la télévision avec l'image renforçant l'utopie et l'idéologie technique. L'optimisme technique retrouvait l'optimisme social et politique. C'était le triomphe du « nouveau monde. »³⁹

Au-delà des politiques, certains penseurs contemporains s'émerveillent. C'est par exemple le cas de J. Rifkin⁴⁰ qui montre comment la fusion de la technologie d'internet et

³⁷ Ibid., p.1

³⁸ Feenberg, Andrew, « Vers une théorie critique de l'Internet », *tic & société* [Online], Vol. 8, N° 1-2 | 1er semestre 2014 et 2ème semestre 2014, [en ligne] consulté le 17 octobre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/1382>

³⁹ McLuhan, Marshall, *la galaxie Gutenberg*, CNRS Edition, coll « Biblis », Paris, 2017 (nouvelle édition), p.15

⁴⁰ Rifkin, Jeremy, *La troisième révolution industrielle comment le pouvoir latéral va transformer l'énergie, l'économie et le monde*, Paris, Edition Les liens qui libèrent pour la traduction française, 2012, p. 413

des énergies renouvelables va créer des milliers d'entreprises et des millions d'emplois, impulser une réorganisation fondamentale de nos économies et des relations humaines.

Dans ses travaux, P. Flichy met en avant le rôle de l'imaginaire dans la conception des techniques. Ses recherches ont principalement porté sur l'étude des techniques et des télécommunications en articulant conception et usages dans une théorie de l'innovation. Il propose une démarche holistique en livrant une analyse de la technique qui s'intéresse à l'objet technique et son environnement⁴¹. L'auteur écarte l'approche de la technologie culturelle qui privilégie la technique ou le constructivisme social qui fait de la société le facteur déterminant. Selon Flichy, « il ne s'agit pas d'articuler deux pôles : technique et société mais de voir comment interfèrent de nombreux mondes sociaux, ceux des ingénieurs et des usagers, des industriels, des exploitants de services, des réparateurs, des commerçants etc. »⁴². Les conceptions du déterminisme technologique ont montré depuis longtemps leurs limites. Si l'on en croit R. Rieffel, « les technologies numériques déterminent les manières d'agir des individus, mais aussi l'organisation de la société, revient très souvent à tomber dans l'ornière d'une vision mécanique et simpliste des relations entre technique et société »⁴³

L'approche critique des innovations telle que développée par les auteurs susmentionnés nous permet de mieux appréhender l'objet de notre recherche. Nous nous appuyons sur ces différentes théories pour déconstruire les discours dominants qui ont accompagné le lancement de la télévision numérique terrestre au Sénégal. La plupart des discours prononcés lors du lancement de la télévision numérique terrestre au Sénégal vantaient les mérites des technologies. Les acteurs pensent que « le progrès technique est une force exogène qui influence la société et non pas l'expression de certains changements. »⁴⁴ Les

⁴¹ P. Flichy explique l'importance d'associer dans une même réflexion usage et technique. « Si jusqu'à maintenant les différents projets volontaristes de promotion des nouvelles technologies n'ont pas toujours été couronnés de succès, loin s'en faut, cela tiendrait, selon la plupart des observateurs, au fait que l'articulation avec le marché a été insuffisante. Et il est vrai que bien des nouvelles technologies n'ont pas réussi à créer de nouveaux usages. Ce diagnostic a incontestablement l'intérêt de montrer qu'il est nécessaire d'associer, dans une même réflexion, technique et usage » Flichy, Patrice. « Avant-propos », *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales. Vers une nouvelle théorie de l'innovation*, sous la direction de Flichy Patrice. La Découverte, 2003, pp. 9-12.

⁴² Flichy, Patrice, *L'innovation technique – 2e éd.* Paris, La Découverte, 2003, p. 251

⁴³ Rieffel, Rémy, *Révolution numérique, révolution culturelle ?* Barcelone, Editions Gallimard, 2014, p.39

⁴⁴ A. Feenberg, art. cit. vol.8, n°1-2

hommes politiques évoquent la télévision numérique terrestre comme un moteur du développement de l'industrie médiatique et du numérique en général, comme facteur de croissance et de développement économique. Le contexte sociopolitique est marqué par le « tout numérique », la nouvelle incantation des politiques. Le discours sur le rôle des techniques trouve écho au carrefour des sciences sociales. Ceux-là que E. Neveu appelle les « prêtres et prophètes de l'Internet »⁴⁵

Problématique et hypothèses

Force est de constater que « si les discours sur les vertus des Tic sont toujours aussi enthousiastes, les promesses de la révolution de l'information, du multimédia, peinent à se réaliser véritablement dans le secteur des médias en Afrique »⁴⁶. Pour certains experts et acteurs politiques, les enjeux du passage au numérique ne sont pas que techniques. Il s'agit aussi et surtout de bouleversements sociaux, culturels voire sociétaux qui pourraient changer le mode de vie des populations pour les décennies à venir : « ce discours en tant que représentation engendre des imaginaires de vérité qui vont de pair avec le développement technique que connaissent les sociétés »⁴⁷. Nous notons la mise en forme d'un discours innovateur qui accompagne la technique. La recommandation de l'Union Internationale des Télécommunications apparaît comme une injonction, une incitation au changement radical de l'audiovisuel sénégalais qui ne tiendrait pas compte des réalités sociales, économiques et technologiques. À ce propos, M. Akrich, M. Callon et B. Latour précisent que « toute innovation suppose un environnement qui lui est favorable. »⁴⁸

Dans les années 2000, la question de la fracture numérique a été au centre des débats au niveau international. En 2000, lors du 21^{ème} sommet du G8, les chefs d'États avaient adopté la charte d'Okinawa. L'un des points de la charte insiste sur les difficultés à combler

⁴⁵ Neveu, Erik, *Une société de communication*, Montchrestien, Lextenso éditions, 2011, p.44

⁴⁶ Paré, Cyriaque, *Médias et société de l'information en Afrique*, in *Les médias africains à l'heure du numérique*, Annie Lenoble-Bart, Cheneau-Loquay Annie, Paris, L'Harmattan, 2010, p.15

⁴⁷ Charaudeau, Patrick, *Le discours politique les masques du pouvoir*, Limoges, Editions Lambert-Lucas, 2014, p.172

⁴⁸ Akrich, Madeleine, Callon, Michel et Latour, Bruno, « A quoi tient le succès des innovations ? 1 : L'art de l'intéressement; 2 : Le choix des porte-parole. Gérer et Comprendre. » *Les Annales des Mines*, 1988, pp.4-17 & 14-29. fhalshs-00081741f en ligne <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00081741/document> consulté le 4 avril 2019

le fossé international de l'information et du savoir. Le rapport constate que de nombreux pays en développement accordent une importance prioritaire aux technologies de l'information et de la communication. Les acteurs soulignent par ailleurs que « le risque est réel en effet que les pays en développement qui ne parviennent pas à suivre le rythme accéléré de l'innovation dans les technologies de l'information et de la communication ne puissent pas participer pleinement à la société et à l'économie de l'information »⁴⁹. Ainsi, le rapport touche le fond du problème, en soulevant le retard en termes d'infrastructures économiques et sociales de base, telles que l'électricité, les télécommunications et l'éducation. Ces éléments-clés constituent aujourd'hui le défi majeur des pays en développement. Les recommandations issues des rapports sont aveuglément adoptées par les pays du sud, même si elles sont en déphasage avec les réalités du terrain. À ce propos, A. Rallet et F. Rochelandet rappellent que « l'accès aux équipements et aux infrastructures est souvent présenté comme une fin en soi. Or les Tic ne sont pas des instruments. Leur impact sur les performances et le bien-être social dépend de leur utilisation effective. La relation entre Tic et croissance ou développement passe par deux médiations qui ne sont pas spontanément assurées »⁵⁰.

Face à la pression internationale, l'accès aux technologies de l'information et de la communication est l'un des facteurs clés de légitimation des pouvoirs politiques dans les pays en voie de développement. À partir des années 2000, les objectifs de développement sont adossés à la réduction de la fracture numérique. Les multiples efforts internationaux ont conduit à un changement de paradigme. Pour lutter contre la pauvreté, les institutions internationales ne misent plus sur les secteurs primaires et secondaires. L'économie numérique est aujourd'hui présentée comme le garant d'une prospérité durable⁵¹. C'est d'ailleurs pour toutes ces raisons que nous considérons que les pouvoirs publics utilisent l'innovation de l'audiovisuel pour légitimer leurs stratégies de développement basées sur les techniques de l'information et de la communication. Cette affirmation implique des

⁴⁹ Cf. Charte d'Okinawa du G8, les 23 et 24 juillet 2000 [en ligne]
<http://www.g8.utoronto.ca/francais/2000okinawa/charte.html> consulté le 7 avril 2019

⁵⁰ Rallet, Alain et Rochelandet, Fabrice, « La fracture numérique : une faille sans fondement » in, « La fracture numérique », Réseaux n° 127-128 FT R&D/Lavoisier-2004, p.43

⁵¹ Parmi les initiatives, « *Info dev*, un programme d'information pour le développement lancé par la banque mondiale dans les années 90. *Global Digital Divide* initiative du *World Economic Forum*, *Digital Opportunity Task Force*, le *développement Gateway* de la banque mondiale. »

questionnements : La télévision numérique terrestre est-elle un secteur porteur de croissance économique comme annoncé par les acteurs politiques ? Six ans après son lancement, a-t-elle permis au secteur de l'audiovisuel de se développer ?

Comme on peut le constater, notre problématique renvoie à un cadre théorique centré sur les industries culturelles en général, et en particulier les industries audiovisuelles et leur intégration dans les Tic. Ainsi, nous allons convoquer P. Bouquillion, B. Miége, P. Flichy pour affirmer l'hypothèse selon laquelle les discours d'actualité qui ont accompagné l'introduction de la TNT au Sénégal renvoient au déterminisme technique et qu'à travers la TNT, les autorités ont voulu montrer que le Sénégal est résolument entré dans la « société numérique ». Ainsi, en sollicitant les mêmes auteurs, nous démontrerons que la TNT n'a pas dynamisé le secteur de l'audiovisuel comme le laissent croire les acteurs politiques. Pour la dernière hypothèse qui fait référence à la stratégie des acteurs dans les industries culturelles, nous comptons convoquer principalement, B. Miége et P. Bouquillion.

Hypothèse 1 : Nous considérons dans un premier temps que la télévision numérique terrestre repose sur un discours de rupture. Le discours médiaphilique qui l'accompagne est conçu pour montrer que le Sénégal est entré dans « l'ère du numérique ». Le début d'une époque qui fait rupture avec la précédente. Nous allons déconstruire le discours politique basé sur une véritable frénésie technologique. « La culture digitale » qui se présente comme une réponse à tous les problèmes de la société, notamment les questions liées à la croissance économique. La TNT se déclare comme une technique en rupture avec les pratiques télévisuelles qui l'ont précédée. Mais depuis le lancement de la TNT en 2015, aucun changement notable n'a été constaté dans la pratique télévisuelle au Sénégal, ni dans la programmation ni dans la production de contenu. D'ailleurs, le bilan de la TNT fait à ce jour l'objet de nombreuses critiques. C'est pourquoi nous affirmons que les promesses de la TNT sont loin d'être réalisables en l'état actuel.

Hypothèse 2 : Les autorités politiques considèrent que la TNT est gage de pluralisme et de démocratie. Elle doit, si elle aboutit, participer à un essor de la filière audiovisuelle au Sénégal. La TNT, comme le laissent croire les autorités, doit donner un nouveau visage à l'audiovisuel sénégalais. L'arrivée de la TNT devrait amener des changements notables au sein de la filière audiovisuelle. C'est le contraire de ce que l'on peut constater actuellement. Les diffuseurs semblent perdus dans un environnement

technique dont ils ont du mal à saisir les opportunités. Six ans après le basculement, les télévisions n'offrent aucun changement dans la programmation, ni sur la qualité des contenus. Le marché des fabricants, des distributeurs de matériels et des producteurs de contenus sont dans une situation de grande incertitude.

Hypothèse 3 : Les stratégies déployées par les différents acteurs⁵² sont à la mesure des enjeux politiques et économiques du basculement. Le contrat de concession permet à *Excaf* d'avoir l'exclusivité pour une durée de 5 ans renouvelable une fois, à l'exclusion de tout autre opérateur de bouquet payant sur la télévision numérique terrestre. Nous allons voir dans cette hypothèse que pour se protéger contre ses concurrents, le groupe *Excaf télécom* fait souvent appel à un discours identitaire et idéologique qui a comme fondement la *dramatisation* et la *disqualification de l'adversaire*. *StarTimes* pour sa part utilise « le discours de la solidarité »⁵³ qui fait partie des imaginaires de vérité du politique. Ce genre de discours est justifié par un engagement dans le sport. C'est une manière d'accepter de perdre dans un domaine pour gagner dans un autre domaine. *Canalplus* est dans la même dynamique, il compte s'appuyer sur les partenariats locaux.

Méthodologie

Notre étude se réalise dans un contexte d'« innovation » qui est marqué par une forte présence de discours politiques. La maîtrise du contexte et l'environnement de production des discours permettent de saisir le sens, de découvrir les présupposés sous le langage. Comme l'ont souligné d'ailleurs J. Gerstle et C. Piar, « ce n'est pas le contenu du message ni la structure d'un système de communication qui sont ici en cause, mais bien la forme de la relation sociale qui s'établit à l'occasion de la communication »⁵⁴

⁵² « Le terme d'Acteurs (ou usagers des médias) désigne les différentes catégories d'acteurs utilisant les médias, présentant un marché à double face : d'un côté les publics, et de l'autre les promoteurs d'informations visant à être médiatisés, annonceurs comme acteurs médiatisés. » Lafon Benoit, « Médias sociaux : l'extension du domaine médiatique par l'industrialisation du relationnel », Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°18/3A, 2017, p.53 à 64, consulté le 17 décembre 2020, [en ligne] URL : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2017/supplement-a/04-medias-sociaux-lextension-du-domaine-mediatique-par-lindustrialisation-du-relationnel/>

⁵³ P. Charaudeau, op.cit. p.183

⁵⁴ Gerstle, Jacques et Piar, Christophe, *La communication politique*, Paris, Armand Colin, 2016, p.20

L'objet de ce travail consiste à étudier les discours officiels qui ont été produits lors de l'arrivée de la Télévision Numérique Terrestre au Sénégal. Il s'agit de circonscrire les identités des différents discours pour saisir les dits et les non-dits. P. Charaudeau rappelle en ce sens que « toute parole prononcée dans le champ politique doit être prise à la fois pour ce qu'elle dit et pour ce qu'elle ne dit pas. Elle ne doit jamais être prise au pied de la lettre, dans une naïve transparence, mais comme résultat d'une stratégie dont l'énonciateur n'est pas toujours le maître. »⁵⁵ Ainsi, il convient d'abord de définir la catégorie d'analyse qui est utile pour notre étude.

L'analyse critique du discours

Le discours est au cœur de la politique. Le discours comme « unité de langage » est un outil de positionnement et de représentation. Il est souvent porteur d'idéologie, d'où l'intérêt de l'analyser. C'est ce qui amène A. Dorna et P. Georget à affirmer qu' « un discours politique n'est pas un discours comme les autres. La raison en est simple : l'enjeu essentiel du discours politique est la recherche de l'approbation sous la forme d'une propagande de masses light. Le but est de créer les conditions pour installer une idéologie (représentation collective) concernant le changement ou le maintien d'une réalité humaine à un moment donné, ou d'une certaine forme de pouvoir et d'organisation de la cité.»⁵⁶ Ainsi, la volonté de démasquer les discours a favorisé l'émergence d'un courant critique de l'analyse du discours. En tant que spécialiste en analyse du discours, domaine dans lequel il a publié plusieurs ouvrages, D. Maingueneau renseigne que « pour qu'on puisse parler de « critique », il faut une volonté de dévoilement d'intérêts que le discours, par nature, chercherait à dissimuler. »⁵⁷ Les travaux de ce courant de recherche considèrent que les discours ne sont pas neutres, seule une analyse profonde peut permettre de révéler les non-dits. D. Maingueneau affirme en ce sens que « l'analyse critique du discours contemporaine,

⁵⁵ Charaudeau, Patrick, *Le discours politique les masques du pouvoir*, Limoges, Editions Lambert-Lucas, 2014, p.5

⁵⁶ Dorna, Alexandre et Georget, Patrice. « Quand le contexte surdétermine le discours politique », *Le Journal des psychologues*, vol. 247, no. 4, 2007, pp. 23-28.

⁵⁷ Maingueneau, Dominique, *Discours et analyse du discours*, Armand Colin, Paris, 2014, p.49

elle se porte sur des dysfonctionnements sociaux, le plus souvent exprimés en termes de “pouvoir” ou d’ “inégalité sociale” »⁵⁸

- La pragmatique

Notre étude s’inscrit dans un cadre pragmatique. Les discours d’accompagnement prononcés dans le cadre de la mise en place de la télévision numérique terrestre feront l’objet d’une analyse contextuelle. La dimension pragmatique analyse les énoncés des discours sous l’angle de la prise en compte des locuteurs et de l’analyse du contexte. Ainsi que le souligne J.P Metzger « la pragmatique a ainsi deux objectifs : définir les actes de discours ; autrement dit caractériser le contexte et identifier la proposition formulée par un énoncé déterminé. En ce qui concerne les actes de discours, le problème est d’identifier les conditions nécessaires à leur accomplissement. »⁵⁹ Les discours officiels produits dans le contexte d’ « innovation » ont pour objectif la crédibilisation des actions politiques. Les discours de positionnement sont produits dans un contexte de rude concurrence pour le contrôle du marché de la télévision numérique. « Le but de la pragmatique serait d’analyser les relations entre énoncé et énonciation, entre phrase et contexte d’émission. Par ailleurs, le contexte englobe les individus présents lors de la production du discours et leur environnement physique et social. »⁶⁰ Pour aborder la question des stratégies d’acteurs, nous comptons analyser les discours et les actions des différentes entreprises audiovisuelles en concurrence. À ce propos V. Bullich et L. Schmitt soulignent que « les stratégies d’acteurs ne sont donc pas un donné ni même un objet directement appréhensible mais un construit à partir d’une multitude de médiation : elles sont saisies par le truchement d’études portant sur les rapports d’activité, bilans financiers et autres documents comptables, sur les paroles récoltées auprès des professionnels quant à leurs pratiques ou sur le discours médiatisés accompagnant la mise en œuvre des décisions économiques »⁶¹ Cependant, mobiliser des

⁵⁸ Ibid.p.50

⁵⁹ Metzger, Jean –Paul, *le discours, un concept pour les sciences de l’information et de la communication*, ISTE Editions Ltd, 2019, p.60

⁶⁰ Ibid., p.60

⁶¹ Bullich, Vincent, Schmitt, Laurie, « socio-économie des médias : analyser les stratégies de production-valorisation », sous la direction de Benoit Lafon, *Médias et médiatisation, Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numérique*, PUG, Grenoble, 2019, pp.19-46

ressources nécessaires pour aborder un tel sujet n'est jamais évident surtout dans le contexte sénégalais.

Les difficultés à constituer un corpus de discours dans le contexte sénégalais

La question des ressources ne se pose généralement pas quand on veut travailler sur les médias en Europe, en France en particulier. Il existe des bases de données comme Factiva et Europresse. « Ces deux bases, bien qu'initialement non destinées à la recherche universitaire, présentent certains avantages, dont leur actualisation continue, leur relative exhaustivité, leurs options de recherche avancées et la facilité de manipulation et d'export des articles, accrue par les efforts de certains programmeurs de logiciels. »⁶² De plus, pour ce qui concerne l'audiovisuel, l'Institut National de l'Audiovisuel (INA) donne accès à une importante base de données audiovisuelles. C'est tout le contraire dans le contexte sénégalais, travailler sur les discours est une gageure, avant de se lancer dans une telle aventure, le chercheur doit s'assurer de la disponibilité des ressources, c'est encore beaucoup plus difficile si la recherche porte sur un sujet qui date. Il n'existe aucune base de données de presse. De plus les médias ne disposent pas d'un système d'archivage numérique ce qui rend difficile le travail du chercheur qui souhaite exploiter les données des médias imprimés ou audiovisuels. Cependant pour constituer un corpus, il faut impérativement faire une veille technologique pour recueillir les informations publiées sur les sites internet concernant le sujet. Cette méthode présente des limites car toutes les informations dont on a besoin ne sont pas sur internet. Il faudra compter sur des personnes ou institutions prêtes à vous fournir des ressources complémentaires. Pour le cas de notre recherche, nos ressources viennent principalement des sites internet (journaux, institutions publiques et privées), des personnes ressources (rapports, documents confidentiels) et des bibliothèques universitaires.

⁶² Marty, Emmanuel, « contenus et discours des médias : concepts, méthodes, outils », sous la direction de Benoit Lafon, *Médias et médiatisation, Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numérique*, PUG, Grenoble, 2019, pp.79-103

La constitution du corpus

Les corpus seront essentiellement composés de discours officiels, de communiqués de presse, documents produits durant tout le processus qui a conduit à la mise en place de la Télévision Numérique Terrestre. Les travaux de G. Cislaru et F. Stiri révèlent que « l'analyse de discours favorise *grosso modo* deux démarches de constitution de corpus. L'une, qu'on pourrait appeler « cadrative », part d'un cadre institutionnel et énonciatif et définit le corpus comme partie prenante de ce cadre. L'autre, qu'on appellerait « contextualisante », part de la matérialité linguistique et cherche à la situer par rapport à un genre ou par rapport à un cadre institutionnel et énonciatif. Cette démarche de contextualisation constitue un élément du processus d'interprétation des formes »⁶³. Le contexte d'innovation choisi comme cadre pour cette étude nous amène dans un premier temps à choisir un corpus composé d'éléments hétérogènes. Mais les textes qui le constituent possèdent un certain nombre de caractéristiques communes. Selon E. Marty, « l'homogénéité, enfin, consiste à définir ce qui fait tenir ensemble des discours a priori disparates, notamment un genre discursif identique, des conditions similaires de production et/ou une thématique commune (matérialisée par exemple par des mots-clés de recherche). »⁶⁴

La constitution d'un corpus portant sur la télévision numérique terrestre ne pouvait se faire que sur la base des discours produits dans un contexte déterminé. C'est-à-dire la période qui a précédé le lancement de la télévision numérique y compris les discours prononcés pendant et après l'inauguration de la TNT. Certes, plusieurs discours ont été produits durant cette période, mais il était question pour nous de faire un choix qui répond mieux aux objectifs de notre recherche. Pour cela, nous avons élaboré trois corpus différents en fonction des hypothèses. L'exploration de corpus peut apparaître comme la poursuite d'une hypothèse. Dans ce contexte, comme le soulignent C. Poudat et F. Landragin « l'approche est dans ce cas plus déductive et le corpus n'est plus comme précédemment

⁶³ Cislaru, Georgeta et Stiri, Frédérique, « Texte et discours. Corpus, cotexte et analyse automatique du point de vue de l'analyse de discours », *Corpus*, 8 | 2009, 85-104. [En ligne] <https://journals.openedition.org/corpus/1678> consulté le 25 octobre 2019

⁶⁴ Marty, Emmanuel, « contenus et discours des médias : concepts, méthodes, outils », sous la direction de Benoit Lafon, *Médias et médiatisation, Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numérique*, PUG, Grenoble, 2019, pp.79-103

l'objet premier à décrire : il a d'abord une fonction, celle de prendre le relais de l'intuition du locuteur pour décrire un fait linguistique au plus près de l'usage. » Dans ce cas de figure l'analyse se fera sur la base d'une « catégorisation » ou de « structuration »⁶⁵

Corpus des discours présentant la TNT comme facteur de croissance économique

1^{ère} exigence : nous avons décidé de ne choisir que les discours prononcés par les hommes politiques. Ils peuvent être membres du gouvernement, experts ou personnalités publiques appartenant à une institution ou une structure politique.

2^e exigence : nous avons décidé de ne prendre en compte que les paroles directement citées des hommes politiques. Cette exigence nous oblige à faire un choix dans les discours politiques rapportés par les journalistes. Il n'a fallu garder que les interviews ou entretiens des acteurs politiques, le genre journalistique qui reproduit le plus « fidèlement » possible les propos des politiques dans les médias.

Les avantages : ce choix de corpus nous permet d'analyser avec beaucoup plus de précision les discours politiques qui ont accompagné l'introduction de la télévision numérique au Sénégal. Ce choix nous permet d'avoir un corpus pertinent et qualitatif. Ainsi, après avoir procédé à un dépouillement des archives, nous avons pu construire un corpus composé de 15 discours. Il a l'avantage de nous permettre de bien connaître les textes afin de pouvoir faire constamment des allers et retours entre le corpus et les textes durant l'analyse. Le corpus de discours officiels sera réparti en trois catégories : le discours des autorités politiques, le discours des membres du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) et le discours des experts. La catégorisation nous permet de souligner les différences, les ressemblances et les spécificités entre les discours.

Les limites : le fait de procéder à un choix sélectif (qui est primordial dans le cas de notre recherche) nous incite à construire un corpus modeste. Même si à ce propos C. Poudat et F.

⁶⁵ Poudat, Céline et Landragin, Frédéric. *Explorer un corpus textuel. Méthodes - pratiques - outils*, De Boeck Supérieur, 2017, p.144

Landragin considèrent que « la taille n'est pas un indicateur fiable de la quantité d'information contenue »⁶⁶

Corpus des stratégies d'acteurs

Ce corpus de 21 textes est composé de communiqués et d'articles de presse. Ce sont des articles publiés dans la presse et dans les sites internet, qui renseignent sur les stratégies mises en place par les opérateurs de télévision en concurrence au Sénégal, à l'occurrence *Excaf télécom*, *StarTimes* et *Canalplus*. Nous avons composé un corpus de 21 articles de presse qui révèlent les actions des groupes et leurs stratégies pour dominer le marché télévisuel. L'analyse de ce corpus nous permet de voir les discours d'affrontement et d'évitement. On verra d'une part, comment *Excaf* utilise le discours patriotique et idéologique pour conforter sa légitimité sur le marché de la TNT et d'autre part nous verrons les méthodes de *StarTimes* et de *Canalplus* qui utilisent le sport, la culture et le social pour annihiler les stratégies d'*Excaf télécom*.

Corpus des arguments présentant la TNT comme un échec

Nous avons sélectionné tous les articles qui ont un lien avec notre thématique, et qui sont publiés dans les journaux et les sites d'information. L'objectif est de ressortir les différents arguments qui ont été avancés et qui font allusion à l'échec de la TNT. Ce corpus nous permettra d'évoquer les différents aspects qui montrent que la mise en place de la TNT est un échec. Pour aborder cette partie, nous avons recensé 53 articles publiés dans trois types de presse : presse publique, presse privée et les sites d'information.

Presse publique : le quotidien national *Le soleil* et l'Agence de Presse Sénégalaise (APS).
Presse privée : *l'observateur*, *le quotidien*, *Walf quotidien*, *Sud quotidien*, *Enquête*, *le populaire*. Sites d'information : *Seneweb*, *Leral*, *Social net link*, *Cio*, *Dakaractu*. L'analyse

⁶⁶ Ibid., p.11

des articles de presse et le témoignage des acteurs clés de la TNT, nous permettront de voir comment l'échec de la télévision numérique est abordé dans les médias ?

Compte tenu des thèmes développés, nous avons considéré que ces écrits pouvaient, au-delà de leur diversité, être réunis sous une même étiquette générique. Même si ces discours ont été prononcés par des personnalités différentes, dans des lieux différents, notons que ces discours interviennent dans un même contexte, celui de la « stratégie Sénégal numérique 2025 ». C'est une période où l'État du Sénégal s'engage à introduire le numérique dans tous les secteurs d'activités comme levier économique, notamment dans le secteur de l'audiovisuel. C'est donc cette appartenance qui les constitue en corpus. Ainsi, dans un cadre plus général, il a fallu d'abord montrer que la TNT s'inscrit dans la politique du gouvernement, qui est dans un processus de « numérisation de la société »⁶⁷. Il est primordial d'appréhender le contexte pour comprendre les motivations des autorités politiques. C'est pourquoi nous avons jugé nécessaire d'analyser le document stratégique du gouvernement « Sénégal numérique 2025 ».

Les 19 entretiens semi-directifs que nous allons mener sur le terrain auprès des autorités politiques, des experts, des diffuseurs, des producteurs, des universitaires et des journalistes pourraient nous permettre de valider nos hypothèses de départ.

Au-delà de l'analyse de discours, nous avons eu recours à l'observation non participante. Cette méthode semble pertinente pour confronter les discours politiques à la réalité du terrain. En effet, nous avons analysé les supports et les modes de diffusion numérique de 3 chaînes de télévisions historiques (*TFM*, *2STV*, *SENTV*). Pour comparer la programmation d'avant et d'après TNT. Nous avons également procédé à l'analyse des grilles de programme de 5 chaînes de télévision (*TFM*, *2STV*, *SENTV*, *RTS*, *WALFTV*). L'observation nous a aussi servi de baromètre pour mesurer l'évolution du paysage audiovisuel sénégalais durant tout le processus de basculement de l'analogique vers le numérique. Pour l'exploitation des discours, nous avons mobilisé un outil d'analyse statistique.

⁶⁷ B. Miège explique les enjeux de la numérisation en cours de la société : « Si dans leurs développements, les industries numériques ne se fixaient *a priori* de limites spéciales et envisageaient des stratégies à visée globale, il est certain que les avancées observées précédemment concernent avant tout l'Amérique du Nord et l'Union européenne. Cependant, les pays émergents - dont les BRICS et d'autres également en Asie, en Amérique latine et en Afrique - sont de plus en plus impliqués par l'essor des industries numériques. Quant à la Chine, il convient de la traiter à part, car elle devient un concurrent direct pour les *big five*, et progressivement en dehors de son espace propre. » Bernard Miège .op.cit. p.120

Les outils d'analyse statistiques

Après avoir constitué notre corpus d'analyse, il convient de choisir un outil de statistique textuelle. Nous allons utiliser le logiciel libre Iramuteq⁶⁸. C'est un outil qui présente « un grand nombre de fonctionnalités complémentaires sur une même interface. »⁶⁹ Dans le cadre de ce travail, nous mobiliserons un certain nombre de types d'analyse que nous allons présenter brièvement :

La Classification Hiérarchique Descendante : « cette classification repose sur un découpage des textes en segments de plus ou moins 40 occurrences, puis sur la construction d'un tableau lexical à double entrée croisant ces segments avec l'absence ou la présence des formes pleines qui les composent, préalablement lemmatisées. C'est sur la base de ce tableau binaire que la classification proprement dite est réalisée, les classes lexicales étant alors issues du regroupement des formes significativement cooccurrentes à l'intérieur de la matrice formée par les segments. Il s'agit donc de regrouper des traces lexicales, caractérisées par une cooccurrence multiple. »⁷⁰

Le Calcul des spécificités lexicales « mesurant la sur ou sous-représentation des formes lexicales dans les parties, identification de suites fréquentes de mots correspondants à des syntagmes où expressions récurrents (segments répétés) »⁷¹

L'Analyse Factorielle des Correspondances « permettant de représenter graphiquement sur un plan orthonormé les relations de proximité ou de distance entre formes ou entre parties, »⁷² L'AFC rend possible la visualisation de données difficilement

⁶⁸ « Iramuteq est une Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires, son fonctionnement consiste à préparer les données et écrire des scripts qui sont ensuite analysés dans le logiciel statistique R. Les résultats sont finalement affichés par l'interface. » (Loubère, Ratinaud URL : http://iramuteq.org/documentation/fichiers/documentation_19_02_2014.pdf)

⁶⁹ E. Marty. Op.cit., p.95

⁷⁰ Marty, Emmanuel, « Les élections municipales au miroir de la presse quotidienne régionale. Des cadres médiatiques aux thématiques politiques », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 108 | 2015, mis en ligne le 06 octobre 2017, consulté le 16 novembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/mots/21991> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/mots.21991>

⁷¹ E. Marty. Op.cit.p.95

⁷² Ibid.

saisissables. La représentation graphique permet d'observer les oppositions les plus structurantes du corpus par rapport à des variables déterminées⁷³

À la suite des analyses, nous procéderons à l'interprétation des résultats. À ce propos E. Marty souligne que « ce premier travail d'interprétation doit se nourrir d'allers-retours permanents entre les annotations ou réorganisations formelles du discours issus de l'analyse et la linéarité du texte, opération facilitée dans la plupart des logiciels par les concordanciers et autres outils de retour aux séquences textuelles. »⁷⁴

Annonce du plan

Notre recherche est répartie en trois parties, chaque partie comporte trois chapitres. La première partie retrace l'historique de la télévision sénégalaise, à ses débuts dans les années 1960 jusqu'à l'arrivée de la télévision numérique. Nous verrons dans cette partie que trois grandes idéologies ont structuré le discours politique sur la télévision depuis sa création jusqu'à aujourd'hui. Dans les années 1960, la télévision était considérée dans un premier temps comme un outil technique au service de l'éducation et du développement. Elle est devenue par la suite un instrument de propagande (chapitre 1). Dans les années (1990-2000), le discours politique était centré sur le rôle de la télévision dans le processus démocratique (chapitre 2), et enfin en 2015 avec l'arrivée de la TNT, elle est considérée comme un instrument capable de créer de la richesse (chapitre 3).

Dans la deuxième partie, nous aborderons la filière audiovisuelle dans le contexte de la télévision numérique. Nous aurons l'occasion dans cette partie de confronter les promesses de la TNT avec la réalité du terrain. D'abord nous allons questionner les discours d'accompagnement de l'« innovation » dans le cadre de l'avènement de la TNT (chapitre 4). Ensuite nous verrons si l'arrivée de la TNT a favorisé ou non la dynamisation des programmes télévisés et la production audiovisuelle (Chapitre 5). Enfin nous montrerons les contraintes liées au financement de l'audiovisuel sénégalais (Chapitre 6).

⁷³ « L'intérêt principal de l'AFC réside dans sa capacité à extraire à partir de vastes tableaux de données difficilement appréhendables des structures simples qui rendent compte approximativement des grandes oppositions sous-jacentes dans un corpus de textes. » A. Salem « tutoriels pour l'analyse textométrique » URL : <http://lexicomtrica.univ-paris3.fr/numspeciaux/special8/tutoriel1.pdf>

⁷⁴ Emmanuel Marty, op.cit.p.98

La troisième et dernière partie sera consacrée aux enjeux de lutte économique. Compte tenu de l'importance du marché et des financements, les grands groupes ont déployé des stratégies pour contourner les freins nationaux et renforcer leur position (chapitre 7). Ainsi, il a été question de lois et de réglementations durant tout le processus de transition, surtout avec les différents conflits qui ont opposé les différents opérateurs en concurrence sur le marché de la télévision payante. D'où la pertinence d'évoquer les limites du cadre juridique et les réformes dans le contexte de la TNT (chapitre 8). Ainsi, le dernier chapitre sera consacré aux aspects structurels de la TNT liés à la commercialisation des décodeurs et les blocages de l'arrêt de la diffusion analogique (chapitre 9).

Partie 1 : La télévision, argument politique de la « modernité » (depuis les années 1960)

Introduction à la première partie

Jusqu' en 1962, avant l'arrivée de la télévision, la radio a été le média le plus populaire en Afrique⁷⁵. La télévision qui n'était pas pourtant une priorité au début des indépendances a malgré tout séduit les autorités politiques. Celles-ci ont trouvé en cette nouvelle technologie un moyen d'éducation et de sensibilisation des populations africaines. Elle s'est présentée comme signe de modernité. L'arrivée de la télévision a été aussi un moyen pour les pays africains nouvellement indépendants de construire une identité nationale. Au Sénégal, la télévision sera plus tard une arme politique au service des autorités. D'abord, comme argument politique de la modernité, de démocratie par la suite dans les années 2000. À partir des années 2010, la télévision ne sera plus seulement considérée comme un instrument de modernisation et démocratisation, le numérique comme troisième argument s'invite dans les débats politiques. Avec le numérique, la télévision sera désormais considérée comme une industrie pourvoyeuse de richesse et d'emplois. À chaque époque, l'argument politique a changé en fonction des réalités du moment. Au cours des années, les discours d'accompagnement ont servi à consolider les pouvoirs politiques.

Dans cette partie, nous allons largement revenir sur la télévision qui était considérée comme un projet géopolitique à ses débuts dans les années (1960-1990) (chapitre 1). Dans le même sillage, nous évoquerons la deuxième « modernisation » (années 2000) qui est axée sur la télévision en tant qu'institut démocratique (chapitre 2). Enfin dans le (chapitre 3), nous allons aborder l'arrivée de la TNT que nous considérons comme la troisième modernisation de la télévision (années 2010-2015)

⁷⁵ « A cause de l'analphabétisme, la presse écrite demeure encore un médium élitiste en Afrique. Et, la télévision, malgré les progrès enregistrés ces dernières années, reste encore confinée en zone urbaine. La radio continue quant à elle de s'imposer comme le véritable moyen de communication de masse.» Moustapha Samb, *Médias, langues nationales et organes de régulation en Afrique de l'Ouest. L'exemple pilote des médias sénégalais*, Dakar, Edition Le Nègre International, 2012, p.11

Chapitre 1 - La télévision, un projet géopolitique : l'indépendance par la technique médiatique (1960-1990)

Ce chapitre est consacré aux origines de la télévision au Sénégal. La naissance de la télévision dans les années 1960 coïncide avec les années postindépendances. La télévision était considérée comme un outil de modernité qui devait accélérer le développement grâce aux programmes éducatifs. Les résultats de la télévision éducative ont été par la suite décevants. Ainsi, la télévision qui était au début un outil d'éducation et de développement est devenue un instrument de propagande au service des pouvoirs politiques. La télévision sera pour ces derniers un moyen stratégique pour conforter leur autonomie politique vis-à-vis de l'ancienne puissance coloniale mais aussi à l'égard des pays voisins.

Dans un premier temps, nous verrons que la télévision avait une vocation éducative dans les années 1960. Elle avait pour mission de participer à long terme au processus de développement. Par la suite, nous montrerons que les populations n'avaient pas vraiment accès à cette télévision. Elle était élitiste et servait les intérêts des acteurs politiques. Enfin, nous évoquerons la fin de l'hégémonie de la télévision publique au profit des télévisions satellitaires apparues dans les années 1990. Cette percée a été diversement appréciée : une avancée démocratique pour certains auteurs, un impérialisme culturel pour les autres.

Section 1 - La télévision, une nouvelle technologie au service du développement

La télévision est apparue en Afrique dans les années 1960 au lendemain des indépendances. Elle est arrivée dans un contexte où tout est à bâtir. Les Présidents nouvellement élus avaient au moins deux défis majeurs : la construction d'une identité nationale et le développement économique.⁷⁶ Force est de constater qu'au moment de l'arrivée de la télévision, la radio⁷⁷ était déjà présente sur le continent depuis déjà plusieurs années. M. Samb dira que « ce médium est très égalitaire et il épouse fortement l'essence orale des civilisations africaines »⁷⁸. D'autant plus que la radio était accessible dans les localités les plus reculées, les autorités n'avaient pas trop senti le besoin d'amener la télévision en Afrique. T. Dioh estime que la télévision s'est implantée en Afrique pour des raisons politiques et géostratégiques : « si les États africains se lancent malgré tout dans l'aventure, au prix d'énormes sacrifices financiers, c'est parce que la télévision est, tour à tour et en même temps, canal éducatif, signe de modernité, symbole d'émancipation culturelle et, surtout, gage de puissance géostratégique. »⁷⁹ Pour toutes ces raisons, l'acquisition d'une chaîne de télévision devint une priorité pour les dirigeants africains. Dans la partie Afrique francophone, c'est le Congo Brazzaville qui a mené les premières démarches pour l'obtention d'une chaîne de télévision nationale. Le Président Fulbert

⁷⁶ « Lorsque la télévision démarrait en Afrique au Sud du Sahara, il y a près de cinquante ans, le continent accède à peine à l'indépendance, son développement économique est faible, la presse écrite y est diffusée depuis plusieurs siècles et la radio est reine. » Dioh, Tidiane, *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone, des origines à nos jours*, Paris, Karthala, 2009,

⁷⁷ « Au Sénégal, le processus d'installation d'une radio a débuté avant les indépendances. La pointe la plus occidentale du continent, Dakar, par ailleurs capitale de l'Afrique occidentale française(AOF), a vu émettre sa première radiodiffusion en 1939. A la veille des indépendances, le Sénégal et le Soudan occidental actuel Mali se sont retrouvés pour créer la Fédération du Mali. Radio Dakar devient alors Radio Mali du nom de cette entité fédératrice qui unit les deux pays voisins à forte convergence culturelle. En août 1960, la fédération vole en éclats et Radio Mali devient radio Sénégal. Celle-ci exploite deux chaînes : la Chaîne internationale et la Chaîne nationale. » rts.sn URL : <http://www.rts.sn/historique-de-la-radio-senegalaise/#>:

⁷⁸ Samb, Moustapha, *Médias, langues nationales et organes de régulation en Afrique de l'Ouest. L'exemple pilote des médias sénégalais*, Dakar, Edition Le Nègre International, 2012, p.11

⁷⁹ Dioh, Tidiane, « la télévision en Afrique subsaharienne, une histoire contrastée », publié dans la revue des médias ina 30 aout 2019, en ligne <https://larevuedesmedias.ina.fr/la-television-en-afrique-subsa-harienne-une-histoire-contrastee> consulté le 29 octobre 2019

Youlou introduit une demande technique auprès de la France. « En octobre 1962, au terme d'une séance de travail tenue au siège de l'Ocora, à Paris, Apollinaire Bazinga, ministre Congolais de l'information, et Robert Pontillon, directeur général de l'Ocora, prirent la décision de réaliser, à l'occasion de la commémoration de la fête nationale du Congo, trois journées d'émissions expérimentales, les 27, 28 et 29 novembre 1962, à Brazzaville. »⁸⁰ Ainsi, le 27 novembre 1962 le Président de la République inaugure⁸¹ la première télévision de l'Afrique occidentale francophone. Après une première expérience réussie, les autres pays ont accéléré les démarches pour avoir eux aussi leurs chaînes de télévision. Surtout pour éviter d'être devancés par les voisins, c'est le cas du Congo Zaïre qui ne pouvait pas accepter que ses populations captent les programmes du Congo Brazzaville. C'est d'ailleurs ce qui a poussé le Président Mobutu à vouloir acquérir sa télévision à tout prix. « Devant la présence croissante à Kinshasa de téléviseurs recevant les émissions de Brazzaville, le projet fut repris par Mobutu et le 23 novembre 1966 commencèrent les émissions à Kinshasa avec la collaboration de 11 techniciens français de l'Ocora) »⁸²

Dans la partie francophone, la télévision publique a adopté, dès ses origines, le modèle juridique et administratif de l'Office de Radiodiffusion Télévision Française qui a été créé le 27 juin 1964 par la loi n° 64-621 qui lui donne pour mission de satisfaire les besoins d'information, de culture, d'éducation et de distraction du public. Aussi, l'aide financière et technique de la France a permis aux pays Africains de mettre sur pied leurs propres télévisions⁸³. Dans son ouvrage *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone des origines à nos jours*, T. Dioh affirme que « nul ne peut comprendre

⁸⁰ Dioh, Tidiane, *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone, des origines à nos jours*, Paris, Karthala, 2009, p.93

⁸¹ Tidiane Dioh raconte qu'au moment de l'inauguration de la télévision « un peu partout dans la ville, 16 postes de télévisions sont disposés, notamment dans des endroits publics pour permettre à la population de suivre les émissions tandis que 34 autres sont remis à des personnalités politiques et religieuses de premier plan. Le premier jour de diffusion, le 27 novembre, à 20 heures, des milliers de téléspectateurs agglutinés devant ces postes publics écoutant l'Abbé Fulbert Youlou, chef d'État comblé, qui s'adresse en direct à ses compatriotes » T. Dioh, op.cit. p. 94

⁸² Tudesq, André-Jean, *L'Afrique noire et ses télévisions*, Paris, Antropos-Economica, 1992, p.48

⁸³ « Dans la partie francophone, la télévision publique est calquée, dès les origines, sur le modèle juridique et administratif de l'Office de Radiodiffusion Télévision Française (ORTF), reflet essentiel de l'organisation politique centralisée de la cinquième république française. Aussi, l'aide financière et technique de Paris est partout indispensable pour mettre sur pied les télévisions. » T. Dioh, op.cit. « La télévision en Afrique subsaharienne, une histoire contrasté », publié dans la revue des médias ina 30 aout 2019,

l'histoire de la télévision en Afrique sans remonter à celle de la Radiodiffusion en France. Parce que la télévision en Afrique noire francophone est née de la coopération radiophonique avec la métropole. »⁸⁴

Dans ce contexte, le secrétaire d'État français aux Affaires étrangères Pierre Billecocq affirmait que la télévision est un puissant facteur de développement pour les pays africains. Ce qui a motivé la France à soutenir et encourager l'installation de chaînes de télévision en Afrique francophone. Il déclare devant l'Assemblée Nationale, le 16 novembre 1972 que :

« La subvention versée par le secrétariat d'État à l'ORTF s'est accrue de 14,3 millions en 1971 à 15,2 millions en 1972 et l'accrois encore cette année. Dans le même temps, l'ORTF augmentait ses propres dépenses de coopération de 10 à 13 millions. Pour faire entendre la France, il faut augmenter notre puissance d'émission. (...) Quant à la télévision, il est évident qu'elle constitue un puissant facteur de développement La Côte d'Ivoire et le Gabon sont maintenant à peu près couverts en totalité, l'équipement doit être continué pour le Congo Brazzaville, le Zaïre, Madagascar, très prochainement le Sénégal et le Niger qui pourront utiliser en 1973 les installations faites pour la télévision scolaire. La Haute Volta, le Togo et le Dahomey bénéficient également d'un réseau. »⁸⁵

Cependant, M.T Eone réfute l'idée de coopération, il estime que c'est une initiative improvisée dans laquelle les africains eux même sont exclus : « cette télévisions africaine qui doit tout à l'étranger se révèle alors l'instrument de perpétuation d'une entreprise de colonisation commencée quelques décennies plus tôt, sous sa forme militaire. Et à la défaite militaire essuyée par l'Afrique avant les indépendances s'ajoute aujourd'hui la défaite culturelle d'après-indépendances, par la faute d'une télévision pas trop extravertie. »⁸⁶ Avant la fin des années 1980, la télévision s'était quasiment implantée dans tous les pays. Mais côté technique et maintenance, les télévisions africaines continuaient à dépendre de la France. « La dépendance à l'égard de Paris n'empêche pas certains, de tenter, un temps, pour des raisons multiples, de s'affranchir de l'assistance technique de la France. Pas pour longtemps. Difficile en effet de s'affranchir d'un modèle, s'inspirant largement des

⁸⁴ T. Dioh, op.cit., p.29

⁸⁵ T. Dioh, op.cit., p.31

⁸⁶ Eone, M. Tjade, « la presse audiovisuelle : son importance et son impact dans l'Afrique d'aujourd'hui », Edition présence africaine, 1987/2 N° 142 | pages 50 à 59 [en ligne] https://www-cairn-info.sidnomade-1.grenet.fr/resultats_recherche.php?searchTerm=Afrique+t%C3%A9l%C3%A9vision&searchTermStored=all

structures administratives de l'audiovisuel public français. La marque de fabrique de la télévision en Afrique noire francophone au Sud du Sahara reste une centralisation administrative excessive. »⁸⁷

Les débuts de la télévision au Sénégal

Les dirigeants sénégalais avaient adressé une demande à l'Office Français de Coopération Radiophonique dès 1962 pour l'installation d'une chaîne de télévision à Dakar. La demande a été acceptée. Il ne restait que la mise en place des équipements. Cependant, le projet a été stoppé par un événement inattendu. A. Ba rappelle les circonstances qui ont conduit à l'échec du projet : « si les délais prévus avaient été respectés, l'émetteur de Dakar (Sénégal) aurait dû commencer sa diffusion le 24 décembre 1962. Mais les événements survenus à cette époque avaient retardé ce démarrage. »⁸⁸ Le climat politique et social n'était pas favorable à l'époque. Le Sénégal était plongé dans une crise qui avait éclaté entre le chef de l'État Léopold Sédar Senghor et le Président du conseil Mamadou Dia.⁸⁹ Après la mise à l'écart du Président du conseil, Léopold Sédar Senghor est devenu le seul maître à bord, malgré tout, il était réticent à l'idée de lancer la télévision⁹⁰.

Puisque l'implantation d'une télévision nationale n'était plus à l'ordre du jour, les dirigeants sénégalais étaient par contre favorables à l'installation d'une télévision éducative. Elle avait pour mission l'éducation populaire et l'alphabétisation. T. Dioh revient sur les circonstances de l'implantation de la télévision éducative au Sénégal : « À défaut de lancer une télévision nationale, le Sénégal se contente dans un premier temps d'une chaîne éducative,

⁸⁷ T. Dioh, *Op.cit.*, p. 226

⁸⁸ Ba, Abdoul, *Télévisions paraboles et démocraties en Afrique noire*, Paris, L'Harmattan, 1996, p.17

⁸⁹ « Le lundi 17 décembre 1962, Mamadou Dia fait évacuer l'Assemblée et déploie un cordon de gendarmerie autour du bâtiment. Quatre députés sont arrêtés. Mais la motion est tout de même votée dans l'après-midi du 17 au domicile du président de l'Assemblée, maître Lamine Guèye. Le 18, Mamadou Dia et ses compagnons sont arrêtés par un détachement de paras-commandos. Mis en accusation, il est jugé du 9 au 13 mai 1963 par la Haute Cour. Il est défendu par plusieurs avocats, dont l'ancien président sénégalais, Abdoulaye Wade. Il est condamné à la déportation perpétuelle dans une enceinte fortifiée. Il est transféré à Kédougou. Mamadou Dia sera libéré douze ans plus tard, en 1974. » *seneplus.com* URL : <https://www.seneplus.com/politique/17-decembre-1962-la-rupture-entre-dia-et-senghor>

⁹⁰ Tudesq raconte que « lors du conseil des ministres du 28 novembre 1962, seuls trois membres du gouvernement se sont montrés favorables à l'introduction de la télévision. C'est sans doute l'une des raisons principales pour lesquelles le projet de télévision devait encore rester dans les tiroirs. » Tudesq, *op.cit.*p.51

dirigée par le canadien Georges Gallipeau [...] Le canal éducatif est le fruit de l'accord du 7 décembre 1963, conclu entre le gouvernement et l'Organisme des Nations Unies pour l'Education, la Science et la culture (Unesco). »⁹¹

Pour les autorités sénégalaises, la télévision éducative sera un moyen efficace capable de participer au développement du pays. Elle est apparue dans un contexte d'indépendance où le pays avait besoin d'un outil important pour l'éducation et l'enseignement. T. Dioh raconte que « les programmes, au début, sont composés de deux émissions hebdomadaires d'une demi-heure, diffusées principalement dans dix télé-clubs aménagés dans la ville de Dakar. Les émissions portaient essentiellement sur l'hygiène, la diététique, la santé, la nutrition et l'éducation civique. »⁹² Au-delà de l'éducation, la télévision devait également participer à la cohésion sociale et la construction d'une identité culturelle. A. Ba rappelle que « l'éducation n'a pas été l'unique raison de l'implantation de la télévision en Afrique. Effectivement, en introduisant la télévision dans leurs pays fraîchement indépendants, les dirigeants africains ont également cherché un puissant instrument d'unification politique en apprenant aux populations toutes les idées modernistes en même temps : l'État, la nation, l'économie, la culture et la collectivité »⁹³. Ainsi, à cause d'un manque d'intérêt du public, la télévision éducative va arrêter ses programmes en 1969, quatre ans avant la création de l'Office de Radiodiffusion Télévision du Sénégal. C'est à partir de 1992 avec la naissance de la RTS que la télévision sénégalaise devient un projet national.

Naissance de la Radiodiffusion Télévision Sénégalaise (RTS)

La RTS a été créée par la loi 92-06 du 06 - janvier 1992, elle devient dans la foulée une société nationale⁹⁴. La création de la RTS coïncide avec la période où la télévision commence à devenir populaire. Le défi majeur à l'époque était de couvrir l'ensemble du pays. C'est dans ce sens que des centres émetteurs ont été installés dans les régions de

⁹¹ T. Dioh, op.cit., p.188

⁹² T. Dioh, op.cit., p.189

⁹³ A. Ba, op.cit., p.61

⁹⁴ « L'ORTS, qui était depuis sa création un Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC), devient, le 6 janvier 1992, (loi N°92-02), la société nationale de radiodiffusion Télévision Sénégalaise (RTS) qui, dans le principe, dispose d'une autonomie financière plus affirmée. » T. Dioh, op.cit. p.193

Ziguinchor, Saint Louis, Louga et Kaolack. « Pour compléter l'action de ces centres émetteurs, des relais appelés centres secondaires de distribution sont implantés au Nord du pays (dans les villes de Podor, Matam, Richard Toll) mais aussi au centre (à Dakar, Koungheul, Liguère).»⁹⁵ Malgré les efforts consentis, certaines localités, surtout les plus reculées ne recevaient pas la *RTS*. En 1999, les autorités ont décidé enfin de lancer un programme satellitaire dénommé *comsat*.⁹⁶ « Il s'agit à travers ce projet, de permettre d'émettre à partir de Dakar et par satellite, des signaux qui sont reçus et retransmis par un réseau d'émetteurs terrestres à l'intérieur comme à l'extérieur du territoire national.»⁹⁷ Après la couverture totale, il a fallu définir les missions de la *RTS*. Ainsi pour permettre à la télévision nationale d'accomplir sa mission de service public, la loi de 92 accorde à la *RTS* le monopole de la diffusion et de la distribution d'émissions de radio et de télévision à destination du public. La loi du 10 janvier 2000 va modifier l'article 2 de la loi de janvier 1992. Désormais la *RTS*⁹⁸ ne dispose plus du monopole de diffusion « considérant la loi n° 2000-07 du 10 juin 2000 abrogeant et remplaçant l'article 2 de la loi 92-02 du 6 janvier 1992 portant création de la société nationale de Radiodiffusion Télévision Sénégalaise (*RTS*) et qui indique que les droits de diffusion et de distribution appartiennent exclusivement à l'État qui peut en faire une concession totale ou partielle à un ou plusieurs concessionnaires de droit public ou privé sur l'ensemble du territoire national. »⁹⁹

⁹⁵ T. Dioh, op.cit., p.192

⁹⁶ Le projet *Comsat* a été mené par un consortium américain, il a coûté à l'État du Sénégal une somme de 15 milliards de francs CFA.

⁹⁷ T. Dioh, op.cit., p.198

⁹⁸ La loi du 10 janvier 2000 précise les objectifs de la *RTS* : « L'exploitation et le développement du service public de la Radio et de la télévision sur l'ensemble du territoire national ; la satisfaction des besoins et aspirations du public dans les domaines de l'information, de la culture, de l'éducation et des loisirs dans le strict respect des lois et règlements en vigueur, de l'ordre public, des bonnes mœurs et des intérêts généraux de la collectivité et de la nation. La Société Nationale contribue, entre autres, à faire connaître le Sénégal, tant par ses propres émissions ou coproductions, que par le développement des échanges internationaux de la production audiovisuelle.»

⁹⁹ Cf. Décret n° 2004-841 du 2 juillet 2004 URL : <http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article5286>

La télévision, outil de positionnement politique

Comme nous l'avons mentionné précédemment, les dirigeants africains n'ont jamais considéré la télévision à ses débuts comme un outil d'expression libre. Ils ont vite mis en place des dispositions pour restreindre la liberté d'expression. La télévision devient un outil de propagande au service des chefs d'État. M. S. Frère affirme que « les nouveaux gouvernements usèrent de deux armes pour assurer leur contrôle sur les médias : le cadre légal et la répression. La mainmise de l'État sur le secteur s'ancrait dans une justification idéologique : la nécessité de faire émerger et de consolider l'identité nationale dans des États naissants, des nations encore fragiles, aux frontières arbitrairement tracées, héritées de la colonisation, rassemblant des populations peu habituées à vivre ensemble. »¹⁰⁰

Au Sénégal, après l'euphorie des indépendances, les dirigeants ont fait face à une vague de contestations dans les années 1970. Les événements de mai 68¹⁰¹ au Sénégal ont lourdement secoué le régime de Léopold Sédar Senghor. La contestation des étudiants lourdement réprimée par le pouvoir a incité les syndicats à faire appel à une grève générale. L'Union Nationale des Travailleurs Sénégalais (UNTS)¹⁰² réclamait un système éducatif performant et accessible à tous les citoyens, un programme de lutte contre le chômage et une meilleure prise en charge des travailleurs. Dans ce contexte de tensions socio-politiques,

¹⁰⁰ Marie-Soleil Frère, *journalismes d'Afrique, De Boeck supérieur, Louvain –La –Neuve, 2016, p.74*

¹⁰¹ « Le Sénégal a connu la révolte juvénile qui a secoué beaucoup de pays du monde en mai 1968. À l'instar de Paris, Prague, Chicago et certaines grandes villes, Dakar, la capitale, fut l'épicentre de la contestation qui se généralisa dans le pays et menaça de faire tomber le pouvoir. Parti d'une révolte étudiante, le mouvement, qui s'étendit aux élèves des lycées et aux syndicats de travailleurs. » Omar Gueye, « Mai 1968 au Sénégal », *Socio* [En ligne], 10 | 2018, mis en ligne le 13 mars 2018, consulté le 21 novembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/socio/3144>

¹⁰² « Les travailleurs, indignés par tant de brutalité, mobilisèrent au sein de l'Union nationale des travailleurs du Sénégal (UNTS), pour protester contre le « choc du campus », d'une part, et, d'autre part, pour poser leurs propres revendications. Enfin, tous les sympathisants, opposants, badauds et autres déçus du régime, qui trouvaient par là un moyen d'exprimer leurs états d'âme vis-à-vis du pouvoir, entrèrent progressivement dans le mouvement de soutien et provoquèrent l'escalade. Le conflit se généralisa alors par la jonction entre les étudiants, les élèves et les travailleurs qui donnèrent de la vigueur à la contestation et entraîna une paralysie de tous les secteurs d'activité. » O. Gueye, op.cit. URL : <http://journals.openedition.org/socio/3144>

la télévision sera un moyen efficace au service des gouvernants pour consolider le pouvoir politique. C'est pourquoi, T. Dioh recommande dans l'analyse de la télévision en Afrique « de toujours garder à l'esprit une constante : dans l'esprit des « pères de l'indépendance » qui ambitionnent de rester au pouvoir pour de longues décennies, le petit écran sert d'abord d'outil de manipulation, de contrôle, de censure, de violence symbolique mais aussi d'exclusion d'une catégorie de la population. »¹⁰³ T. Dioh ne manque pas ainsi de signaler que la télévision a été certes un outil de propagande des gouvernements, mais ce monopole a été cassé quelques années après, surtout avec l'émergence des télévisions transnationales et par la suite les télévisions privées qui font basculer l'audiovisuel africain dans une nouvelle phase.

Ainsi, l'arrivée des chaînes internationales, comme le prédisait A. Ba n'a pas promu à terme l'existence des médias nationaux. L'éclatement de l'audiovisuel mondial et la multiplication des canaux de diffusion n'a pas autant entravé la production locale qui est en pleine croissance dans certains pays. T. Dioh pour sa part a relativisé le discours visant à enterrer les médias publics. « Avec l'arrivée des chaînes satellitaires concomitantes à la démocratie politique des sociétés, certains spécialistes des médias ont émis, un peu trop hâtivement semble-t-il, des jugements définitifs. À les entendre, la télévision d'État en Afrique noire francophone, était condamnée à entamer une mutation, sans quoi, elle était condamnée à disparaître. »¹⁰⁴ Ainsi, plusieurs pays ont implanté des radios et des chaînes de télévision en Afrique. Les français sont les premiers à s'introduire en Afrique (RFI, France24, TV5 Afrique), les anglais (BBC Afrique), les allemands (Deutsch walé), les américains (la voix de l'Amérique). Les chinois (Radio Chine Internationale) sont présents depuis 2010 dans une dizaine de villes africaines. Le déploiement des médias étrangers en Afrique n'a pas seulement une visée industrielle. Les médias internationaux sont également présents sur le continent africain pour des raisons politiques et géostratégiques. Nous reviendrons plus amplement sur les enjeux du déploiement des médias étrangers en Afrique ultérieurement. En attendant, nous allons à présent évoquer les rapports entre la *RTS* et les pouvoirs politiques.

¹⁰³ Dioh, Tidiane, Rapports de force et jeux de pouvoir autour de la télévision en Afrique noire francophone, in Nouvelles approches des problématiques de communication sur l'Afrique subsaharienne, sous la coordination de Franck François Biyé, Paris, L'Harmattan, 2007, p.97

¹⁰⁴ Ibid., p.103

Section 2- La RTS au service des pouvoirs politiques

La *RTS* semble défendre les intérêts du parti au pouvoir. Elle est sous le contrôle du Président de la République qui nomme par décret le Directeur Général. La *RTS* est sous la tutelle du ministère de la Culture et de la Communication. Évoquant le service public français, L. Engel estime que « l'indépendance de l'audiovisuel public est conditionnée par la rupture du lien qui fait dépendre les présidents de chaînes de celui qui les nomme. Ce besoin de rupture ne vaut que pour ce secteur et pour la seule – mais essentielle – raison que l'audiovisuel est le principal lieu de diffusion de l'information pour le grand public. Il n'est plus admissible aujourd'hui que le pouvoir politique puisse faire pression sur l'information. Mais il n'est pas pour autant envisageable de reproduire un lien de dépendance avec une autre autorité de nomination. »¹⁰⁵ La *RTS* a été toujours utilisée comme un instrument politique au service du pouvoir. Les autorités en ont fait un outil de propagande et de manipulation. K. Diakhité raconte qu'« après l'indépendance, les nouveaux pouvoirs publics qui se sont succédé au Sénégal n'ont fait que se substituer au pouvoir colonial dans la gestion de la radiodiffusion. Ils lui ont assigné des missions et des fonctions fondamentalement calquées sur le système colonial ou inspirées de lui, qu'ils ont simplement adaptées au contexte de l'État nouvellement indépendant et de la nouvelle nation en construction. C'est donc de nouveaux pouvoirs qui n'ont pas pu se démarquer, ni se distinguer du modèle colonial.»¹⁰⁶ La télévision montrait au peuple ce que les dirigeants politiques voulaient qu'il regarde. C'était dans leurs intérêts que le peuple ne soit pas informé. Comme l'a rappelé J.F.M. Kibaya : « des années 1960 à 1990, la plupart des pays africains vécu sous l'emprise des régimes coercitifs et répressifs, les moyens de communication étaient des instruments au service d'une idéologie et d'un pouvoir arbitraire. Politisés et centralisés, ils étaient le reflet du narcissisme des dirigeants oppresseurs dont la seule préoccupation était d'être vu et entendu par les populations de leur pays pour affermir leur pouvoir. L'investissement dans la modernisation et le développement des outils pouvant permettre une communication à dimension mondiale n'était pas une préoccupation,

¹⁰⁵ Engel, Laurence, « France télévisions, l'impossible projet », *Esprit*, vol. mars-avril, no. 3, 2015, pp. 216-219. DOI : 10.3917/espri.1503.0216. URL : <https://www-cairn-info.sid2nomade-2.grenet.fr/revue-esprit-2015-3-page-216.htm>

¹⁰⁶ K. Diakhité, op.cit., p.137

d'où la dégénérescence progressive puis le délabrement des infrastructures de communication dans nombre de pays africains. »¹⁰⁷

Ainsi, pour limiter l'influence des pouvoirs politiques sur l'audiovisuel, la *RTS* est contrôlée par des instances de régulation et d'autorégulation qui ont pour rôle de faire respecter le pluralisme tel que indiqué dans le code de la presse. Il s'agit en particulier du Haut Conseil de la Radiotélévision créé en 1991, remplacé en 2005 par le CNRA (Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel). Rappelons que « la création du Haut Conseil de la Radiotélévision a pour origine une revendication du syndicat unique des professionnels de l'information et de la communication, mais aussi des formations politiques nationales. En effet le parti socialiste parce qu'il contrôlait tous les rouages de l'État sénégalais, y jouissait d'un monopole de fait sur les organes de communication, qui confinait à une forme d'ostracisme pour les partis de l'opposition. »¹⁰⁸ Malgré l'existence d'instances de contrôle, les pratiques ne semblent pas changer. Les gouvernements qui se sont succédé n'ont pas affiché une réelle volonté de faire de la *RTS* un service public. La *RTS* est toujours un organe public fortement politisée qui ne laisse aucune marge de manœuvre à l'opposition politique et les mouvements de contestation. « Depuis la loi de 1992, la *RTS* est une société nationale dont l'objet est l'exploitation et le développement du service public de la radiotélévision. Formellement, elle est administrée par un conseil d'administration de douze membres. Ces derniers représentent divers ministères. S'y ajoutent un député et des personnalités qualifiées. Cette assemblée joue un rôle mineur (ses activités et ses décisions ne sont jamais évoquées). »¹⁰⁹ De L. S. Senghor à Macky Sall, en passant par Abdoulaye Wade, aucun Président de la République n'a su faire de la *RTS* un instrument démocratique. « Au début de la radiodiffusion et aussi de la télévision, il était impensable de couper un discours du chef de l'État. Ces discours étaient diffusés dans leur intégralité, quelle que soit la circonstance. Mais la situation a évolué depuis, pour en arriver au choix des extraits de

¹⁰⁷ Makosso Kibaya, Jean Felix et Mc Luhan, *Le village planétaire et l'Afrique*, in Nouvelles approches des problématiques de communication sur l'Afrique subsaharienne, Représentation, idéologie et instrumentalisation, sous la coordination de Franck François BIYELE, Paris, L'Harmattan, 2007, pp.83 – 92

¹⁰⁸ De la Brosse, Renaud, *Médias et démocratie en Afrique : l'enjeu de la régulation*, Bruxelles, Editions Bruylant, 2013, p.222

¹⁰⁹ Sapaut, Didier, « Les défis de la radiotélévision publique du Sénégal », Ina la revue des médias Publié le 25 septembre 2015 en ligne <https://larevuedesmedias.ina.fr/les-defis-de-la-radio-television-publique-du-senegal> consulté le 17 octobre 2019

ces discours. Néanmoins, ceux-ci demeurent encore trop longs, parce que répondant plus à un besoin de propagande, de communication politique et de narcissisme, que d'information traitée de manière journalistique.»¹¹⁰

- **Direction Générale de la RTS : un poste politique**

Le Directeur Général de la chaîne nationale est toujours choisi pour sa proximité avec le pouvoir. Il est chargé de relayer les mots d'ordre du Président de la République. Les Directeurs Généraux qui se sont succédé depuis l'avènement de la télévision ont été choisis pour gérer la propagande médiatique. Quand il était dans l'opposition, le Président de la République Macky Sall¹¹¹ avait dénoncé l'accaparement des médias publics par l'ancien gouvernement, mais il n'a pas fait mieux que son prédécesseur. Il a mis à la tête de la *RTS* un membre du directoire de son parti, qui est également maire d'une ville dans la banlieue de Dakar. Le fait de nommer des militants du parti au pouvoir à la tête de la chaîne publique a des conséquences non négligeables sur le pluralisme médiatique. Et pour plaire au Président de la République, ces directeurs n'hésitent pas à pratiquer l'ostracisme. D. Sapaut rappelle un fait anecdotique mais qui décrit parfaitement la complexité de ce poste : « le directeur général nommé en 2000 au lendemain de l'élection du Président Wade qui avait cru devoir appliquer les promesses d'objectivité de la campagne électorale a été rapidement démis de ses fonctions. Aujourd'hui le signe le plus évident de cette sujétion est la place démesurée accordée sur les antennes aux activités du Président de la République. »¹¹² Mactar Silla¹¹³, est l'un des rares directeurs généraux de la *RTS* qui avaient des ambitions claires pour une restructuration de l'audiovisuel public. Il lance, dès sa prise

¹¹⁰ M. Diakhité, op.cit., p.87

¹¹¹ Macky Sall a été élu Président de la République du Sénégal en 2012, il a été réélu en 2019 pour briguer un mandat de 5 ans.

¹¹² D. Sapaut, op.cit., pp 1-7

¹¹³ « Dès son arrivée aux affaires, le nouveau gouvernement issu des changements de régime du 19 mars 2000 présente sa nouvelle vision de la télévision nationale. Le 21 mars 2001, Mactar Silla, qui a été, par le passé Directeur de TV5 Afrique, remplace Guila Thiam à la tête de la Radiodiffusion Télévision Sénégalais. Silla dès sa prise de fonction, lance un plan stratégique de 21 points, dénommé Smart 21. Ce plan qui doit couvrir la période 2002-2004 est basé sur la modernisation, le développement et l'extension de la couverture de la Radiodiffusion Télévision Sénégalaise » T. Dioh, op.cit.p.199

de fonction, le plan stratégique de 21 points. Avec ce plan stratégique, il voulait rendre la *RTS* financièrement autonome. Ce plan, s'il était abouti, pourrait considérablement réduire la dépendance financière de la *RTS* à l'égard du pouvoir politique. Ce qui, par conséquent, pourrait lui permettre d'être libre. À ce propos, K. Diakhité rappelle que « de plus en plus les journalistes prenaient l'initiative dans le choix des sujets de reportage, en même temps que l'on sentait une timide liberté de ton dans le traitement et la présentation de ces informations. Cette nouvelle option a eu pour conséquence le déploiement du personnel et des moyens ailleurs, que dans la couverture des événements jugés moins dignes d'intérêt, comme les activités gouvernementales, religieuses et confrériques, ainsi que des séminaires et autres événements similaires »¹¹⁴ Ces décisions prises par la direction générale commençaient à réconcilier le public avec la *RTS*. Mais ce changement était juste de façade, les autorités avaient l'impression de voir le contrôle de l'audiovisuel leur échapper, ce qu'elles considéraient comme un risque majeur. Le remplaçant de Mactar Silla a vite remis les pendules à l'heure en déclarant que « la *RTS* doit être "la vitrine de la liberté" et permettre "la réalisation de la démocratie en n'oubliant pas sa nature de dépendance à l'État. »¹¹⁵

¹¹⁴ K. Diakhité, op.cit. p.284

¹¹⁵ Cf. Osiris.sn « Mactar Sylla passe le témoin à Abdou Khoudoss Niang », 12 septembre 2002, <http://www.osiris.sn/article361.html>. Consulté le 9 novembre 2019

Section 3 - L'avènement de la télévision par satellite : domination culturelle ou fin du monopole des médias publics

Les télévisions par satellite sont longtemps considérées par les théoriciens de l'impérialisme culturel comme une menace pour la souveraineté nationale. Elles se présentent généralement pour certains auteurs comme moyen d'instaurer le pluralisme médiatique en cassant le monopole des médias publics. Les télévisions par satellite sont apparues dans le continent africain depuis plus de 30 ans. Cependant, leurs abonnés continuent d'augmenter malgré l'arrivée de la télévision numérique terrestre. Nous évoquerons, dans la dernière partie de ce chapitre, les contraintes liées à l'implantation de la TNT.

L'avènement des télévisions par satellite comme outil de domination culturelle

Au lendemain des indépendances dans les pays africains, des voix se sont levées pour dénoncer « la circulation à sens unique de l'information »¹¹⁶. Cette préoccupation a été vite prise en charge par le rapport de la commission McBride en 1980, intitulé *Voix multiples, un seul monde*, avec pour sous-titre : pour un nouvel ordre mondial de l'information et de la communication. Le rapport stipule clairement que « les critiques formulées dans de nombreux pays en développement, reprises par certains pays socialistes et soutenues par de nombreux chercheurs et journalistes dans les pays occidentaux partant du constat que certains États puissants et techniquement avancés utilisent leur avance pour exercer un effet de domination culturelle et idéologique qui porte à l'identité nationale d'autre pays »¹¹⁷. Ainsi, ce qui était partie pour être un nouvel ordre mondial de

¹¹⁶ « Concernant tout d'abord les journaux et revues d'actualité, 18 millions de tonnes sont imprimés dans les pays développés contre 3,1 pour les pays en voie de développement, soit 16,3 kg par habitant contre 1,1. Les citoyens des pays industrialisés consomment donc 15 fois plus de nouvelles imprimées que ceux des autres pays. Le nombre des récepteurs de radio et de télévision varie respectivement pour 1 000 habitants entre 676 et 292 (pays développés) et 80 et 19 (pays du Tiers Monde), les récepteurs de radio sont donc 8 fois plus nombreux dans les pays riches et ceux de télévision 15 fois. Cet écart se retrouve dans tous les domaines de l'infrastructure de la communication (imprimeries, émetteurs, centres de production de films, lignes téléphoniques, etc.). » Mignot-Lefebvre Yvonne. Vers une communication à double sens ? Mythes et réalités. In: Tiers-Monde, tome 20, n°79, 1979. Audio-visuel et développement, sous la direction d'Yvonne Mignot-Lefebvre. pp. 503-522.

¹¹⁷ Cf. Rapport Sean McBride (1976-1980) « Voix multiples, un seul monde ». UNESCO - Complet.Pdf (PDF – consulté le 20 janvier 2020

l'information et de la communication, censé résoudre les déséquilibres de l'information médiatique, a trouvé beaucoup d'obstacles dans sa mise en œuvre. Selon B. Cabedoche la polémique née de l'élaboration de ce rapport reflète dans une certaine mesure les enjeux liés aux rapports de force entre les États : « le premier intérêt du rapport vient de ce qu'il n'émanait pas de représentants des États. La commission internationale d'étude des problèmes de la communication (CIC) dite Commission McBride rassemblait des personnalités choisies pour un même intérêt, à défaut d'une même sensibilité, pour la communication internationale »¹¹⁸. Les enjeux sont importants, les pays qui détiennent les grands médias pour des raisons politiques et stratégiques préfèrent maintenir le déséquilibre informationnel. M. Palmer semble révéler les raisons qui ont amené les pays dotés de grands appareils médiatiques à rejeter les conclusions du rapport McBride. Selon lui, « certaines agences sont partie intégrante de l'appareil politique de leur gouvernement respectif, avec qui elles ont des rapports structurés »¹¹⁹. Palmer dresse une liste de six grands médias qui sont tous localisés dans des pays dits développés. « Il s'agit de deux américaines, "Associated Press" (Ap) et "United Press" (Up), une britannique "Reuter", une française "AFP", une russe "Tass" et une chinoise "chine" nouvelle. »¹²⁰

La thèse de l'impérialisme culturel critique le monopole de l'information par les grandes multinationales de la communication. L'influence qu'exercent les programmes télévisuels des grandes puissances dans les pays du tiers monde est vue par les théoriciens de l'impérialisme comme une forme de domination culturelle.¹²¹ M. Missé avait très tôt

¹¹⁸ Bertrand Cabedoche, « Le rapport McBride, conférence du consensus avant l'heure. L'expérimentation refoulée d'une médiation politique originale, porteuse d'un espace public sociétal et des valeurs fondatrices de l'Unesco » [Document en ligne], *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 1/2011 (n° 12/1), p. 69-82. Disponible sur : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2011-1-page-69.htm>

¹¹⁹ Boyd-Barret, Oliver et Palmer, Michael, *Le trafic des nouvelles*, Paris, Alain Moreau, 1979.

¹²⁰ Ibid., p. 25.

¹²¹ Herber Schiller explique les « mécanismes de la domination internationale par « cette croissance de l'énorme capacité de production du capitalisme américain s'est traduite également dans les secteurs de l'information et du marketing. La mise sur le marché des produits fournis par ces sociétés géantes nécessite un contrôle aussi grand que possible des circuits d'information. D'où l'obligation de saturer tous les moyens de communication grâce au message à consommer. Aucun espace culturel ne saurait demeurer vide. Les messages du marketing noient l'individu dans l'économie de marché avancée. » H. Schiller, « Les mécanismes de la domination internationale, *Le monde diplomatique*, 1974, p.7-8 URL : <https://www.monde-diplomatique.fr/1974/12/SCHILLER/32784>

constaté cette forme de domination culturelle. Il estime que « la présence des télévisions transfrontières se fait d'autant plus durement sentir que les émissions étrangères dominent déjà la plupart des grilles de programmation des télévisions africaines. 70% des programmes diffusés seraient d'origines étrangères, selon le rapport mondial sur la communication.»¹²² Dans son article sur les industries audiovisuelles intitulé : *le renforcement de la domination*, B. Miège souligne que « jusqu'à une période récente, on a eu tendance à ne voir dans les industries culturelles que les instruments de diffusion de "modèle" et de contenu culturel. On s'est surtout intéressé aux "effets" sur les opinions et les comportements. Mais les industries culturelles ne sont pas que cela. Elles constituent un nouveau champ de valorisation du capital et donc d'exploitation des peuples et des classes dominées.»¹²³

Les grandes firmes internationales se sont rendu compte que l'Afrique est une importante réserve de consommateurs de produits culturels. Selon, M. Missé « l'introduction des télévisions internationales en Afrique, qui est difficile à dater avec précision, est le résultat d'un jeu complexe entre des dynamiques extérieures et internes au continent. Leur nouvelle visibilité correspond à une période de restructuration économique et de pressions politiques pendant laquelle les "stratégies concurrentes internationales de reconversion des systèmes d'information et de communication occidentaux" s'intéressent à la conquête de nouveaux territoires, notamment par la voie de l'internationalisation et de l'orientation des satellites vers l'Afrique »¹²⁴. Depuis le début des années 1990, nous notons, en Afrique, la présence d'une myriade de chaînes étrangères : *CNN* (États Unis) *Canal Horizon*, *CFI*, *TV5*, *France 24* (France). L'arrivée des télévisions par satellite a posé de sérieuses difficultés aux gouvernements africains. Au Nigeria, ainsi que le souligne A. Ba, face à la montée en puissance des médias étrangers, « le gouvernement de logos a exprimé, le 23 janvier 1993, son inquiétude devant ce qu'il a qualifié de transmissions massives d'informations étrangères [...] Les autorités nigérianes estimaient que la diffusion directe et

¹²² Missé, Missé, *Télévisions internationales et changements sociopolitiques en Afrique Sub-saharienne, dans mondialisation des médias contre la censure, Tiers Monde et audiovisuel sans frontières*, Mattelart Tristan, Bruxelles, De Boeck, 2002, p.14

¹²³ Miège, Bernard, « Les industries audiovisuelles : le renforcement de la domination, revue Tiers Monde, 1987, PP. 543-553, [en ligne] https://www.persee.fr/doc/tiers_0040-7356_1987_num_28_111_4506 consulté le 30 octobre 2019

¹²⁴ M. Missé, op.cit., pp.103-123

non contrôlable des programmes des télévisions étrangères constitue une menace et même un danger pour la survie des sources locales.»¹²⁵

L'avènement des télévisions satellitaires ou la fin du monopole des médias publics

Le concept de l'homogénéisation culturelle est réfuté par les auteurs qui ont une approche critique de la mondialisation culturelle¹²⁶. A. Mattelart fait partie de ces auteurs qui pensent que « l'homogénéisation culturelle est aux antipodes de la fraternelle solidarité des peuples dans la grande variété de leurs civilisations. »¹²⁷ Contrairement aux théoriciens de l'impérialisme culturel, T. Mattelart écarte toute forme de domination. Il considère les télévisions transfrontières comme un important moyen de contourner la censure. C'est dans cette logique d'ailleurs qu'il invite les théoriciens de l'impérialisme culturel à reconsidérer leur position, il souligne que, « le rôle que jouent les médias transfrontalières dans les pays du Tiers Monde a souvent été appréhendé à l'aune des risques qu'ils recèlent pour l'identité ou la culture nationales. Il a par contre rarement été considéré sous l'angle de leur potentiel caractère stratégique dans ceux de ces pays dont le régime, jaloux de son monopole politique, s'efforce d'exercer un strict contrôle sur les moyens d'expression locaux »¹²⁸.

L'irruption des télévisions satellitaires dans les pays africains a coïncidé avec un contexte politique assez particulier où les populations aspirent à plus de démocratie. En 1990 le Président français François Mitterrand¹²⁹ réunit les chefs d'État africains et les invite à

¹²⁵ Ba, Abdoul, *Télévisions paraboles et démocraties en Afrique noire*, Paris, L'Harmattan, 1996, p.6

¹²⁶ « Nées d'une convergence, dans le champ académique anglo-saxon, entre certains tenants des Cultural Studies, de l'anthropologie et de la sociologie, ces théories de la mondialisation culturelle proposent un nouveau modèle pour appréhender les conséquences de l'internationalisation des médias – un modèle qui a déconstruit les perspectives élaborées par l'économie politique et leur a substitué des visions radicalement différentes. » Mattelart, Tristan. « Les théories de la mondialisation culturelle : des théories de la diversité », *Hermès, La Revue*, vol. 51, no. 2, 2008, pp. 17-22.

¹²⁷ Mattelart, Armand, « Impérialisme culturel », [En ligne], le monde diplomatique, 1974, p.7. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/1974/12/A/32831>

¹²⁸ Mattelart, Tristan, *La mondialisation des médias contre la censure, Tiers Monde et audiovisuel sans frontière*, Bruxelles, De Boeck, 2002, p.5

¹²⁹ Le discours de La Baule a été prononcé par le Président de la République François Mitterrand le 20 juin 1990 dans le cadre de la 16e conférence des chefs d'États d'Afrique et de France qui s'est déroulée dans la commune de La Baule.

instauration de la démocratie dans leurs pays respectifs. Il subordonne l'aide française à l'introduction du multipartisme, il déclare dans le célèbre discours de la Baule que, « la France liera tout son effort de contribution aux efforts qui seront accomplis pour aller vers plus de liberté »¹³⁰. Ce discours a été prononcé dans un contexte de totalitarisme, les médias publics étaient sous le contrôle total des pouvoirs politiques. Le professeur M. Missé rappelle à ce propos que « la popularisation des télévisions du ciel à partir de la fin de la décennie quatre-vingt sur le continent intervient dans un contexte de crise marqué par de fortes revendications et des émeutes en faveur du changement politique après 25 ans de parti unique. »¹³¹ Ce contexte de fortes revendications démocratiques débouche sur une ouverture forcée du secteur de l'audiovisuel. Le peuple a montré son impatience et réclame des changements immédiats. F.B Sonko rappelle que « le pluralisme médiatique survenu dans les années 90 au Sénégal a mis fin au monopole public et entraîné la libéralisation des ondes. L'avènement des radios privées comme *Dunya FM, Sud FM, Nostalgie FM, ou Walf FM...*, a favorisé l'émergence d'une pluralité d'opinion et la prise de parole des « sans voix », à travers les émissions interactives, conçues comme un lieu d'échange des opinions et des idées. »¹³² Les médias privés ont vite pris en compte les aspirations des populations en favorisant le pluralisme des opinions. Ils reflètent la diversité de la société et prennent en charge les préoccupations des populations¹³³. Face à la concurrence, il a fallu apporter des réponses, transformer les médias d'État en médias de « service public » : « en effet, avec le vent de démocratie qui a soufflé sur le continent africain dans les années 1990, les

¹³⁰. « Le Discours de La Baule représente un pas en avant vers la conditionnalité des échanges. Les pays d'Afrique sont désormais invités à accélérer leur processus de démocratisation en vue d'une pérennisation des échanges avec le Nord. » URL : <https://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMEve?codeEve=1279>

¹³¹ Missé, Missé, *Télévisions internationales et changements sociopolitiques en Afrique Sub-saharienne, dans la mondialisation des médias contre la censure, Tiers Monde et audiovisuel sans frontières*, Tristan Mattelart, Bruxelles, De Boeck, 2002, p.104

¹³² Sonko, Fatoumata Bernadette, « Forums radiophoniques au Sénégal : entre leurs et leurs démocratiques », dans *Les médias en Afrique depuis les indépendances, bilan, enjeux et perspectives*, sous la direction de Ndiaga Loum et Ibrahima Sarr, Paris, L'Harmattan, 2015, p.276

¹³³ « L'apparition de médias privés a entraîné une mutation profonde du rôle des journalistes dans la société, mais aussi de la manière dont ils se perçoivent, abordent leur formation et s'organisent pour exercer leur métier. Les professionnels de l'information revendiquent l'exercice de nouvelles missions : contre-pouvoir, animateurs du débat démocratique, chiens de garde de la démocratie, pourfendeurs de l'impunité, relais de la société civile, voix des sans voix, communicateurs de proximité. » M.S. Frère, op.cit. p.209

gouvernants ont entrepris la restructuration des médias d'État pour les adapter à l'évolution du contexte politique et socioculturel, ainsi qu'à l'émergence de la concurrence privée »¹³⁴

Cependant, il est important de rappeler que bien avant la libéralisation des télévisions dans les années 2000, les populations africaines regardaient les télévisions du monde entier grâce aux télévisions satellitaires. Les télévisions par satellite avaient commencé à envahir les foyers. Selon A. Ba, le changement était inéluctable. Il estime qu' « avec la possibilité offerte désormais aux africains de recevoir directement les chaînes de télévisions étrangères, les dirigeants africains réalisent que la censure n'est plus à l'ordre du jour. La multiplication des diffuseurs de programmes de télévision par satellite avec d'une trentaine de chaînes de télévision diffusées a contribué à cette évolution. »¹³⁵

Au Sénégal, *Canal Horizon* a obtenu l'autorisation d'émettre en 1991. T. Dioh raconte que le gouvernement et l'opérateur français ont pu trouver un accord après de longues négociations : « *Canal Horizon* filiale de la chaîne française à péage crypté, *Canal*, chargée de diffuser des programmes à destination du continent africain, émettait sur Dakar pour 19 heures de programme par jour dont trois en clair. »¹³⁶ L'arrivée, sur les satellites, de TV5 Afrique et d'autres chaînes gratuites a bouleversé le champ médiatique. « La télévision transfrontière ébranle l'autonomie même des systèmes de communication des États. Le fait que les pays occidentaux aient recours aux satellites pour diffuser les programmes de leurs chaînes remet en cause une tradition qui veut que la souveraineté nationale signifie, entre autres, un contrôle de l'État sur la télévision au sein de ses frontières. »¹³⁷ Certains États africains ont vivement déploré l'irruption des chaînes étrangères. Ils considèrent les télévisions satellitaires comme une menace à la souveraineté nationale. T. Dioh estime pour sa part que « sur un plan purement politique, les télévisions internationales réussissent à déstabiliser les régimes politiques en violant, dans une certaine mesure, l'intimité du territoire en s'adressant directement à la population, en contournant le gouvernement, en remettant en cause la souveraineté et donc la reconnaissance

¹³⁴ A Emile Tozzo, « La réforme des médias publics en Afrique de l'Ouest : Servir le gouvernement ou le citoyen? », Editions Karthala | « Politique africaine » 2005/1 N° 97 | pages 99 à 115 [en ligne] <https://www.cairn.info/revue-politique-africaine-2005-1-page-99.htm>

¹³⁵ Ba, Abdoul, *Télévisions paraboles et démocraties en Afrique noire*, Paris, L'Harmattan, 1996, p.9

¹³⁶ T. Dioh, op.cit.p.195

¹³⁷ Ba, Abdoul, « L'Afrique sous la douche audiovisuelle », communication & langages, 1996, pp 45-52 [en ligne] https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1996_num_108_1_2676 consulté le 30 octobre 2019

internationales des pays, autrement dit, en s'appuyant sur les fondamentaux des cinq éléments qui en science politique permet de qualifier un État. »¹³⁸

Au-delà des questions de souveraineté, certains acteurs estiment que la présence des médias étrangers fragilise économiquement les médias locaux. Le président du Conseil des Éditeurs et Diffuseurs de Presse au Sénégal (CDEPS) souligne que « les chaînes étrangères ont envahi l'espace médiatique sénégalais. D'ailleurs, ce n'est pas seulement au Sénégal, mais cela concerne tout l'espace francophone en Afrique. Il y a même des chaînes qui ont un programme spécifique pour nos types de pays et même au niveau de la radio. Ils ont accaparé les ressources publicitaires et sans publicité, on ne peut pas parler de grands médias. »¹³⁹

L'avènement de la télévision numérique en Afrique

L'accord, « ayant valeur d'un traité »¹⁴⁰, signé à l'issue de la conférence régionale des radiocommunications (CRR-06)¹⁴¹ tenue par l'Union internationale des télécommunications (UIT) (signe l'avènement de services de radiotélévision numérique terrestre à Genève en juin 2006). Ainsi, l'un des objectifs importants de la conférence était de trouver des solutions permettant la coexistence sans brouillage de la radiodiffusion numérique et de la radiodiffusion analogique. L'accord précise aussi que le passage au numérique permettra de brûler les étapes technologiques « pour connecter ceux qui ne le sont pas encore dans les communautés mal desservies ou isolées, et pour réduire la fracture numérique. Le passage de la radiodiffusion analogique à la radiodiffusion numérique va

¹³⁸ Dioh, Tidiane, *Rapports de force et jeux de pouvoir autour de la télévision en Afrique noire francophone*, in Nouvelles approches des problématiques de communication sur l'Afrique subsaharienne, sous la coordination de Franck François BIYELE, Paris, L'Harmattan, 2007, pp. 95-106

¹³⁹ Cf. Annexe N°1 Entretien N°2

¹⁴⁰ Cf. « colloque international de l'UIT sur le passage du numérique » URL : <https://www.itu.int/fr/ITU-R/GE06-Symposium-2015/Pages/default.aspx#>:

¹⁴¹ « La CRR-06 s'est réunie à Genève pendant la période prévue et a travaillé sur la base de l'ordre du jour approuvé par le Conseil. Elle a adopté l'Accord régional relatif à la planification du service de radiodiffusion numérique de Terre dans la Région 1 (parties de la Région 1 situées à l'ouest du méridien 170° E et au nord du parallèle 40° S, à l'exception du territoire de la Mongolie) et en République islamique d'Iran, dans les bandes de fréquences 174-230 MHz et 470-862 MHz (Genève, 2006), ainsi que les Résolutions associées, le tout figurant dans les présents Actes finals. » Cf. « Doc acte final » URL : <https://www.itu.int/en/history/Pages/RadioConferencesRegional.aspx?conf=4.129>

favoriser de nouveaux réseaux de distribution.»¹⁴² Le passage est aussi, selon l'UIT, une opportunité qui va ouvrir de nouveaux horizons pour les services hertziens. Ajoutant que les avantages du numérique qui résultent des gains d'efficacité dans l'utilisation du spectre, se traduiront par le fait que l'on pourra acheminer plus de canaux avec moins de fréquences et par une convergence accrue des technologies. Outre les avantages en termes de qualité des images et du son, de nombre de chaînes, de couverture géographique et de tarifs plus attractifs, le basculement vers la télévision numérique permettra aux pays de libérer certaines fréquences afin de satisfaire des services supplémentaires de télécommunication, notamment la fourniture de services sans fil à large bande, en particulier dans les zones rurales, des applications machine-à-machine à courte portée et des liaisons de données à haut débit¹⁴³.

Le plan de déploiement initial prévoyait une extinction du signal analogique sur le continent en juin 2015¹⁴⁴, mais les retards se sont accumulés dans la plupart des pays. Les retards sont généralement dus à des problèmes logistiques et de financements. Selon S. Beletre « lancer un service de TNT dans un pays requiert un investissement d'au moins 10 millions de dollars pour couvrir uniquement les 2 ou 3 villes principales. Le montant dépend bien évidemment des contraintes locales, du réseau existant, de la répartition de la population, de la taille et du relief du pays. Au Nigeria et en RDC, 450 millions de dollars seraient nécessaires pour couvrir l'ensemble du territoire selon les premiers devis, tandis

¹⁴² Cf. « colloque international de l'IUT sur le passage du numérique » URL : <https://www.itu.int/fr/ITU-R/GE06-Symposium-2015/Pages/default.aspx#>:

¹⁴³ « Le passage à la TNT, selon l'ensemble des discours officiels, est censé augmenter la qualité technique, le nombre de chaînes et améliorer l'accessibilité de deux manières : une meilleure couverture géographique du territoire et un accès plus démocratique à la télévision numérique, comparativement au satellite. » Sylvie Capitant « la télévision en Afrique, une révolution pour les publics ? », La revue des médias, [en ligne] <https://larevuedesmedias.ina.fr/la-television-numerique-en-afrique-une-revolution-pour-les-publics>

¹⁴⁴ L'article 12 de l'acte final précise que « « La *Période de transition* prendra fin le 17 juin 2015 à 00 heure UTC. Toutefois, s'agissant de la bande 174-230 MHz8, la *Période de transition* prendra fin le 17 juin 2020 à 00 heure UTC. Après la fin de la *Période de transition* applicable, les inscriptions correspondantes dans le Plan analogique seront annulées par le Bureau. »

URL : <https://www.itu.int/en/history/Pages/RadioConferencesRegional.aspx?conf=4.129>

qu'environ 70 millions de dollars sont nécessaires au Bénin, en Guinée, au Kenya, en Ouganda, et au Sénégal (étude de [Balancing Act avril 2016]) »¹⁴⁵

Pour beaucoup de pays les priorités sont ailleurs. Dans un entretien qu'il a accordé à *La Tribune Afrique*, G. Ndjaka, directeur général de l'Union Africaine des Radiodiffusion (UAR) déclarait que : « 5 millions d'africains au sud du Sahara n'ont pas accès à la télévision. La priorité est d'abord d'équiper ces gens. [...] La préoccupation actuelle pour le domaine de l'audiovisuel n'est pas la numérisation, mais le contenu. Toutes les chaînes sans exception sont confrontées à cette question. La télévision africaine est inondée par la culture des autres »¹⁴⁶. En effet, si on fait le tour des télévisions africaines, on se rendra compte effectivement que le problème de l'audiovisuel africain n'est pas seulement le contenant mais aussi le contenu. Depuis plus de cinq décennies de diffusion analogique, la plupart des télévisions africaines peinent à produire l'ensemble de leurs besoins en termes de contenus audiovisuels. D'autres sont confrontées à des problèmes de logistique. Ainsi, avec l'analogique, beaucoup de télévisions africaines n'arrivent pas à alimenter correctement les grilles des programmes, comment pourront-elles relever le défi avec le numérique qui demande plus de contenus ? S. Beletre précise que « sans contenu de qualité et attractif pour les populations locales, l'offre TNT risque d'être un échec, au profit par exemple de services payants disponibles sur satellite »¹⁴⁷. L'urgence serait de permettre aux chaînes de télévision publiques africaines d'être autonomes. À l'heure où l'audiovisuel africain bascule de l'analogique au numérique, des chaînes de télévision continuent de recevoir une bonne partie de leurs contenus à travers la coopération internationale avec des pays étrangers comme la France, l'Allemagne, les États-Unis etc.

Contrairement aux programmes sociaux qui touchent l'ensemble des populations, l'introduction de la technologie ne concerne qu'une partie de la population. Concernant la TNT, on parle d'un accès universel de l'information, de l'internet à haut débit, oubliant que des millions de populations africaines ne pourront pas y avoir accès. L'introduction de ces

¹⁴⁵ Beletre, Sylvain « Déployer la TNT en Afrique couteux mais indispensable », Ina la revue des médias [en ligne] <https://larevuedesmedias.ina.fr/deployer-la-tnt-en-afrique-couteux-mais-indispensable>

¹⁴⁶ Cf. Happens Africa « La TNT en Afrique, un vrai serpent de mer » consulté le 10 avril 2019 [en ligne] <http://happens.africa/2017/05/28/tnt-en-afrique-vrai-serpent-de-mer/>

¹⁴⁷ Sylvain Beletre « Déployer la TNT en Afrique couteux mais indispensable », Ina la revue des médias [en ligne] <https://larevuedesmedias.ina.fr/deployer-la-tnt-en-afrique-couteux-mais-indispensable>

technologies, notamment des télécommunications digitalisées, permet la circulation accélérée de l'information mais elle concerne rarement la majorité de la population »¹⁴⁸. Au Sénégal, par exemple sur 1.607.768¹⁴⁹ ménages, seulement près de 800.000 auront accès au service de la TNT, c'est le chiffre correspondant aux ménages qui disposent d'un téléviseur. Les autres ménages soit n'ont pas les moyens pour acheter un téléviseur soit ils vivent dans une zone qui n'est pas couverte par le réseau électrique. C'est ce qui incite A. F. Loukou à se poser la question : « Comment, en effet, avoir la volonté réelle d'initier des projets et de mobiliser des ressources pour le développement d'infrastructures encore perçues comme un luxe improductif alors que se posent dans le même temps des problèmes sensibles et jugés prioritaires comme la santé, la nourriture, l'eau potable, l'éducation, l'électrification ou encore les routes ? Face à de tels défis, il apparaît presque légitime pour maints africains de développer une vision négative, voire hostile, vis-à-vis de ces TIC qu'ils apprennent en fait à découvrir. »¹⁵⁰ En investissant des milliards dans les technologies, les autorités font des choix politiques qui sont souvent loin des attentes des populations. Ces choix ont généralement des répercussions au plan social, surtout quand les acteurs politiques investissent beaucoup d'argent dans les technologies au détriment de la santé ou de l'éducation.

¹⁴⁸ Ibid., p.255

¹⁴⁹ Cf. Recensement Général de la Population et de l'Habitat, de l'Agriculture et de l'Elevage (RGPHAE 2013) [en ligne] <http://www.ansd.sn/ressources/RGPHAE-2013/ressources/doc/pdf/10.pdf> consulté le 27 Janvier 2020

¹⁵⁰ Loukou, Alain François, « Les TIC au service du développement en Afrique » », *tic & société* [En ligne], Vol. 5, n°2-3 | 2e sem. 2011 / 1er sem. 2012, mis en ligne le 20 avril 2019, consulté le 20 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/1047> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.1047>

Conclusion du chapitre 1

Notre objectif dans ce chapitre était de montrer comment l'avènement de la télévision a « influencé » les autorités politiques dans les années 1960. Nous avons montré que les autorités d'alors considéraient la télévision comme un outil de modernité capable de transformer la vie des populations. Malgré les efforts politiques et financiers consentis, la télévision qui avait une « mission » de développement a échoué dès les premières expériences. Au Sénégal, à cause d'une faible affluence, la télévision éducative a cessé ses activités en 1969. L'échec de la télévision éducative peut être interprété sous deux angles : la télévision n'était pas accessible au grand public, les programmes éducatifs étaient diffusés à Dakar, une heure par semaine dans seulement dix ciné-club, le reste de la population surtout le monde rural ne pouvait pas y bénéficier. Ensuite nous avons montré que la télévision est devenue un objet de convoitise de l'élite politique dans les années 1970, elle sera par la suite entièrement contrôlée par le parti au pouvoir qui en fera un objet de propagande. La télévision servait les intérêts politiques du Parti socialiste (PS) qui est resté au pouvoir de 1960 à 2000. L'avènement des télévisions par satellite dans les années 1990 a facilité l'accès aux programmes télévisuels étrangers. Au Sénégal, le pluralisme survenu à la fin des années 1990 a mis fin au monopole de la télévision publique.

Chapitre 2 - Libéralisation de la télévision en 2000 : une deuxième modernisation fondée sur la « démocratisation »

L'objet de ce chapitre consistera à montrer les discours politiques qui ont accompagné la libéralisation de l'audiovisuel sénégalais dans les années 2000. Nous allons voir ce qui a réellement motivé les autorités à concéder le pluralisme des médias audiovisuels après avoir été plusieurs fois réticentes. Cette période coïncide avec la première alternance politique au Sénégal. Le nouveau gouvernement avait besoin de marquer la rupture. Instaurer le pluralisme audiovisuel était pour le Président Wade le meilleur moyen de montrer que le Sénégal entre enfin dans une nouvelle phase, celle de la démocratie et de la liberté des opinions. Après l'euphorie des effets d'annonce, les autorités ont voulu jouer la carte de la prudence. À ce propos, nous montrerons les tentatives des pouvoirs publics de contrôler la première télévision privée. L'ancien Président Abdoulaye Wade prétend être le « père de la liberté d'expression au Sénégal. » Il affirme fièrement que c'est grâce à lui que le Sénégal a connu le pluralisme audiovisuel. Nous verrons dans ce chapitre comment il a voulu profiter de ce renouveau médiatique pour s'afficher comme un fervent défenseur de la liberté et de la démocratie. Dans la même perspective, nous constaterons que les mêmes missions qu'on avait attribuées à la télévision éducative sont désormais dévolues à la télévision régionale 60 ans après : outil de promotion culturelle et de développement local.

Section 1- Les tentatives des pouvoirs publics de contrôler la première télévision privée

Dans son programme de campagne, lors de l'élection présidentielle en 2000, Abdoulaye Wade avait promis une ouverture du secteur audiovisuel. Il a profité d'un voyage à l'étranger pour réaffirmer sa volonté de promouvoir la diversité dans le secteur audiovisuel : « Alors qu'il est invité à la Sorbonne en octobre 2000, il annonce la libéralisation prochaine de l'audiovisuel au Sénégal. Passant à l'acte dès son retour, il instruit son conseiller en communication, Chérif Elvalide Sèye de mettre sur pied une commission nationale de réflexion.»¹⁵¹

Il est important de souligner qu'avant l'arrivée de la première télévision privée, l'opposition sénégalaise menait une rude bataille pour avoir accès aux médias du service public notamment la télévision nationale. Mais ce combat était vain car le gouvernement ne permettait pas à l'opposition de s'exprimer sur la chaîne publique. Comme le souligne K. Diakhité, « les directeurs en tête doivent logiquement se soumettre à la volonté des pouvoirs publics et se plier à leurs moindres désirs.»¹⁵² Malgré les dénonciations à l'Assemblée Nationale et les manifestations organisées régulièrement par l'opposition devant les locaux de la RTS, les autorités ont toujours refusé la diversité des opinions sur la chaîne publique. D'ailleurs, « avant la libéralisation des ondes, la confiscation du secteur de l'audiovisuel par le Parti Socialiste, au pouvoir de 1960 au 19 mars 2000, a empêché la radio et la télévision d'être des outils performants pour l'instauration du pluralisme dans les médias électroniques. Le Syndicat des Professionnels de l'information et de la Communication au Sénégal (SYNPICS), les formations politiques, les autres syndicats, les militants des droits de l'homme n'avaient pas manqué de dénoncer cette situation d'autant plus inacceptable que ces médias, financés avec les deniers publics, ne reflétaient pas les diverses sensibilités traversant la nation sénégalaise. »¹⁵³

¹⁵¹ Diop, Momar Coumba, *Le Sénégal sous Abdoulaye Wade : le sôpi à l'épreuve du pouvoir*, Paris CRES KARTHALA, 2013, p.636

¹⁵² Kadialy Diakhité, *Promesses et désespoirs d'un service public*, Paris, Harmattan, 2013, p.115

¹⁵³ Abdou Latif Coulibaly, « Les nouvelles technologies de l'information et de la communication et le développement social au Sénégal », l'UNRISD, mai 2002, p.4 [document en ligne] [http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9%2F\(httpAuxPages\)%2FBB4016B9EA2462B4C1256BDB004ED583%2F%24file%2Flatifcou.pdf](http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9%2F(httpAuxPages)%2FBB4016B9EA2462B4C1256BDB004ED583%2F%24file%2Flatifcou.pdf)

Le Sénégal a connu sa première véritable libéralisation de la presse sous le régime d'Abdou Diouf avec la révision de l'article 13 du code de la presse de 1979 qui avait autorisé la création d'un journal sans autorisation préalable¹⁵⁴. En 1994 *Sud FM*¹⁵⁵ lance ses programmes et brise le monopole des radios d'État. En effet, c'est l'avènement de la première alternance politique qui va favoriser le pluralisme de l'audiovisuel. L'accession au pouvoir du parti « libéral démocrate »¹⁵⁶ va accélérer le processus de libéralisation de l'audiovisuel. Au départ, le Président Abdoulaye Wade avait demandé à la commission chargée d'étudier la libéralisation de l'audiovisuel de travailler sur un cahier de charge. La commission avait lancé un appel d'offre publié au journal *le soleil* et sur la radio *Sud fm*. Mais, semble-t-il, le pari était trop risqué. Les collaborateurs de Wade sont allés le voir pour le dissuader de retirer l'appel à candidature. Ils estimaient que c'était une erreur manifeste car l'opposition pourrait en profiter pour avoir sa télévision. Wade a finalement demandé à la commission de retirer l'appel à candidature avant même qu'il ait une seule réponse.

¹⁵⁴ « L'année 1986 inaugure le début de ce qu'on peut qualifier de presse privée depuis l'indépendance du Sénégal. L'innovation majeure apportée par le nouveau texte de 1986 est le remaniement de l'article 13 du code de 1979 qui permet désormais la création et la publication d'un journal sans « autorisation préalable et sans dépôt de cautionnement ». Avec cette mesure le président Abdou Diouf facilite la création de journaux privés et pose la première pierre de la mise en place de véritables contre-pouvoirs. La presse privée sera le porte flambeau des différents contre-pouvoirs au Sénégal et jouera ainsi un rôle salutaire et déterminant dans l'avènement de la première alternance politique en 2000. » M. Sow « Médias et pouvoirs politique au Sénégal, étude de la transition d'une presse d'État vers un pluralisme médiatique », Thèse de doctorat en Science de l'Information et de la Communication sous la direction de Arnaud Mercier, Université de Lorraine, 2016, p.71

¹⁵⁵ « Le groupe Sud communication inaugure l'arrivée des radios locales privées sur le marché avec la création de la première radio Sud FM en 1994. C'est un groupe qui, dès sa création, a affiché l'ambition de révolutionner le paysage médiatique » Ibid

¹⁵⁶ « C'est en 1974 que notre pays va réellement cesser de vivre le monopartisme politique. Avec la création du Parti Démocratique Sénégalais, le 31 juillet 1974, un autre courant vient s'ajouter à ceux déjà existants. Ainsi le libéralisme va faire son bonhomme de chemin et parviendra à supplanter le socialisme des pères fondateurs dès l'an 2000. » cf. seneweb.com URL : https://www.senenews.com/actualites/aujourd'hui-31-juillet-1974-naissance-du-parti-democratique-senegalais-pds_281673

Vers la création d'une deuxième chaîne publique

Les autorités ont choisi une autre voie pour procéder à la libéralisation. Il s'agit maintenant d'une libéralisation contrôlée. C'est la chaîne publique qui porte le projet en collaboration avec un promoteur privé. C'est un partenariat entre la structure d'El hadji Ndiaye (origine sa)¹⁵⁷ et la Radiodiffusion Télévision Sénégalaise au début des années 2000. T. Dioh note que « le 23 août 2001, les deux parties conviennent d'un contrat de partenariat à l'issue duquel elles définissent les conditions d'exploitation de leurs équipements respectifs (matériels de sonorisation et de spectacle de Origine Sa et fréquence de diffusion UHF 23 de la RT). »¹⁵⁸ Le 21 juin 2003, la télévision est lancée en phase test. Au début du lancement, la chaîne avait une vocation culturelle. Les programmes étaient essentiellement composés d'émissions musicales, ils étaient diffusés majoritairement en langue nationale Wolof.¹⁵⁹ La nouvelle chaîne sera pilotée par la direction générale de la chaîne publique. La signature de la convention de partenariat a eu lieu le 21 octobre 2003. Dioh rappelle que c'est la signature de cette convention qui « consacre officiellement la diffusion des programmes télévisuels réalisés sur la *RTS2S* en joint-venture, en attendant la création d'une société filiale de la *RTS* qui, seule, est habilitée juridiquement à bénéficier d'une telle concession de service public. »¹⁶⁰ L'expérience de mettre sur pied une deuxième chaîne publique échoue. « La mise sur pied de la filiale n'ayant pas pu se faire El hadji Ndiaye prend l'initiative de créer sa propre structure dénommée *2STV* et propose une prise de participation faite à la *RTS* qui décline l'offre. »¹⁶¹ En effet, il faudra attendre février 2006 pour que la *2STV* soit officiellement une télévision privée. Elle devient par la même occasion la première chaîne de télévision privée sénégalaise. Comme ce fut le cas en France

¹⁵⁷ Créée en 1999, « Origines sa », en tant que société anonyme de droit sénégalais spécialisée dans la production audiovisuelle ne disposait pas de matériels audiovisuels adéquats pour lancer de manière autonome sa télévision. La structure avait un studio d'enregistrement 4 pistes. Une pyramide culturelle sénégalaise à Dakar (48 pistes analogiques et numériques) et une usine de duplication de CD, DVD et de cassettes avec une production de 1.500.000 Cassettes audio par an.

¹⁵⁸ Dioh, Tidiane, *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone, des origines à nos jours*, Paris, Karthala, 2009, p.202

¹⁵⁹ Langue locale majoritairement parlée au Sénégal (80% de la population)

¹⁶⁰ T. Dioh, op. cit.p.202

¹⁶¹ Ibid

en 1986, la *RTS* ne détient plus le monopole de l'audiovisuel. « Accordée en 1982, confirmée en 1986, l'autorisation de créer des chaînes privées de télévision marque la fin d'une période où le monopole d'un organisme public régissait la télévision française. »¹⁶²

C'est l'émission *Star en ligne* qui a démarré les programmes de la nouvelle chaîne. Le premier numéro a été lancé en 2003 avec le chanteur Abdou Guité Seck.¹⁶³ L'émission a eu un succès retentissant. Les Sénégalais venaient de découvrir un nouveau type d'émissions avec des animateurs et des invités « libres de tout dire ». ¹⁶⁴ Au fil des années la nouvelle télévision éclipse les programmes de la télévision nationale qui n'a pas tardé à réagir. T. Dioh énumère les différentes stratégies qui ont été mises en place, à l'époque, par la direction de la télévision nationale pour faire face à la concurrence : « le 31 mai 2006, la télévision sénégalaise passe à la vitesse supérieure dans le domaine du numérique : elle reçoit, par le biais de la coopération japonaise, deux studios, 7 cabines, un nodal de télévision, cinq unités de tournage le tout pour un montant de trois milliards de francs CFA. Ce matériel doit lui permettre de passer au tout numérique, dès le mois de septembre. »¹⁶⁵

L'émergence de la concurrence entre télévision publique et télévision privée

La concurrence entre la chaîne publique et la chaîne privée devient de plus en plus accrue. L'arrivée de la chaîne privée a profondément changé la consommation de l'audiovisuel dans les années 2000. La *2STV* dont le modèle d'affaire est essentiellement centré sur l'audience enchaîne avec des émissions qui ciblent les jeunes. Elle a misé sur de jeunes animateurs qui sont devenus les nouvelles « stars » de la télévision sénégalaise¹⁶⁶.

¹⁶² Kopp, Pierre, *Télévisions en concurrence*, Paris, Economica, 1990, p.57

¹⁶³ Abdou Guité Seck (chanteur, auteur, compositeur) a débuté à Saint-Louis au Nord du Sénégal avec le groupe franco-sénégalais Wock

¹⁶⁴ C'est en opposition avec les animateurs de la télévision publique qui étaient trop élitistes. Les journalistes et les animateurs étaient triés sur le volet. Ils ne pouvaient pas faire de commentaires déplacés et ou de critiques à l'encontre du gouvernement.

¹⁶⁵T. Dioh, op.cit., p.202

¹⁶⁶ « Show tout chaud », était une émission de débat présentée par Maty Trois Pommes, « Elles sont toutes belles » une émission de beauté présentée par Pape Cheikh Diallo, puis par Eva Tra et « Allô Bombay » une émission consacrée au cinéma indien présentée par Mamadou Kane

En mars 2007, Aziz Samb quitte la *RTS* après plusieurs années de service dans le public. L'animateur vedette rejoint la télévision privée en tant que collaborateur extérieur. Aziz Samb était l'animateur de la célèbre émission « Oscars des vacances » entre 1992 et 2014. L'émission de divertissement diffusée à la *RTS* avait révélé beaucoup de jeunes talents notamment dans la musique et la danse. Pour faire face à la concurrence, la *RTS* était obligée de revoir son programme. Une nouvelle grille des programmes est lancée. La télévision publique réoriente sa programmation, elle mise désormais sur le divertissement et la production locale. La *RTS* s'oriente progressivement vers des programmes plus « audacieux » où l'on donne la parole à l'opposition. L'un des programmes phares qui ont marqué le changement d'orientation de la chaîne publique est incontestablement l'émission « Point de vue », retransmise en direct tous les dimanches entre 15 heures et 16 heures. La Radiodiffusion Télévision Sénégalaise dispose désormais d'une émission qui donne la voix aux opposants qui ont l'opportunité de critiquer le bilan du chef de l'État. Pour donner une certaine neutralité à l'émission, la *RTS* confie en 2010 l'animation à Oumar Guingue, un journaliste issu du privé. L'animateur a invité en décembre 2011, un an avant l'élection présidentielle de 2012, Idrissa Seck, farouche opposant du Président de la République. L'opposant avait la liberté sur la chaîne publique d'énumérer les manquements du régime d'Abdoulaye Wade sans crainte de censure. Ce genre d'émission était inimaginable avant l'arrivée de la concurrence. Ainsi, la *RTS* qui mise beaucoup sur la publicité, était obligée de revoir sa ligne éditoriale. La contrainte financière oblige la chaîne publique à adopter une stratégie de maximisation d'audience dans la mise en œuvre de la grille. E. Tozzo ne manque pas de souligner que les modifications apportées à la grille des programmes ont eu lieu dans un contexte de fin du monopole de la *RTS*. Il estime que « l'alternance au sommet de l'État, intervenue au Sénégal en 2000, a permis au quotidien *Le Soleil* et à la Radiodiffusion et télévision du Sénégal (*RTS*) de changer de visage. Alors que la privatisation du journal était clairement envisagée, ce dernier a opéré une mutation remarquable. »¹⁶⁷

L'émergence de nouvelles chaînes privées a entraîné des mutations profondes dans le secteur de l'audiovisuel. En France, l'arrivée des chaînes privées et des grands groupes financiers dans le secteur de l'audiovisuel ont mis la chaîne publique dans une

¹⁶⁷ Tozzo, Emile A, « La réforme des médias publics en Afrique de l'Ouest : Servir le gouvernement ou le citoyen ? », Editions Karthala | « Politique africaine » 2005/1 N° 97 | pages 99 à 115 [en ligne] <https://www.cairn.info/revue-politique-africaine-2005-1-page-99.htm>

situation complexifiée et concurrentielle¹⁶⁸. B. Lafon décrira que, « le visage et le rôle de FR3 vont se trouver profondément modifiés, la chaîne des régions étant contrainte d’opérer un certain “recentrage”. »¹⁶⁹.

En plus de l’amélioration de sa couverture dans le territoire national, la *RTS* a voulu également accroître son public à l’extérieur du pays en visant la diaspora sénégalaise. L’étude sur le comportement stratégique des chaînes de télévision privées généralistes au Sénégal qui a été faite par Gueye et Diongue montre les profonds changements constatés dans le secteur des médias. Les auteurs estiment que « la fin du monopole public à la télévision et la privatisation de la première chaîne sénégalaise en termes d’audience en 2003 a entraîné peu à peu une transformation de la culture dans la gestion des entreprises de médias, puisque le modèle classique de télévision est devenu la télévision dite commerciale, où la course à l’audience est la chose la plus importante, consacrant les études de marchés, les « tests d’impact », les indicateurs de performance et la rentabilité des capitaux engagés et changeant ainsi que les comportements des acteurs de ce secteur. »¹⁷⁰

La *2STV*, devient au fil des années, une chaîne largement regardée notamment par la diaspora sénégalaise. Le sondage effectué en 2007 par l’Agence Dakaroise d’étude Stratégique et de Recherche (ADSR) positionnait la *2STV* comme étant la chaîne leader dans la capitale sénégalaise et au niveau national. « Au niveau des télévisions, l’étude montre que la *2STV* arrive en tête avec un taux de 39% contre 21,2% pour Walf Tv au niveau National et dans la région de Dakar elle est aussi en tête avec 45,3% contre 25,9 % pour Walf Tv. Pour le média visuel le plus regardé, la *2STV* occupe la première place avec 87,7% d’audience cumulée habituelle contre 82,7% pour la première chaîne de télévision au Sénégal. »¹⁷¹

L’engouement autour de la nouvelle chaîne incite les responsables à se fixer de grandes ambitions. La *2STV* qui était à ses débuts une chaîne thématique est devenue en

¹⁶⁸ (Lafon, 2012)

¹⁶⁹ Lafon, Benoit, *Histoire de la télévision régionale de la RTF à la 3*, Bry-Sur-Marne, INA Editions, 2012, p.312

¹⁷⁰ Diongue, Moustapha, Gueye, Birahim, « Comportements stratégiques des chaînes de télévision privées généralistes au Sénégal », AIMS, 2018, pp. 1 à 27 [en ligne] <https://www.strategie-aims.com/events/conferences/29-xxviieme-conference-de-l-aims/communications/5093-comportements-strategiques-des-chaines-de-television-privées-generalistes-au-senegal/download> consulté le 8 janvier 2020

¹⁷¹ Cf. Leral.net URL : https://www.leral.net/2STV-WALF-FM-et-le-Journal-l-Observateur-plebiscites-par-les-senegalais_a9389.html

quelques années une redoutable concurrente de la chaîne publique. La concurrence fait naître de nouvelles ambitions, désormais « la programmation devient stratégique et commande les décisions en matière de programmes. La grille n'est plus une simple addition d'émissions, mais un assemblage qui respecte certaines règles de base dictées par les trois impératifs de conquête, de conservation d'une émission à l'autre et de fidélisation des auditoires. »¹⁷²

En 2006, la télévision privée a étoffé sa grille de programmes avec des émissions, des journaux télévisés en français et en wolof le matin. Des émissions sportives, culturelles, de divertissements et de société. L'apparition des émissions politiques sur la chaîne privée a radicalement changé la scène politique. L'opposition sénégalaise qui ne disposait pas de temps de parole à la chaîne publique, a désormais la possibilité de s'exprimer à la télévision grâce à l'arrivée de la chaîne privée. Ainsi, le changement de contexte dans les années 2000 a fait apparaître d'autres logiques qui incitent les médias d'État à changer d'orientation. M.S Frère souligne que « sur le plan statutaire et juridique, des dynamiques se sont mises en place afin de permettre leur évolution vers l'autonomie administrative. Un grand nombre de radios, télévisions et journaux gouvernementaux ont été soustraits à la tutelle directe des ministères de l'information ou de la communication et érigés en office autonomes ou EFA (établissements public à caractère administratif). Cette émancipation administrative devait permettre aux médias publics d'assurer eux-mêmes la gestion de leurs affaires quotidiennes. »¹⁷³

¹⁷² Chaniac, Régine et Jézéquel, Jean-Pierre *La télévision. Paris*, La Découverte, 2005, pp. 24-46.

¹⁷³ Frère, Marie-Soleil, *journalismes d'Afrique, De Boeck supérieur, Louvain –La –Neuve, 2016, p.183*

Section 2 - Le pluralisme des médias comme moyen de promouvoir la liberté et la démocratie

Le succès de la première chaîne privée a nourri des ambitions. Les demandes de fréquence de télévision ont passé du simple au double. Les promoteurs privés ont voulu massivement investir dans le secteur des médias. Plus de 147 canaux ont été attribués par l'Agence de Régulation des Télécommunications et des Postes (ARTP) pour seulement une trentaine de télévision opérationnelle.¹⁷⁴ Présent lors de l'inauguration de *WALFTV* en 2010, le Président de la République Abdoulaye Wade affirmait : « je suis des vôtres. Et ce n'est pas pour vous faire plaisir quand je dis que j'ai l'âme d'un journaliste. Je crois à la presse comme dimension de la démocratie. La presse a joué un rôle important dans la survenue de l'alternance en 2000 au Sénégal. Tout cela m'attache à la presse. »¹⁷⁵ L'ancien Président voulait montrer à la face du monde que la démocratie à laquelle il aspire n'est pas un vain mot, mais une réalité qui s'appuie sur un secteur médiatique pluriel.

Après la *2STV*, la chaîne *Canal Info* a été autorisée en juillet 2006. *Canal info* se décrivait comme une chaîne d'information continue, la première au Sénégal. Elle bénéficiait d'un important soutien financier de Karim Wade fils de l'ancien Président de la République Abdoulaye Wade. Le promoteur Vieux Aidara était un ami proche de la famille Wade. Cette chaîne qui était financée par la famille présidentielle a fait faillite en 2012 avec l'arrivée d'un nouveau gouvernement. Elle est placée sous administration judiciaire en 2014. *Canal Info News* faisait partie du dossier sur l'enrichissement illicite pour lequel Karim Wade, le fils de l'ex-chef de l'État était emprisonné en 2013.¹⁷⁶

Après *Canal Info*, est apparue *Radio Dunya Vision* (RDV), une filiale du groupe *Excaf Télécom*. Elle se définit comme étant une chaîne généraliste à vocation commerciale.

¹⁷⁴ En 2017 lors d'un séminaire sur « les procédures d'attribution des fréquences », le Directeur Général de l'Artp avait fait un point sur les fréquences « Nous avons attribué aujourd'hui 457 fréquences pour 276 radios, réparties comme suit : 222 radios communautaires, 48 commerciales et 6 radios internationales. Pour ce qui concerne la télévision, nous avons attribué au total 147 canaux, ce qui correspond à 31 chaînes de télévision » seneweb.com URL : <https://www.seneweb.com/news/Societe/457-frequences-radio->

¹⁷⁵ Cf. Xalimasn.com en ligne <https://xalimasn.com/wade-a-linauguration-du-siege-du-groupe-wal-fadjri-je-ne-suis-pas-un-president-qui-achete-les-journalistes/>

¹⁷⁶ Cf. Dakaractu.com URL : https://www.dakaractu.com/Canal-info-news-La-tele-de-Vieux-Aidara-placee-sous-administration-judiciaire_a57832.html

La grille des programmes était plus orientée vers le divertissement, la musique et les films. Elle ne traitait pas les actualités politiques.

La non-transparence dans l'attribution des fréquences télévisuelles

La date du 15 décembre 2006 a marqué un tournant dans l'aventure du groupe *Walfadri*. La chaîne *WALFTV* qui n'avait pas encore obtenu une fréquence hertzienne avait réussi à émettre par satellite.¹⁷⁷ Sidy Lamine Niass, le Président Directeur Général du groupe s'est tourné vers la société France Télécom avec qui, il avait signé un contrat qui lui permettait de diffuser les émissions de sa télévision, par le canal du satellite. Il déclarait que « face au retard accusé par l'État du Sénégal dans le processus de libéralisation du secteur de l'audiovisuel, nous sommes montés dans les airs pour prouver aux Sénégalais que nous pouvons faire de la télévision sans avoir de fréquence. »¹⁷⁸ La chaîne déboursait 500.000 euros par an pour la location des satellites et un investissement d'un milliard 800 millions de FCFA pour l'acquisition de matériels.¹⁷⁹ Au début, il fallait acheter un abonnement pour recevoir la chaîne. Financièrement la chaîne ne tiendrait pas longtemps car elle avait fait une levée de fonds sans s'assurer un retour sur investissement. « Au début, la chaîne comptait 1700 abonnés, alors qu'il fallait plus de vingt mille abonnés pour supporter les charges liées à l'investissement.»¹⁸⁰ Avec l'acquisition d'un nouveau matériel audiovisuel de haute technologie, la chaîne adopte le concept de « radio-télé ». Les programmes de la radio sont synchronisés à la radio. « Les émissions de *WALFTV* optent pour des programmes de proximité sur des sujets divers concernant la société, l'économie, la politique, le sport, la culture. »¹⁸¹ La chaîne va vite se distinguer en faisant des directs.

En 2007 *WALFTV* obtient une autorisation d'émettre en clair par voie hertzienne sur toute l'étendue du territoire national. Deux ans seulement après sa création *WALFTV* détrône la *2STV* et devient la télévision leader à Dakar. Les sondages révélaient que, « *WALFTV*, dernière-née des chaînes de télévision au Sénégal, a déjà pris ses habitudes. Elle se présente

¹⁷⁷ Osiris.sn « lancement de walf tv au Sénégal : une télé-radio pour une information de proximité » URL : <http://osiris.sn/Lancement-de-Walf-tv-au-Senegal.html>

¹⁷⁸ Ibid

¹⁷⁹ Seneweb.com « Walf Télévision diffusé par satellite de Paris » URL : <https://www.seneweb.com/news/Immigration/mediats-walf-t-l-vision-diffuse-par-satellite-de-pari>

¹⁸⁰ Ibid

¹⁸¹ Ibid

comme la chaîne la plus suivie à Dakar avec une part d'audience cumulée habituelle de 93 %. Regarder *WALFTV* n'est pas un effet de conjoncture, mais une règle ancrée dans les mœurs des téléspectateurs dakarois. »¹⁸² Les résultats du sondage de l'Agence dakaroise d'études stratégiques et de Recherches (Adesr) montrent clairement une migration de l'audience vers les télévisions privées. « La chaîne publique est en perte de vitesse. En un an, la télévision publique a perdu 10 points en termes d'audience cumulée habituelle. »¹⁸³ Le succès de *WALFTV* émane de sa ligne éditoriale qui se veut proche des populations vulnérables. Cette ligne éditoriale dérangeait le pouvoir en place, le *Groupe Walfadri* a été la cible des militants du parti au pouvoir. Le 25 septembre 2009, les locaux du groupe ont été mis en sac par un groupe d'individus. Le Directeur Général Sidy Lamine est entré, depuis ce jour, en conflit avec le gouvernement de Wade.

Depuis la libération du secteur de l'audiovisuel, les fréquences sont distribuées au bon gré des autorités. Aucun appel à candidature n'a été lancé pour les autorisations d'émettre. À en croire M. Barry, « les fréquences télévisuelles se négocient auprès du chef de l'État qui, ensuite, enjoint le ministre de la communication de faire le nécessaire. Donc c'est en toute opacité qu'elles sont délivrées selon la tête du demandeur. »¹⁸⁴ C'est d'ailleurs dans ce contexte que certains dossiers de promoteurs de télévisions ont été bloqués. C'est le cas du *Groupe Futurs Médias* (GFM) qui s'est vu refuser une licence hertzienne en 2008.¹⁸⁵ À l'époque le *Groupe Futurs Médias* (GFM) avait un journal *l'observateur* et une (*RFM*). Wade refusait à Youssou Ndour, l'octroi d'une licence sous prétexte que sa télévision serait financée par des puissances étrangères. Pendant deux ans, le patron du *Groupe Futurs Médias* Youssou Ndour a multiplié les sorties pour dénoncer le blocage de sa demande de licence de télévision. Une pétition a été lancée à travers le pays pour pousser

¹⁸² Cf. Sondage réalisé en 2009 par l'Agence dakaroise d'études stratégiques et de Recherches (Adesr) en ligne consulté le 10 novembre 2019 <http://www.osiris.sn/Sondage-tele-Walf-Tv-la-reine-de-l.html>

¹⁸³ Ibid

¹⁸⁴ Barry, Moustapha, « Médias et pouvoir depuis les indépendances (1960) », Thèse de doctorat soutenue le 7 mars 2012 à l'université Panthéon-Assas, p.44

¹⁸⁵ « Le lancement de TFM intervient après un conflit avec les autorités qui portait, officiellement, sur le mode de financement de la chaîne que le chanteur voulait lancer coûte que coûte. Le 1er mai, le président Abdoulaye Wade avait lié le refus d'accorder une autorisation d'émettre à la TFM à la volonté de l'État d'échapper à tout conditionnement de sa politique par « des étrangers ». Youssou Ndour l'avait ensuite convaincu que le financement n'était pas lié à l'étranger, en apportant des « preuves », avait déclaré le ministre de la Communication, Moustapha Guirassy. » jeuneafrique.com
 URL : <https://www.jeuneafrique.com/depeches/84861/politique/senegal-le-chanteur-youssou-ndour-lance-sa-television-privée/>

les autorités à autoriser la *Télévision Futurs Médias (TFM)*. Après plusieurs stratagèmes, le pouvoir a fini par céder, Youssou obtient une licence de télévision culturelle en 2010. Quelques années seulement après son lancement, la *TFM* a obtenu un succès retentissant auprès des Sénégalais. Depuis 2014 *TFM* reste la chaîne la plus regardée au Sénégal. En 2015, un sondage du cabinet Afrique communication et celui de Synchronix¹⁸⁶ révèle que 48% des Sénégalais « ont une préférence pour la *Télévision Futurs Médias (TFM)*. Il s'agit de la chaîne la plus regardée et la plus connue au Sénégal devant la *2STV* (23,9%) et la *RTS1* (21,2%). En termes de notoriété, plus de 9 personnes sur 10 connaissent la *TFM*. Après le Groupe Futurs Médias (GFM), le groupe DMEDIAS obtient une licence de télévision. »¹⁸⁷

La *SENTV* est créée en 2012, elle venait de renforcer le Groupe de presse *DMEDIAS* déjà propriétaire d'une radio *ZIK FM*, d'un journal *La Tribune*. *SENTV* est la première télévision qui se décrit comme une chaîne urbaine au Sénégal, elle consacre sa grille à une bonne partie de la culture urbaine sénégalaise. Elle consacre beaucoup d'émissions aux populations vivant dans la banlieue dakaroise.

En 2015, le secteur audiovisuel sénégalais comptait 18 chaînes de télévision généralistes et 3 chaînes régionales.

Illustration n°1 - les chaînes de télévision sur la TNT en 2015



Source : TDS. Com. Lien : <http://www.tds.sn/works/television-numerique-terrestre-tnt->

¹⁸⁶ Cf. Sondage réalisé en 2015 par Afrique communication et Synchronix [en ligne] <https://www.socialnetlink.org/2015/11/sondage-sur-les-medias-le-groupe-futurs-medias-leader-au-senegal/> consulté le 10 novembre 2019

¹⁸⁷ Ibid

L'émergence des chaînes religieuses

L'explosion du secteur de l'audiovisuel a aussi encouragé le développement de plusieurs chaînes d'obédiences religieuses. C'est une vieille revendication de certains téléspectateurs qui ne se reconnaissaient pas dans les programmes des télévisions privées généralistes. Ils dénonçaient les programmes diffusés sur les télévisions qu'ils jugent non conformes aux valeurs religieuses auxquelles le Sénégal doit aspirer.¹⁸⁸ Vu l'influence de la communauté religieuse sur le champ politique, les revendications ont vite eu un écho favorable. Même si, il faut le rappeler, le code de la presse stipule dans son article 144 qu'« aucune licence ne peut être accordée à un parti politique, à une alliance ou groupe de partis politiques, à une ethnie ou à un groupe d'ethnies et à une communauté religieuse. »¹⁸⁹ Mais malgré cette disposition, on compte au moins trois télévisions à obédience religieuse sur la TNT. N. Loum et I. Sarr rappelle que « dans le domaine de l'audiovisuel, Alioune Thioune, un ingénieur en télécommunications, a fait figure de pionnier en lançant Lamp Fm - puis Lamp Fall TV - adossé à Africatel AVS, un centre d'appels installé à Dakar. Le succès de Lamp Fall TV a encouragé d'autres promoteurs mourides à investir le créneau des médias. Ainsi voient le jour Touba TV en 2009, Al Azhar Fm, Radio Touba Hizbut Tarqiyya Fm et Al Mouridiyya TV en décembre 2013. »¹⁹⁰ Dans ces chaînes mourides, la programmation¹⁹¹ est principalement consacrée à des émissions religieuses. N. Loum et I. Sarr qui ont étudié

¹⁸⁸ « Face à cette forte effervescence de l'islam, les médias ont essayé de répondre au besoin exprimé par les Sénégalais de vivre leur foi et de s'informer sur leur religion. Il faut toutefois préciser que depuis 1951, avec la retransmission de la messe de la Cathédrale de Dakar par Radio Sénégal (Sonko, 2010, 124), la présence de la religion est constante dans l'espace médiatique sénégalais, même si elle a été fortement encadrée dans le cadre d'un système étatique d'information. » Ndiaga Loum et Ibrahima Sarr, « Les médias et la confrérie mouride au Sénégal », *Revue Internationale des Francophonies* [En ligne], 1 | 2017, publié le : 04/04/2019, URL : <http://rifrancophonies.com/rif/index.php?id=374>.

¹⁸⁹ Cf. Code de la presse de 2017 [en ligne] <http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article11233>

¹⁹⁰ Loum, Ndiaga et Sarr, Ibrahima, « Les médias et la confrérie mouride au Sénégal », *Revue Internationale des Francophonies* [En ligne], 1 | 2017, publié le : 04/04/2019, URL : <http://rifrancophonies.com/rif/index.php?id=374>.

¹⁹¹ « *Lamp Fall TV* consacre 70 % de sa programmation aux émissions religieuses. Même les *khassâides* [chants religieux] sont utilisés comme jingles. À *Touba TV*, les émissions religieuses occupent entre 50 à 70 % de la grille des programmes. Il s'agit de reportages sur les manifestations et événements religieux, la vulgarisation de la pensée de Cheikh Ahmadou Bamba, l'enseignement des préceptes de l'islam et du Coran, les causeries religieuses, les émissions interactives » *ibid* (Loum et Sarr)

le rapport entre les médias et la confrérie mouride concluent que les chaînes de radio et de télévision à obédience religieuse, « participent de la même logique : propager le mouridisme, diffuser le message universel et intemporel de l'islam et promouvoir les valeurs culturelles de la société sénégalaise. Leur discours a recours au système de valeur islamique, qui s'oppose à l'occidentalisation de la société sénégalaise. Leur discours a recours au système de valeur islamique, qui s'oppose à l'occidentalisation de la société sénégalaise. »¹⁹²

L'avènement des télévisions privées a suscité beaucoup d'espoir auprès des populations. L'opposition et la société civile se félicitaient d'avoir un paysage médiatique diversifié qui va garantir la démocratie et les libertés. Cependant, les populations se sont rendu compte quelques années après que le pluralisme médiatique est certes une avancée démocratique mais cela ne suffisait pas, la question de l'indépendance des médias s'est également posée. M.S. Frère souligne que « médias privés, forces politiques émergentes et nouvelles dynamiques de la société civile ont certes contribué à définir les contours d'un nouvel espace public, à instaurer une tradition de contestation, à désacraliser l'autorité, à proposer de nouvelles modalités de participation aux citoyens. Pourtant, tandis que le pluralisme politique a pu montrer ses limites ou son incapacité à apporter de véritables changements, et que la société civile s'est souvent engluée dans ses ambiguïtés et des ambitions cachées, les nouveaux médias privés ont bien vite prouvé qu'ils n'étaient pas des enfants de chœur de la démocratie. »¹⁹³ Cependant, pour promouvoir la culture et le développement local, les autorités ont misé sur les télévisions régionales.

¹⁹² N. Loum, I. Sarr, op.cit., p.46

¹⁹³ Frère, Marie-Soleil. « Médias en mutation : de l'émancipation aux nouvelles contraintes », *Politique africaine*, vol. 97, no. 1, 2005, pp. 5-17. En ligne <https://www.cairn.info/revue-politique-africaine-2005-1-page-5.htm#no34> consulté le 20 novembre 2019.

Section 3 - L'avènement des télévisions régionales : outil de promotion culturelle et de développement local

La *RTS* a lancé un programme de télévision régionale qui doit couvrir à long terme l'ensemble du pays. La première chaîne régionale, *RTS 3* a été lancée le 6 avril 2013 à Tambacounda. La Radiodiffusion Télévision Sénégalaise a déployé 24 milliards¹⁹⁴ de francs CFA pour un projet global qui doit concerner toutes les régions du pays.

La *RTS* a démarré la régionalisation de la télévision sénégalaise dans la partie orientale du pays. À terme, 14 chaînes seront lancées par la *RTS*. Après Tambacounda, *RTS4* Ziguinchor a été inaugurée en avril 2014. *RTS4* couvre toute la Casamance, au sud du Sénégal. Les télévisions régionales publiques sont entièrement financées par la *RTS*. Elles font aussi des recettes à travers la publicité. Selon le directeur technique de la *RTS*, la TNT est une opportunité pour la chaîne publique d'élargir son horizon : « On en a profité pour créer quatre chaînes de télévisions. C'est pour avoir une communication locale et de proximité. Il y a la *RTS 3* à Tamba qui sert Tamba et environ qui parle des problèmes de la région et environ. C'est une chaîne qui promeut les dialectes de la région. C'est pareil pour la *RTS 4* en Ziguinchor. Matam va démarrer incessamment et il y a la *RTS6* qui sera au niveau de Diourbel. On en a profité pour créer des chaînes zonales. Il y aura aussi six chaînes thématiques. La première marche actuellement, c'est la chaîne sportive qui n'est pas encore dans le bouquet de la TNT »¹⁹⁵

Illustration n°2 - logo RTS3 Tamba et RTS4 Casamance



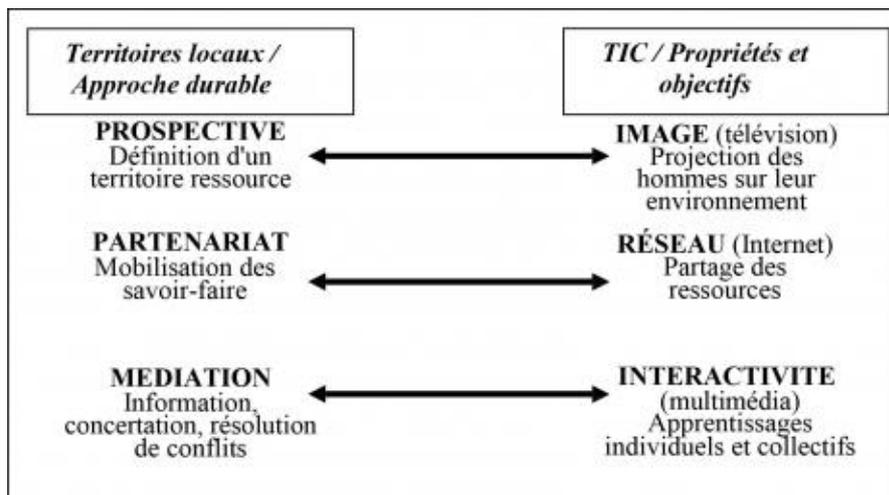
¹⁹⁴ « Le budget global des 14 radios et télévisions régionales s'élève à 24 milliards. Ce qui fait 1,7 milliard, par région » Xibartamba.com URL : <http://www.xibartamba.com/200-millions-de-francs-depenses->

¹⁹⁵ Cf. Annexe N°1 Entretien N°4

Télévision régionale et construction de la territorialité

Le ministre de la communication, Cheikh Abdoulaye Bamba Diéye, avait annoncé en 2014, lors de l'inauguration de la *RTS 4* que celle-ci « est un outil de proximité qui va permettre à la Casamance de s'ouvrir au Sénégal et au reste du monde, pour montrer son patrimoine culturel et ses capacités de développement. »¹⁹⁶ Les autorités sénégalaises misent sur les télévisions régionales pour asseoir une politique de développement local basée sur la promotion du pluralisme culturel, la diversité sociolinguistique et la démocratie locale. Après la radio, les autorités considèrent la télévision comme outil de communication efficace dans la construction de la territorialité. Isabelle Paillart souligne à ce propos que « les médias en région participent donc de ce quadrillage du territoire national mené par l'État en fonction de ses intérêts. Toutefois, la politique nationale d'aménagement du territoire s'est progressivement accompagnée d'un management des territoires par les pouvoirs locaux. »¹⁹⁷

Illustration n°3 - relation entre les objectifs politiques et les propriétés des TIC



Source : Hélène Martin-Brelot « La télévision locale comme outil au service du développement durable: l'expérience Rhizome Lien : <https://journals.openedition.org/netcom/172>

¹⁹⁶ Cf. seneweb.com 4 avril 2014, « la RTS4 a commencé officiellement ses programmes » [en ligne] https://www.seneweb.com/news/M%C3%A9dias/la-rts-4-casamance-a-officiellement-demarre-ses-programmes_n_122809.html consulté le 2 novembre 2019

¹⁹⁷ Paillart, Isabelle, « Territoires, médias et communication », Stéphane Olivesi éd., *Sciences de l'information et de la communication*. Presses universitaires de Grenoble, 2014, pp. 119-136.

Les chaînes régionales sont mises en place par les autorités pour être de véritables télévision-miroir de la diversité des pratiques culturelles. Leurs objectifs consistent à valoriser le territoire. Ce schéma ci-dessus « illustre l'hypothèse d'une relation entre ces objectifs et les propriétés des Tic (télévision, Internet et multimédia interactif). Ainsi, ces technologies joueraient un rôle dans la construction de la territorialité par le potentiel d'identification de l'image, le potentiel de liens et d'échange du réseau et enfin les possibilités d'apprentissage différencié offertes par les médias interactifs »¹⁹⁸ En plus de la promotion de la diversité, les acteurs politiques les régionales pourraient également contribuer à la relance de l'économie grâce à la vulgarisation des activités au niveau locale. B. Lafon insiste sur le rôle des télévisions régionales dans la construction des identités territoriales. Selon lui, « la volonté politique intégratrice, uniformisatrice au niveau de l'État-nation doit nous amener à considérer la politique de régionalisation de la télévision comme la mise en place d'une institution culturelle publique homogène sur l'ensemble des territoires de la nation.»¹⁹⁹

Télévision régionale, outil de proximité

Au Sénégal, il existe une vingtaine d'ethnies avec des langues différentes. Il est difficile pour la télévision nationale d'offrir à toutes les communautés une tribune. Ce qui était une source de frustrations pour les communautés minoritaires qui exigeaient plus de visibilité. Ainsi, les télévisions régionales semblent résoudre ce problème. « Les populations locales disposent désormais d'une télévision de proximité. C'est un moyen de montrer aux différentes communautés qu'elles "comptent" à travers un accès à l'information. Les télévisions régionales leur permettent de s'informer et d'avoir un espace ou un temps d'antenne pour pouvoir s'exprimer, exprimer leurs préoccupations, s'afficher et afficher leurs richesses culturelles, leur patrimoine. »²⁰⁰ Cependant, les discours qui accompagnent la

¹⁹⁸ Martin-Brelot, Hélène, « La télévision locale comme outil au service du développement durable: l'expérience *Rhizome* », *Netcom* [En ligne], 22-3/4 | 2008, consulté 24 November 2019. URL: <http://journals.openedition.org/netcom/1729> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/netcom.1729>

¹⁹⁹ Lafon, Benoit, *Histoire de la télévision régionale de la RTF à la 3*, BRY-SUR-MARNE, INA Editions, 2012, p.23

²⁰⁰ Cf. Annexe N°1 Entretien N°19

mise en place des télévisions régionales sont toujours pavés de bonnes intentions. Ainsi, les véritables motivations sont souvent inavouées. « La télévision régionale apparaît-elle comme un moyen, une ressource parmi d'autres de l'action gouvernementale au cœur des régions. En effet, contrairement à une véritable décentralisation qui aurait conduit à un déplacement du pouvoir décisionnel et des moyens associés au niveau régional, la régionalisation de la télévision tend à simplement optimiser la diffusion de l'information par conséquent des politiques publiques auprès des citoyens »²⁰¹

L'implantation des télévisions régionales sénégalaises intervient dans un contexte de politique de décentralisation menée par le président de la république. Entre 2012 et 2015 le chef de l'État et les membres du gouvernement avaient tenu dans chaque région du pays un conseil des ministres décentralisés. À travers ces actions, le gouvernement avait envisagé une meilleure territorialisation des politiques publiques et une bonne mise en cohérence des plans de développement des collectivités territoriales et des nouveaux programmes d'infrastructures de l'État. « La construction de l'espace politique local se réalise plus particulièrement par rapport à l'État et à son emprise locale. Il s'agit donc pour les politiques de communication de contribuer à la politisation progressive des territoires locaux à travers la création d'espaces politiques autonomes. »²⁰² La télévision régionale symbolise la décentralisation. C'est la télévision qui semble la plus proche des populations de la localité, donc un moyen efficace pour la visibilité des actions politiques. Elles sont de facto mobilisées pour relayer l'action gouvernementale. À ce propos, dans le contexte de la nature politique de la télévision française des années 50, B. Lafon rappelle que, « l'institution télévisuelle a donc pour vocation d'appuyer la politique gouvernementale, de figurer les membres du gouvernement en évitant soigneusement de mettre en visibilité les partis d'opposition et les débats politiques. »²⁰³

Pour le cas de la *RTS4*, Bachir Ba précise que « les programmes sont composés de bulletins d'informations (l'information est donnée dans les différentes langues de la localité), des émissions de développement, les aspects liés à la culture et les fenêtres sur la cohésion sociale sont aussi au programme. »²⁰⁴ Ainsi, au-delà des considérations politiques,

²⁰¹ Ibid., p.75

²⁰² I. Pailliart, art.cit, pp. 119-136.

²⁰³ B. Lafon, op.cit., p.16

²⁰⁴ Cf. Annexe N°1 Entretien N°19

la mise en place de la *RTS4* paraît stratégique. Elle est implantée en Casamance, au sud du pays, territoire marqué par des décennies de conflit. Un ancrage local des programmes permet dans une certaine mesure de consolider la paix. La télévision régionale, donc de proximité, peut permettre aux différentes entités qui partagent un même espace géographique de promouvoir le vivre ensemble. À part la télévision publique, aucun groupe de presse n'a pour le moment investi dans le secteur de la télévision régionale.

Conclusion chapitre 2

L'étude de ce chapitre nous a permis de montrer le contexte dans lequel est survenu le pluralisme médiatique au Sénégal. Si la libération de l'audiovisuel a eu lieu, c'est parce qu'elle est intervenue dans un contexte de changement de régime. Le Parti libéral démocratique voulait à tout prix marquer le coup après sa victoire en 2000. Le discours qui a accompagné ce changement s'inscrit sous le sceau de la démocratie et de la liberté d'opinion. Le Président de la République a créé dans un premier temps une commission pour le projet de la chaîne. Mais le pari était trop risqué pour son parti qui a finalement opté pour un pluralisme maîtrisé. En 2003, les autorités donnent l'autorisation à un promoteur privé qui s'est associé avec la *RTS* pour créer la *RTS2S*, chaîne culturelle sous le contrôle de la télévision publique. En 2006, le partenariat échoue, la *RTS2S* devient *2STV*, ainsi est née la première chaîne de télévision privée du Sénégal. Par la suite, le contrôle a échappé aux autorités qui ont finalement donné des autorisations à d'autres promoteurs de télévision privée. Les télévisions régionales naîtront quelques années après en ayant comme mission : le développement local. Mais on se rendra compte par la suite que leur véritable motivation consiste à accroître la visibilité des actions de l'État.

Chapitre 3 - La Télévision numérique : un projet politique, une troisième modernisation (années 2010-2015)

Les premières réflexions pour le basculement de l'analogique vers le numérique ont été timidement lancées en 2010. L'arrivée au pouvoir d'un nouveau régime en 2012 a donné une autre tournure au projet de la télévision numérique. Le président Macky Sall a mis en place un programme décennal « Sénégal numérique 2025 », il se donne dix ans pour impulser la croissance économique par la généralisation du numérique. La télévision numérique terrestre est au cœur de ce projet, c'est l'occasion pour les autorités de montrer que le « Sénégal numérique 2025 » est en marche. Nous allons montrer dans cette partie que le Sénégal, en réalité, n'était pas prêt pour le basculement de l'analogique au numérique en 2015. Les autorités ne voulaient pas rater le rendez-vous du 17 juin 2015 parce qu'il devait marquer la première étape d'un vaste programme de numérisation de la société. Avant Macky Sall, l'ancien gouvernement sous Wade avait commencé les premières réflexions. En début de chapitre, nous allons voir l'action de l'ancien gouvernement concernant le projet TNT et les quelques tentatives de modernisation des médias initiées par l'ancien Président de la République.

Section 1 - Les premières tentatives « d’assainissement » et de modernisation du secteur de l’audiovisuel

Le Président Abdoulaye Wade, dès son arrivée au pouvoir en 2000, a fait part de sa bonne volonté de moderniser le secteur des médias au Sénégal. Il a commencé d’abord par autoriser le pluralisme du secteur de l’audiovisuel. En 2006, il met en place un Conseil National de Régulation de l’Audiovisuel (CNRA). Le CNRA remplace le Haut Conseil de l’Audiovisuel (HCA) créé en 1998.

Il a introduit en 2010 un projet de loi établissant un nouveau code de la presse. Celui-ci devait redéfinir les règles concernant entre autres le statut du journaliste, celui de l’entreprise de presse, l’environnement économique des médias, l’autorégulation, il devait permettre un assainissement du secteur et une meilleure protection du journaliste.²⁰⁵ C’est dans cette perspective qu’il a d’ailleurs ordonné la mise en place d’un comité chargé de réfléchir sur la télévision numérique.

Le Comité National pour le passage de l’audiovisuel analogique au Numérique (CNN) a été mis en place par arrêté ministériel n° 7593 en date du 26 août 2010. Il s’agit de la première structure créée pour prendre en charge la question de la télévision numérique conformément au traité international appelé « accord GE06 » initié par l’Union Internationale des Télécommunications (UIT) et qui a fixé la date limite de cette migration au 17 juin 2015. Comme l’a souligné le ministre de la communication lors de l’installation du CNN, « c’est l’acte fondateur premier en ce qu’il déclenche le processus d’extinction totale de l’analogique, l’intensification de la couverture numérique du territoire et l’avenir du dividende numérique. »²⁰⁶

Il a été placé sous l’autorité du ministre de la Communication et des Télécommunications. Piloté par Malick Ndiaye, expert en Tic et Management des Médias, le comité avait pour mission d’orienter, de coordonner et de piloter les actions à mener pour assurer le passage du secteur de l’audiovisuel au numérique, suite à la décision prise le 26 août 2010

²⁰⁵ Cf. Code de la presse de 2017 [en ligne] <http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article11233>

²⁰⁶ Cf., Annexe N°2 Corpus N°1

Le comité était composé des représentants de l'État, des autorités de régulation de l'audiovisuel et des télécommunications, des entreprises du secteur de l'audiovisuel publics et privés, des opérateurs des services de télécommunications et des Tic, et des organisations professionnelles. Le comité national est constitué d'un comité de coordination et de commissions spécialisées qui sont chargés d'apporter des solutions aux problèmes juridiques, techniques, commerciaux et ceux liés aux contenus et programmes audiovisuels. L'arrêté ministériel en son article 2 précise les objectifs du comité de pilotage. Le CNN était chargé « d'assurer pour la radio et la télévision, la numérisation de la diffusion hertzienne, l'arrêt complet de la diffusion analogique et l'utilisation du dividende numérique, d'élaborer le cadre juridique du passage de l'audiovisuel analogique à l'audiovisuel numérique, afin que soient garantis les droits de tous les acteurs et le respect du principe de la continuité du service public audiovisuel. »²⁰⁷ C'est un contexte qui est marqué par une augmentation fulgurante des chaînes de télévision. Le Comité National pour le passage de l'audiovisuel analogique au Numérique intervient également dans un contexte où les Tic sont au cœur des politiques gouvernementales. Il fallait aussi « revoir le cadre législatif et réglementaire du secteur de l'audiovisuel au contexte de la convergence, les réseaux câblés, le MMDS, la télévision directe par Satellite et la TNT. Le Comité National pour le passage de l'audiovisuel analogique au Numérique devait élaborer une stratégie pour l'utilisation du dividende numérique ; d'identifier les opportunités pour les industries de l'électronique, de l'audiovisuel, des télécommunications. »²⁰⁸

Les travaux de ce comité national étaient destinés à la mise en place de la Télévision Numérique Terrestre au Sénégal. L'arrivée de la TNT devrait chambouler le paysage audiovisuel. Si l'on tient compte des nombreux avantages énumérés par les porteurs de ce projet. Elle va favoriser « la multiplication des chaînes de télévision, permettre une meilleure offre de programme, la télévision haute définition, la radio numérique, une économie du spectre de fréquence, une meilleure couverture du territoire, le développement de la téléphonie mobile (4G) et l'Internet à haut débit. »²⁰⁹

²⁰⁷ Cf. Arrêté ministériel n° 7593 en date du 26 août 2010 portant création, organisation et fonctionnement du Comité national pour le passage de l'Audiovisuel analogique au Numérique. URL : <http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article8670>

²⁰⁸ Ibid

²⁰⁹ Cf., Annexe N°2 Corpus N°1

Les Tic, au cœur des politiques publiques dans les années 2000

Le discours du Président Abdoulaye, prononcé le 18 juin 2002 à l'Assemblée Générale des Nations Unies sur le thème « les technologies de l'information et de la communication au service du développement », annonçait déjà la direction politique dans laquelle le Sénégal s'était engagé. Cela peut tout de même surprendre plus d'un, car le président Wade avait donné l'engagement de s'attaquer aux secteurs prioritaires notamment l'agriculture dès son accession au pouvoir.

Mais cette orientation politique ne correspondait pas aux choix des organisations internationales qui se sont fait les porteurs de la société de l'information, nous révèle B. Miège : « La préparation des Sommets, les Sommets eux-mêmes, ont été le moment, sinon d'une campagne de communication, du moins d'une action concertée visant à obtenir que la grande majorité des pays, ainsi que les divers organisations internationales entrent dans un même cadre explicatif visant à produire du consentement dans l'adaptation à un processus inéluctable d'ordre économique-technique. Cette conviction par le discours n'a guère rencontré d'oppositions des responsables politiques ou managériaux, y compris dans les pays les plus pauvres souvent acquis à l'idée d'une révolution en cours sinon déjà réalisée »²¹⁰

Le Président Wade avait plaidé pour l'institution « d'un fonds des technologies de l'information et des communications » pour aider l'Afrique à résorber la fracture numérique. L'ancien Président avait néanmoins souligné les avancées notoires de l'Afrique dans le domaine des Tic : « Au demeurant et loin d'être une fatalité, le retard de l'Afrique, en la matière, est en voie d'être jugulé, voire comblé, tant la bataille, je me réjouis de le noter, est bien engagée, pour la réalisation de cette nouvelle citoyenneté planétaire qu'entend être la révolution numérique. »²¹¹

²¹⁰ Miège, Bernard, « L'imposition d'un syntagme : la Société de l'Information », *tic&société* [En ligne], Vol. 2, n° 2 | 2008, mis en ligne le 03 avril 2009, consulté le 12 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/467> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.467>

²¹¹ Cf. Osiris. Sn « Discours président Abdoulaye Wade l'assemblée générale des nations unies sur le thème : les technologies de l'information et de la communication au service du développement, 20 juin 2002 en ligne <http://www.osiris.sn/Discours-du-President-Abdoulaye.html> consulté le 4 avril 2020

Malgré l'engagement affiché du chef de l'État pour mener le Sénégal vers une « société de l'information », on constatera que les premières initiatives ont commencé à voir le jour en 2008 avec l'adoption de la loi sur la « société de l'information. »²¹² M. C. Diop précisera que « les discours sur les vertus des tics et l'insertion du Sénégal dans la société de l'information commencent dès l'arrivée au pouvoir du Président Wade, en 2000, [...] cependant malgré les atouts importants dont le Sénégal dispose, l'absence de lignes directrices claires en matière de politique des tics, a longtemps été déploré par les acteurs du secteur et par les chercheurs »²¹³.

Le Président de la République donnera par la suite aux technologies une place de choix, il mettra en place plusieurs actions allant dans le sens de la matérialisation de la « société de l'information ». « À l'intérieur du pays, plusieurs actions sont menées depuis 2000 par les autorités politiques dans le but de faire des Tic le moteur du développement économique et de la modernisation de l'État. Ces initiatives s'accompagnent d'une volonté, clairement affichée, de faire du pays le leader en Afrique subsaharienne dans les télé-services. »²¹⁴

Tableau n°1 - récapitulatif des lois et décrets sur les Tic dans les années 2000

Instances	Missions
Loi portant Code des Télécommunications N° 2001-15 du 27 décembre 2001	L'objet du nouveau projet de loi est de définir le cadre juridique régissant le nouveau paysage du secteur des télécommunications, notamment celui des réseaux des télécommunications qui pourront être exploités par des personnes morales privées détentrices d'une licence qui sera accordée par décret, étant entendu que l'État fixe les orientations générales du secteur des télécommunications, et que l'autorité gouvernementale compétente veille à leur respect et à leur application.

²¹² C'est la loi 2008 du 25 janvier 2008 instituant la société de l'information, les objectifs de la loi sont précisés en son article 3 « La société de l'information est une société à dimension humaine, inclusive et solidaire, ouverte, transparente et sécurisée, qui œuvre en vue de l'accélération du développement économique, social ainsi que culturel, de l'élimination de la pauvreté et de la modernisation de l'État »

²¹³ Diop, Momar Coumba, *Le Sénégal sous Abdoulaye Wade : le sôpi à l'épreuve du pouvoir*, Paris CRES KARTHALA, 2013, p.636

²¹⁴ Ndiaye, Mamadou, « E gouvernance et démocratie en Afrique, le Sénégal dans la mondialisation des pratiques », thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université Bordeaux 3, p.218 [en ligne] http://www.osiris.sn/IMG/pdf/These_Mamadou_Ndiaye.pdf

Décret portant création et fixant les règles d'organisation et de fonctionnement de l'Agence De l'Informatique de l'État (ADIE) Décret n° 2004-1038 du 23 Juillet 2004	L'Agence De l'Informatique de l'État a pour mission essentielle de mutualiser les ressources de l'État en vue de rationaliser les dépenses informatiques, d'harmoniser les choix technologiques des différents services de l'administration pour faciliter les échanges de données et le partage des applications transversales.
Loi d'orientation sur la société de l'information N° 2008-10 du 25 janvier 2008	Cette loi d'orientation, comme son nom l'indique, assure une certaine harmonisation entre la politique gouvernementale en matière des TIC et le cadre légal et réglementaire préexistant
Loi sur les transactions électroniques N° 2008-11 du 25 janvier 2008	visé à assurer la sécurité des transactions électroniques au Sénégal, notamment les opérations liées au commerce électronique,
Loi sur la protection des données à caractère personnel N° 2008-12 du 25 janvier	Les objectifs de la présente réglementation visent à lutter contre les atteintes à la vie privée susceptibles d'être engendrées par tout traitement des données à caractère personnel permettant d'identifier directement ou indirectement une personne.
Loi sur la cryptologie au Sénégal. N° 2008-41 du 20 août 2008	Elle vise à assurer la sécurité publique et renforce les moyens de lutte contre la cybercriminalité.

Malgré les efforts consentis, les résultats restent mitigés. En adoptant les Tic, les autorités politiques pensent prendre le chemin le plus court qui mène vers le développement, mais on se rend compte, après plusieurs années, que les déceptions s'accumulent. « L'histoire de la gestion du secteur des télécommunications et des Tic entre 2000 et 2012 peut se résumer à une série d'occasions manquées »²¹⁵ Depuis l'apparition des Tic, les dirigeants sénégalais qui se sont succédé, n'ont cessé de vanter les mérites de celles-ci en affichant leur volonté de construire une société de l'information à l'image des pays dits développés. D'ailleurs à ce propos, le professeur F. Sarr pense que la modernité n'est pas à inventer, elle est déjà là. « Ainsi, à mesurer la distance qui en sépare, l'on se condamne à vivre les affres de la comparaison et à perpétuellement se penser sous le mode

²¹⁵ Sagna, Olivier « les politiques publiques en matière de télécommunication et de TIC (2000 et 2012), entre discours, réalisations et scandales », Osiris.sn, 2013, [en ligne] <http://www.osiris.sn//IMG/pdf/18oliviersagna130404.pdf>

du trainard qui doit rattraper son retard et gagner des places dans les divers classements qui le lui rappellent. C'est être assujéti au complexe du bon élève. Ce désir de reprise de formes d'organisation sociale dites modernes et la tentative d'en épouser les concepts philosophiques relèvent initialement de la greffe forcée par les circonstances de la rencontre coloniale. Mais elle perdure surtout par le fait d'élites africaines gagnées au rêve d'Occident, fascinées par sa réussite technologique, et désireuses de reproduire à l'identique ses formes sociétales. »²¹⁶

Malgré le retard considérable de l'Afrique par rapport aux autres continents dans le domaine du numérique, les institutions internationales, telle que la Banque mondiale, incitent les pays africains à aller dans le sens de la révolution numérique. Ces institutions soutiennent que seules les technologies peuvent permettre aux pays africains de sauter des étapes en accélérant leur croissance économique. Elles continuent à croire que « les Tic donnent aux pays africains la possibilité d'une plus grande intégration économique, commerciale et culturelle dans le monde, à condition bien entendu que ces pays en soient parfaitement conscients et qu'ils consentent les investissements nécessaires devant leur permettre d'en saisir les opportunités. »²¹⁷

Cependant, l'échec des télévisions éducatives dans les années 60 devrait amener les acteurs politiques à nuancer leurs positions techno-déterministes par rapport aux Tic. « Trente ans plus tard, il semble difficile d'imaginer de tels investissements pour un projet éducatif impliquant de surcroît une infrastructure, hertzienne ou par satellite, importante. Entre-temps le bilan a été fait des déceptions quant aux résultats de telles opérations, au Nord comme au Sud, et pour les pays du Sud, les échéances de la dette se sont brutalement concrétisées. »²¹⁸ C'était l'époque où les dirigeants pensaient avec conviction que les technologies allaient impulser le développement. L'avènement du numérique a désorienté les politiques publiques de beaucoup de pays africains. La culture du numérique a envahi bon nombre de pays du continent qui considèrent que la technologie va résoudre

²¹⁶ Sarr, Felwine, *Afrotopia*, Edition Philippe Rey, Paris, 2016, p.39

²¹⁷ Loukou, Alain François, « Les TIC au service du développement en Afrique », *tic&société* [En ligne], Vol. 5, n°2-3 | 2e sem. 2011 / 1er sem. 2012, mis en ligne le 20 avril 2019, consulté le 20 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/1047> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.1047>

²¹⁸ Mignot-Lefebvre, Yvonne, « Technologies de communication et d'information : une nouvelle donne internationale. » In: *Tiers Monde*, tome 35, n°138, 1994. Technologies de communication et d'information au Sud : la mondialisation forcée. pp. 245-277; en ligne http://www.persee.fr/doc/tiers_0040-7356_1994_num_35_138_4873

les problèmes. Y. Mignot-Lefebvre mentionne que dans certains pays, « l'éducation et le social, sous leur forme étatisée, ont cessé d'être des secteurs prioritaires. Les nouvelles technologies sont d'abord considérées comme un facteur de production pour le développement de l'économie et des industries culturelles »²¹⁹.

²¹⁹ Ibid., p.255

Section 2 - TNT, une étape vers la société numérisée

La Télévision Numérique Terrestre (TNT) apparaît dans un contexte où les autorités politiques ont lancé un vaste programme de numérisation de la société. Il s'agit de la stratégie numérique dénommée « Sénégal numérique 2025 ». L'objectif de ce plan est de transformer le Sénégal en une « société numérisée » où les organisations publiques et privées utilisent de plus en plus les Tic dans la fourniture des biens et services. Comme le souligne Ibrahima Fall, coordonnateur de la cellule des affaires juridiques du ministère de l'économie numérique : « nous sommes submergés par le numérique et tout est en train d'être dématérialisé avec le numérique. Aujourd'hui si on veut booster le développement, si on veut booster l'émergence, il faut que le numérique soit au cœur de tous les projets, au cœur de toutes les politiques publiques de l'État du Sénégal. Donc la télévision numérique terrestre ne peut pas être en reste par rapport à cela. Aujourd'hui l'État a compris que ce cap doit aller de l'avant. »²²⁰

La stratégie mise en place par le gouvernement du Sénégal compte « impulser un environnement des affaires basé sur les transactions et le partage d'information. »²²¹ Le « Sénégal numérique 2025 » est un projet du Président Macky Sall, il a manifesté sa volonté d'impulser la croissance économique au Sénégal, à travers l'usage et la généralisation du numérique. Les autorités espèrent améliorer le climat des affaires et créer beaucoup d'emplois directs et indirects. Un certain nombre d'objectifs sont assignés à la « stratégie Sénégal numérique 2025 »²²² :

- 4^e place en Afrique et au moins la 90^e place mondiale dans l'indice développement des Tic de l'UIT
- Contribution du numérique au PIB à hauteur de 10% avec la création de 216 000 emplois d'ici 2025.
- Promouvoir l'industrie culturelle

Le basculement de l'analogique vers le numérique est au cœur de la stratégie « Sénégal numérique 2025 », sa mise en œuvre est considérée par les acteurs politiques comme une

²²⁰ Cf. Annexe N°1 Entretien N°8

²²¹ Cf. Annexe N°3 Corpus N°4

²²² Les objectifs sont nombreux, nous en avons donné trois à titre illustratif (Cf. Annexe N°3 Corpus N°4)

étape franchie vers une « société numérisée ». Les discours d'accompagnement de l' « innovation » produits lors de la mise en place de la TNT s'inscrivent dans un contexte sociopolitique marqué par un discours technophile.

L'analyse lexicale de la stratégie « Sénégal numérique 2025 »

Pour mieux comprendre le contexte de production des discours officiels sur le numérique, nous allons d'abord analyser le corpus textuel du document de 47 pages intitulé « Sénégal numérique 2025 »²²³. C'est un document de référence qui présente la vision du gouvernement sénégalais en matière de numérique. Notre démarche répond aux exigences de P. Flichy qui estime que, « la recherche ne doit pas porter sur le fait technique mais sur l'action technique, sur les intentions, les projets, les délibérations qui précèdent l'action, sur le déroulement de l'action elle-même et surtout sur l'interaction des différents acteurs entre eux, et entre eux et l'objet technique. »²²⁴ L'analyse du document va se faire à l'aide du logiciel libre Iramuteq²²⁵. La Classification Hiérarchique Descendante nous permet de répartir les termes en classes.²²⁶ « Les méthodes de classification automatique, constituent à côté des méthodes factorielles, la seconde grande famille de techniques d'analyse des données. Ces méthodes permettent de représenter les proximités entre les éléments d'un tableau lexical (lignes ou colonnes) par des regroupements ou classes. »²²⁷ Ainsi, la classification obtenue sera représentée sous forme de dendrogramme²²⁸ pour montrer les proximités entre les formes du corpus. L'objectif est de tester l'hypothèse qui montre que le document « Sénégal numérique 2025 » indique un nouveau mode de gouvernance qui s'appuie sur le « numérique ». L'interprétation des classes pourra nous permettre de montrer

²²³ Cf. Annexe N°3 Corpus N°4

²²⁴ Patrice Flichy. « *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales. Vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris, La Découverte, 2003, p.121

²²⁵ Voir chapitre introductif

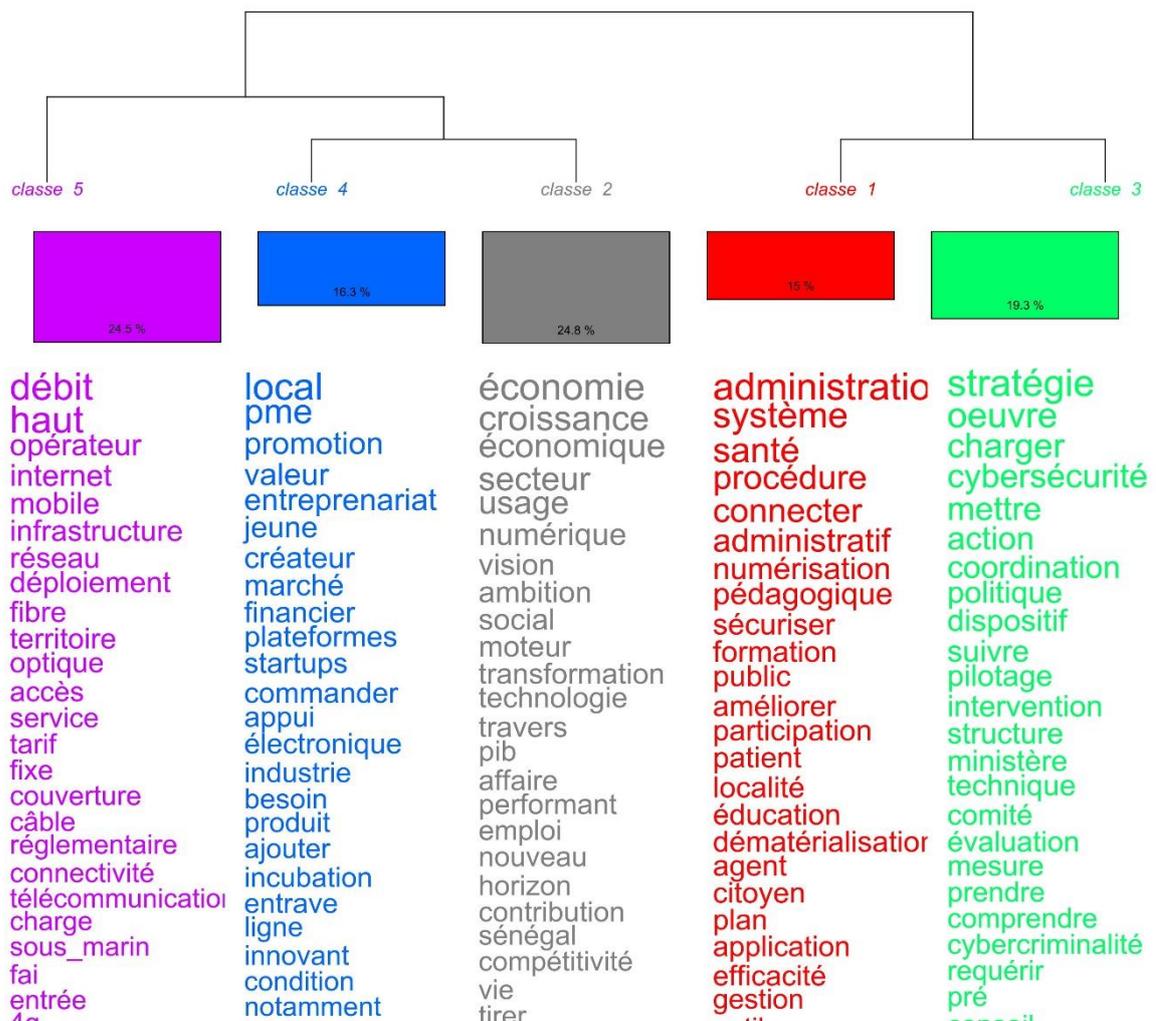
²²⁶ Selon Lebart et Salem « La notion de classe est intuitive (groupes d'individus les plus semblables possible). La description des classes fait appel à des classements de libellés complets et donc facile à lire, ces classements étant fondés sur de simples comparaisons de pourcentages. Il est donc plus facile de décrire des classes qu'un espace continu. » Lebart, L. & Salem, A, *Statistique Textuelle*, 1994, p.131

²²⁷ Lebart, L. & Salem, A, *Statistique Textuelle*, 1994, p.111

²²⁸ « La classification ainsi obtenue peut être représentée de plusieurs manières différentes. La représentation sous forme d'arbre hiérarchique ou dendrogramme constitue sans doute la représentation la plus parlante. » Ibid

que les « innovations numériques » qui sont décrites dans le document se basent généralement sur des perspectives utopiques. L'analyse de notre corpus comporte 436 segments²²⁹ de texte, 15679 occurrences, et 2474 formes.

Figure n°1 - Dendrogramme des thèmes du corpus « Sénégal numérique 2025 »



La structure de ce dendrogramme peut être classée en 3 grandes thématiques. Le dendrogramme présente de « manière ordinaire de haut en bas et de la taille de police la plus grosse à la plus fine, les mots qui sont les plus spécifiques d'une classe formée par le CHD,

²²⁹ « La segmentation ainsi définie permet de considérer le texte comme une suite d'occurrences séparées entre elles par un ou plusieurs caractères délimiteurs. Le nombre total des occurrences contenues dans un texte est sa taille ou sa longueur » Ibid p4

c'est-à-dire qui sont les plus fréquents dans les segments de textes relevant de cette classe. »²³⁰

- **Classe 2 et 4 : le numérique facteur de croissance économique**

L'analyse montre que la thématique intitulée « facteur de croissance économique » occupe la première place dans le classement. Cette position dénote la nature du document qui présente la manière dont le numérique va résoudre le chômage au Sénégal, avec la création de startups qui va générer de l'emploi mais aussi le développement de l'entrepreneuriat des jeunes via les technologies. La télévision numérique terrestre est parmi les secteurs visés. Elle apparaît comme un prétexte pour lancer l'un des premiers projets de la stratégie « Sénégal numérique 2025 ». C'est une manière de montrer que le Sénégal est en avance par rapport aux autres pays d'Afrique de l'Ouest. Le seul pays dans cette partie du continent qui a respecté les engagements de l'union internationale des télécommunications. C'est ce que révèle Mamadou Baal expert audiovisuel et membre du CNRA : « Le Sénégal est bien en avance parce que le numérique est partout, l'internet est partout. Le Sénégal s'y est pris très tôt. Depuis 2008, nous y avons beaucoup travaillé avec le comité national numérique qui est mis en place et ensuite avec le CONTAN et son comité exécutif. Nous avons reçu plusieurs missions du chef de l'État qui, dans son PSE, a compris que l'internet est indispensable pour avancer et rapidement. Outre l'infrastructure TNT, nous avons mis en place la fibre optique dans tout le Sénégal. A l'heure actuelle, non seulement l'infrastructure TNT est déjà en place au Sénégal, mais aussi la fibre optique est partout au Sénégal. »²³¹ Cette stratégie explique le choix du Sénégal de se baser sur le numérique comme déclencheur pour un renouvellement structurel de l'économie nationale. Elle est clairement affirmée dans le document « Sénégal numérique 2025 » qui révèle que « cette vision traduit l'option du Sénégal de s'appuyer sur le numérique comme catalyseur pour une transformation structurelle de l'économie nationale et de s'inscrire dans la société du savoir

²³⁰ Brissaud, Constantin, L'analyse textuelle des idées, du discours et des pratiques politiques, sous la direction de Pierre-Marc Daigneault, François Pétry, Presse Universitaire de Laval, 2017, p.134

²³¹ Cf. SocialNetlink, Baal Mamadou « le numérique a changé le Sénégal »consulté le 3 février 2020 (en ligne) <https://www.socialnetlink.org/2019/05/mamadou-baal-expert-audiovisuel-le-numerique-a-change-le-senegal/>

et de la connaissance de manière inclusive et durable. L'ambition au plan économique est de redonner un nouveau souffle au secteur, en apportant de nouveaux relais et sources de croissance aux acteurs, et de porter ainsi la contribution du numérique au PIB à 10% à l'horizon 2025. Les projections réalisées sur ce volet prévoient également une augmentation du PIB par effet d'entraînement des autres secteurs clés par le numérique, de l'ordre de 300 milliards de F CFA. Il s'agira aussi de tirer parti du fort potentiel du numérique en termes de création d'emplois, avec un objectif de 35.000 emplois directs créés, dans le secteur du numérique au Sénégal d'ici 2025, conformément aux objectifs du PSE. »²³² Les autorités se basent sur les promesses du numérique pour décliner un plan stratégique sans aucune prise de distance. Elles ne prennent pas en compte les contraintes du terrain qui empêchent la mise en œuvre des objectifs. Ce qui amène P. Bouquillion à préciser que « les techniques, les TIC en l'occurrence, sont vues comme ayant des « impacts » sur la vie économique, sociale et politique, comme si le « social » était une matière malléable façonnée par des techniques. Les discours qui envisagent le développement des TIC en termes de « diffusion » ou « d'adoption » s'apparentent à une variable du déterminisme technique. »²³³

- Classe 1 et 3 : les stratégies mises en œuvre pour mettre en place une administration numérisée

La deuxième thématique « les stratégies mises en œuvre pour mettre en place une administration numérisée » occupe une place de choix dans le cœur du document. « Le PSE prévoit également l'automatisation des procédures administratives avec la généralisation de la télé procédure du permis de construire, la généralisation de la télé déclaration et le télépaiement des impôts et taxes, l'automatisation plus poussée de la procédure de création d'entreprises, l'achèvement de l'informatisation du Registre de Commerce et du Crédit Mobilier (RCCM) et de la chaîne commerciale, la télé procédure de transfert de propriété, le système d'information crédible sur le foncier (automatisation du livre foncier et des

²³² Cf. Annexe N°3 Corpus N°4

²³³ Bouquillion, Philippe et Paillart, Isabelle, « Techniques d'information et de communication et développement des territoires : vers de nouveaux rapports entre l'état et les collectivités territoriales ? », *Études de communication* [En ligne], 26 | 2003, mis en ligne le 13 octobre 2008, consulté le 14 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org/sid2nomade-2.grenet.fr/edc/126> ; DOI : <https://doi-org.sid2nomade-2.grenet.fr/10.4000/edc.126>

réserves foncières). »²³⁴ Les acteurs politiques annoncent les réformes en tenant en compte d'un seul aspect, comme si le numérique est seul garant d'une administration performante. Selon B. Miège « il convient d'abandonner le schéma de pensée fort répandu selon lequel tout procède d'une (ou une série) d'innovation (s) technique (s) principale (s), le reste (c'est-à-dire, le social, le culturel, le symbolique etc.) en dépendant et devant s'y adapter. »

Illustration n° 4 - Objectifs stratégiques à l'horizon 2025

<i>Objectifs stratégiques à l'horizon 2025</i>			
<i>Rubrique</i>	<i>Indicateurs</i>	<i>2015</i>	<i>2025</i>
Impulsion de la croissance économique	Contribution au PIB (en valeur)	6,28%	10%
	Augmentation induite sur le PIB direct		300 milliards
	Investissement direct étranger drainé		50 milliards
Emplois⁶	Emplois Directs	19 000	54 000
	Emplois indirects	57 000	162 000
Usage des TIC	Accès à internet	1 ménage sur 10	5 ménages sur 10
	Télé-densité Haut débit mobile	0,54	0,9
	Elèves et étudiants équipés en terminaux		100%
	Etablissements scolaires connectés et équipés		100%
	Taux de bancarisation électronique	12%	50%
Environnement des affaires, accès et coût	Classement NRI mondial	106 ^{ème}	70 ^{ème}
	Classement NRI en Afrique	12 ^{ème}	4 ^{ème}
	Classement IDI mondial	132 ^{ème}	90 ^{ème}
	Classement IDI en Afrique	11 ^{ème}	4 ^{ème}
	Classement Coût du panier TIC mondial	150 ^{ème}	100 ^{ème}

Source²³⁵ : Extrait du document stratégie Sénégal numérique 2025

Le tableau ci-dessus décrit les objectifs stratégiques du Sénégal dans le domaine du numérique d'ici 2025. Le tableau montre les résultats de 2015 et les objectifs que l'État du Sénégal souhaite atteindre d'ici 2025. Selon les chiffres contenus dans le tableau, la contribution des Tic au PIB est estimée à 6.28% en 2015, l'État souhaite ramener cette contribution à 10% soit une augmentation de 300 milliards de FCFA sur le PIB. Un ménage sur dix avait accès à internet en 2015, les estimations d'ici à 2025 tournent autour de cinq ménages sur dix. Le tableau indique que le Sénégal veut atteindre la 4^{ème} place en Afrique et la 90^{ème} mondiale dans l'indice de développement des Tic de l'UIT. On constate clairement que les perspectives décrites sont utopiques. On remarque une absence de tableau

²³⁴ Cf. Annexe N°3 Corpus N°4

²³⁵ Cf. Annexe n°4

de bord, aucune indication concernant la voie à suivre pour l'atteinte des objectifs. A ce propos, Ndiaga Gueye révèle que « la stratégie « Sénégal Numérique 2016-2025 » a été élaborée, sans dresser au préalable un état des lieux clair et précis du secteur des TIC au Sénégal. En effet, la dernière enquête nationale sur les TIC, réalisée par l'Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie (ANSD) et dont les résultats ont été présentés par l'Autorité de régulation des télécommunications et des postes (ARTP) remonte à 2009. Depuis lors, aucune collecte officielle de données n'a été effectuée. »²³⁶

- **Classe 5 : le cadre technique et règlementaire du numérique**

La thématique « cadre technique et réglementaire » met l'accent sur l'insuffisance du dispositif en place. Les recommandations interviennent à deux niveaux : améliorer la cohérence et l'efficacité de la gouvernance institutionnelle et mettre à niveau le cadre juridique du secteur des Télécommunications et des TIC. Les acteurs sont convaincus que « l'émergence de nouveaux acteurs provoque des bouleversements dans l'économie numérique avec les GAFAs (Google, Apple, Facebook, Amazon) et les OTT (Viber, Skype, WhatsApp,...), ou encore les équipementiers qui gèrent l'infrastructure physique des opérateurs et concentrent par l'externalisation une part importante des emplois. Le nouveau cadre juridique en perspective pourra apporter les réponses appropriées pour un meilleur encadrement des activités de Télécommunications »²³⁷

²³⁶ Cf. seneplus.com : Ndiaga Gueye « le numérique au-delà des discours » seneplus.com URL : <https://www.seneplus.com/opinions/le-numerique-au-dela-des-discours>

²³⁷ Cf. Annexe N°3 Corpus N°4

Figure n°2 - Nuage de mots des termes du corpus les plus représentatifs



L'analyse de nuage de mots nous a permis de représenter sous la forme de graphique le regroupement de l'ensemble constituant le corpus soumis à l'analyse. Dans cette partie, le terme qui a le plus grand nombre d'occurrence est « numérique ». C'est le terme le plus important sur le plan visuel. Cependant cette représentation permet de voir les termes qui sont les plus courants dans le corpus (occurrences), elle donne plus d'importance à certains termes comme « développement, projet, Sénégal, service, secteur, internet, réseau, internet ». Dans le cadre de notre analyse, les mots qui sont mis en exergue dans le texte par le nuage de mot sont les plus importants. Le mot numérique, qui est le plus utilisé, traduit l'obsession des autorités politiques qui pensent que le numérique va transformer les secteurs (santé, éducation, social etc.). « Afin d'améliorer l'efficacité et la synergie dans les services publics, l'administration sera connectée pour mieux satisfaire les usagers, avec la

dématérialisation des procédures administratives, plus de productivité avec une réduction des coûts et des délais des transactions et opérations administratives. L'objectif étant de rapprocher l'administration des usagers dans leurs localités respectives »²³⁸

Le mot numérique est associé à tous les domaines d'activités. C'est dans ce contexte que le Comité de Pilotage de la Transition de l'Analogique vers le Numérique (CONTAN)²³⁹ a été mis en place pour proposer « un programme de réduction de la fracture numérique et de génération d'emplois par la mise en œuvre de services électroniques (e-services) permettant d'assurer une administration moderne et efficiente, réfléchir sur les modalités d'un meilleur accès des populations urbaines et rurales aux services en ligne. »²⁴⁰ Sa mission première consiste à assurer la transition de la télévision numérique. C'est dans ce contexte que le secrétaire exécutif du CONTAN souligne qu'« avec le processus de passage à la Télévision Numérique Terrestre (TNT) et le développement de l'interactivité, la convergence entre l'audiovisuel et les TIC a généré de nouvelles pratiques pour les usagers des médias audiovisuels. »²⁴¹

Inauguration de la TNT : la mise en scène du pouvoir politique

Pour les acteurs politiques, la modernisation de la télévision doit nécessairement entrer dans le cadre de la politique du gouvernement. Il y a une volonté de montrer que le Président de la République est dans le temps de l'action comme le montre la photo ci-dessous prise lors de la cérémonie de lancement de la TNT. Ce discours politique fabriqué

²³⁸ Cf. Annexe N°3 Corpus N°4

²³⁹ « Le CONTAN est créé par décret n° 2013-1432 du 12 novembre 2013. Il est placé sous l'autorité directe du Président de la République. Le Président du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) en assure la présidence et le Ministère de la Communication et de l'Économie numérique en assure la vice-présidence. Un Directeur exécutif, nommé par décret, en la personne de M. Amadou Top, était chargé de la mise en œuvre pratique des missions du Comité. Les missions du CONTAN sont nombreuses et diverses. Le Comité de Pilotage de la Transition de l'Analogique vers le Numérique est chargé de définir les standards et normes assurant le passage de la télévision analogique à la télévision numérique dans les meilleures conditions. Le comité s'occupe également de la partie technique. Il a présélectionné les partenaires techniques et financiers chargés de construire les infrastructures de multiplexage et de transport des signaux audiovisuels terrestres et satellitaires sur l'étendue du territoire national et élaborer les critères et les conditions de création, d'exploitation et de diffusion de contenus audiovisuels. » Source : décret n° 2013-1432 portant création du CONTAN.

²⁴⁰ Ibid

²⁴¹ Cf. Annexe N°3 Corpus N°4

lors de l'inauguration de la TNT renvoie à ce que Charaudeau appelle, « acte de communication, lui, concerne plus directement les acteurs qui participent à la scène de la communication politique dont l'enjeu consiste à influencer les opinions afin d'obtenir des adhésions, des rejets ou des consensus. Il en résulte des situations de regroupement qui constituent ce qui structure une partie de l'action politique (meetings, débats, affichage de slogans, réunions, rassemblements, défilés, cérémonies, déclarations télévisuelles... Ici, le discours politique s'attache à construire des images d'acteurs et à user de stratégies de persuasion et de séduction en usant de divers procédés rhétoriques »²⁴²

Illustration n°5 – Image du Président de la République prise lors de la cérémonie d'inauguration de la TNT



Source : TDS. Com. Lien : <http://www.tds.sn/works/television-numerique-terrestre-tnt-au-senegal/>

Cette image qui a été prise lors de la cérémonie de lancement de la télévision numérique montre le président de la république Macky Sall, télécommande à la main, en face d'un écran de télévision. L'image suggère deux valeurs symboliques. Dans un premier temps l'image met en scène le président en train de zapper pour montrer que le Sénégal a effectivement réussi le basculement de l'analogique vers le numérique. Sur l'image qui est projetée sur l'écran du poste de téléviseur, on peut voir les différentes chaînes de télévision qui sont présentes sur le bouquet de la TNT. Le deuxième symbole dénote le caractère

²⁴² Charaudeau, Patrick, *Le discours politique les masques du pouvoir*, Limoges, Editions Lambert-Lucas, 2014, p.30

politique de la cérémonie. Dans le discours prononcé lors de la cérémonie de lancement, le président de la république indique que « ce 17 juin, 17 chaînes de télévision sénégalaises seront désormais présentes partout sur le territoire national, ce qui correspond parfaitement à la deuxième dimension du PSE qui prône la réduction des inégalités sociales et la redistribution équitable des fruits de la croissance. »²⁴³ L'image associe le passage au numérique à l'efficacité du président. La photo du Président à droite de l'écran, le logo du plan Sénégal émergent et le texte au milieu « Le temps de l'action » expliquent à suffisance nos propos. Mamadou Ndiaye enseignant chercheur au Centre d'Etude des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI) estime que le 17 juin 2015, les Sénégalais ont assisté à une opération de communication plutôt qu'un basculement de l'analogique vers le numérique. Il souligne que « le Sénégal n'était pas obligé de basculer parce qu'on n'était pas prêt. Tous les acteurs du secteur savaient qu'on n'était pas prêt. On l'a fait pour des raisons politiques, pour des raisons de bilan politique entre 2015 et 2016, il y a eu des élections. C'était plus une opération de communication qui avait été mise en place mais il n'y avait pas de basculement. La preuve, le lendemain tout le monde a regardé la télévision via analogique »²⁴⁴

La « réussite » de la transition est attribuée au Président de la République. Dans son discours lors de la cérémonie de lancement de la TNT, le président du CONTAN a déclamé un poème à l'endroit de Macky Sall pour magnifier « son esprit visionnaire et son génie créateur. »

« Monsieur le Président, le visionnaire, aperçoit dans sa solitude ce que le commun des mortels, pris dans les contingences d'une quête matérialiste ne voit, ne sent et n'imagine pas. C'est le pénible lot d'un leadership avisé d'affronter une adversité dont on ne souhaite que le bonheur. C'est le lot des hommes et des femmes du progrès dont les plus illustres ont vécu le martyre. ça a été un tour de force d'avoir tenu l'échec en échec pour nous présenter devant vous, et rendre compte de cette étape de notre mission, de notre tour du Sénégal numérique. C'est comme le tour de France, c'est une chose d'hériter du maillot jaune, c'est une autre histoire de la garder, car entre le feu vert de Monsieur le Président et le rouge des sceptiques et des contempteurs, il a fallu garder les couleurs nationales rassemblées dans leur ordonnancement fondateur, avec la force vivifiante d'un peuple tendu vers le même

²⁴³ Cf. Corpus N°1 Annexe N°2

²⁴⁴ Cf. Annexe N°1 Entretien N°3

objectif, soutenu par une foi d'airain en son destin enfin pris en main. Et en de bonnes mains.
Les vôtres, Monsieur le Président de la République ».²⁴⁵

²⁴⁵ Cf. Annexe N°2 Corpus n°1

Section 3 – Réformes ou contrôle systématique de l’audiovisuel

Comme nous l’avons démontré dans les précédents chapitres, l’audiovisuel public a toujours été contrôlé par les pouvoirs publics. Par contre, l’audiovisuel privé qui a connu une croissance fulgurante dans les années 2000 a pu échapper aux contrôles malgré les tentatives de censure. L’un des objectifs inavoués de la TNT pourrait être une volonté des pouvoirs publics de maîtriser le secteur de l’audiovisuel. Déjà en 2013, le Président Macky Sall avait émis l’idée de mettre fin au « désordre » dans l’octroi des licences de télévision au Sénégal, révélant que plus d’une centaine de licences avaient été octroyées dernièrement sur des bases non objectives. « Les autres (l’ancien régime), avant de partir, ils ont donné plus de 100 licences à des politiques, à des proches du pouvoir pour en faire une arme politique et s’attaquer aux autres. Ce n’est pas juste. Nous allons mettre de l’ordre dans tout cela »²⁴⁶, avait-il déclaré. Mettre de l’ordre dans ce contexte, signifie maîtriser tout le processus, de la diffusion à la production. « L’expérience a montré qu’en période de transition stricto sensu (c’est-à-dire au cours de la phase temporelle qui s’échelonne des premières manifestations publique de contestation du régime autoritaire ou totalitaire à l’adoption de nouvelles institutions démocratiques) les pouvoirs contestés par la rue ont souvent annoncé des réformes allant dans le sens d’une libéralisation (technique consistant à lâcher du lest pour faire baisser la pression afin d’accompagner le changement à leur avantage plutôt que de le subir. »²⁴⁷ Cette remarque de R. de la Brosse nous invite à questionner les nouveaux mécanismes en termes de contrôle de l’audiovisuel. Les autorités ont mis sur pied en 2017 la Société de Télédiffusion du Sénégal (TDS) pour la gestion de la Télévision Numérique Terrestre (TNT). L’objectif de la société de télédiffusion du Sénégal consiste à faire le transport, le multiplexage et la collecte des signaux télévisuels du Sénégal. Selon l’article 149 du nouveau code de la presse, « outre les missions qui lui sont dévolues par la loi relative à sa création, l’opérateur de diffusion assure la diffusion en mode numérique

²⁴⁶ Cf. Seneweb.com « Macky Sall décrète la fin du désordre dans l’octroi des licences de télévision », 2013 [en ligne] https://www.seneweb.com/news/M%C3%A9dias/macky-sall-decrete-la-fin-du-desordre-dans-l-rsquo-octroi-des-licences-de-television_n_94660.html<http://www.seneweb.com/news/M%C3%A9dias/macky-sall-d> consulté le 5 février 2019

²⁴⁷ De la Brosse, Renaud, Médias et démocratie en Afrique : l’enjeu de la régulation, Bruxelles, Editions Bruylant, 2013, p.115

terrestre conformément à la composition des multiplex établis et aux clauses de sa convention avec l'organe de régulation. Il assure selon son cahier des charges la collecte des programmes auprès des éditeurs autorisés, le transport et le multiplexage des services et la diffusion à destination du public. »²⁴⁸

Désormais, avec la TDS, il sera plus facile d'interrompre les programmes d'une chaîne de télévision qui ne respecterait pas les cahiers de charges. La TDS sera un organe efficace pour « mettre de l'ordre » dans le secteur de l'audiovisuel. « Chaque chaîne de télévision qui veut une nouvelle ou qui émettait déjà devra signer un nouveau cahier de charge et avoir une nouvelle convention pour pouvoir continuer à exercer. Il y a un moyen de coercition très simple comme tout le monde diffuse dans le même centre de diffusion dès lorsqu'on aura fini le basculement si tu n'as pas signé le cahier de charge et la convention tu ne diffuseras pas. Avec la TNT on peut arrêter une chaîne de télévision parce qu'elle est dans le bouquet en appuyant sur un bouton. »²⁴⁹

Mais d'autre part, la TDS peut être utilisée pour exercer un contrôle abusif de l'audiovisuel, surtout dans un pays où les acquis démocratiques sont perpétuellement remis en cause. Plusieurs fois, des autorités politiques avaient ordonné l'arrêt de la diffusion d'une chaîne de télévision qui était critique à l'encontre du pouvoir en place. À ce propos, M. S. Frère, nous fait remarquer que « le système médiatique des pays d'Afrique francophone reflète le caractère semi-autoritaire du régime politique. La loi, censée garantir les conditions d'exercice de la liberté de la presse, devient des instruments de menace aux mains d'une justice malveillante. Le régulateur se positionne en censeur... L'argument qui rappelle celui utilisé dans les années 1960, permet de justifier le contrôle de ceux qui critiquent la corruption, la croissance des inégalités, la persistance de la pauvreté, et qui, pour cela peuvent être qualifiés d' 'antipatriotique' »²⁵⁰

²⁴⁸ Cf. code de la presse de 2017 [en ligne] <http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article11233>

²⁴⁹ Cf. Annexe N°1 Entretien N°1

²⁵⁰ Frère, Marie-Soleil, *journalismes d'Afrique, De Boeck supérieur, Louvain –La –Neuve, 2016, p.204*

Illustration n°10 – Siège du groupe Walfadri



« Les éléments de la puissance publique envoyés au siège du groupe Waf Fadri pour couper le signal de sa radio et de sa télé ont rebroussé chemin. Ils ont été accueillis par une marée humaine qui scandait le nom de Sidy Lamine Niassé, président de l'entité de presse. À ces manifestations de soutien des populations sont venues s'ajouter celles de politiques et de membres de la société civile. » Source : **Senepius.com** 2016 <https://www.seneplus.com/media/tentative-avortee-de-fermeture-de-walf>

En effet, il n'y aura plus besoin de se déplacer pour couper le signal d'une télévision, la TDS qui est chargée de faire le transport, le multiplexage et la collecte des signaux télévisuels peut à tout moment couper le signal d'une chaîne de télévision à la demande du Conseil National de Régulation. Par conséquent, nous remarquons que la TDS est certes un moyen de renforcement de la régulation, mais elle peut aussi encourager la censure. « Un gouvernement mal intentionné pourrait alors avoir beau jeu d'invoquer un contrôle nécessaire sur les médias, afin de protéger les individus et le public : le principal danger réside ici dans la tentation, qui peut être grande pour n'importe quel gouvernement en fonction du contexte, de se servir de mesures légitimées au nom de la protection des usagers des médias comme autant d'outils pour contrôler les médias eux-mêmes. »²⁵¹

²⁵¹ R. De la Brosse, *op.cit.*, p.14

Suspension de la diffusion des programmes de la SENTV

Le 31 décembre 2019, le Conseil National de Régulation (CNRA) a rendu publique la décision portant suspension des programmes de la *SENTV* suite à deux mises en demeure adressées à la direction de la *SENTV*. Voici les motivations du CNRA :

« Le conseil a, par courrier en date du 4 décembre 2019, porté à la connaissance du groupe D-Média l'interdiction légale de la diffusion des produits cosmétiques de dépigmentation ; attendu que les violations ne se limitent pas à un seul programme ou à une seule émission. Par ces motifs, le collège du CNRA, après avoir délibéré en sa séance du 31 décembre 2019. Article 1 : en application de l'article 26 de la loi n°26-04 du 4 janvier 2006 portant création du CNRA et de l'article 210 de la loi n°2017-27 du 13 janvier 2017 portant code de la presse, la diffusion des programmes de la *SENTV* est suspendue pour sept (07) »²⁵²

La politisation de la régulation audiovisuelle

Nous allons rappeler brièvement le contexte dans lequel est survenue la suspension de la *SENTV*. Le soir du 31 décembre 2019, le Président de la République a tenu une conférence de presse retransmise en direct sur toutes les chaînes de télévision. La *SENTV* a préféré au même moment inviter Ousmane Sonko, le chef de l'opposition. C'est le même jour à minuit que le CNRA a notifié à la direction de *D-Média* la suspension de la chaîne de télévision. Le contexte met un doute sur les réelles motivations du conseil de régulation. D'ailleurs le CNRA a violé l'article 26 de la loi du 4 janvier 2006 qui stipule qu'« en cas de manquement aux obligations prévues par la présente loi, ainsi que par les Conventions et Cahiers de charges, le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel fait des observations ou une mise en demeure publique aux contrevenants. En cas d'inobservation de la mise en demeure, le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel peut prendre une sanction qui peut

²⁵² Cf. cnra.sn URL : <http://www.cnra.sn/do/index.php?s=sentv>

consister en la suspension totale ou partielle d'un programme. »²⁵³ Si l'on se base sur les dispositions légales, seulement les programmes dans lesquels passent les publicités interdites devraient être visés mais non tous les programmes de la chaîne.

Les motivations du *CNRA* ont été jugées arbitraires et absurdes par la direction de la chaîne incriminée. Suite à la suspension de la *SENTV*, le directeur du *groupe DMEDIA* a adressé une lettre au Conseil National de Régulation, il a estimé que c'est la ligne éditoriale du groupe qui dérange et que l'État utilise « des méthodes illégales » pour le censurer. Il a souligné également que « le signal de la télévision du groupe *DMEDIA* au niveau de la TNT subit une perte de qualité croissante parce que tout simplement, c'est 1 mégabit qui est alloué à *SENTV* en lieu et place des 3 nécessaires pour une qualité optimale. »²⁵⁴.

Notons que la TNT peut être une entrave pour le pluralisme, si elle n'est pas entre les mains d'un pouvoir soucieux des valeurs démocratiques et de la diversité politique. « Les enjeux économiques, politiques et culturels de la télévision devenue le lieu contemporain de fabrication et de reproduction de l'imaginaire populaire, sont trop sérieux pour être l'objet d'un simple partage entre l'État-éducateur et le marché dérégulé. Le pluralisme est une exigence démocratique essentielle : la télévision, privée et publique, a l'obligation d'être pluraliste, de créer, de distraire, de cultiver et d'informer. »²⁵⁵

²⁵³ Cf. loi n° 2006-04 du 4 janvier 2006, portant création du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) <http://www.cnra.sn/do/wp-content/uploads/2013/10/LOI-2006-04-PORTANT-CREATION-DU-CNRA.pdf>

²⁵⁴ Cf. lettre de la *Sentv* adressée au *CNRA* [en ligne] https://www.pressafrik.com/Suspension-des-programmes-de-la-SEN-TV-la-lettre-incendiaire-de-Bougane-au-CNRA_a209901.html consulté le 2 mars 2020

²⁵⁵ Musso, Pierre, « La télévision publique, nouvelle école de la république ? », *Quaderni* [En ligne], 68 | Hiver 2008-2009, mis en ligne le 05 janvier 2012, consulté le 21 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org.sid2nomade-1.grenet.fr/quaderni/299> ; DOI : <https://doi-org.sid2nomade-1.grenet.fr/10.4000/quaderni.299>

Tableau n°2 - Récapitulatif des lois et décrets sur l'audiovisuel Sénégalais

Lois et décrets	Objectifs
<p>Loi n° 2017-28 du 14 juillet 2017 autorisant la création de la Société autonome dénommée « Société de Télédiffusion du Sénégal (TDS-SA) »</p>	<p>« L'organisation, de l'exploitation, de la maintenance et du développement du réseau de télédiffusion et des services à valeur ajoutée y afférents ; du transport des programmes audiovisuels à partir des studios de production des éditeurs autorisés à la plateforme de diffusion ; de la diffusion par voie hertzienne numérique terrestre et par satellite des programmes audiovisuels des éditeurs autorisés, à partir des centres d'émission et de diffusion satellitaire ; de la diffusion en modulation de fréquences des programmes radios de l'éditeur public, à partir des centres d'émission ; du contrôle et de la protection de la qualité de la diffusion et de la réception des programmes audiovisuels. »</p> <p>Source : jo.gouv.sn URL : http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article11254</p>
<p>Loi n° 2017-27 du 13 juillet 2017 portant Code de la Presse (remplace le code de la presse de 1996</p>	<p>« Mettre en place, au bénéfice des acteurs, un cadre juridique cohérent et transparent, garantissant la liberté de la presse et favorisant une concurrence saine et loyale entre les divers opérateurs et répondant à l'évolution technologique, politique et juridique. »</p> <p>Source : jo.gouv.sn URL : http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article11233</p>
<p>CONTAN est créé par décret n° 2013-1432 du 12 novembre 2013</p>	<p>« Définir les standards et normes assurant le passage de la télévision analogique à la télévision numérique dans les meilleures conditions ; présélectionner les partenaires techniques et financiers chargés de construire les infrastructures de multiplexage et de transport des signaux audiovisuels terrestres et satellitaires sur l'étendue du territoire national ; élaborer les critères et les conditions de création, d'exploitation et de diffusion de contenus audiovisuels ; réviser les cahiers des charges applicables aux éditeurs de programmes audiovisuels ; élaborer de nouvelles conventions de concession pour les autorisations de diffusion de programmes audiovisuels. »</p>

	Source : cnra.sn : http://www.cnra.sn/do/creation-du-comite-de-pilotage-de-la-transition-de-
Arrêté ministériel n° 7593 en date du 26 août 2010 portant création, organisation et fonctionnement du Comité national pour le passage de l'Audiovisuel analogique au Numérique.	<p>« Assurer pour la radio et la télévision, la numérisation de la diffusion hertzienne, l'arrêt complet de la diffusion analogique et l'utilisation du dividende numérique ; d'élaborer le cadre juridique du passage de l'audiovisuel analogique à l'audiovisuel numérique, afin que soient garantis les droits de tous les acteurs et le respect du principe de la continuité du service public audiovisuel ; d'établir le schéma national du passage à la télévision et à la radio numériques ; d'adapter le cadre législatif et réglementaire du secteur de l'audiovisuel au contexte de la convergence, les réseaux câblés, le MMDS, la télévision directe par Satellite et la TNT ; de définir les orientations en vue du déploiement de la télévision sur les mobiles et en haute définition. »</p> <p>Source : jo.gouv.sn URL : http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article8670</p>
Loi n° 2006-04 du 04 janvier 2006 portant création du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (C.N.R.A.)	<p>« Garantir l'indépendance et la liberté de l'information et de la communication des médias audiovisuels ; veiller, dans le respect de la préservation des identités culturelles, à l'objectivité et au respect de l'équilibre dans le traitement de l'information véhiculée par les médias audiovisuels ; veiller au respect de l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations reconnues de la société civile aux médias d'État dans les conditions fixées par les lois et règlements en vigueur ; fixer les règles concernant les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions réglementées des médias audiovisuels lors des campagnes électorales ; favoriser, promouvoir la libre et saine concurrence entre les médias audiovisuels. »</p> <p>Source : cnra.sn URL : http://www.cnra.sn/do/wp-content/uploads/2013/10/LOI-2006-</p>

Conclusion chapitre 3

Nous avons pu démontrer dans ce chapitre que l'implantation de la TNT au Sénégal a été l'occasion pour les autorités de faire la promotion du plan « Sénégal numérique 2025 ». L'analyse du document stratégique nous a permis de comprendre que le Sénégal s'est résolument engagé pour la numérisation de la société. La TNT fait partie de ce processus, sa mise en œuvre a été un moyen pour les autorités d'annoncer les premiers résultats d'un vaste programme de développement basé sur l'innovation et les technologies. Nous avons également constaté que le processus de modernisation de l'audiovisuel a commencé avec l'ancien président Abdoulaye Wade qui avait aussi considéré que les TIC sont un facteur décisif du développement. L'autre point soulevé dans cette partie concerne les risques de contrôle de l'audiovisuel liés aux réformes. Nous avons constaté que la création de la société de télédiffusion du Sénégal (TDS) qui gère le transport des signaux et le multiplexage peut être une arme fatale contre les télévisions privées.

Partie 2 : la télévision numérique: des promesses de recomposition à la réalité de la filière audiovisuelle

Introduction à la deuxième partie

« Les promesses n'engagent que ceux qui y croient. »²⁵⁶ Ces propos que l'on prête à l'ancien Président français Jacques Chirac prennent écho dans le discours des mutations qui ont accompagné l'avènement de la TNT au Sénégal. La télévision numérique, selon les acteurs politiques, est supposée améliorer la qualité de l'image et du son. Elle pourrait aussi permettre aux éditeurs de proposer des programmes de meilleure qualité et enclencher le développement de l'audiovisuel. Les acteurs politiques prédisent la transformation du secteur audiovisuel comme si la télévision numérique constituait un raccourci vers le développement du secteur de l'audiovisuel. La TNT est une mutation technologique qui pourrait permettre à ce secteur d'évoluer mais à condition qu'elle soit bien exploitée.

Dans cette partie, nous analyserons les discours d'accompagnement de l'innovation liés à la qualité de l'image, du son et de la programmation télévisuelle. Nous évoquerons largement la question du financement de l'audiovisuel dans le contexte TNT dont l'avènement devrait encourager l'arrivée de nouvelles chaînes de télévision et permettre au secteur de l'audiovisuel d'être financièrement indépendant. Ainsi, malgré l'arrivée de la TNT, la situation économique des télévisions ne semble pas s'améliorer. Les diffuseurs ne comptent que sur les revenus publicitaires qui sont très faibles. Certains acteurs plaident pour que les dividendes numériques soient utilisés pour financer le secteur audiovisuel. Au regard de toutes ces difficultés, les promesses du numérique semblent difficilement atteignables. Nous verrons si les télévisions ont réellement évolué au niveau programmation. Cette partie suscite une série de questions auxquelles nous tenterons de répondre. La promesse de séparer la production de la diffusion est-elle devenue une réalité ? Au-delà de l'aspect technique, l'arrivée de la TNT était censée relancer le secteur audiovisuel. A-t-elle réussi à dynamiser les chaînes de télévision ?

²⁵⁶ Libération du 1^{er} mars 2002 [en ligne] URL : https://www.liberation.fr/evenement/2002/03/01/les-promesses-de-chirac-n-engagent-que-ceux-qui_395429

Chapitre 4 - La TNT : les discours d'accompagnement de l'innovation

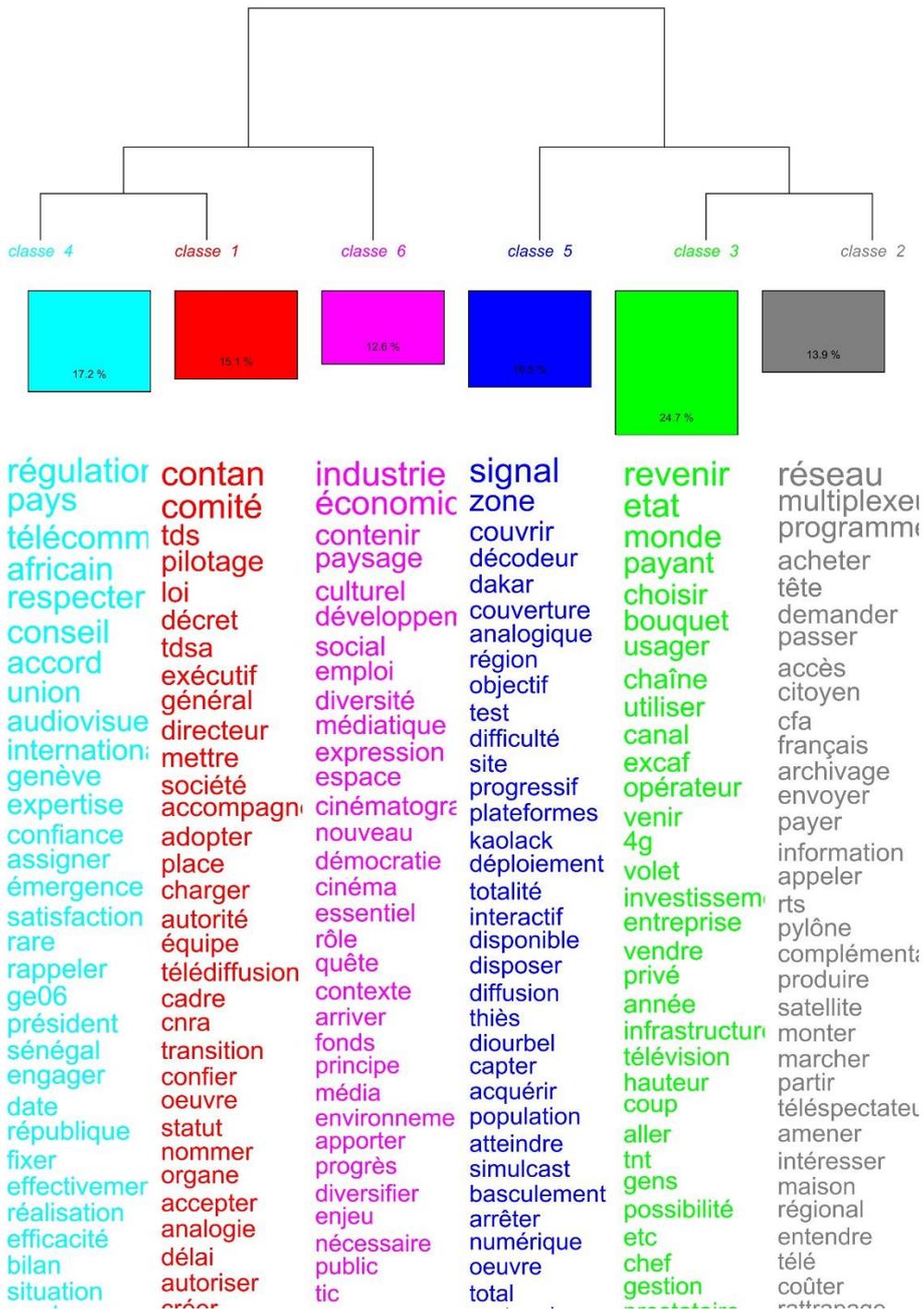
L'objectif de cette partie consiste à vérifier si les promesses qui ont accompagné l'implantation de la télévision numérique terrestre tiennent de l'utopie ou de la réalité. Sans aucun recul, les acteurs politiques, avec l'arrivée de la TNT, avaient promis des changements conséquents dans le secteur de l'audiovisuel. Dans ce chapitre, il sera question d'examiner les discours officiels produits lors de l'introduction de la TNT. Dans plusieurs discours, les autorités ont présenté la TNT comme une opportunité de croissance économique et de création d'emplois. Comment l'arrivée de la télévision numérique peut-elle créer de nouveaux métiers dans le secteur audiovisuel ? (S1). Peut-elle dynamiser l'audiovisuel en favorisant la création de nouvelles chaînes de télévision ? (S2). Les autorités laissent entendre que la télévision ne sera plus la même, et que nous allons vers la télévision du futur qui va totalement transformer les modes de consommation de l'audiovisuel. Y a-t-il des changements six ans après l'arrivée de la TNT ? (S3).

Section 1 - Discours sur les promesses de création de nouveaux métiers dans le secteur audiovisuel

P. Charaudeau nous éclaire sur la manière d'appréhender le discours politique. Il estime que « La mise en scène du discours politique oscille entre l'ordre de la raison et l'ordre de la passion, mélangeant logos, ethos et pathos pour tenter de répondre à la question qu'est censé se poser le citoyen. »²⁵⁷ Pour reprendre l'hypothèse émise en introduction, on constate que les discours politiques qui ont accompagné l'implantation de la TNT sont basés sur une véritable frénésie technologique. À l'aide de discours de promesses, les acteurs politiques présentent la TNT comme une réponse aux problèmes d'emplois. Pour vérifier cette hypothèse, nous allons effectuer une analyse lexicométrique avec le logiciel *Iramuteq*. Il nous permet de mieux appréhender le discours politique qui a accompagné le lancement de la TNT. L'enjeu de cette démonstration consiste à montrer la manière dont les acteurs politiques et les experts, travaillant pour le compte du gouvernement ont structuré « les promesses » de la télévision numérique. Le dendrogramme effectué à partir de la Classification Hiérarchique Descendante (CHD) nous permet de regrouper dans une même classe les mots et les concepts qui traduisent les promesses liées au développement du secteur de l'audiovisuel adossé à l'arrivée de la télévision numérique. Le corpus N°1 qui fait l'objet de notre analyse est composé de 15 textes, répartis en trois catégories : les discours des autorités, le discours des experts agents de l'État et le discours de l'instance de régulation. Ces trois acteurs étaient liés pour faire basculer la télévision sénégalaise de l'analogique au numérique. L'objectif de cette analyse est de mettre en évidence les éléments de langage sur lesquels les autorités se sont appuyées pour faire croire aux populations que la TNT va accélérer la croissance de l'audiovisuel. C'est-à-dire créer de nouveaux emplois, générer plus de chaînes de télévision avec des programmes de qualité et la mise en place d'une industrie de production. Le corpus « TNT facteur de croissance économique » qui fait l'objet de notre analyse comporte 22530 occurrences, 3419 formes et 634 segments de texte.

²⁵⁷ Patrick Charaudeau, "Quand l'argumentation n'est que visée persuasive. L'exemple du discours politique", in Burger M. et Martel G., *Argumentation et communication dans les médias*, Coll. "Langue et pratiques discursives", Éditions Nota Bene, Québec, 2005, 2005, consulté le 9 juillet 2021 sur le site de *Patrick Charaudeau*

Figure n°3 - Dendrogramme des thèmes du corpus N°1 « TNT comme facteur de croissance économique »



- **La classe 5 (16,5) traduit la réussite de la transition numérique**

Les autorités évoquent l'effectivité de la télévision numérique sur l'ensemble du territoire national. Le Président de la République l'a mentionné dans son discours inaugural de la TNT en 2015 : « j'ai fait confiance à l'expertise nationale sénégalaise, pour la conception et la mise en œuvre de bout en bout du processus qui nous vaut d'être aujourd'hui le seul État francophone et parmi les très rares pays africains, moins d'une dizaine sur les 54 que compte le continent qui ont été en mesure de respecter les engagements pris en 2006 à Genève. C'est une prouesse qui fait notre fierté. »²⁵⁸ Cette classe est principalement constituée de mots qui évoquent l'« innovation » et les termes qui justifient la « réussite » de la transition numérique. Le Président du CONTAN l'a rappelé dans son discours : « ce 17 juin 2015 notre cher pays, le Sénégal, entre de plain-pied dans l'ère nouvelle de la télévision numérique. Il aura fallu une volonté politique forte pour que soit respectée l'échéance du rendez-vous pris devant la communauté internationale en juin 2006 à Genève [...] En ce jour mémorable, nous constatons avec satisfaction la réalité des faits : nous y sommes, nous y voilà. »²⁵⁹ Ainsi, nous retrouvons dans cette classe les mots comme « numérique » 159 fois (le plus cité dans le corpus), « analogique », « déploiement », « extinction », « arrêter », « basculement », « signal », « diffusion », « décodeur » « couverture », etc. On peut en déduire que le discours des autorités mettent en avant l'« innovation » dans le secteur audiovisuel, qui est pour eux une réalité. Les termes « analogique » et « basculement » associés à « extinction » et « arrêt » évoquent l'arrivée du « numérique » dans l'audiovisuel sénégalais. S'adressant au sénégalais, dans un discours prononcé lors de la cérémonie de lancement de la TNT, le Président de la République affirmait que « c'est avec satisfaction que je m'adresse à vous ce soir, pour vous annoncer que le Sénégal est effectivement parvenu à assurer le passage à la télévision numérique. »²⁶⁰

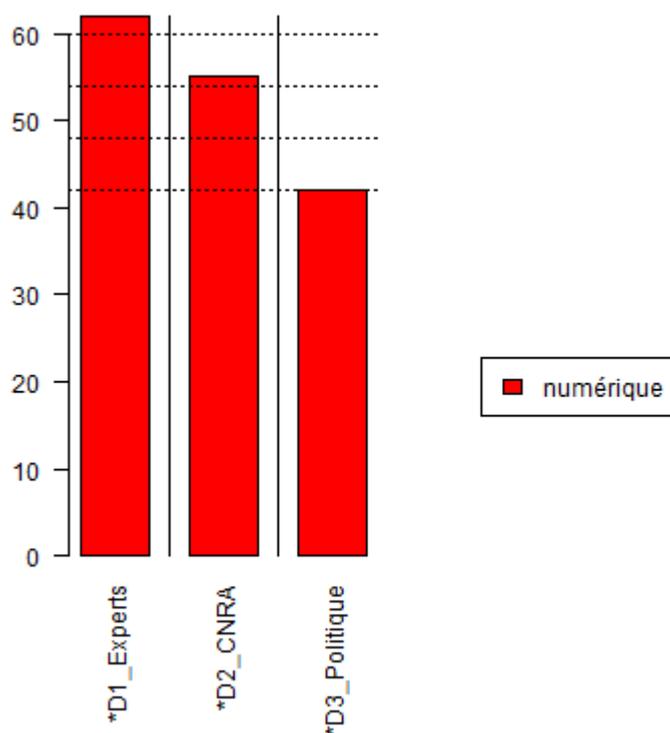
²⁵⁸ Cf. Annexe N2. Corpus N°1

²⁵⁹ Cf. Annexe N°2 Corpus N°1

²⁶⁰ Cf. Annexe N°1. Corpus n°1

- Calcul des spécificités

Figure n°4 - Calcul des spécificités : l'emploi du mot numérique par les différents acteurs



L'analyse des spécificités faite sur la fréquence des formes permet de mettre en évidence la prédominance des mots dans la classe lexicale. Sur le tableau ci-dessus, on remarque l'importance du mot numérique (en rouge) qui a été excessivement employé par les différents acteurs (Experts, CNRA et Politiques).

- Les classes 2 (13,9) et 3 (24,7) évoquent les différents acteurs de la télévision

Elles renvoient à la télévision, ses acteurs et son public « opérateur », « Excaf », « Canal », « usagers », « téléspectateurs », « chaîne », « programmes ».

- **Les classes 1 (15,1) et 4 (17,2) présentent les différentes instances de la TNT**

Elles regroupent les instances chargées de mettre en œuvre les aspects techniques et réglementaires de la transition numérique « Contan », « Cnn », « Cnra », « Tds », « exécutif », « loi », « autorité », « président » etc.

- **La classe 6 (12,6) évoque la TNT comme facteur de croissance économique**

Elle montre les avantages et les opportunités de la télévision numérique : « industrie », « économie », « développement », « emploi », « nouveau » « fonds », « démocratie ». Dans son discours lors de la cérémonie de lancement de la TNT, le Président de la République affirmait avec fierté que, « la mise en place d'une infrastructure de Télévision Numérique Terrestre sur l'ensemble du territoire national et leur mise à la disposition des opérateurs de télévision vont avoir un formidable impact sur les investissements et les charges d'exploitation des entreprises audiovisuelles. En effet, jusqu'à ce jour, le titulaire d'une autorisation d'exploitation d'un service audiovisuel était soumis à diverses obligations qui se déclinent en importantes charges. »²⁶¹ Dans cette classe, les promesses de la TNT concernent notamment la création d'emplois et le développement du secteur audiovisuel. Le Président de la République l'avait d'ailleurs précisé lors du lancement de la télévision numérique : « nous avons là, le loisir d'utiliser la télévision non plus seulement comme un outil d'information et de détente, mais aussi et surtout comme un support pour le développement de l'économie numérique, vecteur de croissance par excellence. »²⁶² L'amélioration des modèles économiques des médias était au cœur des réflexions. Les discours officiels font comprendre que l'implantation de la TNT allait immédiatement provoquer l'émergence du secteur audiovisuel. Nous allons procéder à l'analyse des spécificités pour mieux saisir le positionnement des discours dans le corpus étudié.

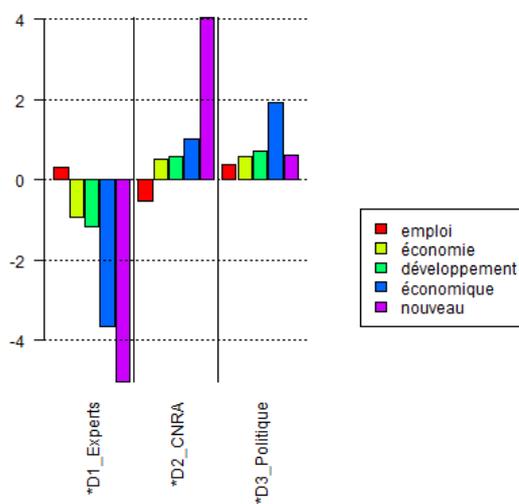
²⁶¹ Cf. Annexe N°2. Corpus N°1

²⁶² Cf. Annexe N°2. Corpus N°1

- **Grille de lecture**

Si les formes observées sont inférieures à 0, on conclura que la forme observée est faible c'est-à-dire qu'elle est mal représentée dans le corpus. Si la forme est supérieure à 1, on dira qu'elle est relativement élevée. Ce qui signifie que la forme est bien représentée dans le corpus. La forme peut être banale si elle se trouve entre 0 et 1, elle a dans ce cas une représentation normale.²⁶³ « La première de ces lectures s'effectue à partir de listes dans lesquelles les diagnostics de spécificité sont classés en premier lieu d'après les formes qu'ils affectent. On peut alors obtenir une caractérisation de chacune des formes du corpus par ses spécificités positives ou négatives dans les différentes parties du corpus. »²⁶⁴

Figure n°5 - Calcul des spécificités : TNT facteur de croissance économique

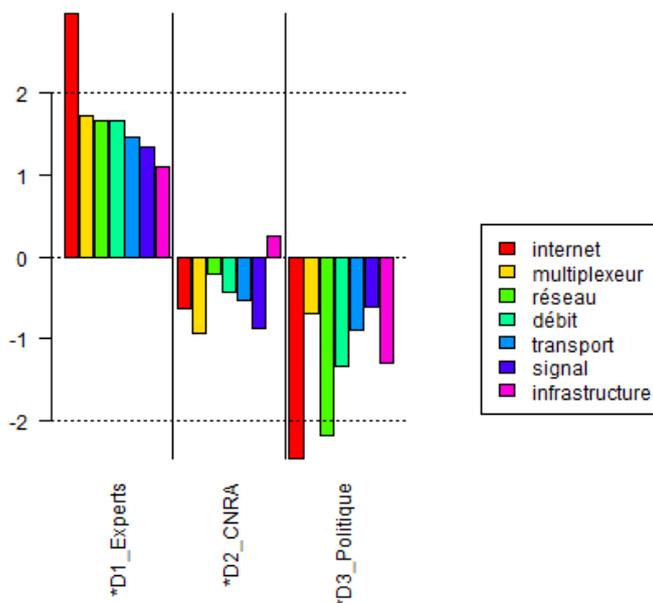


²⁶³ Lebart, Salem, op.cit. p.176

²⁶⁴ Lebart, Salem, op. cit.p.177

Les politiques et le Conseil National de Régulation (CNRA) utilisent de manière abondante le vocabulaire de la croissance économique, des mots tels que « économique », « nouveau », « développement ». Ces mots dépassent la ligne (0) qui correspond à un usage normal. Certains mots comme « économique » et « nouveau » ont atteint la ligne (2) qui correspond à un emploi excessif. Les vocabulaires « nouveau » et « économique » détiennent respectivement les scores de spécificités les plus importants dans le discours du CNRA et celui des politiques. Cela confirme nos hypothèses de départ qui consistaient à dire que les autorités ont fait recours à une forme de déterminisme technique pour convaincre le public. En effet, elles n'ont pas tenu compte des incertitudes de l'« innovation ». La teneur des discours révèle une certaine naïveté qui consiste à croire que l'« innovation » technique peut transformer le secteur de l'audiovisuel. Ainsi, sur la même graphique, on constate un sous-emploi des mots « nouveau », « économique », « économie » et « développement », dans le discours des experts. Cela est dû au fait qu'ils étaient plus dans la médiatisation. Leur rôle consistait à expliquer la TNT au grand public, raison pour laquelle le vocabulaire technique a dominé dans leurs discours.

Figure n°6 - Calcul des spécificités de l'emploi des mots qui font référence aux aspects techniques dans le corpus N°1.



Le tableau montre que les experts ont utilisé le vocabulaire technique de manière excessive. Toutes les formes observées ont dépassé la ligne (1) ce qui correspond à une utilisation abondante des termes suivants : « Internet », « multiplexeur », « réseau », « débit », « transport signal » et « infrastructure ». Généralement les experts ont eu recours à cette forme de discours pour démontrer l'importance de la TNT. Ils l'ont présentée comme une technologie moderne qui va « révolutionner » le secteur médiatique. Par contre, les politiques et le CNRA ont sous-employé le vocabulaire technique comme le montre la figure ci-dessus.

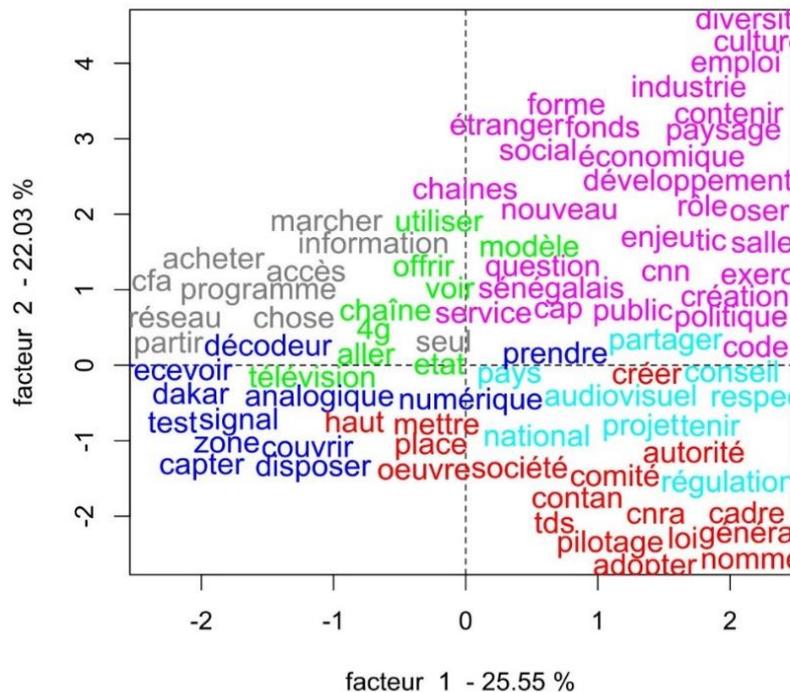
- **Analyse Factorielle de correspondance (AFC)**

Le dendrogramme de la CHD nous permet de regrouper les formes, mais n'est pas en mesure de démontrer le positionnement des mots dans l'espace. Cependant, pour connaître les dispositions des classes, nous faisons appel à l'AFC issue des classes de la Classification Hiérarchique Descendante. Nous pouvons ainsi déceler les classes qui se rapprochent et celles qui se détachent. « Les méthodes factorielles permettent en effet de visualiser ce que nous ne pourrions voir à l'œil nu : lorsque l'on dispose d'un vaste tableau de données, croisant par exemple les textes et les mots les plus fréquents d'un corpus, il nous est difficile d'y voir des régularités, et encore plus d'en dégager les structures d'information les plus significatives. C'est là tout l'intérêt de l'analyse factorielle, qui propose un résumé d'un tableau de données, interprétable sous la forme de visualisations graphiques. »²⁶⁵ L'analyse factorielle permet de représenter dans l'espace, les mots de manière synthétique. Nous allons observer les 6 classes issues du dendrogramme de la Classification Hiérarchique Descendante :

- La classe 6 (12,6) évoque la TNT comme facteur de croissance économique
- Les classes 1 (15,1) et 4 (17,2) présentent les différentes instances de la TNT
- Les classes 2 (13,9) et 3 (24,7) évoquent les différents acteurs de la télévision
- La classe 5 (16,5) fait état de la réussite de la transition numérique

²⁶⁵ Poudat, Céline et Landragin, Frédéric. *Explorer un corpus textuel. Méthodes - pratiques - outils*, De Boeck Supérieur, 2017, p.103

Figure n°7 - Analyse Factorielle de correspondance du corpus « TNT comme facteur de croissance économique »

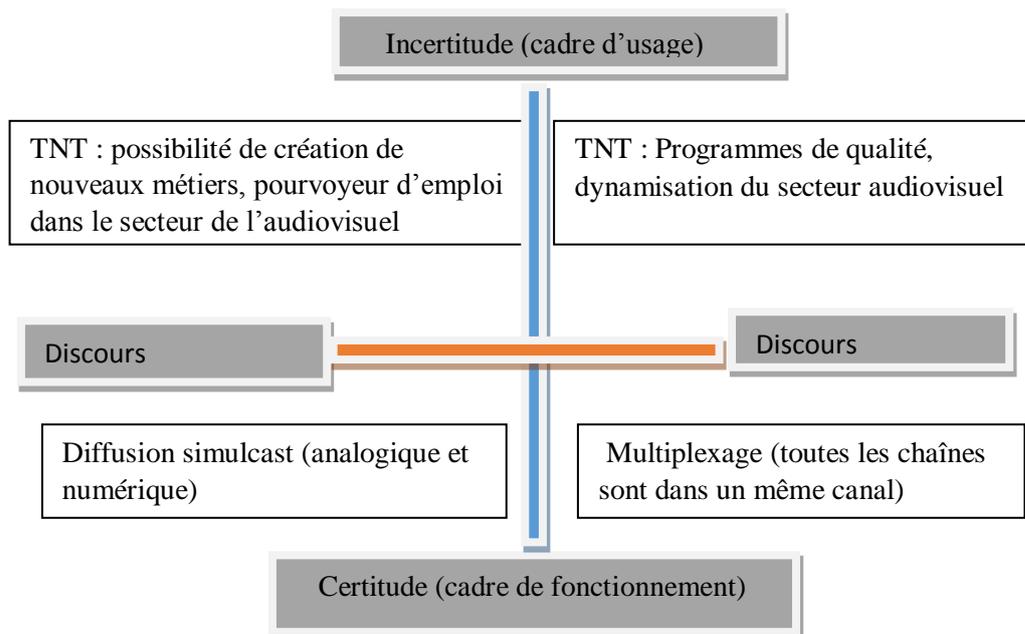


On observe sur le tableau des AFC une superposition des classes. Il n’y a pas un seul qui se détache des autres, elles sont proches et présentent des similarités lexicales. Les classes 1 (rouge) et 4 (turquoise) présentent des affinités avec la classe 5 (bleue). La classe 5 a des affinités avec les classes 3 (verte) et 2 (gris noir). La classe 6 (mauve) est proche des classes 3 et 2. Cela n’a rien d’étonnant, la proximité entre les discours des différents acteurs reflète le contexte marqué par le déterminisme technique. Les experts, les autorités politiques et le CNRA avaient un objectif commun qui consistait à mettre en place la télévision numérique et faire de sorte que ce projet ne puisse souffrir d’aucune contestation. La convergence des discours traduit le fait que les différents acteurs partagent les mêmes valeurs. Ils étaient soumis à une même obligation de résultat. D’un côté, les politiques et le CNRA étaient chargés de justifier le projet, de l’autre côté, les experts avaient pour mission de le mettre

en œuvre. C'est un discours qui s'est appuyé sur les Tic pour justifier une croissance improbable dans le secteur de l'audiovisuel. À ce propos, B. Miège souligne qu'« il convient de porter les regards, non vers l'abondance des techniques (même lorsque celle-ci est appréhendée avec l'appui d'une théorie de l'innovation technique, ce qui ne se vérifie pas toujours), ni même vers le rôle des Tics dans la production de la valeur, car ces deux approches évitent difficilement la recherche de causalités linéaires; mais il importe avant tout de mettre en évidence la montée en puissance du *paradigme informationnel*, dans presque la totalité des activités et des échanges sociaux. »²⁶⁶

Pour mieux représenter le discours officiel, nous allons nous inspirer d'un tableau de D. Boullier²⁶⁷ (modifié par nos soins). Cette figure fait ressortir les certitudes du discours (innovation technique) et les incertitudes du discours (résultats).

- **Tableau n°3 - La boussole cosmopolite de la TNT**



²⁶⁶ Miège, Bernard, « La société de l'information : toujours aussi inconcevable », *Revue européenne des sciences sociales* [En ligne], XL-123 | 2002, mis en ligne le 02 décembre 2009, consulté le 15 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org.sid2nomade-1.grenet.fr/ress/606> ; DOI : <https://doi-org.sid2nomade-1.grenet.fr/10.4000/ress.606>

²⁶⁷ Dominique Boullier, *Sociologie du numérique*, Armand Colin, France, 2019, p.276

L' « innovation » se construit dans un univers fait d'incertitudes. Elle décrit un avenir qui regorge de nouvelles possibilités, pour le cas de la TNT : création d'opportunités, d'emplois, possibilité de s'ouvrir à d'autres marchés, développement de nouveaux services, une nouvelle économie etc. Le plus souvent, de telles prédictions se réalisent très difficilement et les résultats peuvent être très éloignés des prévisions établies et des attentes souhaitées. S'agissant de la TNT, on peut dire que l'incertitude de voir les promesses se réaliser se confirme car sur le terrain les mutations techniques n'ont pas encore généré les résultats attendus. R. Ghiglione affirmait que le discours politique est un discours d'influence dont « le but est d'agir sur l'autre pour le faire agir, le faire penser, le faire croire, etc. »²⁶⁸ Cette volonté de convaincre, de persuader pousse le politique dans des généralités et des affirmations gratuites. La TNT en tant qu' « innovation technique » est une certitude, mais l'imaginaire qui est construit autour d'elle est à mettre dans le lot des incertitudes. Ainsi, la TNT en tant que technologie nous renvoie au cadre de fonctionnement, P. Flichy le définit comme « un ensemble de savoirs et de savoir-faire qui sont mobilisés ou mobilisables dans l'activité technique. Ce cadre est non seulement celui des concepteurs d'un artefact technique, mais il est aussi celui des constructeurs, celui des réparateurs et également celui des usagers. Ceux-ci peuvent mobiliser ce cadre quand ils veulent »²⁶⁹ Le discours de l' « innovation », construit autour de l'incertitude, nous renvoie au cadre d'usage. Les autorités n'ont aucune emprise sur les rendements de la TNT et comment sera-t-elle perçue ? « Le cadre d'usage ne se limite pas pour autant à l'activité des usagers. Il s'agit plutôt d'une notion qui renverrait à la valeur d'usage des économistes. Le concepteur, comme l'utilisateur, se pose la question de l'usage. Le bureau des études, par exemple, ne se soucie pas seulement du rendement du nouveau moteur qu'il prépare, mais aussi de son utilisation en ville comme sur route »²⁷⁰

Sans pour autant dire comment et quand, les autorités politiques ont affirmé avec conviction que la TNT constitue une opportunité pour développer le secteur de la télévision. L'incertitude est marquée par l'utilisation massive du verbe « Aller » qui a été employé 46

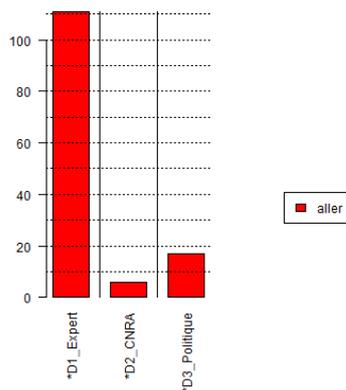
²⁶⁸ Ghiglione, Rodolphe, *Je vous ai compris ou l'Analyse des discours politiques*, Paris, Armand Colin, 1989, p. 9.

²⁶⁹ Flichy, Patrice. *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales. Vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris, La Découverte, 2003, p.124

²⁷⁰ *Ibid.*, p.126

fois : « on va dématérialiser tous les services », « ça va créer de l'emploi », « nous allons créer de l'emploi » « les opérateurs de télévision vont avoir un formidable impact », « on va lancer » « on va procéder » « il va falloir », les nouveaux usages qui vont ».

Figure n°8 - Emploi du mot « aller » dans les discours officiels



On observe dans le graphique l'emploi excessif du verbe « aller » par les experts, mais cela peut se comprendre, d'autant plus qu'ils étaient chargés d'étudier et de mettre en place la TNT. Ainsi, l'emploi du verbe « aller » (la deuxième forme la plus utilisée dans le corpus) donne au discours une valeur réelle. Les autorités veulent faire croire que les mesures annoncées se réaliseront dans un futur proche. B. Victorri souligne que l'emploi du verbe (aller) crée du lien entre le contexte d'énonciation et la réalisation de l'évènement : « en fait, avec le verbe (aller), on peut soutenir au contraire que le contexte d'énonciation reste très actif. Quand on dit, il va pleuvoir plutôt qu'il pleuvra, on met l'accent sur le fait que la situation météorologique présente permet d'anticiper la pluie future ; on crée un lien entre le présent et l'évènement à venir. L'emploi (de aller) implique en effet que c'est dans le contexte d'énonciation que se trouvent réunies les conditions de réalisation de l'évènement en question. C'est en ce sens que l'on doit comprendre l'appellation de futur "proche" qui est traditionnellement attribuée à cette valeur de aller. »²⁷¹

²⁷¹ Victorri, Bernard, Le localisme à l'épreuve du verbe « aller ». Coréla - cognition, représentation, langage, CERLICO-Cercle Linguistique du Centre et de l'Ouest (France), 2010, pp.1-38. [En ligne] <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00666594/document>

- **Les Concordances**

L'analyse des concordances nous permet de voir avec plus de précision les mots qui accompagnent le vocabulaire qui fait référence à la croissance économique. Le concordancier nous permet de situer les mots dans le texte. « Une concordance est un mode de présentation d'extraits textuels dans lequel est mise en évidence l'unité linguistique recherchée, qu'on appelle le pivot de la concordance. Ce dernier est le plus souvent centré et ses différentes occurrences sont alignées verticalement. »²⁷² Pour mettre en évidence les concordances, nous allons nous inspirer de l'analyse de C. Poudat²⁷³ et F. Landragin, qui ont calculé la concordance sur la base de trois éléments : le contexte à gauche, le pivot et le contexte à droite.

Tableau n° 4 - Concordance du mot « développement » dans le corpus « TNT facteur de croissance économique »

Contexte à gauche	Pivot	Contexte à droite
créer un environnement propice au des sons au niveau de la réception et le une grande importance pour le aujourd'hui si on veut booster le un support pour le sont tout aussi essentiels, le permettra en partie de financer le chaînes thématiques qui contribuent au orienter vers le les médias jouent un rôle dans le cela va créer de l'emploi, contribuer au	développement développement développement développement développement développement développement développement développement	des tics et des services d'applications interactives de la télévision du pays , si on veut booster l'émergence de l'économie numérique de nouveaux services de contenus de la production audiovisuelle social et économique avec des modèles économiques économique économique et social

²⁷² C. Poudat et F. Landragin, op.cit.p.184

²⁷³ Ibid., p.185

L'analyse des concordances nous a permis de situer la notion de « développement » dans le corpus étudié. Nous constatons que ce terme est fréquemment utilisé par les acteurs politiques pour montrer que la TNT va accélérer le développement économique des chaînes de télévision ou encore participer activement au développement économique et social du pays. L'audiovisuel n'est plus seulement un instrument au service de la démocratie, il est présenté désormais par les acteurs politiques comme un facteur de développement économique.

Tableau n°5 - Concordance du mot « emploi » dans le corpus « TNT facteur de croissance économique »

Contexte à gauche	Pivot	Contexte à droite
<p>des investissements et un environnement propice à la création d' Cela va créer de l' pour dire que c'est des il y'aura des dizaines voire des milliers d' On pourra créer des l'internet haut débit et ça va créer de l' les capacités de génération d' c'est comme ça qu'on va créer de l' quand ont dit, qu'on créera beaucoup d' créer beaucoup</p>	<p>emplois emplois emploi emplois emplois emploi emplois emploi emplois emplois</p>	<p>dans le secteur et contribuer à la cohésion sociale qui sont menacés etc. qui seront créés dans différents domaines parce que c'est des choses faisables et de richesses sont indiscutables il faut que les gens nous croient est une obligation constitutionnelle</p>

La problématique de l'emploi a été au cœur des discours tout le long du processus de la transition de l'analogique vers le numérique. Pour convaincre le public de la pertinence du projet, les acteurs politiques ont fait recours à des valeurs de bien-être. La TNT est présentée comme un projet qui pourrait booster la croissance économique du secteur de l'audio visuel, en créant beaucoup d'opportunités d'emplois. Dans ce cas, « la vérité ne serait plus un 'être

vrai’’ mais un ‘‘croire vrai’’ qui relèverait non plus de l’évidence mais de la conviction des sujets qui s’y trouvent confrontés. »²⁷⁴ La concordance montre que le mot « emploi » a eu droit à tous les attributs dans les discours politiques. L’utilisation de ce concept est déterminante dans ce contexte social difficile pour les acteurs des médias qui ne cherchent que des solutions. C’est un discours positif qui écarte toute opposition même chez les détracteurs. Par contre, l’analyse a révélé que la vérité des propos ne se base que sur des suppositions. C’est un discours qui est loin d’être pragmatique. Il évoque sans cesse que la TNT va créer de l’emploi, sans jamais prouver comment les emplois vont être créés.

Tableau n°6 - Discours pourtant sur l’avènement d’une nouvelle économie : concordance des mots « économique et économie » dans le corpus « TNT facteur de croissance économique »

Contexte à gauche	Pivot	Contexte à droite
la révolution	économique	sociale et culturelle nous sommes déjà dans
aux multiples enjeux	économique	industriels mais aussi sociaux culturels
Excaf avait le meilleur modèle	économique	
avec des fortunes sociales	économiques	et diverses
les enjeux	économique	notamment industriels sont primordiaux
l’horizon pour les acteurs	économique	doit être fixé
Chaînes thématiques... au développement	économique	orienter vers le développement
avec des modèles	économique	adaptés dans le domaine de l’éducation
Le numérique est en train de transformer la vie	économique	
Les médias jouent un rôle dans le développement	économique	, c’est vraiment le facteur décisif
une nouvelle	économie	avec de nouveaux marchés
l’avènement d’une nouvelle	économie	dans laquelle l’émergence entre médias
pour le développement de l’	économie	numérique vecteur de croissance
faire tout pour que l’	économie	numérique soit une effectivité dans le pays
pour qu’on ait une	économie	et que chaque acteur puisse y trouver son

²⁷⁴ Charaudeau, Patrick *Le discours politique les masques du pouvoir*, Limoges, Editions Lambert-Lucas, 2014, p.162

Le discours des acteurs politiques est marqué par une vision technodéterministe de l'économie numérique. Ils estiment que la TNT va non seulement permettre le développement économique de l'audiovisuel, mais accélérer également le développement socioculturel. L'analyse des concordances nous a permis de démontrer que les arguments des acteurs politiques portent essentiellement sur des promesses. Ce que la TNT va a priori apporter au pays. L'économie numérique est depuis quelques années un enjeu pour le gouvernement. L'État l'a positionnée comme levier stratégique pour la mise en œuvre du Plan Sénégal Emergent (PSE). La politique du gouvernement dans ce domaine est pilotée par le ministère de l'économie numérique. Au-delà de l'audiovisuel, le gouvernement souhaite sa généralisation dans tous les secteurs d'activité. La communication autour de l'économie numérique répond à un agenda politique. L'argument vise à orienter les systèmes de valeurs vers le tout numérique. Il convient à présent d'analyser les discours sur l'avènement de nouvelles chaînes dans le paysage médiatique dans le contexte TNT.

Section 2 - L'avènement de nouvelles chaînes dans le paysage médiatique : entre discours et réalité

La possibilité d'avoir plusieurs chaînes de télévision est l'un des arguments utilisés pour justifier l'implantation de la télévision numérique. Ainsi, les arguments relatifs à l'élargissement de l'offre audiovisuelle et à l'arrivée de nouveaux acteurs privés dans le secteur audiovisuel sont très présents dans le discours officiel. Les acteurs politiques ont promis au public un plus grand nombre de chaînes généralistes, thématiques, nationales et régionales ainsi que la télévision connectée. Dans une interview qu'il avait accordée au quotidien *Walfadri*, le directeur exécutif du CONTAN, Amadou Top, listait les nombreux avantages de la TNT : « On pourra avoir vingt chaînes. Donc, il va y avoir beaucoup de libérations de fréquences. Il n'y a que 16 chaînes qui fonctionnent actuellement. Cela veut dire que, sur un seul canal, on peut mettre beaucoup de chaînes. Or, nous avons quatre canaux qui vont être libérés, dans un premier temps, et sur lesquels nous pouvons mettre quatre-vingt chaînes de télévisions. Plus une autre partie que nous allons utiliser. »²⁷⁵

Le discours officiel insiste sur les changements dans le paysage audiovisuel avec l'arrivée de la TNT. Pour les autorités l'enjeu de l'innovation est de transformer l'audiovisuel sénégalais. Les discours sur la « nouveauté » abondent. C'est une chose de mettre en place la TNT, mais c'en est une autre d'avoir des résultats probants. F. Jost fait remarquer que « savoir ce qu'une nouvelle technologie change à un média ancien n'est pas simple. D'une part, parce que les effets n'en sont pas forcément immédiatement visibles, d'autre part, parce que les potentialités qu'elle offre ne sont pas toujours celles qui rencontrent du succès auprès des usagers. Par exemple, qu'un téléspectateur accède aujourd'hui à 150 chaînes n'entraîne pas pour autant qu'il les regarde toutes. »²⁷⁶

²⁷⁵ Cf. Annexe N2. Corpus N°1

²⁷⁶ François Jost. « Extension du domaine télévisuel », *Télévision*, vol. 10, no. 1, 2019, pp. 17-31.

Illustration n°7 - tableau présentant les avantages de la TNT, extrait du document de présentation d'Excaf



Source : document de présentation Excaf. Url <https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/Africa/Doc>

Le tableau ci-dessus montre les avantages de la télévision numérique : « plus de chaînes, plus de qualité, des services à valeur ajoutée etc. ». La TNT telle qu'elle est présentée cherche l'adhésion des usagers. Ce discours centré sur la nouveauté façonne le public. Il a une certaine crédibilité auprès des journalistes qui s'inscrivent dans un temps court rendant difficile la recherche de vérité.²⁷⁷ Face à l'« innovation », les médias sont aussi euphoriques que les politiques, ils relatent les propos de ces derniers sans aucun recul. Le directeur exécutif du CONTAN déclarait ceci : « Il n'y aura pas une seule parcelle du pays qui ne sera pas couverte. Il [le public] va avoir une télévision sur laquelle, il va avoir plus de chaînes. Parce que nous allons avoir jusqu'à 40 chaînes et plus. On n'aura plus ce problème de manque de fréquences. Il va avoir des bouquets s'il le désire. Il va avoir la

²⁷⁷ Les journalistes n'avaient pas suffisamment de recul pour relativiser les propos des politiques. P. Charaudeau explique à ce propos la différence entre le discours journalistique et le discours scientifique. Selon lui « Lorsque le discours journalistique doit se livrer à une activité de commentaire, il le fait, a-t-on dit, en produisant un discours d'analyse et d'explication. Mais celui-ci ne peut être le même que celui du discours savant. Le discours savant a ce double caractéristique d'être à la fois démonstratif et ouvert à la discussion. Démonstratif, cela veut dire – mais de façon variable selon les disciplines scientifiques – qu'il participe d'un raisonnement hypothético-déductif qui s'appuie sur des observations raisonnées ou sur des expérimentations » Patrick Charaudeau, « Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives », *Semen* [En ligne], 22 | 2006, mis en ligne le 01 mai 2007, URL : <http://journals.openedition.org/semem/2793> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/semem.2793>

possibilité d'avoir l'Internet sur sa télévision, il va avoir la possibilité de faire de la télévision de rattrapage. Cela veut dire que vous êtes en train de regarder votre télé, il y a une image qui vous a échappé. Si vous voulez la revoir, faites revenir l'image pour mieux la comprendre. »²⁷⁸

L'élargissement de l'offre devrait permettre aux téléspectateurs de bénéficier de nouvelles chaînes thématiques sur la TNT gratuite. Lors de la cérémonie de lancement de la télévision numérique le 17 juin 2015, le Président de la République annonçait ce à quoi devrait ressembler l'audiovisuel sénégalais avec la TNT. « Je souhaite que les capacités d'exploiter de quelques canaux pour diffuser de nombreuses chaînes de télévision, soient judicieusement exploitées pour enrichir le panorama audiovisuel par des chaînes thématiques dans les secteurs de l'éducation, de la santé, du tourisme, de l'agriculture, de l'environnement et de la bonne gouvernance, entre autres. »²⁷⁹ Ainsi, 19 chaînes de télévision généralistes et 3 chaînes régionales diffusaient en analogique. C'est le même nombre de chaînes qui a intégré le bouquet TNT. Il n'y a pas eu de nouvelles chaînes le jour du lancement de la TNT. Le seul élément nouveau est que les chaînes sont désormais dans un même bouquet. Cependant, il a fallu attendre 5 ans avant qu'une nouvelle chaîne rejoigne le bouquet de la TNT gratuite. « On n'a pas constaté cette évolution. Au Sénégal, on avait, au moins une vingtaine de chaînes avant le lancement de la TNT. Et c'est toujours le cas. On a presque 17 à 18 chaînes de télévision qui sont sur la TNT. Il y a eu une ou deux nouvelles chaînes de télévision entre le lancement en 2015 et aujourd'hui. Il n'y a pas eu d'évolution majeure »²⁸⁰

Le constat qu'on a fait, est que la TNT n'a pas vraiment créé un engouement auprès des diffuseurs. La plupart d'entre eux n'ont pas jugé opportun d'accroître leurs chaînes de valeur en créant d'autres chaînes. Même si c'est possible sur le plan technique grâce à la TNT mais ce n'est pas faisable pour des contraintes financières. Le responsable informatique de *WALFTV* estime que la création de chaînes thématiques n'est pas envisageable pour le moment : « il y avait un coût avec la diffusion analogique, il fallait louer des fréquences.

²⁷⁸ Cf. Annexe N2. Corpus N°1

²⁷⁹ Cf. Annexe N2. Corpus N°1

²⁸⁰ Cf. Annexe N°1 Entretien N°12

Maintenant, la diffusion est moins coûteuse. De plus, c'est plus facile de créer des chaînes de télévisions avec le numérique. »²⁸¹

L'avènement des chaînes thématiques

Depuis l'introduction de la TNT, les chaînes de télévision tentent de se diversifier timidement. La TNT n'a pas encore favorisé l'éclosion de nouvelles chaînes thématiques. Quelques-unes ont été créées mais sans grande portée. La chaîne *BTV* a été lancée en 2017 par Origine sa d'El Hadji Ndiaye Directeur Général de la *2STV*. La nouvelle chaîne est exclusivement consacrée à la découverte de la culture sportive africaine, particulièrement à la lutte sénégalaise et le football local. Mais cette chaîne de télévision n'a pas encore une autonomie. Généralement, elle diffuse des programmes qui sont déjà diffusés sur la chaîne généraliste du groupe. La création de nouvelles chaînes nécessite des moyens financiers. Selon Mamadou Ibra Kane, Président du Conseil des Diffuseurs et Editeurs de Presse du Sénégal (CDEPS), les médias sénégalais sont en crise, et il serait surprenant de les voir profiter des opportunités qu'offre la télévision numérique : « de ce point de vue, il faut dire que les médias sénégalais n'ont pas encore utilisé le potentiel de la TNT, c'est lié au fait que d'une manière générale la presse sénégalaise connaît d'énormes problèmes financiers. Elle est en crise. Elle n'a pas les moyens financiers et techniques pour bénéficier pleinement de la TNT »²⁸²

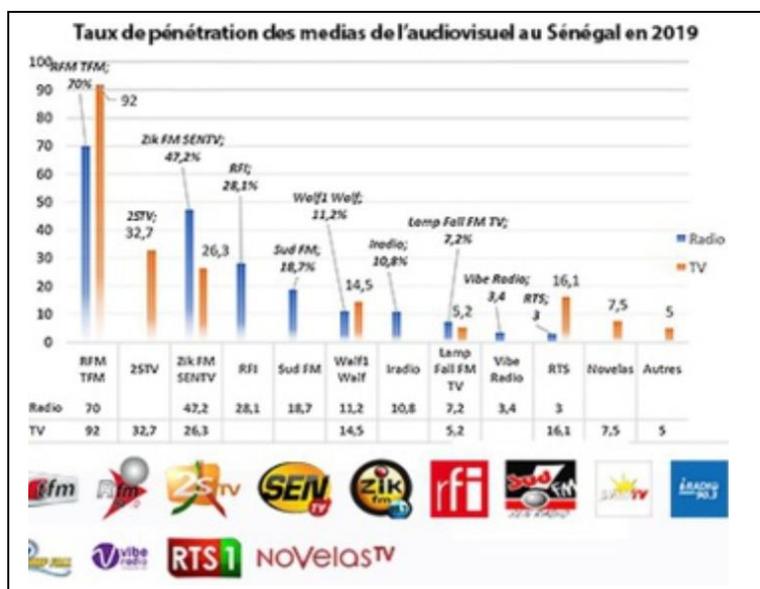
Le *Groupe Futurs Médias (GFM)* est l'un des rares groupes qui semblent adopter des stratégies pour élargir sa chaîne de valeur. *GFM* a été créé en 2003 par le chanteur Youssou Ndour, qui a été ministre de la culture et du tourisme en 2012. Le Groupe Futurs Médias demeure la première chaîne privée généraliste au Sénégal avec un chiffre d'affaires de 5 milliards de Francs CFA²⁸³. Plusieurs sondages dont celui réalisé en 2019 par l'institut BDA confirment le leadership du GFM dans le paysage médiatique sénégalais.

²⁸¹ Cf. Annexe N°1 Entretien N°6

²⁸² Cf. Annexe N°1 Entretien N°2

²⁸³ « L'objectif pour le groupe, dont le chiffre d'affaires atteint 5 milliards de F CFA, est de rediffuser sur les canaux de la TNT des programmes de sa chaîne généraliste TFM. Grâce à ces émissions populaires et déjà payées, le groupe espère dépasser bientôt le cap des 2 milliards de F CFA de revenus publicitaires. » Cf. ja.com URL : <https://www.jeuneafrique.com/6879/economie/s-n-gal-futurs-m-dias-largit-son-r-pertoire/>

Illustration n° 8 - Taux de pénétration des médias de l'audiovisuel au Sénégal en 2019



« La RFM et TFM sont toutes les deux leaders, chacune de son côté. RFM devance d'au moins 22,8 points ses concurrentes. Et, TFM devance ses concurrentes d'au moins 59,5 points. Au passage, on peut noter que par rapport à la dernière enquête BDA similaire, RFM et TFM ont progressé. 14 points pour RFM et de 11 points pour TFM. »

Source: Yacine Ba Sall DG BDA

Leral.net
<https://www.leral.net/Sondage-Yacine-Ba-Sall-DG-de->

Source : leral.net lien <https://www.leral.net/Sondage-Yacine-Ba-Sall-DG>

Le Groupe Futurs Médias a lancé deux chaînes thématiques, une chaîne à vocation sportive et une autre qui a une orientation religieuse. Ces chaînes ne sont pas totalement nouvelles, elles existent depuis 2014. En réalité les deux chaînes sont des déclinaisons de leurs versions sur le satellite. Ces chaînes dites thématiques ont un faible taux d'audience. Elles n'attirent pas les spectateurs à cause sans doute de la pauvreté de leurs grilles de programme.

Nous allons analyser la grille des programmes de *l'OBSTV*, la chaîne sportive du groupe Futurs Médias. L'objectif de cette analyse consiste à démontrer que la TNT n'a pas favorisé l'émergence de véritables chaînes thématiques. Celles qui existent ne répondent pas aux critères d'une télévision thématique. Dans l'analyse nous allons prendre en compte les grilles hebdomadaires. Nous verrons si les émissions diffusées correspondent à la thématique de la chaîne. Nous allons voir également le nombre d'émissions hebdomadaires, le public cible, le personnel de la rédaction et les moyens de production de la chaîne. L'analyse semble pertinente dans le cadre de ce travail, elle nous permet de vérifier l'une

de nos hypothèses qui affirme que le déploiement de la TNT n'a pas permis de dynamiser le secteur audiovisuel.

Tableau n°7 - Grille des programmes hebdomadaire de l'OBSTV

Horaires	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
6h-7h							
7h-8h							
8h-9h							
9h-10h	Highlight Ligue 1			Redif you taxi			
10h-11h							
11h-12h							
12h-13h							
13h-14h							
14h-15h						Highlight Bundesliga	Ref 2 ^e match du samedi
15h-16h							
16h-17h	Les interventions de Mame Fatou	Rediff Les interventions de Mame Fatou	Wolof beat				
17h-18h							
18h-19h	Objectif Job	Rediff Objectif Job					
19h-20h							
20h-30h	On refait le match	Redif 1 ^e match du samedi	Ref 2 ^e match du samedi	Les observateurs	Redif les observateurs	Highlight Bundesliga	Redif Highlight Bundesliga
21h-22h							
22h-23h							
23h-00h							

Grille des programmes de l'OBSTV, Source : gfm.sn <https://gfm.alwaysdata.net/programmes-obs-tv/> consulté le 15 avril 2020

Contrairement à la chaîne généraliste, les chaînes thématiques du *GFM* peinent à prendre leur essor. *L'OBSTV* est l'une des chaînes thématiques du groupe dont la grille des programmes fait l'objet de notre analyse. La chaîne dépend totalement de la généraliste, elle ne dispose ni d'un personnel exclusif, ni d'un budget de fonctionnement qui lui est propre. « Dans ce contexte, les chaînes thématiques font ce qu'elles peuvent avec les moyens du bord. Pas simple. Faire rêver le public avec le budget d'une télévision de province relève de la gageure. Pour gagner en visibilité, certaines recrutent des animateurs qui se sont fait un nom au siècle précédent »²⁸⁴ En effet, on comprend mieux les raisons de la pauvreté de sa grille des programmes qui compte uniquement huit émissions sportives, environ un volume horaire de 15 heures par semaine. La chaîne rediffuse toutes les émissions, environ 30 heures de programmes toute la semaine. Pour meubler sa grille, *L'OBSTV* diffuse un programme qui n'a rien à voir avec le sport. Des émissions d'actualités diffusées sur la généraliste sont ensuite relayées sur la chaîne thématique sportive. Dans ce cas on peut affirmer que *L'OBSTV* n'est pas une chaîne thématique car les programmes ne visent pas une catégorie de téléspectateurs précise. Pour demeurer, une chaîne thématique doit avoir une stratégie, se positionner sur une thématique originale, cibler un public bien défini. C'est la condition du succès. Ainsi, *L'OBSTV* n'arrive même pas à assurer un tiers de la programmation hebdomadaire requise, d'autant plus que la chaîne compte sur les recettes publicitaires. Et pour attirer la publicité, il faudra d'abord faire de l'audience, Ainsi, « dépendant de leur mode de financement, les chaînes de télévision élaborent en contrepartie une proposition de valeur correspondant à leur offre de programmes, à leur fil d'antenne. En ce sens, la programmation constitue leur cœur de métier. Elles se définissent, en la matière, comme des éditeurs de programmes. »²⁸⁵ L'étude de la grille montre que la chaîne sportive n'a pas une stratégie de positionnement au sein de l'audiovisuel sénégalais. Elle fait figuration dans un paysage audiovisuel très concurrentiel avec la présence d'une vingtaine de chaînes de télévision. R. Chaniac et JP. Jézéquel soutiennent que « lorsque la télévision est placée en régime concurrentiel, la programmation devient une fonction stratégique. Les programmes sont conçus, modelés, en fonction des exigences de conquête et de rassemblement des auditoires, de fidélisation des publics. Dans les grilles des chaînes,

²⁸⁴ Milot, Olivier, « chaînes thématiques du câble, se réinventer ou mourir » Enquête publié en 2013 sur [telerama.fr](https://www.telerama.fr/television/chaines-thematiques-du-cable-se-reinventer-ou-mourir,104129.php), [en ligne] <https://www.telerama.fr/television/chaines-thematiques-du-cable-se-reinventer-ou-mourir,104129.php>

²⁸⁵ Le Champion, Rémy, *La télévision, Paris*, La Découverte, 2018, pp. 57-73.

publiques ou privées, cohabitent des programmes de « flux » et de « stock », tous deux essentiels au prestige d'une grande chaîne. »²⁸⁶ Nous constatons que le *Groupe Futurs Médias* a voulu investir dans le champ de la télévision thématique, un modèle qui n'est pas exploré au Sénégal. Malheureusement, il ne s'est pas donné les moyens pour mettre en place une véritable chaîne thématique. La création de produits audiovisuels suppose de grands financements en termes de programmation. Ces coûts engendrent sans conteste le plus grand investissement d'une chaîne de télévision. C'est encore plus compliqué pour une chaîne qui n'a pas de modèle économique. C'est pourquoi B. Lafon affirme qu'« un média repose en premier lieu sur un Modèle Economique, c'est-à-dire un modèle d'affaires visant à pérenniser l'organisation, qu'elle soit privée ou publique. Dans un cas comme dans l'autre, une consolidation des ressources est nécessaire pour garantir la production (programmes, publications) du média. Cette question est au cœur des réflexions de la théorie des industries culturelles, qui vise entre autres objectifs à modéliser les stratégies et le fonctionnement des acteurs de ce secteur au sein de filières plus ou moins organisées.»²⁸⁷ Pour que les émissions soient suivies par des millions de personnes, le budget alloué à la production doit être conséquent. En général, les chaînes les plus suivies investissent beaucoup d'argent dans leurs programmes.²⁸⁸ Aujourd'hui, l'audiovisuel français reconnaît l'importance des télévisions thématiques et leurs poids dans l'industrie audiovisuelle. Une étude a montré que : « les chaînes thématiques jouent un rôle important au sein de l'économie de la captation télévisuelle de spectacle vivant. En 2004, si elles réduisent leurs investissements de 9,3%, le nombre d'heures aidées (tous rangs de diffusion confondus) a progressé de 26,8%. Elles représentent 46,7% des volumes de commandes et 23% des apports de l'ensemble des diffuseurs dans le spectacle vivant »²⁸⁹. Au Sénégal, les chaînes de télévision thématiques ne pèsent pas dans le secteur audiovisuel. Elles représentent une audience faible qu'on ne peut pas mesurer car elles ne sont pas prises en compte par les instituts de sondages.

²⁸⁶ Chaniac, Régine et Jézéquel, Jean-Pierre, *Les programmes : point de rencontre entre une offre et son public*, Régine Chaniac éd., La télévision. La Découverte, 2005, pp. 112-114.

²⁸⁷ Lafon, Benoit, « Médias sociaux : l'extension du domaine médiatique par l'industrialisation du relationnel », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°18/3A, 2017, p.53 à 64, consulté le 12 décembre 2020, [en ligne] URL : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2017/supplement-a/04-medias-sociaux-lextension-du-domaine-mediatique-par-lindustrialisation-du-relationnel>

²⁸⁸ Ibid

²⁸⁹ Cf. Guide des chaînes thématiques, CSA, janvier 2006 P.78. Consulté le 17 avril 2020, [en ligne] <https://www.csa.fr/content/download/17152/314586/version/2/file/gct260106.pdf>

Pour l'heure, les chaînes spécialisées n'ont pas encore trouvé leur place dans l'univers médiatique sénégalais.

Les chaînes de télévision arrivées après le lancement de la TNT

La TNT ne suscite pas pour le moment un grand intérêt chez les diffuseurs. Malgré les avantages annoncés, le secteur de l'audiovisuel n'attire pas les investisseurs. Nous avons constaté l'arrivée de deux chaînes de télévision : *7TV* et *ITV*. La TNT permet certes aux groupes audiovisuels de créer des chaînes à moindre coût, mais on se rend compte qu'il ne suffit pas seulement d'avoir une technologie pour avoir plusieurs télévisions. Il faut également que le besoin existe et que l'environnement audiovisuel offre les garanties pour permettre aux diffuseurs et autres investisseurs de saisir les opportunités.

Illustration n°9 - Logo de la chaîne 7TV



Source : <http://7tv.sn/accueil/lecteur/9862>

La *7 TV* a été lancée deux ans après l'arrivée de la télévision numérique. Les promoteurs de la nouvelle chaîne ont démarré par un site internet *azactu.net* en 2015. En 2017, le groupe a franchi une nouvelle étape en créant une chaîne de télévision généraliste avec un accent particulier sur l'info et le divertissement. Le communiqué qui a annoncé le lancement de la chaîne *7TV* fait abstraction de la nouvelle offre TNT et ne fait aucune référence aux mutations techniques. Ci-dessous un extrait du communiqué annonçant la création de la nouvelle chaîne : « un nouveau jour s'est levé. Et, par conséquent, un nouveau défi se présente devant nous. Mais, nous vous promettons à vous qui aimez la télé, d'autres surprises. De très belles surprises ! Tout en respectant les règles d'éthique et de déontologie qui sous-tendent notre métier. Aujourd'hui, plus que jamais, nous allons encore travailler pour le compte de notre nation. Car, comme on l'a toujours dit, en tant que citoyens qui se

veulent utiles pour leur pays, nous cherchons, tous les jours, la meilleure manière de le servir. Dans la vie, on n'ose pas tout faire, mais on osera tout souhaiter. »²⁹⁰

La 7TV est certes sur le canal de la TNT mais force est de constater que la nouvelle chaîne n'a déployé aucune stratégie de positionnement par rapport à la TNT pourtant créée dans un contexte de renouvellement du secteur audiovisuel. On constate dans le communiqué de lancement de la chaîne que l'enjeu de positionnement dans le bouquet de la TNT n'était pas le plus déterminant. Si l'enjeu était d'autant plus important pour la chaîne, elle allait annoncer sa stratégie de positionnement dès le lancement pour se distinguer des chaînes historiques.

Après le lancement de son site emedia.sn et de la station Iradio, le groupe *E-média invest* a lancé en 2019 sa chaîne de télévision. *ITV* est la deuxième télévision généraliste née après le lancement de la TNT.

Illustration n°10 - Logo de la chaîne ITV



Logo de la chaîne : source, emedia.sn <https://www.emedia.sn/Retour-du-signal-de-iTv-sur-la-TNT-Emedia-Invest-remercie-la-S>

Le discours diffusé lors du lancement d'*ITV* montre les ambitions du groupe. On voit clairement que la chaîne compte miser sur le changement comme stratégie de positionnement. Même si le groupe n'évoque pas explicitement la TNT dans son communiqué, mais au fond on peut relever certains éléments qui font référence à la nouvelle offre TNT : « Dans un environnement concurrentiel, il s'agit pour le groupe E-média invest qui a pour ambition d'innover, d'offrir une télévision riche de contenu de qualité répondant à l'attente d'un public de plus en plus exigeant. Considérée comme le vaisseau amiral du

²⁹⁰ Cf. Communiqué de presse publié sur le site Sanslimitesn.com : <https://sanslimitesn.com/maimouna-ndour-faye-lance-7tv-tele/> consulté 7 janvier 2020

groupe E-média, cette chaîne vient ainsi compléter le dispositif déjà établi, qui mise sur un triptyque : une information authentique, un divertissement sain et une éducation à la citoyenneté. Nous revendiquons notre place de plateforme d'influence à la conquête d'une large audience, une ambition à la portée de notre Groupe. »²⁹¹

Le paysage médiatique n'a pas réellement changé. Entre 2015, date du lancement de la TNT et 2020, deux chaînes de télévision généralistes ont fait leur entrée dans le bouquet TNT. Pourtant une bonne partie des discours d'actualité produits mettaient l'accent sur la possibilité de créer de nouvelles chaînes de télévision pour favoriser un paysage audiovisuel pluriel. Les chaînes historiques semblent ne pas être séduites par l'offre de la Télévision Numérique Terrestre, ou du moins, elles n'en voient pas la nécessité. À part le groupe *Excaf télécom*, les autres groupes n'ont pas été emballés par l'offre TNT. Les chaînes historiques n'ont pas développé de stratégie pour se positionner en première ligne lors du lancement de la TNT. Le groupe *Excaf télécom* qui est à la fois diffuseur et opérateur de télévision a développé un certain nombre de stratégies pour être plus présent dans le paysage médiatique. En 2015, date du basculement de l'analogique au numérique, le groupe avait annoncé la mutation de sa chaîne musicale et sportive qui devient la *DTV*, une chaîne généraliste. La publique, notamment la *RTS* devrait être au cœur du projet. Malheureusement, elle n'a pas pu déployer beaucoup d'efforts pour populariser la TNT. Elle a élargi son répertoire mais bien avant l'arrivée de la TNT. Cela s'explique sans doute par le fait qu'elle avait déjà entrepris sa mutation avant même l'arrivée de la TNT. Le directeur technique de la *RTS* Badara Ndoye, nous explique que « la *RTS* était déjà en HD au niveau de la production donc, il nous restait la HD côté diffusion, On a fait notre migration interne en HD. Aujourd'hui la *RTS* diffuse sur la TNT en HD. Sur Canal plus, on est en train de négocier, il continue de nous diffuser en SD alors que nous avons fait notre migration. »²⁹² D'ailleurs la *RTS* n'a pas attendu la TNT pour lancer d'autres chaînes de télévision. La *RTS 3* a été lancée avant l'arrivée de la TNT, en 2013 à Tambacounda. La *Radiodiffusion Télévision Sénégalaise* a déployé 14 milliards de francs CFA pour un projet global qui doit concerner toutes les régions du pays.²⁹³ La *RTSI* a profité du lancement de

²⁹¹ Cf. Lancement d'Itv : La Télé du groupe E-média Invest en test lien

<https://www.lequotidien.sn/lancement-de-itv-la-tele-du-groupe-e-media-invest-en-test/>

²⁹² Cf. Annexe N°1 Entretien N°4

²⁹³ Voir chapitre 2 sur « l'avènement des télévisions régionales »

la TNT pour inaugurer les programmes de *la RTS2* qui était en phase test depuis 2012 sous le nom de *SN2*. Sur le plan technique et ressources humaines, *la RTS2* dépend de la chaîne publique. Le directeur des télévisions régionales et de *la RTS2* Omar Ba affirmait lors du démarrage des programmes que : « *la RTS* a une mission de service public et donc tous les publics doivent se retrouver dans ses programmes. Malheureusement, *la RTS1* ne peut pas prendre en charge les préoccupations de toutes les populations, notamment des jeunes. *La RTS2* va mettre l'accent sur cette cible en déployant une grille des programmes plus légère et plus fun [...] Tout ce qu'on ne pourra pas faire sur *la RTS1* sera reversé sur *la RTS2* qui aura une orientation plus ouverte, plus décontractée, moins religieuse, moins politique. »²⁹⁴

Il faudra noter que la chaîne publique ne s'est pas montrée collaborative, car elle avait aussi manifesté son ambition de gérer la TNT. *La RTS* avait manifesté sa volonté pour que le projet TNT lui soit confié, mais au final l'État a choisi *Excaf*. Aujourd'hui l'opérateur rencontre des difficultés, *la RTS* est disposée à apporter son expertise. « C'est vrai que nous sommes éditeurs. Mais, en termes d'expériences, nous sommes en avance sur les autres. Même au niveau de la Société de télédiffusion sénégalaise (TDS), l'expertise qui existe au niveau de *la RTS*, on ne la retrouve pas dans ces structures telles que la TDS, le CNRA, le ministère des télécommunications ainsi que dans l'autre télévision privée. Le schéma qu'on peut mettre en place consiste à reprendre les activités et réussir cette migration en un temps record. »²⁹⁵

²⁹⁴ Cf. « télévision numérique, *la RTS2* a lancé ses programmes », jeudi 18 juin 2015, quotidien le soleil, repris par Osiris.sn [en ligne] <http://www.osiris.sn/Television-numerique-La-Rts-2-a.html>

²⁹⁵ Annexe n°4

Section 3 - Discours sur les promesses de la télévision du futur

Avec l'arrivée de la TNT, certains discours avaient annoncé le déclin de la télévision dite classique. L'avènement de la télévision numérique va engendrer, selon les acteurs politiques et les experts, des mutations dans le secteur audiovisuel. Ils ont annoncé des changements concernant les modes de consommation. Les discours d'accompagnement de l'«innovation» prononcés lors du lancement de la TNT ont beaucoup insisté sur les changements. Babacar Touré, président du CONTAN affirmait que « les perspectives qui s'ouvrent feront que les moments passés devant sa télévision, ne seront plus un simple moment de contemplation passive, soumis au seul bon vouloir des éditeurs de programmes. »²⁹⁶ Si on suit sa logique, dès que la TNT sera mise en place, les téléspectateurs pourront avoir la possibilité d'avoir la télévision en direct sur internet, la télévision en différé, ou la télévision de rattrapage. Avec le bouleversement des modes de consommation, les acteurs politiques sont convaincus que la façon de pratiquer la télévision va complètement changer. C'est pourquoi d'ailleurs, Babacar Touré appelle les professionnels à suivre la mouvance : « quant au monde professionnel de l'audiovisuel, il est venu, pour lui, le temps d'opérer sa mue afin de se hisser sur les hauteurs auxquelles invitent les exigences de la modernité. Un réajustement lui sera nécessaire de son rapport à la profession et au public. »²⁹⁷ Du moment où la télévision numérique devient garante d'un nouveau mode de consommation, sa mise en place engendre, selon les acteurs, des changements importants. Ce ne sont pas que les autorités politiques qui ont une approche qui correspond à un déterminisme technique, les experts pensent également que l'adoption de l'« innovation » est automatique. Ils déclarent que « grâce aux mutations techniques les programmes télévisuels seront consommés à tout le temps, à tout moment, il n'y a plus de frontière, il n'y a plus de cloisonnement. Tout ça va être révolutionnaire. »²⁹⁸

Ainsi, avant d'évoquer les opportunités qu'offre une quelconque « innovation », il faudrait savoir si celle-ci est en mesure de les offrir. Cependant, obnubilés par le fantasme du nouveau, les acteurs politiques promettent des changements qui s'écartent souvent de la réalité. Le secrétaire exécutif du CONTAN présente la nouvelle offre télévisuelle : « notre option est celle d'une télévision interactive alliant le Broadcast et le Broadband, avec la

²⁹⁶ Cf. Annexe N°2 Corpus N°1

²⁹⁷ Cf. Annexe N°2 Corpus N°1

²⁹⁸ Cf. Annexe N°1 Entretien N°15

mise en place de différentes plateformes de services : guide électronique de programme, archivage, analyse d'audience, vidéo à la demande, vidéos de rattrapage, sondage. S'y ajoutent les multiples fonctions associées à l'enregistrement de programmes directement à partir du décodeur. »²⁹⁹ Les promoteurs de la TNT parlent de la télévision interactive comme si elle était une pratique nouvelle dans le secteur médiatique sénégalais. Certaines télévisions avaient opté pour la délinéarisation de la consommation de leurs contenus bien avant l'arrivée de la TNT.

Notre objectif dans cette partie consistera à vérifier la conformité des discours d'accompagnement de l'« innovation » avec la réalité. Pour ce faire, nous allons observer les différents portails de trois chaînes de télévision historiques : la *2STV*, la *TFM* et la *SENTV*. Cela nous permettra de démontrer que la délinéarisation de la consommation des programmes est antérieure à la Télévision Numérique Terrestre. Avant la mise en place de la TNT en 2015, les télévisions avaient mis des stratégies pour délinéariser les modes de consommation. Les chaînes de télévision alimentaient régulièrement leurs sites internet, certaines émissions étaient mises en ligne et pouvaient être consultées en mode *replay* ou *catch up*. La délinéarisation de la consommation des contenus télévisuels n'est pas une pratique nouvelle dans le champ médiatique sénégalais. Le taux de pénétration de 58,20 %³⁰⁰ du réseau internet et une multiplication du nombre d'utilisateurs ont incité les télévisions à développer des stratégies de redéploiement. Faudra-t-il le noter, les rédactions n'avaient pas une politique digitale clairement définie. L'arrivée de la TNT n'a pas été l'élément déclencheur, elle a juste permis aux chaînes de télévision d'évoluer, en créant plus de supports pour diversifier la diffusion de leurs contenus. Les promesses liées au développement du numérique s'accompagnent d'un discours exaltant. Les acteurs sont souvent dans une perspective nihiliste faisant la part belle aux nouveaux dispositifs techniques. Pour mieux appréhender ces questions et éviter de se verser dans le déterminisme technologique, il convient, selon B. Miège de tenir compte de ces trois facteurs : « 1° en quoi les mutations des industries culturelles ne sont pas seulement techno-dépendantes, 2° que les Tic, lorsqu'elles adviennent, ont à prendre en compte des évolutions qui sont parfois engagées depuis longtemps, qu'elles soient culturelles, sociales ou économiques, et 3° que ce qui est décisif, c'est la confrontation, et même l'affrontement,

²⁹⁹ Cf. Annexe N°2. Corpus N°1

³⁰⁰ Cf. Osiris.sn <http://www.osiris.sn/Internet.html>

des stratégies des différents acteurs, autant les acteurs dominants que les autres et les usagers. »³⁰¹

Illustration n°11 - Capture d'écran des supports numériques de la 2STV



Capture d'écran émission replay Source : 2stv.net lien <https://2stv.net/live-2/> consulté le 28 novembre 2019

Capture d'écran page YouTube 2stv Source : YouTube lien <https://www.youtube.com/user/2stvReplay/featured>

La 2STV, première chaîne à expérimenter le *replay*, a très tôt mesuré l'importance des nouveaux médias. Avec un site internet qui fonctionne, la chaîne mettait régulièrement des

³⁰¹ Miège, Bernard, « Présentation du supplément : les Industries culturelles, nouveaux questionnements », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°15/2a, 2014, p.1 à 4, consulté le dimanche 23 février 2020, [en ligne] URL : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2014/supplement-a/00-presentation-supplement-2014-les-industries-culturelles-nouveaux-questionnements>

contenus en ligne. La 2STV n'a pas attendu l'arrivée de la télévision numérique pour s'adapter au nouveau mode de consommation des contenus télévisuels. Cependant, la TNT a permis à cette chaîne de télévision d'être plus ambitieuse dans sa stratégie de marketing digital. Elle est disponible en direct sur le site internet, et les émissions phares sont postées en ligne en mode *replay*. Le programme de la télévision est diffusé aussi sur le site. La 2STV est également présente sur *YouTube* depuis 2011, la chaîne *YouTube*³⁰² compte près de 100.000 abonnés. Les *replay* sur la chaîne *YouTube* rencontrent un certain succès. Certaines vidéos postées sont regardées plus de 500.000 fois. La musique, le divertissement et les téléfilms sont les contenus les plus regardés. La chaîne totalise plus de 150.000 « Like » sur *Facebook*³⁰³. Les programmes de la télévision sont diffusés en direct sur la page *Facebook*. Des milliers d'internautes interagissent en direct, ils commentent en donnant leurs avis ou en posant des questions. La chaîne a rejoint *tweeter*³⁰⁴ en 2010. Elle compte 112.000 abonnés. Elle utilise *Tweeter* comme moyen de promotion, les émissions et les invités sont annoncés sur le compte *tweeter*. La 2STV développe aussi une application mobile disponible sur *Google Play*.

Ainsi, même si la télévision propose une offre de rattrapage diversifiée, il est difficile de mesurer la part de la consommation de rattrapage. Il n'existe à ce jour aucun sondage qui montre les pourcentages de consommation de la télévision à partir du web. Mais il y a une différence entre l'existence des outils techniques et leur appropriation par le public. On peut aussi souligner que le développement des outils techniques n'a pas un réel impact sur l'écoute de la télévision en Afrique d'une manière générale. En 2019 une étude³⁰⁵ a révélé que 92% des africains ont regardé la télévision 4h par jour. Un chiffre qui est largement supérieur à la consommation quotidienne d'internet qui est à 28%.

³⁰² La chaîne YouTube a été consultée le 21 février 2020

³⁰³ La page Facebook a été consultée le 21 février 2020

³⁰⁴ Le compte tweeter a été consulté le 21 février 2020

³⁰⁵ Cf. Kantar, 2019, l'étude média de référence en Afrique Sub-saharienne, consulté le 7 avril 2020 en ligne <https://www.tns-sofres.com/communiqués-de-presse/kantar-publie-les-premiers-resultats-africascope-2019-letude-media-de-reference-en-afrique-sub-saharienne>

Illustration n°12 - Capture d'écran des supports numériques de la TFM

The grid displays 15 video thumbnails with the following titles and timestamps:

- Faram Faccé reçoit Moustapha Cissé Lô - 02 (1:38:38)
- Ngonal reçoit Mapenda Seck - 08 Juillet 2014 (1:45:26)
- La Gargote avec Daro - Invité Ndeye Gueye - 22 Juillet 2014 (1:15:08)
- Wareef - 19 Mars 2014 - Thème: Maraboutage dans le (1:19:51)
- Night Show avec Mohamed Diaby - 26 Septembre 2014 (1:30:54)
- Yeewu Leen - 07 Mai 2014 - Canabasse s'explique sur son (1:8:37)
- Spécial Tabaski avec Viviane Chidid - Invitée: Viviane Chidid (1:129:40)
- Mode Tabaski - intégrale - 12 Septembre 2014 - P1 (1:138:30)
- Wareef CICES 2014 - 24 décembre 2014 -Thème: (1:55:37)
- Wareef - 27 Octobre 2014 - Thème: "Laabane" (1:109:30)
- Wareef - 11 Septembre 2014 - Relation entre professeur et (1:13:11)
- Hommage à Ndongo Lô (9ans après) - 16 janvier 2014 (1:13:24)
- Wareef - 17 Septembre 2014 - Les causes des divorces (1:20:02)
- Ndoukhourou Kour Bayo Cheikh reçoit Kiné Lam - 29 (1:6:28)
- Ramadan Sorigno Ndiagne - Episode 28 - 27 Juillet 2014 (1:6:28)

Vidéos de la TFM mises en ligne sur YouTube avant la TNT

Chaîne YouTube de la TFM créée avant la TNT

Capture d'écran page YouTube *TFM* Source : YouTube lien <https://www.youtube.com/user/tfm>

Le Groupe *Futurs Médias* a misé sur la diversité des supports de communication pour accroître son audience. Il est doté d'une équipe digitale qui gère tous les supports du groupe. *GFM* dispose d'un site d'information qui sert également de plateforme pour les

replays des émissions phares. La chaîne principale du groupe *TFM* est diffusée en direct sur le site ainsi que les chaînes thématiques *L'OBSTV* et *TFM religion*. La télévision utilise sa chaîne *YouTube* pour poster les émissions. La chaîne *YouTube*³⁰⁶ compte près d'un million d'abonnés. Plus de 40.000 vidéos ont été postées sur la chaîne *YouTube*, elle totalise près de 437 millions de vues depuis sa création. Le divertissement et les téléfilms sont les *replays* les plus regardés. Aujourd'hui, toutes les émissions et tout le contenu de la *TFM* sont systématiquement agrégés dans *YouTube* qui constitue une parfaite plateforme de *replay*. La page *Facebook*³⁰⁷ capitalise près de 240.000 « Like ». Elle permet non seulement de délinéariser les contenus mais elle est aussi un outil d'autopromotion. Les internautes peuvent suivre en direct les émissions et interagir en même temps. Les coulisses des émissions sont publiées pour annoncer les invités et inciter les internautes à suivre l'émission en direct. Les émissions postées sur *Facebook* sont suivies soit en direct ou en *replay* par des centaines d'internautes. Sur *Tweeter*³⁰⁸, *GFM* totalise 187.000 abonnés. Les informations publiées sur *Tweeter* sont de nature publicitaire. La chaîne utilise ce support pour faire la promotion des émissions diffusées sur la chaîne. Les *tweets* mettent en valeur les journalistes présentateurs et les invités. *TFM* a développé une application disponible sur *Google Play*. Une autre application « *GFM et Vous* » est également disponible sur *Play store*. Elle regroupe tous les services du *Groupe Futurs Médias* et donne la possibilité aux utilisateurs d'interagir directement avec les présentateurs, journalistes, animateurs et artistes de la chaîne.

³⁰⁶ La chaîne YouTube a été consultée le 21 février 2020

³⁰⁷ La page Facebook a été consultée le 21 février 2020

³⁰⁸ Le compte tweeter a été consulté le 21 février 2020

Illustration n°13 - Capture d'écran des supports numériques de la SENTV

The screenshot shows a YouTube search results page for 'SEN TV'. The top section features a carousel of video thumbnails under the channel name 'SEN JOTAAY'. Below this, there are five video listings with titles like 'SEN JOTAAY : Abdoulaye Wilane Partie 3' and view counts. The second section shows a carousel of 'TEUSS' video thumbnails, with listings below for dates like 'Teuss De Ce Jeudi 19 Mars 2015 Avec Ahmed Aidara'. Below the video listings, a yellow box contains the text: 'Vidéos de la SENTV mises en ligne sur YouTube avant l'arrivée de la TNT'. Below this is a screenshot of the 'SEN TV' YouTube channel page, showing the channel name, subscriber count (51,1 k abonnés), and navigation tabs. A second yellow box at the bottom of the screenshot contains the text: 'Chaîne YouTube de la SENTV, créée en 2014 avant la TNT'.

Capture d'écran page YouTube *SENTV* Source : YouTube lien
https://www.youtube.com/results?search_query=sentv+en+direct+sur+youtube

La *SENTV*, tout comme les autres chaînes de télévisions citées précédemment, a commencé à développer des stratégies de délinéarisation de ses contenus bien avant l'arrivée de la TNT. La chaîne dispose d'un site internet qui lui permet de délinéariser les émissions. On retrouve sur le site les programmes phares qui peuvent être consultés en *replay*. La chaîne est également en direct sur le site. Elle dispose d'une chaîne *YouTube* depuis 2014. Elle utilise cette plateforme pour mettre en ligne les programmes déjà diffusés sur la chaîne de télévision. La *SENTV* n'a pas une stratégie active sur *Facebook*, contrairement aux autres chaînes de télévisions, sa page *Facebook* n'est pas régulièrement alimentée. Le nombre des abonnés (35.000) illustre la passivité de la chaîne sur ce réseau social. Sur *Tweeter* également c'est le même constat. La *SENTV* l'a rejoint depuis 2012, mais elle n'a pas développé une stratégie de diversification de son contenu sur ce réseau, elle ne l'a pas non plus utilisé pour promouvoir ses émissions. On constate que la chaîne n'a pas développé une stratégie de marketing digitale exclusive. À part le site internet et la chaîne *YouTube*, elle est passive sur les autres supports tels que *Facebook* et *Tweeter*.

Ce constat montre que les quatre chaînes historiques ont commencé leur déploiement sur internet avant l'arrivée de la TNT. Notre analyse relativise les arguments politiques qui affirment que la délinéarisation des contenus est une pratique nouvelle dans le paysage audiovisuel. Daour Diène, responsable service technique à *WalfTV* conforte notre hypothèse : « l'avenir des télévisions c'est plus vers le numérique parce qu'il y a plusieurs supports de communication. C'est un public qu'on doit conquérir. C'est à travers ces moyens de communication qu'on arrivera à avoir l'audience jeune qui est sur le net. On a commencé à diffuser sur ces supports comme *Facebook*, *YouTube*, *Dailymotion* avant l'arrivée de la TNT. On essaie d'être présent sur tous les réseaux sociaux et pour avoir le maximum d'audience. »³⁰⁹

Ainsi, la promesse liée à la télévision du futur s'inscrit dans une logique de quête perpétuelle du nouveau depuis la mise en place de la TNT. Les discours d'accompagnement formulés montrent la volonté des politiques à faire de la transition numérique un événement « inédit ». Le président du CONTAN n'a pas manqué de le souligner dans son discours lors du lancement de la TNT : « ainsi, dans quelques semaines, sur toute l'étendue du territoire national, les foyers seront en mesure de capter le signal de la Télévision Numérique Terrestre, qui fera accéder nos compatriotes à une dimension jusque-là inédite de l'univers

³⁰⁹ Annexe N°1 Entretien N°6

des télécommunications. »³¹⁰ Dans le discours gouvernemental, on note un réel besoin de montrer que l'audiovisuel a passé un nouveau cap, celui de l'industrialisation. Ainsi, les politiques veulent démontrer, en tant que dirigeants, leur capacité à mener des réformes importantes. En agissant sur un temps court, un dossier qui nécessite un temps long, le gouvernement a voulu prendre à son compte la réforme, la plus importante de l'audiovisuel sénégalais.

³¹⁰ Cf. Annexe N°2 Corpus N°1

Conclusion chapitre 4

L'analyse de discours que nous avons effectuée à partir d'un corpus de discours officiels nous a permis de démontrer que les promesses ont servi de moyen de légitimation de l'« innovation ». Les autorités se sont basées sur les incertitudes de l'« innovation » pour annoncer que la TNT serait pourvoyeur d'emplois et de croissance économique. À défaut de pouvoir dire quand et comment vont se tenir les engagements, un lexique performatif est mobilisé : l'utilisation massive du verbe « aller » a permis de créer du lien entre le contexte d'énonciation et la réalisation hypothétique de l'évènement. Dans la même logique, nous avons pu démontrer que la TNT n'a pas bouleversé le paysage médiatique avec l'arrivée de nouvelles chaînes de télévision. Nous avons noté l'arrivée de deux chaînes de télévision dans le bouquet TNT depuis son lancement en 2015, ce qui contraste avec les discours qui annonçaient l'arrivée de plusieurs chaînes. Nous avons également constaté que la délinéarisation des modes de consommation n'est pas nouvelle dans le paysage audiovisuel et est antérieure au lancement de la TNT. L'analyse des différents supports nous montre que les chaînes ont une logique et des stratégies découplées des projets politiques.

Chapitre 5 - Les programmes télévisés et leur « qualité » : des promesses de changement à la réalité

Dans le cadre de la mise en place de la TNT, la qualité a été un argument décisif pour les acteurs politiques. Nous allons voir comment ces derniers ont utilisé la « qualité » pour convaincre le public et les acteurs de l'audiovisuel, notamment les diffuseurs de programmes. L'implantation de la TNT pourrait favoriser un changement du secteur audiovisuel. Les acteurs politiques ont profité de l'avènement du numérique pour promettre un paysage « plus riche » et « plus dynamique ». Nous examinerons les programmes télévisés, en faisant leur comparaison, pour voir s'il y a eu des évolutions avant et après l'arrivée de la TNT. On ne peut pas parler de contenus sans pour autant évoquer la production qui est un facteur important dans le processus de migration de la télévision vers le numérique. Le comité de pilotage de la transition numérique avait annoncé que l'un des objectifs spécifiques est de séparer la diffusion et la production pour créer un secteur dynamique et autonome. Pour ce faire, il faudra réussir d'abord à mettre en place une industrie de production. D'ailleurs, est-ce qu'on peut parler d'industrie de production pour le cas du Sénégal ? Nous verrons à ce propos si l'arrivée de la TNT a encouragé ou non une production locale entretenue par de vrais professionnels. Autrement dit, le secteur de la production génère-t-il un modèle économique formel ? Avant d'évoquer toutes ces questions, nous allons d'abord analyser les industries culturelles dans le contexte sénégalais. Cette analyse va nous permettre de passer en revue les industries culturelles au Sénégal qui font face à des problèmes liés aux manques de stratégies et de projets. Cette démonstration est importante dans le cadre de notre étude. Elle nous permet de vérifier l'hypothèse selon laquelle la relance des industries culturelles et audiovisuelles annoncée par les acteurs politiques est loin d'être une réalité.

Section 1 - L'audiovisuel au Sénégal : l'impossible industrie

Dans le domaine de la création culturelle et audiovisuelle, le Sénégal s'est toujours distingué sur le plan national et international. Souvent, l'activité audiovisuelle a tendance à se limiter à la télévision. Pourtant, le modèle de flot a émergé avec l'arrivée des radios privées commerciales en 1994. C'est dans les années 1990 que l'ancien Président de la République Abdou Diouf avait autorisé une libéralisation progressive de l'audiovisuel. La première radio privée du Sénégal (Sud Fm) a été inaugurée en 1994. Plusieurs radios seront créées au fil des années (*Walf FM, 7 FM, RFM*, etc.). Le Sénégal compte à ce jour plus de 200 radios réparties dans l'ensemble du territoire national. La télévision publique, apparue en 1963 était contrôlée par les pouvoirs publics. Financée par l'État, elle avait le monopole de la publicité télévisuelle pendant une longue période. Le cinéma et la musique enregistrée ont connu des débuts prometteurs dans les années 1970, mais ils font face actuellement à de nombreuses difficultés au niveau de la production, la diffusion et la distribution.

La télévision : le média dominant au plan socio-économique

C'est dans les années 2000 avec l'avènement des chaînes commerciales que la télévision est incontestablement devenue l'industrie culturelle dominante. Au fil des années, elle est devenue un enjeu d'investissement stratégique pour les hommes d'affaires. Entre 2003 et 2019, une vingtaine de chaînes de télévision ont été lancées, ce qui a amené une forte concurrence entre les acteurs. Ce secteur, qui est essentiellement nourri par les recettes publicitaires, est déficitaire à cause d'un marché restreint. Ce marasme économique qui frappe de plein fouet le secteur de la télévision se répercute sur toute la chaîne de valeur. Un manque de professionnalisme dans la conception des programmes, une production insuffisante et non diversifiée et une consommation majoritairement gratuite. Les faibles subventions publiques et l'absence de modèle économique viable ne favorisent pas l'existence d'une véritable industrie, malgré l'introduction du numérique à la télévision. Il est aujourd'hui impossible d'évaluer le chiffre d'affaires de ce secteur encore moins d'estimer son impact sur l'économie nationale. Les chercheurs qui s'intéressent à ce domaine font face à deux obstacles : la rareté des données statistiques et un manque de

publications scientifiques. C'est pourquoi B. Miège nous fait remarquer que « les données sur les industries culturelles africaines sont rares et dispersées. On trouve surtout des monographies, établies le plus souvent par des professionnels ou des responsables administratifs. Ainsi sur la télévision au Maroc, le cinéma au Burkina-Faso, la musique vivante ou enregistrée au Mali ou en République populaire du Congo, l'édition de livres au Sénégal, la presse dans des pays de l'Est africain ; seule ou à peu près l'Afrique du Sud donne à voir une vision d'ensemble de ses industries culturelles. »³¹¹

Le cinéma : un marché inexistant

Le cinéma sénégalais est l'un des plus anciens en Afrique. Le premier court métrage « Afrique-sur-seine »³¹² est sorti en 1955, avant les indépendances. Le producteur Paulin Soumanou Vieyra avait défié la loi française qui avait formellement interdit aux citoyens des colonies de produire des films. Ce film était l'une des premières fictions qui relatait le mal être des africain à Paris.³¹³ Après, l'indépendance, le cinéma sénégalais a connu un essor. Le contexte postcolonial a inspiré des producteurs qui ont voulu à travers le cinéma régler des comptes avec l'ancien colonisateur. C'est le cas du film « le mandat » du réalisateur Ousmane Sembène,³¹⁴ le premier film tourné en langue nationale « wolof ». Les années 70, c'était l'âge d'or du cinéma sénégalais, qui a connu un grand succès. Les dernières années ont été marquées par l'arrivée d'une nouvelle génération de cinéastes qui participent dans les plus grands festivals : Cannes, Venise, Ouagadougou, Carthage etc. « En 2017, le film, Félicité du réalisateur sénégalais Alain Gomis avait remporté le grand prix du jury à la Berlinale ; ce même film a remporté l'Etalon d'or de Yennenga, le grand

³¹¹ Miège, Bernard, « La question des industries culturelles impliquée par/dans la diversité culturelle », contribution au colloque international réuni à Douala en avril 2006. [En ligne] <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2019/02/07-2009A-Actes-de-Douala-Miege.pdf>

³¹² « En février 1955, il [S. Vieyra] avait réalisé, avec le même groupe, le premier film entièrement tourné par des Africains, Afrique sur Seine. Ce film fait avec des moyens très modestes en 16 mm noir et blanc montre la vie des Africains à Paris à cette époque-là, avant les grandes immigrations, et donc marque une date importante dans l'histoire du cinéma de notre continent. » Thiam, Momar. « J'ai connu Paulin Soumanou Vieyra... », *Présence Africaine*, vol. 170, no. 2, 2004, pp. 25-25.

³¹³ Ibid

³¹⁴ « Sembene a passé sa vie à secouer les esprits et les cœurs africains. Il fait partie des pionniers du genre romanesque militant en Afrique. Il est précurseur de la création cinématographique en Afrique. » Mar, Daouda. « Ousmane Sembène, théoricien et praticien du genre romanesque et de la cinématographie en Afrique », *Africultures*, vol. 76, no. 1, 2009, pp. 173-191.

prix du Fespaco (Festival panafricain du cinéma et de l'audiovisuel de Ouagadougou).»³¹⁵ Mais malgré ces succès, depuis des années, le secteur du cinéma est en crise. Le financement du cinéma est secoué par la fermeture des salles. « La filière cinéma connaît une baisse de la fréquentation des salles depuis les années 1990 dans les pays étudiés [Sénégal]. Celle-ci est passée de 3,5 millions d'entrées en 1995 à 1,6 million en 1999 au Burkina Faso, et de 25 millions d'entrées en 1990 à 10 millions en 2002 au Maroc. Les conditions de réception des œuvres sont jugées non satisfaisantes par les consommateurs. L'ouverture d'un multiplexe à Casablanca offre des conditions de projection conformes aux normes internationales mais ne peut à elle seule enrayer le mouvement dû à la dégradation des salles. Le nombre de salles au Maroc est ainsi passé de 230 en 1990 à 150 en 2003. »³¹⁶

Le cinéma ne peut, non plus, compter sur la télévision qui est dans une situation financière délicate. L'aide publique au cinéma n'est pas assez conséquente pour tenir l'économie de toute une filière. En réalité, le cinéma sénégalais n'a pas de marché qui fait interagir toute la chaîne de valeur. C'est-à-dire, des concepteurs, des producteurs, des diffuseurs, des distributeurs et des consommateurs : « lorsque le marché et ces acteurs existent, il convient que le cadre de leur activité économique soit légal, base minimale afin de permettre un suivi de leur activité. Or l'économie dite « informelle » règne massivement sur de larges zones du continent et interdit tout recensement sérieux et pérenne, aucun des acteurs n'y ayant intérêt. »³¹⁷

³¹⁵ Cf. tv5.com « cinéma sénégalais, une industrie en quête de public. » URL : <https://information.tv5monde.com/afrique/le-cinema-senegalais-une-industrie-en-quete-de-public>

³¹⁶ Almeida, Francisco et Alleman, Marie Lise « Les industries culturelles des pays du sud : Enjeux du projet de convention internationales sur la diversité culturelle », Rapport d'étude établi pour le compte de l'Agence Intergouvernementale de la Francophonie et du Haut Conseil de la Francophonie, Aout 2004, p.32 [en ligne] :http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/diversity/pdf/wosa/aif_etude_almeida_alleman_2004.pdf

³¹⁷ Porest, Claude, « Le cinéma en Afrique : l'impossible industrie », *Mise au point* [En ligne], 4 | 2012, mis en ligne le 30 août 2012, consulté le 27 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org/map/800> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/map.800>

La musique : un marché local malgré l'internationalisation des artistes

La musique enregistrée est l'une des rares secteurs industriels qui a pendant longtemps permis aux acteurs de générer des revenus importants. La musique sénégalaise a connu ses moments de gloire dans les années 1980 avec l'avènement des maisons de production qui ont permis à plusieurs artistes de se produire. C'est l'époque où les musiciens sénégalais ont découvert le monde, en faisant des tournées en Afrique, en Europe et aux États Unis. Ce qui a valu à beaucoup d'artistes une reconnaissance internationale. Les artistes comme Youssou Ndour, Thione Seck, Oumar Pène, Coumba Gawlo etc., ont remporté plusieurs fois des disques d'or et de platine.³¹⁸ La musique était l'un des rares secteurs industriels où les acteurs gagnaient d'importantes sommes d'argent et en même temps avaient une reconnaissance sociale. La partie production était assurée par des maisons de production comme Studio 2000 et Prince Arts qui avaient une grande capacité de production. Côté consommation, il y avait aussi un public réceptif qui permettait aux artistes de vendre des milliers de CD et cassettes. Même si la chaîne de production semblait suivre la courbe d'une industrialisation avec la présence d'un marché dynamique (des concepteurs des producteurs, des distributeurs et des consommateurs), le contrôle du marché échappait aux pouvoirs publics. Il était miné par des fausses déclarations sur les cassettes, les contrefaçons et les piratages. « Toutefois, il convient de préciser qu'avec l'instauration des hologrammes (des pastilles irisées à reflets multiples accolées sur chaque cassette pressée), les fausses déclarations ont été atténuées. Aussi, la déclaration des ventes est-elle passée, en un an de 250 000 exemplaires à plus d'un 1 250 000. »³¹⁹ La deuxième limite de cette musique reste son contenu typiquement local. Elle est la caractéristique d'un rythme traditionnel qui est exclusivement sénégalais. Ce qui fait que le marché est strictement local.

³¹⁸ Ndour, Saliou, « Industrie musicale au Sénégal : étude d'une évolution », CODESTRIA, 2012, p.152 [en ligne] <https://www.codesria.org/spip.php?article223&lang=fr>

³¹⁹ Ibid., p.152

Tableau n°8 – Performance extérieure de certains pays en voie de développement en matière d’industrie culturelle

Performance extérieure de certains PVD en matière d’industrie culturelle

Pays	Secteur d’exportation	Montant en 2002 en milliers de dollars	Taux de croissance annuel de la contribution du pays à l’offre mondiale	Période
Cameroun	Édition (CTIC 892) ⁴⁰	545	39 %	2000-2002
Côte d’Ivoire	Édition (CTIC 892)	1 878	17 %	1998-2002
Maroc	Édition (CTIC 892)	4 225	8 %	1998-2002
Sénégal	Édition (CTIC 892)	1 160	44 %	1998-2002
Sénégal	Musique (CTIC 898)	825	30 %	1998-2002
Afrique du Sud	Musique (CTIC 898)	13 190	30 %	2000-2002

Source « Les industries culturelles des pays du sud : Enjeux du projet de convention internationales sur la diversité culturelle », <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/diversity/>

Le tableau ci-dessus issu du rapport d’étude établi pour le compte de l’Agence Intergouvernementale de la Francophonie et du Haut Conseil de la Francophonie révèle les performances de l’industrie musicale entre 1998 et 2002. En matière de performance extérieure dans le domaine musical, le Sénégal avait le même apport que l’Afrique du Sud. Dans le domaine de l’édition, le Sénégal occupait la première place parmi les pays étudiés. Comme le souligne le rapport écrit par F. d’Almeida, Marie L. Alleman, « l’opportunité économique que constitue le commerce international des biens culturels reste malgré tout marginale pour les PVD. Si leur contribution à l’offre mondiale augmente fortement depuis quelques années, elle reste très faible au regard de leur vitalité artistique et ne dépasse pas 0,05 % pour les pays que nous avons étudiés. Ainsi, en 2002 le Maroc a contribué à l’offre mondiale de produits d’édition à une hauteur de 0,016 %. La structure de l’offre culturelle de ces pays laisse penser que leur insertion dans le commerce international ne constitue pas le défi prioritaire à relever. Si leur contribution est marginale dans l’offre mondiale de biens culturels, elle l’est aussi au sein de leur propre marché. »³²⁰

³²⁰ F. d’Almeida et M. Lise Alleman, op.cit., p.90

L'apport des industries culturelles dans l'économie sénégalaise

Il est difficile de déterminer en chiffres l'apport des industries culturelles dans l'économie sénégalaise. Les discours des autorités se limitent seulement au rôle des industries culturelles dans le développement sans préciser à quel niveau et à quelle hauteur. Par contre, « dans une étude de 2010, sur le profil culturel des pays du Sud, membres de la Francophonie, on signale qu'au Sénégal, l'ensemble du secteur des industries culturelles (édition, audiovisuel, musique et événements culturels) génère au moins 2455 emplois et 12,5 milliards de francs CFA. »³²¹ Mais il faudra rappeler que la plupart des emplois dans le secteur des industries culturelles au Sénégal sont informels. Même si l'on reconnaît l'importance et le poids économique des industries culturelles, pour le cas du Sénégal son impact est limité. En France, « Les activités culturelles ainsi définies représentent en 2011 une valeur ajoutée de 57,8 Md€, soit 3,2 % de la somme des valeurs ajoutées de l'économie française, ce chiffre représentant l'évaluation la plus proche de ce que l'on pourrait appeler le « PIB culturel ». C'est, en valeur ajoutée, l'équivalent du secteur de l'agriculture et des industries alimentaires (60,4 Md€), deux fois les télécommunications (25,5 Md€), quatre fois l'industrie chimique (14,8 Md€) ou l'assurance (15,5 Md€), sept fois l'industrie automobile (8,6 Md€). »³²² Même si les enjeux sont importants, force est de constater que ce secteur n'a pas encore pris son essor au Sénégal. Il faudra reconnaître que si l'industrie de la culture foisonne dans les pays du nord, c'est parce que celle-ci bénéficie d'un appui public considérable, et est devenue un puissant levier économique pour les pouvoirs publics au niveau national et local. L'indigence du secteur de la culture au Sénégal est due à un manque de vision stratégique dans les politiques culturelles. Le pays ne dispose pas d'une feuille de route claire avec de vrais objectifs dans le domaine des industries culturelles. Pour s'en rendre compte, il faudra revisiter les projets du gouvernement, notamment le programme triennal du ministère de la culture pour le développement de la culture (voir tableau ci-dessous). Dans les trois ans à venir (2020, 2021, 2022), les activités culturelles de l'État consisteront à réhabiliter des édifices culturels et à construire des complexes culturels. Le problème de ce secteur est de nature structurel. Les autorités qui s'en occupent,

³²¹ Cf. document ministère de la culture et de la communication, « document de programmation plurielle des dépendances » 2020-2022 [en ligne] file:///C:/Users/asus/Downloads/www.budget.gouv.sn_dppd_2020_2022_et_pap_2020_culture_et_communication_2020-09-12_22-21.

³²² Cf. Rapport de l'inspection des finances sur l'apport de la culture sur l'économie en France, 2013, [en ligne] <https://www.economie.gouv.fr/files/03-rapport-igf-igac-culture-economie.pdf>

semble-t-il, gèrent les préoccupations immédiates des acteurs, laissant de côté les problèmes de fond dont souffre ce secteur. Nous considérons que, pour appréhender ce secteur, dans le contexte sénégalais, il est opportun de donner une approche définitionnelle des « industries culturelles ».

Tableau n° 9 - capture d'écran tableau budgétisation des projets d'investissement 2020-2022

- Tableau 2 : Tableau de budgétisation en AE-CP des projets d'investissement

Projets d'investissement	Source de financement	2020		2021		2022	
		AE	CP	AE	CP	AE	CP
Musée des civilisations noires	Etat	2 500 000 000	500 000 000		500 000 000		500 000 000
Projet d'aménagement du parc culturel	Etat	750 000 000	138 750 000		150 000 000		150 000 000
Construction du mémorial JOOLA	Etat	5 00 000 000	500 000 000		1 000 000 000		1 000 000 000
Projet équipement de la RTS	Etat	13 000 000 000	5 600 000 000		2 600 000 000		2 600 000 000
Projet de réhabilitation des édifices religieux (dont grandes mosquées de Tivaouane, Guédiawaye et Pikine)	Etat	7 500 000 000	1 000 000 000		2 500 000 000		2 500 000 000
Construction de la bibliothèque nationale	Etat	3 500 000 000	200 000 000		300 000 000		300 000 000
Construction des complexes culturels régionaux	Etat	2 000 000 000	400 000 000		500 000 000		500 000 000
Réhabilitation et équipement bibliothèques et centre de lecture et d'animation culturelle (CLAC)	Etat	600 000 000	100 000 000		150 000 000		150 000 000
Fonds de Promotion de l'industrie Cinématographique et Audiovisuelle	Etat	1 000 000 000	1 000 000 000				
Equipement en matériel technique et logistiques pour l'action culturelle décentralisée	Etat	20 000 000	20 000 000				
Revitailisation de la maison des esclaves de Gorée	Etat/Bailleurs	377 000 000	377 000 000				
Inventaire aménagement et restauration du patrimoine	Etat	1 775 000 000	300 000 000		500 000 000		500 000 000
Construction Ecole nationale des Arts et des Métiers de la Culture	Etat						
Total		37 801 000 000	10 135 750 000		8 350 000 000		8 350 000 000

Source : URL : <file:///C:/Users/asus/Downloads/www.budget.gouv.s>

Section 2 - Les promesses relatives au renouveau de la programmation télévisuelle

Dans son discours au moment du lancement de la télévision numérique, le Président de la République Macky Sall avait beaucoup insisté sur la programmation télévisuelle. Il affirmait fièrement que « l'enjeu des infrastructures étant pour l'essentiel maîtrisé, il nous faut à présent nous engager résolument dans la perspective de la production de contenus audiovisuels de qualité, conformes aux attentes de nos populations et apte à propulser l'industrie prometteuse de l'audiovisuel, dont les capacités de génération d'emplois et de richesse sont indiscutables. »³²³ On a pu constater que les changements dans l'offre de programme ont fait l'objet de beaucoup de promesses dans les discours d'accompagnement dans le contexte de la TNT. Les acteurs politiques considèrent que la télévision numérique doit de facto, dès son installation, transformer l'audiovisuel sénégalais. L'objectif consistait à faire croire que la TNT allait amener de la qualité dans le secteur audiovisuel. Selon le Président du CONTAN, Babacar Touré, c'est « moins que la technologie ou le procédé de diffusion, ce qui reste déterminant, ce seront les contenus, la qualité et la pertinence des programmes que les chaînes de télévision proposeront au public. »³²⁴ En mettant en place la TNT, les acteurs politiques pensaient effectuer la partie la plus difficile. Ils exigeaient en retour de la qualité.

³²³ Cf. Annexe N°2 corpus N°1

³²⁴ Cf. Annexe N°2. Corpus N°1

Tableau n°10 Calcul des concordances des mots « nouveau et programme » dans le corpus « TNT facteur de croissance économique »

Contexte à gauche	Pivot	Contexte à droite
une génération de	Nouveaux	producteurs qui arrivent sur le marché
une nouvelle économie avec de	nouveaux	marché à très fort potentiel de croissance
Nous allons vers un	nouveau	paysage audiovisuel
C'est un challenge	nouveau	un nouvel avenir
le développement de	nouveaux	services de contenus
les	nouveaux	médias qui désormais vont conditionner
De plus, les	nouvelles	chaînes de télévision vont
les possibilités de développement des	nouveaux	services à fort potentiel
A travers les	nouvelles	chaînes free to air
la qualité et la pertinence des	programmes	que les chaînes de télévisions proposeront
offrir à leurs téléspectateurs des	Programmes	en haute définition
Avec une variété de	Programmes	
Les téléspectateurs vont faire leurs	Programmes	
Très bientôt tous les	programmes	seront accessibles sur tous les réseaux

Le calcul des concordances permet de montrer l'emplacement des mots dans les discours. On remarque que les mots « nouveau » et « programme » sont souvent associés aux mots (télévision, service, qualité). Pour les acteurs l'« innovation » est synonyme de nouveauté, et la notion suggère une opposition entre la télévision d'hier et la télévision d'aujourd'hui. « Nouvelles télévisions, nouveaux services, nouveaux usages etc. » « nouveaux programmes, nouvelles réglementations, nouveaux marchés etc. »

Les programmes des chaînes analogiques font souvent l'objet de critiques à l'égard du pouvoir politique. En 2014, lors de la cérémonie officielle d'installation du Conseil pour l'Observation des Règles d'Ethique et de Déontologie dans les médias (CORED), le Président de la République, Macky Sall, avait vigoureusement dénoncé certains programmes. Il disait que « la revue de presse est une dictature imposée à la nation tous les matins. »³²⁵ Par rapport aux émissions interactives, il déclarait que celles-ci « sont orientées

³²⁵ Cf. ndarinfo « Macky Sall « il y a beaucoup de parasites dans votre métier » [en ligne] https://www.ndarinfo.com/Macky-Sall-aux-journalistes-senegalais-il-va-beaucoup-de-parasites-dans-votre-profession_a10306.html

par des responsables d'organes occupés par d'autres intérêts. Ils visent à mobiliser le peuple à longueur de journée »³²⁶. En mettant en place la télévision numérique, les autorités semblent trouver le bon moyen pour mettre au défi les éditeurs. Ils estiment que la qualité des contenus fera la différence et que la saine compétition entre les télévisions fera du Sénégalais le premier bénéficiaire de l'avènement de la Télévision Numérique Terrestre. Ainsi, en créant la Société de Télédiffusion Sénégalaise, le pouvoir entend avoir un certain contrôle sur la production et la diffusion des contenus télévisuels. La TDS est chargée de garantir la qualité des contenus. Comme nous l'avons expliqué dans le chapitre précédent, l'État a désormais la possibilité d'arrêter un programme à tout moment. Pour les télévisions qui ne respectent pas les cahiers des charges, Mamadou Baal, ancien membre du CONTAN estime qu' « il y a un moyen de coercition très simple comme tout le monde diffuse dans le même centre de diffusion, dès lors qu'on aura fini le basculement, les chaînes qui ne signeront pas le cahier de charge et la convention ne diffuseront pas. Avec la TNT on peut arrêter une chaîne de télévision parce qu'elle est dans le bouquet en appuyant sur un bouton. »³²⁷

Les programmes télévisés à « l'heure du numérique » : peu de changement

La TNT offre certes des opportunités, mais son implantation n'a pas trop impacté le secteur audiovisuel. Les promesses concernant un audiovisuel renouvelé ne sont pas pour le moment une réalité. Jean Meissa Diop ancien membre du CNRA constate que l'arrivée de la TNT n'a pas opéré de changement. « A mon avis je n'ai pas vu de changements en termes de contenus qui permettent de dire que ça au moins c'est l'avènement de la TNT qui l'a permis. Les télévisions auraient pu élaborer des contenus en fonction du nouvel avènement mais on a fonctionné, fonctionne encore comme à l'ancien comme si rien n'avait changé, comme si aucune opportunité n'avait été créée, les télévisions n'ont pas saisi les enjeux. »³²⁸

Pour les acteurs politiques, la modernité est synonyme de pluralité de l'offre au niveau des programmes. Contre toute attente, l'offre de programme n'a pas suscité beaucoup d'intérêt auprès des diffuseurs. Contrairement à ce qu'on a pu observer en France lors du lancement

³²⁶ Ibid

³²⁷ Cf. Annexe N°1 Entretien N°1

³²⁸ Cf. Annexe N°1 Entretien N°5

de la TNT en 2005. La concurrence était rude entre les chaînes de télévision, notamment les chaînes nouvellement autorisées à émettre et les chaînes historiques. La TNT a été pour ces chaînes une occasion de conquérir un nouveau public. « Au-delà du message concernant la programmation, le discours d'autopromotion construit simultanément l'identité éditoriale de la nouvelle chaîne et la figure de son public. »³²⁹ Pourtant la programmation à l'heure du numérique devrait être une véritable préoccupation pour les chaînes de télévision. La situation est d'autant plus alarmante surtout si l'on s'en tient au constat que fait C.M. Djimbira. Il estime que « le logiciel de production de nos chaînes de télévision repose aujourd'hui sur un système de diffusion de contenus audiovisuels d'une légèreté intellectuelle indescriptible. Il est alimenté par trois rames de mémoire de faible vitesse : la lutte, la danse et la musique. »³³⁰

La programmation a toujours été le maillon faible de l'audiovisuel sénégalais. Les promesses de programmes de qualité formulées lors de l'avènement de la télévision numérique sont loin d'être une réalité au vu de ce qui se fait actuellement. À l'heure actuelle, aucune chaîne ne propose des services hbbtv³³¹ qui permettent aux téléspectateurs de bénéficier du guide électronique des programmes, un service d'aide qui devrait être accessible à partir de la télécommande. Les autorités avaient aussi évoqué la mise en place d'un service de vidéo à la demande, une application de retour au début du programme en cours (ou Start-over), des web-radios, des jeux ou un accès aux réseaux sociaux.³³²

³²⁹ Ferjoux, Céline, *télévision numérique de l'innovation technique à l'innovation médiatique*, l'Harmattan, Paris, 2016, p. 80

³³⁰ Djimbira, Cheikh Mouhamadou, *télévision au Sénégal, entre désert de contenu et richesse intellectuelle*, L'Harmattan, Paris, 2016, p. 11

³³¹ HbbTV (pour Hybrid Broadcast Broadband TV) « est à la fois un standard industriel et une initiative de promotion d'harmonisation de la diffusion de la télévision et de l'accès internet dans la fourniture de programme au consommateur final à travers les télévisions connectées et les terminaux numérique. HbbTV permet aux chaînes de télévision de publier en plus et en accompagnement de leurs programmes télévisés, des contenus additionnels. Son principal atout, est de rendre le service interactif diffusé neutre par rapport à la marque du récepteur TV qui intègre ce standard. Grâce à l'adoption de HbbTV, les téléspectateurs seront en mesure d'accéder à de nouveaux services dont des services de télévision de rattrapage, vidéo à la demande (VoD). » Cf. telesatellite.com URL : <https://www.telesatellite.com/lexique/hbbtv/>

³³² Ibid

Illustration n°14 – L'écosystème numérique, extrait du document de présentation d'Excaf télécom.



Source : document de présentation Excaf. Url <https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/Africa/Doc>

Six ans après le basculement, les téléspectateurs attendent toujours les premiers services offerts par la télévision connectée. Ils regardent les chaînes de la TNT sans avoir la possibilité d'avoir recours à aucun service. La télévision numérique ne se résume pas à une meilleure qualité de l'image et du son, elle se distingue aussi par les possibilités d'interactivité offertes aux usagers.

Au-delà de l'aspect technique, la TNT présente aussi un enjeu au niveau de la programmation télévisuelle. Elle a été annoncée pour relever le défi de la programmation. Mais les diffuseurs n'ont adopté aucune stratégie nouvelle. Comme le rappelle O. Bilé « le secteur des programmes représente incontestablement la clé de voûte de tout édifice télévisuel quelle que soit la nature de la chaîne. Les autres services de la structure télévisuelle sont mobilisés afin de favoriser la meilleure offre des programmes possibles. »³³³ Ainsi, malgré l'arrivée de la TNT, les chaînes de télévision perpétuent leur tradition, celle qui consiste à améliorer légèrement chaque année la grille des programmes. Le responsable technique à WALFTV a fait savoir que la TNT n'a aucune influence sur leur façon d'établir les programmes. « Chaque année on essaie d'améliorer le programme. Mais

³³³ Bilé, Olivier, *Les télévisions africaines face aux défis de la modernité, l'expérience de la CRTV*, L'Harmattan, 2015, Paris, p. 127

ça n'a rien à voir avec la diffusion sur le numérique ou analogique. C'est un programme que nous utilisons 24h sur 24h, donc ce programme tous les ans, il faudra l'améliorer même sans la TNT, peut-être ce que la TNT pourra offrir en plus c'est la facilité de créer d'autres services supplémentaires »³³⁴

Contrairement au discours d'accompagnement de l'innovation, la TNT n'a pas eu d'effet sur l'offre de programme des chaînes de télévisions. Le CNRA constate que « notre paysage audiovisuel se révèle riche d'un nombre significatif de chaînes de radiodiffusion mais accuse un manque structurel de diversité et de créativité dans les programmes. Cette situation n'est pas favorable à une saine et stimulante émulation entre les professionnels, au grand dam du public destinataire de l'offre de contenus. L'énergie déployée par ces professionnels est uniquement utilisée à alimenter et à agrémenter des conflits et divergences sur fond d'accusations mutuelles de plagiat et/ou de vol de concepts audiovisuels, au grand détriment des téléspectateurs. »³³⁵ Les changements tant annoncés n'ont pas eu lieu. De toute façon, rien ne pourrait augurer de telles mutations dans le secteur audiovisuel sénégalais d'autant que les arguments ont été formulés dans l'incertitude totale. B. Miège défend l'idée selon laquelle les promesses de changement dans les industries culturelles sont souvent alimentées par des suppositions : « d'une part, l'idée que de « nouvelles » industries de la culture et de l'information sont en train ou vont se substituer aux « anciennes », voire qu'elles vont les remplacer assez brutalement à l'issue de ce que l'on qualifie parfois d'une « révolution informationnelle, n'est pour l'instant qu'une perspective parmi d'autres, agitée régulièrement par quelques experts ou essayistes répétant à loisir des croyances ou des pronostics, mais sans argumentations assurées. »³³⁶

Les diffuseurs accordent plus d'intérêt à la dimension matérielle de l'innovation. Ils semblent se réjouir du simple fait que les télévisions puissent être captées sur l'ensemble du territoire national. C'est comme si l'aspect technique était le défi majeur pour la plupart des télévisions à part la *RTS* qui était la seule chaîne à couvrir l'ensemble du territoire. Ainsi les propos de Mansour Sall responsable des programmes de la *DTV*, montre l'importance que

³³⁴ Cf. Annexe N°1 Entretien N°6

³³⁵ Cf. Rapport CNRA 2015 p.32 [en ligne]

<https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf>

³³⁶ Miège, Bernard, *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, Presses universitaires de Grenoble, 2017, p.87

les diffuseurs accordent au multiplexage : « la différence avec la TNT est que au début, il y avait que la *RTS* qui était partout au Sénégal, les autres télévisions n'étaient pas visible dans les autres régions, avec le temps la *2stv* s'est retrouvée dans 10 régions mais avec la TNT les chaînes sont au même niveau au Sénégal. »³³⁷ Le constat est réel, les télévisions sénégalaises n'accordent pas une importance capitale à la programmation. Cependant, Alioune Ndiaye, producteur audiovisuel, note des efforts consentis dans l'industrie de la fiction : « par rapport à la production de contenu et de divertissements, les choses changent un peu. Il y a moins de téléromans parce qu'il y a plus de production de fictions sénégalaises. Les chaînes ont leurs séries sénégalaises donc les choses sont en train de changer sur ce plan, Ce sont les émissions télévisées qui posent problème, on peine à avoir de bonnes émissions à mon avis. Une émission ça se fabrique, on la confie à des gens qui font de la création de contenu. C'est un boulot. Il faut prendre le temps de penser des émissions, de les concevoir, de voir ce qui va faire marcher les choses, mais ici on prend un réalisateur on lui dit oui on veut faire ça. Les gens ne se rendent pas compte que c'est une création artistique comme faire un tableau, une chanson. »³³⁸ Dans la plupart des chaînes de télévision, les programmeurs ne sont pas des professionnels. La lourde responsabilité de confectionner des grilles de programme est accessible à tout le monde. C.M. Djimbira regrette le fait que, « dans une très grande chaîne de télévision privée, cette fonction est confiée à un producteur et technicien musical. Un ancien animateur radio qui ne maîtrise pas les langues vernaculaires du Sénégal a occupé cette même fonction dans une autre chaîne privée pendant plusieurs années »³³⁹

C'est en 2004, avec l'arrivée de la première chaîne privée que les diffuseurs ont commencé à prendre en compte la stratégie dans les grilles de programme. C'est à partir de ce moment que la concurrence a commencé à avoir des conséquences sur la programmation. En 2007, la *RTS*³⁴⁰ avait perdu son statut de chaîne leader à cause de l'augmentation des

³³⁷ Cf. Annexe N°1 Entretien N°11

³³⁸ Annexe N°1 Entretien N°16

³³⁹ C. M Djimbira, op.cit., p.11

³⁴⁰ Babacar Diagne avait reconnu en 2006 après sa nomination au poste de Directeur Général de la RTS que « la grille des programmes étant peu attractive, il n'y avait pas de rentrée d'argent conséquente, ce qui plongeait la boîte dans un cercle vicieux. » Cf. telesatellite.com URL : <http://www.telesatellite.com/infos/2742-senegal-la-rts-face-la-concurrence.html>

chaînes privées. La télévision publique sénégalaise était concurrencée par les télévisions privées qui captaient de plus en plus son audience. Elles ont mis l'accent sur la musique et le sport notamment la *2STV*. *Canal Info News* faisait de l'information en continu. La chaîne *RDV* était plus orientée vers les films. L'époque était aussi marquée par la présence de plusieurs chaînes étrangères qui offraient aux téléspectateurs un programme diversifié. « Face à un tel frémissement du paysage audiovisuel sénégalais, la *RTS* a senti la nécessité de se secouer, de se redéployer afin de séduire un audimat de plus en plus exigeant. »³⁴¹

L'homogénéité des programmes de télévision à l'encontre des promesses de la TNT

Avec l'arrivée de la TNT, les télévisions sénégalaises étaient attendues au tournant pour le renouveau de l'audiovisuel. Le public qui s'attendait à la mue du secteur de l'audiovisuel a vite déchanté. Il n'y a pas eu de changement notable dans les programmes télévisés. Aucune chaîne ne s'est démarquée avec des programmes innovants et révélateurs, les téléspectateurs ont l'impression de voir la même chose, dans toutes les chaînes. Dans une enquête menée auprès de 100 téléspectateurs, A.A. Thiam³⁴² montre que, 41 téléspectateurs sont peu satisfaits des programmes, 38 parmi eux ne sont pas du tout contents des contenus diffusés, 6 téléspectateurs n'ont pas donné de réponse, 16 téléspectateurs seulement se disent satisfaits des programmes diffusés sur les chaînes de la TNT. C'est dans cette perspective que A. Mboup affirme avec regret que « les programmes de flux sénégalais n'ont aucune valeur patriotique, mais s'illustrent par le besoin immédiat de diffusion non ré-exploitable avec un seul objectif : le gain. Les programmes de flux en passages furtifs interactifs ont presque la même typologie, les mêmes horaires, une fausse diversité et avec la marque d'une imposition de contenus au téléspectateur. »³⁴³ Les critiques formulées à l'égard des programmes n'épargnent aucune chaîne de télévision. Ce qui veut dire que les programmes diffusés par les chaînes sont du même genre (débat, série, matinale, etc.). En plus, ils sont souvent diffusés dans une même tranche horaire. Pour L. Benzoni et M. Bourreau, cette

³⁴¹ Cf. telesatellite.com URL : <http://www.telesatellite.com/infos/2742-senegal-la-rt-s-face-la-concurrence.html>

³⁴² Thiam, Amadou Arame, « le numérique dans l'audiovisuel au Sénégal : enjeux et limites », CESTI, 2018, [non encore disponible en ligne] disponible à la médiathèque du Cesti

³⁴³ Mboup, Assane, Ecrivain-Expert chercheur en Communication et Marketing des Médias Président de l'Union internationale des Télévisions éducatives francophones, Rapport CNRA 2015 en ligne <https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf>

homogénéité des programmes pourrait découler de la concurrence entre chaînes. Et il y a deux tendances qui se dégagent. « La première consiste à considérer que la concurrence incite les chaînes à développer des stratégies de mimétisme. Ce sont des programmes qui ne sont pas coûteux et qu'on peut facilement mettre en œuvre. »³⁴⁴ Ainsi, pour les auteurs la tendance la plus plausible est celle qui consiste à penser que « la concurrence conduit à la production de programmes coûteux et diversifiés. »³⁴⁵

Pour montrer que les chaînes n'ont pas évolué dans la programmation, nous allons comparer, les programmes de quatre chaînes dites historiques de l'avant et l'après TNT. Le tableau ci-dessous montre les similitudes dans les programmes télévisuels. Les chaînes ont adopté des programmes presque identiques qui ne favorisent pas la variété des contenus audiovisuels.

Tableau n°11 - Tableau des programmes phares de la RTS, TFM, 2STV et WALFTV

Chaînes de TV	Nature	Programme avant TNT	Programme après TNT
RTS	Émission matinale	Kinkéliba	Kinkéliba
	Émission politique	Point de vue	Point de vue
	Émission de lutte	Caxabal	Caxabal
	Émission pour femmes	Jeek ak Kerem	Jeek ak Kerem
	Émissions pour jeunes		
	Humours et divertissement		
	Émissions religieuses	Religion et société	Religion et société
	Téléfilms	Télénobelas	Séries sénégalaises

³⁴⁴ Laurent Benzoni, Marc Bourreau. « Mimétisme ou contre-programmation ? Un modèle de concurrence entre programmes pour la télévision en clair », *Revue d'économie politique*, vol. 111, no. 6, 2001, pp. 885-908.

³⁴⁵ Ibid

	Journaux télévisés	Français et dialecte	Français et dialecte
TFM	Émission matinale	Yéwuleen	Yéwuleen
	Débat politique	Face 2 Face	Face 2 Face
	Émission de lutte	Roffo	Roffo
	Émission pour femmes	Wareef	Wareef
	Divertissement humour	Kouthia Show	Kouthia show
	Religion	Khew Khéwu diné	
	Téléfilm	Series hidou	Séries sénégalaises
2STV	Émission matinale	Good morning	Ce matin est à nous
	Émission politique	Par conviction	Par conviction
	Émission de lutte	Bantamba	Bantamba
	Émission pour femmes	Keur Gui	Keur Gui
	Émissions pour jeunes		
	Humours et divertissement		
	Émission religieuse	Yoon wi	Yoon wi
	Téléfilms	Séries hibou	Séries sénégalaise
	Journaux télévisés	JT Fr et Wo	JT Fr et Wo

WALFTV	Émission matinale	Petit dej	Petit dej
	Émission politique	Opinion	Opinion
	Émission de lutte	Lamb j	Lamb j
	Émission pour femmes	Keur gui	Keur gui
	Émissions pour jeunes		
	Humours et divertissement	Népad musical	Nepad musical
	Émission religieuse	Diné ak Jamono	Diné ak Jamono
	Téléfilm		
	Sport	Aire de jeu	Aire de jeu
	Journaux télévisés	Français et Wolof	Français et Wolof

Source : auteur

L'observation des programmes phares des différentes télévisions montre que l'arrivée de la Télévision Numérique Terrestre (TNT) n'a pas bouleversé la programmation télévisuelle dans le secteur médiatique sénégalais. Plusieurs émissions élaborées avant la TNT figurent toujours sur la grille des programmes des télévisions. Pour certaines télévisions, les noms des émissions ont changé mais le concept reste intact. C'est ce qui a poussé K. Fall, formateur en audiovisuel, à se poser des questions sur l'organigramme des chaînes de télévisions : « depuis quelques années, avec l'avènement de nouvelles chaînes de télévision, il nous est donné de constater une similitude extraordinaire entre les programmes que ces chaînes nous proposent, ce qui pose problème et amène à poser une question : est ce qu'il y a dans notre pays des créateurs d'émissions de télévision. Si oui, où sont-ils ? »³⁴⁶

C'est le cas des émissions matinales. La première matinale a été lancée en 2010 par la première chaîne privée sénégalaise. L'émission s'appelait *Good Morning*. Les autres

³⁴⁶ Fall, Khar, « Regard du technicien sur les sketches » rapport CNRA 2015, p.50 [en ligne] <https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf>

chaînes ont suivi, la *RTS* a proposé *Kinkéliba*, la *TFM* a lancé *Yéwoulén* et *WALFTV* a suivi la vague en proposant *Petit dej*. Ces émissions existent depuis presque une dizaine d'années, les chaînes ont gardé les mêmes noms et le même concept, sauf la matinale de la *2STV*, qui s'appelle maintenant *ce matin est à nous*. Ce constat témoigne d'un manque d'initiative et de créativité des chaînes qui ne veulent nullement innover. Pour une « révolution » des programmes de télévision, les autorités avaient beaucoup misé sur la création de contenus plus riches. Mais le constat est que les chaînes ne sont pas encore prêtes à se lancer dans la diffusion de contenus innovants. C.M Djimbira regrette l'enfermement des télévisions sénégalaises qui refusent de sortir des sentiers battus : « À l'heure de la mondialisation ou du rendez-vous du donner et du recevoir cher au Président Léopold Sédar Senghor, une chaîne de télévision dont la production audiovisuelle ne dépasse guère les frontières de sa culture ne résistera pas au temps et aux critiques. »³⁴⁷ Ainsi nous constatons l'absence quasi-totale de documentaire sur les chaînes de télévisions sénégalaises. Les contenus les plus suivis en 2015 sont ainsi répartis : « les programmes les plus regardés sont les films (59%), le journal télévisé (56%), les dessins animés (55%) et les émissions musicales (50%) »³⁴⁸. En parlant de programmes de qualité, les autorités voulaient sans doute encourager les genres nobles comme le documentaire qui a une visée éducative. Cependant, on constate que le documentaire est relégué au second plan au détriment du divertissement qui prend une place importante dans les programmes de télévision. « Le documentaire est un genre difficile, car peu porteur d'audiences massives comme les affectionnent les chaînes hertziennes généralistes. Sauf exception, il relève plus de la télévision « éducative » que de la télévision de divertissement, qui fait référence. Il est donc souvent relégué dans des cases horaires désaffectées, le rendant peu visible sur les chaînes généralistes »³⁴⁹

Au-delà du manque d'originalité des programmes télévisuels relevé tout au long de ce sous chapitre, les télévisions sénégalaises souffrent également d'un manque d'organisation. Le constat est frappant. Nous notons en permanence un non-respect au niveau des heures de démarrage comme de la fin des programmes de la journée. Les chaînes ne font pas la différence entre publicité et publi-reportage. Les grilles des programmes ne sont pas

³⁴⁷ C. M Djimbira, op.cit., p.11

³⁴⁸ Cf. Rapport CNRA 2015, P.5 consulté le 5 janvier 2020 [en ligne]

<https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf>

³⁴⁹ Le Champion, Rémy et Danard, Benoît, *Les programmes audiovisuels*. Paris, La Découverte, 2014, pp. 72-86.

respectées. Durant la semaine du lundi 29 septembre 2014 au dimanche 05 octobre 2014, le groupe de travail du Conseil National de Régulation (CNRA) s'est penché sur la programmation de cinq chaînes de télévision considérées comme les plus suivies du paysage médiatique national : *WALFTV*, *2STV*, *RTS 1*, *SENTV* et *TFM*. Le groupe de travail a relevé les écarts entre les horaires annoncés et les heures effectives de diffusion et a cumulé les écarts pour en estimer les manques à gagner au plan financier. « En une semaine de relevés des écarts d'horaires portant, non pas sur la totalité des programmes, mais sur les seules heures de démarrage effectif des émissions et certaines émissions considérées comme celles présentant le plus d'intérêt pour le public, il est constaté des écarts de programmation cumulés allant de 1 heure 36 minutes 33 secondes à 4 heures 12 minutes 13 secondes. »³⁵⁰ Ces pertes de temps d'antenne se traduisent parfois par des prolongations du générique, de la réclame ou de l'autopromotion par bandes annonces d'émissions. Ce constat alarmant qui relève d'un manque de professionnalisme fait dire à M. Faye que « le secteur des médias au Sénégal a besoin d'être assaini, il a besoin de donner des gages d'entreprises de presse performantes et de programmes de qualité différents, au lieu des sketches « ndogu » avec leurs nombreuses dérives. »³⁵¹

La télévision numérique, mise en place en 2015, n'a pas permis de créer l'émulation sur le plan de la qualité des programmes. La concurrence et la course effrénée à l'audience ont poussé les chaînes de télévisions à privilégier les séries de mauvaise qualité au détriment des programmes originaux. Pour non-respect de cahiers de charge, les télévisions sont chaque années mises en demeure par le CNRA « pour atteinte à la pudeur, l'exposition de nudités corporelles ; les émissions et propos grossiers ou insolents ; les pratiques de désinformation ; le traitement déséquilibré des affaires judiciaires dans une logique accusatoire les fautes dans la transcription du « wolof » ; les contenus de peu d'utilité pour les téléspectateurs ; les images indécentes diffusées à la télévision ; les appels à la violence relayés par les médias. »³⁵² Le 27 mai 2019, le CNRA avait mis en demeure la

³⁵⁰ Cf. Rapport CNRA 2015, consulté le 5 janvier 2019 [en ligne]
<https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf>

³⁵¹ Faye, Mor, « Le type de contenu des séries télévisées dans le paysage médiatique sénégalais : un révélateur des contraintes économiques et financières actuelles des entreprises de presse », rapport CNRA 2015, p.51 [En ligne]
<https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf>

³⁵² Cf. Rapport CNRA 2015, consulté le 5 janvier 2019 [en ligne]
<https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf>

2STV pour avoir diffusé dans une série, des images jugées indécentes, obscènes ou injurieuses. Il lui est reproché aussi la diffusion de scène d'une extrême violence susceptible de nuire à la préservation des identités culturelles. Entre 2015 et 2020, toutes les télévisions généralistes ont été plusieurs fois mises en demeure. Le CNRA relève chaque trimestre des dizaines de manquements dans les programmes télévisés. Nous y reviendrons de manière détaillée dans le chapitre consacré à la régulation de l'audiovisuel. La programmation constitue le défi majeur de la télévision sénégalaise. Elle manque de repères et d'identité. La télévision souffre d'un déficit de qualité, malgré l'arrivée de la TNT, une innovation attendue, mais qui n'a pas encore révélé les attentes qu'elle a suscitées.

Section 3 - La création d'une industrie de production autonome : une filière inexistante

Dans le but de réglementer le secteur audiovisuel, les acteurs politiques ont mis en place plusieurs lois. Malgré ce dispositif légal, le secteur de la production cinématographique et audiovisuelle est toujours dans l'impasse. Faute d'application, certaines lois ont fini par tomber en désuétude.

Tableau n°12 - Récapitulatif des lois sur la production cinématographique et audiovisuelle

Lois	Objectifs
Loi n° 66-40 du 27 mai 1966	« Assurer le contrôle des films cinématographiques et de leur représentation. » Source :sencinema.orgURL http://www.sencinema.org/wp-content/uploads/2012/12/revue-textes-lgislatifs-et-rglementaires-
Loi 1973 a été remplacée par la Loi n° 2008-09 du 25 janvier 2008 portant loi sur le Droit d'Auteur et les Droits voisins.	« Pour défendre les intérêts moraux et matériels des auteurs d'œuvres de l'esprit dans les domaines littéraire, artistique, cinématographique, audiovisuel et des arts appliqués. » Source :sencinema.orgURL http://www.sencinema.org/wp-content/uploads/2012/12/revue-textes-lgislatifs-et-rglementaires-
Loi n° 74-12 du 22 avril 1974	« La loi réserve à l'État le monopole de l'importation et de la distribution des films cinématographiques. Elle a fini par tomber en désuétude. » Source : sencinema.orgURL http://www.sencinema.org/wp-content/uploads/2012/12/revue-textes-lgislatifs-et-rglementaires-
La loi n° 85-22 du 25 février 1985	« Elle organise l'importation, la commercialisation et la distribution commerciale des supports enregistrés pour la reproduction de l'image et du son en télévision. » Source : dri.gouv.sn URL : http://www.dri.gouv.sn/loi-n%C2%B0-198522-du-25-f%C3%A9vrier-1985
Loi 2002-18 du 15 avril 2002 portant organisation des activités de production	« Elle vise la mise en place de mécanismes utiles à l'amélioration des rapports de gestion et de contrôle du secteur de production des films cinématographiques et vidéographiques. La loi a

cinématographique et à l'audiovisuel.	<p>aussi pour objet la publicité des actes et conventions intervenus à l'occasion de la production, de la distribution et de l'exploitation des films au Sénégal, l'instauration de rapports fiables entre les acteurs de la chaîne des activités cinématographiques, la formation professionnelle dans les métiers de la cinématographie et de l'audiovisuel, ainsi que le soutien de l'État au développement des activités liées à la cinématographie et à l'audiovisuel. »</p> <p>Source : jo.gouv.sn URL : http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article2052</p>
---------------------------------------	--

Ce tableau récapitule les différentes lois concernant la production audiovisuelle et cinématographique au Sénégal. La mise en place de ce dispositif légal et réglementaire démontre la volonté des acteurs politiques de promouvoir le secteur cinématographique et la production audiovisuelle. La loi de 73 remplacée par loi du 25 janvier 2008 portant sur les droits d'auteur et les droits voisins. La nouvelle loi offre plus de garanties aux auteurs d'œuvres. C'est également le cas de la loi de 2002 sur l'organisation des activités de production cinématographiques et audiovisuelles. Elle a été adoptée pour activer le cinéma sénégalais qui était en déclin depuis des années. Aujourd'hui, il tente de renaître grâce à une jeune génération de cinéastes. Actuellement le secteur est confronté à la fermeture des salles de cinéma, la faillite des instituts cinématographiques nationaux entre autres difficultés. « Le Fonds de Promotion de l'Industrie Cinématographique et Audiovisuelle (FOPICA) a été institué par la loi n°2002-18 du 15 avril 2002 portant règle d'organisation des activités de production, d'exploitation et de promotion cinématographique et audiovisuelle qui dispose en son article 9 le concours financier de l'État au développement des activités liées à la cinématographie et à l'audiovisuel se fait par le biais d'un fonds de promotion de l'industrie cinématographique et audiovisuelle dont les modalités d'organisation et de fonctionnement sont fixées par décret. Le décret n° 2004-736 du 21 juin 2004 »³⁵³ Ces multiples actions mises en place ont été certes nécessaires, mais elles n'ont pas été suffisantes pour dynamiser le secteur de la production cinématographique et audiovisuelle.

Lors de la cérémonie de lancement de la télévision numérique en 2015, le Président de la République Macky Sall, annonçait que « l'enjeu des infrastructures étant

³⁵³ Cf. sencinema.org URL : <http://www.sencinema.org/presentation-fopica/>

pour l'essentiel maîtrisé, il nous faut à présent nous engager résolument dans la perspective de la production de contenus audiovisuels de qualité, conformes aux attentes de nos populations et apte à propulser l'industrie prometteuse de l'audiovisuel, dont les capacités de génération d'emplois et de richesse sont indiscutables. »³⁵⁴ Ainsi, la réforme de l'audiovisuel avait pour but d'encourager la création d'une industrie de production autonome. Si l'on s'en tient aux engagements des acteurs politiques, la TNT devrait constituer un outil qui devrait permettre aux chaînes de télévision d'acquérir des produits audiovisuels de bonne qualité surtout grâce à la production externe. Mais nous constatons que la plupart des chaînes de télévisions produisent presque la totalité des programmes qu'elles diffusent. Alioune Ndiaye, producteur audiovisuel, estime que les chaînes devraient uniquement faire de la diffusion : « les diffuseurs veulent faire leurs contenus par eux-mêmes ce qui ne se fait plus. Aucune télévision dans le monde ne fait ses contenus en dehors des journaux télévisés presque et certains magazines mais sinon 99% des émissions sont des émissions qui sont faites par des producteurs externes c'est eux qui sont chargés de faire le contenu, en général c'est des PAD le producteur fait tout et il vend la chaînes »³⁵⁵ De l'avis des producteurs, l'externalisation des productions audiovisuelles permettrait de développer considérablement le secteur de la production. Ce qui est loin d'être le cas. Faute de moyens, les chaînes de télévision préfèrent produire leurs propres contenus : « on préfère produire nous-même, on essaie de créer notre propre système de production avec des gens qui sont dans le groupe et peut-être offrir au sénégalais un programme qui pourra les satisfaire. »³⁵⁶ En 2007, *WALFTV* a lancé son premier téléfilm en coproduction avec *Boubart* une maison de production basée en Italie. Le téléfilm *Geur Gui* racontait la vie d'une famille sénégalaise établie en Italie.

Faute de moyens, pour bénéficier de programmes de qualité, depuis quelques années les chaînes de télévision se sont lancées dans la production de sketches.³⁵⁷ Ces

³⁵⁴ Cf. Annexe N°2 Corpus N°1

³⁵⁵ Cf. Annexe N°1 Entretien N°16

³⁵⁶ Cf. Annexe N°1 Entretien N°6

³⁵⁷ « En une dizaine d'années, le mois de Ramadan est devenu une période très dynamique dans la production de séries, notamment les sketches ndogu : 18 séries télévisées réparties sur moins de 10 chaînes, parmi les 17 qui constituent le paysage télévisuel du Sénégal sont produites. Sur le plan des contenus, de la qualité technique, de leur diffusion et de leur impact, deux traits récurrents les caractérisent : la présence massive de communications publicitaires (exposition de produits, références systématiques à des marques et/ou services dans les dialogues), l'absence de créativité dans la plupart des productions, la pauvreté de l'écriture, un mimétisme persistant dans les mises en scène qui conduit à l'uniformisation des productions ou qui décrivent pratiquement toutes des situations qui illustrent des disputes familiales, cris et/ou des photographies

téléfilms sont souvent produits dans l'ignorance totale des règles les plus élémentaires qu'exige une production audiovisuelle. I. Mbaye membre du CNRA déplore « l'absence de créativité dans la plupart des productions, la pauvreté de l'écriture, un mimétisme persistant dans les mises en scène qui conduit à l'uniformisation des productions. »³⁵⁸ Les chaînes de télévision ont envahi ce créneau pour des logiques commerciales. La production de ces sketches ne nécessite pas un gros investissement, souvent c'est la chaîne elle-même qui assure la production. Puisque ce genre de téléfilm est très suivi au Sénégal, les chaînes parviennent à rentabiliser grâce aux annonceurs. Dans une interview accordée à *Réussir Business*, la directrice commerciale de la TFM annonçait en 2018 que le chiffre d'affaires publicitaires de la chaîne augmentait considérablement durant la période de Ramadan. « C'est le moment où on a le plus de ventes et le plus de chiffres d'affaires. En termes de pourcentage, je ne saurais vous dire, car on a des objectifs mensuels. C'est clair qu'on les atteint, on les dépasse même durant le Ramadan. De 2011 à aujourd'hui, on voit toujours les ventes grimper pendant le mois de Ramadan. On a quitté les 50 millions pour dépasser les 300 millions FCFA »³⁵⁹

La plupart des télévisions publiques ou privées n'ont pas de budget de production. Elles ne disposent pas non plus de budget pour les programmes de stock notamment les films et les documentaires qui coûtent cher. Ce genre de programmes provient généralement de la coopération. C'est le cas de la télévision publique qui fait recours aux programmes de Canal France International (CFI), TV5, Organisation internationale de la Francophonie, mais il y a aussi des partenariats avec les américains, les allemands etc. On se rend compte que la TNT n'a pas mis fin à la dépendance de la télévision publique à des contenus extérieurs. Selon D. Sapaut, « la télévision sénégalaise s'est beaucoup appuyée jusqu'à présent sur des sources extérieures (programmes français via CFI, dons divers, barter). Elle doit d'abord mettre en place les instruments de production nationale via la production interne et les

incongrues de notre société, situation qui ne sert ni la qualité, ni la diversité. » cnra.sn rapport 2015 op.cit. p.48

³⁵⁸ Mbaye, Ibrahima, « Le contenu des sketches à l'épreuve de la réglementation applicable aux télévisions » CNRA, 2015, p.48

³⁵⁹ Cf. reussirbusiness.com, « le Ramadan à la TFM, des ventes de + de 300 millions FCFA », diffusé le 8 juin 2018 en ligne <http://reussirbusiness.com/actualites/le-ramadan-a-la-tfm-des-ventes-de-300-millions-fcfa/> consulté le 20 avril 2020

coproductions, ainsi que participer à la circulation panafricaine de programmes. »³⁶⁰ Le déficit de programmes ne concerne pas que la télévision publique, les télévisions privées également souffrent d'une carence de contenus de qualité. Pour une grille de programme diversifiée, les chaînes privées ont souvent recours à la production locale, mais la diffusion de ces contenus nécessite d'abord l'accompagnement des sponsors. Le responsable des programmes de la *DTV* souligne les difficultés : « on a deux téléfilms qu'on doit diffuser prochainement. Le problème est qu'il faut de l'argent, des sponsors pour pouvoir les diffuser. Et souvent c'est ce qui fait défaut. Concernant les téléfilms, on ne fait pas de production à l'interne. Ce sont les producteurs externes qui viennent nous proposer des produits mais pour le moment on n'accepte pas parce que c'est un problème de moyens, de commercial et de sponsoring. »³⁶¹

- Les producteurs face aux problèmes de financement

L'explosion du secteur audiovisuel, avec l'avènement des télévisions privées, a encouragé la naissance de plusieurs entreprises de production audiovisuelle et cinématographique. Pour améliorer les programmes, certains producteurs misent de plus en plus sur la qualité. Selon eux, une meilleure qualité des productions pourrait permettre à la filière de tendre vers une industrie culturelle dynamique capable de concurrencer les autres. A. Mboup, chercheur en Communication et Marketing des Médias Président de l'Union Internationale des Télévisions Éducatives Francophones, est de ceux qui pensent que le développement du secteur passe d'abord par la création de contenus de qualité : « en vue d'une industrie de la communication de qualité, les éditeurs devront être tenus à un engagement sur les contenus. Un programme national d'éducation bâtira les fondations de la critique et de la protection. C'est à ce prix que nous traverserons le passage vers la société de l'information, en tant que société organisée »³⁶². Le Sénégal regorge pourtant de producteurs de talent qui continuent de faire leurs preuves sur le plan international. Étant

³⁶⁰ Sapaut, Didier, « les défis de la radiotélévision publique du Sénégal », INA la revue des médias, consulté le 21 mars 2020, en ligne <https://larevuedesmedias.ina.fr/les-defis-de-la-radio-television-publique-du-senegal>

³⁶¹ Cf. Annexe n° 11

³⁶² Cf. Rapport CNRA 2015 [en ligne]

<https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf>

donné que certaines télévisions sénégalaises n'ont pas les moyens d'acheter leurs productions, la plupart des producteurs se tournent vers les chaînes étrangères. Abdou Lahad Wone explique les raisons pour lesquelles il préfère collaborer avec les chaînes internationales : « il est excessivement difficile de produire et de négocier, et l'idéal pour nous, réalisateurs ou producteurs africains, c'est que localement nos chaînes puissent participer en amont au financement de nos productions. Mais on se rend compte que nos chaînes nationales, pour le moment, n'ont pas les moyens, ou bien n'ont pas la vision pour investir sur des partenariats pour faire des films. »³⁶³ Le milieu de la production n'est pas encore assez professionnalisé. Les producteurs ne sont pas financièrement autonomes, ils cherchent eux-mêmes les financements avant de produire des films et derrière ils n'ont aucune garantie que ceux-ci seront rentables. Ils sont pour la plupart obligés de recourir à d'autres activités complémentaires : « je suis le seul actionnaire. Puisque je suis obligé de faire autre chose pour m'en sortir, parce que je ne fais pas que de la fiction, mais de la publicité en parallèle et des trucs au quotidien, je suis obligé de travailler avec un comptable, qui fait le détail financier et les déclarations chaque mois pour être en règle. J'ai un contrat de prestations avec lui, il a son propre cabinet, et j'ai une assistante qui rassemble tous les papiers, les justificatifs de paiements, et il se charge de faire les déclarations ; on n'a pas la possibilité d'employer quelqu'un en interne. »³⁶⁴

L'Association des Producteurs de Télévision Indépendants du Sénégal (Aptis) a été lancée deux jours après le lancement de la Télévision Numérique Terrestre (TNT), le 17 juin 2015. L'association a été mise en place par les producteurs pour pousser les autorités compétentes à prendre en compte la production qu'ils considèrent comme un élément incontournable pour la réussite de la télévision numérique. Ils ont plaidé pour une réglementation du secteur qui pourrait permettre aux entreprises de production de proposer aux chaînes de télévision des contenus de qualité.³⁶⁵ Malgré la mise en place d'une association, la profession de producteur au Sénégal est loin d'être une force collective. À part la loi 2002-18 du 15 avril 2002 qui définit l'organisation des activités de production, d'exploitation et de promotion cinématographiques et audiovisuelles, la profession de producteur audiovisuel ne dispose

³⁶³ Cf. Interview Abdou Lahad Wone publié le 5 juillet sur [Africulture.com](http://africultures.com) [en ligne] <http://africultures.com/passion-de-realisation-production-necessite/> consulté le 5 février 2020

³⁶⁴ Cf. Interview Abdou Lahad Wone publié le 5 juillet sur [Africulture.com](http://africultures.com) [en ligne] <http://africultures.com/passion-de-realisation-production-necessite/> consulté le 5 février 2020

³⁶⁵ Cf. [agenceecofin.com](https://www.agenceecofin.com) URL : <https://www.agenceecofin.com/audiovisuel/2206-29985-senegal-les-producteurs-audiovisuels-se>

pas d'un encadrement juridique permettant de favoriser son développement économique. Pour l'heure la loi ne précise pas les contours de l'économie de l'industrie audiovisuelle. Les frontières entre diffuseurs et producteurs ne sont pas définies, chacun développe individuellement son économie. Les entreprises de production sont régies au même titre que les autres entreprises alors que les modèles économiques sont complètement différents. N. Brigaud-Robert a montré la particularité de l'espace professionnel des producteurs de programmes télévisuels. Il estime que « l'activité du producteur de télévision semble très éloignée d'une démarche économique ou commerciale ordinaire, qu'il s'agisse de son rapport avec les chaînes de télévision, ses clients ou avec ses bailleurs de fonds ou encore avec les artistes »³⁶⁶. Pour contourner les mesures fiscales beaucoup de producteurs préfèrent ne pas avoir de statut, d'autres créent des entreprises justes pour réaliser un film et les referment après. Même si l'État sénégalais fait des efforts, Abdou Lahad estime qu'« il reste des questions à améliorer, comme sur la fiscalité puisqu'on a une économie et un fonctionnement un peu différents d'une entreprise normale. Pourtant nous sommes traités de la même manière que toutes les autres entreprises. On peut rester deux ans, trois ans sur un même projet, donc il y a peut-être une adaptation des lois à mettre en place pour soutenir l'industrie culturelle en général. »³⁶⁷

L'aide destinée aux producteurs ne suffira pas pour mettre en place une véritable industrie de production. D'ailleurs la plus grande part de cette aide est attribuée à la production cinématographique. En 2017, 137 projets ont été déposés, seulement 38 ont été financés par le FOPICA.³⁶⁸ La production audiovisuelle souffre d'un manque de reconnaissance par les instances publiques qui devraient être la locomotive. « L'exemple de la croissance des industries sud-africaines de la musique et du film montre que leur développement et leur impact économique dépendent directement des politiques publiques mises en œuvre. Au niveau sectoriel des filières, les exemples du Maroc pour le cinéma et du Burkina Faso pour

³⁶⁶ N. Brigaud-Robert, op.cit., p.204

³⁶⁷ Cf. Interview Abdou Lahad Wone publié le 5 juillet sur Africulture.com [en ligne] <http://africultures.com/passion-de-realisation-production-necessite/> consulté le 5 février 2020

³⁶⁸ « Le budget global de tous les projets reçus est de 25 milliards 361 millions 290 mille 804 FCfa. Le montant total sollicité par les porteurs de projet est de 5 milliards 474 millions 520 mille 003 FCfa'', a indiqué le secrétaire permanent du Fopica, Abdou Aziz Cissé. Une bonne raison de revoir le montant alloué au Fopica qui ne dispose que d'un milliard de FCfa. En attendant une hausse ardemment souhaitée, le Fopica a donné à la filière production 560 millions de FCfa et aux projets de distribution, d'exploitation et de formation 361 millions 56 mille 580 FCfa. » Source : africulturelle.com url : <https://africulturelle.com/2017/04/13/senegal-plus-900-millions-du-fopica-pour-38-projets/>

l'audiovisuel attestent de l'effet direct des mesures d'encadrement sur le niveau de développement de la production de films et de programmes de télévision. »³⁶⁹ La télévision nationale, pour dynamiser le secteur de la production indépendante devrait signer des conventions de coproduction avec les producteurs. Un volume important dans les programmes de stock devrait être affecté à la production privée. En France, depuis le décret « Tasca³⁷⁰ » en 1990, les chaînes doivent faire produire une grande majorité de leurs téléfilms et documentaires par des sociétés externes. Ces dernières sont détentrices d'une grande partie des droits. Ce partenariat pourrait libérer la Radiodiffusion Télévision Sénégalaise d'une grande partie de son programme. D'autant plus qu'une bonne partie du personnel de production de la RTS est souvent mobilisée pour les activités gouvernementales, c'est d'ailleurs une des raisons pour lesquelles qu'« il y a eu un retard pour dérouler le nouveau programme, dès fois aussi c'est un agenda institutionnel chargé et, on n'est pas très élastique du point de vue technique ce qui fait que souvent on observe des lenteurs sur ce plan. Mais des dispositions ont été prises et je crois que ça ne va plus tarder parce que le numérique c'est vraiment la guerre des contenus. »³⁷¹ Pour l'heure, la télévision publique ne sollicite pas suffisamment les producteurs externes, même si d'une part la loi exige aux chaînes de télévision des productions locales. L'article 97 du code de la presse précise que : « les éditeurs de services doivent réserver au moins 60% de leur temps d'antenne aux œuvres d'expression sénégalaise et aux œuvres d'expression africaine, dont 30% minimum aux œuvres d'expression sénégalaise. »³⁷²

Dans la sous-région ouest africaine, les pays comme la Côte d'Ivoire et le Burkina Faso ont commencé depuis les années 2000 à bâtir une industrie locale qui est devenue internationale quelques années après. « Au Burkina Faso, cependant, la production de programmes télévisuels a connu un certain essor. Les producteurs indépendants d'émissions de télévision ont réussi, depuis le milieu des années 1990, à se forger une place relative sur

³⁶⁹ Miége, Bernard, « La question des industries culturelles impliquée par/dans la diversité culturelle », Contribution au colloque international réuni à Douala en avril 2006, [en ligne] <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2019/02/07-2009A-Actes-de-Douala-Miege.pdf> consulté le 20 mai 2020

³⁷⁰ Cf. Décret n°90-66 du 17 janvier 1990 pris pour l'application de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux concernant la diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles par les éditeurs de services [En ligne] <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000342173&categorieLien=cid>

³⁷¹ Cf. Annexe N°1 Entretien N°4

³⁷² Cf. code de la presse de 2017 [en ligne] <http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article11233>

le marché local. 150 heures de fiction ont été produites par des sociétés de production privées de 1997 à 2002 permettant au Burkina Faso de se placer comme un pays meneur au sein de la sous-région UEMOA dans la filière encore embryonnaire de production de fictions télévisuelles. Les fictions burkinabés représentent 3/4 des programmes de fiction africaine disponibles dans les grilles des télévisions francophones africaines, mais la fragilité des entreprises qui les produisent est importante. »³⁷³

En Côte d'Ivoire, la diffusion en 2002 de la série-feuilleton « Ma famille » sur la Radiodiffusion-télévision ivoirienne (RTI) a impulsé un nouvel élan au milieu audiovisuel et cinématographique ivoirien. Ce succès a encouragé d'autres producteurs à se lancer dans la production des séries télévisées. Jean Baptiste Boni, rappelle que « Grâce au succès de Ma famille, la RTI accepte désormais d'acheter des séries. Mais cela n'a pas toujours été le cas : la première saison de cette même série avait été proposée gracieusement à la télévision par LAD Production, en quasi-totalité, au risque de ne pas se voir diffuser. Ce cas extrême est maintenant révolu. »³⁷⁴

L'émergence des maisons de production

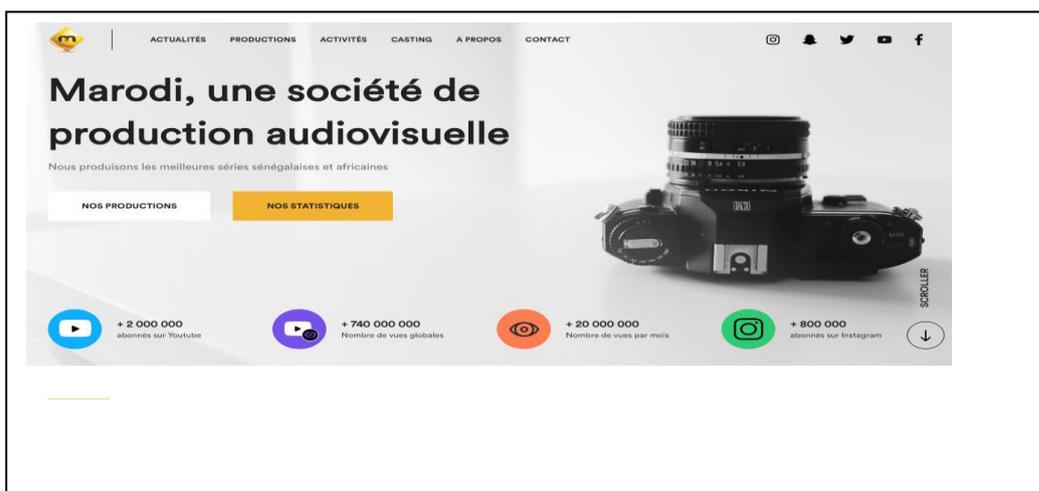
La volonté de réinventer le métier de producteur a poussé des jeunes sénégalais à prendre des initiatives. C'est le cas de *Marodi TV* qui était en 2012 un site internet de rattrapage ou agrégateur qui offrait aux chaînes de télévisions et aux producteurs la possibilité de diffuser leurs contenus vidéo sur internet. Le site était conçu pour permettre aux internautes sénégalais de voir et revoir les émissions déjà diffusées sur les télévisions. Les internautes avaient la possibilité de commenter et de donner leurs points de vue sur les émissions. *Marodi.TV* est née d'un constat, les promoteurs ont remarqué qu'il n'était pas possible de rattraper un programme dont on avait manqué la diffusion en direct. Si on ratait une émission d'une télévision sénégalaise, il n'y avait aucune plateforme qui permettait de revoir le programme. Le succès de *Marodi.TV* révèle la méfiance que les chaînes ont eu au

³⁷³ Alleman. Marie Lise, « Les industries culturelles des pays africains et l'enjeu de la diversité culturelle », *Africultures*, vol. 69, no. 4, 2006, pp. 42-45.

³⁷⁴ Boni, Assié Jean-Baptiste, « Cinéma et audiovisuel en Côte d'Ivoire (2002-2018). Une aventure ambiguë », *Afrique contemporaine*, vol. 263-264, no. 3, 2017, pp. 385-403.

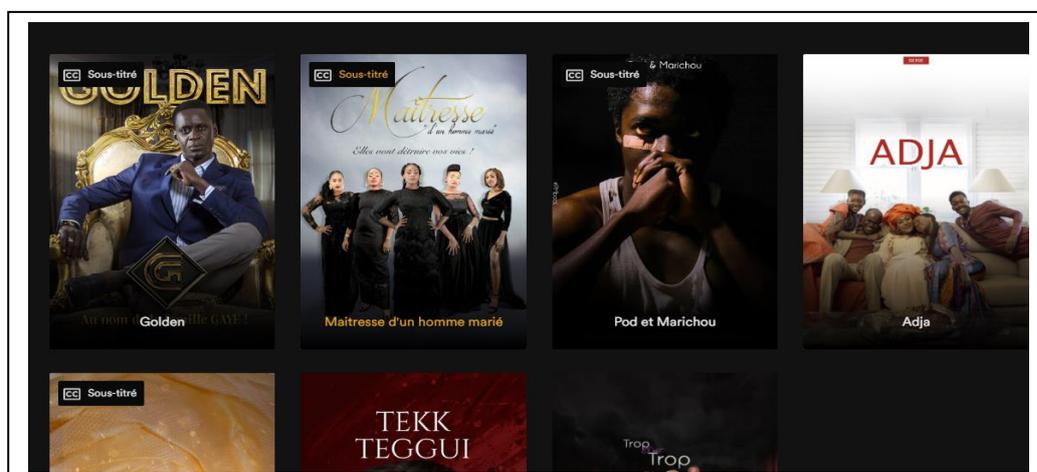
début à l'égard du numérique. Les télévisions ont mis du temps avant de s'adapter en créant des sites internet pour les *replay* de leurs propres contenus. *Marodi.TV* a également profité d'un vide juridique qui lui a permis de pouvoir reprendre gratuitement et sans autorisation les émissions diffusées sur les chaînes de télévision. Les sources de revenus de *Marodi.TV* étaient essentiellement publicitaires. Après une première réussite avec les vidéos de rattrapage, *Marodi.TV* s'est lancé dans la production de séries télévisées sénégalaises. Après seulement quelques années d'existence, *Marodi.TV* a produit cinq séries qui sont regardées dans les différentes télévisions sénégalaises : *Pod et Marichou*, *Nafi*, *Adja*, *Maîtresse d'un homme marié*, et *Golden*. *MarodiTV* développe des partenariats dynamiques avec les chaînes de télévision locales. Ces meilleures séries sont diffusées par les chaînes de télévision. Par contre les producteurs déplorent le fait que les diffuseurs ne s'impliquent pas davantage dans la création, les créateurs de contenus font souvent de l'autoproduction, puis négocient avec les diffuseurs. Abdou Lahad Wone nous confirme que « pour le moment les télévisions ne financent pas, il y a juste quelques exceptions. En interne, ce sont des charges, elles n'ont pas le budget pour faire des productions. C'est souvent du pilotage à vue, leur revenu ne leur permet pas. Il y a des soucis de rentabilité »³⁷⁵. Ces séries sénégalaises bénéficient également d'un énorme succès dans certains pays d'Afrique francophone grâce au doublage en français.

Illustration n°15 - Page d'accueil site internet Marodi.tv



³⁷⁵ Cf. Annexe N°1 Entretien N°17

Illustration n°16 - Affiche séries produites par Marodi



NOE PRODUCTIONS
Nous produisons les meilleures séries sénégalaises et africaines



Pod et Marichou
Pod et Marichou c'est l'histoire de deux jeunes qui tombent amoureux sur un coup de foudre. Ils se marient et deviennent très heureux... jusqu'à ce que leur passé les rattrape... D'une part Marichou tente de se suicider après que Pod découvre...

- + 326 075 360
Nombre de vues
- + 311 634
Nombre de commentaires
- + 2 920 000 000
Nombre de minutes visionnées



- + 2 349 899
Nombre de likes
- + 1 192 330
Nombre de partages

[Voir les détails](#)

Source : capture d'écran affiches séries, site internet de *Marodi.TV* lien : <https://www.marodi.tv/>

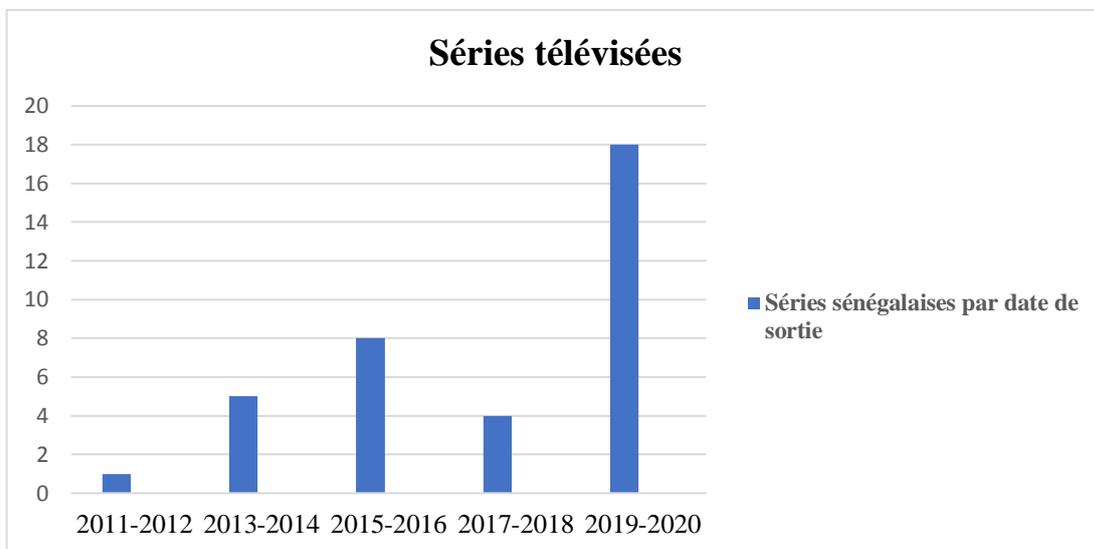
Tableau n° 13 - Classification des séries télévisées par date de sortie

Années	Noms des séries télévisées
2011-2012	« Un café avec »
2013-2014	« Wiri Wiri » «Dina ma Nekh » « Tundu Wundu » « Kor Dior » « Mbaye Dollar »
2015-2016	« Buur Guéweul » « C'est la vie » « Ndary Baba » « Pod et Marichou » « Idole » « Dikoon » « Tek Tégui » « Mbétél »
2017-2018	« Nafi » « Belle Mère » « Adja » « Trop c'est trop »

2019-2020	«Wuuté » « Maîtresse d'un homme marié » « Secret de famille » « Brigade des Mœurs » « Batora » « Leçon de mariage » « Grand amour » « Elisa London » « Ménage à trois » « Golden » « Dérapages » «Tour 2 familles » « Jiguen » « Renaissance » « Femme idéale » « Héritage de Badara »

Période de recensement des séries télévisées entre septembre 2019 et février 2020

Figure n°9 - Diagramme en bâton séries télévisées



Source : auteur

Jusqu'en 2010, les telenovelas détenaient les records d'audiences dans les télévisions sénégalaises. Et cela était dû en partie à la diffusion des séries brésiliennes, mexicaines, américaines etc. Jusqu'au milieu des années 2000, les telenovelas ont été les programmes phares de la télévision sénégalaise. « À Dakar, en 2002, les telenovelas arrivaient en seconde position en termes de taux d'audience, juste derrière le journal télévisé en français de 20 heures, et leur public était constitué à 90 % de jeunes femmes. »³⁷⁶ La suprématie des telenovelas sera remise en cause par la production de séries sénégalaises. Le succès des telenovelas a fortement influencé les producteurs sénégalais.

C'est en 2011 que les Sénégalais ont découvert « *un café avec* », la première série télévisée typiquement sénégalaise diffusée sur la télévision privée *TFM*. En 2015, un *café*

³⁷⁶ Werner, Jean-François, « Télévision, telenovelas et dynamiques identitaires féminines à Dakar », *Afrique contemporaine*, vol. 240, no. 4, 2011, pp. 144-146.

avec était suivi par des milliers de sénégalais, c'était la série la plus regardée sur *YouTube*, en moyenne cent cinquante mille vues en une journée. Elle a duré quatre saisons. Le succès de la série « *un café avec* » auprès des Sénégalais a stimulé le secteur de la production. Certaines télévisions sénégalaises ont commencé à collaborer avec des maisons de production. Entre 2011 et 2020, 35 séries recensées ont été diffusées sur les chaînes de télévision ou sur le web. La courbe de progression très rapide qui passe d'une série en 2011 à 17 séries entre 2019 et 2020 montre le dynamisme du secteur, malgré les difficultés que rencontrent les producteurs. Abdou Lahad Wone, le producteur de la série *déravage* estime que « le problème majeur, c'est de trouver de l'argent pour faire ses projets. L'autre difficulté c'est de trouver une stratégie pour rentabiliser son produit. En réalité, il n'y a pas beaucoup de sponsors au Sénégal, c'est souvent des annonceurs. Ils attendent que la série ait un succès pour venir proposer une collaboration souvent sur une courte période. Notre souci principal c'est le financement. »³⁷⁷ Par contre, ce qui permet à *Marodi TV* de produire plus que les autres, c'est son modèle économique basé sur un double financement. Au-delà du contrat qu'elle a signé avec les chaînes de télévision, la maison de production garde l'exclusivité de la diffusion des séries sur le web. Ce qui lui permet d'avoir d'autres ressources grâce au programme de monétisation des contenus sur *YouTube*. L'environnement économique difficile du secteur a incité certains producteurs à investir dans la production des web-séries. Ce système leur a permis de contourner le diktat des chaînes de télévision, qui leur demandent de chercher eux-mêmes des sponsors. Ainsi, « de nombreux amateurs ont ainsi créé et mis en ligne des web-séries avec plus ou moins de succès. Mais des professionnels, eux aussi nombreux, ont utilisé ces mêmes plateformes et le système de l'autoproduction pour permettre à leurs productions de voir le jour. »³⁷⁸ En produisant des web-séries, les producteurs cherchent d'abord à avoir de la visibilité pour être repérés par les chaînes de télévision, ensuite c'est une manière de rentabiliser le produit via la publicité sur *YouTube*. C'est le cas des séries comme *Ménage à 3* ou *Secret de famille* qui dépassent deux cents mille vues par épisode. Mais ce modèle économique basé uniquement sur la publicité en fonction du nombre de vues ne garantit pas la rentabilité des contenus. Abdou Lahad Wone rappelle les difficultés qu'il a rencontré avant de produire sa

³⁷⁷ Cf. Annexe N°1 Entretien N°17

³⁷⁸ Neuvillers, Marie-Caroline, « Télévision et web-séries : « je t'aime, moi non plus » ou les enjeux d'une double nécessité », *Télévision*, vol. 10, no. 1, 2019, pp. 109-125. <https://www-cairn-info.sid2nomade-1.grenet.fr/revue-televison-2019-1-page-109.htm>

première série à succès : « j'ai eu à produire deux saisons de TUNDU WUNDU, la première saison a été financée sur fonds propre. L'argent que je gagnais sur d'autres activités m'a permis de financer la série. Ça m'a coûté environ un million de francs CFA par épisode. »³⁷⁹

Cette nouvelle page qui s'ouvre dans le secteur des industries culturelles au Sénégal, n'a pas servi de prétexte aux autorités pour encadrer ce secteur en pleine expansion. Le nouveau code de la presse qui prend en charge les changements liés à la mise en place de la télévision numérique ne prend pas en compte les producteurs audiovisuels. La loi sur l'audiovisuel a oublié les producteurs privés, aucune disposition ne fait référence à ce secteur alors que leur présence dans l'élaboration des programmes de télévision est de plus en plus visible. Le secteur compte environ une trentaine de maisons de production professionnelles. Les autres étant de petites structures qui n'ont ni le matériel adéquat ni les compétences requises. La production audiovisuelle ne génère pas beaucoup d'argent au Sénégal, pourtant c'est un secteur en pleine croissance dans beaucoup de pays. « Le Nigeria, c'est entre 1 500 et 2 000 films par an, ce qui place le pays au deuxième rang mondial en matière de production. Les films de la nouvelle ère de Nollywood, ou New Nollywood, sont en général de bien meilleure qualité que les films du début des années 2000. Nollywood, c'est une machine à chiffres... La production cinématographique et musicale a généré 4 milliards de dollars, soit 2 % du PIB du Nigeria. Nollywood est aussi le deuxième employeur du pays après l'agriculture. »³⁸⁰ En France le secteur de la production a connu un bond, les commandes des producteurs ont explosées entre 1984 et 1989. « La somme des devis de production est de 765 millions de francs en 1984, elle a dépassé les 2 milliards en 1986, atteint 3,6 milliards en 1988 et avoisine les 5 milliards en 1989. »³⁸¹ Au Sénégal, le secteur de la production est loin d'être une industrie, c'est une activité qui fait vivre quelque centaine de personnes. Il n'a aucune incidence majeure sur l'économie nationale. Alioune Ndiaye est promoteur de télévision privée. Selon lui, les autorités doivent réfléchir sur un modèle qui permet de créer une industrie de l'image et de travailler à structurer un marché de l'audiovisuel de l'image : « les Sénégalais ont montré, à travers les vidéo-clips, qu'ils ont des prédispositions pour faire de l'audiovisuel et être brillants. Il n'y a pas de raison

³⁷⁹ Cf. Annexe N°1 Entretien N°17

³⁸⁰ Cf. téléràma.fr « Nollywood : pourquoi le cinéma nigérian intéresse la planète entière » publié le 3 mars 2018 [en ligne] <https://www.telerama.fr/sortir/nollywood-pourquoi-le-cinema-nigerian-interesse-desormais-la-planete-entiere,n5629029.php> consulté le 5 mai 2020

³⁸¹ N. Brigaud-Robert, op.cit. p.96

qu'on ait cette opportunité d'avoir 80 chaînes, qu'on ait cette opportunité de créer des emplois et qu'on ne se penche pas sur la stratégie à mettre en œuvre pour avoir une véritable industrie de l'image. »³⁸²

³⁸² Cf. Seneweb.com, article publié le 3 novembre 2015 [en ligne] consulté le 5 mars 2020
https://www.seneweb.com/news/M%C3%A9dias/alioune-ndiaye-promoteur-prive-laquo-on- n_167419.html

Section 4 - La « qualité », un argument politique décisif

Pour justifier la pertinence de la télévision numérique terrestre, les autorités ont brandi entre autres arguments la qualité de l'image et du son. L'article intitulé « demain, la télévision numérique » publiée sur le site de la Télédiffusion du Sénégal (TDS), montre l'importance que les autorités accordent à la qualité :

« 17 juin 2015, des millions de foyers parmi ceux qui sont encore devant leur télévision, réalisent que la qualité de l'image de leur écran est plus lumineuse, les images sorties comme d'un monde de rêve. Toutes les chaînes autorisées à diffuser sur le territoire national sont reçues partout, avec la même qualité d'images, sur tous les appareils équipés en conséquence. Ce n'est pas tout. De Dakar à Kidira, de Ourossogui à Mpack, il n'y a pas un seul endroit où quelqu'un se désolerait de « ne pouvoir capter » la télévision. »³⁸³

La question du manque de qualité des programmes télévisuels est longuement revenue dans les discours officiels. Mais à quoi renvoie-t-elle ? La réponse semble difficile à saisir. Fait-elle référence à ce que l'ancien ministre de la culture Abdou Aziz Mbaye appelait « télévisions poubelles »³⁸⁴ ? La « qualité » est souvent associée aux « programmes », c'est comme si avoir une télévision de qualité tient compte seulement d'un seul paramètre. G. Gabriela estime que « la télévision ne peut pas être discutée à partir d'une seule perspective ou d'un seul point de vue. C'est pourquoi nous considérons que le débat sur une culture de qualité à la télévision ne peut pas ne pas tenir compte de la composition du système télévisuel, de la législation en vigueur, du discours de communication de la chaîne, de l'offre de programmation et des programmes, des conditions de production et des professionnels, aussi bien que du public. »³⁸⁵ Ainsi, en évoquant la qualité de la télévision, les acteurs politiques oublient que celle-ci est directement ou indirectement influencée par

³⁸³ Cf. Tds sa « Demain la télévision numérique » [en ligne] <http://www.tds.sn/demain-la-television-numerique->

³⁸⁴ Le 9 décembre 2012, le ministre de la culture affirmait devant les députés à l'ensemble national : « nous avons des télévisions poubelles qui ne montrent que les secondes séries de télé novelas venues d'ailleurs.

³⁸⁵ Borges, Gabriela, « Une culture de qualité à la télévision est-elle possible ? Une réflexion sur la RTP2 portugaise », *Télévision*, vol. 2, no. 1, 2011, pp. 71-90.

autant de variables. Dans le cas du Sénégal, les acteurs politiques occultent toute la chaîne de valeur en s'attaquant directement aux programmes qui ne sont qu'un maillon de la chaîne. C'est ce qui amène G. Gabriela à dire que la qualité, « c'est un concept difficile à définir qui, d'un côté, est un présupposé digéré par le discours politique et institutionnel et, de l'autre, s'affiche comme une sorte de légitimation recherchée par la majorité des chaînes de télévision. La qualité se présente ainsi comme une norme à suivre aussi bien au niveau technique qu'au niveau des contenus. »³⁸⁶

Illustration n° 17 - La « Une » du quotidien national au lendemain du lancement de la TNT



« Une » du quotidien public *le soleil*, le 18 juin 2015

Au lendemain du lancement de la TNT, le quotidien national avait consacré sa « Une » ci-dessus à la qualité des programmes. Cela montre que les questions liées à la qualité des programmes constituaient un enjeu majeur dans la mise en place de la télévision numérique. Évoquons d'abord la qualité de l'image et du son, présentée par les acteurs politiques comme une « innovation » inédite. Le téléspectateur peut s'attendre à une innovation qui va complètement transformer sa façon de consommer la télévision. L'autorité s'est appuyée

³⁸⁶ G. Borges. Op, cit., pp. 71-90.

sur ce levier pour convaincre deux publics différents qui n'ont pas les mêmes préoccupations : les téléspectateurs et les diffuseurs.

Le discours à l'endroit des diffuseurs était essentiellement axé, non seulement sur les avantages en termes de qualité de son et d'image mais aussi sur l'opportunité qu'offre la TNT permettant à toutes les chaînes d'être reçues partout sur le territoire national. C'est pourquoi la TNT se présente comme une opportunité pour l'ensemble des diffuseurs qui avaient du mal à couvrir le territoire national. S'adressant aux diffuseurs dans un entretien, le secrétaire exécutif du CONTAN disait ceci : « vous n'avez plus besoin de transporter le signal, on va mettre une infrastructure qui transporte ce signal pour vous. Aujourd'hui, vous payez entre trois cents et quatre cents millions de francs CFA pour monter sur le satellite et couvrir une partie du pays. »³⁸⁷ Les promesses montrent à bien des égards que les diffuseurs seront gagnants dans tous les cas. Les médias se sont focalisés sur les avantages qu'ils peuvent tirer de la transition numérique oubliant de poser les vraies questions. On peut comprendre d'ores et déjà pourquoi beaucoup de questions ont échappé aux médias : l'appel à candidature de la TNT qui s'est fait à la hâte, le modèle économique proposé par l'opérateur en charge de la TNT, les questions liées à l'encadrement juridique, le calendrier de l'extinction qui n'a jamais été fourni, les décodeurs. Autant de questions soulevées qui n'ont pas fait l'objet de débats sérieux dans les médias. Mame Gor Ngom, rédacteur en chef adjoint d'*Africa check* pense que le projet de la TNT n'a pas encore révélé tous ses secrets : « Je pense qu'il est temps de faire des enquêtes, de fouiller et surtout d'évaluer ce qui a changé. Qu'est ce qui n'a pas marché ? Quels sont les côtés positifs et autres ? Il est temps de faire le bilan de cette révolution qu'on chantait. Je me demande même s'ils ont mis 40 milliards et puis même la manière d'acheter les décodeurs, la distribution c'est trop informel. »³⁸⁸ Ce constat avait poussé M. Ndiaye ingénieur en télécommunication à dénoncé le silence des journalistes. « C'est à croire qu'il n'y a plus de journalistes dans ce pays et je ne peux comprendre qu'une omerta aussi profonde puisse rendre aphone un secteur aussi bruyant que la presse, principale bénéficiaire de cet outil. »³⁸⁹

³⁸⁷ Cf. Annexe N°1 Corpus N°1

³⁸⁸ Cf. Annexe N°1 Entretien N°10

³⁸⁹ Cf. Annexe N°2 Corpus N°3

S'agissant des téléspectateurs, les autorités se sont appuyées sur le rapport qualité / prix. L'État se propose de vendre les décodeurs à prix réduit pour permettre à tout le monde d'avoir la TNT. Les autorités ont proposé à 10.000 FCFA, des décodeurs qui devraient coûter 40.000 FCFA, quatre fois moins chers. C'est un acte important pour le Président de la République qui a tenu à le rappeler dans son discours lors du lancement de la TNT : « je salue tous les compatriotes qui en ce moment même suivent cette allocution, en mode analogique mais aussi en mode numérique. Les décodeurs fortement subventionnés reviendront à 10.000 FCFA aux usagers contre 10.000 FCFA et plus sur le marché. »³⁹⁰

Pour mieux saisir l'argument de la qualité dans le discours d'actualité qui a accompagné l'avènement de TNT, nous décidons d'analyser un reportage extrait d'un grand dossier sur la TNT, diffusé sur la chaîne publique sur quatre jours, entre le mardi 21 janvier et le vendredi 24 janvier 2014. Les discours sur la qualité ont été fortement présents lors de l'avènement de la TNT. Ce discours construit autour de l'« innovation », était une opportunité pour les autorités d'affirmer avec conviction qu'à partir du 17 juin 2015, date du début de la transition vers le numérique, l'audiovisuel sénégalais aura un nouveau visage. Dès le début du reportage, le présentateur campe le décor. Il établit le rapport entre programmes de qualité et la survie des télévisions. Il suggère que les télévisions qui ne répondront pas aux standards de qualité sont appelées à disparaître « *Le passage au numérique qui exige aux télévisions un certain nombre de préalable. Il faudra notamment une production de qualité pour survivre à la concurrence. De plus les téléspectateurs et les annonceurs vont être plus exigeants vis-à-vis des programmes proposés* »³⁹¹

³⁹⁰ Cf. Annexe N°1 Entretien N°2

³⁹¹ Source : extrait du grand dossier sur la transition numérique, *RTS, 3 mars 2014*, Time code [13'11, 15'58] <https://www.youtube.com/watch?v=86-1fvODRI> consulté le 14 février 2020

Illustration n° 18 : Capture d'écran extrait du grand dossier sur la transition numérique, RTS



Source : <https://www.youtube.com/watch?v=86-1fvfODRI> Time code [13'11, 15'58]

En montrant un téléspectateur avec une télécommande en train de faire du zapping, la voix off met l'accent sur les différentes possibilités que le téléspectateur a pour faire un choix qui sera guidé par la qualité des contenus : « *La télévision vers le numérique, une aubaine pour le téléspectateur, à partir de 2015 toutes les chaînes vont émettre sur tout le territoire national et même sur l'international seul le contenu devrait alors les départager* »³⁹². En affirmant que seuls les contenus vont départager les chaînes de télévision, la journaliste occulte le rapport complexe entre téléspectateurs et programmes. P. Périn souligne que le changement de chaîne par le téléspectateur n'est pas seulement guidé par des programmes de qualité : « le zapping ne se laisse pas aisément cerner dans une approche simple des programmes. Il faut intégrer d'une part les relations entre genre et qualité de chaque émission et, d'autre part, l'interdépendance entre émissions dans le contexte de la mosaïque des grilles de programmes (le programme global). C'est sans doute

³⁹² Capture d'écran, source : extrait du grand dossier sur la transition numérique, RTS Time code [13'11, 15'58] <https://www.youtube.com/watch?v=86-1fvfODRI>

la raison pour laquelle l'examen des *prime time* par jour de la semaine ne fait pas ressortir de différence marquante selon les soirées. »³⁹³

Illustration n° 19 - Capture d'écran extrait du grand dossier sur la transition numérique, RTS



Time code [13'11, 15'58] Source : <https://www.youtube.com/watch?v=86-1fvfODRI>

Mamadou Baal, membre du CONTAN, intervient dans le premier extrait du reportage. Il met en scène le téléspectateur qui ne prend pas en compte les conditions de production des contenus télévisuels. Il va choisir en fonction de la qualité du programme. « *Un contenu de qualité ça ne signifie pas tout simplement parce j'ai un budget production très important, j'ai 200 ou 300 employés, tout ça le téléspectateur ne le sait pas, ce qu'il va savoir c'est ce qu'on lui sert tous les jours à une heure donnée.* »³⁹⁴

Le directeur des programmes de la RDV (télévision privée) intervient dans le deuxième extrait. Les propos de ce responsable des programmes montrent que le débat sur la qualité des programmes était au cœur de la transition numérique. Il place lui aussi le contenu au centre : « *Nous sommes en train de réfléchir avec des experts pour pouvoir être prêt à l'heure du numérique en parlant de contenu précisément* »³⁹⁵

³⁹³ Périn, Pascal, « Le zapping. » In: Réseaux, volume 10, n°51, 1992. Sociologie des journalistes. pp. 117-125; [en ligne] doi : <https://doi.org/10.3406/reso.1992.1931> https://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1992_num_10_51_1931 consulté le 20 avril 2020

³⁹⁴ Capture d'écran, source : extrait du grand dossier sur la transition numérique, RTS Time code [13'11, 15'58] <https://www.youtube.com/watch?v=86-1fvfODRI>

³⁹⁵ Ibid

Dans un autre extrait du reportage, Mamadou Ball insiste sur le soutien de l'État. Il semble affirmer que les programmes de qualité sont ceux qui mettent l'accent sur l'éducation. Il est sans doute convaincu que les télévisions pourront assumer un rôle de service public : « *il faut que nous demandions à l'État de participer au financement de cette production éducative, parce que l'État dans son rôle régalien doit éduquer les populations* »³⁹⁶

La voix off finale fait référence à la régulation des contenus et aux sanctions qui pourront surgir si les chaînes de télévision ne respectent pas les normes de la qualité : « *La transition vers le numériques devrait également permettre à l'autorité de régulation de jouer pleinement son rôle, le CNRA aura par exemple la possibilité d'agir directement sur les programmes qui ne répondent pas aux normes de la qualité.* »³⁹⁷

Durant tout le reportage, rien n'a fait allusion à ce qui pourrait ressembler à un contenu de qualité. Sur quel levier faudra-t-il insister ? Sur la diversité, la satisfaction des téléspectateurs, sur l'audience, sur les programmes ? Malgré les promesses liées à la qualité du son et de l'image, six ans après son lancement, la télévision numérique n'a pas encore changé le paysage audiovisuel sénégalais.

La « qualité » promue par les acteurs politiques : analyse lexicale

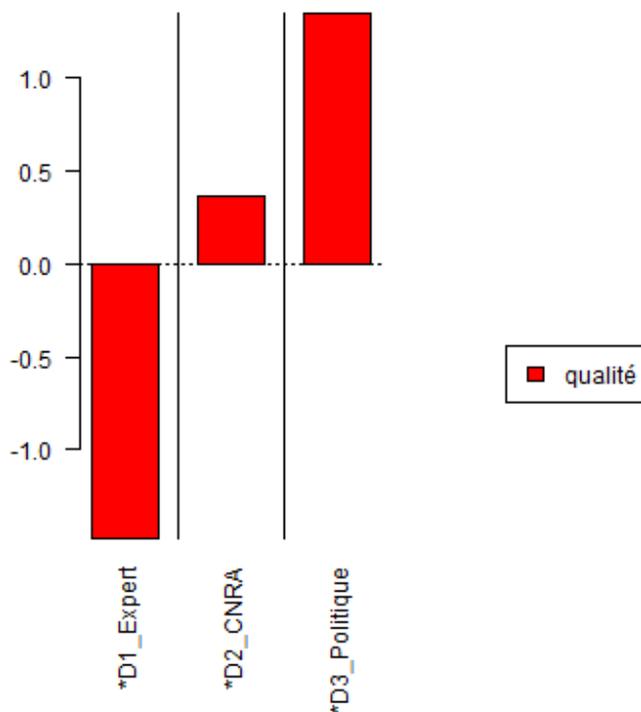
Nous avons proposé une analyse lexicale pour déterminer l'importance de la « qualité » dans le discours des acteurs politiques. L'objectif est de montrer que l'avènement de la TNT a été aussi une occasion pour les acteurs politiques de promouvoir la qualité dans le secteur audiovisuel. L'analyse des spécificités permet de sortir la prédominance des mots dans la classe lexicale. Sur le tableau ci-dessous, on remarque l'emploi excessif du mot « qualité » dans le discours des acteurs politiques et un emploi assez significatif du mot par le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA). En observant le graphique ci-dessous, on se rend compte que l'intensité de l'emploi du mot « qualité » varie en fonction du statut des acteurs. Le graphique nous permet de voir que la qualité est un argument décisif pour les acteurs politiques. La stratégie consiste à faire croire que le « numérique » va

³⁹⁶ Ibid

³⁹⁷ Ibid

systématiquement engendrer la qualité. Ainsi, la « qualité » apparaît comme une valeur qui donne sens au discours politique. C'est pourquoi on voit dans le discours des autorités plus de références qui renvoient à la notion de qualité. Cependant, nous constatons un sous-emploi du mot par les experts qui ont beaucoup plus insisté sur les aspects techniques de la TNT.

Figure n°10 - La place du mot « qualité » dans le corpus TNT comme facteur économique



Malgré les efforts fournis par les autorités et les stratégies discursives mises en place pour convaincre le public. Il se pose alors un autre problème, celui de l'appropriation de la TNT par les téléspectateurs. La sociologie des usages a démontré que l'existence des équipements ne suffit pas à évaluer leurs usages. Les transferts de technologies importées, souvent à l'initiative de pays industriels qui les financent plus ou moins, leur usage, sont conditionnés par différents facteurs. Le discours sur l'innovation technique est porteur d'espoir, mais aussi de déceptions surtout quand l'objet technique est séparé de son rôle

social. À la suite de ses travaux sur la technique, l'usage et les représentations, P. Flichy a remarqué que « les technologues et les usagers n'ont pas les mêmes approches. Par exemple, les premiers voient dans la nouvelle technologie (domaine de la stratégie) un moyen de modifier en profondeur l'organisation du travail, alors que les seconds ne souhaitent que des modifications incrémentales. »³⁹⁸ L'autre point important qui mérite une attention particulière est la tendance des acteurs politiques à croire que la technologie renvoie de facto à la qualité. Ils ignorent que la logique médiatique répond à un certain nombre d'exigences. On l'observe souvent dans le paysage médiatique ; les médias, pour des raisons économiques, n'hésitent pas à reléguer au second plan la qualité. « Une dérégulation du secteur de la communication et une augmentation des opérateurs privés ne signifient pas automatiquement, tant s'en faut, une meilleure qualité et une plus grande qualité de contenus. Leur quête constante d'équilibre économique et financier fait que sont produits et diffusés des contenus qui ne répondent pas nécessairement à ce qui pourrait être qualifié d'intérêt général du public et de la société »³⁹⁹

³⁹⁸ Flichy, Patrice. « Technique, usage et représentations », *Réseaux*, vol. 148-149, no. 2, 2008, pp. 147-174. En ligne <https://www-cairn-info.sid2nomade-2.grenet.fr/revue-reseaux1-2008-2-page-147.htm> consulté le 28 mars 2020

³⁹⁹ De la Brosse, Renaud, *Médias et démocratie en Afrique : l'enjeu de la régulation*, Bruxelles, Editions Bruylant, 2013, p.21

Conclusion chapitre 5

Malgré l'introduction de la TNT dans le paysage médiatique sénégalais, aucune évolution n'a été constatée dans la grille des programmes des télévisions. L'analyse comparative entre les programmes d'avant et d'après TNT montre plutôt la récurrence des programmes de flux au détriment des programmes de stock. Nous avons aussi constaté un manque d'originalité dans la conception et la mise en œuvre des grilles de programme. Le secteur de la production souffre d'un manque de financement et d'une absence de réglementation. Certes, nous avons constaté l'émergence d'une production locale ces dernières années, mais le modèle économique reste flou et fragile. Les producteurs ont recours à l'autopromotion et peinent souvent à rentabiliser leurs produits. Ainsi, les difficultés du secteur de la production se répercutent sur la qualité des programmes. Ce concept de qualité a été pourtant l'argument décisif des autorités politiques pour convaincre les populations du bien-fondé de la TNT. On s'est rendu compte que la qualité de la télévision ne pouvait pas se limiter à l'image, au son et aux programmes, c'est l'ensemble de la chaîne qu'il faudra prendre en compte. Ce que la TNT n'a pas encore réussi à faire, en dépit de l'affichage et de la promotion active développée par les acteurs politiques.

Chapitre 6 - TNT et financement de l'audiovisuel : une situation de disette

Tous les gouvernements qui se sont succédé depuis 1960 ont été confrontés au problème du financement de l'audiovisuel. Malgré les différentes mesures liées au financement de l'audiovisuel, les entreprises audiovisuelles sont toujours déficitaires. Cependant, les réformes annoncées avec l'arrivée de la TNT devraient soulager le secteur des médias. C'est dans cette perspective que les acteurs politiques ont confié le marché de la TNT à *Excaf télécom*, une entreprise locale. Nous allons examiner le modèle économique proposé par *Excaf télécom* pour la construction de l'infrastructure de la TNT. L'analyse du modèle économique nous permettra de voir si *Excaf télécom* avait les moyens financiers et techniques nécessaires pour réaliser un tel projet. La TNT devrait aussi résoudre la question du financement de la télévision publique, nous verrons ce qui en est advenu. En outre, nous constatons que les chaînes de télévision privées se disputent un marché publicitaire restreint. Avec l'avènement de la TNT, la question qui se pose est : comment celle-ci pourrait finalement permettre à ces chaînes d'avoir une autonomie financière ?

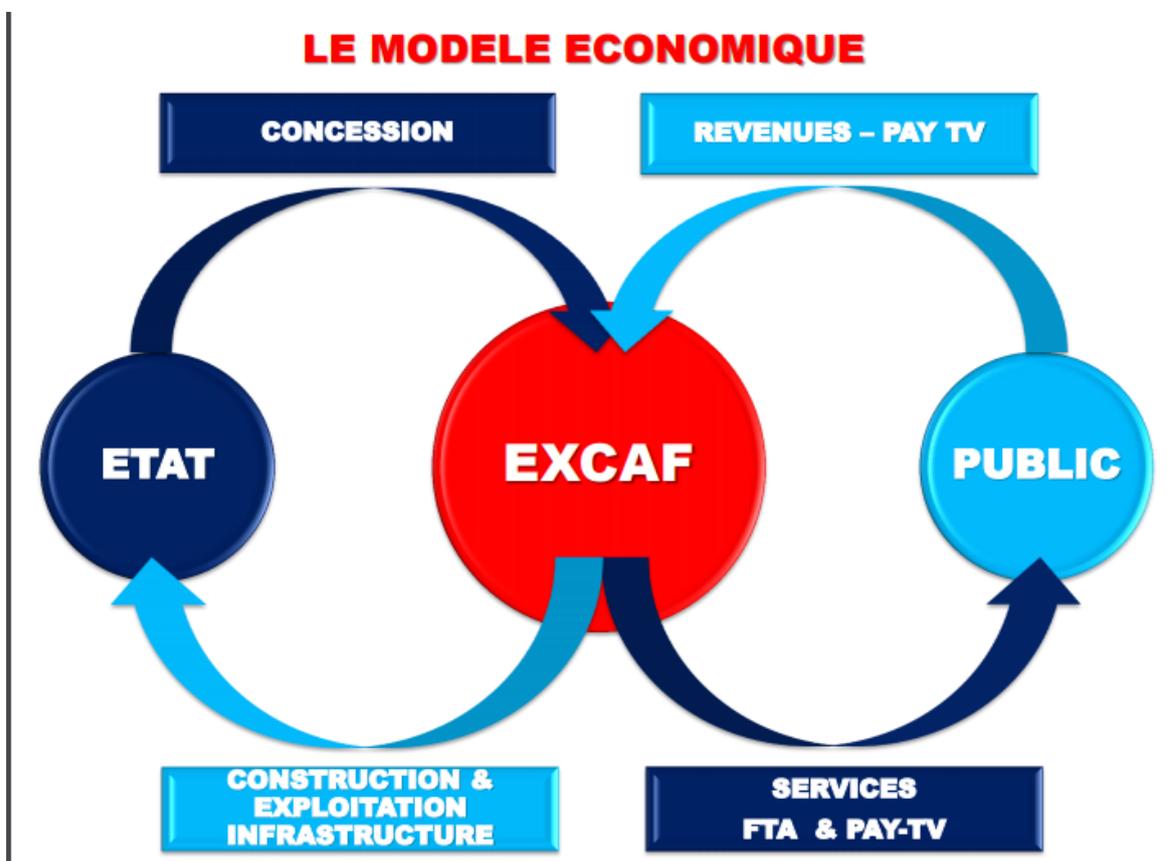
Section 1 - Les limites du modèle économique de la TNT

La question d'ordre économique est l'un des enjeux majeurs de la transition de l'analogique vers le numérique. La question du financement s'est posée, à la suite des recommandations de l'UIT en 2006 qui avait suggéré aux pays africains de passer au numérique à la date du 17 juin 2015. Pour le compte du Sénégal, le premier comité qui a été mis en place en 2010 (CNN), devait se charger de trouver les financements. L'opérateur chinois *StarTimes* est la première société qui a proposé au Sénégal l'installation de l'infrastructure de la TNT à hauteur de 60 milliards de francs CFA, à condition que le Sénégal lui concède les dividendes numériques. Après une étude minutieuse de la proposition des chinois, le Sénégal a finalement refusé l'offre de *StarTimes*. Les autorités ont préféré chercher ailleurs une offre jugée plus intéressante. En 2013, le CONTAN remplace le CNN. Le comité mis en place par le Président Macky Sall avait juste deux ans pour tout mettre en œuvre afin que le Sénégal puisse respecter le rendez-vous du 17 juin 2015.

Acculé par le Président de la République, le CONTAN lance en 2014 un appel à candidature. 22 opérateurs ont répondu à l'appel à candidature. Parmi eux, *Excaf télécom*, le seul opérateur sénégalais en compétition. Les autorités ont demandé que toutes les réponses soient accompagnées d'une proposition de financement. Parmi les réponses reçues, *Excaf* avait pris l'engagement de tout financer entièrement. Le choix porté sur *Excaf* devrait permettre à l'État d'économiser un budget assez consistant. Pour réaliser le projet, l'opérateur sénégalais avait émis une seule condition : commercialiser en même temps ses produits par le circuit TNT avec le même décodeur pour une durée de cinq ans renouvelable une fois s'il n'arrive pas à entrer dans ses fonds. Cette opération ne devrait rien coûter à l'État. Le coût de l'investissement était estimé à 40 milliards de francs CFA. Après les 10 ans, l'infrastructure devrait être remise à l'État. Selon Mamadou Baal, le CONTAN a choisi *Excaf* parce qu'il savait qu'*Excaf* avait assez d'expérience dans ce domaine : « la TNT c'est un bouquet, il avait l'habitude de commercialiser le bouquet MMDS. La TNT c'est juste mettre ensemble des chaînes faire un multiplexage pour que ça arrive chez le téléspectateur. Il pourra les séparer avec l'aide d'un décodeur. Le plus important c'était d'avoir une entreprise qui a une certaine expérience dans ce domaine. *Excaf* avait l'expérience dans le

domaine de la gestion d'un bouquet. Techniquement il n'y avait aucun risque. Nous avons un comité exécutif qui veille au respect des cahiers de charges. »⁴⁰⁰ L'article 2 du contrat de concession entre l'État du Sénégal et *Excaf* précise la nature et le contenu de la concession : « en contrepartie de la construction d'une infrastructure de Télévision Numérique Terrestre (TNT), l'État du Sénégal concède exclusivement à la société EXCAF TELECOM l'exploitation de deux « Mux » de ladite infrastructure à usage commercial pour une durée de 5 ans renouvelable une fois, sous réserve des stipulations du cahier de charge ci-annexé. »⁴⁰¹

Illustration n°20 - Extrait du projet TNT au Sénégal



Source [en ligne] : [https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional Presence/Africa/Documents/Presentation%20TNT%202020\[FR\].pdf](https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional%20Presence/Africa/Documents/Presentation%20TNT%202020[FR].pdf)

⁴⁰⁰ Cf. Annexe N°1 Entretien N°1

⁴⁰¹ Contrat de concession entre État du Sénégal et la société EXCAF TELECOM

Le mode de financement choisi par le Sénégal pour le basculement de l'analogique vers le numérique est unique en Afrique. Certains pays ont eu recours à des financements bancaires, d'autres ont passé des accords avec des sociétés étrangères. La Côte d'Ivoire est accompagnée par le luxembourgeois Société Européenne de Satellites (SES). Le Mali a levé 44,8 millions d'euros sous forme de prêt apporté par la France. Le Burkina Faso et le Bénin ont bouclé le financement de la TNT en ayant recours aux banques nationales. Le Niger a utilisé le fonds d'investissement pour le développement (constitué des ressources provenant du secteur des télécommunications) pour financer les installations de la TNT. Les pays comme le Rwanda, le Burundi, la Guinée Conakry entre autres, ont fait appel à des opérateurs étrangers. Par contre le Sénégal avait opté pour l'expertise nationale, et était sûr d'être en avance sur les autres pays : « nous avons un projet qui était bien ficelé, qui a été utilisé par la plupart des pays africains francophones. Ils l'ont adapté à leur pays en Afrique subsaharienne. C'est le Sénégal qui a commencé en premier. Nous nous sommes dit que si nous avons une société nationale qui peut faire le travail sous notre surveillance, autant lui donner le marché, il n'y aura pas d'emprunt bancaire ni rien. Avoir une infrastructure sans que l'État ne dépense un sous. Tout ça nous avait motivé à accepter la proposition d'*Excaf*. »⁴⁰²

Le mode de financement proposé par *Excaf* s'est reposé principalement sur trois piliers : fonds propres, emprunts bancaires et fournisseurs. *Excaf* précise qu'aucun investissement n'est attendu de l'État à part l'exonération sur l'importation des décodeurs. Il compte rembourser son investissement par le biais du bouquet payant adossé à l'offre. Le groupe *Excaf* met à la disposition des citoyens des décodeurs simples qui permettent de recevoir gratuitement toutes les chaînes nationales et des décodeurs plus évolués qui permettent de recevoir toutes les chaînes locales en clair et les chaînes étrangères moyennant une redevance mensuelle.⁴⁰³

⁴⁰² Cf. Annexe N°1 Entretien N°1

⁴⁰³ Cf. Projet TNT au Sénégal [en ligne] : <https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/>

Illustration n° 21 - Affiche publicitaire du décodeur TNT



Extrait du projet TNT au Sénégal [en ligne] : <https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/>

Pour recevoir les chaînes de la TNT au Sénégal, il faut impérativement disposer d'un décodeur estampillé « by Excaf ». Pour un retour sur investissement, *Excaf* compte dans un premier temps sur la vente des décodeurs. Le contrat de concession précise que « pour toute la durée de l'autorisation, l'opérateur *Excaf* sera soumis au droit commun en vigueur, exception faite des exonérations. Les droits de douanes et les taxes au titre de l'acquisition du matériel nécessaire à la construction de l'infrastructure. »⁴⁰⁴ Lors du lancement de la TNT, *EXCAF TELECOM* avait distribué 400 000 décodeurs pour la phase test. La distribution des décodeurs est essentielle pour *Excaf* car c'est sur la base des décodeurs que la société compte rembourser son investissement. Mais un élément essentiel semble échapper à *Excaf*. Les Sénégalais ne sont pas obligés d'acheter les décodeurs *By Excaf* car avec ou sans le décodeur TNT, ils pourront recevoir les chaînes locales grâce aux bouquets des opérateurs étrangers. Même si *Excaf* détient le monopole de la TNT, elle n'a pas

⁴⁰⁴ Source anonyme Contrat de concession État du Sénégal et la société *Excaf télécom*

l'exclusivité de la diffusion des chaînes locales. Nous y reviendrons largement dans la 3^e partie, dans le chapitre sur les stratégies de groupe.

Illustration n° 22 - Affiche publicitaire du bouquet payant



Extrait du projet TNT au Sénégal [en ligne] : <https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/>

Tout le modèle économique d'*Excaf télécom* est basé sur l'offre payante. En plus des chaînes de la TNT gratuites, le bouquet propose une centaine de chaînes étrangères. Le directeur de la stratégie et de l'innovation de la TDS est convaincu que le modèle économique d'*Excaf* est viable. En faisant un calcul tout simple, Mamadou Manel Fall, directeur exécutif de la TDS démontre la viabilité du projet : « *Excaf* est supposé utiliser 2 multiplex sur les 4 pour le compte de son bouquet payant. Admettons que sur les 875 mille décodeurs, 400 mille ont accès au bouquet payant pour un abonnement de 5 000 francs CFA par mois, la société peut gagner 2 milliards par mois, soit 120 milliards sur 5 ans. Je pense que le modèle est viable »⁴⁰⁵

⁴⁰⁵ Cf. Annexe N°1 Entretien N°15

Si tout pouvait se passer comme convenu, le modèle économique serait sans doute rentable, mais *Excaf* s'est confrontée à un problème majeur qui a freiné l'avancement du projet. La banque SGBS qui avait accompagné *Excaf* tout au début s'est retirée. La raison justifiant le retrait de la banque est pour le moins anecdotique. L'État avait décidé d'offrir gratuitement 875 000 décodeurs, un chiffre qui correspond au nombre de clients de la société nationale d'électricité du Sénégal. Mais le calcul était faux car le CONTAN s'est rendu compte qu'il y avait plus d'un poste téléviseur par maison. Mamadou Baal membre du CONTAN explique que les autorités n'avaient d'autres solutions que de modifier le contrat : « on a refait le calcul, il nous fallait finalement 1.200.000 décodeurs. On n'a pas pu trouver de solution pour la distribution des décodeurs gratuits. L'État a finalement décidé de modifier le contrat en changeant l'article qui stipulait que les décodeurs seront distribués gratuitement. Ils seront finalement vendus à 10000 francs CFA. Après la modification du contrat, la banque qui les accompagnait s'est retirée car selon elle le modèle économique n'est plus garanti. »⁴⁰⁶

Ainsi, le retrait de la banque a entraîné des problèmes financiers qui ont retardé la construction de l'infrastructure de la TNT sur l'ensemble du territoire. Pour permettre à *Excaf* de redémarrer, il fallut une intervention de l'État. Le Fonds de garantie des Investissements Prioritaires (FONGIP) a signé une convention de garantie de financement d'un montant de 1,5 milliards de FCFA avec Diamond Bank et *Excaf Telecom*.⁴⁰⁷ L'État apporte une garantie qui permet à *Excaf* de passer commande. L'État arrive au bon moment car les travaux étaient à l'arrêt depuis un bon moment. Il intervient au moins pour deux raisons. D'abord parce qu'il est en partie responsable des problèmes de *Excaf*, ensuite l'échec du projet pourrait remettre en cause la crédibilité des autorités politiques qui avaient déjà annoncé que la TNT était une réussite. D'ailleurs, Mamadou Baal considère l'intervention de l'État comme une réparation, car selon lui si *Excaf* en est arrivé là c'est en partie à cause de l'État : « il n'est pas normal de laisser *Excaf* se débrouiller tout seul encore que c'est l'État qui les a conduit dans cette situation en modifiant un article du contrat qui a poussé la banque à quitter. L'article aurait pu être modifié avant la signature du contrat. »⁴⁰⁸

⁴⁰⁶ Cf. Annexe N°1 Entretien N°1

⁴⁰⁷ Cf. osiris.sn URL <http://www.osiris.sn/Couverture-territoriale-de-la-TNT.html>

⁴⁰⁸ Cf. Annexe N°1 Entretien N°1

L'accompagnement de l'État qui n'était pas prévu dans le contrat change complètement les termes. Il révèle les failles du modèle économique proposé par *Excaf* pour la mise en œuvre de la TNT. Le modèle a montré ses limites d'autant plus que la société *Excaf* n'a pas pu respecter ses engagements faute de moyens financiers. Alioune Badara Ndoye, directeur technique de la *RTS* estime que c'est le business plan qui a failli : « le modèle n'est pas fiable parce que vouloir faire une transition à zéro franc par ce qu'il devait faire un retour sur investissement à partir des décodeurs, des abonnements et tout cela sur moyen propre, c'est qu'il fallait avoir non seulement un capital relationnel assez important mais il fallait aussi avoir suffisamment de surface financière pour supporter tout ça »⁴⁰⁹

Un modèle économique peu viable

Le groupe *Excaf Telecom* est créé en 1972. Le capital est 100% détenu par la famille Diagne. Il compte aujourd'hui 680 employés, un chiffre d'affaires estimé à 10 milliards de Francs CFA.⁴¹⁰ Ses activités s'articulent autour de quatre pôles : un bouquet payant, deux chaînes généralistes : *RDV*, *DTV*, quatre radios FM, une imprimerie. Le modèle économique d'*Excaf* est basé sur deux filières distinctes qui ont chacune leurs contenus, leur mode de diffusion, de valorisation et d'usage différents. L'une de ces filières, la télévision dite commerciale, relève du modèle de flot⁴¹¹ tandis que la seconde, la télévision payante, correspond à la logique dite du club privé.⁴¹²

⁴⁰⁹ Cf. Annexe N°1 Entretien N°4

⁴¹⁰ Source « projet TNT au Sénégal » URL : <https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/>

⁴¹¹ Miège, Bernard. *L'avènement des industries du contenu, Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, Presses universitaires de Grenoble, 2017, p.144

⁴¹² Tremblay, Gaétan et Lacroix, Jean-Guy, *Télévision, deuxième dynastie*, Presses Universitaires du Québec, Montréal, 1991, p.164

Tableau n°14 - Les modes de financements du groupe *Excaf télécom*

Modèles	Mode de financement
Modèle de flot / chaînes généralises	Publicité / subvention
Club privé/ bouquet payant	Abonnements
Réseau internet, canaux de diffusion	Fonds propres, prêts bancaires

Le marché télévisuel sénégalais est investi par de grands groupes tels que *Canal Plus Startimes* et *Excaf*. En tant que groupe familial, ce dernier semble avoir une marge de manœuvre assez réduite. Si on s'en tient à la description de P. Bouquillion, le positionnement d'*Excaf* semble rationnel d'autant plus qu'il s'agit d'un groupe familial. Évoquant le cas du groupe TF1, l'auteur estime que « l'absence de diversification internationale peut également correspondre à des enjeux financiers. Un groupe encore sous contrôle familial relatif, comme TF1, ne peut guère envisager une importante diversification internationale, sauf à s'endetter lourdement ou à accepter une forte dilution de la participation familiale »⁴¹³.

Même si l'expérience d'*Excaf télécom* dans le domaine du bouquet payant n'est plus à démontrer, force est de reconnaître que le groupe n'a pas encore acquis une grande expérience dans la mise en place d'infrastructures de diffusion. La TNT s'avère sa première expérience en la matière. De plus, le groupe n'a jamais été confronté à de tels investissements. Donc sur la base de logique essentiellement financière, *Excaf* a diversifié son offre dans le domaine des industries de la communication. Pour financer ce projet, il a fait recours à des crédits bancaires. Le directeur général d'*Excaf* reconnaît que sans l'apport d'une banque, une entreprise qui a des ressources limitées ne pourra pas réaliser un tel projet : « il est évident que ça ne sera jamais facile pour une entreprise sénégalaise sans l'apport de ressources extérieures comme l'appui d'une banque d'avoir pu réaliser ce projet. »⁴¹⁴ Dans un contexte similaire incluant le rapprochement entre les pôles ou les groupes, P. Bouquillion prévient que l'augmentation du périmètre n'est pas sans risque.

⁴¹³ Bouquillion, Philippe, « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication. Entre « coups » financiers et intégration de filières industrielles », *Réseaux*, vol. No 131, no. 3, 2005, pp. 111-144.

⁴¹⁴ Cf. Annexe N°1 Entretien N°9

Selon lui les conséquences peuvent être à la fois financières et industrielles : « premièrement les conditions financières dans lesquelles les opérations se sont réalisées peuvent avoir des conséquences fâcheuses sur la situation financière ultérieure des pôles ou groupes. Des opérations, parmi les plus importantes, sont ainsi accompagnées d'une baisse des profits. Les coûts financiers des opérations de concentration sont importants. Ils sont pour l'essentiel liés aux frais financiers élevés que doivent acquitter les pôles qui recourent à l'endettement [...] Deuxièmement, nombre d'opérations capitalistiques entre pôles ou groupes ne conduisent pas à une amélioration des conditions d'exploitation. Du fait de l'éloignement des activités nouvellement assemblées.»⁴¹⁵ Ainsi, pour le cas du groupe *Excaf*, les gros investissements réalisés dans le cadre de la TNT ont eu des répercussions sur la situation financière du groupe. Les raisons sont industrielles et financières :

- **Les raisons financières** : le retrait des banques, le financement n'est plus garanti. *Excaf* se retrouve empêtré dans des dettes car étant incapable de payer les fournisseurs. Arrêt des travaux.
- **Les raisons industrielles** : l'éloignement entre son activité de base et sa nouvelle activité, le retour sur investissement basé sur un modèle économique peu rentable. Les revenus liés à la vente des décodeurs et les abonnements à un bouquet ne sont pas garantis.

À cause de ces difficultés, *Excaf* fait face à deux gros problèmes : respecter ses engagements en terminant l'infrastructure de la TNT et payer ses dettes auprès des institutions financières.⁴¹⁶ L'autre difficulté du modèle économique résulte d'une mauvaise appréciation au niveau de la vente des décodeurs. Comme nous l'avons déjà indiqué, *Excaf* espérait un retour sur investissement en se basant sur les abonnements. Mais le groupe s'est rendu compte que certains sénégalais achètent les décodeurs pour simplement regarder les chaînes nationales. Alors que l'investissement est plutôt porté sur la vente du bouquet payant. Il a fallu commencer les opérations de commercialisation des décodeurs pour que l'opérateur se rende compte que le modèle ne sera pas viable sur la seule vente des abonnements. *Excaf* croyait trop à l'originalité de son modèle. C'est sans doute la raison

⁴¹⁵ P. Bouquillion, art.cit. pp.111-144.

⁴¹⁶ Seulement trois ans après le démarrage des travaux de la TNT, la Banque Islamique du Sénégal (BIS) a réclamé une dette de 1,7 milliards de FCFA à *Excaf Télécom*.

pour laquelle il a surestimé l'intérêt que les utilisateurs pourraient accorder à son offre. À ce propos, Bouquillion souligne que « les portails aux contenus payants accessibles par internet, tout comme la télévision payante, se sont de même heurtés à la faiblesse de la propension à payer des usagers. Outre les craintes liées à la difficile sécurisation des paiements, ces réticences s'expliquent par la possibilité d'obtenir des contenus « gratuitement » et parfois, de surcroît, dans de meilleures conditions ergonomiques que celles offertes, notamment par les portails mobiles. »⁴¹⁷

À cause de ces difficultés rencontrées au cours de la vente des décodeurs, *Excaf télécom* a saisi le CONTAN pour renégocier les prix. Le Directeur Général du groupe souligne qu'« *Excaf* a discuté avec les autorités, l'association des consommateurs et nous leur avons fait part des réels problèmes que nous rencontrons. Nous leur avons expliqué également que nous vendons les décodeurs à perte. Il faut qu'on réajuste le prix pour nous permettre d'être en position de terminer le projet. »⁴¹⁸ C'est ce qui a fait que les décodeurs qui étaient vendus au début à 10.000 francs CFA sont finalement commercialisés à 25.000 francs CFA voire 30.000 francs CFA. Vu les nombreuses failles, les autorités étatiques sont désormais en mesure de reconnaître que le modèle économique proposé par *Excaf* n'est pas viable. Ousseynou Dieng, directeur de la communication au ministère de la culture et de la communication reconnaît que « le modèle économique rencontre des difficultés notamment la vente des décodeurs, nous avons constaté que les décodeurs sont introuvables dans certaines zones du pays. Le problème, c'est aussi la mise à disposition du site qui tarde à se faire. Du point de vue capacité de management de ressources financières, le projet a péché. J'ai toujours milité pour l'accompagnement des acteurs nationaux, ça était un plaisir d'avoir un opérateur national, mais il reste des choses à faire, nous veillons, nous contrôlons pour que tout se passe normalement. Nous attendons l'avis des experts indépendants. Il y a des critères requis pour un appel d'offre de cette dimension, les experts avaient jugé nécessaire qu'*Excaf* avait le meilleur modèle économique. C'était un modèle inédit, à la limite on peut dire que c'était trop beau pour être vrai. Le modèle n'a pas marché c'est pourquoi on en est là. »⁴¹⁹

⁴¹⁷ Bouquillion, Philippe, *Les industries de la culture et de la communication : les stratégies du capitalisme*, PUG, 2008, p.202

⁴¹⁸ Cf. Interview PDG *Excaf* article du journal *Enquête* du 30 août 2017 repris par Osiris [en ligne] <http://www.osiris.sn/Sidy-Diagne-Pdg-Excaf-Les.html>

⁴¹⁹ Annexe N°1 Entretien N°7

La télévision payante, un secteur fragilisé par la concurrence et le piratage

Le modèle économique proposé par *Excaf* semble ne pas être en mesure de conduire à des résultats économiques à la hauteur des investissements déjà consentis dans un secteur dont la rentabilité n'est pas assurée. N.Toussaint-Desmoulins estime qu'à cause de la concurrence et du piratage les chaînes à péage peinent désormais à présenter un bilan positif. Elle renseigne que « les chaînes du câble et du satellite, financées en 2013 en moyenne à 60 % par l'abonnement, à 26 % par des recettes diverses et à 14 % par la publicité, sont pour la grande majorité d'entre elles encore déficitaires. »⁴²⁰ Au-delà de la concurrence, le secteur est miné par un piratage massif. Un phénomène qui est très répandu au Sénégal. Les câblodistributeurs locaux piratent les signaux télévisuels des bouquets pour les revendre à des prix modestes : « les entrepreneurs informels pratiquent des prix plus bas que le secteur formel, ils offrent des services de proximité au détail sur des produits d'occasion ou piratés pour pouvoir vendre au plus grand nombre de clients possibles dans des pays où plus de la moitié de la population se situe en dessous du seuil de pauvreté, avec des revenus de moins de deux dollars par jour. »⁴²¹ Au Sénégal, les réseaux câblés communément appelés câblodistributeurs se considèrent comme de vrais opérateurs. Le réseau propose aux populations un bouquet piraté qui constitue un ensemble d'installations d'antennes collectives qui raccordent plusieurs maisons. En 2009, les membres du réseau créent une entreprise du nom de *SORETEC*⁴²² (Société de Redistribution de Télévision par Câble) qui regroupe l'ensemble des gérants des réseaux câblés du Sénégal. L'entreprise dispose de cellules implantées sur le territoire national. Au vu des multiples plaintes, sans suite et l'absence d'un cadre réglementaire, certains opérateurs classiques ont fini par signer des contrats avec les câblodistributeurs qui acceptent que leurs signaux télévisuels soient exploités moyennant le versement d'une somme forfaitaire.⁴²³ Mieux encore, les

⁴²⁰ Toussaint-Desmoulins, Nadine, « Le financement de la radiotélévision », Nadine Toussaint-Desmoulins éd., *L'économie des médias*. Presses Universitaires de France, 2015, p. 116.

⁴²¹ Chéneau-Loquay, Annie, « L'économie « informelle » de la communication en Afrique est-elle une « économie souterraine » ? », Tristan Mattelart, *Piratages audiovisuels. Les voies souterraines de la mondialisation culturelle*. De Boeck Supérieur, 2011, pp. 139-162

⁴²² Cf. osiris.sn URL : <http://www.osiris.sn/Cri-du-coeur-des.html>

⁴²³ « En 2010, l'éditeur français AB Sat a sans aucun doute contribué à faire avancer plus vite la législation en matière de télédiffusion au Sénégal. En octobre de la même année, il signait une convention de distribution

câblodistributeurs avaient même fait une demande pour intégrer la TNT. Jean Meissa Diop souligne que c'est un problème auquel le CNRA n'a pas encore trouvé de solutions : « Il y a un aspect et ça c'est un problème qui se pose au CNRA et je ne pense pas que le CNRA ait encore trouvé une solution ou une réponse, c'est-à-dire les câbles opérateurs (câbles pirates). Ils avaient même demandé à monter sur la TNT, ils ont créé une société la SORETEC et je crois que l'ancien directeur du CNRA avait trouvé la formule disant que c'est comme si des faux-monnayeurs avaient demandé un agrément à la BCEAO, c'est des pirates ils vivent sur le programmes des gens et puis ils disent que voilà nous créons des emplois, nous voulons être reconnus et puis nous voulons aussi monter sur la TNT. »⁴²⁴ Des milliers de foyers utilisent les services des câblodistributeurs au détriment des opérateurs classiques. Ce système informel autorisé de manière tacite constitue un véritable casse-tête pour les opérateurs classiques. Les raisons d'une telle pratique sont surtout liées au niveau de revenus très bas d'une bonne partie de la population qui n'a pas les moyens de payer un abonnement auprès des opérateurs. C'est aussi le domaine d'activité de centaines de jeunes qui opèrent dans l'économie informelle de la communication audiovisuelle. Ainsi, concernant la lutte contre ce phénomène, les pouvoirs politiques jouent généralement le double jeu. C'est certes une activité illégale mais elle joue un rôle important dans l'économie nationale, surtout dans le secteur informel. A. Benchenna souligne que le thème de la lutte contre le piratage est très fréquent dans les discours officiels au Maroc, mais sans mesure d'accompagnement. « Nous l'avons vu, d'un côté, le commerce culturel des biens contrefaits constitue un refuge économique pour une frange non négligeable de la population, obligée de se débrouiller pour subvenir à ses besoins et aux besoins de ses proches. En même temps, cette activité est réprimée, du moins dans les textes, par la loi, tant au niveau national qu'au niveau international. Les représentants de l'État se trouvent de fait face à des groupes de pression nationaux, mais aussi internationaux (tels l'IFPI ou la

officielle avec des câblo-opérateurs. L'évènement fut placé par la partie sénégalaise sous le haut patronage de Karim Wade, alors Ministre des affaires étrangères. Si le contrat fut rompu quelques mois plus tard, du côté sénégalais, les opérateurs araignées tirèrent tout de même largement parti de l'opération : en quelques mois, un cahier des charges encadrant les activités des télé-distributeurs était enfin adopté. Cependant, presque six ans plus tard, la situation n'a pas vraiment évolué du côté des ayants droit qui demeurent les perpétuels oubliés de ces activités, pas plus que du côté des câblo-opérateurs dont l'activité n'est toujours pas régie par une loi. » Séverine Laurent « TV payante en Afrique, piratage en bande organisée », INA, la revue des médias, mars 2016 [en ligne] <https://larevuedesmedias.ina.fr/tv-payante-en-afrique-piratage-en-bande-organisee> consulté le 6 juin 2020

⁴²⁴ Annexe N°1 Entretien N°5

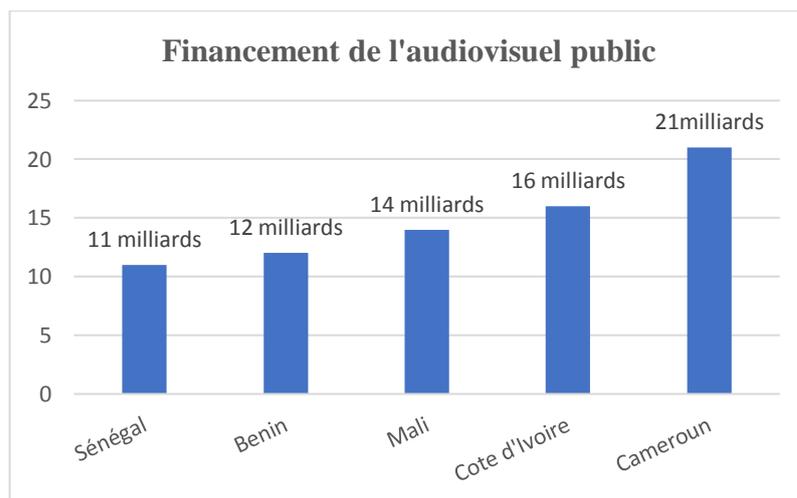
MPAA), ou encore des organisations multilatérales (comme l'OMPI) qui incitent à mettre fin à cette activité. »⁴²⁵

⁴²⁵ Benchenna, Abdelfettah, « Les produits culturels issus de la contrefaçon au Maroc : outils de renforcement de la dépendance culturelle ? », in *Piratage audiovisuels, les voies souterraines de la mondialisation culturelle*, sous la direction de Tristan Mattelart, De Boeck, Bruxelles, 2011, pp.104-122

Section 2 - Les contraintes du financement de l'audiovisuel public

Au cours d'un séminaire en 2012 sur le financement public de l'audiovisuel Madiambal Diagne, l'ancien Président du Collectif des Éditeurs et Diffuseurs de Presse du Sénégal (CDEPS) annonçait que « le Sénégal est à la traîne par rapport aux autres pays africains. Au Cameroun, la télévision publique a un budget annuel de 21 milliards de francs CFA. En Côte d'Ivoire, la RTI (Radio-télévision ivoirienne) fonctionne avec un budget de 16 milliards de francs CFA. Au Bénin, c'est 12 milliards alors que la RTS ne se contente que d'un maigre budget de trois milliards »⁴²⁶

Figure n°11 - financement de l'audiovisuel public de 5 pays d'Afrique



Source : auteur

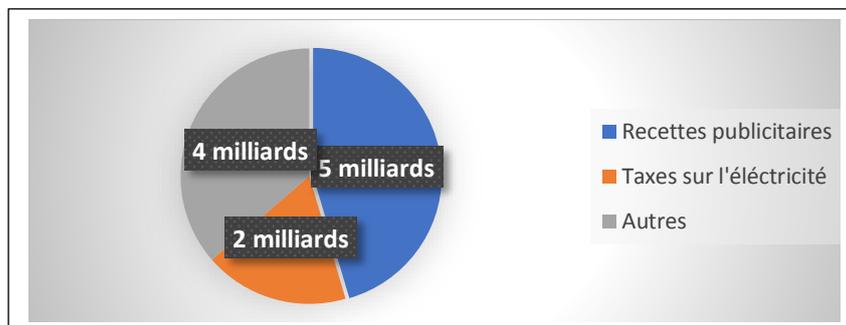
Comparé aux autres pays africains, le Sénégal accorde un faible budget à l'audiovisuel public. Paradoxalement, il a lancé sa télévision publique depuis 1963, bien avant le Cameroun (1985), le Mali (1971), le Bénin (1978), malgré cette avance historique, il affiche un retard considérable à cause de son financement bancal.

⁴²⁶ Cf. Pressafrik « Financement de l'audiovisuel au Sénégal : pourquoi le retard ? Publié le 2 septembre 2012, [En ligne] https://www.pressafrik.com/Financement-de-l-Audiovisuel-au-Senegal-Pourquoi-le-retard_a88479.html consulté le 6 février 2020

Les différentes formes de financement de la RTS

La première source de revenu est un montant perçu sous forme de redevance. « Cette subvention est perçue grâce au renoncement de l'État à une taxe sur l'importation d'un combustible nécessaire au fonctionnement de la société nationale d'électricité au profit de la *RTS*, qui les perçoit sous forme de subvention. »⁴²⁷ La deuxième est un budget octroyé par l'État sous forme d'aide publique et enfin la troisième source de revenu provient des recettes de publicité. « Le budget de la *RTS* est de 11,3 milliards de francs CFA (17 millions d'euros), dont 40 % proviennent de la publicité et 40 % de l'État. Cette somme place la *RTS* sensiblement derrière ses homologues du Cameroun ou de la Côte d'Ivoire. »⁴²⁸ D'après K. Diakhité « depuis la création de la *RTS*, les entrées de fonds record se rapprochent de 5 milliards CFA pour les recettes publicitaires, et de 2 milliards CFA pour ces fonds provenant de la SENELEC. Il est devenu de plus en plus difficile d'atteindre un niveau optimal semblable de liquidité à la trésorerie de la *RTS* »⁴²⁹

Figure n°12 - Financement audiovisuel public au Sénégal



Source : auteur

Cette manne financière provenant de la publicité fait que la *RTS* se détourne de sa mission de service public en favorisant des programmes purement commerciaux. Pape A. Diaw, ancien directeur de la communication au ministère de la Communication et des Télécommunications souligne que la publicité ne doit pas être la principale source de revenu

⁴²⁷ K. Diakhité, op.cit. p.297

⁴²⁸ D. Sapaut, « les défis de la radiotélévision publique du Sénégal », revue les médias, ina, [en ligne] <https://larevuedesmedias.ina.fr/les-defis-de-la-radio-television-publique-du-senegal>

⁴²⁹ K. Diakhité, op.cit. p.297

de la chaîne publique : « la *RTS* tire 70% de ses ressources dans le marché publicitaire, ce qui est totalement en déphasage avec sa mission de service public »⁴³⁰

Les acteurs des médias préconisent la prise en charge totale du financement de l'audiovisuel par l'État. En 2014, lors de la remise du rapport annuel, le Président du CNRA Babacar Touré avait incité le chef de l'État à revoir le mode de financement du service public. Selon lui « les contraintes de ce service public ne s'accommodent point de courses à l'audimat pour capter les revenus de la publicité commerciale. Le service public doit être libéré de ces aléas pour la garantie d'exécution à bonne fin de ses missions au service de l'État et de la société. Le secteur privé de l'audiovisuel, voire des médias, pourrait jouer pleinement son rôle, avec le renforcement de ses capacités managériales et rédactionnelles, des gains de compétitivité structurante face à un marché de la publicité délesté de la concurrence du secteur public »⁴³¹

Aujourd'hui, la *RTS* se comporte comme une chaîne privée. Elle dispute le marché publicitaire avec les chaînes de télévision à vocation commerciales. L'inexistence d'un secteur public fort est le résultat de multiples conflits entre la Radiodiffusion Télévision Sénégalaise (*RTS*) et les chaînes de télévision privées. D'ailleurs, à ce propos, R. de la Brosse rappelle qu' « avec l'essor des médias audiovisuels privés à vocation commerciale, les contenus médiatiques - et l'information en fait bien évidemment partie- ont de plus en plus été considérés comme des marchandises à part entière et de moins en moins comme un bien public à cultiver au profit de l'intérêt général. C'est sans équivoque possible ce qui les distingue théoriquement des médias audiovisuels de service public, auxquels les autorités publiques ont originellement fixé des exigences de qualité, de pluralité et d'équilibre, notamment. »⁴³²

En 2008 lors de l'ouverture de la Coupe d'Afrique des Nations (*CAN*) la *RTS* avait déclenché des poursuites judiciaires contre la chaîne privée *WALFTV* qui avait repris sans

⁴³⁰ Cf. Pressafrik « Financement de l'audiovisuel au Sénégal : pourquoi le retard ? Publié le 2 septembre 2012, [en ligne] https://www.pressafrik.com/Financement-de-l-Audiovisuel-au-Senegal-Pourquoi-le-retard_a88479.html consulté le 6 février 2020

⁴³¹ Touré, Babacar, discours lors de la remise du rapport annuel 2014 [en ligne] <http://www.cnra.sn/do/remise-du-rapport-annuel-2014-du-cnra-discours-du-president-du-cnra/> consulté le 1 avril 2020

⁴³² De la Brosse Renaud, Médias et démocratie en Afrique : l'enjeu de la régulation, Bruxelles, Editions Bruylant, 2013, p.61

autorisation son signal.⁴³³ En 2018, concernant les droits de diffusion du mondial en Russie, la *RTS* était confrontée au même problème avec la *TFM*. Pour mettre fin à ces agissements qui fragilisent le secteur de l'audiovisuel public, l'ancien directeur de la *RTS* recommande un encadrement : « dans le but de veiller à l'effectivité de ces droits et conscients des multiples enjeux, du dynamisme et des effets structurants de la communication, les pouvoirs publics doivent marquer leur volonté de créer un cadre réaménagé et propice à la coexistence et au développement harmonieux du secteur public et du secteur privé avec des règles claires et applicables à tous les opérateurs. »⁴³⁴

Réformer le mode de financement de la RTS

En réalité, pour résoudre le financement public de la *RTS*, il sera impératif de revoir les textes fondateurs de ladite société notamment la loi 92-02 du 16 décembre 1991.⁴³⁵ Ainsi, les réformes qui sont intervenues dans le secteur de l'audiovisuel n'ont jamais pris en compte le financement de l'audiovisuel public, alors qu'un changement de ses statuts pourrait permettre un financement adapté aux besoins de la *RTS*. « Le fait est que les textes fondateurs de la société sont muets sur tout autre forme de financement, notamment la redevance. En définitive, le bulletin de naissance de la *RTS*, c'est-à-dire ses textes fondateurs, fait d'elle une entreprise bâtarde, avec des ressources et un mode opérationnel à la limite de l'informel »⁴³⁶ À cause de ses difficultés financières, la chaîne publique est incapable de mettre en place un budget de production ou un important budget de fonctionnement qui lui permettrait d'atteindre ses objectifs. « Il est inconcevable par exemple que la radiodiffusion, qui fonctionne par essence grâce aux télécommunications et

⁴³³ « En effet la *RTS*, détentrice des droits de retransmission télévisuelle de la CAN 2008 acquis auprès du groupe privé béninois LC2 Médias, avait porté plainte devant le tribunal des référés contre Walf-TV qui a diffusé tous les matches retransmis par la *RTS*, en direct, depuis l'ouverture de la CAN. » osiris.sn URL : <http://www.osiris.sn/Quelle-garantie-pour-une.html#:~:text=En%20effet%20la%20RTS>

⁴³⁴ Sylla, Mactar, « Au-delà du conflit Rts/Walf Tv : Les enjeux de la régulation de l'audiovisuel » Osiris en ligne <http://www.osiris.sn/Au-dela-du-conflit-Rts-Walf-Tv-Les.html> consulté le 1 avril 2020

⁴³⁵ « La loi 92 02 du 16 décembre 1991 portant sur sa création, précise en son article, alinéa 2, paragraphe 3, que la société "accomplit toutes opérations commerciales, industrielles, mobilières et financières nécessaires à la réalisation de son objet social" » K. Diakhité, op. cit.p.306

⁴³⁶ K. Diakhité, op. cit.p.306

aux technologies de l'information, peine à honorer rien que ses factures de téléphones et à acheter un billet d'avion pour un reporter qui va en mission. »⁴³⁷ En 2018, la *RTS* faisait partie des entreprises publiques en difficulté qui avaient bénéficié d'un plan de restructuration. La société n'était plus en mesure d'honorer ses dettes fiscales et ses crédits envers l'État, des mesures de redressement ont été prises pour sauver la *RTS* de la faillite.⁴³⁸

La subvention issue des taxes sur l'électricité et la publicité qui sont estimées à environ 7 milliards CFA ne permet pas à la *RTS* de survivre. La société compte également sur les dettes fiscales et les crédits. Ce fonds qui tourne autour de 4 milliards permet à la *RTS* de se maintenir, mais uniquement pour gérer la masse salariale et assurer le budget de fonctionnement. La *RTS* n'arrive pas à payer les droits d'auteurs et les droits voisins. En 2017, la société sénégalaise des droits d'auteurs et des droits voisins réclamait à la chaîne publique une importante somme d'argent : « la *RTS* est un mauvais élève en ce qui concerne le paiement des droits d'auteur et droits voisins. Sur une dette globale de 236 millions de F CFA, la chaîne publique sénégalaise a une créance de 150 millions de F CFA »⁴³⁹

Malgré le bouleversement annoncé dans le secteur de l'audiovisuel sénégalais, aucune mesure n'a été prise dans le sens d'aménager les textes juridiques pour un secteur public financièrement stable. En France, en 2009, la loi sur la suppression de la publicité a permis à la télévision publique de ne plus dépendre des ressources publicitaires. La loi précisait dans les motifs que : « la suppression de la publicité dans le service public permettra ainsi aux dirigeants de France Télévisions de bénéficier d'une plus grande liberté pour offrir au plus grand nombre de téléspectateurs des programmes de qualité, fondés sur une conception haute de la mission de service public de l'audiovisuel »⁴⁴⁰ Beaucoup de pays

⁴³⁷ Ibid, p.305

⁴³⁸ « Pour la *RTS*, compte tenu de son niveau important de dettes fiscales et de ses créances envers l'État et ses démembrements, il est prévu outre, la mise en œuvre d'un plan de financement des activités, le signature d'une convention de dettes croisées entre l'État et ses démembrements d'une part, et la *RTS*, d'autre part. » Cf. dakaractu.com URL : <https://www.dakaractu.com/Restructuration-des-entreprises-en-difficulte-Comment-la-Lonase-la-Poste-l-Aps-la-Rts->

⁴³⁹ Cf. *lequotidien.sn* « 150 millions dus à la Sodav : Quand c'est important, la Rts ne paye pas » article publié le 1 juillet 2017, [en ligne] <https://www.lequotidien.sn/150-millions-dus-a-la-sodav-quand-cest-important-la-rts-ne-paye-pas/> consulté le 24 avril 2020

⁴⁴⁰ Cf. *legifrance.gouv.fr* « Loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision », [en ligne] <https://www.legifrance.gouv.fr/affichLoiPubliee.do?idDocument=JORFDOLE000019674918&type=expose&legislature=> consulté le 23 avril 2020

ont adopté la redevance comme modèle de financement de l'audiovisuel public. La France, le Japon, le Royaume Uni, l'Espagne etc. En outre, admettre ce mode de financement revient à donner au service public son autonomie. Permettre à la *RTS* d'avoir un financement fixe qui couvre la totalité de ses besoins ne semble pas souhaitable pour les acteurs politiques. K. Diakhité souligne qu'« en réalité, une révision des textes régissant la *RTS* et la mise en œuvre d'un mode de financement adéquat devrait déboucher sur une réduction de son accaparement par les politiques et les pouvoirs publics et leurs cercles d'influence »⁴⁴¹ En effet, le maintien de la *RTS* dans une sorte d'asphyxie financière permet aux autorités politiques d'avoir un contrôle permanent sur le service public. De Léopold Sédar Senghor à Macky Sall en passant par Abdoulaye Wade, aucun régime politique n'a réussi à rendre à l'audiovisuel public son autonomie. Aucune réforme jusque-là n'a pu porter les germes d'une nouvelle télévision publique. Les politiques n'ont jamais voulu bâtir une télévision publique libre, pluraliste et indépendante.

La loi n° 2017-27 du 13 juillet 2017 portant le nouveau code de la presse, en son article 50, précise la nature des ressources des entreprises publiques de communication audiovisuelle. Concernant la chaîne publique, « une redevance audiovisuelle, dont les sources et le pourcentage dans la structure de financement, ainsi que les modalités de collecte et de reversement sont précisés par décret ; des dotations budgétaires spéciales pour le financement des gros investissements d'intérêt général, des besoins exceptionnels et des missions particulières ; des ressources provenant de financements obtenus dans le cadre du partenariat et de la coopération internationale ; et, d'autre part, de recettes commerciales, tirées notamment de la publicité et du parrainage »⁴⁴² Les modes de financements de l'audiovisuel n'ont pas changé malgré la mise en place d'un code de la presse et une volonté affirmée de faire évoluer le secteur. Une télévision publique qui dépend des ressources publicitaires pour son financement a tendance à suivre la logique des annonceurs. Elle est tenue par le diktat de l'audience. À cause d'une course effrénée vers l'audience, la télévision va se soustraire de son rôle de service public. La recherche de financements publicitaires ne doit pas dévier la télévision publique de sa mission première qui consiste à donner la priorité aux programmes d'intérêt national. Seul un

⁴⁴¹ K. Diakhité, op. cit.p.307

⁴⁴² Cf. code de la presse de 2017 [en ligne] <http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article11233>

financement public pourra permettre à la Radiodiffusion Télévision Sénégalaise de se démarquer des télévisions privées qui ont une mission différente.

Section 3 - Situation financière des télévisions privées

La plupart des chaînes de télévisions privées sénégalaises sont dans une situation financière critique. Les charges sont colossales et les télévisions comptent sur la publicité et une subvention annuelle de l'État. Les chaînes de télévision ne sont pas adossées à de grands groupes industriels. Une dizaine de télévisions se dispute un marché publicitaire très limité. Le président du Conseil des Diffuseurs et Éditeurs de Presse au Sénégal (CDEPS) estime que les médias sénégalais sont victimes d'un manque d'ouverture : « nous nous enfermons dans nos petits marchés, aucun média au Sénégal ne peut véritablement se développer, ne peut véritablement être une puissance économique si on se limite au seul territoire sénégalais, en réalité nos médias s'arrêtent à Dakar. Que ce soit au niveau de la radio, télévision etc. Nos médias ont de très petits marchés. »⁴⁴³ Son constat tient compte de la répartition des investissements publicitaires. Il est avéré que le marché publicitaire sénégalais n'a pas assez de marge pour financer autant de chaînes de télévisions. N.Toussaint-Desmoulins précise que « les problèmes posés par les ressources publicitaires des radiotélévisions sont identiques à ceux de la presse : sélectivité des annonceurs, fluctuation des ressources, impact sur le contenu et tendances à la concentration. »⁴⁴⁴ Les recettes publicitaires de la télévision sont limitées, si elles souhaitent agrandir le part de marché, les télévisions seront obligées de viser un marché continental. Par exemple dans le cadre de l'UEMOA avec 8 pays, dans le cadre de la CDEAO avec 16 pays ou au niveau continental avec 54 États : « On ne peut pas se développer sur la base d'un seul marché national en tout cas au 21^e siècle ce n'est plus possible. Il faut qu'on cherche des synergies avec la Côte d'Ivoire, avec le Cameroun et peut-être demain avec les pays anglophones comme le Nigeria ou l'Afrique du Sud etc. »⁴⁴⁵

Selon les chiffres du conseil national de régulation, « la recette publicitaire enregistrée par le secteur audiovisuel au Sénégal s'élève à 15 milliards dont 5 pour la télévision. »⁴⁴⁶ Un chiffre qui montre l'étroitesse du marché publicitaire. D'ailleurs au niveau de la sous-région,

⁴⁴³ Cf. Annexe N°1 Entretien N°2

⁴⁴⁴Toussaint-Desmoulins, Nadine, « Le financement de la radiotélévision », Nadine Toussaint-Desmoulins éd., *L'économie des médias*. Presses Universitaires de France, 2015, p.118

⁴⁴⁵ Cf. Annexe N°1 Entretien N°2

⁴⁴⁶ Cf. cnra.sn, le secteur de la publicité en ligne <http://www.cnra.sn/do/le-secteur-de-la-publicite/> consulté le 4 avril 2020

le Sénégal fait partie des pays qui ont le plus faible part de marché publicitaire : 30 milliards en Côte d’Ivoire, 25 milliards au Cameroun etc. Il n’y a pas de doute, la situation financière des entreprises de télévision privée sénégalaise est extrêmement fragile. Même si elles ne révèlent jamais leurs recettes. Les médias refusent de communiquer sur leurs chiffres d’affaires. Même le conseil national de régulation qui est censé réguler la publicité ne donne aucune information sur les recettes publicitaires des médias. Pourtant l’article 9 du cahier des charges applicable au titulaire d’une autorisation de diffusion de programmes de télévision privée de droit sénégalais précise que « les bilans et comptes annuels du titulaire d’une autorisation de diffusion sont établis selon les règles en vigueur au Sénégal. Le titulaire d’une autorisation de diffusion communique chaque année au Ministère chargé des Finances et tient une copie à la disposition du Ministère en charge de la Communication, les rapports des commissaires aux comptes ainsi que le bilan et les comptes de l’année échue »⁴⁴⁷

On ne peut ni connaître la chaîne qui gagne plus d’argent avec la publicité, ni estimer le coût de la grille des programmes. On sait aussi que les médias d’une manière générale bénéficient souvent d’amnisties fiscales. En 2013, le Président Macky Sall a épongé la dette des entreprises de presse, une dette qui s’élevait à 7 milliards de Francs CFA. En 2012 l’ancien Président de la République Abdoulaye Wade avait pris une mesure similaire. Il avait décidé d’annuler toutes les dettes fiscales des médias qui étaient estimées à 12 milliards de francs CFA. Malgré les amnisties et les annulations de dettes fiscales, les entreprises des médias sont déficitaires. Ces difficultés financières font que les médias ont souvent du mal à acquérir certains programmes. La précarité des chaînes de télévision n’est pas sans conséquence, les patrons de presse qui font face à des difficultés financières ont tendance à pactiser avec les milieux d’affaires. C’est ce qui fait dire à Mamadou Ibra Kane, président du CDEPS que « nos médias ne vivent pas selon les règles économiques. Ils vivent selon des règles occultes. Les lobbies sont très présents dans les médias au Sénégal et ça c’est un problème et si on veut se développer il faut qu’on lève un peu le bout du nez. »⁴⁴⁸

⁴⁴⁷ Cf. cahier des charges applicable au titulaire d’une autorisation de diffusion de programmes de télévision privée de droit sénégalais

⁴⁴⁸ Cf. Annexe N°1 Entretien N°8

Ainsi, les investissements publicitaires induisent une véritable guerre des audiences. Les chaînes de télévisions privées sont durement concurrencées par la chaîne publique qui récupère la plus grande part de marché publicitaire. K. Diakhité regrette le fait que « la RTS se trouve dans une position embarrassante, surtout quand elle s'adosse à la puissance publique, par nature arbitre et facilitateur, pour disputer aux médias privés les maigres ressources du marché publicitaire national »⁴⁴⁹. Même si le débat pour la suppression de la publicité dans le service public n'est pas à l'ordre du jour, on peut reconnaître que l'arrêt de l'activité publicitaire à la chaîne nationale permettrait aux chaînes privées de bénéficier de ressources accrues. Pire encore pour les chaînes de télévision, la publicité commence à envahir le digital : « la télévision ne génère pas beaucoup de ressources. La publicité n'est pas élastique, elle commence à être digitale donc les ressources sont de plus en plus rares donc pour moi il faut que l'État essaie de trouver un mécanisme d'accompagnement et de financement de ces radios diffuseurs. »⁴⁵⁰

Le rôle de l'aide à la presse dans l'économie des médias privés

À défaut de générer suffisamment de ressources publicitaires qui sont dictées par la loi du marché, les chaînes de télévision espèrent compenser le manque à gagner sur l'aide publique à la presse. Elle est instituée par la loi 96-04 du 22 février 1996. L'aide à la presse est mise en place pour soulager financièrement les entreprises (presse écrite, en ligne et audiovisuelle) dont les acteurs estiment qu'ils exercent une activité économique pas comme les autres. C'est d'ailleurs une des raisons, semble-il qui a incité N. Toussaint-Desmoulin à affirmer que « s'ils offrent des traits communs à toute activité économique, les médias possèdent cependant des caractéristiques propres qui découlent à la fois de la spécificité des produits et des particularités de la demande, ce qui conduit à un type de marché original. »⁴⁵¹ Au Sénégal l'aide à la presse est passée de 40 millions de francs CFA à 700 millions de francs CFA en 2013. Mais force est de constater que cette subvention n'a pas particulièrement aidé les médias à sortir de la crise. En effet, M. Faye est en mesure d'affirmer que sur la base des enquêtes menées auprès des journalistes et des patrons de presse sur la question liée à l'aide à la presse, aucun changement notable n'a été repéré

⁴⁴⁹ K. Diakhité, op. cit. p.306

⁴⁵⁰ Cf. Annexe N°1 Entretien N°4

⁴⁵¹ N. Toussaint-Desmoulin, op, cit., p.118

comme étant la conséquence directe ou indirecte de l'aide de l'État à la presse : « Aujourd'hui, au regard des résultats ci-dessous, cette aide se révèle être un véritable gouffre financier. L'aide de l'État à la presse au Sénégal n'a pas d'impact sur les entreprises de presse du point de vue de leur structuration pour en faire des entreprises viables au sens économique et financier du terme. »⁴⁵² Cependant, M.S. Frère relève quelques points positifs liés aux aides publiques. Elle reconnaît que « des retombées négatives apparaissent également : au Bénin, au Burkina Fasso, au Gabon, au Sénégal ou au Cameroun, certains directeurs de médias ont utilisé à des fins personnelles les montants au lieu d'en faire usage pour développer leur entreprise. L'aide a également suscité la fragmentation de l'espace médiatique, dans des contextes de précarité ou l'obtention d'une subvention annuelle peut servir de motivation à la création d'un média. »⁴⁵³

L'inefficacité de l'aide à la presse a poussé sans doute les autorités à réfléchir sur un autre plan de soutien aux médias qui semble plus adapté au contexte actuel. Le législateur a changé la nature de la subvention financière par le biais du nouveau code de la presse du 2017-27 du 13 juillet 2017. Le Fonds d'Aide à la Presse (FAP) est remplacé par le Fonds d'Appui et de Développement de la Presse (FADP). L'article 47 du nouveau code de la presse voté en 2017 précise les missions du FADP : « Soutenir l'entreprise de presse en matière d'investissement (financement de projets de développement ou de modernisation des entreprises de presse) ; de servir de garantie pour les prêts bancaires ; de soutenir toute initiative en faveur du multimédia ; de verser une subvention directe à l'Agence de presse sénégalaise en contrepartie du service fourni aux autres médias ; d'aider les entreprises de presse à consolider les emplois. »⁴⁵⁴ En attendant les décrets d'application, les entreprises de presse continuent de recevoir des aides. Le ministre de l'économie et des finances avait annoncé que l'aide à la presse passerait en 2020 de 700 millions à 1,4 milliards de francs CFA (2 134 310 euros). Le ministre de l'économie A. Hott a expliqué que le rôle des médias dans l'éducation et dans les actions de citoyenneté a motivé la hausse de la subvention qui passe du simple au double.⁴⁵⁵

⁴⁵² Faye, Mor « Bilan et perspectives de l'aide de l'état à la presse au Sénégal », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 16/1, no. 1, 2015, pp. 19-38.

⁴⁵³ Frère, Marie-Soleil, *journalismes d'Afrique*, De Boeck supérieur, Louvain –La –Neuve, 2016, p.199

⁴⁵⁴ Cf. code de la presse de 2017 [En ligne] <http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article11233>

⁴⁵⁵ Cf. Amadou Hott, ministre de l'économie et des médias, invité de l'émission JDD sur ITV le 19 avril 2020 Lien : <https://www.youtube.com/watch?v=fqkgEPJSV6A>

Les éditeurs et diffuseurs réclament un autre financement structurel. Ils estiment qu'une partie tirée des dividendes du numérique devrait servir à financer les entreprises de presse. Les fréquences qui seront libérées par les chaînes de télévisions, après le basculement total, sont évaluées à des dizaines de milliards de francs CFA. Le directeur technique de la RTS estime que « si on ne donne pas l'intégralité qu'on donne au moins une partie, parce que les radiodiffuseurs c'est véritablement les parents pauvres comparés aux télécommunications »⁴⁵⁶.

L'autre problème est lié à la configuration des groupes de médias. Le Sénégal compte plusieurs groupes de médias privés (*Groupe Futurs Medias, Groupe Walfadri, D-média, Groupe Sud Communication, Origine sa, Imédia Invest, Excaf Télécom* etc.), mais rares sont ceux capables de développer une véritable économie viable. Ils manquent d'initiative, et ne mettent aucune stratégie pour diversifier leurs activités dans d'autres secteurs. Ceux qui tentent de s'y mettre le font à petite échelle. Ils comptent pour la plupart sur une même activité ; la publicité pour survivre alors que celle-ci se fait de plus en plus rare. Le groupe *Excaf* s'y est essayé avec le marché de la TNT, mais, il a été au bord de l'épuisement financier. Le Groupe Futurs Médias a manifesté son ambition d'acquérir une licence d'opérateur de téléphonie mobile pour accélérer sa croissance. Ainsi, dans certains pays, comme en France, « pour diminuer leurs charges en amont, les diffuseurs de télévision prennent le contrôle de sociétés cinématographiques ou audiovisuelles, de clubs sportifs. En aval, ils constituent des réseaux de chaînes de télévision, souvent avec des participations croisées entre groupes pour partager les risques et les éventuels profits. Ils investissent dans des sociétés de téléphonie (Bouygues Télécom et TF1, Vivendi avec Canal+ et SFR). Aussi, le souci de freiner la concentration, qui s'inscrit dans une logique de rentabilisation, s'est fait sentir et aboutit à des réglementations variables selon les pays et le moment, mais toujours très complexes. »⁴⁵⁷

Les difficultés pour trouver des ressources en dehors des médias freinent l'ascension des groupes de médias privés sénégalais. Les problèmes financiers que rencontrent les télévisions sénégalaises poussent certains producteurs de contenus audiovisuels à s'interroger sur l'importance d'avoir plusieurs télévisions privées. Alioune Ndiaye producteur souligne qu' « on a une seule chaîne qui est viable économiquement, c'est la

⁴⁵⁶ Cf. Annexe N°1 Entretien N°4

⁴⁵⁷ Toussaint – Desmoulin, Nadine, *L'économie des médias*, PUF, Paris, 8eme édition, 2011, p.116

RTS en dehors de ça, il y a aucune chaîne qui puisse être viable sur le plan économique. Cela veut dire que si on fait l'équilibre économique entre les recettes et les dépenses, aucunes chaînes ne survivent, peut-être il y a d'autres moyens de survie qu'elles utilisent sur le plan purement financier. Mais sur le plan économique il n'y a aucune chaîne qui puisse survivre »⁴⁵⁸. Les télévisions privées sénégalaises peinent à répondre aux références universelles à cause de la crise qui les secoue. Les investissements sont lourds et les promoteurs de télévisions ne parviennent pas à assurer toutes les charges. Selon M. S. Frère « le principal obstacle est sans aucun doute celui du coût de production et du manque de moyens qui entraînent une dépendance importante des télévisions d'Afrique francophone vis-à-vis des productions provenant de l'étranger. Ces emprunts concernent tous les types de programmes, y compris ceux consacrés à l'information. »⁴⁵⁹

Ainsi, les difficultés économiques ont fortement poussé certains médias privés à modifier leurs lignes éditoriales. Pour certains patrons de médias, la collaboration avec les acteurs politiques constitue un moyen pour garantir la stabilité financière de leur groupe.

⁴⁵⁸ Cf. Annexe N°1 Entretien N°16

⁴⁵⁹ M-S, Frère, *op, cit*, p.142

Section 4 - Des télévisions privées sous influence politique

L'arrivée du président Macky Sall au pouvoir en 2012 a eu des conséquences manifestes sur le fonctionnement des médias privés au Sénégal. Les médias, notamment les télévisions qui avaient joué un rôle important dans le renforcement de la démocratie sont aujourd'hui confrontées à des questions de liberté et d'indépendance. Les télévisions privées dites indépendantes, qui étaient une alternative face au contrôle de la télévision publique, semblent désormais pactiser avec le pouvoir politique et les groupes financiers. Ce changement de direction ne surprend guère N. Loum, qui semble affirmer qu'il faut toujours relativiser la posture des médias dits indépendants, surtout dans un contexte de difficulté financière : « dans un continent fortement touché par la crise économique, socialement marqué par les retombées catastrophiques des plans d'ajustement structurel, il faut dire qu'il est très difficile de faire vivre un journalisme indépendant. »⁴⁶⁰

Au cours des dernières années, beaucoup de chercheurs se sont intéressés à la problématique du rôle des médias privés dans les différentes alternances politiques notamment en 2000 et en 2012. À ce propos, N. Loum et I. Sarr soulignent que « l'action des médias dans les processus démocratiques, surtout les aspects liés au renforcement de leur rôle dans l'approfondissement de leur liberté d'expression ainsi que l'enracinement de la démocratie et de la bonne gouvernance, constituent des centres d'analyse du fait qu'ils se situent au cœur des préoccupations de l'Afrique. »⁴⁶¹ Au Sénégal, les télévisions sont devenues des instruments incontournables dans le jeu politique dans les années 2000. Les mutations du secteur de l'audiovisuel ont été jugées bénéfiques pour la consolidation des acquis démocratiques, notamment leurs participations dans la première alternance en 2000 et la deuxième alternance 2012. « Le peuple sénégalais a toujours compté sur la presse privée qui a été une alliée sûre en 2000 et en 2012, deux dates qui symbolisent deux grandes victoires démocratiques. La presse sénégalaise s'est toujours singularisée dans les combats pour la liberté. C'est une tradition héritée de la décolonisation »⁴⁶²

⁴⁶⁰ Loum, Ndiaga, « les médias dans un contexte de pauvreté : entre contrainte et solutions », les cahiers du journalisme n°15, 2006, pp. 262 -281

⁴⁶¹ Loum, Ndiaga, Sarr, Ibrahima, *Les médias en Afrique depuis les indépendances : bilan enjeux et perspectives*, sous la direction de Ndiaga Loum et Ibrahima Sarr, L'Harmattan, 2018, p.1

⁴⁶² Fall, Ngagne, *Sénégal : la presse sous Macky Sall, démocratie en péril*, Paris, L'harmattan, 2019, p. 41

Cependant, ne sommes-nous pas en train d'assister à un nouveau paradigme qui pose la question de l'indépendance des médias privés et leur rôle dans le recul démocratique au Sénégal ? C'est ce qui pousse S. Ngonou, le préfacier du livre *Sénégal : la presse sous Macky Sall, démocratie en péril* à s'interroger : « il convient de relever que le Sénégal fait exception. Car le pays est souvent considéré comme un modèle de démocratie depuis l'alternance au pouvoir d'Abdoulaye Wade. Par ailleurs, la presse sénégalaise est présentée comme l'une des plus structurées en termes de contenu. Son positionnement éditorial a toujours fait d'elle un contre-pouvoir notamment pour les régimes d'Abdou Diouf, ou encore d'Abdoulaye Wade. Elle fait aussi partie des premières à s'être émancipée sur le continent. Cependant, les acquis d'hier seraient-ils menacés de nos jours? »⁴⁶³ Ce constat est surtout lié à un contexte politique et médiatique marqué par des liaisons dangereuses entre pouvoir politique et médias au Sénégal. Ainsi, contrairement à son prédécesseur qui entretenait des relations conflictuelles avec les médias, le Président Macky Sall garde de solides relations de confiance avec certains grands médias privés. Ce rapprochement entre médias privés et pouvoir politique est un signe qui marque la fin du triomphe des médias dits indépendants. À en croire, M.S. Frère, les difficultés financières pourraient expliquer la déchéance des médias privés : « quinze ans après le ‘vent de la libéralisation’, on peut donc affirmer que les nouveaux médias privés ont contribué à la refonte de l'espace politique et public, même s'ils connaissent aujourd'hui des évolutions très contrastées, reflétant souvent les contradictions et l'essoufflement des processus démocratiques. Les difficultés économiques, généralisées à l'échelle du continent, et les troubles politiques (ou conflits) qui caractérisent l'environnement des médias africains expliquent la plupart de leurs failles et de leurs dysfonctionnements. »⁴⁶⁴ La plupart des médias appartiennent à des hommes d'affaires qui ont investi dans les médias pour se faire de l'argent. Cependant, le risque est qu'ils mettent en avant le profit, en oubliant que les entreprises de médias obéissent à des règles qui régissent le métier de journaliste. La fragilité économique du secteur des médias favorise une ouverture du capital à des politiques ou hommes d'affaires qui ont des intérêts autres que l'éthique et la déontologie. A ce propos, nous convoquons P. Bourdieu « pour comprendre comment le champ journalistique contribue à renforcer, au sein de tous les champs, le ‘commercial’ au détriment du ‘pur’, les producteurs les plus

⁴⁶³ Ibid., p. 7

⁴⁶⁴ Frère, Marie-Soleil, « Médias en mutation : de l'émancipation aux nouvelles contraintes », *Politique africaine*, vol. 97, no. 1, 2005, pp. 5-17.

sensibles aux séductions des pouvoirs économiques et politiques aux dépens des producteurs les plus attachés à défendre les principes et les valeurs du ‘‘métier’’ il faut à la fois apercevoir qu'il s'organise selon une structure homologue de celle des autres champs et que le poids du ‘‘commercial’’ y est beaucoup plus grand. »⁴⁶⁵

Des patrons de groupes de médias dans le champ politique

Depuis 2012, nous avons constaté un phénomène nouveau qui se traduit par une absence de frontière entre le champ politique et le champ journalistique. Des patrons de télévision qui avaient toujours marqué une certaine distance avec le milieu politique ont envahi le terrain politique. D'ailleurs le CNRA regrette ce phénomène et alerte les différents acteurs : « la tendance de certains titulaires d'une autorité d'exploitation de services de communication audiovisuelle ou de certains dirigeants d'entreprises de communication audiovisuelle, qui occupent des fonctions politiques dans des mouvements, partis et/ou au sein d'institutions de l'État, à utiliser leur organe dans le relais et la propagande de leurs activités partisans et/ou au profit de personnes qu'ils soutiennent, viole le principe de neutralité du traitement de l'information. Elle fausse le traitement équilibré des activités des candidats dans la recherche des parrainages ainsi que leur égal accès aux médias. »⁴⁶⁶

C'est le cas du propriétaire de la Télévision Futurs Médias (TFM).⁴⁶⁷ Il avait déclaré sa candidature en 2012 lors de l'élection présidentielle. Le chanteur qui est devenu homme d'affaire, patron de presse puis homme politique, avait officialisé sa candidature dans une déclaration diffusée par la radio et la télévision de son groupe. Après l'élection de 2012, Youssou Ndour est devenu proche du Président de la république et a occupé plusieurs postes de responsabilité. « La nomination de certains patrons de presse par décret présidentiel

⁴⁶⁵ Bourdieu, Pierre « L'emprise du journalisme ». In: *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 101-102, mars 1994. L'emprise du journalisme. pp. 3-9. En ligne https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1994_num_101_1_3078 consulté le 30 Avril 2020

⁴⁶⁶ Cf. Communiqué de presse 6 septembre 2019 [en ligne] <http://www.cnra.sn/do/communique-couverture-mediatique-des-parrainages-presidentielle-de-fevrier-2019/> consulté le 5 avril 2020

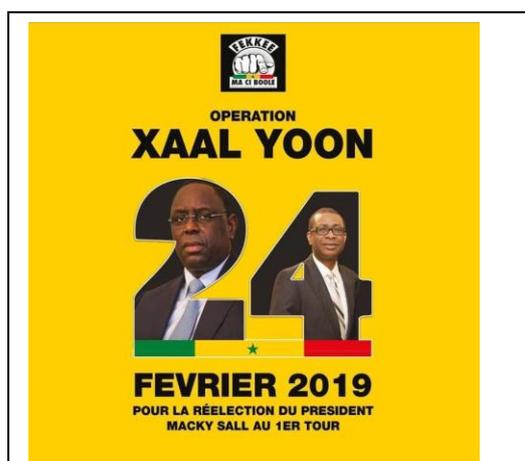
⁴⁶⁷ Entre 2012 et 2013, le propriétaire du groupe Futurs Médias a occupé des postes stratégiques au sein du gouvernement. Il a été nommé ministre de la Culture et du Tourisme le 4 avril 2012, ensuite ministre du Tourisme et des Loisirs du 29 octobre 2012 au 2 septembre 2013. Il est actuellement conseiller auprès du président de la république Macky Sall.

pourrait donner raison à ceux qui pensent que les médias sont aux ordres du chef de l'État. La presse ne doit pas être entre les mains d'hommes d'affaires qui n'ont pas intérêt à se mettre à dos les gouvernements et les puissants. Pour remplir la fonction démocratique, la presse a besoin d'une indépendance envers tous les pouvoirs qu'ils soient politiques ou financiers »⁴⁶⁸

Illustrations n° 23 et 24 - Affiches politiques de Youssou Ndour PDG du Groupe Futurs Médias lors de la présidentielle de 2019



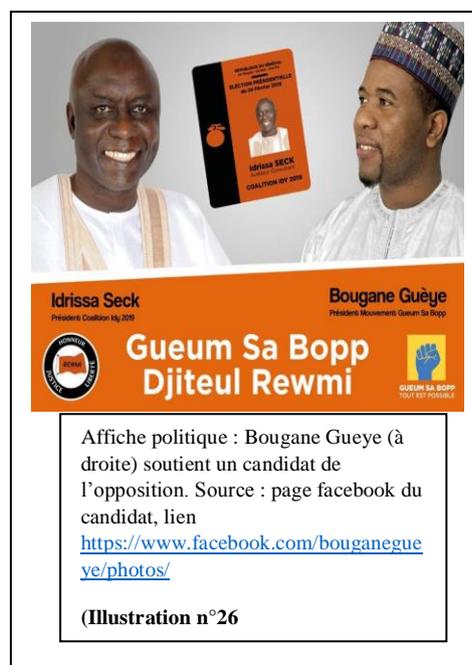
2012 : Youssou Ndour déclare en direct sa candidature à la TFM. Source : capture d'écran photo d'illustration le monde Afrique <https://www.lemonde.fr/afrique/article/2012/01/03/youssou-ndour-annonce-sa-candidature-> (Illustration n°23)



2019 : Youssou Ndour en campagne pour la réélection du président Macky Sall. Source : <https://actu.sn/2019/02/01/youssou-ndour-lance-operation-xaal-yoon-pour-macky-sall/>

⁴⁶⁸ N. Fall, op.cit. p. 44

Illustrations n° 25 et 26 - Affiches politiques de Bougane Guèye PDG du Groupe DMEDIAS lors de la présidentielle de 2019



À quelques mois de l'élection présidentielle de 2019, Bougane Gueye⁴⁶⁹ était l'invité de La Grande Interview sur sa propre chaîne de télévision pour présenter son mouvement politique. Il a été l'invité d'une autre émission pour expliquer le sens de son mouvement, dont le thème était « L'équation Gueum Sa Bopp. »⁴⁷⁰ En plus des sorties médiatiques récurrentes du Directeur Général sur ses différents médias, le CNRA avait aussi constaté par ailleurs à *SENTV* et à *ZIKFM*, le passage de plusieurs spots publicitaires appelant à parrainer le Président Directeur général du Groupe. Le CNRA avait également relevé qu'une bonne partie des programmes du Groupe est consacrée à la propagande au profit de Bougane Gueye. Selon le conseil, « ces pratiques, véritables propagandes politiques partisans,

⁴⁶⁹ Youssou Ndour et El hadji Ndiaye (nommé Président du conseil d'administration de la TDS) ne sont pas les seuls à se distinguer dans le milieu politique. Bougane Gueye Dani, propriétaire du groupe *DMEDIAS* a été lui aussi, attiré par la politique. Il avait déclaré sa candidature lors de l'élection présidentielle en 2019 avant que celle-ci soit rejetée par la commission électorale pour défaut de parrainage. Il a par la suite choisi de soutenir un des candidats de l'opposition avec qui, il a battu campagne contre le président sortant.

⁴⁷⁰ Cf. cnra.sn : communiqué de presse 4 septembre 2018 <http://www.cnra.sn/do/communique-de-presse-mise-en-demeure-a-zik-fm-et-sen-tv/> consulté le 5 avril 2020

constituent une violation de la réglementation, notamment les articles 16 et 17 du cahier des charges applicables aux médias audiovisuels. »⁴⁷¹ Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel a également relevé plusieurs dysfonctionnements dans le traitement de l'information médiatique lors de la pré-campagne présidentielle du 24 février 2019. Le conseil avait souligné que « la collecte des signatures pour le parrainage des candidats a installé une situation de rupture d'égalité des postulants dans certains médias. »⁴⁷² Ainsi, outre *SEN TV* et *ZIK FM*, la *TFM* et la *RTS* ont été mises en demeure pour avoir favorisé le candidat sortant. Le CNRA a relevé que la *TFM*, « dans les éditions de 19h et 20h du 29 août 2018, avait diffusé de larges extraits de la cérémonie de lancement de la campagne de parrainage du candidat Macky Sall, à laquelle la chaîne a également consacré une édition spéciale, avant de proposer, plus tard dans la nuit, l'intégralité de la manifestation, sous forme de publiportage [...] dans ses éditions d'informations du 04 septembre 2018, en français comme en wolof, a accordé des plages importantes pour relayer un appel de Mr Youssou Ndour aux membres de son mouvement et au public pour accorder leur parrainage au Président de la République en exercice, et candidat à sa propre succession, Mr Macky Sall. »⁴⁷³ L'engagement politique des propriétaires de médias est devenu une menace pour la démocratie et le pluralisme médiatique. Pour des considérations partisans certains médias n'hésitent pas à censurer des opposants politiques. Le Président du CDEPS suggère pour sa part la tenue des assises de la presse : « Il faudra faire les états généraux de la presse parce que la presse est fondamentale pour n'importe quel pays du point de vue de la démocratie et on l'a prouvé ici. On a réalisé deux alternances politiques en 2000 et en 2012. Pour le développement économique et social, sans presse on risque de ne jamais entrevoir même l'émergence a fortiori le développement. Pour la stabilité politique et sociale, on a besoin de la presse pour la vulgarisation scientifique et technique parce que nous sommes au 21^e siècle. »⁴⁷⁴

⁴⁷¹ Cf. cnra.sn : communiqué de presse 4 septembre 2018 <http://www.cnra.sn/do/communiquede-presse-mise-en-demeure-a-zik-fm-et-sen-tv/> consulté le 5 avril 2020

⁴⁷² Cf. cnra.sn : communiqué de presse 6 septembre 2019 <http://www.cnra.sn/do/communiquede-couverture-mediatique-des-parrainages-presidentielle-de-fevrier-2019/> consulté le 5 avril 2020

⁴⁷³ Cf. cnra.sn : communiqué de presse 6 septembre 2019 <http://www.cnra.sn/do/communiquede-couverture-mediatique-des-parrainages-presidentielle-de-fevrier-2019/> consulté le 5 avril 2020

⁴⁷⁴ Annexe N°1 Entretien N°2

Conclusion chapitre 6

L'analyse du mode de financement de la TNT nous a permis de déceler les manquements du modèle économique proposé par le groupe *Excaf*. Le retour sur investissement était exclusivement basé sur la vente des abonnements alors que cette opération ne présente aucune garantie. Les limites du modèle économique sont surtout liées d'une part à un mode de financement peu viable et d'autre part au manque d'expérience du groupe dans la construction de réseaux internet et de canaux de diffusion. Ainsi, les difficultés rencontrées par l'opérateur ont eu des répercussions sur la mise en œuvre de la TNT. Ainsi, malgré l'arrivée de la TNT, l'audiovisuel public est toujours dans une situation financière difficile. Le mode de financement officiel basé sur les taxes sur l'électricité et les recettes publicitaires ne lui permet pas d'assurer convenablement son statut de service public. La chaîne publique n'est pas la seule dans cette situation de précarité, les chaînes privées sont aussi en crise depuis plusieurs années, et l'arrivée de la TNT n'y a pas changé grand-chose. Par ailleurs, les conséquences de ce déficit financier qui gangrènent les médias ont tendance à avoir des conséquences sur leur indépendance.

Partie 3 : le « numérique » et la télévision : entre instrumentalisation et enjeu de lutte économique

Introduction à la troisième partie

Les enjeux financiers qui sous-tendent la mise en place de la télévision numérique ont provoqué d'importants conflits entre les acteurs de l'audiovisuel. Pour se positionner face au groupe local qui a gagné le marché de la TNT, les groupes internationaux tels que *Canalplus* et *startimes* ont développé des stratégies pour éviter les freins nationaux. L'enjeu de ce chapitre est d'analyser les actions mises en place par les groupes pour augmenter leur part de marché dans le secteur de l'audiovisuel sénégalais. Ainsi, pour arriver à leur but, certains groupes n'hésitent pas à passer dans les mailles du filet, profitant des failles du système et des vides juridiques. C'est dans ce contexte que nous aborderons le cadre juridique et institutionnel qui est un enjeu majeur de la transition numérique. Le premier chapitre dresse les stratégies des grands groupes : internationalisation et évitement des freins nationaux. Le deuxième chapitre aborde le cadre juridique et institutionnel de la télévision numérique. Le troisième et dernier chapitre abordera les manquements qui ont conduit à l'échec de la TNT.

Chapitre 7 - Les stratégies des grands groupes : internationalisation et évitement des freins nationaux

Pour confirmer l'hypothèse sur les stratégies d'acteurs, nous avons mobilisé un corpus de 21 textes⁴⁷⁵ qui est composé de communiqués et d'articles de presse. Ce sont des articles publiés dans la presse et dans les sites d'information qui renseignent sur les stratégies mises en place par les opérateurs de télévision en concurrence au Sénégal, en l'occurrence *Excaf télécom*, *StarTimes* et *Canalplus*, dont l'analyse nous permet de voir les discours d'affrontement et d'évitement de ces trois opérateurs de télévision. Le corpus nous permettra également de montrer les différentes stratégies mises en place par les groupes pour dominer le marché télévisuel. Analyser le positionnement de ces groupes audiovisuel revient, comme le souligne V. Bullich et L. Schmitt, à « étudier les stratégies d'un acteur médiatique conduit à apprécier le positionnement de celui-ci dans son environnement et à interroger sa place dans la chaîne de production et de valorisation ainsi que ses relations avec les autres acteurs (y compris des acteurs publics) – mais également son rapport à l'ensemble des règles, plus ou moins contraignantes en fonction de leur nature, qui pèsent sur ses activités. »⁴⁷⁶

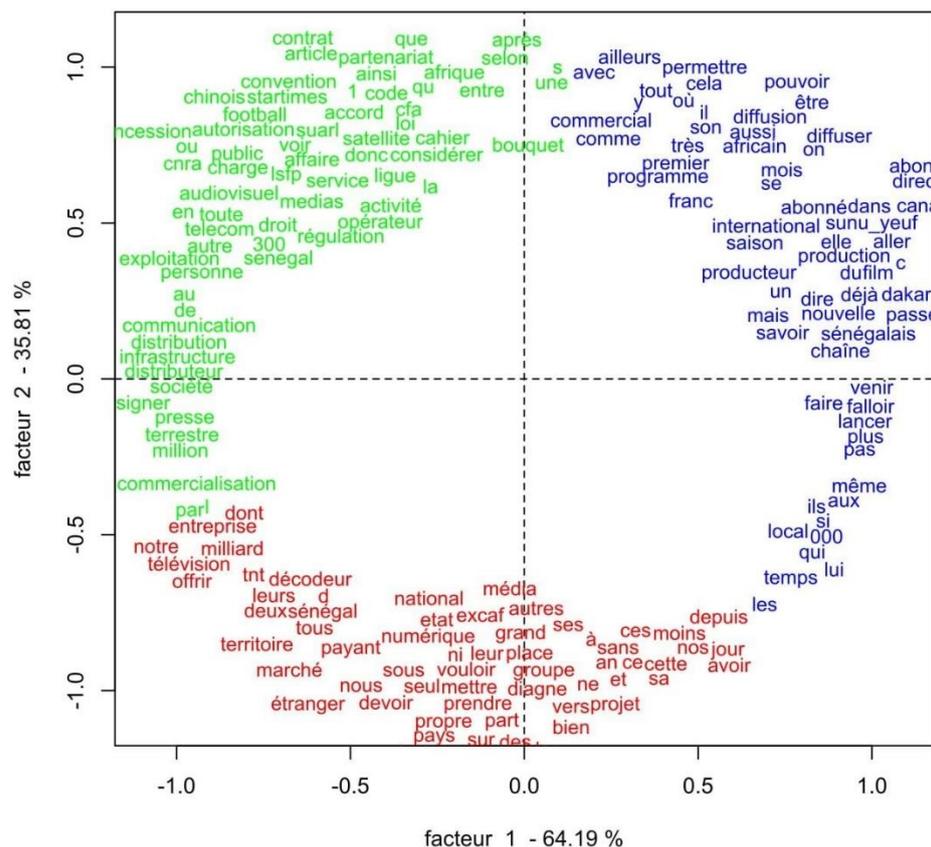
Nous verrons d'une part, comment *Excaf* utilise le discours identitaire et idéologique pour conforter sa légitimité sur le marché de la TNT. D'autre part, nous analyserons les méthodes de *StarTimes* et de *Canalplus* qui utilisent le sport, la culture et le social pour contourner les stratégies d'*Excaf télécom*. Ce chapitre sera réparti en trois sections. La première section sera consacrée à l'étude des discours identitaires et idéologiques d'*Excaf télécom*. La deuxième section nous permettra de faire l'examen des stratégies de *StarTimes* pour contourner le monopole d'*Excaf télécom*. Ainsi, comme *StarTimes*, le groupe français a aussi mené des opérations stratégiques. Dans la troisième section, nous nous intéresserons aux moyens déployés par *Canalplus* pour résister face à l'arrivée de la TNT.

⁴⁷⁵ Liste complète consultable en annexe

⁴⁷⁶ Bullich, Vincent, Schmitt, Laurie, « socio-économie des médias : analyser les stratégies de production-valorisation », sous la direction de Benoit Lafon, *Médias et médiatisation, Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numérique*, PUG, Grenoble, 2019, pp.19-46

Pour déterminer les différences dans les discours produits par les différents acteurs, nous allons d'abord effectuer une Analyse Factorielle des Correspondances (AFC)

Figure n°13 - Analyse Factorielle des Correspondances (corpus des stratégies d'acteurs)



Cette analyse des AFC permet d'observer les différences nettes qui existent entre les discours des trois acteurs. Les discours se détachent les uns des autres ce qui montre à bien des égards la spécificité des stratégies mises en place par les différents protagonistes.

Excaf (rouge), fonde sa stratégie sur le nationalisme (« pays », « national », « Sénégal », « territoire »), *StarTimes* (vert), mise sur le partenariat et l'accompagnement des acteurs sportifs (« convention », « partenariat », « ligue », « football », « accord », « activité ») et enfin *Canalplus* (bleu) qui est plus orienté vers l'accompagnement des acteurs culturels locaux (« production », « producteurs », « téléfilms », « séries », « local », « Sunu yeuf »).

Section 1 - Le discours idéologique d'Excaf Télécom

Le groupe *Excaf télécom* est l'un des acteurs majeurs de la Télévision Numérique au Sénégal. Il a été choisi par le Comité National de Transition de l'Analogique vers le Numérique en 2014 pour conduire les travaux de construction d'une infrastructure de Télévision Numérique Terrestre. En obtenant un contrat de concession de service public, il espérait avoir la mainmise sur le marché de l'audiovisuel, mais c'était sans compter la détermination de ses concurrents qui ont mis en œuvre des tactiques et des stratégies pour rester compétitifs sur le marché de l'audiovisuel. En octroyant le marché de la TNT à Excaf, l'État du Sénégal a renforcé le seul groupe industriel sénégalais dans le domaine de la télévision payante. Souvent, si les pouvoirs publics interviennent, c'est pour permettre aux entreprises locales d'être compétitives sur le marché intérieur. Pour le cas de la France, P. Bouquillion estime que « l'État intervient directement sur les pôles et groupes industriels. Il cherche à constituer ou à renforcer des opérateurs industriels, publics comme privés. Les groupes sont restructurés et grandis afin de doter la France de "champions industriels" atteignant la taille critique leur permettant d'être des compétiteurs sur les marchés internationaux alors en cours ou en perspective d'ouverture »⁴⁷⁷

Ainsi, durant la phase de réalisation, *Excaf* a rencontré des difficultés financières. L'opérateur a aussi eu un contentieux avec ses concurrents, notamment *StarTimes*. Ces moments de haute conquête du marché audiovisuel, ont été rythmés de discours de positionnement produits par les différents acteurs. Malgré la main tendue de l'État, le groupe sénégalais a connu des problèmes. En l'absence d'un cadre juridique adéquat, il a été difficile pour *Excaf* de bénéficier d'une protection conséquente de la part de l'État. Dans certains pays, pour protéger les entreprises nationales contre les capitaux étrangers, les pouvoirs publics mettent souvent en place des cadres réglementaires favorables aux entreprises de la culture, de la communication et des télécommunications.⁴⁷⁸ « Les moyens juridiques d'action de l'État en matière de téléphonie mobile sont encore plus importants.

⁴⁷⁷ Bouquillion, Philippe, *Les industries de la culture et de la communication les stratégies du capitalisme*, PUG, 2008, p.143

⁴⁷⁸ P. Bouquillion précise qu'en France, « l'État choisit les groupes industriels auxquels sont accordées les autorisations. Le souci de l'État est alors d'assurer une présence majoritairement française au sein de l'actionnariat de ces groupes, tout en ouvrant la porte aux capitaux étrangers, en particulier européen, dans un souci essentiel de favoriser l'internationalisation des acteurs industriels français de la communication » Ibi, p.140

Afin de préserver le caractère rentable de ces marchés, donc de favoriser les investissements des opérateurs dans les infrastructures, le nombre d'opérateurs de téléphonie mobile dite de seconde génération est longtemps resté limité à trois... Or, ces trois opérateurs sont tous des opérateurs français. »⁴⁷⁹

Le groupe *Excaf* qui a été, à un moment donné, dans une situation de faiblesse a eu recours à un discours identitaire et idéologique pour se légitimer. Sa ligne de défense était essentiellement marquée par la *dramatisation* et la *disqualification de l'adversaire*. Dans ce cas de figure, comme le souligne P. Charaudeau « le sujet politique, en position d'avoir à combattre un adversaire, doit rejeter les valeurs opposées à celles qu'il préconise, en montrant par une bonne argumentation quels sont la faiblesse et le danger de ces idées... Mais comme l'attaque verbale d'un adversaire faite dans un espace public est entendue par un public (physiquement présent ou non), celle-ci est susceptible de produire sur celui qui attaque des effets de retour tantôt favorables tantôt défavorables pour son image. »⁴⁸⁰

L'opérateur sénégalais a voulu montrer dans ses discours que ses concurrents se sont ligués pour le faire échouer. Le directeur général du groupe *Excaf* déclare que *Canalplus* et *StarTimes* opèrent sur le marché télévisuel sénégalais de manière illégale : « *StarTimes* avait participé à l'appel d'offre son offre n'a pas été retenue mais, ils ont voulu trouver un subterfuge pour passer par la fenêtre et vouloir opérer au Sénégal et le tribunal heureusement nous a donné raison et ils ont suspendu leurs activités. *Canalplus* aussi, nous pensons que la loi au Sénégal stipule qu'avant d'opérer, il faut avoir une convention approuvée par décret et *Canalplus* n'a jamais pu faire prévaloir un décret signé par l'État du Sénégal. Pour opérer donc nous considérons qu'ils sont dans l'illégalité et qu'ils font un exercice que l'État doit stopper jusqu'à ce qu'ils se conforment, donc toutes ces entités-là font que le projet a du mal à se mettre en place de manière convenable parce qu'il y a une concurrence déloyale au niveau des autres opérateurs qui ne sont pas soumis à la rigueur de la loi au même titre que l'opérateur *Excaf*. Nous pensons que cela fragilise le processus. »⁴⁸¹

Ainsi, le discours d'actualité produit par *Excaf* contient des éléments qui renvoient au discours populiste tel que P. Charaudeau l'a décrit. Pour être reconnu comme tel, il doit

⁴⁷⁹ Ibid. p.141

⁴⁸⁰ Charaudeau, Patrick, *Le discours politique les masques du pouvoir*, Limoges, Editions Lambert-Lucas, 2014, p.71

⁴⁸¹ Cf. Annexe N°2 Corpus N°2

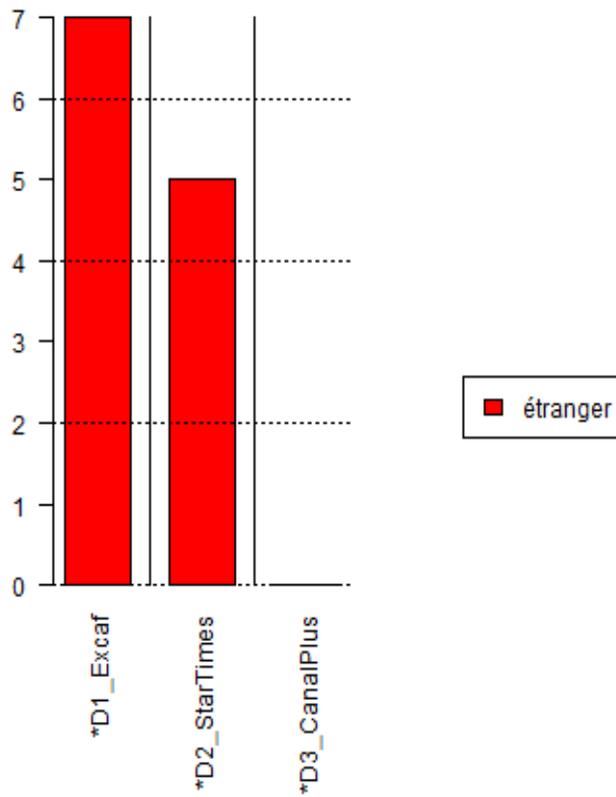
répondre à un certain nombre de critères. Le contexte doit correspondre à une « situation de crise et victimisation ». Il doit y avoir une « source du mal », mettre en exergue les valeurs qui unissent une communauté sociale et un acteur populiste qui se présente comme un « sauveur ». La source du mal, très récurrente dans le discours d'*Excaf*, est représentée par le mot « étranger », des lobbies tapis dans l'ombre qui manœuvrent pour faire échouer le projet de la TNT. P. Charaudeau souligne que « la source du mal est souvent désignée de façon floue : le coupable ne doit pas être parfaitement identifié, de manière à laisser planer l'impression qu'il n'est pas visible et conduit ses affaires en sous-main, ce qui permet de suggérer l'existence de complots. Le discours populiste doit faire croire à la population que tout serait simple, si ne s'opposaient à ses aspirations des « machines » un « système » abstrait qui bloquent la société. »⁴⁸² Dans le contexte de la TNT, certains acteurs croient en l'existence d'un complot contre le groupe *Excaf télécom*. Une autorité qui a voulu garder l'anonymat nous confie : « j'ai l'intime conviction que la société générale s'est retirée du projet parce qu'*Excaf* n'a pas travaillé avec les entreprises françaises, c'est parce qu'il n'a pas acheté du matériel français mais plutôt italien. Si le Sénégal réussissait à avoir son infrastructure qui marche à merveille, les autres pays allaient dire que c'est possible. Pour un petit pays comme le Sénégal c'est 40 milliards de francs CFA, les autres grands pays, c'est plus de 200 milliards francs CFA. La TNT est un marché énorme qui pouvait échapper à beaucoup d'entreprises françaises et très logiquement ils n'ont pas souhaité que le Sénégal puisse réussir ce projet en les zappant complètement. »⁴⁸³

L'analyse de notre corpus nous permet de voir comment les acteurs désignent « la source du mal ». Pour voir les tendances, nous allons d'abord faire une analyse des spécificités.

⁴⁸² Patrick CHARAUDEAU, « Réflexions pour l'analyse du discours populiste », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 97 | 2011, mis en ligne le 15 novembre 2013, consulté le 25 mai 2020. URL : <http://journals.openedition.org.sid2nomade-2.grenet.fr/mots/20534> ; DOI : <https://doi-org.sid2nomade-2.grenet.fr/10.4000/mots.20534>

⁴⁸³ Cet extrait requiert l'anonymat de la personne

Figure n°14 - Spécificité du mot « étranger » dans le corpus des stratégies d'acteurs



Comme nous pouvons le constater sur la figure, il y a un emploi excessif du mot « étranger » par *Excaf*. L'autre fait marquant, l'absence totale du mot dans le vocabulaire de *Canalplus*. Par contre, le mot est fréquent dans le discours de *Startimes*. Le calcul des concordances nous permettra de saisir la différence de l'emploi du mot « étranger » par *Excaf* et *StarTimes*. Les deux opérateurs ont utilisé ce mot pour désigner des réalités différentes.

Tableau n°15 - L'utilisation du mot « étranger » par Excaf et StarTimes grâce aux calculs des concordances

Contexte à gauche	Pivot	Contexte à droite
devant des multinationales et les lobbies cette guerre ce n'est pas que les lobbies faillite programmé au profit d'une entreprise cheval de Troie des entreprises le danger imminent de voir des sociétés	étrangers étrangers étrangère étrangères étrangères	et de mener à bien cette mission qui utilisent des sociétés qui ne sont sénégalaise , c'est pourquoi le groupe Excaf faire main basse sur nos systèmes de com.
Contexte à gauche	Pivot	Contexte à droite
en Afrique et partout ailleurs à l' toute filiale d'une entreprise Les grandes télévisions sportives	étranger étrangère étrangères	d'exercer des activités de communication doit être détenu à hauteur de 51 au minimum comme beinsport, canal ou super sport

Le calcul des concordances nous permet d'identifier « la source du mal ». Sans pour autant les nommer explicitement, *Excaf* utilise le mot « lobbies ». À ce propos P. Charaudeau détaille : « la source du mal peut aussi être représentée par des personnes ou des groupes qui apparaissent comme des adversaires à combattre, en tant qu'ils appartiennent à un parti, une idéologie »⁴⁸⁴ Le discours du groupe *Excaf* laisse apparaître le doute sur les auteurs mais, il nomme leurs actes avec précision. Surtout quand il laisse entendre que « cette décision de l'État, si elle devait se confirmer, correspondrait à une mise en faillite programmée d'un acteur national au profit d'une entreprise étrangère. Nous, Groupe Excaf Télécom, écartons résolument l'idée que l' l'État soit le fossoyeur des champions nationaux et le cheval de Troie des entreprises étrangères. »⁴⁸⁵ Dans sa communication, *Excaf* désigne un ennemi tout en mettant la pression sur les autorités politiques. P. Charaudeau précise : « que cet ennemi soit interne ou externe, le discours populiste le décrit de façon imprécise, comme une bête cachée, tapie dans l'ombre : le thème du complot est présent dans presque tous les discours populistes. C'est qu'il s'agit, en fin

⁴⁸⁴ P. Charaudeau, art.cit. p.107

⁴⁸⁵ Cf. Annexe N°2 Corpus N°2

de compte, de trouver un bouc émissaire en stigmatisant la source du mal, en dénonçant un coupable pour orienter contre lui la violence, déclencher le désir de sa destruction qui aboutira à la réparation du mal. »⁴⁸⁶ *Excaf télécom* a traversé des moments difficiles, en proie à de multiples critiques et il fallait trouver un bouc émissaire. L'objectif d'*Excaf* consistait à réveiller un sursaut patriotique pour inciter le citoyen sénégalais à compatir et à le faire adhérer au projet. Comme lorsque, Mamadou Ibra Kane, Président du patronat de la presse révèle qu'« au Sénégal c'est une fierté pour tout africain de voir que ce sont des Sénégalais (nationaux) qui ont réalisé la TNT. La deuxième particularité du Sénégal c'est que l'État n'a pas mis un sou dans le basculement vers la TNT. C'est la structure qui a réalisé la partie technique de la TNT à partir de compétences nationales sénégalaises. De ce point de vue c'est vraiment quelque chose d'extraordinaire.»⁴⁸⁷ La thématique de la nation est bien exploitée par *Excaf*. Il associe la préférence nationale à des valeurs patriotiques : « Cet élan patriotique et révolutionnaire sans égal s'est appuyé sur l'engagement indéfectible de cadres et employés sénégalais motivés à affirmer et à démontrer la pleine capacité de l'expertise locale et nationale.»⁴⁸⁸ Dans ce contexte, l'entreprise n'est plus présentée comme une entité individuelle, en tant que groupe fruit d'une réussite familiale, mais elle apparaît comme un patrimoine national. D'ailleurs, P. Charaudeau rappelle que « la thématique de la nation est souvent exploitée pour mettre en évidence le fondement de l'identité collective, voire le mythe de la *nation organique* et l'indépendance économique comme droit à disposer de ses propres ressources, contre l'exploiteur privé ou étranger »⁴⁸⁹

Ainsi, pour convaincre, *Excaf* a évoqué les valeurs qui font appel à une identité collective. Ce discours est marqué par l'emploi de mots qui font référence à la communauté : « Pays », « Sénégal », « territoire », « national », « local ». L'analyse des spécificités du lexique « communauté » permet de mieux positionner le discours d'*Excaf* par rapport à ses concurrents.

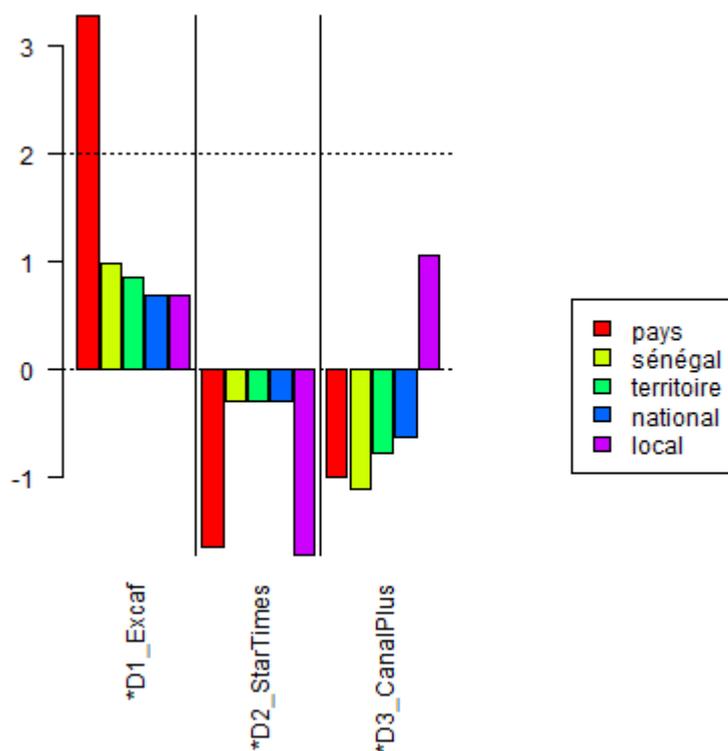
⁴⁸⁶ P. Charaudeau, art.cit.p.107

⁴⁸⁷ Cf. Annexe N°1 Entretien N°2

⁴⁸⁸ Cf. Annexe N°2 Corpus N° 2

⁴⁸⁹ P. Charaudeau, art. cit.p.108

Figure n°15 - Analyses des spécificité du lexique « communauté » employé par Excaf



Les résultats de l'analyse des spécificités donnent un premier aperçu sur l'utilisation des mots « pays », « Sénégal », « territoire », « national », « local » par les différents acteurs. Dans le cas de *StarTimes* et *Canalplus*, on observe un sous-emploi des mots susmentionnés. Seule l'utilisation du mot « local » par *Canalplus* fait exception. En réalité, ce mot a une signification toute particulière dans le discours de *Canalplus*. Nous y reviendrons dans la troisième section. Contrairement à *Startimes* et *Canalplus*, *Excav* a employé de manière excessive les mots qui font l'objet de notre analyse. Cela n'a rien d'étonnant d'autant plus que son discours est axé sur l'identité nationale. En effet, l'élaboration d'un tel discours révèle manifestement une volonté de cacher les manquements et de les rejeter sur les autres. Il a permis au groupe *Excav* d'avoir le soutien d'un large public, qui dans sa majorité plaide pour l'appui des entreprises nationales : « L'attribution du marché de la TNT à une société locale en l'occurrence le Groupe EXCAF, société de Broadcast, bien connue dans la sous-région ne peut plaire ni aux concurrents ni aux

multinationales. Ce qu'il faut déplorer dans cette guerre, ce n'est pas les lobbies étrangers qui utilisent des sociétés qui ne sont sénégalaises que de nom, et des télévisions voire même des groupes de presse-courtiers pour lancer des alertes et prédire l'échec. Nous déplorons le manque de patriotisme des certains médias sénégalais surtout de certaines télévisions qui ont orienté débats, arguments et reportages vers un manque d'expertise et une méconnaissance des outils du numérique. »⁴⁹⁰

D'ailleurs, ce débat intervient dans un contexte de fortes revendications des populations contre l'octroi des marchés publics aux entreprises étrangères. Plusieurs mouvements citoyens qui prônent le patriotisme économique sont nés ces dernières années. Le plus en vue est le Front pour une Révolution Anti-impérialiste Populaire et Panafricaine (FRAPP). Il lutte depuis quelques années contre l'accaparement de l'économie sénégalaise par les entreprises étrangères notamment françaises. *Excaf* est aussi soutenu par le conseil des diffuseurs. Le président du CDEPS estime que le groupe *Excaf* n'a pas été bien protégé par l'État : « *Excaf* télécom n'a pas eu le soutien de l'État. Il a adopté un modèle économique qui n'est pas facile à réaliser, surtout dans nos types de pays qui n'ont pas une législation rigoureuse. Ce qui fait que des compagnies étrangères comme *StarTimes* peuvent pénétrer le marché télévisuel sénégalais en contournant la loi. Il y a aussi l'informel qui peut anéantir ce genre de projet. Des commerçants sont allés en Chine acheter des décodeurs qu'ils commercialisent au Sénégal. Il n'y a pas d'encadrement juridique pour protéger les investissements faits par *Excaf*. C'est ce qui a engendré la difficulté mais c'est quand même quelque chose d'extraordinaire encore une fois. On ne peut que féliciter et soutenir *Excaf* pour que les problèmes d'ordre financier qu'ils ont eu compte tenu du modèle économique puissent être réglés. Parce qu'un champion comme *Excaf*, on ne le laisse pas tomber. Quand on a des champions nationaux, il faut les soutenir et c'est l'un des rares secteurs de pointe où il y'a une expertise sénégalaise avérée qui aurait pu apporter beaucoup plus au Sénégal et à l'Afrique. »⁴⁹¹

Ce contexte plaide en faveur du groupe *Excaf*. Même les plus sceptiques semblent modérer leurs critiques à l'endroit du groupe local, de peur d'être taxés d'antipatriotes. P. Charaudeau a bien raison de dire que, « pour pouvoir juger du populisme d'un discours, il faut l'analyser dans le contexte socio-historique où il apparaît et dans la situation de

⁴⁹⁰ Cf. Annexe N°2 Corpus N°2

⁴⁹¹ Annexe N°1 Entretien N°2

communication qui engendre un certain processus énonciatif. Il s'ensuit qu'il ne faut pas perdre de vue ce que sont les conditions de mise en scène du discours politique, afin d'éviter d'attribuer ce qui relève de celui-ci en général au discours populiste en particulier. »⁴⁹²

Illustration n°27 - Quelques titres de presse qui illustrent la méthode du groupe Excaf

Société

Vente de ses immeubles : Excaf indexe un complot des banques étrangères

Par: [Seneweb news](#) - [Seneweb.com](#) | 19 Juin, 2018 à 12:06:34 | Lu 3635 Fois | [23 Commentaires](#)

vous aimez ça.

EXCAF Y VOIT UN COMLOT OURDI PAR DES BANQUES ÉTRANGÈRES

Quatre de ses immeubles adjugés, la direction générale du groupe excaf est sortie de sa réserve pour livrer sa part de vérité dans cette affaire qui défraie la chronique

Seydina Omar GUEYE | Publication 19/06/2018



⁴⁹² Ibid., p.105

ACTUALITÉS CULTURE

Saisie De Ses Immeubles : Excaf Telecom Confirme Et Dénonce Un Complot Colonialiste



Damsa

18 juin 2018

DIFFICULTÉ FINANCIÈRE
Excaf crie au complot

Publié le 20 Jun 2018 - 12:29



Saisie de ses quatre immeubles : Excaf confirme, dénonce et accuse

Par **kgb** - 19/06/2018

515

Partager sur Facebook

Tweeter sur twitter



L'analyse des concordances permet de saisir avec plus de précision les mots qui accompagnent le vocabulaire qui fait référence à la communauté. Le concordancier aide à situer les mots dans le texte. Dans ce cas précis, cette analyse nous permet de mieux appréhender le discours d'*Excaf*. Autrement dit, à quoi fait-il référence, en employant les mots « national », « Sénégal » ou « pays » ?

Tableau n°16 - L'utilisation des mots « national », « sénégal » « pays » grâce à l'analyse des concordances

Contexte à gauche	Pivot	Contexte à droite
le patriotisme économique combiné à la volonté	nationale	officielle et déclarée
de constituer des champions	nationaux	sont tel que l'État du Sénégal
la faillite programmée d'un acteur	national	au profit d'une entreprise étrangère
l'engagement indéfectible de cadres et employés	sénégalais	motiver à affirmer
exemple de compétence	sénégalaise	honneur de notre expertise locale
vouloir coûte que coûte affaiblir une société	sénégalaise	dont le seul tort est de remporter haut la main une compétition
voilà ce que vit une société entièrement	sénégalaise	qui fait face à de puissants lobbies
inciter les familles	sénégalaise	à adhérer à ce projet
Le génie	sénégalais	est passé par là, en ce qu'il fait de meilleur
Chacun d'entre nous fera de la télévision	sénégalaise	un outil de compétitivité
le Sénégal au rang des	pays	de référence
Le Sénégal est le seul	pays	de la CEDEAO a atteint ce niveau de réalisation
Aucun	pays	d'Afrique de l'Ouest n'est en avance sur le Sénégal
Le groupe Excaf est parvenu à doter le	pays	d'une infrastructure de télévision numérique terrestre

Grâce à sa position stratégique, *Excaf* a bénéficié d'une protection de l'État qui a continué à lui accorder sa confiance malgré les manquements constatés dans la mise en place de la TNT. La première difficulté est survenue dès le lancement de la TNT. Le prix du décodeur qui était fixé à 10.000 francs CFA l'unité a doublé sur le marché. La société avait du mal à respecter ses engagements en fournissant un nombre suffisant de décodeurs. L'extinction progressive qui était prévue en septembre 2019 a été finalement repoussée à cause des retards dans les travaux. Seulement 400.000 décodeurs ont été livrés, alors qu'il en fallait 1,2 million pour permettre à tous les Sénégalais d'avoir la télévision numérique.

Ainsi, tous ces manquements auraient pu conduire l'État du Sénégal à résilier le contrat qui le lie à *Excaf télécom*. L'article 13 du contrat de concession stipule qu' « en cas de manquements de manière grave et répétée à l'une quelconque de ses obligations ou de retard fautif dans la réalisation des travaux et des prestations techniques par la société *Excaf télécom* non réparé dans un délai de 90 jours, le gouvernement du Sénégal pourra mettre un terme au contrat de concession. »⁴⁹³ Même si le directeur général d'*Excaf* estime avoir rempli sa part du contrat. « Nous sommes prêts dans la mesure où l'ensemble des sites seront livrés avant la date butoir. Nous sommes déjà aujourd'hui à 92% de couverture démographique. Il y a certains sites et certaines régions qui ne sont pas encore couvertes (Kolda et Sédhiou) mais c'est parce que l'État n'a pas encore décidé du basculement qu'on ne peut pas réunir toutes les ressources pour le faire. »⁴⁹⁴ *Excaf* a eu le soutien de l'État et d'une partie du public grâce à son discours patriotique. L'État ne pouvait plus reculer, il avait choisi *Excaf* pour promouvoir « l'expertise locale ». Le gouvernement avait mené, lors de l'inauguration de la TNT, une large campagne de communication sur la « préférence nationale » en exaltant la réussite de ce projet. En effet, l'État était dans l'obligation d'accompagner *Excaf* pour paraître cohérent et crédible. Ainsi, face à cette bataille qui l'oppose à ses concurrents, *Excaf* demande une application stricte des textes pour mieux protéger le marché audiovisuel sénégalais contre les opérateurs étrangers tels que *StarTimes*.

⁴⁹³ « Contrat de concession État du Sénégal Excaf télécom » Source anonyme

⁴⁹⁴ Cf. Annexe N°1 Entretien N°9

Section 2 - Les stratégies de *StarTimes* pour contourner les freins nationaux

StarTimes opère en Afrique depuis 2002. En seulement quelques années, l'entreprise chinoise spécialisée dans les télécommunications, la construction de réseau, d'infrastructure de télévision numérique et de fourniture de bouquet payant, a réussi à s'implanter dans plusieurs pays d'Afrique. Son bouquet de télévision numérique est reçu dans 13 pays du continent. *StarTimes* est « le premier opérateur de télévision numérique en Afrique, avec plus de 8 millions d'abonnés et couvrant plus de 90% de la population du continent. Son réseau de distribution massif est composé de 200 salles de marque, de 3000 magasins de proximité, et de 5000 distributeurs, répartis dans 30 pays africains. *StarTimes* possède sa propre plate-forme de contenus variés, avec ses 440 chaînes autorisées allant des chaînes d'informations généralistes, à celles dédiées aux films, aux séries, au sport, au divertissement, aux programmes pour enfants, à la mode, ou encore à la religion, etc. »⁴⁹⁵ Ainsi, depuis son entrée en Afrique en 2002, *StarTimes* ne cesse de multiplier les initiatives pour conquérir le marché audiovisuel africain. « En effet, le groupe entend utiliser les technologies TNT dont il dispose pour construire des plateformes terrestres ainsi que des téléports et louer des canaux satellites pour établir des réseaux couvrant tout le continent africain. Il a encore proclamé l'objectif de permettre à chaque pays et chaque foyer africain de regarder la télévision numérique à un prix abordable »⁴⁹⁶

L'arrivée de *StarTimes* au Sénégal

StarTimes a fait son apparition au Sénégal en 2010, date à laquelle les autorités ont mis en place le premier comité pour la transition de l'analogique vers le numérique. *StarTimes* a d'abord ciblé la télévision publique. L'entreprise privée chinoise a signé un protocole d'accord avec la Radiodiffusion Télévision Sénégalaise pour le passage de la chaîne publique de l'analogique vers le numérique. La convention estimée à 60 milliards de francs CFA n'a pas été finalisée.⁴⁹⁷ En réalité, cet accord était juste un moyen pour *StarTimes* de

⁴⁹⁵ Cf. [emploisenegal.com https://www.emploisenegal.com/recruteur/147196](https://www.emploisenegal.com/recruteur/147196)

⁴⁹⁶ Emmanuel, Dubois de Prisque, « L'aventure de *StarTimes* en Afrique. Un business model original au service du soft power de la Chine », *Outre-Terre*, 2011/4 (n° 30), p. 73-81. DOI : 10.3917/oute.030.0073. URL : <https://www.cairn.info/revue-outre-terre1-2011-4-page-73.htm> consulté le 28 mai 2020

⁴⁹⁷ Cf. osiris.sn URL <http://www.osiris.sn/Sidy-Lamine-Niasse-sur-la.html>

pouvoir pénétrer le marché télévisuel sénégalais. Pour combler son retard par rapport à *Excaf* et *Canalplus*, *StarTimes* a élaboré des stratégies pour un passage en force dans le marché audiovisuel sénégalais. Pour ce faire, *StarTimes* a ciblé deux secteurs, le social et le sport. L'entreprise a réussi à avoir des facilitations par le biais du gouvernement chinois. Ainsi, lors d'un forum Chine Afrique à Johannesburg en 2015, le Président Xi Jinping avait inscrit dans les dix programmes prioritaires, un projet qui vise à fournir gratuitement des télévisions satellites à 10.000 villages africains.⁴⁹⁸ La Chine avait choisi *StarTimes* pour piloter ce projet. Ce choix n'est pas fortuit, car il oblige les gouvernements africains à collaborer avec *StarTimes*. Ces dernières années le gouvernement chinois a décidé de soutenir de manière considérable les entreprises qui promeuvent la culture chinoise à l'international : « l'objectif était de promouvoir l'émergence d'entreprises performantes dans le secteur culturel, d'encourager ces entreprises à participer à la compétition internationale et de les aider à accroître en définitive l'exportation de produits et de services culturels tout comme d'élargir l'influence de la culture chinoise à l'échelle mondiale et le soft power du pays. *StarTimes* figure sur cette liste d'entreprises triées sur le volet. »⁴⁹⁹

Au Sénégal, *StarTimes* a eu l'accord du gouvernement qui lui permet de fournir des télévisions satellite à 300 villages. Le CONTAN avait pourtant compris la stratégie, mais l'opérateur avait une influence politique qui lui permettait d'agir sans être inquiété. « En ce qui concerne le Sénégal 300 villages ont reçu le bouquet numérique de *StarTimes* gratuitement avec décodeur et alimentation de panneaux solaires. Mais nous, on voyait venir le piège. On avait dit non mais, ils sont allés voir les autorités politiques pour obtenir l'autorisation de mettre en œuvre le projet. Mais *StarTimes* a été très gauche, ils ont importé des décodeurs hybrides qui peuvent recevoir le signal satellitaire et le signal terrestre. »⁵⁰⁰ L'accord intergouvernemental entre la chine et le Sénégal pour équiper 300 villages a servi de prétexte pour une immixtion de *StarTimes* dans le paysage sénégalais. La société a

⁴⁹⁸ « Le président chinois Xi Jinping lance en 2015 un projet d'envergure concernant l'installation d'équipement de télévision en Afrique. Comme son nom l'indique 'Accès à la TV satellite pour 10.000 villages africains' a pour but d'équiper gratuitement 10.000 villages défavorisés en télévision numérique, jusque-là réservé à une élite africaine. Une bonne publicité que s'assure le groupe chinois *StarTimes*, « maître d'œuvre » du projet. Xi Jinping lui-même loue l'initiative, qui permet à des zones reculées de capter des ondes longue distance, comme certaines chaînes pékinoises. En gage de reconnaissance, des drapeaux chinois sont peints, sur des murs des villages concernés par l'opération. » lesechos.fr URL : <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/startimes-loperateur-chinois-a-lassaut-de-laudiovisuel-africain-1040962>

⁴⁹⁹ E. Dubois de Prisque, op.cit., p.80

⁵⁰⁰ Annexe N°1 Entretien N°1

profité de cet accord pour commercialiser illégalement des décodeurs sur l'ensemble du territoire sénégalais. Mamadou Baal souligne les manigances de *StarTimes* : « ils ont ouvert une société de droit mauricien et ils ont embauché des Sénégalais. Cette société a commencé la commercialisation des décodeurs à l'intérieur du pays alors qu'ils avaient dit que c'était uniquement pour 300 villages. Ils n'ont pas respecté les termes du contrat. Nous l'avons arrêté. L'ARTP a demandé au ministre des finances d'arrêter l'importation des décodeurs chinois. »⁵⁰¹

Le sport et le social comme stratégie d'immixtion dans le secteur audiovisuel

Toujours dans la poursuite de ses objectifs, *StarTimes* a acquis les droits de retransmission TV de la Ligue 1 sénégalaise de football professionnel pour un montant de 7 milliards de F CFA (9,45 millions d'euros). Ce contrat de 10 ans a trouvé un écho favorable chez les acteurs du football professionnel. Ces investissements entrent en phase avec les stratégies du groupe qui s'adaptent aux réalités locales : « *StarTimes* établit des sous-filiales opérant sous contrôle de l'entreprise nationale dans des villes stratégiques de chaque pays. En moyenne, sept/huit employés chinois sont envoyés créer les filiales nationales, de même que six/sept employés pour les sous-filiales implantées dans les villes importantes lequel recrutent ensuite localement dans les départements de marketing pour approfondir la connaissance des marchés locaux et (surtout) entretenir de bonnes relations avec les populations locales »⁵⁰²

Illustrations n° 28, 29 – Accords de partenariat entre *StarTimes*, la RTS et la Ligue 1

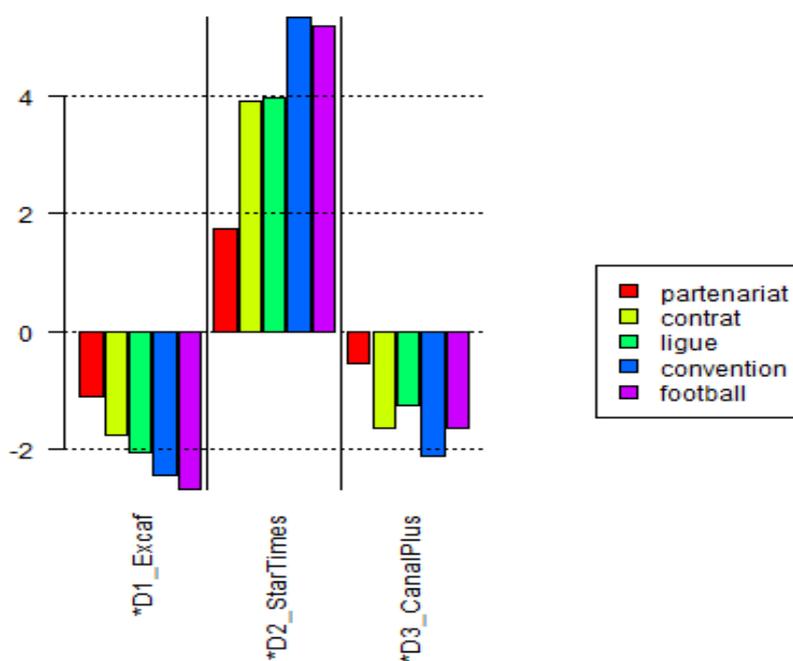


⁵⁰¹ Annexe N°1 Entretien N°1

⁵⁰² E. Dubois de Prisques, op, cit. p.77

Ainsi, ces actes posés par *StarTimes* ne sont pas fortuits. Selon Jean Meissa Diop, c'est une stratégie élaborée par le groupe chinois pour avoir des soutiens locaux afin d'atteindre ses objectifs : « il est vrai qu'il y a beaucoup d'enjeux industriels et de domination culturelle. *StarTimes* est un opérateur vraiment colossal qui étend ses tentacules jusque dans le Sport. Tout ça c'est pour s'imposer sur le marché national et ça va être plus accru dans les années à venir. Les enjeux économiques seront toujours importants avec la TNT. Si l'on ne produit pas de contenus locaux, d'autres productions vont s'imposer à nous, c'est aussi simple que ça. Il faudrait que les concepteurs de programmes soient conscients de ces enjeux-là et créent des contenus en fonction de nos réalités. »⁵⁰³ L'analyse du discours nous permet de saisir les fondements de la stratégie de *StarTimes*.

Figure n°16 - Calcul des spécificités du vocabulaire sportif dans corpus stratégies d'acteurs



Sur ce graphique de calcul des spécificités, on constate que le vocabulaire sportif (partenariat, contrat, ligue, convention, football) est largement employé par *StarTimes*. Par

⁵⁰³ Annexe N°1 Entretien N°5

contre, il est sous employé par *Excaf* et *Canalplus*. L'utilisation excessive du vocabulaire sportif par *StarTimes* nous donne des indications sur sa stratégie. Le groupe privé chinois a acquis les droits de la ligue 1 professionnelle pour une période de 10 ans. Ainsi, seul détenteur des droits de retransmission, l'opérateur va obliger les téléspectateurs qui souhaitent regarder le championnat national d'acheter un abonnement. Une chaîne sportive Live TV, disponible uniquement sur le bouquet *StarTimes* a été créée à cet effet pour la retransmission de tous les matchs. En se liant avec la ligue de football de professionnel, *StarTimes* veut s'appuyer sur un partenaire solide pour avoir l'autorisation de commercialiser ses décodeurs tandis que le groupe *Excaf* détient l'exclusivité de la vente des décodeurs pour la réception du signal de la télévision numérique. Mamadou Baal dévoile les manœuvres de *StarTimes* : « pour contourner la situation *StarTimes* a signé un contrat avec la fédération sénégalaise de football un contrat à hauteur de 6 milliards pour 10 ans. Ils ont eu un accord avec la *RTS* pour filmer les matchs qui seront diffusés sur leur bouquet. Cela ne concerne pas le *CNRA* mais les décodeurs n'entreront pas au Sénégal tant qu'ils ne seront pas conformes aux textes sénégalais. La fédération a saisi le *CNRA* pour permettre à *StarTimes* de commercialiser ses produits mais le *CNRA* a dit qu'aucune dérogation n'est possible. »⁵⁰⁴ Cependant, *StarTimes* se défend de vouloir utiliser le championnat. L'entreprise estime que ce partenariat signé avec la ligue de football professionnel est une manière de répondre à la demande des abonnés qui souhaitent de plus en plus regarder des programmes locaux notamment le sport.⁵⁰⁵ *Excaf* qui avait saisi les instances pour l'annulation du contrat de sponsoring pour concurrence déloyale n'a pas eu gain de cause.⁵⁰⁶ Mais le directeur général d'*Excaf* est convaincu que c'était une manière délibérée de contourner la loi : « quand on ne vous donne pas la légalité d'opérer officiellement vous vous dites que je vais acheter le championnat comme ça au moins s'ils veulent que leur championnat soit regardé, ils vont me donner l'autorisation de le diffuser. C'est une manière de se dérober, de se soustraire à la rigueur de la loi. C'est en cela que nous trouvons ce procédé un peu malhonnête et heureusement que l'État du Sénégal nous a suivis et le *CNRA* également nous a confortés dans nos droits. »⁵⁰⁷

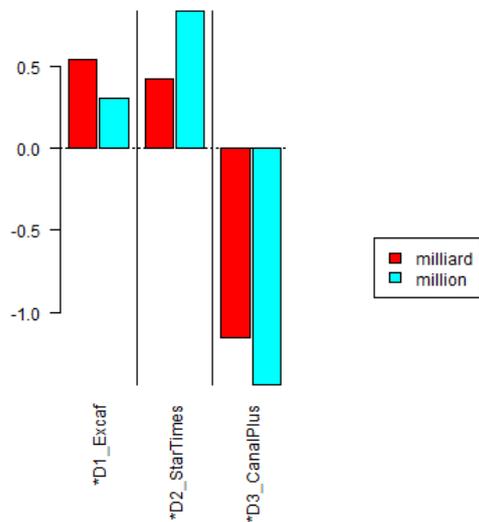
⁵⁰⁴ Cf. Annexe N°1 Entretien N°1

⁵⁰⁵ Cf. osiris.sn URL : <http://www.osiris.sn/David-Courbe-Directeur-des.html>

⁵⁰⁶ Sur ce dossier, le *CNRA* s'est déclaré incompétent

⁵⁰⁷ Cf. Annexe N°1 Entretien N°9

Figure n°17 - L'argent au cœur de la stratégie



Nous avons voulu déterminer la place de l'argent dans la stratégie développée par *StarTimes*. Ainsi, en observant la figure, on se rend compte que les termes qui vont référencer à l'argent sont très fréquents dans le discours de l'entreprise chinoise. Il s'agit de : « milliards » « million ». À ce niveau, le discours de *StarTimes* s'oppose à celui de *Canalplus* qui n'utilise quasiment pas le lexique de l'argent. Pour chambouler le marché, *StarTimes* n'hésite pas à multiplier les conventions et les partenariats locaux. C'est une stratégie pour se positionner et conforter sa place de leader en Afrique. Son positionnement rapide sur le marché africain s'explique par des méthodes très subtiles qui défient toute concurrence. *StarTimes* n'avait aucune chance de prospérer dans un marché restreint fortement marqué par la présence d'un opérateur étranger *Canalplus* et un opérateur local *Excaf*. Mais grâce à son image d'opérateur philanthropique, *StarTimes* est presque accueillie partout à bras ouvert. En effet, depuis novembre 2016, la chaîne chinoise a acquis les droits de la Premier League du Ghana pour les 10 prochaines années. Le but annoncé est de « promouvoir l'influence de la Premier League du Ghana en Afrique subsaharienne et d'aider au développement du football ghanéen au cours de la prochaine décennie. L'accord de partenariat stratégique, *StarTimes* acquiert tous les droits médias de la Premier League du Ghana, du Gala, de la Ligue nationale de division 1, de la Coupe de la Ligue. »⁵⁰⁸ En

⁵⁰⁸ Cf. [wordpress.com URL : https://mbipatisiriri.wordpress.com/2016/11/23/startimes-acquiert-les-droits-de-la-premier-league-du-ghana-pour-les-10-prochaines-annees/](https://mbipatisiriri.wordpress.com/2016/11/23/startimes-acquiert-les-droits-de-la-premier-league-du-ghana-pour-les-10-prochaines-annees/)

Côte d'Ivoire, *StarTimes* a conclu un partenariat avec l'ASEC Mimosas, en 2017 « pour favoriser d'une part l'accès à la télévision numérique aux populations et d'autre part accroître le rayonnement du club à travers ce partenariat gagnant-gagnant. »⁵⁰⁹ Ainsi, ces investissements ne sont que les clefs qui ouvrent la voie vers le marché de la télévision par satellite en Afrique. *StarTimes* s'assure un retour sur investissement, car les prix qu'ils proposent sont imbattables sur le marché local. Ainsi, *StarTimes* a déployé une stratégie qui marche grâce à sa capacité d'adaptation dans le contexte local. P. Bouquillion a raison d'affirmer que « les pôles doivent également être en mesure de négocier d'éventuelles associations avec des partenaires locaux comme de négocier avec les pouvoirs politiques, réglementaires et de régulation des lieux d'implantation. »⁵¹⁰

Excaf a saisi le conseil national de régulation pour l'annulation du contrat de sponsoring qui lie *StarTimes* et la ligue de football professionnel. Sur le fond *Excaf* reproche à la ligue sénégalaise de football d'avoir accepté une convention de sponsoring avec une entreprise qui n'a pas le droit de vendre des décodeurs au Sénégal. La société sénégalaise se base sur l'article 3 du code de la presse de 2017 qui identifie trois catégories « d'acteurs de la chaîne de valeurs du secteur de l'audiovisuel à savoir les éditeurs de services, les opérateurs de diffusion et les distributeurs de services. »⁵¹¹ Selon le directeur général d'*Excaf*, « *StarTimes* ne dispose d'aucune habilitation légale pour se prévaloir de l'une de ses qualités. Il est à relever qu'elle se prend comme un distributeur de service audiovisuel en violation de toute l'égalité. De ce fait, toute publicité entreprise par cette dernière est en violation flagrante de l'article 106 du code de la presse. »⁵¹² Les méthodes de *StarTimes* semblent poser un véritable problème de souveraineté nationale. L'entreprise n'hésite pas à outrepasser les règles qui régissent le secteur audiovisuel des pays. Ces méthodes jugées « malsaines » sont dénoncées par des opérateurs locaux dans plusieurs pays en Afrique. J.B Gramunt révèle les failles du modèle économique de *StarTimes* : « Profitant du retard pris dans le passage à la TNT et de l'appétence des consommateurs, des nouveaux entrants, comme le chinois *StarTimes*, ont développé des services de TNT payants packagés (réseaux de distribution,

⁵⁰⁹ Cf. news.abidja.net URL : <https://news.abidjan.net/h/613714.html>

⁵¹⁰ Bouquillion, Philippe. « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication. Entre « coups » financiers et intégration de filières industrielles », *Réseaux*, vol. n° 131, no. 3, 2005, pp. 111-144.

⁵¹¹ Cf. code de la presse de 2017

⁵¹² Cf. Lettre du PDG de *Excaf* adressée au CNRA en ligne https://senego.com/contrat-de-sponsoring-de-startimes-et-ligue-senegalaise-de-football-excaf-conteste-devant-le-cnra_791754.html consulté le 31 mai 2020

décodeurs, contenus). La société chinoise propose aux États de généraliser la TNT selon la même méthode. Bien que le coût proposé soit prohibitif et la qualité pas assurée, certains décideurs (Guinée...) se sont laissés tenter, attirés par la promesse d'un financement qui semblait indolore via la banque publique chinoise Eximbank. Au final, le réseau leur reviendra trois fois plus cher qu'avec un appel d'offre traditionnel, il y a des raccourcis qui coûtent cher... Néanmoins, tant au Kenya qu'au Ghana, les autorités, qui avaient initié le processus avec StarTimes, sont revenues en arrière une fois compris les conséquences du modèle économique proposé par l'opérateur chinois sur leur souveraineté. »⁵¹³

Malgré les plaintes d'*Excaf*, *StarTimes* a réussi à intégrer le marché audiovisuel sénégalais. L'opérateur chinois a utilisé son statut international et sa puissance économique pour contourner les freins nationaux. Ainsi, si la stratégie de *StarTimes* peut être jugée « malsaine », celle de *Canalplus* semble plus subtile.

⁵¹³ Gramunt, Jean-Bernard, « La TNT, un enjeu de souveraineté nationale pour les États Africains », la revue des médias, 2015 consulté le 20 juillet [en ligne] <https://larevuedesmedias.ina.fr/la-tnt-un-enjeu-de-souverainete-nationale-pour-les-etats-africains>

Section 3 - Stratégie de *Canalplus* pour résister à face à l'arrivée de la TNT

Le groupe *Canalplus* opère en Afrique depuis 1991. En 2019, il revendiquait plus de 4 millions d'abonnés en Afrique, ce qui lui permet de créer des milliers emplois directs et indirects sur le continent.⁵¹⁴ Il est pionnier dans la production et la distribution de télévision payante par satellite en Afrique francophone. « Canal + Afrique édite 17 chaînes premium et distribue 216 chaînes au total pour le continent.»⁵¹⁵ L'arrivée des concurrents de plus en plus nombreux sur le continent a poussé Canalplus à revoir sa stratégie en Afrique. Le groupe s'est résolument tourné vers la création de contenus locaux. À ce propos, G. Loubassou, Responsable des Relations Institutionnelles pour l'Afrique au sein de Canal+ International, affirme que « la concurrence, quand elle est loyale et saine pour le business et nous pousse à mieux comprendre les enjeux de demain afin de garder une longueur d'avance. Notre atout ce sont les contenus locaux et notre proximité tant dans nos réseaux qu'à l'antenne. »⁵¹⁶ En 2014, avec le lancement d'une chaîne consacrée à la diffusion de contenus africains, *Canalplus* avait affiché ses véritables ambitions et comptait mener la bataille au niveau des programmes. La nouvelle chaîne A+ a misé sur la production locale. « Elle a très rapidement pris le virage de la coproduction locale de contenus, pensés, conçus et réalisés en Afrique. Aïssa, une série musicale tournée au Cameroun, « Koiffure Kitoko », une émission enregistrée en Côte d'Ivoire, ou encore Tina la belle rebelle, actuellement en développement au Burkina Faso... Au total, et depuis ses débuts, A+ a lancé vingt-cinq projets en coproduction avec des sociétés de productions africaines, pour un montant que l'entreprise ne souhaite pas communiquer.»⁵¹⁷

⁵¹⁴ « Avec une présence en pleine expansion sur le continent africain, le groupe Canal+ y est un acteur économique clé. Il opère en Afrique depuis 25 ans et couvre, aujourd'hui, plus de 25 pays à travers 13 filiales et 50 partenaires et distributeurs. Il compte plus de 4 millions d'abonnés en Afrique et génère plus de 10 000 emplois directs et indirects sur le continent. Le groupe espère atteindre 5 millions d'abonnés africains d'ici 2020. » Cf. Canal+, un partenaire économique clé du continent africain, lelab.info URL : <https://lelab.info/canal-un-partenaire-economique-cle-du-continent-africain/>

⁵¹⁵ Ibid

⁵¹⁶ Cf. Grace Loubassou, Responsable des Relations Institutionnelles pour l'Afrique au sein de Canal+ International <https://lelab.info/canal-un-partenaire-economique-cle-du-continent-africain/>

⁵¹⁷ Cf. lemonde.fr [en ligne] https://www.lemonde.fr/economie/article/2018/04/08/canal-a-l-assaut-de-l-afrique-francophone_5282515_3234.html

Illustration n°30 - Logo de la chaîne A+



Pour réussir le pari de l'« africanisation » de ses contenus, *Canalplus* a décidé de promouvoir la production audiovisuelle africaine pour avoir des formats qui seront davantage adaptés à son offre. C'est pourquoi, l'opérateur a mis en œuvre des sessions de formation en matière de conception et de production destinées aux producteurs locaux.⁵¹⁸ « L'initiative vise à encourager les transferts de compétences dans le secteur des médias. L'objectif : former des journalistes, des producteurs et des réalisateurs africains qui puissent offrir des programmes qui s'exportent hors du continent. »⁵¹⁹ Le groupe *Canalplus* a compris que l'internationalisation des contenus audiovisuels obéit à des règles spécifiques. La capacité d'adaptation de la filiale sur le lieu d'implantation est devenue une condition de réussite. Par contre, cela ne doit nullement servir de prétexte pour ignorer le poids économique des productions étrangères. À ce propos F. Bouquillion précise que « les différents produits de culture et de la communication ne présentent pas les mêmes capacités à s'exporter selon leur aire culturelle de production et selon leurs types. Les films de cinéma, les fictions télévisuelles, les productions discographiques issues des majors américaines contribuent de manière significative à la réalisation du chiffre d'affaires hors des États-Unis de pôles tels que Time Warner, Disney ou Viacom. Tout comme les matériels de Sony sont exportés hors du Japon. En revanche, par définition, – c'est une banalité de le rappeler –

⁵¹⁸ La responsable des relations institutionnelles pour l'Afrique de Canal+ avait déclaré que « CANAL+ University est un projet de formation itinérant visant à encourager les transferts de compétences sur le continent africain dans le secteur des médias et de l'audiovisuel. Journalistes, réalisateurs, monteurs et professionnels des équipes de production de Canal+ International sont envoyés sur le continent, dans nos filiales, pour dispenser des formations auprès de professionnels du milieu. » URL : <https://lelab.info/canal-un-partenaire-economique-cle-du-continent-africain/>

⁵¹⁹ Grace Loubassou, Responsable des Relations Institutionnelles pour l'Afrique au sein de Canal+ International. [En ligne] <https://lelab.info/canal-un-partenaire-economique-cle-du-continent-africain/>

certaines activités sont liées à un territoire, c'est en particulier le cas des activités de réseaux (télévision hertzienne et câblée, bouquets satellitaires) ou aussi le cas des produits dont la langue est un élément central (livre, presse). L'internationalisation des pôles actifs dans ces domaines suppose alors l'implantation directe de filiales à l'étranger ou l'association avec des acteurs étrangers (dans l'édition, avec un éditeur « local » par exemple). »⁵²⁰

Canalplus n'a pas seulement cherché à s'adapter au marché africain, le groupe s'est aussi mis à la conquête d'un plus grand marché. C'est ce qui a motivé *Canalplus* à acheter la plate-forme Rok⁵²¹ en 2019. L'acquisition de cette plateforme permet à Canalplus de diffuser des contenus africains dans un support qui comptait déjà plus de 15 millions d'abonnés au moment de la vente. Ainsi que le souligne P. Bouquillion, « les groupes peuvent chercher à étendre le marché du groupe dans un espace géographique donné ou dans un segment de marché. Les acteurs peuvent chercher à acquérir une clientèle déjà rassemblée et plus ou moins fidélisée. »⁵²² Les dirigeants de *Canalplus* justifient le rachat de la plateforme Rok par la volonté du groupe de répondre aux besoins des abonnés. Mais, en réalité, ceci relève d'une stratégie de renforcement du groupe. *Canalplus* n'a plus le monopole du marché de la télévision payante en Afrique, il est fortement concurrencé par des groupes nationaux et étrangers. P. Bouquillion explique les raisons qui peuvent amener les grands groupes industriels à agir ainsi : « ce type de stratégies peut se conduire aussi dans des marchés étrangers en forte croissance mais réputés difficiles d'accès ou donc difficile à pénétrer par la création de filiales partant de rien. Conduire de telles actions est d'autant plus important que la position des acteurs puisse être remise en cause par les stratégies, notamment de déplacement du centre de gravité des marchés, menées par d'autres

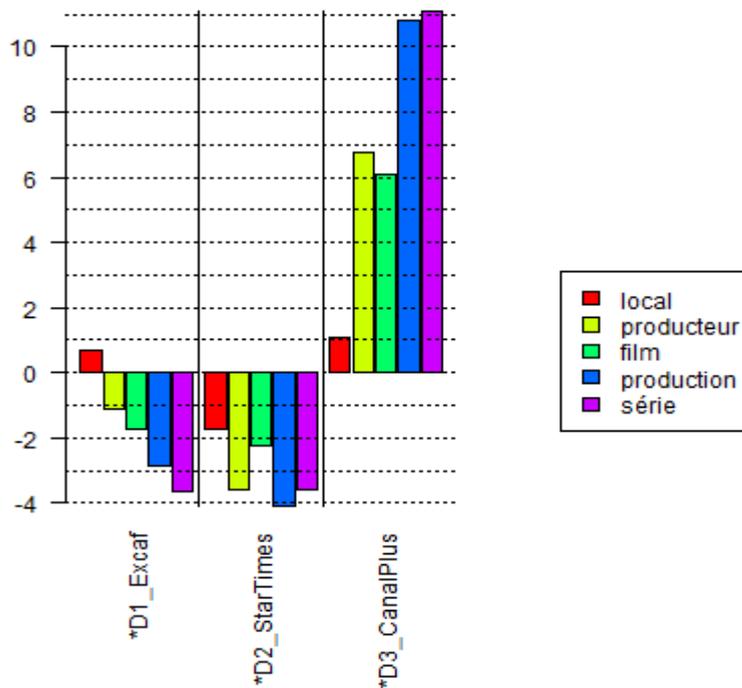
⁵²⁰ Bouquillion, Philippe. « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication. Entre « coups » financiers et intégration de filières industrielles », *Réseaux*, vol. No 131, no. 3, 2005, pp. 111-144.

⁵²¹ « Rok est lancé en 2011, elle est à l'origine une plate-forme en ligne de vidéos de Nollywood, iRokoTV. Elle s'est lancé dans la production de films Nollywoodiens en 2014 et les distribue dans toute l'Afrique subsaharienne ainsi que vers la diaspora nigériane. Face au succès des films de Nollywood à la télévision, l'entreprise a créé ses propres chaînes de télévision en 2016 : trois chaînes nigérianes et une chaîne diffusée sur Sky au Royaume-Uni. En Afrique, l'activité de télévision du groupe déclare 15 millions d'abonnés sur l'ensemble de ses chaînes. Une aubaine pour le groupe Canal, dont la diffusion des chaînes Nollywood se limitait jusque-là à l'Afrique francophone. » Source : lesechos.fr URL : <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/canal-investit-dans-la-production-de-films-de-nollywood-1037963>

⁵²² Bouquillion, Philippe, « Concentration, financiarisation et relations entre les industries de la culture et industries de la communication », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 1 | 2012, mis en ligne le 01 septembre 2012, consulté le 06 juin 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/94> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.94>

acteurs. »⁵²³ La politique du groupe français est tournée vers la concentration, dont l'objectif est de pouvoir développer constamment de nouveaux produits pour accroître sa part de marché. « La concentration, dans le cadre européen, est présentée comme la condition sine qua non de la préservation des chances des acteurs européens dans la concurrence mondiale. Il est affirmé que seuls les très grands acteurs industriels sont en mesure de construire une recherche-développement et ainsi et ainsi d'introduire les innovations technologiques. De même, selon ces discours, la quête de nouveaux marchés et la réalisation d'économies d'échelle justifient la concentration. »⁵²⁴

Figure n°18 - Le « local » dans la stratégie du discours de *Canalplus* dans le corpus stratégies d'acteurs



Le graphique au-dessus, issu de notre corpus montre clairement le vocabulaire dominant dans le discours de *Canalplus*. Les mots « local », « producteur », « film », « production », « série » sont employés de manière excessive par *Canalplus*. Nous constatons par contre un sous-emploi de ses mots par *Startimes*. Ce vocabulaire est aussi quasi absent dans le discours

⁵²³ Ibid

⁵²⁴ Bouquillion, Philippe, *les industries de la culture et de la communication, les stratégies du capitalisme*, PUG, Grenoble, 2008, p.111

d'*Excaf*, sauf le mot « local » qui a une autre signification dans le discours d'*Excaf*, nous l'avons déjà démontré dans la section 1 de ce chapitre. Dans le cadre de sa stratégie, *Canalplus* a décidé d'accompagner les producteurs locaux dans la création de production audiovisuelle. En finançant en partie les productions, *Canalplus* détient l'exclusivité de la diffusion des films et des séries. Le réalisateur sénégalais Abdou Lahad Wone explique pourquoi la deuxième saison de sa série *Tundu Wundu* a été diffusée sur A+ la chaîne africaine de Canalplus : « C'est tout simplement le schéma de financement qui a fait que la série est diffusée sur A+, la chaîne a coproduit et a préacheté le film. C'est pourquoi la première diffusion lui est réservée. Mais dès la fin de la première saison, l'on pourra suivre *Tundun Wundu* sur les chaînes locales. On aurait aimé qu'un film réalisé au Sénégal soit d'abord suivi par nos compatriotes, mais A+ est aussi disponible au Sénégal. »⁵²⁵ En acquérant les droits d'exclusivité des séries télévisées, *Canalplus* cherche à se différencier de ses concurrents. Cela lui permet de créer de la valeur afin d'attirer de nouveaux abonnés. C'est dans ce contexte que N. Sonnac estime par ailleurs que « les chaînes doivent donc être distinctes aux yeux des téléspectateurs et, pour cela, leur proposer des produits que leurs concurrents n'offrent pas, en l'occurrence, des produits exclusifs. C'est sur l'exclusivité des contenus que se fonde une grande partie de la valeur d'une chaîne aux yeux du public et qui lui permet d'attirer et de fidéliser des abonnés. »⁵²⁶ La concurrence accrue permet une liberté de choix, la différence se situe au niveau de l'offre exclusive. À ce propos, « les études mettent en évidence que la diversité, la qualité et la disponibilité des chaînes sur l'ensemble des thématiques principales (cinéma, sport, musique, documentaire) demeurent une motivation majeure d'abonnement. Les choix de programmes haut de gamme, plus généralement les programmes exclusifs, sont les principaux arguments avancés »⁵²⁷

⁵²⁵ Cf. Annexe N°2 Corpus N°2

⁵²⁶ Sonnac, Nathalie, « Médias audiovisuels et concurrence. Le cas de la télévision payante », *Revue d'économie industrielle*, 137 | 2012, 109-129.

⁵²⁷ Ibid

Sunu Yeuf, la chaîne sénégalaise de Canalplus

Canalplus a créé une chaîne *Sunu Yeuf*, disponible dans ses bouquets. Cette chaîne est dédiée uniquement aux séries sénégalaises. Contrairement à la chaîne A+ qui vise le continent africain, *Sunu Yeuf* cible exclusivement le public sénégalais. C'est une façon subtile de fidéliser davantage les abonnés. La nouvelle chaîne propose des séries qui sont déjà diffusées dans les télévisions locales. Cette initiative permet aux producteurs de rentabiliser les productions après leurs premières diffusions sur les chaînes de télévision. Contrairement aux chaînes locales, *Canalplus* a la possibilité d'acheter les séries ou de les financer entièrement. La stratégie qui se cache derrière la chaîne *Sunu Yeuf* est que *Canalplus* pourra à long terme diffuser en exclusivité les séries télévisées sur la chaîne sénégalaise au détriment des télévisions locales. *Sunu Yeuf* sera pour *Canalplus* un élément essentiel qui va peser sur la concurrence. D'ailleurs la directrice des programmes de *Canalplus* international, Clémentine Tugendhat l'a subtilement annoncé : « *Sunu Yeuf* ne tend pas forcément vers la production. Pour le moment, le groupe préfère adopter une stratégie de collaboration avec les producteurs sénégalais déjà détenteurs de produits à succès, répondant aux normes standards. D'où la pertinence du choix sur quatre séries phares qui lanceront les programmes de la chaîne, avec les incontournables, Pod et Marichou, Idoles, Dikoon et Mbetel. »⁵²⁸ La nouvelle chaîne sénégalaise de *Canalplus* est en collaboration avec tous les producteurs sénégalais.

⁵²⁸ Cf. Annexe N°2 Corpus N°2

Illustration n°31 - Logo de la chaîne Sunu Yeuf



Tableau n°17 - L'utilisation du mot « local » par Canalplus grâce au calcul de concordancier

Contexte à gauche	Pivot	Contexte à droite
consommer le meilleur du contenu	local	de façon régulière et digeste
contribuer à la valorisation de la production	local	ainsi qu'à la vulgarisation de la culture sénégalaise
cela entre dans le cadre du soutien aux producteurs	locaux	en effet c'est en grande pompe que les producteurs ont accueilli
Il fallait des histoires	locales	mettant à l'honneur des talents locaux
elle diffuse des séries	locales	très regardées par les Sénégalais

Le local a un sens pour *Canalplus*. Il a construit ces dernières années son business model en Afrique autour de ce concept. En œuvrant pour la promotion de la production locale, *Canalplus* veut apparaître comme une entreprise qui agit pour le développement de la production audiovisuelle et cinématographique au Sénégal. Il veut donner l'image d'une entreprise qui crée de la valeur en appuyant un secteur qui manque énormément de moyens. L'opérateur s'attend à des résultats en termes d'images mais surtout à des retombées économiques. Le soutien des producteurs locaux permet à *Canalplus* d'avoir un ancrage local, c'est un moyen efficace d'attirer de nouveaux clients et de les fidéliser. Le soutien de l'entreprise ne signifie pas que celle-ci est activement engagée pour la relance du secteur, elle considère le local comme une opportunité pour réaliser de bonnes affaires. En réalité, l'opérateur suit une logique financière qui l'amène à faire des choix stratégiques. F. Bousquet, V. Barbat et T. Verstraete soulignent que « du point de vue du territoire, l'AT

[l'ancrage territorial] appelle une relation s'inscrivant dans un temps long pour stabiliser l'entreprise sur le territoire. Il constitue ainsi un enjeu de nature économique, sociale et politique. Du point de vue de l'entreprise, les ressources ont un caractère à la fois spécifique et non transférable. L'AT peut donc renvoyer à une décision stratégique pour l'entreprise. »⁵²⁹

⁵²⁹ Bousquet, François, Barbat, Valérie et Verstraete, Thierry, « Influence des préférences de l'entrepreneur sur la dynamique de l'ancrage territorial », *Gestion 2000*, 2016/2 (Volume 33), p. 53-74. DOI : 10.3917/g2000.332.0053. URL : <https://www-cairn-info.sid2nomade-1.grenet.fr/revue-gestion-2000-2016-2-page-53.htm>

Conclusion chapitre 7

Les différentes stratégies mises en place par les acteurs ont été multiformes, chacun les a développées en fonction de ses atouts. Selon P. Bouquillion « les acteurs sont positionnés sur des marchés à concurrence oligopolistique, laquelle est souvent rude, hormis pour quelques acteurs en position de totale ou très forte domination sur leur marché de base. De ce fait, ils sont engagés dans des stratégies de défense et de différenciation de leurs offres, notamment afin d'échapper le plus possible à une concurrence par les prix. Ces stratégies peuvent être de plusieurs types. »⁵³⁰ Pour son positionnement, le groupe *Excaf* a misé sur la préférence nationale pour pouvoir remporter le marché de la TNT face à des sociétés étrangères avec des capacités financières plus importantes. Sur le côté financier *Excaf* ne fait pas le poids devant *Canalplus* qui est coté en bourse ou la société *StarTimes* qui est une multinationale. Les deux dernières entreprises citées dominent le marché de la télévision payante grâce à leur marge financière. Pour conquérir le marché, elles n'hésitent pas à investir beaucoup d'argent. *StarTimes* a réussi à intégrer le marché et à exercer sans autorisation préalable grâce à des partenariats avec les acteurs sportifs. *Canalplus*, grâce à son poids financier accompagne les acteurs culturels, notamment les producteurs, c'est une stratégie pour elle d'inonder le marché de la production de séries télévisées. En effet, contrairement à *Canalplus* et à *Startimes*, *Excaf* n'a pas les moyens financiers pour signer des partenariats avec les acteurs sportifs et culturels. Mais l'entreprise sénégalaise s'est appuyée sur l'identité nationale pour non seulement remporter le marché de la TNT mais aussi gagner la confiance et le soutien des Sénégalais. Cette concurrence entre les opérateurs ne saurait exister dans un contexte où le cadre juridique et réglementaire est bien établi.

⁵³⁰ Philippe Bouquillion, « Concentration, financiarisation et relations entre les industries de la culture et industries de la communication », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 1 | 2012, mis en ligne le 01 septembre 2012, p.7. Consulté le 06 juin 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/94> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.94>

Chapitre 8 – TNT et Régulation : l’audiovisuel en attente de réformes

L’apparition des médias privés a obligé les pouvoirs publics à repenser la régulation. Les premières réformes concernant les médias visent à mettre sur pied des instances légales capables de modeler des lois pour garantir la liberté de la presse et la protection de la vie privée. Au Sénégal, les mutations politiques qui sont survenues dans les années 1990 ont été à l’origine du Haut Conseil de l’Audiovisuel (HCA). L’objectif consistait à construire un cadre médiatique qui garantit le bon fonctionnement d’une société démocratique. R. De la Brosse souligne que « l’émergence d’une société transparente, garantissant les libertés politiques, récemment recouvrées ou conquises sous certaines latitudes, dépend en grande partie des institutions qui ont pour charge de renforcer et d’assurer une libre communication – tant dans le secteur privé que dans le secteur public. »⁵³¹ Au Sénégal, la régulation audiovisuelle a été un élément central dans le processus démocratique. Elle a permis l’émergence d’un secteur médiatique pluriel et réglementé. Si l’on s’en rapporte à l’analyse de R. De la Brosse « cette fonction importante peut être considérée comme étant remplie à la fois par les organes de régulation des médias et par les associations professionnelles d’autorégulation, qui peuvent responsabiliser simultanément les leaders politiques et les acteurs médiatiques. La régulation peut donc aider les hommes politiques, les acteurs sociaux au sens large et les journalistes à se situer et à savoir comment se comporter dans une société politique et médiatique ouverte. »⁵³²

Ainsi, en matière de régulation, il faut signaler que les États africains ont connu, dans les années 2000 un nouveau bouleversement marqué notamment par l’apparition des médias sociaux. L’arrivée du numérique dans le champ médiatique entraîne des changements importants dans la régulation. Le cadre réglementaire n’a pas accompagné les mutations dans le secteur des médias. La plupart des pays contraints de moderniser leur dispositif juridique accusent un grand retard. Pour le cas du Sénégal, les pouvoirs politiques ont enclenché la transition numérique avant d’annoncer les réformes dans le secteur. Les réformes du secteur obligeront les pouvoirs publics à perdre un certain contrôle sur les

⁵³¹ De la Brosse, Renaud, *Médias et démocratie en Afrique : l’enjeu de la régulation*, Bruxelles, Éditions Bruylant, 2013, p.12

⁵³² Ibid

médias. C'est sans doute ce qui explique le caractère sélectif des réformes. R. de la Brosse souligne que « la difficulté que les États manifestent, dès lors qu'ils leur faut se dessaisir de la gestion directe des affaires du secteur médiatique, n'est certes pas étonnant en soi. Dans le principe même, l'autorité politique cède peu volontiers de son pouvoir, et qui plus est à une institution offrant théoriquement peu de prise à des immixtions extérieures »⁵³³.

Au-delà de l'aspect technique, le cadre juridique et réglementaire constitue un élément important pour la réussite de la transition numérique. « Il y a les aspects réglementaires qu'il faut régler. L'encadrement juridique est une question qu'il faut régler dès le départ, parce que l'aspect technologique est la partie la plus facile à gérer. Il faut définir clairement tout ce qui tourne autour de la réglementation juridique, les rapports entre la TDS, les éditeurs, les régulateurs et l'État. C'est là qu'il faudra mettre l'accent. »⁵³⁴ C'est pourquoi les autorités ont décidé de mettre un certain nombre de réformes pour accompagner la transition numérique terrestre. Les textes juridiques existants ne prennent pas en compte les nouveaux modes de diffusions liés au numérique. Nous allons dans un premiers temps constater les différentes dérives qui sont souvent relevées dans l'audiovisuel sénégalais. Nous allons ensuite passer en revue les organes de régulation : le rôle du CNRA, principal organe de régulation de l'audiovisuel, sans oublier ses limites. Les autorités ont fait de la régulation dans le contexte TNT un défi. Nous articulerons dans cette partie les réformes annoncées par le législateur.

⁵³³ R. de la Brosse, op.cit., p.233

⁵³⁴ Annexe n°1 Entretien N°4

Section 1 - Les organes de régulation de l'audiovisuel

Le CNRA est le principal organe de régulation de l'audiovisuel au Sénégal. Au-delà du CNRA, il existe d'autres instances qui ont des rôles spécifiques. C'est le cas des instances d'autorégulation. Dans un cadre beaucoup plus large, l'Artp est chargée de la gestion et de la régulation des télécommunications.

Rôle du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel

Le Conseil National de Régulation est né en 2006. La réforme a été instituée par le Président de la République Abdoulaye Wade qui a voulu instaurer un nouvel organe de régulation qui sera en mesure d'encadrer un secteur en plein expansion, surtout avec l'arrivée des télévisions privées. Le CNRA a remplacé le Haut Conseil de l'Audiovisuel. Le HCA a été institué par la loi n° 98-09 du 2 mars 1998 pour garantir l'indépendance et la liberté de l'information et de la communication dans les médias audiovisuels. Il était chargé de veiller à l'objectivité et au respect de l'équilibre dans le traitement de l'information. « L'existence de ces instances constitue un acquis démocratique indéniable, car elle ancre le principe de la liberté d'expression tout en symbolisant la nécessité d'asseoir la pratique de cette liberté sur certaines règles qui garantissent son exercice légitime. »⁵³⁵ Mais le CNRA a très vite montré ses limites. Les pouvoirs du conseil étaient limités et insuffisants, ce qui faisait que les sanctions qu'il prononçait n'étaient ni respectées par les médias publics ni par les médias privés. C'est dans ce contexte que le professeur de droit constitutionnel, Elhadji Bodji, ancien membre du Haut Conseil de l'Audiovisuel souligne que « le HCA n'est pas investi d'un pouvoir de coercition sur les médias publics. Il n'est pas investi d'un pouvoir de nomination ou de sanction à l'encontre des organes dirigeants des médias audiovisuels du service public. Ceux-ci peuvent rester sourds aux injonctions du HCA et, intentionnellement ou involontairement, porter atteinte à son autorité et donc à sa crédibilité vis-à-vis des acteurs politiques et de l'opinion. Les réprimandes adressées à la RTS n'étant pas souvent diffusées, l'impression générale se dégage relativement à la convergence de vues de ces

⁵³⁵ Frère, Marie-Soleil, *journalismes d'Afrique, De Boeck supérieur, Louvain –La –Neuve, 2016, p.181*

deux acteurs de la communication sociale. Le HCA est généralement considéré comme un instrument dressé contre les médias privés »⁵³⁶ Ainsi, les limites constatées dans la mise en œuvre du HCR ont incité les autorités à mettre sur pied une loi pour rendre plus efficace la réglementation du secteur de l'audiovisuel. Contrairement au HCA, le CNRA est doté d'un dispositif assez puissant qui lui confère une autorité et une légitimité. La loi 2006 04, portant création du CNRA, stipule que cette institution est composée de neuf membres nommés par le Président de la République. Les membres sont nommés pour six ans, leur mandat n'est ni renouvelable, ni révocable.⁵³⁷ Pour assurer le contrôle de l'application de la réglementation sur l'audiovisuel, le conseil dispose d'une panoplie de textes juridiques. Il peut s'appuyer sur les dispositions de la présente loi et de celles des cahiers des charges et conventions régissant le secteur de l'audiovisuel. Il peut aussi également faire recours au code de la presse et à la loi sur la publicité.

Contrairement au HCA qui était obligé de faire une proposition au ministère de la communication pour les sanctions graves, le CNRA par contre peut, en se basant sur les lois à sa disposition, suspendre ou retirer un programme sans attendre l'avis d'aucune instance politique ou administrative. Le CNRA émet des mises en demeure pour enjoindre aux opérateurs de veiller au respect des dispositions de la loi, des cahiers de charges et conventions régissant le secteur. Si l'opérateur ne se conforme pas à cette mise en demeure, le CNRA peut prononcer des sanctions.⁵³⁸ « À la suite du constat des manquements avérés à cette obligation, le Conseil a mis en demeure huit opérateurs audiovisuels au titre de l'année 2014. Toutefois, les opérateurs saisis ont généralement donné une suite positive et

⁵³⁶ Bodji, Elhadji, « La régulation médiatique des élections : L'exemple du Haut Conseil de l'Audiovisuel du Sénégal », [en ligne| <https://www.elhadjimbodj.org/la-regulation-mediatique-des-elections-lexemple-du-haut-conseil-de-laudiovisuel-du-senegal> consulté le 12 juin 2020

⁵³⁷ L'article 4 de la loi portant création du CNRA précise que « La durée du mandat des membres du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel est de six ans. Ce mandat n'est ni renouvelable, ni révocable. Les membres du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel ne peuvent être poursuivis, recherchés, arrêté ou jugés à l'occasion des actes accomplis ou des opinions émises dans l'exercice de leurs fonctions. Les indemnités du Président et des membres du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel sont fixées par décret. URL : <http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article3970>

⁵³⁸ Art. 26 de la loi portant création du CNRA « En cas de manquement aux obligations prévues par la présente loi, ainsi que par les conventions et cahiers de charges, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel fait des observations ou une mise en demeure publique aux contrevenants. En cas d'inobservation de la mise en demeure, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel peut prendre une sanction qui peut consister en la suspension totale ou partielle d'un programme. » URL : <http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article3970>

rapide aux rappels à la légalité, en suspendant la diffusion d'émissions ou de publicités incriminées, sans délai. »⁵³⁹ Même si son autorité est souvent contestée par les télévisions privées, le CNRA reste pour le moment la seule instance qui peut astreindre les médias à respecter les lois et les règlements. Comme le souligne M-S. Frère, ces instances constituent un acquis démocratique, mais elles doivent se renouveler pour mieux répondre aux exigences démocratiques. « L'existence de ces instances constitue un acquis démocratique indéniable, car elles ancrent le principe de la liberté d'expression tout en symbolisant la nécessité d'asseoir la pratique de cette liberté sur certaines règles qui garantissent son exercice légitime. Autorités administratives indépendantes, ces instances sont censées répondre à une exigence démocratique de neutralité en marge des espaces politisés de l'exécutif et du législatif »⁵⁴⁰

Les limites du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel

Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel est fortement décrié par les télévisions privées. Ces dernières estiment que le CNRA est le bras armé institutionnalisé de l'État pour museler les médias privés. Les décisions du CNRA sont contestées et parfois même violemment attaquées par les diffuseurs. Dans un conflit qui l'a opposé au CNRA, le Directeur Général de la *SENTV* avait décidé de porter plainte contre le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel qui avait ordonné la suspension de ses programmes le 1^{er} janvier 2020.⁵⁴¹ Dans un communiqué, le Président Directeur Général de la *SENTV* déclare que « la direction générale de D-media a décidé de poursuivre le combat sur le plan judiciaire. Ceci, pour prouver que l'organe de contrôle a pris une décision illégale contre la *SENTV*. Nous nous donnons donc le droit de réclamer réparation auprès de la Société de télédiffusion du Sénégal (TDS) et Canal+ qui ont exécuté la décision. »⁵⁴² Ainsi, les diffuseurs récusent les décisions du CNRA, parce que pour eux, l'institution ne peut pas être partielle à cause de son mode de nomination.⁵⁴³ Les membres du conseil y compris le

⁵³⁹ Rapport cnra 2014 p18 [en ligne] <http://www.cnra.sn/do/download/rapport-annuel-2014-cnra/> consulté le 5 août 2020

⁵⁴⁰ Marie-Soleil Frère, *journalismes d'Afrique, De Boeck supérieur, Louvain –La –Neuve, 2016, p.181*

⁵⁴¹ Nous évoquons ici brièvement cette question, nous l'avons déjà traitée dans la première partie.

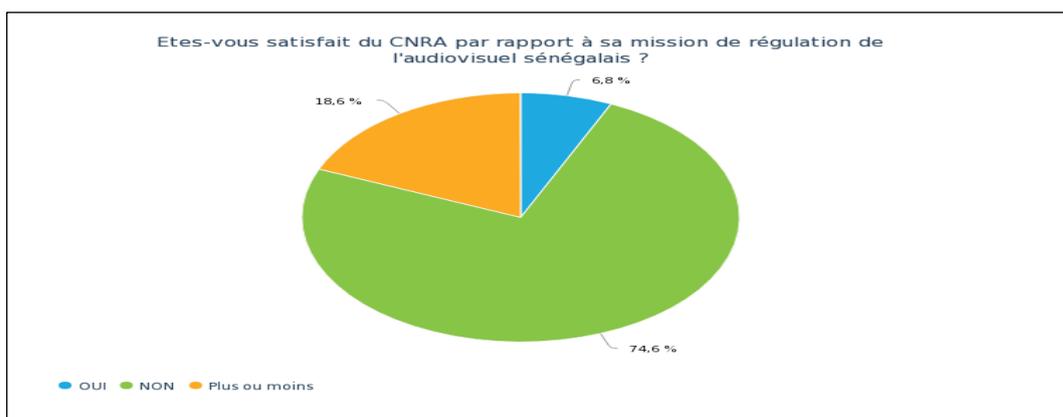
⁵⁴² Extrait communiqué *SENTV*

⁵⁴³ Les 9 membres du CNRA sont nommés par le Président de la République. L'actuel Président est un proche du chef de l'État, il a été Directeur Général de la RTS et ambassadeur du Sénégal aux États-Unis.

Président sont nommés par décret par le Président de la République. Dans une étude comparative des systèmes de régulation et autorégulation de la communication médiatique au Sénégal et au Togo, C. Agbobli et N. Loum ont révélé que « ces instances demeurent dans le giron de l'exécutif, reçoivent un financement institutionnel et disposent d'un pouvoir d'injonction et de sanctions plus ou moins limité selon le pays. De plus, ces 'autorités administratives indépendantes' semblent beaucoup plus laxistes lorsqu'il s'agit de dénoncer et de sanctionner les médias d'État que lorsqu'il s'agit des médias privés. Même si des avancées notables peuvent être constatées, la posture prise par ces institutions peut varier selon la personne placée à la tête de l'autorité et de la conception qu'il a de sa mission. »⁵⁴⁴

Pour mesurer le niveau de satisfaction des Sénégalais par rapport au travail du CNRA, nous avons lancé un questionnaire en ligne. Le public cible est essentiellement composé de professionnels des médias. Le questionnaire a été également administré à des téléspectateurs intéressés par la régulation télévisuelle. 60 personnes ont répondu à la question. 74,6% des répondants sont insatisfaits du travail du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel. Seulement 6,8% se disent satisfaits et 18,6% sont plus ou moins satisfaits. L'enquête nous permet certes de dégager une tendance, mais la question mériterait d'être approfondie dans d'autres travaux futurs.

Figure n°19 - Niveau de satisfaction de certains citoyens concernant la régulation audiovisuelle



⁵⁴⁴ Agbobli, Christian et Loum, Ndiaga, « Régulation et autorégulation de la communication médiatique au Sénégal et au Togo : État des lieux et critiques en contexte électoral », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2016/1 (N° 17/1), p. 33-49. DOI : 10.3917/enic.020.0033. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2016-1-page-33.htm>

Les instances d'autorégulation

Au Sénégal, on dénombre environ huit associations (l'Urac, le Cored, le Cdeps, l'Appel, la Cjrs, l'Unpjs, le Synpics et le collectif des techniciens.) Ainsi, pour une meilleure prise en compte des problèmes de la corporation, les journalistes ont créé la Coordination des Associations de Presse (CAP) qui regroupe toutes les associations. R. de la Brosse se réjouit que « la multitude d'associations existantes ait enfin compris l'importance d'un regroupement pour faire avancer un certain nombre de revendications et entreprendre des actions concrètes et efficaces pour lutter contre les maux affectant les médias. »⁵⁴⁵

Le Comité d'Observation des Règles d'Éthique et de Déontologie (CORED) est l'instance d'autorégulation la plus importante. Elle est mise en place en 2009, en remplacement du Comité pour le respect de l'éthique et de la déontologie (CRED). Le CORED a pour objectif de veiller au respect des conditions d'accès et d'exercice de la profession de journaliste et de technicien de la communication sociale au Sénégal. « Les instances d'autorégulation souffrent avant tout de problèmes organisationnels. Les membres étant bénévoles, ils ne sont pas toujours disponibles pour participer à de longues réunions d'analyse des contenus des médias. Un second souci est leur manque de légitimité aux yeux de la profession. Pour que les décisions du conseil soient acceptées, la crédibilité des membres doit être garantie au sein de la corporation. »⁵⁴⁶ Les difficultés du CORED sont également dues au fait que les décisions prises n'ont pas un réel impact sur les médias. L'instance peut certes prononcer des sanctions à l'encontre des journalistes qui ne respectent pas les règles d'éthique et de déontologie, mais elle n'a aucun pouvoir pour faire appliquer la sanction. Généralement le conseil se limite à un communiqué pour mettre en garde le média fautif. « Même si leurs sanctions ne sont contraignantes et n'ont aucun statut légal, elles peuvent toutefois constituer une alternative à une procédure judiciaire longue et coûteuse. »⁵⁴⁷

⁵⁴⁵ R. de la Brosse, op.cit. p.205

⁵⁴⁶ Frère, Marie-Soleil, *journalismes d'Afrique, De Boeck supérieur, Louvain –La –Neuve, 2016, p.229*

⁵⁴⁷ Ibid, p.227

Rôle des organisations religieuses dans la régulation de l'audiovisuel

Nous assistons ces dernières années à l'émergence d'une nouvelle forme de régulation dans l'audiovisuel sénégalais. Certains mouvements religieux s'attribuent la mission de dénoncer les contenus télévisuels qui ne seraient pas conformes aux bonnes mœurs. Ils estiment que certaines productions audiovisuelles sont contraires aux valeurs de la société sénégalaise. L'ONG Jamra mène depuis quelques années le combat contre la banalisation des images obscènes dans les séries télévisées et sur les réseaux sociaux. L'ONG Jamra qui se veut une organisation pour la défense des valeurs religieuses et culturelles de la société considère que certaines séries diffusées à des heures de grandes écoute font la promotion de « l'adultère et de la pornographie ». En 2019, l'ONG avait eu gain de cause en portant plainte devant le Conseil National de Régulation pour le retrait des « séquences jugées obscènes dans la série « Maîtresse d'un homme marié ». En janvier 2020, l'ONG avait aussi porté plainte contre une jeune fille du nom de « Rangou. » L'ONG a finalement obtenu gain de cause car la jeune fille a été arrêtée quelques jours après par la police de la cybercriminalité. Elle était poursuivie pour « diffusion d'images contraires aux bonnes mœurs, proxénétisme et défaut de carnet sanitaire. »⁵⁴⁸

Une nouvelle série sortie en juillet 2020, « Infidèle »⁵⁴⁹ a aussi attiré l'attention des religieux. L'ONG a porté plainte contre la maison de production *Evenprod* auprès du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel pour l'arrêt définitif de la diffusion de la série qu'il juge contraire aux valeurs de la société. À la suite de la plainte, le CNRA a rendu une décision après avoir auditionné le collectif des plaignants contre les dérives audiovisuelles, l'éditeur et le producteur de la série « Infidèle ».

Le CNRA a ordonné à la *SENTV* qui diffuse la série « de ne plus relayer des propos, comportements et images jugés indécents, obscènes ainsi que des séquences et propos susceptibles de nuire à la préservation des valeurs, sensibilités et identités culturelles et religieuses ; de ne plus diffuser ou rediffuser la série « Infidèles » avant 22h 30mn ;

⁵⁴⁸ Cf. *pressafrik.com* URL : https://www.pressafrik.com/Rangou-est-libre-_a224552.html

⁵⁴⁹ « Produite par la société *Evenprod* et initialement diffusée sur la chaîne Sen TV les mercredis et samedis à 22 heures, la série retrace les histoires d'adultère et de coucheries de plusieurs personnages dakarois, dont la sexualité occupe une place centrale dans l'intrigue. » Cf. *jeuneafrique.com* URL : <https://www.jeuneafrique.com/1033670/societe/obscene-et-indecente-infideles-la-serie-senegalaise-qui-fait-polemique/#:~:text=>

d'extirper des bandes annonces de cette série les scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public ; d'insérer de manière visible et pendant toute la durée de la série, un pictogramme rond de couleur blanche avec l'incrustation de -16 en noir. »⁵⁵⁰

Illustration n°34 - Photo de couverture de la série « infidèle »



Illustration n°35 - Affiches publiées sur les réseaux sociaux pour dénoncer la série « infidèle »



Après une présentation des instances de régulation et d'autorégulation qui encadrent l'audiovisuel sénégalais, les difficultés liées à la régulation des médias apparaissent plus clairement. Il convient de noter que les réformes n'ont pas précédé la TNT, alors que la régulation était considérée par les acteurs politiques comme l'un des enjeux majeurs. Les instances d'autorégulation peinent à se réinventer, elles manquent de légitimité et de

⁵⁵⁰ Cf. cnra.sn « Décision portant conditions de poursuite de la diffusion de la série « Infidèles » par la SEN TV » [en ligne] <http://www.cnra.sn/do/decision-portant-conditions-de-poursuite-de-la-diffusion-de-la-serie-infideles-par-la-sen-tv/> consulté le 22 aout 2020

représentativité. Par contre, les organisations religieuses s'intéressent de plus en plus à la régulation audiovisuelle. L'inefficacité des instances de régulation et d'autorégulation constitue une menace pour l'audiovisuel. Plusieurs dérives sont notées dans les médias.

Section 2 - Dérives dans l'audiovisuel : le CNRA confronté aux chaînes de télévisions

L'audiovisuel sénégalais est secoué depuis des années par de nombreuses dérives liées au non-respect de l'éthique et de la déontologie. Chaque année, dans son rapport,⁵⁵¹ le CNRA relève des manquements liés au non-respect des règles qui régissent la publicité, la protection du jeune public, le pluralisme et la diversité dans les émissions de débat.

Les questions d'éthique et de déontologie dans les médias sénégalais

Les télévisions sénégalaises sont constamment en conflit avec le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA). Dans ses avis trimestriels, le CNRA constate chaque année des manquements. Il ne cesse de recommander aux éditeurs de contenus audiovisuels de respecter les dispositions légales qui régissent le secteur de l'audiovisuel. Le conseil signale très souvent des violations et des écarts dans les émissions télévisées. Le rapport trimestriel de 2013⁵⁵² avait incriminé plusieurs chaînes de télévision. La *RTS* à travers son émission *Kinkeliba* avait montré des images de personnes tuées au Mali lors d'un bombardement. La *TFM* avait montré des images de cadavres d'enfants brûlés dans l'incendie survenu à la Médina. La *SENTV* a été également incriminée pour les mêmes raisons. Le conseil exhorte souvent les éditeurs à ne pas autoriser la diffusion d'émissions dont l'impact peut être négatif pour un certain public. Le non-respect de ses recommandations l'incite à émettre des mises en demeure à l'endroit des chaînes de télévision, parfois ordonnant la suppression d'un programme ou d'une émission. Sur ces questions, suite à une plainte de l'Ong Jamra, le CNRA avait mis en demeure en 2019 la *2STV* pour la diffusion de la série télévisée « Maîtresse d'un homme marié » jugée

⁵⁵¹ « Au plus tard le 31 mars de chaque année, le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel établit un rapport sur ses activités au cours de l'année écoulée. Il expose également dans ce rapport, la situation d'ensemble du secteur de la communication audiovisuelle, du point de vue de l'application des lois et règlements régissant ledit secteur. » Article 13 de la loi portant création du CNRA URL : <http://www.cnra.sn/do/wp-content/uploads/2013/10/LOI-2006-04-PORTANT-CREATION-DU-CNRA.pdf>

⁵⁵² Cf. Rapport cnra 2013 URL : http://www.cnra.sn/do/wp-content/uploads/2013/11/Rapport_Annuel_2012.pdf

indécente.⁵⁵³ Après en avoir délibéré, en sa séance du 31 mai 2019, le CNRA avait mis en demeure la 2STV. Il a recommandé à la chaîne « de veiller à ce que les propos, comportements et images jugés indécents, obscènes ou injurieux ainsi que les scènes de grande violence ou susceptibles de nuire à la préservation des identités culturelles ne soient plus diffusés ; de se conformer scrupuleusement à la note de service signée par la Directrice Générale de la 2STV et transmise au CNRA, enjoignant la responsable des programmes à veiller sur le contenu de la série ‘Maîtresse d’un homme marié’ et à faire procéder à un remontage chaque fois que des séquences susceptibles de heurter la sensibilité des concitoyens sont notées. »⁵⁵⁴ Ces constats nous montrent les difficultés du CNRA à faire appliquer les lois qui régissent l’audiovisuel. Il ne semble plus en mesure de prendre en charge les enjeux de la régulation qui deviennent de plus en plus complexes avec l’arrivée du numérique.

Illustrations n°32 et 33 - Affiche de la série Maîtresse d’un homme marié » / Episode 34, séquence de la série incriminée par le CNRA



⁵⁵³ « Alors que « Maîtresse d’un homme marié » montre le quotidien des femmes et leur rôle dans la société, certaines de ses séquences sont vécues comme « offensantes » dans un pays à majorité musulmane et très croyant, au point que le CNRA a mis en demeure 2STV, le 31 mai, jugeant certains clichés « indécents, obscènes ou injurieux » et certaines scènes « susceptibles de nuire à la préservation des identités culturelles ». » URL : https://www.lemonde.fr/afrique/article/2019/06/09/maitresse-d-un-homme-marie-la-serie-tele-qui-divise-le-senegal_5473949_3212.html

⁵⁵⁴ Cf. [lequotidien.sn](https://www.lequotidien.sn/maitresse-dun-homme-marie-la-2stv-mise-en-demeure/) [en ligne] <https://www.lequotidien.sn/maitresse-dun-homme-marie-la-2stv-mise-en-demeure/> consulté le 7 juin 2020

Non-respect de règles liées à la publicité

La libéralisation de l’audiovisuel dans les années 2000 a permis à beaucoup de promoteurs d’investir dans ce secteur. L’explosion de l’audiovisuel a dynamisé le secteur de la publicité avec l’arrivée de nouveaux annonceurs qui ont ciblé les télévisions privées. « Cette nouvelle culture de la publicité dans notre société a aussi encouragé les professionnels du secteur et ainsi nous sommes à même de dénombrer pas moins d’une vingtaine de nouvelles agences-conseils, une dizaine de régies, cinq agences de publicité virale et des centaines d’agents de gestion de sites sociaux. Cependant, cette croissance de la publicité se heurte aux manquements au niveau institutionnel et réglementaire. En raison de la concurrence, certaines agences publicitaires, pour se faire une image, n’hésitent pas à verser dans la provocation, l’exagération ou la promotion de produits illicites tels que les crèmes éclaircissantes. Et, bien sûr, le Conseil de régulation ne cesse d’intervenir en demandant le retrait de ces productions des écrans. »⁵⁵⁵ La publicité accordée aux guérisseurs, aux produits de dépigmentation, à la cigarette et à l’alcool, constitue les principales dérives dans l’audiovisuel. Concernant ces manquements, le CNRA a plusieurs fois mis en demeure des chaînes de télévisions qui ont refusé de se conformer aux dispositions légales en vigueur. En 2019, le CNRA avait mis en demeure la *SENTV* et la *TFM* pour la diffusion de contenu de publicité de produits relatifs à la dépigmentation. « Sur la 2STV, l’émission *Thiowli Thiowli* diffusée le 6 février 2015 à 21h00, les vertus de ces produits sont vantées par l’animatrice relayée par un *tradi-praticien* à travers des émissions audiovisuelles, en violation des dispositions de l’article 10 du décret n°67147 du 10 février 1967 instituant le code de déontologie médicale qui interdit toute forme de publicité dans le domaine médical. »⁵⁵⁶ Pourtant plusieurs dispositions juridiques interdisent ce genre de pratique. La loi 83-20 du 26 janvier 1983, en son article 9 précise que « toute déclaration ou présentation visuelle qui offense les mœurs et la morale en général, ou qui soit susceptible directement par voie d’omissions ou d’ambiguïté, de mensonge délibéré, d’abuser de la confiance du consommateur ou de son manque d’expérience. »⁵⁵⁷ La loi 2006-04 du 4 janvier 2006 portant création du CNRA dans l’article 12 prévoit qu’ « en vertu de la présente loi, le Conseil National de Régulation de l’Audiovisuel exerce contrôle, par tous les moyens

⁵⁵⁵ Cf. cnra.sn URL : <http://www.cnra.sn/do/le-secteur-de-la-publicite/>

⁵⁵⁶ Cf. Rapport 2015 p.27

⁵⁵⁷ Cf. loi sur la publicité URL : <http://www.cnra.sn/do/wp-content/uploads/2013/10/LOI-N%C2%B0-83-20-DU-28-JANVIER-1983-RELATIVE-A-LA-PUBLICITE.pdf>

appropriés, sur le contenu et les modalités de programmation des émissions publicitaires diffusées par les sociétés nationales de programmations et par les titulaires des autorisations délivrées pour des services de communication audiovisuelle privés. »⁵⁵⁸ Pour renforcer ce dispositif, plusieurs articles dans les cahiers des charges applicables aux télévisions et radios incriminent la publicité illégale. Il s'agit des articles 34, 35, 36 et 37. L'article 34, pour ne citer que celui-ci, stipule que « le contenu des messages publicitaires doit être conforme aux exigences de vérité, de décence et de respect de la personne humaine telles que définies dans la loi n° 83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité. Il ne peut porter atteinte au crédit de l'État. »⁵⁵⁹ La publicité constitue un enjeu financier, elle est la principale source de financement des médias. Les problèmes de financement auxquels sont confrontés les chaînes de télévision (voir chapitre 6) nous permettent de mieux comprendre les dérives liées au non-respect des règles de la publicité.

Le non-respect du pluralisme et la diversité dans les émissions de débat

Dans ses rapports trimestriels, le Conseil National de Régulation constate que « les animateurs et les journalistes, pour la plupart, font montre d'une certaine partialité dans les émissions et débats télévisés. Ils traitent souvent différemment les intervenants en violation des règles de l'objectivité et de la neutralité qui caractérisent l'exercice de la profession de journaliste. »⁵⁶⁰ La plupart des journalistes affichent leur appartenance politique dans les débats. Il est fréquent de voir des professionnels de l'information en exercice revendiquer leur appartenance à un parti politique. Le CNRA remarque que ce traitement partisan est même constaté dans « le temps d'antenne des intervenants qui est disproportionné en fonction des positions soutenues ou non par le présentateur. »⁵⁶¹ Le non-respect du pluralisme dans le service public est aussi une entrave de la diversité dans les émissions de débat. « La RTS, en violation de l'article 15 de la loi n° 200604 du 04 janvier 2006, ne propose plus, l'émission « Pluriel » qui doit être programmée toutes les deux semaines. »⁵⁶²

⁵⁵⁸ Cf. loi 2006-04 du 4 janvier 2006 portant création du CNRA URL : <http://www.cnra.sn/do/wp-content/uploads/2013/10/LOI-2006-04-PORTANT-CREATION-DU-CNRA.pdf>

⁵⁵⁹ Cf. cahiers des charges applicables aux télévisions et radios URL : <http://www.cnra.sn/do/wp-content/uploads/2013/10/cahier-de-charges-applicable-au-titulaire-dune-autorisation-de-t%C3%A9lvision-priv%C3%A9-version-definitive-2.pdf>

⁵⁶⁰ Cf. cnra.sn rapport 2025

⁵⁶¹ Ibid

⁵⁶² Ibid

Ainsi, pour des intérêts politiques, le service public viole souvent les règles établies. Lors du premier tour de l'élection présidentielle de 2019, la *RTS* avait diffusé en direct la conférence de presse du directeur de campagne du candidat sortant, ce dernier n'avait pas attendu les résultats officiels pour déclarer son candidat vainqueur. Au regard de la violation permanente des lois audiovisuelles, le CNRA recommande à la chaîne publique de télévision de respecter les principes d'équité, d'équilibre et de pluralisme dans le traitement de l'information politique. D'ailleurs, l'audiovisuel public est tenu de respecter le principe d'égalité de traitement des candidats. Selon l'alinéa 1^{er} de l'article L.129 du Code électoral : « Pendant la durée de la campagne électorale pour le premier tour comme, le cas échéant, pour le second tour du scrutin, les candidats en lice à la Présidence de la République figurant sur la liste arrêtée et publiée par le Conseil constitutionnel reçoivent un traitement égal dans l'utilisation des moyens de propagande de la tranche horaire quotidienne du service public de l'audiovisuel réservée aux candidats »⁵⁶³ Le CNRA invite « l'ensemble des éditeurs de médias à mieux refléter le pluralisme et la diversité dans les programmes, à observer la courtoisie, à respecter les droits et la dignité de la personne humaine et à s'abstenir de banaliser ou contribuer à la banalisation des Institutions de la République du Sénégal. »⁵⁶⁴

Le non-respect des recommandations concernant la protection du jeune public

Des images d'adolescents en situation de détresse, sont souvent présentées à l'écran à visage découvert. Dans une étude⁵⁶⁵ qu'il a réalisé sur les habitudes médias des jeunes, le CNRA a constaté que « près du tiers des enfants n'arrivent pas à distinguer entre images/scènes réelles et images/scènes fictives vues à la télévision ; ce résultat est plus accentué auprès des 10 et 13 ans, soit qu'ils demandent parfois si les images vues sont réelles, soit qu'ils prennent des risques en voulant reproduire des scènes vues dans des films. »⁵⁶⁶

Dans la plupart des émissions, on constate la diffusion d'images violentes. Ce sont des émissions généralement diffusées à des heures de grande audience, en violation

⁵⁶³ Cf. rapport Cnra 2019 p.10 [en ligne] <http://www.cnra.sn/do/download/rapport-annuel-cnra-2018-2019/> consulté le 12 Juin 2020

⁵⁶⁴ Ibid

⁵⁶⁵ Cf. rapport Cnra 2015 p.4 [en ligne]

<https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf> consulté le 12 Juin 2020

⁵⁶⁶ Ibid

flagrante de l'article 21⁵⁶⁷ du cahier des charges applicable aux médias audiovisuels. Le conseil recommande aux médias audiovisuels « de veiller au respect des dispositions de la loi n°2006-04 du 04 janvier 2006 relatives à la protection des mineurs, dans les contenus des programmes audiovisuels, au respect de la dignité humaine, ainsi qu'à celui du cahier des charges applicable au titulaire d'une autorisation de diffusion de programme de télévision privée commerciale relatif à la signalétique jeunesse et à la classification des programmes, en accordant une attention particulière au choix des images diffusées à l'antenne »⁵⁶⁸

Le CNRA a pris conscience que les excès et les dérives constatés dans le paysage audiovisuel constituent une menace pour le public, les libertés politiques et démocratiques. Malgré les actions mises en place pour empêcher les dérives, il faudra reconnaître que la volonté de l'instance de régulation est nettement freinée par une absence de réels pouvoirs de sanction. Le CNRA est à la fois soumis à la pression des acteurs politiques et à l'indifférence des acteurs de la filière. Le constat est que l'organe de régulation est constamment sous l'influence du pouvoir politique. Il s'avère être un outil de pression et de contrôle de l'audiovisuel. C'est une situation qui convient à l'autorité politique qui ne voudrait en aucun cas promouvoir une instance de régulation indépendante. C'est d'ailleurs pourquoi le CNRA est souvent en conflit avec les médias privés qui l'accusent d'être juge et partie. D'une manière générale le contexte politico-médiatique n'a jamais favorisé l'émergence d'une autorité de régulation indépendante. Le passage à la TNT est censé amener les acteurs politiques à adopter une nouvelle vision de ce que devrait être la régulation audiovisuelle dans le contexte numérique.

⁵⁶⁷ « Les émissions diffusées ne doivent pas contrevenir aux règles édictées par le Code pénal, notamment en ses articles 248 à 278. Le titulaire veille à ce qu'il soit fait preuve de retenue dans la diffusion d'images ou de témoignages susceptibles d'humilier les personnes et à ce que soit évitée la complaisance dans l'évocation de la souffrance humaine. Il veille au respect de l'image de la femme et à l'égalité entre les hommes et les femmes. » cnra.sn URL : <http://www.cnra.sn/do/wp-content/uploads/2013/10/cahier-de-charges-applicable-au-titulaire-dune-autorisation-de-t%C3%A9l%C3%A9vision-priv%C3%A9-version-definitive-2.pdf>

⁵⁶⁸ Cf. Rapport Cnra 2013 p.22 [en ligne] http://www.cnra.sn/do/wp-content/uploads/2013/11/Rapport_Annuel_2012.pdf consulté le 12 Juin 2020

Section 3 - Les défis de la régulation dans le contexte TNT

Quelques mois avant l'arrivée de la TNT, le CNRA a installé en 2014, un nouveau système de monitoring pour faire face aux enjeux actuels de la convergence technologique. Le CNRA a acquis ce dispositif grâce à une collaboration avec la HACA, instance de régulation du Maroc. Ce nouveau système de monitoring des programmes audiovisuels a permis au CNRA de mieux exploiter les programmes audiovisuels. Le logiciel HMS permet d'enregistrer, de stocker et de mieux traiter les signaux. Le CNRA estime que ce dispositif est efficace pour « s'assurer du respect par les éditeurs de contenus de leurs engagements contractuels et disposer, à tout moment, de la physionomie et des caractéristiques du paysage audiovisuel du Sénégal. D'où un renforcement de la régulation. Le nouveau système de monitoring donne un accès facile aux contenus et un système de suivi en temps réel de 17 télévisions et 20 radios, à l'heure de la transition numérique. »⁵⁶⁹ Dans le souci de veiller à la qualité des programmes proposés au public, le système permet au CNRA de renforcer la surveillance des contenus audiovisuels surtout dans le contexte de la transition numérique. « Face aux défis et mutations importants, intrinsèques à un paysage médiatique ouvert, riche de thématiques, de sensibilités nouvelles, l'acquisition de ce système moderne s'inscrit logiquement dans le renforcement de la démarche scientifique que le CNRA s'essaie à adopter pour articuler objectivement son action sur la matière audiovisuelle afin que les objectifs inhérents à la régulation des contenus soient remplis »⁵⁷⁰.

Ainsi, dans le souci de renforcer ses dispositifs réglementaires pour mieux répondre aux défis de la régulation, le CNRA a demandé à rejoindre le Réseau des instances africaines de Régulation de la Communication (RIARC) et le Réseau Francophone des Régulateurs des Médias (REFRAM). Le conseil estime que « ces instances ont pour mission d'apporter des réponses concertées entre États pour la protection des publics. De nos jours, l'un des principaux défis est de mettre sur pied et rendre opérationnels des mécanismes d'harmonisation de la régulation des contenus audiovisuels, alors même que les législations existantes sont très limitées. »⁵⁷¹ Dans ce sens que les autorités ont annoncé un

⁵⁶⁹ Cf. Rapport CNRA, 2014 [en ligne]

file:///C:/Users/asus/Downloads/Rapport_annuel%202014_CNRA%20(2).pdf

⁵⁷⁰ Ibid, p.52

⁵⁷¹ Ibid, p.52

certain nombre de réformes visant à renforcer le dispositif existant. Selon M.S Frère « deux enjeux paraissent cruciaux pour l'avenir des instances de régulation d'Afrique francophone. Le premier est celui de la consolidation de leur crédibilité, qui passe par le renforcement de leur indépendance et des compétences techniques de leurs personnels. Le second enjeu est celui de la mondialisation et des technologies de l'information, qui transforment les flux informationnels et permettent la convergence ; des mutations face auxquelles les régulateurs africains francophones paraissent démunis. »⁵⁷²

Vers un projet de loi pour remplacer le CNRA

Le secrétaire d'État à la communication avait annoncé en 2017, lors du vote par l'Assemblée Nationale du projet de loi relatif au nouveau code de la presse que le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel sera remplacé par une nouvelle entité dénommée Autorité de Régulation de l'Audiovisuel (ARA). Par contre en 2018, le Président de la République a plutôt évoqué sa volonté de renforcer le CNRA, dans un discours lors de la remise du rapport du CNRA : « Ainsi, j'ai décidé de renforcer encore le CNRA de façon conséquente afin que cet organe précieux dans un contexte démocratique puisse assumer davantage son rôle en couvrant davantage son champ et en disposant des diverses compétences que requièrent les mutations dans le secteur de la communication. »⁵⁷³

Plusieurs ateliers et séminaires, réunissant les acteurs de l'audiovisuel ont été tenus, mais aucune mesure concrète n'a été prise jusque-là. Pourtant Ibrahima Fall, coordonnateur de la cellule des affaires juridiques du ministère de l'économie numérique et des télécommunications, l'a évoqué, selon lui le projet de loi sur la réforme du CNRA est une recommandation du code de la presse qui est adopté en 2017. « Dans le code de la presse il y a une disposition qui énonce la mise en place de l'Autorité de Régulation de l'Audiovisuel. Nous avons été dans des séminaires résidentiels pour élaborer ce projet de texte à Saly et à Lac rose, on a fait trois séminaires résidentiels avec les gens du CNRA également avec

⁵⁷² M-S, Frère, op.cit., p.181

⁵⁷³ Discours du Président de la république lors de la remise du rapport du CNRA, aout 2016 en ligne http://www.presidence.sn/actualites/discours-du-president-de-la-republique-lors-de-la-remise-du-rapport-du-cnra_1353 consulté juin 2020

des acteurs de l'audiovisuel et on s'est tous convenu de revoir les missions et également les attributions mais aussi d'aller vers une transition glissante du CNRA vers ce qu'on appelle l'Autorité de Régulation de l'Audiovisuel. »⁵⁷⁴

Ce discours intervient dans un contexte marqué par l'arrivée du numérique dans l'audiovisuel. Le CNRA, créé par une loi de 2006, n'avait pas pris en compte les changements constatés ; l'avènement des réseaux sociaux numériques et les nouveaux supports audiovisuel. Les opérateurs ont la possibilité de contourner les règles en passant par internet, car les dispositions de la loi de 2006 ne couvrent pas le déploiement de l'audiovisuel dans les médias sociaux. Les médias ont étendu leurs activités sur internet et cela crée un vide juridique. Preuve en est la suspension de la *SENTV* le 1^{er} janvier 2020, pour une semaine par le CNRA sur la TNT, mais la télévision a continué à diffuser sur internet. Le conseil dans son rapport de 2014 alertait les autorités sur l'impérieuse nécessité de renforcer l'encadrement juridique : « l'impact est déjà évident sur les conceptions juridiques de la communication. Internet et le numérique redéfinissent les modalités d'élaboration et d'application des normes encadrant la production et la diffusion. L'État-régulateur se voit soustraire des pans entiers de compétence et d'autorité »⁵⁷⁵. Aujourd'hui, les médias électroniques ne sont pas soumis à l'autorité du CNRA, la réforme de la loi devrait permettre de combler le vide juridique. « Dans cette phase de transition, il nous faut forcément réussir la phase de transition juridique. On a beau avoir toutes les technologies, mais il nous faut un encadrement juridique qui tienne compte des contraintes parce que nous ne sommes plus dans le même environnement. »⁵⁷⁶ Sur le plan juridique, en réalité aucun changement n'a été constaté. Les autorités avaient pourtant annoncé l'application des nouveaux textes début 2020, mais rien ne s'est mis en place. Six ans après le lancement de la TNT, les textes juridiques sont toujours dans la phase de conception. « On est en train de procéder à la transformation juridique du secteur, tous les acteurs de la presse sont concernés. Nous avons tout un arsenal juridique et nous espérons tout finaliser avant la fin de l'année 2019. C'est vrai que c'est lent mais avec le rythme actuel on espère avoir l'ensemble des textes. Après, il s'agira de veiller à l'application des textes. »⁵⁷⁷

⁵⁷⁴ Cf. Annexe N°1 Entretien N°8

⁵⁷⁵ Rapport CNRA 2015 p.98 [en ligne]

<https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf>

⁵⁷⁶ Annexe N°1 Entretien N°7

⁵⁷⁷ Annexe N°1 Entretien N°7

Le renouvellement des instances de régulation est une exigence dans le passage à la TNT. Pour une meilleure prise en compte des enjeux du numérique, les acteurs politiques ont initié un certain nombre de réformes. Parmi elles, la mise en place d'une autorité de régulation de l'audiovisuel. Le processus de transition numérique a été enclenché depuis 2015, tandis que les réformes annoncées sont toujours en entente.

Vers une nouvelle loi sur la publicité

La loi de 1983 sur la publicité est dépassée. La publicité sur les supports numériques et les panneaux d'affichage n'entrent pas dans le champ de compétence du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel. Les limites de la loi et les manquements constatés ont favorisé un dérèglement dans le secteur de la publicité au Sénégal. Le législateur a voulu combler le vide juridique notamment dans l'article 14 de la loi n° 2008-08 du 25 janvier 2008 sur les transactions électroniques. « Les publicités, et notamment les offres promotionnelles, tels que les rabais, les primes ou les cadeaux, ainsi que les concours ou les jeux promotionnels, adressés par courrier électronique, doivent pouvoir être identifiés de manière claire et non équivoque sur l'objet du courrier dès leur réception par leur destinataire, ou en cas d'impossibilité technique, dans le corps du message. »⁵⁷⁸ Dans cette disposition, le législateur ne donne pas une définition claire de la publicité. L'article ne fait pas référence au service de communication au public par voie électronique permettant le visionnage de programmes audiovisuels. Ainsi, conscient de ces manquements, le CNRA recommande l'adoption d'un nouveau texte qui pourra prendre en compte les activités publicitaires en amont et en aval. Sur ce plan, le Sénégal est en retard par rapport aux pays voisins. La Côte d'Ivoire a un conseil supérieur de la publicité, le Mali une agence malienne de la publicité. Les acteurs préconisent que la gestion du secteur de la publicité ne soit plus une compétence du CNRA, mais qu'elle soit gérée par une institution dotée de vrais pouvoirs de contrôle. Le ministre de la communication dans un entretien avec le journal *Le Soleil* a annoncé la mise en place d'un nouveau code de la publicité. Le ministre affirme d'ailleurs que le projet est en avance d'autant plus qu'un arrêté a été pris pour mettre sur pied une commission nationale chargée de proposer des recommandations pour la mise en

⁵⁷⁸ Loi sur les transactions électroniques

[file:///C:/Users/asus/Downloads/LOI%20SUR%20LES%20TRANSACTIONS%20ELECTRONIQUES%20\(PDF\)%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/asus/Downloads/LOI%20SUR%20LES%20TRANSACTIONS%20ELECTRONIQUES%20(PDF)%20(1).pdf)

place d'un nouveau code de la publicité : « nous sommes en train de travailler à l'élaboration d'un nouveau code de la publicité devant remplacer la loi de 1983 qui est dépassée par l'évolution d'un secteur marqué, notamment, par le numérique et la multiplicité des acteurs le but de cette loi en perspective vise à renforcer les entreprises et les conformer au nouveau cadre marqué par l'avènement du numérique et la multiplicité des acteurs. »⁵⁷⁹ Pour l'heure, nous ne détenons aucun chiffre sur la publicité digitale au Sénégal, mais force est de constater que le marché commence à intéresser certains annonceurs à cause du niveau de connectivité qui ne cesse d'augmenter. Selon le rapport 2020 de *Hootsuite*, « le Sénégal compte 7,6 millions d'internautes. Le rapport montre également que plus 7 millions de sénégalais utilisent le mobile money, ce qui correspond à 32% de la population. En 2020 3,4 millions de sénégalais utilisent Facebook, qui est loin le réseau social le plus utilisé. »⁵⁸⁰ Le passage à la TNT nécessite la mise en place d'une loi sur la publicité plus adaptée. Les dérives liées au non-respect des règles qui régissent la publicité sont surtout dues à l'absence d'un cadre juridique complet capable de prendre en compte les nouveaux enjeux de la régulation.

Le numérique et les enjeux de la régulation

Le continent africain pourrait constituer un important réseau d'utilisateurs de plateformes numériques. Elle commence déjà à attirer un certain nombre de plateformes. « Certes, Amazon, le numéro un mondial des ventes en ligne, en est encore au stade de l'observation, et Apple reste pour le moment un peu en retrait. Mais Microsoft est d'ores et déjà incontournable sur le terrain institutionnel : il fournit sa technologie, notamment bureautique, à la quasi-totalité des gouvernements. Simultanément, Facebook et Google rivalisent d'initiatives locales. L'Afrique est d'ailleurs l'une des cibles prioritaires définies par le projet intitulé *The Next Billion Users of Google*. »⁵⁸¹ Pour l'heure, les pays concernés n'ont pas encore pris les devants pour encadrer ce secteur qui pourrait connaître un développement fulgurant dans les années à venir. Au moment où la régulation des médias

⁵⁷⁹ Pressafrik. Com lien : https://www.pressafrik.com/Le-ministre-de-la-Communication-annonce-l-entree-en-vigueur-d-un-Nouveau-Code-de-la-publicite-pour-les-medias-senegalais_a218546.html consulté le 20 juin 2020

⁵⁸⁰ Cf. Digital 2020 Sénégal lien : <https://datareportal.com/reports/digital-2020-senegal?rq=senegal>

⁵⁸¹ GAFAM : « Afrique face aux Géants du Web », Jeune Afrique <https://www.jeuneafrique.com/mag/614444/societe/gafam-lafrique-face-aux-geants-du-web/>

historiques reste un défi majeur en Afrique, on voit émerger d'autres enjeux liés à l'émergence des Tic. R. de la Brosse souligne que « dans un contexte de mondialisation des échanges, des flux informationnels et de convergence des contenus et des contenants, les régulateurs africains paraissent bien démunis face aux évolutions induites par la généralisation de l'usage des T.I.C, en relation avec les pratiques régulatrices. »⁵⁸² Les instances régionales et sous régionales ne sont pas dans une logique d'anticipation. Pour le moment les enjeux financiers sont moindres, l'agenda serait idéal pour mettre en place des dispositifs réglementaires pour tenter de réguler le marché de l'internet et d'en tirer le maximum de profit. En amont, les pays africains devaient aller vers une harmonisation des actions, cela passe d'abord par la conception de textes juridiques à l'échelle continentale. C'est ce que préconise R. de la Brosse, selon lui, « quoi qu'il en soit, la régulation de demain devrait de plus en plus s'inscrire dans une action collective si les sociétés subsahariennes souhaitent relever les défis induits par le croisement des médias audiovisuels, de l'informatique et des télécommunications. »⁵⁸³ À défaut de réglementation, les GAFAM pourraient constituer une véritable menace pour les entreprises locales qui s'activent dans le « numérique » et qui ne pourront pas rivaliser avec les géants du web.

La mise en place d'un nouveau code de la presse

Dès son arrivée au pouvoir en 2000, le Président de la République Abdoulaye Wade avait ordonné une réflexion pour la réforme de la presse sénégalaise. Les acteurs de la presse ont été conviés pour entamer les discussions. Depuis 2005, les différents acteurs du secteur de la presse, en rapport avec le Ministère chargé de la Communication, et avec l'implication du Ministère de la Justice et de la société civile, ont entamé les concertations pour une nouvelle réglementation juridique et une orientation économique. Le texte a été bloqué pendant quelques années à cause d'un désaccord entre les professionnels de la presse et les députés.⁵⁸⁴ Mais l'arrivée de la TNT a accéléré le processus. Dans l'exposé

⁵⁸² R. de la Brosse, op.cit. p.370

⁵⁸³ Ibid, p.371

⁵⁸⁴ « Le projet a été initié en 2009 par l'ancien Président Abdoulaye Wade (2000-2012). L'objectif est alors de remplacer la loi de 1996 relative aux organes de communication sociale et à la profession de journaliste et

des faits portant création du code de la presse n° 2017-27 du 13 juillet 2017, le législateur affirme que « Cette démarche intervient dans un contexte de bouleversement du secteur, qui se manifeste par une pluralité de vecteurs de l'information et de la communication (développement considérable de la presse écrite, libéralisation de l'audiovisuel, entraînant la création de plusieurs radios et télévisions privées, et utilisation de l'internet comme moyen de diffusion de l'information au public). Il s'y ajoute le passage de l'analogique au numérique. Toutefois, le contexte est aussi marqué par une multiplication des dérives dans le secteur de la presse, notamment des atteintes aux droits de certains citoyens et des abus dans des émissions d'animation. »⁵⁸⁵ Le code de la presse intègre les aspects de la télévision numérique, il définit les contours de la mise en place de la loi portant la création l'organe qui doit assurer la diffusion en mode numérique terrestre. Le nouveau code a pris en compte également l'encadrement des médias en ligne. Les sites en ligne sont désormais encadrés. Pour avoir une autorisation, il faut minimum une rédaction de trois journalistes. Le nouveau code prévoit également des sanctions pour les câblodistributeurs. Selon l'art. 219 « est puni d'un emprisonnement de six (6) mois à deux (2) ans et d'une amende de un (1) à cinq (5) millions francs CFA, quiconque distribue en fraude, à titre onéreux ou gratuit, des droits de l'exploitant du service, des programmes réservés à un public déterminé, qui y accède moyennant une rémunération versée à l'exploitant du service. »⁵⁸⁶ Le nouveau code de la presse est le seul dispositif juridique qui a été adopté après le lancement de la TNT. Et il ne prend pas en charge tous les aspects de la régulation audiovisuelle, notamment les manquements que nous avons cités précédemment.

de technicien, afin de mieux encadrer ce secteur en difficulté. A l'issue de la concertation nationale lancée par Abdoulaye Wade, l'une des mesures phares du projet est la dépenalisation des délits de presse, jusque-là passibles d'emprisonnement. C'est précisément cette disposition qui est sujette à débat. » *Le Monde Afrique*
URL : https://www.lemonde.fr/afrique/article/2017/06/22/au-senegal-le-nouveau-code-de-la-presse-ne-fait-pas-l-unaninite_5149388_3212.html

⁵⁸⁵ Code de la presse de 2017 [en ligne] <http://www.jo.gouv.sn/spip.php?article11233>

⁵⁸⁶ *Ibid* art.19

Conclusion chapitre 8

Nous avons constaté un retard considérable concernant la mise en place du nouveau cadre juridique applicable à la diffusion hertzienne en mode numérique. Cela prouve une nouvelle fois l'empressement des autorités à lancer le numérique, alors que toutes les conditions n'étaient pas réunies pour entamer la transition. Les autorités avaient pris l'engagement de finaliser le dispositif juridique avant 2015, mais six ans après le lancement, la télévision est toujours soumise par l'ancien cadre juridique. Les réformes annoncées ne sont pour le moment que des promesses. L'Autorité de Régulation de l'Audiovisuel qui devait remplacer le CNRA a été annoncée depuis 2017, mais ce projet de réforme ne fait même plus débat. Les autorités évoquent maintenant l'idée de renforcer le CNRA. Même à ce niveau des retards notoires ont été constatés, le CNRA est aujourd'hui impuissant pour réglementer le secteur de la publicité parce que la presse en ligne et les nouveaux modes de diffusion numérique n'entrent pas dans son champ de compétence. La TDS qui doit gérer le multiplexage peine à prendre service, car son véritable travail commence après le basculement total qui devait démarrer en 2019. Il faut rappeler que le nouveau code de la presse a été voté en 2017, mais l'absence de décrets d'applications bloque son application. Ce constat indique un manque de volonté des autorités qui, d'une part veulent réformer, d'autre part garder l'ancien système de régulation. Parce que les réformes, si elles aboutissent, feront perdre aux autorités certains privilèges. La loi qui va remplacer le CNRA aura beaucoup plus d'autonomie, certaines dispositions dans le code de la presse exigent des transparences dans la gestion des fréquences, mais aussi dans la répartition du fonds d'appui pour le développement de la presse.

Chapitre 9 - La TNT, l'innovation en trompe l'œil

La révolution du Paysage Audiovisuel Sénégalais (PAS) annoncée par les autorités n'a pas finalement eu lieu. L'intégration du numérique dans le PAS est certes une réalité depuis 2015, date à laquelle le processus de basculement a débuté. Mais force est de constater que le processus de transition a été difficile à mettre en œuvre. Trois principaux obstacles ont été relevés. Les difficultés liées à la mise en place de l'infrastructure technique, les complications dans la commercialisation des décodeurs et l'absence d'une feuille de route clairement définie pour l'extinction totale.

En effet, si la TNT est décrite comme une innovation dans le paysage audiovisuel, il n'est pas sûr que cela soit le cas dans le contexte sénégalais. Nous avons pu comprendre que ce n'est pas l'existence d'un outil technologique à lui tout seul qui détermine un changement. Pour que l'« innovation » soit réelle, beaucoup d'éléments doivent être pris en compte. « Si l'on tentait de proposer aujourd'hui une définition du procès d'appropriation d'une technologie, nous dirions que sa réalisation effective suppose les conditions suivantes: d'abord un niveau minimal de maîtrise technique et cognitive de l'artefact par l'utilisateur. Ensuite il suppose une intégration significative de l'objet technique dans la vie quotidienne de l'utilisateur (au travail ou hors travail). Cette maîtrise et cette intégration devront être suffisamment avancées pour permettre à l'utilisateur de réaliser à l'occasion, à l'aide de l'objet technique, des gestes de création, c'est-à-dire des actions qui génèrent de la nouveauté en regard de ses pratiques habituelles. »⁵⁸⁷

Nous avons démontré dans les chapitres précédents que l'arrivée de la TNT n'a pas dynamisé le paysage audiovisuel sénégalais. Dans cette partie, nous allons pouvoir entrer dans les détails en évoquant les différents aspects qui montrent les limites du projet de la TNT. Pour aborder cette question, nous avons recensé 53 articles qui relatent les difficultés de la mise en œuvre de la TNT. Il s'agit d'articles publiés dans trois types de presse (presse publique, presse privée et les sites d'information). Presse publique : le quotidien national *Le soleil* et l'Agence de Presse Sénégalaise (APS). Presse privée : *l'observateur*, *le quotidien*, *Walf quotidien*, *Sud quotidien*, *Enquête*, *le populaire*. Sites d'information : *Seneweb*, *Leral*,

⁵⁸⁷ Breton, Philippe, et Serge Proulx. *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*. La Découverte, 2012, p284.

Social net link, Cio, Dakaractu.) L'analyse des articles de presse et le témoignage des acteurs clés de la TNT, nous permettrons de situer les failles, ensuite nous allons relever les manquements dans la commercialisation et la distribution des décodeurs, dans un deuxième temps, nous évoquerons les difficultés liées à l'extinction totale et enfin, nous examinerons les enjeux économiques du dividende numérique.

Section 1 – l'échec dans la commercialisation et la distribution des décodeurs

L'accès aux décodeurs est fondamental pour la réussite de la TNT. La distribution et l'accessibilité à ces décodeurs constituaient un enjeu majeur dans la mise en place de la TNT. Le Comité National de la Transition de l'Analogique vers le Numérique qui était chargé de réfléchir sur les stratégies a failli, certainement à cause de l'absence d'une étude fiable. Dans un premier temps, le CONTAN avait estimé que le pays aurait besoin de 865.000 décodeurs pour permettre à tous les téléspectateurs ayant un téléviseur de se procurer un récepteur. D'ailleurs, c'est le chiffre qui est mentionné dans le contrat de concession qui lie l'État du Sénégal à *Excaf*. Mais, une réévaluation a permis au CONTAN de se rendre compte de son erreur. En réalité, il fallait 1.200.000 décodeurs pour couvrir l'ensemble du territoire. Le CONTAN avait aussi proposé aux autorités de distribuer gratuitement les décodeurs. Le comité s'est ensuite rétracté parce qu'il n'avait pas au préalable défini les conditions de distribution des décodeurs. Mamadou Baal, membre du CONTAN confirme que « le comité était en train de discuter pour voir comment distribuer les décodeurs gratuits. Ce qui paraissait simple mais particulièrement difficile dans le contexte sénégalais. C'est pourquoi quand l'État l'a proposé on était d'accord mais vendu pour un prix modique, 10.000 francs CFA. »⁵⁸⁸ Ce revirement a d'ailleurs poussé la Société Générale à rompre son contrat avec *Excaf*. Le retrait de la SGBS a sombré la société *Excaf* dans des problèmes financiers qui ont eu des répercussions sur les commandes de décodeurs et la finalisation des travaux de l'infrastructure de la TNT.

Pour le choix des décodeurs, le Sénégal a choisi un modèle aux normes DVB T2 /PEG4. C'est un décodeur qui est adaptable aux téléviseurs anciens modèles qui ont une prise RCA ou une prise HDMI.

⁵⁸⁸ Cf. Annexe n°1

Illustration n° 36 - Décodeur DVB T2 /PEG4



Source : TDS.SA <https://www.tds.sn/wp-content/uploads/2019/10/COMPRENDRE-LA-TNT.pdf>

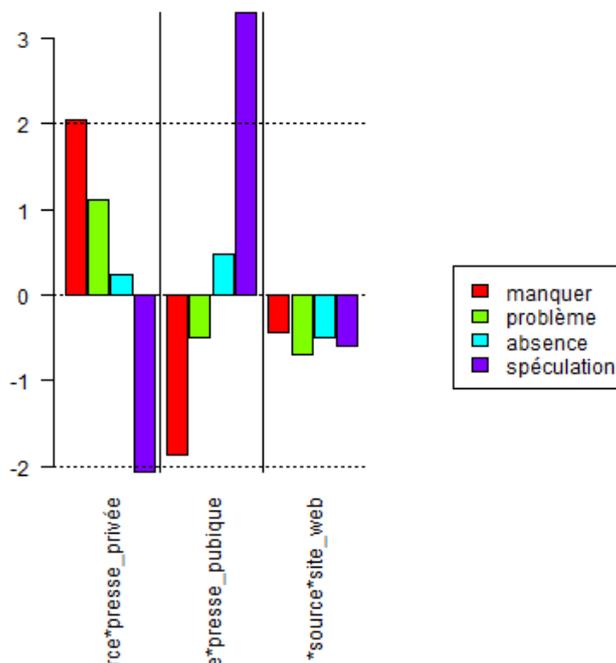
L'achat et la distribution des décodeurs TNT : la médiatisation d'un échec

Le 20 février 2015, le groupe *Excaf* avait signé un contrat avec la société ATPS pour la fourniture de décodeurs. Le premier lot de décodeurs devrait arriver avant le lancement de la TNT qui était prévu le 17 juin 2015. Le partenariat entre les deux sociétés n'a pas fait long feu. La société ATPS a porté plainte contre Excaf pour non-respect de ses engagements. Elle lui reproche d'avoir « violé le contrat d'exclusivité ». ⁵⁸⁹ Le différend qui a eu lieu entre *Excaf* et ATPS révèle des failles dans la distribution des décodeurs. Il a eu de graves incidences dans la gestion de la TNT. À cause de ses errements, l'image de la TNT a été fortement affectée. « Les décodeurs qui devaient contribuer à faire le passage au numérique n'étaient pas disponibles partout. Il était au centre des spéculations alors que

⁵⁸⁹ Cf. agencecofin.com « Sénégal : mésentente entre les sociétés Excaf Télécom et ATPS sur la distribution des décodeurs de la Tnt » URL : <https://www.agencecofin.com/audiovisuel/0712-34369-senegal-mesentente-entre-les-societes-excaf-telecom-et-atps-sur-la-distribution-des-decodeurs-de-la-tnt>

certaines mêmes soupçonnaient *Excaf* d'avoir entretenu ce flou pour pouvoir vendre le décodeur plus cher, alors à cause de tout ça, il y a eu pleins de problèmes, le conflit d'*Excaf* avec ses créanciers, le conflit d'*Excaf* avec des importateurs du décodeur et *Excaf* avec lui-même. Avec tout problème, on continue à affirmer que le Sénégal est passé au numérique alors que la construction de l'infrastructure n'était pas prête. Pas à 100% à travers le pays c'est-à-dire la couverture de l'époque était aux environs de 75 ou 85%. »⁵⁹⁰ C'est à partir de ce moment-là que les Sénégalais ont commencé à douter des compétences du CONTAN mais aussi de son partenaire *Excaf*. Le problème de gestion des décodeurs a fini par être un feuilleton dans la presse. Pour analyser le discours caractérisant la gestion des décodeurs, nous avons sélectionné un corpus de 53 articles publiés dans deux types de presse notamment, la presse publique, la presse privée et les sites d'information.

Figure n°20 - Fréquence d'emploi des mots « manquer », « problème », « absence », « spéculation » par les types de presse dans le Corpus échec de la TNT



Le graphique ci-dessus nous donne un aperçu sur l'utilisation du vocabulaire qui fait référence aux manquements dans la gestion de la TNT. Comme nous pouvons le voir, les

⁵⁹⁰ Annexe N°1 Entretien N°5

résultats montrent l'intérêt que la presse privée accorde à la gestion des décodeurs. Les journaux privés ont révélé les « manques », les « problèmes » et l'« absence » constatés dans l'acquisition et la distribution des décodeurs. D'où l'emploi excessif des mots « manquer », « problème » et l'utilisation assez appuyée du mot absence. Ce vocabulaire est constamment employé par les journaux pour pointer du doigt l'absence et le manque de décodeurs sur le marché. « Il n'y a pas de décodeurs », « les populations s'inquiètent du manque de décodeurs », « l'absence de décodeurs qui focalise toutes les attentions », « la TNT reste bloquée par l'absence de décodeurs », « la TNT n'a été effective que de nom, en l'absence de décodeurs », « le problème réside dans la disponibilité des décodeurs », « le seul problème que nous avons, c'est que nous n'avons pas suffisamment de décodeurs », « il ne s'agit pas d'alerter, il faut régler les problèmes ».

Par contre, la presse privée s'est moins intéressée au sujet de la « spéculation », qui est quasiment absent dans son discours. Cela peut paraître étonnant de constater que la presse publique emploie de manière excessive le mot « spéculation ». Mais cela peut se comprendre, d'autant plus que, la presse publique utilise le mot « spéculation » non pas pour critiquer la gestion des autorités, mais pour dénoncer l'attitude des commerçants « véreux » qui s'adonnent illégalement à cette activité. « Les spéculateurs sont avertis », « des mesures coercitives contre toute spéculation », « l'arrêté ministériel afin d'éviter d'éventuelles spéculations », « avoir de grands magasins de stockage pour éviter la spéculation ». Comme on peut le voir sur le graphique, la presse publique évite l'emploi des termes « manquer », « problème ». Ainsi, au vu des résultats de l'analyse, on constate une absence de prise de position des sites d'information qui ont quasiment occulté le vocabulaire qui fait référence aux difficultés liées à la gestion des décodeurs.

L'enthousiasme était à son paroxysme au lendemain du lancement de la TNT, mais les nombreuses difficultés, surtout liées au manque de décodeurs, ont ralenti les ardeurs. Les autorités qui vantaient l'expertise nationale commencent à rejeter la faute sur l'opérateur *Excaf*. Le ministre des télécommunications et des postes avait annoncé en novembre 2016 que l'opérateur *Excaf* n'a pas respecté le cahier des charges qui le liait à l'État du Sénégal. Il estimait qu'*Excaf* devait déployer 865.000 décodeurs sur le marché, alors que seuls 365.000 sont disponibles.⁵⁹¹

⁵⁹¹ Cf. agencecofin.com Sénégal : le ministre des Postes et Télécoms tient le groupe Excaf Télécoms pour responsable du retard dans la mise en œuvre de la Télévision numérique terrestre » URL :

Il n'était pas le seul à prendre position publiquement, le directeur de l'Agence de Régulation des Télécommunications affirmait que le seul problème de la TNT, c'est *Excaf* qui peine à respecter ses engagements. Mamadou Baal précise d'ailleurs qu'« il n'y a pas que des décodeurs à acheter. Il reste la mise en place de l'infrastructure des émetteurs, les antennes, les multiplex, les centres de diffusion. On a prévu un centre de diffusion principal à Dakar. Il devrait y avoir aussi cinq autres centres de diffusion secondaires dans les régions qui pourraient permettre aux chaînes de télévisions locales de diffuser uniquement pour la région. Si une chaîne veut diffuser sur tout le territoire, elle doit payer pour 26 émetteurs. Si la chaîne veut couvrir sur deux émetteurs, elle paye pour deux. Il faut des centres de diffusion secondaires pour pouvoir faire tout ça et c'était prévu. »⁵⁹²

Les manquements de la TNT relatés par la presse ont fait écho chez la plus haute autorité. Les différents titres de presse avaient décrit le malaise. « Problème de décodeurs, défaut de ressources humaines : Les ratés de la TNT mis à nu » « Passage de l'analogie au numérique : Nébuleuse autour d'une télévision à 39 milliards de francs CFA » « Blocages dans la mise en œuvre de la TNT : *Excaf* incapable de fournir des décodeurs » « Passage de l'analogique au numérique : La TNT débarque sur fond de problèmes ».

En juillet 2019, quatre ans après le lancement de la TNT, le Président de la République au cours d'un conseil des ministres avait demandé à son gouvernement l'évaluation systématique du contrat de concession relatif au projet de télévision numérique terrestre. Mamadou Baal, membre du CONTAN souligne que « c'est un problème d'argent qui a retardé le projet, il n'y a pas à se le cacher. *Excaf* a usé de toutes les formes pour trouver de l'argent, mais quand tu empruntes, il faut une garantie. L'immeuble d'*Excaf* ne suffit pas comme garantie, 40 milliards n'est pas une petite somme. Ils ont eu des banques qui leur ont prêté de l'argent, mais ce n'était pas suffisant pas autant qu'il faut pour terminer l'infrastructure. Le problème est toujours là, ils ont avancé mais ils n'ont pas encore terminé. L'État leur a permis d'avoir une garantie, mais ce n'est pas de l'argent liquide. C'est juste une garantie. Au moment où je vous parle, l'État n'a pas mis un seul franc. »⁵⁹³

<https://www.agenceecofin.com/audiovisuel/0911-42305-senegal-le-ministre-des-postes-et-telecoms-tient-le-groupe-excaf-telecoms-pour-responsable-du-retard-dans-la-mise-en-uvre-de-la-television-numerique-terrestre>

⁵⁹² Annexe N°1 Entretien N°1

⁵⁹³ Ibid

Section 2 - TNT : la difficile extinction de la diffusion analogique

Plusieurs dates ont été avancées pour l'extinction totale de l'analogique, mais finalement aucune n'a été respectée. En 2015, lors du lancement de la TNT, les autorités avaient annoncé que les premières extinctions vont débiter quatre ans plus tard, plus précisément en décembre 2019. Mais en raison des multiples défaillances constatées dans le processus de transition, les autorités étaient obligées de reporter l'échéance. Amadou Manel Fall, Directeur de la stratégie, partenariat et innovation de la TDS confirme que « les premières extinctions devaient être programmées pour décembre 2019. On espère rattraper les reports et réussir à éteindre l'ensemble des émetteurs analogiques avant juin 2020. Aujourd'hui si on éteint le signal analogique, le problème c'est la distribution des décodeurs. On est conscient du retard concernant la distribution des décodeurs c'est du ressort de Excaf mais TDS fera en sorte de l'accompagner »⁵⁹⁴ Les retards constatés dans le processus de mise en place de la TNT sont désormais imputés à *Excaf*, par la même occasion les autorités se dégagent de leurs responsabilités et se targuent d'avoir fait ce qu'il fallait. Ouseynou Dieng, Directeur de la communication au ministère de la communication et de la culture affirme clairement qu' « à ce rythme nous ne pourrions pas respecter les engagements. On espère que des solutions seront trouvées. Plusieurs pays africain ont eu ce problème. Le Sénégal a voulu se distinguer pour être un pays à l'avant-garde dans l'émergence des Tic en Afrique. On voulait donner un signal fort mais actuellement la tendance n'est pas très bonne. »⁵⁹⁵ Les rapports fournis par les experts du ministère de la communication, de l'ARTP et du CNRA ont révélé plusieurs manquements dans les travaux de mise en œuvre des infrastructures de la TNT. Sur les 24 sites prévus pour couvrir l'ensemble du territoire, seuls 6 sont ponctuels, même si *Excaf* affirme avoir couvert 92% du territoire. À cause des manquements constatés, l'État du Sénégal a mis en demeure *Excaf* en octobre 2019 pour non-respect des engagements et du cahier des charges. Mamadou Ndiaye, enseignant-chercheur au Cesti, estime que le Sénégal a mal abordé le basculement. « Je crois que depuis juin 2015, date du basculement de l'analogique vers le numérique, le Sénégal n'a pas proposé un modèle de TNT qui pourrait

⁵⁹⁴ Annexe N°1 Entretien N° 15

⁵⁹⁵ Annexe N°1 Entretien N° 7

être populaire, accessible et qui pourrait permettre une extinction définitive à partir de 2020. Nous n'avons pas une TNT au vrai sens du terme. Le niveau de couverture est faible. Au moment où une bonne partie du territoire n'est pas couverte, il serait surprenant de demander aux citoyens d'acheter un service qu'ils ne pourront pas utiliser. Je vois plus un service de bouquet de télévision numérique qu'une télévision numérique terrestre. On nous a beaucoup promis avec la TNT. Ils ont dit qu'on allait avoir beaucoup plus de fréquences avec le numérique. On aurait pu avoir une offre internet moins chère, parce que certaines bandes seront utilisées par les réseaux de télécommunications pour faire de l'internet accessible. On avait même cité Google et Orange mais jusqu'à présent les promesses n'ont pas été respectées surtout avec les difficultés d'*Excaf*. »⁵⁹⁶

Extinction totale juin 2020 : deuxième rendez-vous manqué

Après le rendez-vous manqué en 2019, les autorités avaient annoncé que le basculement se ferait au plus tard au mois de juin 2020. C'est l'échéance qui a été retenue par l'Union Internationale des Télécommunications pour l'extinction totale de la diffusion en mode analogique. Comme le rappelle Mamadou Baal, « Il était prévu de démarrer le basculement en décembre 2019 région par région en commençant par Thiès et Diourbel. Est-ce que ça va se faire ? Je ne sais pas trop parce qu'il faut s'assurer qu'il y a assez de décodeurs pour les deux régions pour pouvoir commencer le basculement. L'opération TNT ce n'est pas, je veux j'y vais, je ne veux plus j'arrête. C'est une obligation. Le Sénégal doit tout faire pour finir son basculement en juin 2020. Mais au cas contraire, ce ne sera pas la fin du monde. Il est juste souhaitable que les pays tiennent l'engagement international auquel ils ont souscrit »⁵⁹⁷

Pour se conformer à cette recommandation, les autorités ont organisé en mars 2020 une cérémonie de lancement du basculement total de la TNT. Les responsables en charge de la TNT avaient annoncé que le basculement a débuté officiellement le 2 mars dans la région de Diourbel à l'Est de Dakar, les autres régions devraient suivre. La date du 17 juin 2020 est dépassée, et le calendrier de la TNT n'est même pas disponible. Ainsi, contrairement au

⁵⁹⁶ Annexe N°1 Entretien N° 3

⁵⁹⁷ Annexe N°1 Entretien N°1

lancement de la TNT en 2015, le lancement de l'extinction a eu lieu sans la présence du Président de la République. Les autorités semblent prendre conscience de leurs erreurs dans la mise en place de la télévision numérique au Sénégal. En voulant aller vite, elles font face désormais à la dure réalité de pouvoir tenir les engagements. Les difficultés constatées durant tout le long du processus de transition incitent certains spécialistes à émettre des doutes quant à la capacité des acteurs à finir le projet. Mamadou Ndiaye enseignant chercheur au Cesti exprime des réserves : « le projet pourra survivre à condition que les Sénégalais se l'approprient. Si ça continue à ce rythme l'opérateur va jeter l'éponge. *Excaf* avait même menacé d'abandonner quand *Startimes* a voulu introduire le marché en vendant des décodeurs. *Excaf* va même perdre l'exclusivité qui lui a été donnée. On peut aller vers la fin de la TNT telle que portée par *Excaf* actuellement. Nous sommes dans une situation de léthargie, l'opérateur ne va plus mettre de l'argent dans un projet qui n'est plus viable. J'ai un doute sur la viabilité de ce projet. »⁵⁹⁸ Pour dépasser cette situation de léthargie, certains acteurs suggèrent que la TDS doit prendre service le plus rapidement possible. Alioune Badara Ndoye, directeur technique de la RTS, plaide pour la mise en route de la TDS, qui est la seule entité à pouvoir corriger les failles de la TNT : « la TDS a été créée pour gérer la diffusion télévision numérique au Sénégal, qu'on se donne les moyens de rendre la TDS opérationnelle. C'est ce que nous disons, nous pouvons apporter notre expertise. La TDS sera plus ou moins le pivot de tout cela, en réalité c'est la TDS qui doit piloter. On pourra être le socle technique parce que cette direction-là est appelée à migrer vers TDS. La direction que dirige actuellement la télédiffusion va migrer vers la TDS, ça a été fixé par la loi. On a discuté des modalités de transfert du personnel et de l'infrastructure vers TDS avec les responsables du TDS au sein d'un comité adoc.»⁵⁹⁹

La diffusion en simulcast coûte cher à certains diffuseurs, notamment la RTS. La chaîne publique dépense beaucoup d'argent pour assurer à la fois la diffusion en numérique et analogique. Le directeur technique de la RTS explique les conséquences : « on est pressé de se départir de ces charges-là, nous en terme de consommation d'énergie c'est 1 million par jour avec l'analogique, on a engagé beaucoup de travaux par ce qu'on croyait qu'on allait faire le surchauffé depuis, mais jusqu'à présent on continu à supporter les charges analogiques. On est dans une situation plus ou moins hybride ce qui fait qu'on ne sent

⁵⁹⁸ Cf. Annexe N°1 Entretien N°3

⁵⁹⁹ Cf. Annexe N°1 Entretien N°4

vraiment pas pour le moment l'impact ou bien les bénéfices qu'on peut retirer de ces transitions-là tant que le basculement n'est pas effectif nous on continuera à supporter tout ce qui est charge analogique. Les satellites nous coûtent des centaines de millions, nos émetteurs analogiques n'ont plus de pièces de rechange parce que les fabricants même n'en disposent plus ou bien c'est des sociétés qui sont même en faillite parce que ce sont des émetteurs qu'on a acquis depuis, les dernier il y a de cela 8 ans , on y peut rien la consommation aussi elle est excessive en terme d'énergie, l'énergie et la climatisation. La RTS a aussi envie de se consacrer sur son propre cœur des métiers à savoir l'édition des programmes et franchement ne plus se soucier de ces aspects de diffusion, de transmission, d'énergie pour faire véritablement le rôle qui est le sien. »⁶⁰⁰

Les autorités n'ont fourni aucune explication par rapport au non-respect des échéances manquées. En annonçant ces dates, les autorités savaient sans doute que les échéances ne seraient pas respectées compte tenu des failles qui ne sont pas encore résolues. La disponibilité et l'accessibilité des décodeurs posent toujours problème. Au-delà des décodeurs, tous les sites ne sont pas encore livrés. Jusque-là aucune évaluation n'a été rendue publique pour mesurer le niveau d'attraction et d'ancrage de la TNT au sein de la population. On ne peut pas décréter l'extinction totale de l'analogique alors que la TNT n'est pas encore arrivée dans plusieurs localités du pays. Pire encore, aucune politique n'est menée pour la prise en charge des zones où il sera difficile de raccorder la TNT. Ainsi, « la réussite de cette mutation de la télévision repose sur plusieurs facteurs : l'adoption par le législateur d'une feuille de route pertinente, la mobilisation des organismes publics, des chaînes de télévision publiques et privées et des industriels. Elle nécessite des choix relatifs à l'évolution du cadre réglementaire, à la diversité de l'information et des œuvres audiovisuelles produites et diffusées, avec l'implication de l'ensemble des acteurs et l'information du public. »⁶⁰¹

Finalement l'extinction n'a pas eu lieu ni en 2019 ni en 2020. Plusieurs acteurs restent pessimistes quant à l'issue de la transition, c'est le cas de Mountaga Cissé, formateur et spécialiste de la presse en ligne : « Cela va être difficile de procéder à cette extinction totale en 2021 voire même en 2022. On a constaté que les choses ne bougent pas. L'opérateur

⁶⁰⁰ Cf. Annexe N°1 Entretien N°4

⁶⁰¹ Gramunt, Jean-Bernard « La TNT, un enjeu de souveraineté nationale pour les États Africains », la revue des médias, 2015 consulté le 20 juillet [en ligne] <https://larevuedesmedias.ina.fr/la-tnt-un-enjeu-de-souverainete-nationale-pour-les-etats-africains>

privé qui doit s'occuper de la mise en place de l'infrastructure a fait des efforts. Il y a une structure qui s'appelle Télédiffusion du Sénégal mise en place par l'autorité qui doit prendre le relais mais ce n'est pas encore le cas. Si elle existe cette structure, il y a un responsable qui n'a pas encore commencé à faire des choses. Les choses n'avancent pas comme ça devrait l'être. Donc l'extinction en 2020 est impossible. »⁶⁰²

Après 2019, les autorités en charge de la TNT ont également manqué le rendez-vous de 2020. Le basculement définitif de l'analogique semble impossible. Comme nous l'avons déjà expliqué au cours de nos analyses, les failles dans la mise en place de la TNT sont dues à plusieurs facteurs : de la conception à la validation du projet en passant par la réalisation. La question du dividende numérique a été considérée comme déterminante dans le processus de transition numérique. La valorisation du spectre soulève un débat. Faut-il le vendre ou l'utiliser pour le renforcement du haut débit ?

⁶⁰² Annexe N°1 Entretien N°12

Section 3 - Les enjeux économiques du dividende numérique

La gestion du dividende numérique est l'un des enjeux majeurs de la transition numérique. L'expérience des pays qui ont déjà procédé au basculement de l'analogique au numérique montre l'importance du spectre en termes de développement économique et social. S'agissant de la valorisation des fréquences, certains pays ont privilégié les logiques de marché tandis que d'autres ont favorisé le renforcement du haut débit sans fil pour améliorer l'accès aux services de l'État : « Les pays comme le Royaume-Uni et les États-Unis privilégient la logique de marché sans pour autant exclure toute prise en compte de l'intérêt général. D'autres pays, comme la Suède ou le Japon, sont plus méfiants à l'égard de la logique du marché et privilégient certaines utilisations jugées particulièrement importantes pour la société. Par exemple, la Suède accorde beaucoup d'importance au haut débit sans fil pour améliorer l'accès des citoyens aux services de l'État. »⁶⁰³

Dans le cas du Sénégal, aucune loi ne définit la réaffectation des fréquences libérées après l'arrêt de la diffusion de l'analogique. Ainsi, les intentions concernant la gestion du dividende ne sont pas clairement affichées. Cependant, pour comprendre l'option du Sénégal, il faudra revoir les missions du Comité National de Transition de l'Analogique vers le Numérique (CONTAN). L'article 6 du décret portant création du CONTAN montre que le Sénégal a opté pour le renforcement du haut débit sans fil. Dans la perspective des possibilités offertes par la disponibilité de nouvelles fréquences dans les bandes UHF (470-862 MHz) et VHF (174-230 appelées dividende numérique, le comité a pour mission dans un premier temps de « proposer un programme de réduction de la fracture numérique et de génération d'emplois par la mise en œuvre de services électroniques (e-services) permettant d'assurer une administration moderne et efficiente ; réfléchir sur les modalités d'un meilleur accès des populations urbaines et rurales aux services en ligne, promouvoir l'utilisation des technologies de l'information et de la communication afin d'asseoir les bases d'une société de l'information dans laquelle les citoyens tirent le maximum d'avantages de l'exploitation des potentialités de l'économie numérique, favoriser l'utilisation des dernières générations

⁶⁰³ Cf. « Etude sur la valorisation du dividende numérique », réalisée par le cabinet Analysys Consulting, mai 2008, p.14 lien https://archives.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/etude-dividende-numerique-mai2008.pdf

en matière de télécommunication et de services à valeur ajoutée. »⁶⁰⁴ La mission assignée au CONTAN est de réduire le fossé numérique. L'optimisation du spectre permettra d'apporter de l'internet à haut débit dans les zones les plus reculées. Le Sénégal pourra saisir cette opportunité pour accroître considérablement le taux de pénétration d'internet à haut débit qui est inférieur à 1%. Par contre le taux de pénétration global selon l'ARTP est estimé à 83,47% ce qui ne reflète pas la qualité du service car 81,75% concernent l'internet mobile (2G, 3G, 4G).⁶⁰⁵

Valorisation économique des dividendes numériques

Même si la feuille de route du CONTAN semble décliner l'option du renforcement du haut débit pour permettre l'accès facile au réseau internet, force est de constater que les autorités n'excluent pas les logiques de marché. Les fréquences libérées sont estimées à plusieurs milliards. Mamadou Baal, membre du Contan estime que « les fréquences que les télévisions utilisaient, seront remises à l'État qui va les vendre aux opérateurs de téléphonie mobile. »⁶⁰⁶ Depuis quelques années, le secteur des télécommunications au Sénégal a connu un essor considérable. « La valeur du marché des télécommunications au Sénégal est estimée à 729,05 milliards de FCFA en 2018 et les investissements sont évalués à 97 milliards de FCFA. Les statistiques sur l'emploi montrent que le secteur tertiaire emploie une part importante de l'emploi salarié national. Le secteur des télécommunications constitue le troisième contributeur à la création d'emploi après le secteur des transports et celui des services de restaurations. »⁶⁰⁷ Quatre opérateurs de téléphonie mobile, fournisseurs d'accès à internet se disputent le parc internet qui est en pleine croissance. Le spectre hertzien qui sera libéré après l'arrêt de l'analogique va constituer un enjeu pour développer de nouveaux services mobiles. En l'absence de disposition réglementaire, la gestion du

⁶⁰⁴ Cf décret portant création du Comité National de Pilotage de la Transition de l'Analogique vers le Numérique [en ligne] <http://www.cnra.sn/do/creation-du-comite-de-pilotage-de-la-transition-de-lanalogique-vers-le-numerique-contan/>

⁶⁰⁵ Source : ARTP lien : https://www.artpsenegal.net/sites/default/files/docs_observatoire/tb_internet_31_mars_20.pdf

⁶⁰⁶ Cf. Annexe N°1 Entretien N°1

⁶⁰⁷ Cf. Rapport d'analyse sur le marché des télécommunications au Sénégal, direction de l'économie et des marchés télécoms, 2018 lien : https://www.artpsenegal.net/sites/default/files/docs_enquetes/rapport_danalyse_du_marche_des_telecommunications_au_senegal_en_2018_0.pdf

spectre suscite un vif débat entre les différents acteurs. Les acteurs de l'audiovisuel plaident pour que les recettes issues de la vente du dividende numérique soient reversées dans le secteur de l'audiovisuel. Mamadou Manel Fall, directeur de la stratégie partenariat et innovation de la TDS.sa ne partage pas cet avis : « Ces ressources sont un bien commun, un patrimoine national, si on doit affecter les ressources tirées des dividendes, il faudra le faire pour un grand nombre pas pour un secteur uniquement. Pourquoi pas la santé, l'éducation. Pourquoi elles devraient revenir uniquement au secteur de l'audiovisuel. C'est incontestable qu'on peut trouver des moyens pour accompagner l'audiovisuel, c'est déjà prévu dans la loi, il va exister un fonds de développement du numérique un fond de la presse. »⁶⁰⁸

La commission du dividende numérique

Le dividende numérique constitue un enjeu économique mais aussi éminemment politique. L'utilisation de ces ressources concerne toute la population et le choix politique qui sera adopté va impacter l'économie et le social. « Selon une étude de Convergence Partners (décembre 2014), les gouvernements africains perdraient 30 milliards de dollars chaque année parce qu'ils ne libèrent pas le spectre nécessaire pour les nouveaux services mobiles »⁶⁰⁹. C'est pourquoi certains acteurs plaident pour une gestion à la fois transparente et stratégique du dividende numérique. Une gestion transparente de ces ressources numériques implique la mise en place d'une commission. En France, la commission composée de parlementaires s'est chargée de faire une étude détaillée, afin de proposer un schéma national de réutilisation des fréquences libérées par l'arrêt de la diffusion analogique⁶¹⁰

Dans le cas du Sénégal, ni la taille, ni la valeur du dividende n'est encore défini. Après avoir raté deux fois le basculement total, le Sénégal risque encore de rater la réaffectation du spectre, l'une des phases les plus importantes de la transition numérique. La non-

⁶⁰⁸ Cf. Annexe N°1 Entretien N°15

⁶⁰⁹ J.B Gramunt, op.cit., p.7

⁶¹⁰ « La loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, dans sa rédaction issue de la loi du 5 mars 2007, prévoit que la réaffectation des fréquences libérées par l'extinction de la diffusion hertzienne analogique est décidée par le Premier ministre, dans le cadre d'un « schéma national de réutilisation des fréquences libérées par l'arrêt de la diffusion analogique », après consultation de la commission du dividende numérique, » Rapport de la commission du dividende numérique / URL <https://www.vie-publique.fr/rapport/30089-rapport-de-la-commission-du-dividende-numerique-au-premier-ministre-en-v>

adoption d'une loi et la non-implication des parlementaires sur la gestion du dividende numérique montrent déjà l'absence d'une volonté politique. L'État du Sénégal est actionnaire dans la société de téléphonie Sonatel qui domine le marché. Par plusieurs reprises, les autorités ont favorisé la Sonatel dans l'octroi des licences au détriment des concurrents. Ndiaga Gueye ingénieur en réseau informatique n'a pas manqué de le souligner « La présence de l'État du Sénégal dans le capital de la Sonatel apparaît ainsi comme un obstacle majeur au développement de l'industrie des télécommunications au Sénégal. À l'évidence, ce gouvernement, toujours entre deux marchés financiers pour lever des fonds, concilier des objectifs nombreux, prioritaires et parfois contradictoires est problématique. En effet, Il exerce en même temps les rôles d'actionnaire, de porteur de politiques publiques, de gestionnaire des finances publiques, de régulateur, et de client. »⁶¹¹

⁶¹¹ Ndiaga Gueye « le numérique, au-delà des discours », lien : <http://www.osiris.sn/Le-numerique-au-dela-des-discours.html>

Conclusion du chapitre 9

Les multiples problèmes constatés dans le déploiement de la TNT sont le résultat d'une impréparation. Dans ce chapitre nous avons pu montrer les manquements de l'implantation de la télévision numérique. Depuis l'inauguration en 2015, la transition est toujours en cours, les dates qui ont été retenues pour le basculement total sont constamment repoussées. Le processus de transition devrait finir en 2019, puis en juin 2020 mais rien n'y fait. La télévision numérique n'est pas une réalité au Sénégal, c'est plutôt une innovation en trompe l'œil. Cependant, tant que l'extinction totale n'est pas définitive, les fréquences ne seront pas libérées. Ce qui se présente comme un manque à gagner énorme car les dividendes numériques constituent une manne financière qui pourraient servir de relance de certains pans de l'économie nationale.

Conclusion générale

L'objectif de ce travail consistait à étudier les enjeux de l'innovation de la télévision sénégalaise dans le contexte de la transition numérique. On ne pourrait jamais cerner les enjeux actuels de l'audiovisuel sénégalais sans remonter à ses origines. Ce constat nous a amené à nous intéresser à l'histoire de la télévision au Sénégal et à ses relations avec les différents régimes qui se sont succédé depuis les indépendances. Les acteurs politiques d'alors comme beaucoup en Afrique ont été fascinés par la télévision qui venait de faire son apparition dans les États nouvellement indépendants. Cette période coïncide également avec la revendication par les pays africains d'une identité nationale. Les dirigeants pensaient que la télévision serait l'outil idéal pour éduquer et former les citoyens qui pourraient ensuite relever les défis auxquels l'État fait face. Ainsi, la première mission de la télévision en Afrique était d'ordre éducatif. Les autorités croyaient transformer la vie des populations grâce à la magie des images. Des émissions enregistrées, puis diffusées à des heures précises étaient censées apprendre aux paysans des techniques agricoles. Elles devaient apprendre aux populations, surtout du monde rural, à lire et à écrire, permettre aux enfants qui n'avaient pas la possibilité d'aller à l'école d'avoir un certain niveau d'instruction. Le modèle de développement par la technique télévisuelle a vite montré ses limites. Au Sénégal la télévision éducative a été un échec total. Non seulement la télévision à l'époque n'était pas accessible, les populations ne se retrouvaient pas non plus dans cette forme d'éducation qui ne reflétait pas leur culture. Après des années d'essais sans résultats probants, la télévision change de mission et devient un instrument de propagande au service des dirigeants. Secoués par les critiques et les revendications dans les années 1970, la télévision a permis aux acteurs politiques d'alors de mieux contrôler les masses. Elle a participé à la fabrication du mythe des dictateurs puissants et intouchables. En République démocratique du Congo, avant chaque journal télévisé, le générique montrait l'image de Mobutu, venant tout droit du ciel pour faire croire au peuple que le Président est un « Dieu »⁶¹².

⁶¹² « C'est pour imposer l'hégémonie religieuse de son pouvoir que Mobutu supprime les noms et prénoms chrétiens d'origine étrangère, estimant que les clercs devaient être d'office membres du Parti, raye les fêtes chrétiennes du calendrier des fêtes officielles, interdit des mouvements de jeunesse confessionnels, supprime des cours de religion dans les écoles, ferme des facultés de théologie catholique et protestante au sein de l'université nationale de Kinshasa, et se produit comme « prophète », à l'image de Jésus : « Jésus est le prophète, Mobutu est notre prophète et notre libérateur, notre Messie. Le Christ est mort, il ne vit plus Lui. Il s'est dit Dieu. »

Au Sénégal, la libération de l'audiovisuel survenue en 2000 a mis fin au monopole de la télévision publique. Le Parti Démocratique Sénégalais (PDS) qui a hérité du pouvoir après la chute du Parti Socialiste (PS), a entamé un plan de réforme de l'audiovisuel. Le Président Abdoulaye Wade nouvellement élu a voulu montrer que le Sénégal est résolument entré dans la démocratie et la liberté d'expression. C'est pourquoi il a recommandé dès son arrivée une ouverture du secteur de l'audiovisuel. Même si les intentions du pouvoir étaient louables, nous avons constaté une volonté manifeste de contrôler le processus de libération. En collaboration avec un promoteur privé, les autorités ont d'abord mis en place une deuxième chaîne publique (*RTS2S*). La nouvelle chaîne est sous la coupe de la chaîne publique, elle n'est pas autorisée à diffuser des contenus politiques. Au début, son programme était essentiellement centré sur le divertissement. Jusqu'en 2006, la deuxième chaîne n'avait aucune influence politique, son programme était totalement contrôlé par la chaîne publique. À partir de cette date, la collaboration entre la *RTS* et le promoteur privé Elhadji Ndiaye échoue, ce dernier décide d'y aller seul. La télévision publique se retire du projet, la *RTS2S* devient *2STV* et obtient son statut de télévision privée. Quelques années après la naissance de la *2STV*, nous assistons à l'explosion du paysage audiovisuel avec l'arrivée de plusieurs chaînes privées généralistes.

Le numérique comme nouveau contexte d'instrumentalisation de la télévision par le champ politique

Après la télévision pour le développement dans les années 1960 et le pluralisme audiovisuel dans les années 2000, l'audiovisuel sénégalais entame sa troisième modernisation en 2010. A la suite des recommandations de l'UIT en 2006 de la généralisation de la radiodiffusion numérique, le Sénégal a entamé ses premières réflexions en 2010 pour un basculement de l'analogique vers le numérique. La TNT arrive dans un contexte où le Sénégal est engagé dans une politique de numérisation de la société. Le plan « Sénégal numérique 2025 » définit les objectifs du Sénégal dans le domaine du numérique. Les politiques de développement sont orientées vers l'innovation et la technologie. Pour les autorités, la TNT

Joseph Tonda, « Clément Makiobo, *Église catholique et mutations socio-politiques au Congo-Zaïre. La contestation du régime de Mobutu* », *Archives de sciences sociales des religions*, 134 | 2006, 147-299.

constitue une étape incontournable pour l'atteinte des objectifs numériques d'ici à 2025 : une économie du spectre de fréquences, une meilleure couverture du territoire, le développement de la téléphonie mobile (4G) et l'internet à haut débit. De plus, à travers la TNT, le pouvoir a voulu montrer que son plan de relance de l'économie basé sur le numérique est en marche. Pour toutes ces raisons, les autorités ont voulu coûte que coûte entrer dans l'ère du numérique. Ainsi, comme l'arrivée de toute nouvelle technologie, l'avènement de la TNT dans le secteur audiovisuel a été ponctué de discours d'accompagnement de l'innovation. A ce propos P. Bouquillion et I. Pailliarth soulignent que « les techniques, les TIC en l'occurrence, sont vues comme ayant des « impacts » sur la vie économique, sociale et politique, comme si le « social » était une matière malléable façonnée par des techniques. Les discours qui envisagent le développement des TIC en termes de « diffusion » ou « d'adoption » s'apparentent à une variable du déterminisme technique. »⁶¹³

L'analyse de discours que nous avons effectuée à partir d'un corpus de discours officiels nous a permis de démontrer dans un premier temps que les promesses ont juste permis de légitimer l'arrivée de l'innovation. Nous avons pu voir que l'arrivée de la TNT n'a pas bouleversé le paysage audiovisuel. L'analyse du secteur audiovisuel nous a permis de voir que la TNT n'a pas exalté les éditeurs. De plus, juste deux chaînes ont été créées après le lancement de la TNT en 2015. Par rapport aux chaînes historiques, aucun changement n'a été constaté dans leurs politiques stratégiques. Contrairement à ce que les autorités avaient annoncé, la TNT n'a pas dynamisé l'économie des chaînes de télévision. Elle n'est pas devenue non plus un secteur pourvoyeur d'emplois. Pour démêler le vrai du faux dans les discours d'innovation à l'occasion de l'arrivée de la TNT, nous avons aussi analysé les programmes d'avant et d'après TNT. L'objectif consistait à voir si les grilles de programmes ont changé ou non. Les télévisions fonctionnent toujours de la même manière. On constate un manque d'originalité dans les programmes, la pauvreté des contenus et un non-respect de la réglementation existante. Contrairement à ce qui a été annoncé, les chaînes de télévision assurent leur production. La diffusion n'est pas séparée de la production. De plus, nous constatons l'émergence d'une production locale qui par ailleurs manque de

⁶¹³ Bouquillion, Philippe et Pailliarth, Isabelle, « Techniques d'information et de communication et développement des territoires : vers de nouveaux rapports entre l'État et les collectivités territoriales ? », *Études de communication* [En ligne], 26 | 2003, mis en ligne le 13 octobre 2008, consulté le 14 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org/sid2nomade-2.grenet.fr/edc/126> ; DOI : <https://doi-org.sid2nomade-2.grenet.fr/10.4000/edc.126>

financement et d'encadrement juridique. À cause de tous ces problèmes, l'émergence d'une télévision de qualité préconisée par les autorités est loin d'être une réalité. Cependant on remarque une nette amélioration de l'image et du son sur toutes les chaînes grâce au multiplexage, mais la qualité de la télévision ne saurait se limiter uniquement à un argument technique. Ainsi, l'arrivée du numérique dans l'audiovisuel sénégalais a favorisé d'une part des luttes socio-économiques entre acteurs locaux, d'autre part entre acteurs locaux et acteurs internationaux.

La TNT comme champ de luttes socio-économiques d'acteurs locaux plus ou moins institutionnalisés (revendeurs, producteurs locaux et Excaf)

Nous avons passé en revue le modèle proposé par Excaf Télécom. Ainsi, l'analyse du modèle de la TNT nous a permis de découvrir les manquements qui ont été à l'origine des problèmes constatés tout au long de l'implantation de la Télévision Numérique Terrestre. D'abord commençons par le mode de financement. Excaf a pris l'engagement de financer tout le projet sur fonds propres et avec un financement bancaire. Le groupe *Excaf* a pris le risque de financer un projet de 40 milliards de francs CFA dont le retour sur investissement est exclusivement basé sur la vente des abonnements pour son bouquet payant. Au regard de nos analyses, des informations recueillies et des sources documentaires rassemblées, nous avons pu constater qu'*Excaf* a lancé un modèle économique à coup de milliards sans pour autant avoir une maîtrise parfaite du marché de la télévision et de la réglementation qui sous-tend ce secteur. Ces prévisions de vente n'ont pas tenu compte des variations du marché de la télévision et du contexte socioéconomique. Concernant la vente des décodeurs, *Excaf* s'est confronté aux acteurs locaux qui pratiquent des prix plus bas. Au niveau local, son bouquet payant est aussi concurrencé par les réseaux câblés communément appelés câblodistributeurs. Pire encore, son partenariat avec la société ATPS pour la fourniture de décodeurs s'est soldé par un échec. Cette dernière a porté plainte contre *Excaf* pour non-respect de ses engagements. Les acteurs locaux se livrent à une rude bataille pour le contrôle du marché télévisuel dans le contexte numérique. Ils agissent parfois dans le non-respect

total des règles qui régissent le marché. N.Toussaint-Desmoulin remarque qu'à cause de la concurrence et du piratage les chaînes à péage sont souvent déficitaires⁶¹⁴.

Le groupe *Excaf* s'est rendu compte que son modèle présente de nombreuses failles. Les Sénégalais qui achètent le décodeur pour regarder les chaînes de la TNT ne sont pas obligés de s'abonner sur le bouquet payant d'*Excaf*. Ainsi le dysfonctionnement du modèle économique a mis un coup d'arrêt au processus de transition, car *Excaf* s'est retrouvé avec des problèmes financiers.

La TNT comme champ de luttes socio-économiques d'acteurs internationaux

Hormis les difficultés internes, le groupe *Excaf* faisait également face à ses concurrents notamment *StarTimes* et *Canalplus*. Les différentes stratégies qui ont été développées par les acteurs ont été multiformes. Chaque opérateur a mis en avant ses avantages. Le groupe *Excaf télécom* se trouve dans une situation délicate face à deux redoutables concurrents. Grâce à son expérience sur le marché africain et son capital financier, *Canalplus* développe une stratégie de défense basée sur la différenciation. Il a la capacité de créer des chaînes locales dans son bouquet. Ce choix stratégique lui a permis d'avoir l'exclusivité des productions locales. C'est un pari gagnant pour l'opérateur français. Il oblige les Sénégalais qui souhaitent regarder les productions locales à acheter les abonnements *Canalplus*. De plus, il a négocié avec les diffuseurs pour avoir toutes les chaînes locales dans son bouquet. *StarTimes* a pratiquement adopté la même stratégie. Le groupe chinois a acheté le championnat national de football qu'il diffuse sur son bouquet, ce qui lui permet d'inciter les amateurs du football local d'acheter un abonnement chez *StarTimes*. Pour s'implanter dans tout le pays, *StarTimes* a offert gratuitement à 300 villages des bouquets de télévision. Face à cette rude concurrence, *Excaf* n'avait plus le choix, l'opérateur sénégalais a attaqué ses concurrents en utilisant deux leviers : la *dramatisation et la disqualification de l'adversaire*. *Excaf* a commencé par dénoncer les agissements de *StarTimes*. En alertant l'opinion nationale, *Excaf* a poussé les autorités à interdire la vente des décodeurs de

⁶¹⁴ Toussaint-Desmoulin, Nadine, « Le financement de la radiotélévision », Nadine Toussaint-Desmoulin éd., *L'économie des médias*. Presses Universitaires de France, 2015, p. 116.

StarTimes sur le marché national. En même temps, il a joué sur la préférence nationale pour capter le soutien des populations. Cette lutte socioéconomique à laquelle se livrent les différents acteurs renvoie plus ou moins à deux stratégies, ainsi que le souligne P. Bouquillion : « la défense et la différenciation »⁶¹⁵. Cette guerre de positionnement entre opérateurs à laquelle nous avons assisté est le résultat d'un cadre juridique inabouti. Pourtant, le passage à la TNT a produit une myriade d'acteurs publics censés encadrer la transition de l'analogique vers le numérique.

L'institutionnalisation politique des innovations en communication

Les pouvoirs publics ont lancé la télévision numérique terrestre sans définir au préalable un cadre réglementaire qui prend en charge tous les aspects de la TNT. Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel devrait être renforcé pour qu'il puisse prendre en charge la presse en ligne et les nouveaux modes de diffusion. Mieux encore, les autorités avaient annoncé le remplacement du CNRA par une Autorité de Régulation de l'Audiovisuel. La TDS, créée depuis 2017 attend le basculement total pour pouvoir assurer son rôle de diffuseur. Le nouveau code de la presse prend en compte plusieurs aspects de la télévision numérique mais elle n'est pas applicable faute de décret d'application. Depuis son lancement en 2015, la TNT fait face à une succession de rendez-vous manqués. L'extinction totale de l'analogique a été annoncée dans un premier temps en 2019, puis en 2020. En 2021 les télévisions continuent de diffuser à la fois en mode analogique et numérique. Ainsi, l'étude sur la qualité de la télévision dans le contexte TNT amorcée dans cette thèse pourrait faire l'objet de futures recherches. L'analyse de l'écosystème audiovisuel pourrait permettre de mieux appréhender la notion de « qualité » dans la télévision sénégalaise.

⁶¹⁵ Philippe Bouquillion, « Concentration, financiarisation et relations entre les industries de la culture et industries de la communication », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 1 | 2012, mis en ligne le 01 septembre 2012, p.7. Consulté le 06 juin 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/94> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.94>

Bibliographie

Ouvrages

Ba, Abdoul, *Télévisions paraboles et démocraties en Afrique noire*, Paris, L'Harmattan, 1996.

Balle, Francis, *Médias & société*, LGDJ Lextenso, Issy les Moulineaux, 2016.

Bouquillion, Philippe, *Les industries de la culture et de la communication les stratégies du capitalisme*, PUG, 2008.

Bouquillion, Philippe, Miège, Bernard et Moeglin, Pierre, *L'industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles*, PUG, Grenoble, 2013.

Boyd-Barrett, Oliver et Palmer, Michael, *Le trafic des nouvelles*, Paris, Alain Moreau, 1979.

Bilé, Olivier, *Les télévisions africaines face aux défis de la modernité, l'expérience de la CRTV*, L'Harmattan, Paris, 2015.

Breton, Philippe, Proulx, Serge *L'explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*. La Découverte, 2012.

Chaniac, Régine et Jézéquel, Jean-Pierre, *La télévision. Paris*, La Découverte, 2005.

Charaudeau, Patrick, *Le discours politique les masques du pouvoir*, Limoges, Editions Lambert-Lucas, 2014.

Charon, Jean-Marie, *Les médias en France. Paris*, La Découverte, 2014.

Denis-Laroque, Bernard, *La télévision Numérique Terrestre*, Paris, DUNOD, 2005.

De la Brosse, Renaud, *Médias et démocratie en Afrique : l'enjeu de la régulation*, Bruxelles, Editions Bruylant, 2013.

Diakhité, Kadialy, *Promesses et désespoirs d'un service public*, Paris, L'Harmattan, 2013.

Diop, Momar Coumba, *Le Sénégal sous Abdoulaye Wade : le sopi à l'épreuve du pouvoir*, Paris CRES KARTHALA, 2013.

Dioh, Tidiane, « *Histoire de la télévision en Afrique noire francophone, des origines à nos jours*, Paris, Karthala, 2009.

Djimbira, Cheikh Mouhamadou, *télévision au Sénégal, entre désert de contenu et richesse intellectuelle*, L'Harmattan, Paris, 2016.

Fall, Ngagne, *Sénégal : la presse sous Macky Sall, démocratie en péril*, Paris, L'harmattan, 2019.

Frère, Marie-Soleil, *journalistes d'Afrique, De Boeck supérieur, Louvain –La –Neuve*, 2016.

- Flichy, Patrice**, *L'innovation technique – 2e éd.* Paris, La Découverte, 2003.
- Gerstlé, Jacques et Piar, Christophe**, *la communication politique*, Paris, Armand Colin, 2016.
- Ghiglione, Rodolphe**, *Je vous ai compris ou l'Analyse des discours politiques*, Paris, Armand Colin, 1989.
- Kopp, Pierre**, *Télévisions en concurrence*, Paris, Economica, 1990.
- Lafon, Benoit**, *Histoire de la télévision régionale de la RTF à la 3*, Bry-Sur-Marne, INA Éditions, 2012.
- Le Grignou, Brigitte et Neveu, Erik**, *Sociologie de la télévision*, Paris, La découverte, 2017.
- Le Champion, Rémy**, *La télévision*, Paris, La Découverte, 2018.
- Le Champion, Rémy et Danard, Benoît**, *Les programmes audiovisuels*. Paris, La Découverte, 2014.
- Maingueneau, Dominique**, *Discours et analyse du discours*, Armand Colin, Paris, 2014.
- Mattelart, Tristan**, *la mondialisation des médias contre la censure*, Tiers Monde et audiovisuel sans frontière, Bruxelles, De Boeck, 2002.
- Mcluhan, Marshall**, *La galaxie Gutenberg*, CNRS Édition, coll « Biblis », Paris, 2017.
- Metzger, Jean-Paul**, *Le discours, un concept pour les sciences de l'information et de la communication*, ISTE Editions Ltd, 2019.
- Miège, Bernard**, *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2017.
- Neveu, Erik**, *Une société de communication*, Montchrestien, Lextenso éditions, 2011.
- Paré, Cyriaque**, *Médias et société de l'information en Afrique*, in *Les médias africains à l'heure du numérique*, Annie Lenoble-Bart, Cheneau-Loquay Annie, Paris, L'Harmattan, 2010.
- Poudat, Céline, Landragin, Frédéric**, *Explorer un corpus textuel. Méthodes - pratiques - outils*, De Boeck Supérieur, 2017.
- Rieffel, Rémy** *Révolution numérique, révolution culturelle ?* Barcelone, Editions Gallimard, 2014.
- Rifkin, Jeremy**, *La troisième révolution industrielle comment le pouvoir latéral va transformer l'énergie, l'économie et le monde*, Paris, Edition Les liens qui libèrent pour la traduction française, 2012.

Samb, Moustapha, *Médias, langues nationales et organes de régulation en Afrique de l'Ouest. L'exemple pilote des médias sénégalais*, Dakar, Edition Le Nègre International, 2012.

Sarr, Felwine, *Afrotopia*, Edition Philippe Rey, Paris, 2016.

Toussaint-Desmoulins, Nadine, *L'économie des médias*. Presses Universitaires de France, Paris, 2015.

Tudesq, André-Jean, *l'espoir et l'illusion, actions positives et effets pervers des médias en Afrique subsaharienne*, MSHA, Talence, 1998.

Tudesq, André-Jean, *L'Afrique noire et ses télévisions*, Paris, Anthropos-Economica, 1992.

Wunenburger, Jean-Jacques, *L'homme à l'âge de la télévision*. Presses Universitaires de France, 2000.

Chapitres d'ouvrages

Amossy, Ruth, *Dimension rationnelle et dimension affective de l'éthos, dans émotions et discours*, sous la direction de RINN Michael, Presse Universitaire de Rennes, 2008, pp.113-126

Benchenna, Abdelfettah, « Les produits culturels issus de la contrefaçon au Maroc : outils de renforcement de la dépendance culturelle ? », in *Piratage audiovisuels, les voies souterraines de la mondialisation culturelle*, sous la direction de Tristan Mattelart, De Boeck, Bruxelles, 2011, pp.104-122

Bullich, Vincent et Schmitt, Laurie, « socio-économie des médias : analyser les stratégies de production-valorisation », sous la direction de Benoît Lafon, *Médias et médiatisation, Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numérique*, PUG, Grenoble, 2019, pp.19-46

Chéneau-Loquay, Annie, « L'économie « informelle » de la communication en Afrique est-elle une « économie souterraine » ? », Tristan Mattelart, *Piratages audiovisuels. Les voies souterraines de la mondialisation culturelle*. De Boeck Supérieur, 2011, pp. 139-162

Dioh, Tidiane, « Rapports de force et jeux de pouvoir autour de la télévision en Afrique noire francophone, in Nouvelles approches des problématiques de communication sur l'Afrique subsaharienne, sous la coordination de Franck François BIYELE, Paris, L'Harmattan, 2007, pp.95-106

Kibaya, Jean Félix Makosso, « Mc Luhan, Le village planétaire et l'Afrique », in Nouvelles approches des problématiques de communication sur l'Afrique subsaharienne, Représentation, idéologie et instrumentalisation, sous la coordination de Franck François BIYELE, Paris, L'Harmattan, 2007, pp.83 - 92

Loum, Ndiaga, Sarr Ibrahima, « Le journaliste et le politique au Sénégal, approche diachronique d'une relation complexe entre deux acteurs majeurs de la démocratie, dans les médias en Afrique depuis les indépendances, bilan, enjeux et perspectives », Paris, L'Harmattan, 2015, p.276

Missé, Missé, *Télévisions internationales et changements sociopolitiques en Afrique Sub-saharienne, dans mondialisation des médias contre la censure, Tiers Monde et audiovisuel sans frontières*, Mattelart Tristan, Bruxelles, De Boeck, 2002, p.104-120

Marty, Emmanuel, « contenus et discours des médias : concepts, méthodes, outils», sous la direction de Benoît Lafon, *Médias et médiatisation, Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numérique*, PUG, Grenoble, 2019, pp.79-103

Pailliart, Isabelle. « Territoires, médias et communication », Stéphane Olivesi éd., *Sciences de l'information et de la communication*. Presses universitaires de Grenoble, 2014, pp. 119-136.

Sonko, Fatoumata Bernadette, « Forums radiophoniques au Sénégal : entre lueurs et leurres démocratiques », dans *Les médias en Afrique depuis les indépendances, bilan, enjeux et perspectives*, sous la direction de Ndiaga Loum et Ibrahima Sarr, Paris, L'Harmattan, 2015, p.276

Articles et revues scientifiques

Agbobli, Christian et Loum, Ndiaga, « Régulation et autorégulation de la communication médiatique au Sénégal et au Togo : État des lieux et critiques en contexte électoral », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2016/1 (N° 17/1), p. 33-49. DOI : 10.3917/enic.020.0033. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-co>

Akrich, Madeleine, Callon, Michel, Latour, Bruno, « A quoi tient le succès des innovations ? 1 : L'art de l'intéressement; 2 : Le choix des porte-parole. Gérer et Comprendre. » *Les Annales des Mines*, 1988, pp.4-17 & 14-29. fhalshs-00081741f [en ligne] <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00081741/document> consulté le 4 avril 2019

Alleman, Marie Lise. « Les industries culturelles des pays africains et l'enjeu de la diversité culturelle », *Africultures*, vol. 69, no. 4, 2006, pp. 42-45.

Ba, Abdoul, *Télévisions paraboles et démocraties en Afrique noire*, Paris, L'Harmattan, 1996, p.6

Benzoni, Laurent et Bourreau, Marc. « Mimétisme ou contre-programmation ? Un modèle de concurrence entre programmes pour la télévision en clair », *Revue d'économie politique*, vol. 111, no. 6, 2001, pp. 885-908.

Beletre, Sylvain, « Déployer la TNT en Afrique couteux mais indispensable », Ina la revue des médias [en ligne] <https://larevuedesmedias.ina.fr/deployer-la-tnt-en-afrique-couteux-mais-indispensable>

Boni, Assié Jean-Baptiste « Cinéma et audiovisuel en Côte d'Ivoire (2002-2018). Une aventure ambiguë », *Afrique contemporaine*, vol. 263-264, no. 3, 2017, pp. 385-403.

Bouquillion, Philippe, « Numérique et industries culturelles une approche communicationnelle », les enjeux de l'information et de la communication, 2016, [en ligne] <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2018/12/00-2016A-Bouquillion.pdf> consulté le 18 octobre 2020

Bouquillion, Philippe, Isabelle Pailliar, « Techniques d'information et de communication et développement des territoires : vers de nouveaux rapports entre l'État et les collectivités territoriales ? », *Études de communication* [En ligne], 26 | 2003, mis en ligne le 13 octobre 2008, consulté le 14 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org.sid2nomade-2.grenet.fr/edc/12>

Bouquillion, Philippe « Concentration, financiarisation et relations entre les industries de la culture et industries de la communication », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 1 | 2012, mis en ligne le 01 septembre 2012, consulté le 06 juin 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/94> ;

Bourdieu, Pierre, « L'emprise du journalisme ». In: *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 101-102, mars 1994. L'emprise du journalisme. pp. 3-9. En ligne https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1994_num_101_1_3078 consulté le 30 Avril 2020

Bousquet, François, Barbat, Valérie et Verstraete, Thierry, « Influence des préférences de l'entrepreneur sur la dynamique de l'ancrage territorial », *Gestion 2000*, 2016/2 (Volume 33), p. 53-74. DOI : 10.3917/g2000.332.0053. URL : <https://www-cairn-info.sid2nomade-1.grenet>.

Borges, Gabriela, « Une culture de qualité à la télévision est-elle possible ? Une réflexion sur la RTP2 portugaise », *Télévision*, vol. 2, no. 1, 2011, pp. 71-90

Cabedoche, Bertrand « Le rapport McBride, conférence du consensus avant l'heure. L'expérimentation refoulée d'une médiation politique originale, porteuse d'un espace public sociétal et des valeurs fondatrices de l'Unesco » [Document en ligne], *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 1/2011 (n° 12/1), p. 69-82. Disponible sur : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2011-1-page-69.htm>

Callon, Michel, Lhomme, Robert et Fleury, Jean, « Pour une sociologie de la traduction en innovation. » In: *Recherche & Formation*, N°31, 1999. Innovation et formation des enseignants. pp. 113-126

Charaudeau, Patrick, « Réflexions pour l'analyse du discours populiste », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 97 | 2011, mis en ligne le 15 novembre 2013, consulté le 25 mai 2020. URL : <http://journals.openedition.org.sid2nomade-2.grenet.fr/mots/20534> ; DOI : <https://doi-org.sid2nomade-2.grenet.fr/10.4000/mots.20534>

Cislaru, Georgeta et Stiri, Frédérique, « Texte et discours. Corpus, cotexte et analyse automatique du point de vue de l'analyse de discours », *Corpus*, 8 | 2009, 85-104. [En ligne] <https://journals.openedition.org/corpus/1678> consulté le 25 octobre 2019

Diongue, Moustapha et Gueye, Birahim « comportements stratégiques des chaînes de télévision privées généralistes au Sénégal », AIMS, 2018, pp. 1 à 27 [En ligne] <https://www.strategie-aims.com/events/conferences/29-xxvieme-conference-de-l-aims/communic>

Dioh, Tidiane, « la télévision en Afrique subsaharienne, une histoire contrastée », publié dans la revue des médias ina 30 août 2019, en ligne <https://larevuedesmedias.ina.fr/la-television-en-afrique-subsaharienne-une-histoire-contrastee> consulté le 29 octobre 2019

Dubois de Prisque, Emmanuel, « L'aventure de StarTimes en Afrique. Un business model original au service du soft power de la Chine », *Outre-Terre*, 2011/4 (n° 30), p. 73-81. DOI : 10.3917/oute.030.0073. URL : <https://www.cairn.info/revue-outre-terre1-2011-4-page-73.htm> consulté le 28 mai 2020

Engel, Laurence. « France télévisions, l'impossible projet », *Esprit*, vol. mars-avril, no. 3, 2015, pp. 216-219. DOI : 10.3917/espri.1503.0216. URL : <https://www-cairn-info.sid2nomade-2.grenet.fr/revue-esprit-2015-3-page-216.htm>

Eone M, Tjade, « La presse audiovisuelle : son importance et son impact dans l'Afrique d'aujourd'hui », Edition présence africaine, 1987/2 N° 142 | pages 50 à 59 [en ligne] https://wwwcairninfo.sidnomade1.grenet.fr/resultats_recherche.php?searchTerm=Afrique+t%C3%A9l%C3%A9vision&searchTermStored=all

Faye, Mor, « Bilan et perspectives de l'aide de l'état à la presse au Sénégal », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 16/1, no. 1, 2015, pp. 19-38.

Feenberg, Andrew, « Vers une théorie critique de l'Internet », *tic & société* [Online], Vol. 8, N° 1-2 | 1er semestre 2014 et 2ème semestre 2014, [en ligne] consulté le 17 octobre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/1382>

Flichy, Patrice. « Technique, usage et représentations », *Réseaux*, vol. 148-149, no. 2, 2008, pp. 147-174. En ligne <https://www-cairn-info.sid2nomade-2.grenet.fr/revue-reseaux1-2008-2-page-147.htm> consulté le 28 mars 2020

Frère, Marie-Soleil. « Médias en mutation : de l'émancipation aux nouvelles contraintes », *Politique africaine*, vol. 97, no. 1, 2005, pp. 5-17. En ligne <https://www.cairn.info/revue-politique-africaine-2005-1-page-5.htm#no34> consulté le 20 novembre 2019.

George, Éric, « En finir avec la « société de l'information » ? », *Tic & société* [En ligne], Vol. 2, n° 2 | 2008, mis en ligne le 07 mai 2009, consulté le 06 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/497> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.497> consulté le 06 Avril 2020

Gramunt, Jean-Bernard, « La TNT, un enjeu de souveraineté nationale pour les États Africains », la revue des médias, 2015 consulté le 20 juillet [en ligne]

<https://larevuedesmedias.ina.fr/la-tnt-un-enjeu-de-souverainete-nationale-pour-les-etats-africains>

Jost, François « Extension du domaine télévisuel », *Télévision*, vol. 10, n° 1, 2019, pp. 17-31.

Lacharnay, Stéphane, Goussot, Louis et Nasse, Dominique, « Télévision - Télévision analogique terrestre », Encyclopædia Universalis [en ligne], consulté le 11 novembre 2019. URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/television-television-analogique-terrestre/>

Loum, Ndiaga et Sarr, Ibrahima, « Les médias et la confrérie mouride au Sénégal », *Revue Internationale des Francophonies* [En ligne], 1 | 2017, publié le : 04/04/2019, URL : <http://rifrancophonies.com/rif/index.php?id=374>. p.46

Mattelart, Tristan, « Les théories de la mondialisation culturelle : des théories de la diversité », *Hermès, la Revue*, n° 51, 2008, p.17-22.

Mattelart, Armand, « Impérialisme culturel », [En ligne], *le monde diplomatique*, 1974, p.7. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/1974/12/A/32831>

Miège, Bernard, « La contribution des industries de la culture, de l'information et de la communication à l'informationnalisation et à la globalisation », *Questions de communication*, 3 | 2003, 211-229. [En ligne] <https://journals-openedition-org.sid2nomade2.grenet.fr/ques>

Miège, Bernard, « Les industries audiovisuelles : le renforcement de la domination », *revue Tiers Monde*, 1987, PP. 543-553, [en ligne] https://www.persee.fr/doc/tiers_0040-7356_1987_num_28_111_4506 consulté le 30 octobre 2019

Miège, Bernard « L'imposition d'un syntagme : la Société de l'Information », *tic & société* [En ligne], Vol. 2, n° 2 | 2008, mis en ligne le 03 avril 2009, consulté le 12 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/467> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.467>

Miège, Bernard, « La société de l'information : toujours aussi inconcevable », *Revue européenne des sciences sociales* [En ligne], XL-123 | 2002, mis en ligne le 02 décembre 2009, consulté le 15 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org.sid2nomade-1.grenet.fr/ress/606> ; DOI : <https://doi-org.sid2nomade-1.grenet.fr/10.4000/ress.606>

Miège, Bernard, « Présentation du supplément : les Industries culturelles, nouveaux questionnements », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°15/2a, 2014, p.1 à 4, consulté le dimanche 23 février 2020, [en ligne] URL : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2014/supplement-a/00-presentation-supplement-2014-les-industries-culturelles-nouveaux-questionnements>

Miège, Bernard, « La question des industries culturelles impliquée par/dans la diversité culturelle », Contribution au colloque international réuni à Douala en avril 2006, [en ligne] <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2019/02/07-2009A-Actes-de-Douala-Miege.pdf> consulté le 20 mai 2020

Mignot-Lefebvre, Yvonne, « Technologies de communication et d'information : une nouvelle donne internationale ». In: Tiers Monde, tome 35, n°138, 1994. Technologies de communication et d'information au Sud : la mondialisation forcée. pp. 245-277; [en ligne] http://www.persee.fr/doc/tiers_0040-7356_1994_num_35_138_4873

Musso, Pierre, « La télévision publique, nouvelle école de la république ? », *Quaderni* [En ligne], 68 | Hiver 2008-2009, mis en ligne le 05 janvier 2012, consulté le 21 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org/sid2nomade-1.grenet.fr/quaderni/299> ;DOI : <https://doi.org/sid2nomade-1.grenet.fr/10.4000/quaderni.299>

Neuwillers, Marie-Caroline, « Télévision et web-séries : « je t'aime, moi non plus » ou les enjeux d'une double nécessité », *Télévision*, vol. 10, no. 1, 2019, pp. 109-125. <https://www-cairn-info.sid2nomade-1.grenet.fr/revue-television-2019-1-page-109.htm>

Ndour, Saliou, « Industrie musicale au Sénégal : étude d'une évolution », CODESTRIA, 2012, p.152 [en ligne] <https://www.codesria.org/spip.php?article223&lang=fr>

Périn, Pascal, « Le zapping. » In: Réseaux, volume 10, n°51, 1992. Sociologie des journalistes. pp. 117-125; [en ligne] doi : <https://doi.org/10.3406/reso.1992.1931> <https://www.per> consulté le 20 avril 2020

Porest, Claude, « Le cinéma en Afrique : l'impossible industrie », *Mise au point* [En ligne], 4 | 2012, mis en ligne le 30 août 2012, consulté le 27 avril 2020. URL : <http://journals.openedition.org/map/800> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/map.800>

Rallet, Alain et Rochelandet, Fabrice, « La fracture numérique : une faille sans fondement » in, « La fracture numérique », Réseaux n° 127-128 FT R&D/Lavoisier-2004, p.43

Sapaut, Didier, « Les défis de la radiotélévision publique du Sénégal », Ina la revue des médias Publié le 25 septembre 2015 en ligne <https://larevuedesmedias.ina.fr/les-defis-de-la-radio-television-publique-du-senegal> consulté le 17 octobre 2019

Sonnac, Nathalie, « Médias audiovisuels et concurrence. Le cas de la télévision payante », *Revue d'économie industrielle*, 137 | 2012, 109-129.

Tozzo, Emile A, « La réforme des médias publics en Afrique de l'Ouest : Servir le gouvernement ou le citoyen? », Editions Karthala | « Politique africaine » 2005/1 N° 97 | pages 99 à 115 [en ligne] <https://www.cairn.info/revue-politique-africaine-2005-1-page-99.htm>

Victorri, Bernard, « Le localisme à l'épreuve du verbe « aller ». CORELA - cognition, représentation », Langage, CERLICO-Cercle Linguistique du Centre et de l'Ouest (France), 2010, pp.1-38. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00666594/document>

Y'Ambayamba, Kasongo Mwema. « La mondialisation et les médias africains : problèmes et perspectives », *Présence Africaine*, vol. 167-168, no. 1, 2003, pp. 69-81.

Thèses et mémoires

Barry, Moustapha, Médias et pouvoir depuis les indépendances (1960), thèse de doctorat soutenue le 7 mars 2012 à l'université Panthéon-Assas, P.44

Ndiaye, Mamadou, « E gouvernance et démocratie en Afrique, le Sénégal dans la mondialisation des pratiques », thèse doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université Bordeaux3, p. 218 [en ligne]
http://www.osiris.sn/IMG/pdf/These_Mamadou_Ndiaye.pdf

Rapports

Francisco d'Almeida et Marie Lise Alleman, « Les industries culturelles des pays du sud : enjeux du projet de convention internationale sur la diversité culturelle », Rapport d'étude établi pour le compte de l'Agence Intergouvernementale de la Francophonie et du Haut Conseil de la Francophonie, Août 2004, p.28

Rapport Sean McBride (1976-1980) « [Voix multiples, un seul monde](#) ». UNESCO) - [Complet.Pdf](#) (PDF – consulté le 20 janvier 2020

Rapport CNRA 2015, Khar Fall « Regard du technicien sur les sketches » rapport CNRA 2015, p.50 [en ligne]
<https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf>

Rapport CNRA 2015, consulté le 5 janvier 2019 [en ligne]
<https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf>

Mor Faye, « Le type de contenu des séries télévisées dans le paysage médiatique sénégalais : un révélateur des contraintes économiques et financières actuelles des entreprises de presse », rapport CNRA2015, p.51[en ligne]
<https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf>

Ibrahima Mbaye « Le contenu des sketches à l'épreuve de la réglementation applicable aux télévisions » CNRA, 2015, p.48 Cf. Rapport CNRA 2015 [en ligne]
<https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf>

Décret n°90-66 du 17 janvier 1990 pris pour l'application de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux concernant la diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles par les éditeurs de services En ligne
<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000342173&categorieLien=cid>

CNRA.sn, « le secteur de la publicité en ligne » <http://www.cnra.sn/do/le-secteur-de-la-publicite/> consulté le 4 avril 2020

Cf. Rapport d'analyse sur le marché des télécommunications au Sénégal, direction de l'économie et des marchés télécoms, 2018 [en ligne] https://www.artpsenegal.net/sites/default/files/docs_enquetes/rapport_danalyse_du_marche_des_telecommunications_au_senegal_en_2018_0.pdf

Sitographie

René Wallstein, « Naissance de la télévision », Encyclopædia Universalis [en ligne], consulté le 05 novembre 2019. URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/naissance-de-la-television/>

Africascope 2019, « l'étude média de référence en Afrique Sub-saharienne » <https://www.tns-sofres.com/communiqués-de-presse/kantar-publie-les-premiers-resultats-africascope-2019-letude-media-de-reference-en-afrique-sub-saharienne>

Médiamétrie « Afrique le renouveau du paysage médiatique » [en ligne] <https://www.mediametrie.fr/fr/afrique-le-renouveau-du-paysage-audiovisuel> consulté le 17 janvier 2019

Happens Africa « La TNT en Afrique, un vrai serpent de mer » consulté le 10 avril 2019 [en ligne] <http://happens.africa/2017/05/28/tnt-en-afrique-vrai-serpent-de-mer/>

Ansd.sn « Recensement Général de la Population et de l'Habitat, de l'Agriculture et de l'Elevage » (RGPHAE 2013) [en ligne] <http://www.ansd.sn/ressources/RGPHAE-2013/ressources/doc/pdf/10.pdf> consulté le 27 Janvier 2020

Osiris.sn « Mactar Sylla passe le témoin à Abdou Khoudoss Niang », 12 septembre 2002, [en ligne] <http://www.osiris.sn/article361.html>. Consulté le 9 novembre 2019

Abdou Latif Coulibaly, « Les nouvelles technologies de l'information et de la communication et le développement social au Sénégal », l'UNRISD, mai 2002, p.4 [en ligne] [http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9%2F\(httpAuxPages\)%2FBB4016B9EA2462B4C1256BDB004ED583%2F%24file%2Flatifcou.pdf](http://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9%2F(httpAuxPages)%2FBB4016B9EA2462B4C1256BDB004ED583%2F%24file%2Flatifcou.pdf)

Socilanetlink.org « Sondage réalisé en 2009 par l'Agence dakaroise d'études stratégiques et de Recherches (Adesr) » [en ligne] consulté le 10 novembre 2019 <http://www.osiris.sn/Sondage-tele-Walf-Tv-la-reine-de-l.html>

Socilanetlink.org « Sondage réalisé en 2015 par Afrique communication et Synchronix » [en ligne] <https://www.socialnetlink.org/2015/11/sondage-sur-les-medias-le-groupe-futurs-medias-leader-au-senegal/> consulté le 10 novembre 2019

Seneweb.com 4 avril 2014, « la RTS4 a commencé officiellement ses programmes » [en ligne] https://www.seneweb.com/news/M%C3%A9dias/la-rts-4-casamance-officiellement-demarre-ses-programmes_n_122809.html consulté le 2 novembre 2019

Osiris. Sn « Discours président Abdoulaye Wade l'assemblée générale des nations unies sur le thème : les technologies de l'information et de la communication au service du développement », 20 juin 2002 [en ligne] <http://www.osiris.sn/Discours-du-President-Abdoulaye.html> consulté le 4 avril 2020

Olivier Sagna, « les politiques publiques en matière de télécommunication et de TIC (2000 et 2012), entre discours, réalisations et scandales », Osiris.sn, 2013, en ligne <http://www.osiris.sn//IMG/pdf/18oliviersagna130404.pdf>

Baal Mamadou, SocialNetlink, « le numérique a changé le Sénégal » consulté le 3 février 2020 [en ligne] <https://www.socialnetlink.org/2019/05/mamadou-baal-expert-audiovisuel-le-numerique-a-change-le-senegal/>

Colloque international « Les enjeux de la mesure d'audience dans l'espace UEMOA et en Guinée » -3 et 4 OCTOBRE 2018 [en ligne] consulté le 19 novembre 2019, http://www.haca.ci/fichier/TDR_MESURE_AUDIENCE.pdf

Olivier Milot « chaînes thématiques du câble, se réinventer ou mourir », Enquête publié en 2013 sur telerama.fr, en ligne <https://www.telerama.fr/television/chaines-thematiques-du-cable-se-reinventer-ou-mourir,104129.php>

Csa.fr « Guide des chaînes thématiques », CSA, janvier 2006 P.78. Consulté le 17 avril 2020, [en ligne] <https://www.csa.fr/content/download/17152/314586/version/2/file/gct260106.pdf>

Sanslimitesn.com « Communiqué de presse publié sur le site, [en ligne] <https://sanslimitesn.com/maimouna-ndour-faye-lance-7tv-tele/> consulté 7 janvier 2020

lequotidien.fr, « Lancement d'Itv : La Télé du groupe E-média Invest en test », [en ligne] <https://www.lequotidien.sn/lancement-de-itv-la-tele-du-groupe-e-media-invest-en-test/>

lesoleil.sn, « télévision numérique, la RTS2 a lancé ses programmes », jeudi 18 juin 2015, quotidien le soleil, repris par Osiris.sn [en ligne] <http://www.osiris.sn/Television-numerique-La-Rts-2-a.html>

« L'étude média de référence en Afrique Sub-saharienne », consulté le 7 avril 2020 en ligne <https://www.tns-sofres.com/communiqués-de-presse/kantar-publie-les-premiers-resultats-africascope-2019-letude-media-de-reference-en-afrique-sub-saharienne>

ndarinfo « Macky Sall « il y a beaucoup de parasites dans votre métier » [en ligne] https://www.ndarinfo.com/Macky-Sall-aux-journalistes-senegalais-il-ya-beaucoup-de-parasites-dans-votre-profession_a10306.html

Assane Mboup, Ecrivain-Expert chercheur en Communication et Marketing des Médias
Président de l'Union internationale des Télévisions éducatives francophones, Rapport
CNRA 2015 [en ligne]
<https://www.sec.gouv.sn/sites/default/files/CNRA%20Rapport%20Annuel%202015.pdf>

reussirbusiness.com, « le Ramadan à la TFM, des ventes de + de 300 millions FCFA »,
diffusé le 8 juin 2018 [en ligne] <http://reussirbusiness.com/actualites/le-ramadan-a-la-tfm-des-ventes-de-300-millions-fcfa/> consulté le 20 avril 2020

Interview Abdou Lahad Wone publié le 5 juillet sur Africulture.com [en ligne]
<http://africultures.com/passion-de-realisation-production-necessite/> consulté le 5 février
2020

télérama.fr « Nollywood : pourquoi le cinéma nigérian intéresse la planète entière » publié
le 3 mars 2018 [en ligne] <https://www.telerama.fr/sortir/nollywood-pourquoi-le-cinema-nigerian-interesse-desormais-la-planete-entiere,n5629029.php> consulté le 5 mai 2020

Seneweb.com, article publié le 3 novembre 2015 [en ligne] consulté le 5 mars 2020
<https://www.seneweb.com/news/M%C3%A9dias/alioune-ndiaye-promoteur-prive-laquo-on-n-167419.html>

Tds.sa « Demain la télévision numérique » [en ligne] <http://www.tds.sn/demain-la-television-numerique-> consulté le 5 juillet 2020

Source : extrait du grand dossier sur la transition numérique, *RTS*, 3 mars 2014, Time code
[13'11, 15'58] <https://www.youtube.com/watch?v=86-1fvfODRI> consulté le 14 février
2020

Capture d'écran, source : extrait du grand dossier sur la transition numérique, *RTS* Time
code [13'11, 15'58] <https://www.youtube.com/watch?v=86-1fvfODRI>

Capture d'écran, source : extrait du grand dossier sur la transition numérique, *RTS* Time
code [13'11, 15'58] <https://www.youtube.com/watch?v=86-1fvfODRI>

Osiris.sn, Interview PDG Excaf article du journal Enquête du 30 août 2017 repris par Osiris
[en ligne] <http://www.osiris.sn/Sidy-Diagne-Pdg-Excaf-Les.html>

Pressafrik.com « Financement de l'audiovisuel au Sénégal : pourquoi le retard ? », publié
le 2 septembre 2012, [en ligne] https://www.pressafrik.com/Financement-de-l-Audiovisuel-au-Senegal-Pourquoi-le-retard_a88479.html consulté le 6 février 2020

Babacar Touré, discours remise rapport annuel 2014 [en ligne]
<http://www.cnra.sn/do/remise-du-rapport-annuel-2014-du-cnra-discours-du-president-du-cnra/> consulté le 1 avril 2020

Mactar Sylla « Au-delà du conflit Rts/Walf Tv : Les enjeux de la régulation de
l'audiovisuel », Osiris [en ligne] <http://www.osiris.sn/Au-dela-du-conflit-Rts-Walf-Tv-Les.html> consulté le 1 avril 2020

lequotidien.sn « 150 millions dus à la Sodav : Quand c'est important, la Rts ne paye pas » article publié le 1 juillet 2017, [en ligne] <https://www.lequotidien.sn/150-millions-dus-a-la-sodav-quand-cest-important-la-rts-ne-paye-pas/> consulté le 24 avril 2020

Cf. *legifrance.gouv.fr* « Loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision », [en ligne] <https://www.legifrance.gouv.fr/affichLoiPubliee.do?idDocument=JORFDOLE000019674918&type=expose&legislature=> consulté le 23 avril 2020

Amadou Hott, ministre de l'économie et des médias, invité de l'émission JDD sur ITV le 19 avril 2020. Lien : <https://www.youtube.com/watch?v=fqkgEPJSV6A>

Communiqué de presse 6 septembre 2019 [en ligne] <http://www.cnra.sn/do/communiqu-couverture-mediatique-des-parrainages-presidentielle-de-fevrier-2019/> consulté le 5 avril 2020

cnra.sn : communiqué de presse 4 septembre 2018 <http://www.cnra.sn/do/communiqu-de-presse-mise-en-demeure-a-zik-fm-et-sen-tv/> consulté le 5 avril 2020

Lettre du PDG de Excaf adressée au CNRA [en ligne] https://senego.com/contrat-de-sponsoring-de-startimes-et-ligue-senegalaise-de-football-excaf-conteste-devant-le-cnra_791754.html consulté le 31 mai 2020

Grace Loubassou, Responsable des Relations Institutionnelles pour l'Afrique au sein de Canal+ International [en ligne] https://lelab.info/canal-un-partenaire-economique-cle-du-continent-africain/https://www.lemonde.fr/economie/article/2018/04/08/canal-a-l-assaut-de-l-afrique-francophone_5282515_3234.html

Entretien avec David Mignot, Directeur général Afrique de CANAL+ Groupe <https://www.financialafrik.com/2016/07/08/entretien-avec-david-mignot-directeur-general-afrique-de-canal-groupe/>

lequotidien.sn [en ligne] <https://www.lequotidien.sn/maitresse-dun-homme-marie-la-2stv-mise-en-demeure/> consulté le 7 juin 2020

Elhadji Bodji « La régulation médiatique des élections : L'exemple du Haut Conseil de l'Audiovisuel du Sénégal », [en ligne] <https://www.elhadjmbodj.org/la-regulation-mediatique-des-elections-lexemple-du-haut-conseil-de-laudiovisuel-du-senegal> consulté le 12 juin 2020

Discours du Président de la république lors de la remise du rapport du CNRA, aout 2016 en ligne http://www.presidence.sn/actualites/discours-du-president-de-la-republique-lors-de-la-remise-du-rapport-du-cnra_1353 consulté juin 2020

Loi sur les transactions électroniques [en ligne] [file:///C:/Users/asus/Downloads/LOI%20SUR%20LES%20TRANSACTIONS%20ELECTRONIQUES%20\(PDF\)%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/asus/Downloads/LOI%20SUR%20LES%20TRANSACTIONS%20ELECTRONIQUES%20(PDF)%20(1).pdf)

Pressafrik.com lien : https://www.pressafrik.com/Le-ministre-de-la-Communication-annonce-l-entree-en-vigueur-d-un-Nouveau-Code-de-la-publicite-pour-les-medias-senegalais_a218546.html consulté le 20 juin 2020

Jeuneafrique.com, « GAFAM : Afrique face aux Géants du Web », Jeune Afrique <https://www.jeuneafrique.com/mag/614444/societe/gafam-lafrique-face-aux-geants-du-web/>

« Etude sur la valorisation du dividende numérique », réalisée par le cabinet Analysys Consulting, mai 2008, p.14 lien https://archives.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/etude-dividende-numerique-mai2008.pdf

Ndiaga Gueye « le numérique, au-delà des discours », lien : <http://www.osiris.sn/Le-numerique-au-dela-des-discours.html>

Table des illustrations

- 1- Les chaînes de télévisions sénégalaises qui sont sur la TNT
- 2- Logo RTS3 Tamba et RTS4 Casamance
- 3- Schéma représentant les propriétés des TIC (télévision, Internet et multimédia interactif).
- 4- Tableau objectifs stratégiques à l'horizon 2025
- 5- Image du Président Macky Sall
- 6- Image des locaux WALFTV
- 7- Tableau présentant les avantages de la TNT, extrait du document de présentation d'Excaf
- 8- Taux de pénétration des médias de l'audiovisuel au Sénégal en 2019
- 9- Logo de la chaîne 7TV
- 10- Logo de la chaîne ITV
- 11- Capture d'écran des supports numériques de la 2STV
- 12- Capture d'écran des supports numériques de la TFM
- 13- Capture d'écran des supports numériques de la SENTV
- 14- l'écosystème numérique
- 15- Page d'accueil site internet Marodi.tv
- 16- Affiche séries produites par Marodi
- 17- La « Une » du quotidien national au lendemain du lancement de la TNT
- 18- Capture d'écran, source : extrait du grand dossier sur la transition numérique, RTS
- 19- Capture d'écran, source : extrait du grand dossier de la Rts sur la transition numérique
- 20- Schéma modèle économique TNT : *extrait* du projet TNT au Sénégal
- 21- Affiche publicitaire du décodeur TNT
- 22- Affiche publicitaire du bouquet payant
- 23- Capture d'écran : Youssou Ndour
- 24- Affiche campagne électorale Youssou Ndour
- 25- « Une » du journal la tribune

- 26- Affiche campagne électorale Bougane Gueye et Idrissa Seck
- 27- Quelques titres de presse qui illustrent la méthode du groupe Excaf
- 28- Image DG de la RTS et un responsable de Startimes
- 29- Image Président de la ligue 1 sénégalaise et un responsable de Startimes
- 30- Logo de la chaîne A+
- 31- Logo de la chaîne Sunu Yeuf
- 32- Affiche de la série Maîtresse d'un homme marié
- 33- épisode 34, séquence de la série incriminée par le CNRA
- 34- Photo de couverture de la série « infidèle »
- 35- Affiches publiées sur les réseaux sociaux pour dénoncer la série « infidèle »
- 36- Décodeur DVB T2 /PEG4

Table des tableaux

- 1- Récapitulatif des lois et décrets sur les Tic dans les années 2000
- 2- Tableau récapitulatif des lois et décrets sur l'audiovisuel Sénégalais
- 3- La boussole cosmopolite de la TNT
- 4- Concordance du mot « développement » dans le corpus « TNT facteur de croissance économique »
- 5- Concordance du mot « emploi » dans le corpus « TNT facteur de croissance économique »
- 6- Discours portant sur l'avènement d'une nouvelle économie : concordance de « économique et économie » dans le corpus « TNT facteur de croissance économique »
- 7- Grille des programmes hebdomadaire de l'OBSTV
- 8- Performance extérieures de certains PVD en matière d'industrie culturelle
- 9- Capture d'écran tableau budgétisation des projets d'investissement 2020-2022
- 10- Calcul des concordances des mots « nouveau et programme » dans le corpus « TNT facteur de croissance économique »
- 11- Tableau des programmes phares de la *RTS*, *TFM*, *2STV* et *WALFTV*
- 12- Tableau récapitulatif des lois sur la production cinématographique et audiovisuelle
- 13- Classification des séries télévisées par date de sortie

- 14- Les modes de financements du groupe *Excaf télécom*
- 15- L'utilisation du mot « étranger » par *Excaf et StarTimes* grâce aux calculs des concordances
- 16- L'utilisation des mots « national », « sénégal » « pays » grace à l'analyse des concordances
- 17- L'utilisation du mot « local » par Canalplus grâce au calcul de concordancier

Table des Figures

- 1- Dendrogramme des thèmes du corpus « Sénégal numérique 2025 »
- 2- nuages de mots des termes du corpus les plus représentatifs
- 3- Dendrogramme des thèmes du corpus N°1 « TNT comme facteur de croissance économique »
- 4- Calcul des spécificités : l'emploi du mot numérique par les différents acteurs
- 5- Calcul des spécificités : TNT facteur de croissance économique
- 6- Calcul des spécificités de l'emploi des mots qui font référence aux aspects techniques dans le corpus TNT facteur de croissance économique
- 7- Analyse Factorielle de correspondance du corpus TNT comme facteur de croissance économique
- 8- Emploi du mot « aller » dans les discours officiels
- 9- diagramme en bâton séries télévisées
- 10- La place du mot « qualité » dans le corpus TNT comme facteur économique
- 11- financement de l'audiovisuel public de 5 pays d'Afrique
- 12- Financement audiovisuel public au Sénégal
- 13- Analyse Factorielle des Correspondances (corpus des stratégies d'acteurs)
- 14- Analyse Factorielle des Correspondances (Corpus des stratégies d'acteurs)
- 15- Analyse des spécificités du lexique « communauté » employé par Excaf
- 16- Calcul des spécificités du vocabulaire sportif dans corpus stratégies d'acteurs
- 17- L'argent au cœur de la stratégie

- 18- Le « local » dans la stratégie du discours de Canalplus dans le corpus stratégies d'acteurs
- 19- un questionnaire en ligne « niveau de satisfaction des populations concernant le CNRA
- 20- Fréquence d'emploi des mots « manquer », « problème », « absence », « spéculation » par les types de presse dans le Corpus échec de la TNT

Table des matières

Liste des abréviations des sigles et des acronymes	7
Dédicace	9
Remerciements.....	10
INTRODUCTION GENERALE	11
La dimension politique et sociale de la télévision sénégalaise	12
La télévision sénégalaise à l'heure du numérique	15
Contexte sociopolitique de l'avènement de la TNT au Sénégal	16
L'analyse des enjeux politiques et communicationnels du numérique lors de l'avènement de la TNT au Sénégal.....	19
Problématique et hypothèses	24
Méthodologie.....	27
La constitution du corpus	31
Les outils d'analyse statistiques.....	35
Annonce du plan	36
Partie 1 : La télévision, argument politique de la « modernité » (depuis les années 1960)	38
Introduction à la première partie	39
Chapitre 1 - La télévision, un projet géopolitique : l'indépendance par la technique médiatique (1960-1990).....	40
Section 1 - La télévision, une nouvelle technologie au service du développement	41
Les débuts de la télévision au Sénégal	44
Naissance de la Radiodiffusion Télévision Sénégalaise (RTS).....	45
La télévision, outil de positionnement politique	47
Section 2- La RTS au service des pouvoirs politiques	49
Section 3 - L'avènement de la télévision par satellite : domination culturelle ou fin du monopole des médias publics	53
L'avènement des télévisions par satellite comme outil de domination culturelle.....	53
L'avènement des télévisions satellitaires ou la fin du monopole des médias publics	56
L'avènement de la télévision numérique en Afrique	59
Conclusion du chapitre 1	63
Chapitre 2 - Libéralisation de la télévision en 2000 : une deuxième modernisation fondée sur la démocratisation.....	64
Section 1- Les tentatives des pouvoirs publics de contrôler la première télévision privée	65

Vers la création d'une deuxième chaîne publique	67
L'émergence de la concurrence entre télévision publique et télévision privée.....	68
Section 2 - Le pluralisme des médias comme moyen de promouvoir la liberté et la démocratie	72
La non-transparence dans l'attribution des fréquences télévisuelles	73
L'émergence des chaînes religieuses.....	76
Section 3 - L'avènement des télévisions régionales : outil de promotion culturelle et de développement local	78
Télévision régionale et construction de la territorialité	79
Télévision régionale, outil de proximité.....	80
Conclusion chapitre 2	83
Chapitre 3 - La Télévision numérique : un projet politique, une troisième modernisation (années 2010-2015)	84
Section 1 - Les premières tentatives « d'assainissement » et de modernisation du secteur de l'audiovisuel.....	85
Les Tic, au cœur des politiques publiques dans les années 2000	87
Section 2 - TNT, une étape vers la société numérisée	92
L'analyse lexicale de la stratégie « Sénégal numérique 2025 ».....	93
Inauguration de la TNT : la mise en scène du pouvoir politique.....	100
Section 3 – Réformes ou contrôle systématique de l'audiovisuel	104
Conclusion chapitre 3	111
Partie 2 : la télévision numérique: des promesses de recomposition à la réalité de la filière audiovisuelle.....	112
Introduction à la deuxième partie	113
Chapitre 4 - La TNT : les discours d'accompagnement de l'innovation.....	114
Section 1 - Discours sur les promesses de création de nouveaux métiers dans le secteur audiovisuel.....	115
Section 2 - L'avènement de nouvelles chaînes dans le paysage médiatique : entre discours et réalité	131
L'avènement des chaînes thématiques	134
Les chaînes de télévision arrivées après le lancement de la TNT	139
Section 3 - Discours sur les promesses de la télévision du futur.....	143
Chapitre 5 - Les programmes télévisés et leur « qualité » : des promesses de changement à la réalité	153
Section 1 - L'audiovisuel au Sénégal : l'impossible industrie	154
La télévision : le média dominant au plan socio-économique.....	154

Le cinéma : un marché inexistant.....	155
La musique : un marché local malgré l'internationalisation des artistes.....	157
L'apport des industries culturelles dans l'économie sénégalaise.....	159
Section 2 - Les promesses relatives au renouveau de la programmation télévisuelle	161
Les programmes télévisés à « l'heure du numérique » : peu de changement	163
L'homogénéité des programmes de télévision à l'encontre des promesses de la TNT	168
Section 3 - La création d'une industrie de production autonome : une filière inexistante ...	175
L'émergence des maisons de production.....	183
Section 4 - La « qualité », un argument politique décisif	190
Conclusion chapitre 5	199
Chapitre 6 - TNT et financement de l'audiovisuel : une situation de disette	200
Section 1 - Les limites du modèle économique de la TNT	201
Un modèle économique peu viable	207
La télévision payante, un secteur fragilisé par la concurrence et le piratage.....	211
Section 2 - Les contraintes du financement de l'audiovisuel public.....	214
Les différentes formes de financement de la RTS.....	215
Réformer le mode de financement de la RTS.....	217
Section 3 - Situation financière des télévisions privées	221
Le rôle de l'aide à la presse dans l'économie des médias privés	223
Section 4 - Des télévisions privées sous influence politique	227
Des patrons de groupes de médias dans le champ politique	229
Conclusion chapitre 6	233
Partie 3 : le « numérique » et la télévision : entre instrumentalisation et enjeu de lutte économique.....	234
Introduction à la troisième partie.....	235
Chapitre 7 - Les stratégies des grands groupes : internationalisation et évitement des freins nationaux	236
Section 1 - Le discours identitaire et idéologique d'Excaf Télécom.....	238
Section 2 - Les stratégies de Startimes pour contourner les freins nationaux	250
L'arrivée de StarTimes au Sénégal	250
Le sport et le social comme stratégie d'immixtion dans le secteur audiovisuel.....	252
Section 3 - Stratégie de Canalplus pour résister à face à l'arrivée de la TNT	258
Sunu Yeuf, la chaîne sénégalaise de Canalplus	263
Conclusion chapitre 7	266
Chapitre 8 – TNT et Régulation : l'audiovisuel en attente de réformes	267
Section 1 - Les organes de régulation de l'audiovisuel	269

Rôle du Conseil National de Régulation de l’Audiovisuel.....	269
Les limites du Conseil National de Régulation de l’Audiovisuel	271
Les instances d’autorégulation	273
Rôle des organisations religieuses dans la régulation de l’audiovisuel.....	274
Section 2 - Dérives dans l’audiovisuel : le CNRA confronté aux chaînes de télévisions	277
Les questions d’éthique et de déontologie dans les médias sénégalais	277
Le non-respect du pluralisme et la diversité dans les émissions de débat	280
Le non-respect des recommandations concernant la protection du jeune public	281
Section 3 - Les défis de la régulation dans le contexte TNT	283
Vers un projet de loi pour remplacer le CNRA	284
Vers une nouvelle loi sur la publicité.....	286
Le numérique et les enjeux de la régulation.....	287
La mise en place d’un nouveau code de la presse	288
Conclusion chapitre 8	290
Chapitre 9 - La TNT, l’innovation en trompe l’œil.....	291
Section 1 – l’échec dans la commercialisation et la distribution des décodeurs	293
L’achat et la distribution des décodeurs TNT : la médiatisation d’un échec	294
Section 2 - TNT : la difficile extinction de la diffusion analogique	298
Extinction totale juin 2020 : deuxième rendez-vous manqué	299
Section 3 - Les enjeux économiques du dividende numérique	303
Valorisation économique des dividendes numériques.....	304
La commission du dividende numérique.....	305
Conclusion du chapitre 9	307
Conclusion générale	308
Bibliographie.....	314
Table des illustrations.....	329
Table des tableaux.....	330
Table des figures.....	331
Table des matières	333
ANNEXES.....	338
ANNEXE N°1 : Entretiens semi directifs.....	339
ANNEXE N°2 : Corpus discours politiques et médiatiques	403
ANNEXE N°3 : Analyse de document : stratégie Sénégal numérique 2016-2025..	482