



HAUTE AUTORITE DES MEDIA ET DE L'AUDIOVISUEL

**RAPPORT D'ÉVALUATION
DE LA MISE EN ŒUVRE
DU CAHIER DES CHARGES
DE L'ONAMA**

Juillet 2023



TABLE DES MATIERES

Sigles et abréviations.....	04
Préface	06
Introduction	08
Remerciements	09
Résumé analytique de l'évaluation.....	10
Déroulement de l'évaluation.....	12
I. La présentation de l'ONAMA.....	13
II. Le financement de l'ONAMA.....	20
III. La ligne éditoriale de l'ONAMA.....	21
IV. Le personnel de l'ONAMA.....	22
V. Les traitements salariaux des dirigeants et agents.....	25
VI. La production.....	26
VII. La programmation à l'ONAMA.....	28
VIII. La gestion des stations provinciales.....	31
IX. La mise en œuvre du cahier des charges de l'ONAMA.....	35
X. L'ONAMA vu de l'extérieur.....	41
XI. Le sondage d'audience de l'ONAMA.....	50
XII. Les constats découlant des entretiens.....	52
XIII. Recommandations.....	57
XIV. Annexes.....	59
1. Résultats du monitoring et d'analyse des productions de mai 2023.....	60
2. Résultats du sondage d'audience.....	75

SIGLES ET ABBREVIATIONS

- **AEPT** : Association des Editeurs de la Presse Privée du Tchad
- **ADES** : Agence pour le Développement Economique et Social
- **AM** : Modulation d'Amplitude
- **ARD** : Action pour la République et le Développement
- **ATCOM** : Association des Techniciens de la Communication
- **BLR** : Boucle Local Radio
- **BUTDRA** : Bureau Tchadien des Droits d'Auteur
- **BVU** : Broadcast Video Umatic
- **CASCIDHO** : Coordination des Associations de la Société Civile et de Défense des Droits de l'Homme ;
- **CCAT** : Coordination des Clubs des Artistes Tchadiens
- **CDM** : Centre Distributeur de Modulations
- **CELIAF** : Cellule de Liaison et d'Information des Associations Féminines
- **CEMAC** : Communauté Economique et Monétaire de l'Afrique Centrale
- **CGPAAN** : Coordination Générale du Passage de l'Audiovisuel Analogique au Numérique
- **CNDH** : Commission Nationale des Droits de l'Homme
- **CNT** : Conseil National de Transition
- **CONAT** : Coordination Nationale des Artistes Tchadiens
- **CSAI** : Conseil Supérieur des Affaires Islamiques
- **DGCOM** : Direction Générale de la Communication de la Présidence
- **DGRTV** : Direction Générale de la Radiodiffusion et Télévision du Tchad
- **EEMET** : Entente des Eglises et Missions Evangéliques du Tchad
- **FM** : Frequency Modulation (Modulation de Fréquence)
- **GTC** : Gestion Technique Centralisée
- **HAMA** : Haute Autorité des Media et de l'Audiovisuel
- **HCACT** : Haut Conseil des Collectivités Autonomes et des Chefferies Traditionnelles du Tchad
- **HCC** : Haut Conseil de la Communication
- **IUSTA** : Institut Universitaire des Sciences et Techniques d'Abéché
- **KVA** : Kilo-Volt Ampère
- **KW** : Kilo-Watt
- **MHZ** : Méga Hertz
- **MMT** : Maison des Médias du Tchad
- **MPS** : Mouvement Patriotique du Salut
- **MPTR** : Mouvement des Patriotes Tchadiens pour la République
- **NB** : Nota Bene
- **OBVAN** : Outside Broadcast Van
- **ONAMA** : Office National des Médias Audiovisuels
- **ONRTV** : Office National de Radiodiffusion et Télévision du Tchad
- **OSC** : Organisation de la Société Civile
- **PAD** : Prêt A Diffuser
- **PC** : Personal Computer
- **SNE** : Société Nationale d'Electricité
- **SNG** : Satellite News Gathering
- **SORAFOM** : Société de Radiodiffusion de la France d'Outre-Mer
- **SYNAPORT** : Syndicat National des Professionnels de la Radiodiffusion et de la Télévision
- **SIPRAT** : Syndicat Indépendant du Personnel de la Radiodiffusion et Télévision
- **TNT** : Télévision Numérique Terrestre
- **TVT** : Télévision Nationale Tchadienne
- **UDP** : Union des Démocrates pour le Développement et le Progrès
- **UJT** : Union des Journalistes Tchadiens
- **UNAPHT** : Union Nationale des Associations des Personnes Handicapées du Tchad

- **UNFPA** : United Nations Population Fund (Fonds des Nations-unies pour la population)
- **UNICEF** : Fonds des Nations unies pour l'enfance
- **UPS** : Uninterruptible Power Supply
- **UNOCAT** : Union Nationale des Organisations Culturelles et Artistiques du Tchad
- **URD** : Union pour le Renouveau et la Démocratie
- **URPT** : Union des Radios Privées du Tchad

PRÉFACE



La création, en 1994, du Haut Conseil de la Communication (HCC), en prélude de l'adoption de la Constitution du 31 mars 1996 et de la mise en place consécutive des autres grandes institutions de la République, déterminait déjà la nécessité de l'existence de cette autorité administrative indépendante, les enjeux des activités relatives à l'information et à la communication qu'elle devait réguler et la liberté d'expression et de la communication qu'elle devait garantir.

En effet, la Haute Autorité des Media et de l'Audiovisuel (HAMA), née des cendres du HCC, est chargée, entre autres, de réguler les rapports de communication entre les pouvoirs publics, les organes d'information et le public, ainsi que de donner des avis techniques et recommandations sur les questions touchant au domaine de l'information. Elle doit aussi réguler l'accès et l'exercice de la profession de journaliste et veiller au respect des règles déontologiques et de la législation en matière d'information et de la communication. En tant qu'autorité de régulation, la HAMA doit, surtout, garantir la liberté de la presse et l'expression pluraliste des opinions, dans le cadre du respect des valeurs culturelles nationales, de l'ordre public et de la vie des citoyens, tout comme assurer un accès équitable des associations et partis politiques aux médias de service public.

Cependant, depuis 29 ans d'existence, c'est la première fois que l'Autorité de régulation soumet à l'évaluation l'offre et l'accès aux services d'une grande structure publique de l'audiovisuel, l'Office National des Médias Audiovisuels (ONAMA). Si cette première initiative a quelque peu surpris des gens et même suscité quelques incompréhensions, elle relève bien des prérogatives ordinaires de régulation des médias (audiovisuels, imprimés, en ligne, tant publics que privés) et des blogs, sur lesquels la HAMA exerce sa compétence, conformément à la loi n°32/PR/2018, du 31 mai 2018, portant attributions, organisation et fonctionnement de la Haute Autorité des Media et de l'Audiovisuel et aux textes subséquents.

S'il est vrai que, dans l'apprentissage de l'expression plurielle et libre, marqué par des dérives dues essentiellement à une insuffisance de professionnalisme, la HAMA a porté une attention particulière sur les journaux imprimés et en ligne, ainsi que les radios commerciales, associatives, communautaires et confessionnelles privées, il n'en est pas moins qu'elle assure aussi un suivi régulier des médias publics. C'est ainsi qu'à la suite du lancement du recensement des organes de presse privée, la HAMA a engagé une inspection de tous les médias, notamment audiovisuels, sur la base de leurs cahiers de charges respectifs, signés avec l'Autorité de régulation de l'information et de la communication. Cette démarche vise, principalement, à assurer au public, en général, et au citoyen tchadien en particulier, l'accès à une information libre, complète et véridique ainsi qu'à un service public de médias de qualité. C'est, effectivement, pour permettre une appréciation plus bénéfique au public de la mise en œuvre du cahier des charges de l'ONAMA que la HAMA a décidé de son évaluation.

Si les conclusions du rapport de cette évaluation montrent des avancées dans la prise en compte de l'expression pluraliste des opinions, elles mettent aussi en évidence divers manquements à la mise en œuvre d'autres points du cahier des charges de l'ONAMA. Ce qui confirme la nécessité que la HAMA mène cette évaluation en vue de l'amélioration de la qualité des prestations de ce précieux moyen d'information, pour l'épanouissement du citoyen et son progrès.

En fait, le processus d'évaluation, engagé, pour l'ensemble de la presse nationale, par un recensement des médias privés, en août 2022, suivi d'une inspection, en février 2023, des radios commerciales, associatives, communautaires et confessionnelles, s'est poursuivi, par des missions de terrain de la HAMA, dans les stations provinciales publiques et les radios privées de provinces, pour aboutir à la direction générale de l'ONAMA, à N'Djaména. Dans ce cadre, la presse écrite et électronique a été amenée également à remplir des formulaires d'évaluation, avec des compléments d'informations consécutifs.

La HAMA effectue ce processus d'évaluation de l'ensemble des médias privés et publics pour également mieux maîtriser l'environnement de l'information et de la communication, et avoir pleinement et efficacement prise sur son domaine d'intervention.

J'invite, par conséquent, les responsables et agents de l'ONAMA, à tous les niveaux, à accueillir objectivement les conclusions de ce rapport d'évaluation et, surtout, à prendre en compte et mettre en œuvre les recommandations des évaluateurs, pour le plus grand bien du public.

La HAMA reste disposée à entretenir, à cet effet, un dialogue fécond avec le Ministère de la Communication, le Conseil d'Administration et tous les responsables de l'ONAMA, au bénéfice du public des médias audiovisuels de service public.

ABDERAMANE BARKA ABDOULAYE DONINGAR

PRÉSIDENT DE LA HAMA



INTRODUCTION

Avec le vent de démocratisation qui a soufflé sur le continent africain au début des années 1990, les gouvernants ont engagé une restructuration des médias d'Etat pour les adapter à l'évolution du contexte politique et socioculturel, avec l'émergence d'une concurrence privée. Cette réforme a entraîné la révision des modes de gestion, un changement statutaire et des efforts de réajustement de la ligne éditoriale.

Le but de cette triple mutation économique, éditoriale et juridique des médias d'Etat ou gouvernementaux en médias de service public, avec des organes d'information, d'éducation et de divertissement autonomes, était de satisfaire les besoins démocratiques, culturels et sociaux des populations, tout en préservant le pluralisme des courants de pensée et d'opinion. Il s'agissait de disposer d'organes de presse, aussi bien publics que privés, dont les contenus devraient répondre aux besoins et aux intérêts de toutes les catégories et de tous les groupes de la société.

A cet effet, la première grande institution de la République de l'ère démocratique que le Tchad a créée, en 1994, a été le Haut Conseil de la Communication (HCC), devenu, en 2018, Haute Autorité des Media et de l'Audiovisuel (HAMA). Cette Autorité administrative indépendante chargée de réguler les activités relatives à l'information et à la communication, et de garantir la liberté d'expression et de la communication, doit, dans le cadre de ses missions, entre autres, veiller au respect des règles professionnelles et de la loi, réguler l'accès et l'exercice du journalisme, garantir la liberté de la presse et l'expression pluraliste des opinions dans le cadre du respect des valeurs culturelles nationales, de l'ordre public et de la vie des citoyens. Elle doit également réguler les rapports de communication entre les pouvoirs publics, les organes d'information et le public, garantir aux partis politiques et associations un accès équitable aux médias publics ainsi que donner des avis techniques et recommandations sur les questions touchant au domaine de l'information.

De par ces prérogatives à lui conférées par la loi n°32/PR/2018, la HAMA exerce son autorité sur tous les médias publics et privés sur le territoire de la République du Tchad. Sur la base du cahier des charges signé avec l'Office National des Médias Audiovisuels (ONAMA), la HAMA a engagé une évaluation des contours de l'accès du public aux services et aux productions des médias publics qui le composent.

Cette évaluation s'inscrit dans une démarche générale d'assainissement et d'accompagnement des médias publics et privés, face aux défis de la refondation de la Nation tchadienne, notamment les enjeux électoraux, qui exigent que les médias, en général, et ceux du service public en particulier, soient de véritables véhicules d'une information libre, complète et véridique, en vue d'élections libres, transparentes et acceptables pour tous, ensuite d'un développement harmonieux du Tchad. Les enjeux de cette évaluation sont aussi grands que les préoccupations du public y afférentes sont énormes.

Exécuté sur une durée de 30 jours, entre analyses documentaires, monitoring des émissions, entretiens et sondages, ce travail purement technique devra permettre à l'ONAMA de se restructurer et de s'améliorer, au plus grand bonheur des auditeurs et téléspectateurs, et, surtout, pour le rayonnement du Tchad.

MME EVELYNE FAKIR KANASSAWA,

VICE-PRÉSIDENTE DE LA HAMA, COORDINATRICE DE L'ÉQUIPE D'ÉVALUATION

REMERCIEMENTS

Au moment où nous bouclons ce rapport d'évaluation de la mise en œuvre du cahier des charges de l'Office National des Médias Audiovisuels (ONAMA), je voudrais, aux noms du Président de la Haute Autorité des Media et de l'Audiovisuel (HAMA), M. **ABDÉRAMANE BARKA ABDOULAYE DONINGAR**, de la Vice-Présidente et Coordinatrice de cette évaluation, Mme **EVELYNE FAKIR KANASSAWA**, ainsi que des membres de l'équipe d'évaluation, remercier le Directeur Général de l'ONAMA et tous les Directeurs, Sous-Directeurs, Rédacteurs en Chef de la Radio et de la Télévision, membres du personnel, responsables des deux syndicats et des délégués des personnels des médias audiovisuels publics, pour la collaboration et, surtout, pour avoir mis à la disposition de l'équipe les documents sollicités et répondu aux questions des évaluateurs.

Je voudrais, en outre, remercier les acteurs politiques, présidents de grandes institutions, membres du Gouvernement, leaders religieux et traditionnels, responsables des associations de la société civile et des organisations des professionnels des médias, pour avoir accepté de répondre aux différentes questions qui leur ont été adressées dans le cadre de cette évaluation.

Aussi, serait-il injuste de ne pas féliciter et encourager les évaluateurs (Messieurs **GATA NDER, ALLAZAM EL-HADJ ISSAKHA, ALLAMINE KADER KORA, BETEL MIAROM et TOUROUMBAYE GEOFFROY**), ainsi que les dix observateurs et analystes de la HAMA qui se sont investis pour la réalisation de ce travail scientifique dans un temps record.

Enfin, je voudrais remercier et exprimer la satisfaction de la Coordination et de l'Équipe des Évaluateurs à M. **MBAIDI-GUIM DONATIEN**, pour la qualité du travail de sondage d'audience des médias de l'ONAMA, réalisé dans les arrondissements de N'Djaména et la plupart des provinces du pays, pour le compte de la HAMA.

NGARMAGUÉ JEAN-PIERRE

RAPPORTEUR ADJOINT DE LA HAMA, CHEF DE L'ÉQUIPE D'ÉVALUATION

RÉSUMÉ ANALYTIQUE DE L'ÉVALUATION

La splendide tour de verre de 11 étages, ce joyau architectural où siège l'Office National des Médias Audiovisuels (ONAMA), abrite la Direction Générale, la Radiodiffusion Nationale Tchadienne (RNT), la Télévision du Tchad (TVT), et tous les services centraux de l'Office. Des équipements de dernière génération technologique y sont installés : six studios, six régies, toutes les panoplies de la post production, cinq cars de transmission, dix salles techniques pour la TVT. Il y a un peu moins d'équipements, mais tout aussi impressionnants pour la RNT.

Au plan énergétique, en plus de l'approvisionnement de la Société Nationale d'Électricité (SNE), l'ONAMA dispose de cinq groupes électrogènes, dont deux de 1 500 KVA chacun et un autre de 650 KVA, qui lui assurent une autonomie énergétique à toute épreuve. Le bâtiment est, par ailleurs, équipé d'un système permettant d'assurer une économie de la consommation électrique. C'est dans ce cadre de travail (dans la salle D) que les six évaluateurs de la HAMA découvrent, au fil des entretiens avec les responsables à différents niveaux, les réalités de l'ONAMA.

Le premier constat est que l'imposante structure manque de ressources financières. Sur un budget de 14,7 milliards FCFA adopté par le Conseil d'Administration pour l'exercice 2023, l'ONAMA s'est vu allouer, par le Ministère des Finances, 11 milliards FCFA, soit un gap de 3,7 milliards FCFA, qu'il ne peut pas combler avec les recettes publicitaires de l'ordre de 200 à 300 millions FCFA par an. Or, en plus des charges salariales et des indemnités de 3,4 milliards FCFA, il y a d'autres dépenses incompressibles dont la location du satellite, la maintenance et l'entretien du bâtiment qui englobent 6 milliards FCFA. C'est sur la marge restante que la Direction Générale de l'ONAMA affirme assurer la marche quotidienne de la RNT, de la TVT et des 25 stations provinciales qui ont des budgets respectifs de fonctionnement de 12 à 15 millions FCFA, avec des difficultés de décaissement au niveau du Trésor public.

Cette situation nuit aux activités de production et limite la création, induisant, selon la Direction Générale, une constante rediffusion de vieilles émissions. Le monitoring des programmes de la TVT pour le mois de mai 2023, réalisé par les analystes et observateurs de la HAMA, indique que les rediffusions occupent la première place dans le programme avec 19,62%. Le budget de la production de la TVT est de 800 millions FCFA, pendant que dans les structures audiovisuelles hexagonales ou d'autres pays africains, le budget de la production est supérieur à la masse salariale. Comme la production de l'ONAMA, ses services d'information sont limités dans leurs activités. Les débats politiques ne sont plus quasiment organisés. Entretemps, les services de rédaction, à la radio comme à la télévision, se contentent eux-mêmes de couvertures factuelles d'événements, avec des comptes-rendus qui représentent près de 91% des genres rédactionnels pratiqués. Le temps occupé par les reportages est d'à peine de 7%.

L'ONAMA est confronté aussi à un faible niveau de compétences de son personnel. Les 749 agents que compte l'ONAMA sont, de l'avis de son Directeur Général, insuffisants, comparés à d'autres structures du genre en Afrique. Le problème du personnel, dont le mode de recrutement est essentiellement administratif, est son manque de qualification. Dans de nombreux services, sur un total de 60 à 100 personnes, à peine 7 à 10 personnes sont pleinement utiles. Ce qui a amené le Ministère de la Communication, qui assure la tutelle de l'ONAMA, à envisager un audit du personnel pour assainir la structure et recruter des personnes compétentes. L'ONAMA ne dispose pas non plus d'une politique de formation continue.

Avoir un personnel compétent est bon, mais l'accompagner d'un bon management est mieux pour régler entièrement la question vitale de la performance de l'ONAMA, face à la concurrence des médias audiovisuels privés, moins bien lotis. Les nominations des responsables de l'ONAMA sont décriées par l'ensemble du personnel, notamment par les deux syndicats qui affirment qu'elles n'obéissent pas aux plans de carrière et ne sont pas effectuées sur des bases objectives et professionnelles. Effectivement, depuis plusieurs années, même les nominations des directeurs ne requièrent pas l'avis préalable de la HAMA, prévu par la loi.

Les services de production et de l'information sont confrontés à d'incessants problèmes de mobilité, à cause d'un parc automobile dégarni, qui assure très difficilement le transport du personnel et la couverture d'une vingtaine d'activités journalières. La caméra, un outil minimal mais fondamental pour toute activité audiovisuelle, manque. Chaque jour, il faut, pour les agents utilisateurs, s'assurer de disposer de l'un des dix appareils encore fonctionnels pour descendre

sur le terrain. Des retards et des rendez-vous sont différés par manque de caméra. De nouvelles commandes seraient en route. En attendant, il n'est pas encore prévu de stratégie ni de plan de renouvellement des équipements et d'approvisionnement de l'ONAMA.

Si les évaluateurs de la HAMA se sont intéressés au fonctionnement interne, c'est qu'il impacte directement la mise en œuvre du cahier des charges de l'Office, qui est le principal objet de cette évaluation. Cela rappelle l'ONAMA à ses obligations en tant que média de service public. L'un des points essentiels prévus par le cahier des charges est l'accès de toutes les composantes de la société, de toutes les sensibilités et opinions aux services de l'ONAMA.

Si la Direction Générale de l'ONAMA estime appliquer son cahier des charges à 80%, des acteurs politiques et ceux de la société le démentent vigoureusement, allant jusqu'à affirmer que l'accès de l'ONAMA est hermétique et que ses portes ne sont amplement ouvertes qu'au Mouvement Patriotique du Salut (MPS) et les dirigeants du pays. Le monitoring des programmes du mois de mai 2023 nuance ces affirmations.

D'après ce monitoring, le MPS est en tête au temps de diffusion, avec 30,1%, suivi de l'UNDR, avec 8,46%. Mais de nombreux autres partis, dont l'URD, accèdent aussi à cette diffusion, à un taux de plus de 6%. La société civile, dont l'Union des Syndicats du Tchad (UST), accède à la télévision avec 32,58% de temps de diffusion. D'autres ont bien davantage accès à la RNT, mais la plupart des associations des droits de l'Homme ne figurent pas parmi elles.

Les évaluateurs ont pu constater que l'ONAMA est sélectif dans le traitement de l'information. Certains sujets dits sensibles relatifs aux conflits intercommunautaires ou aux manifestations sont totalement ignorés par les deux organes de l'ONAMA, dont les responsables disent attendre, souvent, l'autorisation des supérieurs avant d'en parler. Quelques-uns disent avoir eu des injonctions relatives au traitement de certains sujets d'actualité, mais leurs responsables rejettent ces déclarations. Dans tous les cas, les journalistes de l'ONAMA pratiquent soit consciemment, soit inconsciemment, l'autocensure. Le regard que jettent la plupart des acteurs politiques et la société civile sur l'ONAMA est assez négatif. Ils ne le considèrent que comme un instrument au service du «régime en place». Effectivement, pour permettre à l'ONAMA de connaître précisément l'accueil que lui réserve son public, la HAMA a sollicité une agence pour réaliser une enquête d'audience. Contrairement aux idées reçues dans divers milieux, l'audience de l'ONAMA est au-dessus de la moyenne. La TVT est suivie par 56,57% des personnes enquêtées, et la RNT par 55,09%. Les raisons qu'elles invoquent, c'est qu'elles cherchent à se cultiver, à s'informer et à se divertir. Les auditeurs et téléspectateurs qui se détournent de l'ONAMA se justifient par une abondance de propagande politique, un manque d'attractivité des programmes, une partialité politique et géographique, etc.

En terme d'audience, la TVT (256 sollicitations sur 1.000) arrive après Canal+ (381), Sahara TV (391), Electron TV (423) et France 24 (583). Pour regagner les faveurs de ses auditeurs et téléspectateurs, l'ONAMA devra tenir compte de leurs recommandations, notamment d'observer la neutralité politique, de recourir à des journalistes compétents, de concevoir un programme attractif et de couvrir, en particulier par la radio, tout le territoire national. Ils rejoignent en cela les principaux points du cahier des charges.

DÉROULEMENT DE L'ÉVALUATION

L'Équipe des évaluateurs a été officiellement installée le 6 juillet 2023, au sein de l'ONAMA, par la Vice-Présidente de la HAMA, Mme Evelyne Fakir Kanassawa. Elle s'est immédiatement mise au travail en élaborant un chronogramme d'entretiens. Suivant ce chronogramme (qui figure en annexe), et dans la salle D, mise à leur disposition par la Direction Générale de l'ONAMA, les évaluateurs ont eu, du 10 au 17 juillet 2023, une série d'entretiens avec les responsables et membres des personnels de l'Office suivants :

- le Directeur Général de l'ONAMA, M. **Boukar Sanda**;
- le Directeur de la RNT, M. **Gassissou Sakanga**;
- le Directeur de la TVT, M. **Souleymane Djabo**;
- le Directeur Commercial et Marketing, M. **Abderaman Mahamat Djouma**, et son adjoint, M. **Fadel Abdelaziz Ousman**;
- le Directeur des Ressources Humaines et de la Formation, M. **Abba Hamad Kaddara** ;
- le Directeur des Stations Provinciales, M. **Adam Brahim Tété** ;
- le Sous-Directeur des Programmes de la RNT, M. **Aaron Padacké** ;
- le Sous-Directeur des Programmes de la TVT par intérim, M. **Mahamat Hassan Abdelrassoul** ;
- le Sous-Directeur Technique de la RNT, M. **Kamaladine Mahamat Ousmane** ;
- le Sous-Directeur Technique de la TVT, M. **Dionkoss Gédéon** ;
- le représentant de la Sous-Directrice de la Production de la RNT, M. **Emmanuel Mariatna** ;
- le Sous-Directeur de la Production de la TVT, M. **Moustapha Abakar Malloumi** ;
- la Sous-Directrice de l'Information de la RNT, Mme **Hynda Ahmed Chérif** ;
- le Sous-Directeur de l'Information de la TVT, M. **Ahmat Yaya Abbas** ;
- le Rédacteur en Chef de la RNT, M. **Mahamat Nour Adoum Sougoumi** ;
- le Rédacteur en Chef de la TVT, M. **Adef Ahmat Ben Rahama** ;
- les Délégués de Personnel ;
- les responsables du Syndicat National des Professionnels de la Radio et de la Télévision (SYNAPORT) et du Syndicat Indépendant du Personnel de la Radiodiffusion et de Télévision du Tchad (SIPRAT).

Ces différents entretiens se sont déroulés dans une ambiance très courtoise entre les évaluateurs et les responsables de l'ONAMA, qui ont collaboré franchement pour la réussite de ce travail historique dans la vie des deux médias audiovisuels de service public.

Les entretiens ont été clos par des visites des installations techniques de l'ONAMA, respectivement au centre émetteur de Grédia, à la radio FM 92 MHz (à Sabangali) et au siège de la TVT et de la RNT (à l'immeuble de l'ONAMA). Au cours de ces visites guidées par les deux Sous-Directeurs Techniques de la RNT et de la TVT, les évaluateurs de la HAMA ont constaté directement les conditions de travail et les efforts fournis chaque jour pour assurer la mission de service public d'information, ainsi que les difficultés rencontrées dans la couverture du territoire national.

Parallèlement aux entretiens, une équipe d'observateurs de la HAMA s'est attelée à effectuer le monitoring et l'analyse des productions de l'ONAMA (émissions et journaux radiophoniques et télévisés) du mois de mai 2023.

Entre les 17 et 22 juillet 2023, les évaluateurs ont également mené des entretiens avec des Présidents de Grandes Institutions de la République, ainsi que des leaders de partis politiques, de confessions religieuses, d'organisations de la société civile et de médias.

Un sondage d'audience a été réalisé par un cabinet indépendant à N'Djaména et dans dix-huit autres villes du pays. Un échantillonnage de 1.000 personnes en a été retenu. Les résultats de ce sondage ont été remis le 03 août 2023.

Conformément au plan d'actions et au chronogramme, l'évaluation s'est déroulée dans le délai prévu, mais avec beaucoup de difficultés, notamment l'accès à certaines personnalités de l'administration publique et de partis politiques, malgré de multiples démarches des évaluateurs et de la Vice-Présidente de la HAMA, Coordinatrice de l'évaluation.

I. LA PRÉSENTATION DE L'ONAMA

Le 24 décembre 2018, l'Assemblée Nationale a adopté le projet de loi portant création de l'Office National des Médias Audiovisuels (ONAMA). L'ONAMA remplaçait ainsi la Direction Générale de Radiodiffusion et de Télévision du Tchad (DGRTV) créée par décret n°414 du 25 avril 2017, elle-même née des cendres de l'Office National de Radiodiffusion et Télévision du Tchad (ONRTV), dissout en septembre 2016.

L'idée qui a présidé à la création de l'ONAMA était de mettre en place un office, avec un statut clair, qui garantit l'autonomie et permet à la radiodiffusion et à la télévision publiques de jouer pleinement leur rôle. Au sujet des missions de l'ONAMA, feu Maréchal **Idriss Déby Itno**, lors de l'inauguration du siège, avait exhorté « *le personnel à travailler fort et à promouvoir la culture de non-violence, le vivre-ensemble, l'unité nationale et, surtout, à être jaloux de la souveraineté nationale* ».

1. Le statut juridique de l'ONAMA

L'ONAMA a été porté sur les fonts baptismaux par la loi n°011/PR/2019, du 10 janvier 2019. C'est un établissement public à caractère administratif, doté de la personnalité juridique et de l'autonomie financière. Il a pour mission « *d'assurer le service public de la communication en matière de la radio et de la télévision* » (article 1^{er} alinéa 3 de la loi précitée).

L'ONAMA comprend la Radiodiffusion Nationale Tchadienne (RNT) et la Télévision Tchadienne (TVT), basées à N'Djaména. Il dispose également de vingt-cinq (25) stations dans les provinces du pays.

2. L'organisation de l'ONAMA

Les modalités d'exercice de l'ONAMA sont fixées par le décret n°0882/PCMT/PMT/MC/2022, du 8 avril 2022, portant organisation et fonctionnement de l'ONAMA.

L'ONAMA est structuré de la manière suivante :

- un Conseil d'Administration ;
- une Direction Générale, avec des Directions, des Sous-Directions, des services et des stations provinciales.

2.1. Le Conseil d'Administration

Selon l'article 6 du décret n°0882, du 8 avril 2022, le Conseil d'Administration est « *l'organe de décision de l'ONAMA. Il définit et oriente l'action de l'ONAMA et veille à son bon fonctionnement* ».

Le Conseil d'Administration a pour missions de :

- fixer les grandes lignes de l'exécution des missions de service public dévolues à l'ONAMA ;
- entreprendre toute action susceptible d'accroître la performance de l'ONAMA ;
- veiller à la mobilisation des ressources nécessaires à son bon fonctionnement ;
- adopter le budget annuel et les rapports d'activités de l'ONAMA ;
- adopter le Règlement Intérieur ;
- approuver les projets d'investissement ;
- approuver les comptes de fin d'année et l'inventaire ;
- arrêter les tableaux des emplois et des effectifs ;
- proposer au Gouvernement les avantages et les traitements accordés au personnel ;
- autoriser les échanges ou cessions des biens, droits immobiliers et toute acquisition de ces biens, dans la limite des prescriptions budgétaires ;
- décider de toutes cessions, tous affermages, toutes participations directes ou indirectes dans les opérations présentant un intérêt direct pour l'ONAMA.

Le Conseil d'Administration est composé de quatorze (14) membres répartis comme suit :

- onze (11) membres du Gouvernement ;
- un (1) conseiller à la Présidence de la République ;
- deux (2) représentants du personnel.

Le Secrétaire Général du Ministère en charge de la Communication assure le Secrétariat du Conseil d'Administration.

2.2. La Direction Générale

Selon l'article 13 du décret n°0882 du 8 avril 2022, la Direction Générale de l'ONAMA est placée sous l'autorité d'un Directeur Général, assisté d'un adjoint. Il est l'ordonnateur principal des dépenses de l'ONAMA.

La Direction Générale a pour attributions :

- l'exécution de grandes orientations en matière de politique de communication du Gouvernement et des décisions du Conseil d'Administration ;
- l'élaboration et la présentation des budgets et rapports d'activités annuels ;
- l'élaboration du Règlement Intérieur et sa soumission à l'approbation du Conseil d'Administration ;
- la coordination, l'impulsion et le contrôle des activités des directions et services techniques ;
- la gestion des ressources financières, matérielles et humaines ;
- l'étude de faisabilité, dans le cadre de la décentralisation, pour l'implantation de nouvelles stations de radiodiffusion et de télévision sur toute l'étendue du territoire ;
- l'application des textes législatifs et réglementaires relatifs au fonctionnement et à la gestion des stations provinciales ;
- l'organisation, l'animation, le suivi, le contrôle et l'évaluation des activités relatives au développement technologique et des programmes des stations provinciales ;
- la coordination, de concert avec le Ministère en charge de la Communication, des initiatives permettant d'améliorer le contenu des productions et programmes de l'ONAMA ;
- l'élaboration d'un manuel de procédures et veiller à son application ;
- la préparation des sessions du Conseil d'Administration ;
- la représentation dans tous les actes de la vie civile.



M. Boukar Sanda, Directeur Général de l'ONAMA

La Direction Générale de l'ONAMA comprend :

- une Direction de la Radiodiffusion Nationale Tchadienne (RNT) ;
- une Direction de la Télévision Nationale Tchadienne (TVT) ;
- une Direction des Ressources Humaines et de la Formation ;
- une Direction Commerciale et Marketing ;
- une Direction des Stations Provinciales ;
- une Agence Comptable.

2.2.1. La Direction de la RNT

La Direction de la RNT assure une mission de service public en émissions et programmes radiodiffusés. Elle comprend :

- une Sous-Direction de l'Information ;
- une Sous-Direction des Programmes ;
- une Sous-Direction de la Production ;
- une Sous-Direction Technique.

2.2.2. La Direction de la TVT

La Direction de la TVT assure une mission de service public en émissions et programmes audiovisuels. Elle comprend également :

- une Sous-Direction de l'Information ;
- une Sous-Direction des Programmes ;
- une Sous-Direction de la Production ;
- une Sous-Direction Technique.



M. Gassissou Sakanga, Directeur de la RNT



M. Souleymane Djabo, Directeur de la TVT

2.2.3. La Direction des Ressources Humaines et de la Formation

La Direction des Ressources Humaines et de la Formation est chargée de :

- élaborer et suivre la politique de gestion des ressources humaines ;
- concevoir et faire appliquer un plan de carrière du personnel ;
- planifier les formations ;
- procéder à la paie du personnel ;
- définir le profil des postes ;

- recruter selon les besoins et profils attendus ;
- veiller à la protection du personnel ;
- veiller à l'application des mesures disciplinaires, en impliquant étroitement les délégués du personnel;
- encourager la culture d'éthique dans le milieu du travail.

2.2.4. La Direction Commerciale et Marketing

La Direction Commerciale et Marketing est notamment chargée de :

- élaborer la politique commerciale de l'ONAMA, en conformité avec les objectifs de la Direction Générale ;
- concevoir et vendre les produits de l'ONAMA ;
- renforcer le positionnement de l'ONAMA à l'intérieur et à l'extérieur du pays ;
- étudier le marché de l'ONAMA pour un bon positionnement ;
- mettre en œuvre l'ensemble de la politique commerciale (achats et vente des produits audiovisuels) ;
- élaborer le plan marketing (analyse du marché, détermination des cibles, choix des axes publicitaires), en les adaptant constamment à l'évolution du marché, en concevant et mettant en place des actions promotionnelles destinées à développer le produit et à en optimiser les ventes ;
- mener des négociations commerciales ;
- communiquer sur les produits et services ;
- concevoir, réaliser et contrôler les spots publicitaires et assurer le suivi de leur diffusion ;
- gérer les relations avec le public et les partenaires ;
- rechercher les annonceurs et sponsors.

2.2.5. La Direction des Stations Provinciales

La Direction des Stations Provinciales est chargée de :

- coordonner les activités de toutes les stations provinciales ;
- proposer le plan de développement des stations provinciales ;
- proposer, de concert avec la Direction des Ressources Humaines et de la Formation, les plans de formation des agents affectés dans les provinces ;
- proposer, de concert avec les chefs des stations, les grilles des programmes pour les stations provinciales ;
- assurer le suivi du plan de carrière du personnel des stations provinciales.

2.2.6. L'Agence Comptable

L'Agence Comptable est chargée de :

- assurer le recouvrement des recettes ;
- tenir la comptabilité ;
- exécuter l'ordre des dépenses transmis par l'ordonnateur ;
- arrêter les comptes de fin d'année ;
- élaborer les comptes de gestion ;
- gérer les ressources matérielles ;
- élaborer les projets de contrats et marchés de l'ONAMA.

3. Les infrastructures et équipements de l'ONAMA

Le siège de l'ONAMA a été inauguré le 29 décembre 2020 par feu Maréchal **Idriss Déby Itno**, Président de la République, Chef de l'État.

C'est un immeuble de onze (11) niveaux avec quatre (4) annexes (bâtiments A, B, C, D et studio La Renaissance) :

- le bâtiment «A» est l'immeuble principal, qui abrite les équipements de production Radio et TV ;
- le bâtiment «B» abrite des équipements d'énergie, de climatisation et les cars de transmission ;

- le bâtiment «C» abrite des équipements de transmission par satellite ;
- le bâtiment «D» abrite les émetteurs de diffusion Radio et TV ;
- et le bâtiment du studio La Renaissance.

3.1. Les infrastructures et équipements de la TVT

La Télévision Tchadienne utilise le système «AVID» pour la production et le système «SGT» pour la diffusion. Elle compte :

- six (06) studios :
 - o un studio News 1 ;
 - o un studio News 2 ;
 - o un studio News secours ;
 - o un studio de production de 200 places ;
 - o un studio spectacle de 500 places ;
 - o un studio La Renaissance;
- six (06) régies :
 - o une régie News 1 ;
 - o une régie News 2 ;
 - o une régie News secours ;
 - o une régie studio de production ;
 - o une régie studio spectacle ;
 - o une régie de diffusion avec deux canaux.
- la post-production :
 - o cinq (5) bancs de montage AVID Newscutter ;
 - o cinq (5) bancs de montage AVID Media Composer ;
 - o deux (2) bancs de montage mixage audio Pro-Tools avec deux cabines de doublage son ;
 - o trois (3) bancs de création et habillage graphique AVID Motion ;
 - o trois (3) bancs d'indexation des archives ;
 - o un banc d'administration (Media Management).
- cinq (05) cars de transmission :
 - o un car de transmission BLR (4 caméras actuellement hors service) ;
 - o un car de transmission SNG (3 caméras vétustes) ;
 - o un car OBVAN de 9 caméras (3 intérieures et 6 extérieures) ;
 - o un car OBBAN de 10 caméras sur le projet de TNT ;
 - o une régie mobile Flayaway pour les enregistrements à l'extérieur avec 4 caméras ;

NB : Les caméras de deux véhicules BLR et SNG sont toutes en panne.



- dix (10) salles techniques :
 - une salle de stockage caméra de reportage extérieur ;
 - une salle des serveurs bureautiques ;
 - une salle technique centralisée (STC) ;
 - une salle d'Ingest ;
 - une salle de digitalisation des archives en BVU ;
 - une salle de maintenance informatique ;
 - une salle de transmission satellite ;
 - une salle des émetteurs (radio et TV) ;
 - une salle de Gestion Technique centralisée (GTC) et contrôle caméra de surveillance ;
 - une salle de rédaction de 40 PC.

3.2. Les infrastructures et équipements de la RNT

La RNT utilise le logiciel d'automatisation et de diffusion radio «NETIA», «MusicMaster» et les consoles «DHD» (Dial Home Device). Elle compte :

- **cinq (05) studios :**
 - un studio du journal parlé 1 ;
 - un studio du journal parlé 2 ;
 - un studio du journal parlé 3 ;
 - un studio du journal parlé 4 ;
 - un studio du journal parlé de secours.
- **cinq (05) régies :**
 - une régie studio du journal parlé 1 ;
 - une régie studio du journal parlé 2 ;
 - une régie studio du journal parlé 3 ;
 - une régie studio du journal parlé 4 ;
 - une régie studio du journal parlé de secours.
- **les régies d'antenne :**
 - six (6) régies d'antenne (conducteur)
- **bancs de montage :**
 - quatre (4) bancs de montage archive.
- **on air :**
 - quatre On air de 4 canaux ;
 - un On air de secours.
- **les salles techniques:**
 - une salle multi copie;
 - une salle CDM (Centre Distributeur de Modulations);
 - une salle de rédaction 25 PC.
- **les cars de transmission :**
 - un car de transmission radio projet TNT ;
 - un système de transmission NAGRA ;
 - un car d'énergie de 100KVA projet TNT.

3.3. Les équipements de la radio FM 92.5 MHZ

La radio de proximité FM 92.5 MHZ est dédiée aux jeunes et aux femmes. Elle utilise les infrastructures de l'ancien local de la RNT (au quartier Sabangali à N'Djaména). Elle compte deux (2) studios :

- o studio et régie A;
- o studio et régie B.

NB : Les studio C et D de la RNT sont hors service.

Outre la source de la SNE, la FM 92.5 est alimentée par un groupe électrogène de 100 KVA.



3.4. Les sources d'énergie

En matière énergétique, le bâtiment de l'ONAMA est alimenté par :

- o une source de la SNE;
- o deux (02) groupes électrogènes de 1.500 KVA chacun ;
- o un groupe électrogène de 650 KVA;
- o un groupe électrogène de 250 KVA pour le studio La Renaissance ;
- o un groupe électrogène de 150 KVA pour le studio La Renaissance ;
- o une salle des onduleurs (UPS) de différentes capacités.

NB: La maintenance de tous ces équipements techniques au siège de l'ONAMA est confiée aux sociétés STUDIO-TECH et SOGECT-TCHAD, sur la base des contrats avec l'ONAMA.

II. LE FINANCEMENT DE L'ONAMA

1. Le budget de l'ONAMA et sa répartition

Pour l'exercice 2023, le budget de l'ONAMA, adopté par son Conseil d'Administration, est de l'ordre de 14,7 milliards FCFA, selon le Directeur Général, M. **Boukar Sanda**. Le Ministère des Finances a accordé, dit-il, 11 milliards FCFA. Un gap de plus de 3 milliards FCFA est à combler, avec les recettes publicitaires, alors qu'elles sont très dérisoires, de l'ordre de 200 millions à 300 millions FCFA par an, selon le Directeur Général.

Le budget prévisionnel est réparti entre les charges d'investissement, les charges du personnel et le fonctionnement. Les salaires et indemnités prennent environ 3,4 milliards de FCFA. Toutes les charges incompressibles (salaires, indemnités, satellite, logiciels et entretien du bâtiment) sont de l'ordre de 6 milliards FCFA. « *Nous jouons sur le reste de l'enveloppe pour prendre en compte les 25 stations provinciales, qui ont chacune un budget, les carburants et lubrifiants, la production, etc.* », déclare M. **Boukar Sanda**.

2. Les sources de financement de l'ONAMA

Selon l'article 35 du décret n°0882, les ressources de l'ONAMA proviennent de:

- subventions de l'Etat ;
- fonds propres issus de ses prestations de service ;
- fonds prélevés du droit d'accises indexé sur les chiffres d'affaires des sociétés de téléphonie ;
- dons et legs.

A cela, il faut ajouter les redevances versées par les radios BBC et RFI.

Les ressources de l'ONAMA sont affectées à la couverture des charges budgétaires annuelles de fonctionnement et d'investissement.

L'ONAMA est autorisé, par dérogation aux principes généraux applicables en matière de comptabilité publique, à disposer d'une comptabilité à partie double, à recouvrer directement ses ressources et à les déposer dans un compte ouvert en son nom dans une banque commerciale de la place.

Les comptes de l'ONAMA sont soumis à un audit légal et obligatoire effectué par un commissaire aux comptes agréé par la CEMAC (Communauté Economique et Monétaire de l'Afrique Centrale).



M. Boukar Sanda avec l'Équipe des évaluateurs

III. LA LIGNE ÉDITORIALE DE L'ONAMA

1. La définition de la ligne éditoriale

La ligne éditoriale définit l'identité d'un média, qui détermine l'ensemble des choix rédactionnels effectués par les journalistes lors des conférences de rédaction. Elle fixe une ligne directrice et oriente la manière dont sera traitée l'actualité. Dans un média de service public, les choix sont déterminés par la nécessité de mettre à la disposition du public une information libre, véridique et complète.

La loi n°011/PR/2019, du 10 janvier 2019, portant création de l'ONAMA, se limite à déterminer, à son article 1^{er}, que la mission de l'ONAMA est « *d'assurer le service public de la communication en matière de Radio et de Télévision* ».

2. La perception de la ligne éditoriale

Les entretiens avec les responsables, à divers niveaux, de l'ONAMA, révèlent que le concept de « *ligne éditoriale* » est mal maîtrisé, et bien plus encore, la notion de « *média de service public* ».

Des entretiens avec les responsables de l'ONAMA, il ressort des compréhensions diverses de la ligne éditoriale. Le Directeur de la RNT, M. **Gassissou Sakanga**, par sa définition du média audiovisuel de service public comme une « *structure audiovisuelle chargée par l'État de produire et de diffuser des contenus en direction de la population* », fixe l'information dans une verticalité de l'État à la population, restreignant ainsi le champ du pluralisme des opinions. Tout en reconnaissant que la ligne éditoriale n'est pas une notion évidente pour tous, M. **Gassissou Sakanga** s'accroche à la fonction classique de tout média qui est « *d'informer, d'éduquer et de divertir* ».

Le Directeur de la TVT, M. **Souleymane Djabo**, estime, lui, que la notion de « *média de service public* » renvoie à la satisfaction de l'intérêt général, tout en précisant que la ligne éditoriale de l'ONAMA consiste à « *accompagner l'État* ».

On retrouve quasiment la même perception dans la plupart des entretiens que les évaluateurs de la HAMA ont eus avec les responsables de l'ONAMA, réduisant la mission de « *service public* » simplement à sa dimension étatique: la visibilité de l'action gouvernementale. Cela se traduit dans la programmation de l'information, qui privilégie l'action gouvernementale, avec une hiérarchisation quasi protocolaire de l'information (Présidence de la République, Primate, membres du Gouvernement et autres), sans tenir compte de l'urgence et l'intérêt du contenu, ni de l'ordre politique, économique, social, culturel et sportif.



IV. LE PERSONNEL DE L'ONAMA

L'ONAMA, et avant lui, la DGRTV (Direction Général de Radiodiffusion et Télévision), l'ONRTV (Office National de la Radiodiffusion et de la Télévision), ont hérité du personnel de la RNT et de la TVT, auquel se sont ajoutés, par vagues successives, des fonctionnaires envoyés par la Fonction Publique, des contractuels de l'État et d'autres recrutés directement par l'ONAMA.



M. Abba Hamad Kaddara, Directeur des Ressources Humaines et de la Formation

1. La composition et la répartition du personnel

L'ONAMA compte 749 agents dont 145 femmes et 604 hommes, selon la dernière mise à jour de la situation administrative, le 7 juillet 2023, par la Direction des Ressources Humaines, mise à la disposition de l'équipe d'évaluation. Ce personnel se décompose par catégories suivantes :

- 309 fonctionnaires ;
- 259 contractuels de l'ONAMA ;
- 74 contractuels de l'Etat ;
- 02 décrétés (cadres hors secteur de la communication) ;
- 62 décisionnaires ;
- 27 pigistes ;
- 07 techniciens militaires ;
- 10 prestataires.

Le personnel est réparti de la manière suivante dans les directions, services et stations provinciales :

- 04 agents au cabinet du PCA (Président du Conseil d'Administration) ;
- 37 à la Direction Générale ;
- 20 à la Direction des Ressources Humaines ;
- 199 à la Direction de la Radio Nationale ;
- 225 à la Direction de la Télévision Nationale ;

- 21 à la Direction Marketing et Publicité ;
- 16 à l'Agence Comptable ;
- 07 à la Direction des Stations Provinciales ;
- 205 dans les stations provinciales ;
- 10 prestataires.

Parmi les stations provinciales les mieux fournies en personnel, il ya :

- Moundou : 24 agents (directeur, responsable des programmes, reporter, caméraman, technicien et chauffeur compris) ;
- Sarh : 22 agents ;
- Abéché: 17 agents ;
- Faya : 10 agents ;
- Ati, Bongor et Mao : 09 agents chacune ;
- Fada, Massakory et Moussoro : 08 agents chacune.

Les stations provinciales les moins pourvues en personnel sont :

- Laï : 03 agents ;
- Bardaï et Massenya : 04 agents chacune ;
- Adré, Biltine, Koumra, Kyabé et Pala : 05 agents chacune.

Les stations d'Amdjarass, de Goz Béida, Kélo et Mongo disposent, chacune, de 06 agents.

Enfin, les stations d'Am-Timan, Bol et Doba, quant à elles, se retrouvent, chacune, avec 07 agents.

« *Toutes les stations ont au moins un (01) journaliste et un (01) caméraman* », affirme le Directeur des Ressources Humaines et de la Formation.

2. Les profils des dirigeants et agents de l'ONAMA

Les principaux responsables de l'ONAMA (Directeur Général, Directrice Générale adjointe, Directeurs de la Radio et de la Télévision, Directeurs des Ressources Humaines, Directeurs Marketing et Publicité, Sous-Directeurs de l'Information, Sous-Directeurs Techniques, Sous-Directeurs de Programmes, Sous-Directeurs de la Production) sont titulaires d'un Bac+3 au moins en journalisme, communication, informatique et autres, avec des expériences avérées.

Au niveau des 25 stations provinciales, les chefs de station sont, pour la plupart, titulaires d'une licence ou d'une maîtrise en journalisme ou sciences et techniques de l'information et de la communication, à l'exception de deux, titulaires d'un baccalauréat, d'un autre qui a un CFEN (instituteur) et de trois autres, dont les qualifications ne sont pas indiquées sur la liste générale fournie par la Direction des Ressources Humaines et de la Formation.

De manière spécifique, il ressort de la liste du personnel les profils suivants :

- 288 agents diplômés d'un BTS (Brevet de Technicien Supérieur), d'une licence et d'un master ou maîtrise en journalisme, en sciences et techniques de l'information et de la communication, multimédia et audiovisuel, prise de vue, production et réalisation ;
- 63 agents titulaires d'un diplôme (BTS, licence, master ou ingénieur) en télécommunications, en génie informatique ou en réseaux informatiques ;
- 68 agents diplômés en sciences sociales et humaines (droit, gestion, comptabilité, sciences économiques, gestion des ressources humaines, géographie, histoire, philosophie, langues vivantes, management des projets, etc.) ;
- 70 agents titulaires d'un BEPC (Brevet d'Etudes du Premier Cycle), baccalauréat ou CAP (Certificat d'Aptitude Professionnelle) ;
- 49 chauffeurs, etc.

Il y a un nombre important d'agents dont les profils ne sont pas indiqués sur la liste générale fournie par la Direction des Ressources Humaines et de la Formation.

3. Les modes de recrutement et les nominations à l'ONAMA

Il y a deux modes de recrutement d'agents à l'ONAMA :

- d'une part, le Ministère de la Communication recrute, à travers le Ministère de la Fonction Publique, des agents qu'il met à la disposition de l'ONAMA (par exemple, en décembre 2020, 150 agents ont ainsi été recrutés par le Ministère de la Fonction Publique et affectés à l'ONAMA) ;
- d'autre part, l'ONAMA recrute des contractuels (le recrutement par l'ONAMA est effectué par lui-même sur étude de dossiers; un dernier recrutement essayé par test n'a pas abouti).

4. La gestion du personnel de l'ONAMA

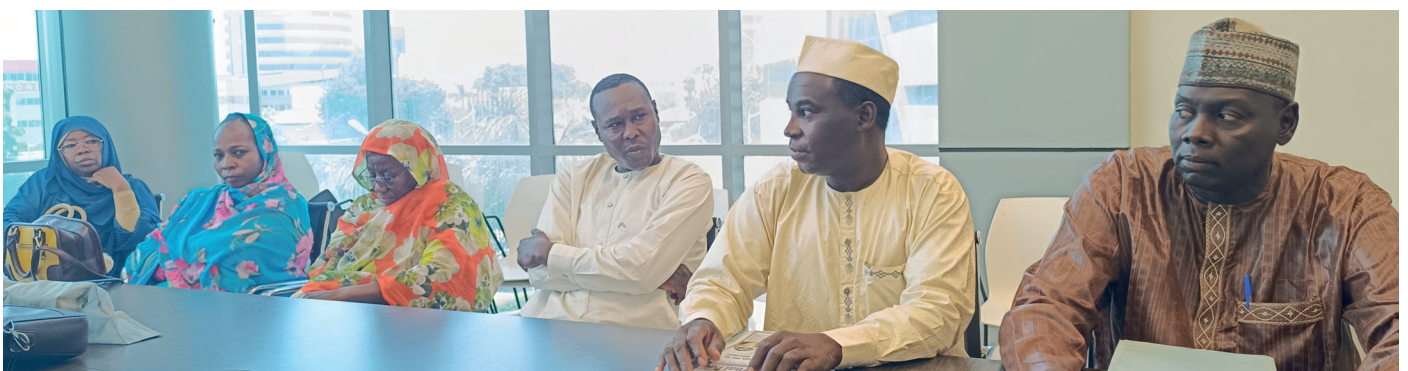
La gestion du personnel de l'ONAMA est tributaire de ses modes de recrutement. Les carrières des fonctionnaires et contractuels mis à sa disposition par l'État sont gérées par le Ministère de la Fonction Publique, à l'instar des autres agents de l'État, tandis que la gestion des carrières des contractuels recrutés par l'ONAMA lui-même incombe à sa Direction des Ressources Humaines et de la Formation. Malheureusement, « pour les contractuels, tant qu'il n'y a pas une convention d'établissement, la gestion de leurs carrières est difficile. S'il n'y a pas un acte, c'est difficile de le mettre dans une catégorie et les faire avancer », estime le Directeur des Ressources Humaines et de la Formation, M. **Abba Hamad Kaddara**.

L'ONAMA se retrouve aujourd'hui avec un nombre important de personnel qu'il peine à gérer efficacement. Pour le Directeur des Ressources Humaines et de la Formation, une meilleure gestion passe obligatoirement par un audit du personnel. « Un audit du personnel s'impose. Il a été instruit par le Ministre de la Communication. Les TDR (Termes de référence, NDLR) de cet audit ont été élaborés. Une commission sera mise en place pour adopter les TDR », confie M. **Abba Hamad Kaddara**.

« L'audit du personnel va nous permettre de définir l'adéquation entre les profils des agents et les différentes tâches définies dans le process-métier que nous assurons. C'est une étude qui permettra de dire: « nous avons besoin de 80 journalistes, alors que nous en avons 60, ou si nous avons besoin de 52 techniciens. C'est de cette manière qu'on pourra dire que pour telle station, nous avons besoin de tel agent », soutient le Directeur Général. Mais M. **Boukar Sanda** mesure déjà le défi en cela: « ce ne sera pas un bâton magique ».



Les leaders des deux syndicats du personnel de l'ONAMA



V. LES TRAITEMENTS SALARIAUX DES DIRIGEANTS ET AGENTS

1. La grille des salaires

La grille des salaires de l'ONAMA est des plus avantageuses de tout le secteur médiatique du Tchad. Elle est conçue essentiellement sur la base du diplôme, depuis le Certificat d'Études Primaires et Élémentaires (C.E.P.E) au diplôme universitaire le plus élevé (BAC+8), toutes disciplines confondues. Même si les détenteurs du diplôme du journalisme sont les plus nombreux à être recrutés, les qualifications généralement appliquées dans les médias publics, notamment audiovisuels, ne sont pas prises en compte. Cette grille, qui est surtout administrative, à l'image de ce qui se pratique dans la Fonction Publique, n'encourage guère l'émulation professionnelle, d'autant plus que les promotions ne semblent pas obéir à des critères précis de compétences, expérience, comportement professionnel, initiative, résultats, etc.

Dans tous les cas, les rémunérations de l'ONAMA sont stimulantes et, dans un contexte de concurrence, permettraient de recruter les meilleurs employés. Un jeune sorti de l'université ou d'une école de journalisme nanti d'une licence démarre à l'ONAMA avec un salaire brut de 299.000 FCFA et au 10^{ème} échelon, correspondant à 20 ans de carrière, il gagnera 544.000 FCFA.

2. La grille des indemnités

En sus des rémunérations de base, les responsables de l'ONAMA ont des indemnités cumulées (responsabilités, logement, eau et électricité, téléphone) de 2.700.000 FCFA pour le Président du Conseil d'Administration, 2.150.000 FCFA pour le Directeur Général, 1.850.000 FCFA pour le Directeur Général adjoint, 1.300.000 FCFA pour les Directeurs, 1.100.000 FCFA pour les Directeurs adjoints, 975.000 FCFA pour les Sous-directeurs. Puis l'on tombe à 150.000 FCFA de prime de sujétion pour les présentateurs de journaux, à 115.000 et 110.000 FCFA pour les techniciens et à 105.000 FCFA pour les journalistes, animateurs, réalisateurs et producteurs. Cette disparité salariale de l'échelle de 1 à 10, devenue source de frustrations pour les journalistes, producteurs et techniciens, est dénoncée par les membres des deux syndicats du personnel qui estiment injuste de défavoriser ainsi ceux sur lesquels pèse le poids du travail.

Le Directeur Général de l'ONAMA trouve plutôt justifiées les indemnités dévolues aux responsables à différents niveaux de l'ONAMA, car elles s'expliquent par les obligations de responsabilités.

3. La prise en charge sanitaire et sociale du personnel

Au plan social, la convention entre l'ONAMA et la STAR Nationale, qui assurait la couverture sanitaire au personnel, a été suspendue le 02 juin 2023, moins d'un an après avoir été mise en œuvre en septembre 2022. Le personnel a aussitôt dénoncé, à travers ses syndicats, cette suspension due aux retards de paiement des frais relatifs à la couverture sanitaire. La Direction Générale a été ainsi obligée de trouver une solution avec la STAR Nationale pour la reprise de la couverture sanitaire à partir de juillet 2023.

VI. LA PRODUCTION

1. La production interne et la production externe

1.1. La production interne

La Sous-Direction de la Production de la TVT compte soixante (60) agents, toutes catégories confondues. Malheureusement, ceux qui seraient capables d'effectuer un travail professionnel seraient à peine une dizaine. «*Il y a la quantité, mais pas la qualité*», déplore le Sous-Directeur de la Production, M. **Moustapha Abakar Malloumi**.

Et pourtant, la production de la télévision est l'épine dorsale de l'ONAMA, avec plusieurs tâches : les recherches de sujets et de thématiques, l'écriture scénaristique de chaque émission ou magazine, la planification des tournages, la supervision et planification des montages au service de production, etc. La production télévisuelle a des normes universelles. Le manque de compétences, les interférences ou la dépendance des autres services fragilisent complètement la production. Résultats: certains programmes sont rediffusés à longueur de journée, créant une monotonie qui finit par lasser les téléspectateurs.

A la production, il faut nécessairement avoir des agents de conception. De l'idée à l'écran, c'est tout un processus pour la fabrication d'un programme captivant et attrayant. Il faut, à la production de la télévision nationale des magazines pour grand public, séries, documentaires, films de fiction, films pour enfants et aussi des gags de quelques minutes à l'antenne pour divertir le public, qui s'ennuie souvent après un journal trop long et fortement axé sur des activités politiques.

Tout cela exige des agents compétents et imaginatifs pour une production compétitive et concurrente avec les autres chaînes locales et internationales. Sur plus de 40 émissions dans la grille de la TVT, la production ne réalise qu'une dizaine d'émissions plus ou moins régulières. Avec un grand nombre d'agents non qualifiés et non expérimentés, il est difficile, voire impossible, d'assurer des productions internes en quantité et en qualité, pour satisfaire le public.

Toutes les télévisions du monde font aussi appel à des compétences extérieures, des agences de communication capables de bien produire des émissions pour avoir un programme de qualité. L'exemple de l'émission à succès « *O Positif* » est très illustratif.

1.2. La production externe

Il est diffusé, actuellement, quelques émissions de coproduction avec la TVT, à savoir «*O Positif*», «*Fest'Africa Show*», «*Trophée des Lycéens*» et «*Agora de l'ENA*». Les coproductions sont des contrats qui lient l'ONAMA à différentes agences de communication et institutions publiques ou privées pour couvrir un programme. Généralement, l'ONAMA met à la disposition de ses partenaires les installations techniques, les grandes salles de production et de spectacle, le personnel technique et les moyens financiers. Ces partenaires viennent avec des idées et des thématiques de production.

Au Tchad, les agences ou sociétés de production audiovisuelle ne sont pas nombreuses. Mais il existe quelques rares, qui peuvent véritablement apporter une bouffée d'oxygène à l'ONAMA. En principe, cela devrait se faire sur la base d'un appel à candidature, selon un cahier des charges bien défini, en mettant l'accent sur les agences de communication et maisons de production qui ont du personnel et du matériel professionnel, ainsi que la capacité de produire une, deux ou à la limite trois émissions de format moyen ou long, selon leurs capacités, avec la présentation, au préalable, de synopsis et budgets respectifs.

2. Les difficultés de la production

Selon les responsables, les difficultés qui entravent la production interne, se résument à :

- l'insuffisance d'agents qualifiés ;
- l'irrégularité des frais de production et l'absence de frais de régie pour la production ;
- le manque de moyens de déplacement dédiés spécialement à la production ;
- la dépendance de la production des matériels techniques (caméra, banc de montage) dans les autres services.

Sur les 14 milliards FCFA de budget prévisionnel 2023 de l'ONAMA, la ligne allouée à la production est d'environ 800.000.000 FCFA, selon le Directeur Général de l'ONAMA. Malheureusement, ce fonds ne couvre pas les besoins en production et n'est pas régulièrement décaissé, note-t-il. Du côté de la production, l'on relève que ce retard est souvent lié au circuit long et lent du service de la comptabilité. La Direction Générale justifie plutôt ce retard de décaissement par ce que les justificatifs des dépenses de la production ne sont pas fournis à temps pour permettre à la comptabilité de procéder au paiement de la tranche suivante.



Des agents qualifiés en nombre insuffisant



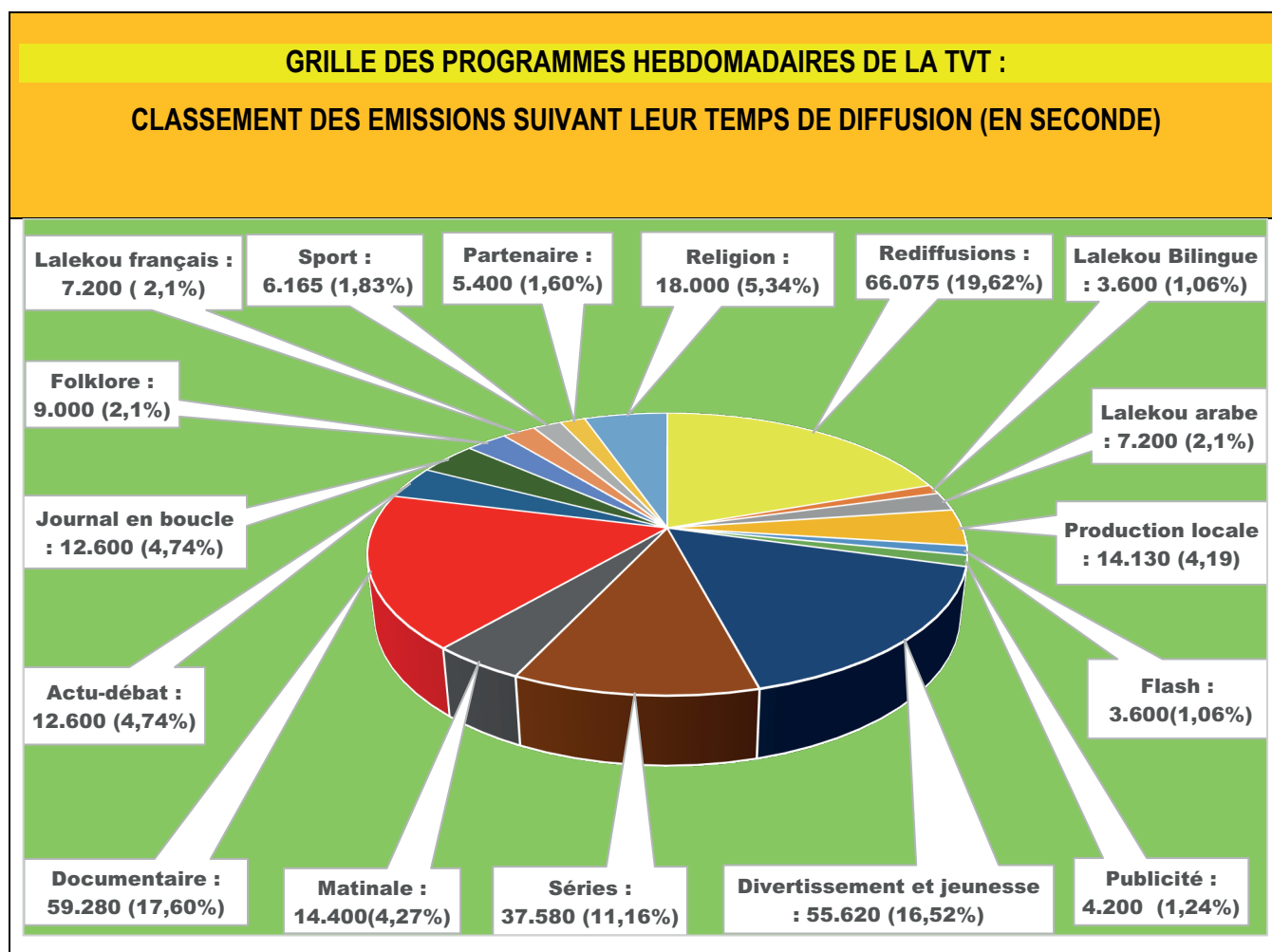
VII. LA PROGRAMMATION A L'ONAMA

1. La grille des programmes de la RNT

La grille des programmes de la RNT est organisée en onze (11) rubriques (cf. les résultats du monitoring). Le temps d'antenne d'animations thématiques des dix langues locales occupe la première place avec 115 800 secondes, soit un pourcentage de 34,41%. Les rediffusions occupent la deuxième place, suivies des divertissements et animations en français. La publicité vient en 5^{ème} position. Les journaux parlés en français sont à la 6^{ème} position et ceux en langue arabe et en sara au 8^{ème} rang. Les émissions religieuses arrivent en 10^{ème} position. Le journal parlé en arabe littéraire avec un temps d'antenne de 720 secondes se place en 11^{ème} position.

2. La grille des programmes de la TVT

La grille des programmes de la TVT est élaborée par rubriques. Dix-sept (17) rubriques sont identifiées dans le graphique ci-dessous. Elles sont évaluées selon leurs temps d'antenne et le nombre de diffusions. Les décomptes du temps de diffusion relevés montrent que les rediffusions occupent la première place, avec 66 075 secondes, soit un pourcentage de 19,62%. La diffusion des documentaires occupe la seconde place, suivie, en troisième position, des émissions relatives aux divertissements et aux jeunes.



3. L'achat des programmes

Le programme est un rendez-vous à l'antenne. Pour tenir régulièrement ce rendez-vous, il faut nécessairement des émissions captivantes dans chaque case de la grille des programmes. La grille des programmes en vigueur (2023) à la TVT compte presque 80 émissions sur le papier ; mais en réalité, ce sont environ 20 émissions qui sont réellement animées, selon le Sous-Directeur des Programmes de la TVT par intérim, M. **Mahamat Hassan Abdelrassoul**.

Il apparaît que certains horaires de la grille des programmes ne sont pas adaptés, ni réalistes. Par exemple, l'émission «*Festafrika show*» est programmée tous les dimanches de 21h45' à 22h30', alors que c'est une émission destinée aux lycéens, qui vont, le lendemain, à l'école. Un élève régulier ne se hasarderait à suivre la télévision à des heures tardives au risque de se réveiller tard le matin pour se rendre aux cours.

Les rares émissions régulières de la grille des programmes ne sont pas suivies à la lettre par les agents de l'antenne pour la diffusion. Souvent, la diffusion est perturbée par les directs et les longueurs de certains magazines ou films, sans tenir compte de la durée de l'élément à diffuser à l'antenne, selon le conducteur du jour. Leur rediffusion ne porte aussi jamais la mention « *Rediffusion* », alors qu'il s'agit, parfois, de productions de plusieurs années antérieures.

Certaines émissions ou certains films sont coupés brusquement à l'antenne sans la moindre excuse aux téléspectateurs qui suivent ces programmes. Ce qui fait qu'aujourd'hui, les téléspectateurs n'ont pas de repère pour telle ou telle émission.

Normalement, la grille des programmes d'une télévision doit avoir un coût raisonnable et maîtrisable, et répondre aux exigences des téléspectateurs. Elle doit avoir un budget raisonnable pour satisfaire l'audience de la TVT et être répartie selon les capacités du personnel et les matériels dédiés à la production interne. Les 55% du budget devraient être alloués à la production interne et les 45% à la production externe. Les achats des films (fictions et documentaires), les séries, les films pour enfants et aussi la coproduction avec certains partenaires crédibles nécessitent forcément un coût. Ce qui impose d'orienter le budget vers les productions locales qui sont moins chères et participent de la promotion des valeurs culturelles nationales.

Sur un échantillon de conducteurs d'antenne des émissions et magazines du mois de mai 2023 (du 1^{er} au 31) à la TVT, la diffusion et la rediffusion se présentent comme suit :

- nouvelles émissions internes diffusées : 41;
- «*lalekou*» (matinale) indirect : 23 ;
- nouvelles émissions de coproduction ou partenaires diffusées : 38 ;
- folklores diffusés: 60 ;
- nouvelles émissions religieuses diffusées : 12 ;
- clips vidéos d'artistes tchadiens : 0 ;
- rediffusion des émissions : 178.

Cet échantillon montre clairement qu'il y a plus de programmes rediffusés. La rediffusion est presque systématique, aucun clip n'est diffusé, la différence entre la production interne et la production externe est de trois émissions seulement par mois. Ce qui prouve que la participation des partenaires est très importante.

La TVT produit en moyenne 1,4 émissions par jour. C'est très faible comme production interne. Il faut vraiment doubler d'efforts pour atteindre, au moins, les 55% du contenu de la grille des programmes.

Il ressort du constat effectué de cet échantillon que le cahier des charges des médias de radiodiffusion sonore et de télévision de service public n'est pas respecté en ses articles 16, 20, 27, 38 et 39.

4. Entretiens avec les responsables

Selon le Sous-Directeur des Programmes de la RNT, M. **Aaron Padacké**, la grille des programmes de la radio est élaborée en accord avec la Sous-Direction de la Production, tout en prenant en compte les attentes des autorités et toutes les couches de la population. « *Nous avons au total 42 émissions hebdomadaires qui respectent l'article 26 du cahier des charges de l'ONAMA. Elles sont variées en terme de contenus, d'interviews, de grands reportages. Toutes ces émissions sont enregistrées aux studios de la RNT* », déclare-t-il.

Il révèle, cependant, qu'une nouvelle grille est en discussion et attend sa validation. « *Pour le moment, nous travaillons avec l'ancienne grille qui date du 1^{er} février 2021. Pour la prochaine grille, il est prévu des émissions culturelles, éducatives et sportives qui représentent 15% ; l'environnement et écologie, 10% ; la santé, le sport et les loisirs 10%, les cases pour la radio service (communiqués, annonces et météorologie) 5%* », avoue M. **Aaron Padaké**.

« *Signe des temps* » (en français et en arabe), « *Un nom, un parcours* », « *Tribune des artistes* », « *Gardez l'écoute* », « *Flash back* », « *Aube dominicale* » sont des émissions phares de la grille des programmes actuelle de la RNT. « *Pour les pérenniser, il nous faut des moyens humains, matériels et financiers. Ce qui explique le blocage. Jusqu'à nos jours, nous n'avons pas pu lancer la nouvelle grille qui contient quelques nouvelles émissions comme « Talk Show » et « Bonjour le Tchad »* », plaide M. **Aaron Padaké**

« *Comme toutes les télévisions du monde, c'est la Sous-direction de la Production qui nous fournit les différents éléments de programmes. Notre grille des programmes est validée, après avis et orientations de la Direction Générale de l'ONAMA, du Président du Conseil d'Administration et aussi du Ministère de la Communication. Nous respectons et prenons en compte également les attentes de toute la population* », déclare le Sous-directeur des Programmes de la TVT par intérim, M. **Mahamat Hassan Abdelrassoul**. Il déplore, cependant, la non prise en compte des avis des techniciens ainsi qu'une insuffisance de moyens financiers, humains et matériels.

« *Il y a presque 80 émissions sur le papier, mais réellement, nous en avons autour de vingt (20)* », tranche-t-il. « *La rediffusion est indépendante de notre volonté* », souligne-t-il.

La Sous-direction des Programmes comprend deux services: le Service des Programmes et le Service d'Antenne, qui prend en compte le contrôle et la qualité. Ce dernier assure également la vérification avant la programmation de l'élément à diffuser, exception faite aux magazines qui sont envoyés par la Direction de la Communication de la Présidence de la République.

« *Tous les magazines et émissions sont contrôlés et validés 48 heures avant leur programmation à l'antenne. Il y a, souvent, des magazines relatifs aux activités et tournées des membres du gouvernement qui, souvent, ne respectent pas le circuit normal de contrôle* », note M. **Mahamat Hassan Abdelrassoul**.

En ce qui concerne l'achat des programmes, le Sous-directeur des Programmes par intérim déclare : « *il y a un chevauchement entre la Production et les Programmes. Ce qui bouscule la programmation. C'est aussi le cas des directs, pour lesquels, parfois, la grille est modifiée deux à trois fois par jour. Pour décongestionner le programme de la station mère, la création d'une deuxième chaîne prenant en compte les attentes des jeunes, des femmes, de la nouvelle technologie et de la musique s'avère primordiale. Sauf que nos propositions ne sont jamais prises en compte par la hiérarchie. Il nous arrive souvent de faire des propositions à la Production, qui a également des difficultés pour remplir ses obligations. Ce bâtiment (siège ONAMA) reflète la vision des plus hautes autorités. Il revient à nous de faire de notre mieux pour satisfaire le public, avec une production variée et diversifiée du Tchad profond. Pour réussir, nous demandons l'implication de tous* ».

Des entretiens avec deux responsables des Services des Programmes de la RNT et de la TVT, il ressort quelques éléments à prendre en compte :

- le manque de moyens financiers, humains et matériels ;
- la nécessité d'avoir, chaque année, une grille réaliste et réalisable ;
- la nécessité de produire en quantité et en qualité pour satisfaire le public ;
- la prise en compte des observations des services techniques.

VIII. LA GESTION DES STATIONS PROVINCIALES

1. Les types de stations provinciales

Les stations provinciales sont des services déconcentrés de l'ONAMA. Leur mission est essentiellement dédiée à la production et la diffusion au niveau provincial, d'une part, et à la production en vue d'alimenter la station-mère, d'autre part.

Les stations provinciales sont coordonnées au niveau de l'administration centrale par la Direction des Stations Provinciales et dirigées localement par des chefs de station.

Selon le Directeur Général, l'ONAMA compte 25 stations provinciales. Il est à différencier les stations qui assurent effectivement la production et la diffusion, de celles qui ne servent que de relais aux programmes de la RNT (synchronisation aux heures de journaux et/ou de quelques émissions) :

- **Stations provinciales : 16**
- **Stations départementales : 3**
- **Stations de relai de diffusion : 6**

Pour un meilleur rendement et une indépendance énergétique des stations provinciales, un projet d'installation de panneaux solaires a été initié. Les services techniques de l'ONAMA avaient mené des études préliminaires à cet effet. Malheureusement, lors de la mise en œuvre de la phase pilote de ce projet, les conclusions de ces études n'auraient pas été prises en compte. Quelques stations provinciales auraient reçu des équipements totalement différents de ceux recommandés par les techniciens. Le constat qui s'est dégagé lors de la mission d'inspection de la HAMA dans plusieurs stations provinciales est que ces équipements solaires n'ont pas été installés dans les règles de l'art. Selon les chefs de stations rencontrés, les batteries ont arrêté de fonctionner moins de deux mois après leur installation.

N°	PROVINCE	VILLE	TYPE
1	Logone Occidentale	Moundou	Station provinciale
2	Moyen Chari	Sarh	Station provinciale
3	Moyen Chari	Kyabé	Station départementale
4	Ouaddaï	Abéché	Station provinciale
5	Ouaddaï	Adré	Station départementale
6	Borkou	Faya	Station provinciale
7	Batha	Ati	Station provinciale
8	Wadi Fira	Biltine	Station provinciale
9	Salamat	Am-Timan	Station provinciale
10	Tibesti	Bardaï	Relai de diffusion
11	Lac	Bol	Station provinciale
12	Mayo Kebbi Est	Bongor	Station provinciale
13	Logone Orientale	Doba	Station provinciale
14	Ennedi Ouest	Fada	Station provinciale
15	Sila	Goz-beida	Relai de diffusion
16	Tandjilé	Kélo	Station départementale
17	Tandjilé	Laï	Relai de diffusion
18	Barh-El-Gazal	Moussoro	Station provinciale
19	Mayo Kebbi Ouest	Pala	Station provinciale
20	Mandoul	Koumra	Station provinciale
21	Hadjer Lamis	Massakory	Relai de diffusion
22	Kanem	Mao	Relai de diffusion
23	Guéra	Mongo	Station provinciale
24	Chari Baguirmi	Massenya	Relai de diffusion
25	Ennedi Est	Amdjarass	Station provinciale

Sources : Sous-direction Technique de la TVT



2. Le cahier des charges des stations provinciales

Le 3 février 2023, la Direction Générale de l'ONAMA a rendu public un cahier des charges des stations provinciales. Selon ce document, « vingt-cinq stations provinciales reprennent le relai dans tous les chefs-lieux des provinces et trois chefs-lieux de départements. Celles-ci ont également la mission d'offrir à leurs environnements immédiats des programmes locaux prenant en compte les besoins des populations cibles, et d'approvisionner les programmes de la RNT et de la TVT ».

Malheureusement, souligne ce cahier des charges, cette mission n'est pas assurée parce que « les stations provinciales se concentrent uniquement sur les activités des autorités administratives, qui constituent pour elles les seules matières à information (...) Les contenus audiovisuels sur le Tchad profond et sur la vie des Tchadiens occupent une place dérisoire dans les programmes offerts au public, hormis quelques émissions proposées par des missions de production envoyées de la capitale ».

Or, le cahier des charges des stations provinciales vise à améliorer les programmes de la RNT et de la TVT, en général, et, plus spécifiquement, à amener les stations provinciales à contribuer considérablement à la production de contenus audiovisuels. Chaque station provinciale est ainsi tenue de :

- assurer le fonctionnement régulier de la radio en utilisant rationnellement le budget alloué à la station ;
- produire, chaque mois, un magazine télé et radio ;
- produire, chaque mois, un reportage grand format télé et radio sur un sujet portant sur la paix, le social, l'économie, la culture, la santé, l'élevage, l'environnement, le sport, etc. ;
- proposer, chaque mois, à la télé et à la radio, deux reportages initiés localement ;
- assurer la couverture médiatique des activités institutionnelles ;
- produire un rapport trimestriel des activités menées.

Toutes les stations provinciales sont astreintes aux obligations de ce cahier des charges

3. L'évaluation de quelques stations provinciales

Entre 2008 et 2009, l'ONRTV a procédé à l'extension jumelée de la Télévision et de la Radiodiffusion dans les stations provinciales. Des émetteurs TV analogiques d'une puissance de 500 watts ont été installés à Abéché, Moundou, Faya, Sarh et Ati. Entre 2011 et 2012, dans le cadre de la Télévision Numérique Terrestre (TNT), des émetteurs numériques ont été également installés dans dix (10) autres stations.

Aujourd'hui, la couverture du territoire tchadien est satellitaire puisque les stations provinciales, départementales et de relai n'assurent, généralement, le relai de diffusion des programmes de la RNT que partiellement, parfois juste 3 heures, ou pas du tout. Les téléspectateurs et auditeurs de l'ONAMA ne peuvent donc capter la télévision ou la radio qu'avec un décodeur et une antenne parabolique. Ce qui n'est pas à la portée et à la bourse de tous les Tchadiens.

Pour la diffusion en faisceaux hertziens, l'ONAMA attend le déploiement effectif de la TNT. A l'heure actuelle, aucune station provinciale ne diffuse des programmes localement, ni avec ses équipements de TV analogique, ni avec d'autres numériques. Les stations provinciales ont du matériel de reportage qui leur permettent juste d'envoyer des éléments à la station mère à N'Djaména, alors que des émetteurs pour la diffusion locale de télévision avaient été installés. De nombreuses plaintes des autorités administratives ont été enregistrées lors des visites que la HAMA a effectuées ces derniers mois dans un grand nombre de stations provinciales. Selon ces autorités, leurs activités sont, le plus souvent, « censurées » par la TVT pour diverses raisons.

Du côté de la radio, certaines stations provinciales, comme celles d'Abéché, de Moundou, de Faya et de Sarh, font de la production locale et diffusent leurs programmes à travers leurs installations en modulation de fréquence (FM). Elles assurent également le relai pendant le journal parlé et les retransmissions en direct de grands événements.

En ce qui concerne l'accès aux services de l'ONAMA dans les provinces, certains acteurs politiques et leaders de la société civile affirment que les stations provinciales de l'ONAMA ne disposent pas d'assez de matériels, donc sélectionnent les activités à couvrir, et que les activités des autorités administratives sont toujours prioritaires au détriment des autres. Ces acteurs affirment aussi être dans l'obligation de mettre leurs moyens à la disposition des stations (véhicules ou location de caméras) pour que leurs activités soient couvertes. L'un de gros problèmes des stations provinciales reste l'alimentation en électricité. Les lignes budgétaires dédiées à l'achat de carburant pour les générateurs ne leur permettent pas de s'assurer une autonomie réelle en continu.

En vue de mieux s'imprégner du fonctionnement des médias publics et privés, conformément à leurs cahiers des charges et aux textes réglementaires, la HAMA a discuté, lors de sa série de visites dans plusieurs provinces du pays, conduite par son président, à Bongor (Mayo-Kebbi Est), Kélo (Tandjilé Est), Moundou (Logone Occidentale), Doba (Logone Orientale), Koumra (Mandoul) et Sarh (Moyen-Chari), puis à Mongo (Guéra) Abéché (Ouaddaï), Biltine (Wadi Fira) et Ati (Batha), avec les responsables et agents de ces médias. Cela lui a permis de mieux appréhender leur mission dans un contexte économique et financier difficile. En effet, tous les médias, publics et privés, malgré leur bonne volonté, ploient sous le joug de moult difficultés.

Bien qu'étant des médias de service public, les stations provinciales font aussi face à d'énormes écueils sur le terrain. Il s'agit notamment de :

- sous-effectif du personnel dans plusieurs stations, dont certaines ne disposent pas de journalistes ;
- présence (encore massive) de collaborateurs externes «stagiaires» ;
- insuffisance de moyens de travail (caméra, banc de montage, enregistreur, etc.) ;
- parc automobile inexistant pour beaucoup de stations et vieillissant pour d'autres ;
- certains bâtiments des stations en décrépitude et/ou qui suintent, nécessitant des réparations en urgence ;
- panneaux solaires ne répondant pas aux normes professionnelles ;
- sempiternel problème énergétique, qui ne permet pas une diffusion H24 ;
- manque de moyens matériels et financiers pour réaliser des productions locales ;
- méconnaissance de la mission de l'ONAMA par les autorités administratives ;
- manque d'information sur le budget de fonctionnement des stations provinciales ;
- lourdeur administrative au niveau central ;
- difficultés de communication avec la Direction des Stations Provinciales ;
- panne des émetteurs au niveau local réduisant ainsi leur portée ;
- absence de certains chefs des stations et agents à leur poste ;
- plaintes des gouverneurs des provinces concernant la non diffusion de leurs activités par la Télévision Nationale.



Les stations provinciales, départementales et de relai ne couvrent pas l'ensemble de leurs zones respectives. La HAMA a constaté, par exemple, que la station de Sarh, dont la puissance de l'émetteur a chuté de 2.000 watts à 30 watts, ne couvrait pas le périmètre urbain du chef-lieu du Moyen-Chari, tandis que la plupart des autres n'ont pas une puissance nominale qui ne dépasse pas, en temps normal, leurs villes de diffusion.

4. Ce que disent les responsables de l'ONAMA

Dans le cadre de la présente évaluation, le Directeur des Stations Provinciales, M. Adam Brahim Tété, a donné les réponses suivantes.

Conformément au décret n°0882/PCMT/PMT/MC/2022 du 8 avril 2022, portant organisation et fonctionnement de l'ONAMA, la Direction des Stations Provinciales est chargée de :

- coordonner les activités de toutes les stations provinciales ;
- proposer le plan de développement des stations provinciales ;
- proposer, de concert avec la Direction des Ressources Humaines et de la Formation, des plans de formation des agents affectés dans les provinces ;
- proposer, de concert avec les chefs des stations, les grilles des programmes pour les stations provinciales ;
- assurer le suivi du plan de carrière du personnel des stations provinciales.

Selon le Directeur des Stations Provinciales, à sa prise de fonction, il a visité toutes les 25 stations provinciales de l'ONAMA afin de « constater les manquements et les difficultés que rencontrent les stations provinciales et avoir une idée de ce qu'il faut faire pour améliorer les conditions de travail des employés, l'état du matériel et les équipements techniques ».

« A mon arrivée, j'ai trouvé une situation catastrophique. Par exemple, des véhicules en panne pour Doba, Koumra et Kyabé. Celui de Pala a connu un accident et les autres sont en mauvais état. Il y avait des dettes sur les lignes budgétaires de plusieurs stations provinciales de 2019, 2020, 2021 et 2022, et presque 40 postes vacants. Cinq stations n'avaient même pas de clôture et sans oublier le problème de source d'énergies », rapporte M. Adam Brahim Tété.

Son plaidoyer auprès de la Direction Générale de l'ONAMA a permis, dit-il, d'affecter 36 agents, toutes professions confondues, dans les différentes stations et d'éponger les dettes de 2019, 2020, 2021 et environ 70% de celles de 2022. Les stations provinciales d'Amdjarass et de Bardaï ont été équipées en énergie solaire. Il est envisagé de doter celle de Faya-Largeau en énergie éolienne.

En ce qui concerne les récurrentes plaintes des autorités administratives relatives à la non diffusion de leurs activités par la TVT, le Directeur des Stations Provinciales soutient que cette situation ne dépend pas de lui. Effectivement, le Directeur de la TVT, M. Souleymane Djabo, le reconnaît, à demi-mot: « Cela peut arriver. Il y a des journalistes qui étaient ici et qui ont été affectés en province. Ils peuvent être de connivence avec leurs amis restés ici. Ils prennent leurs éléments et les diffusent. Vous savez, le tri des éléments s'effectue vers 18 heures, pendant le bouclage, le chef d'édition peut choisir une province. Nous aussi on le constate. Maintenant, on demande au chef d'édition, quand c'est serré, de choisir des éléments du Sud, du Nord, du Centre, de l'Est et de l'Ouest pour équilibrer le journal. C'est un exercice difficile, mais je pense qu'avec les 45 minutes, cela peut se gérer. Dans le journal des provinces, on va diffuser les activités des maires, des préfets et autres, et les gouverneurs seront pris en compte dans le journal de 20 heures ».



M. Adam Brahim Tété, Directeur des Stations Provinciales

IX. LA MISE EN ŒUVRE DU CAHIER DES CHARGES DE L'ONAMA

1. L'accessibilité et la neutralité à l'ONAMA

Les modalités d'accès aux médias audiovisuels de service public sont définies à l'article 12 du cahier des charges de l'ONAMA: « *L'ONAMA a l'obligation d'accéder aux demandes de couverture médiatique émanant des institutions publiques, partis politiques, associations de la société civile et autres corps constitués* ». La neutralité et l'équilibre dans le traitement de l'information sont des principes du métier de journaliste. L'ONAMA, en tant que médias de service public, doit être une référence pour tous les autres médias audiovisuels. Qu'en est-il de la mise en œuvre de ces principes?

Aux cours des entretiens, le Directeur Général de l'ONAMA affirme que le cahier des charges est mis en œuvre à 80%. Selon M. **Boukar Sanda**, l'ONAMA accède effectivement aux demandes émanant des différentes sensibilités, que ce soit dans le programme d'actualité ou dans les autres productions. « *Lorsque je reçois les demandes de couverture médiatique, je les transmets aux deux Directeurs pour compétence* », confie-t-il. « *Nous servons tout le monde, dans le respect de notre ligne éditoriale* », ajoute-t-il.

1.1. L'accessibilité et la neutralité à la RNT

La RNT couvre les activités des institutions de la République, partis politiques, associations de la société civile, administrations publiques, organisations religieuses et autorités traditionnelles, selon son Directeur, M. **Gassissou Sakanga**. D'après lui, malgré les difficultés liées aux moyens de mobilité, la RNT est présente à toutes les activités organisées par les différentes sensibilités, même si le traitement n'est pas apprécié par certains acteurs de la scène politique.

Les journalistes de la RNT reçoivent-ils des injonctions ou des consignes concernant la couverture ou le traitement des activités des acteurs qui s'opposent à la politique gouvernementale ? A cette question, la Sous-Directrice de l'Information de la Radio, Mme **Hynda Ahmed Chérif**, déclare qu'aucune injonction n'est donnée par rapport à la couverture et au traitement des activités des acteurs politiques et de la société civile, à l'exception des manifestations spontanées, non autorisées, qui ne sont pas couvertes, quelle que soit leur proximité avec la Radio et quels que soient les dégâts qui en découlent.

Le Rédacteur en chef de la RNT, M. **Mahamat Nour Adoum Sougoumi**, tranche que « *la Rédaction de la RNT ne couvre pas les manifestations sans la demande des organisateurs, même celles qui sont autorisées* ». Par ailleurs, « *les communiqués de presse sont exploités, sauf les communiqués à caractère officiel comme ceux annonçant le déplacement du président ou les jours fériés qui sont diffusés intégralement* », précise-t-il.

Les groupes vulnérables tels que les femmes, les enfants et les personnes en situation de handicap ont également accès aux services de l'ONAMA, à travers des reportages sur leurs activités et leur participation à certaines émissions touchant leurs domaines respectifs.

Malheureusement, « *certaines membres du Gouvernement et des leaders politiques de l'opposition refusent de répondre aux invitations de la rédaction de la RNT pour les interviews et ne nous invitent pas aussi à la couverture de leurs activités* », déplore le Rédacteur en Chef.

1.2. L'accessibilité et la neutralité à la TVT

Selon le Sous-Directeur de l'Information de la TVT, M. **Ahmat Yaya Abbas**, la rédaction de la Télévision Tchadienne couvre toutes les activités des partis politiques. Par exemple, la marche du 20 octobre 2022 était programmée pour être couverte, mais c'est à cause de son enjeu sécuritaire que la TVT s'est ravisée de prendre des risques. Il précise, en effet, que toutes les marches légalement organisées et autorisées sont couvertes, mais celles qui sont interdites par un acte officiel, la TVT, en tant que média de service public, ne les couvre pas, même si elles se soldent par des casses.

A la TVT, la priorité est accordée aux activités du Chef de l'Etat, du Gouvernement et des autres grandes institutions de la République. « *Notre ligne éditoriale consiste à accompagner les actions du Gouvernement. C'est pourquoi nous priorisons les activités des pouvoirs publics* », affirme un responsable de l'ONAMA. Cette mauvaise compréhension de la ligne éditoriale par ce responsable de l'ONAMA semble induire au traitement non équilibré des informations par les journalistes des deux médias audiovisuels de service public décrié par certains leaders politiques et responsables de la société civile.

L'administration publique a, naturellement, accès à l'ONAMA. Les activités des Gouverneurs sont également couvertes, mais certaines activités à caractère publicitaire auxquelles ils prennent part, ne sont pas diffusées, justifie-t-on. Les responsables de l'ONAMA ont balayé du revers de la main les plaintes formulées par certains gouverneurs selon lesquels il y aurait une discrimination dans la réception, la programmation et la diffusion des informations les concernant.

L'accès et la neutralité à l'ONAMA sont diversement appréciés par les présidents des Institutions, les leaders des partis politiques, des associations de la société civile, des confessions religieuses et les autorités traditionnelles avec lesquels nous avons eu des entretiens.

Enfin, selon un responsable, les journalistes de la TVT ne sont pas libres, car il y a des contraintes et mêmes des injonctions qui pèsent sur eux.

2. La programmation

A travers la production interne et externe, le service des programmes doit faire un choix sur la qualité et le type de programme à diffuser : des programmes sur l'enfance et la jeunesse, les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), l'éducation, l'économie, l'environnement, la société, les droits de l'Homme, la justice, etc. Cet aspect doit tenir compte des cibles de ces programmes et des horaires convenables à chaque cible.

Les téléspectateurs et auditeurs doivent avoir régulièrement une idée de la grille des programmes. Pour cela, la grille doit être annoncée, quotidiennement, pour permettre aux téléspectateurs et auditeurs de savoir, avec précision, le jour et l'heure exacte de leurs programmes préférés.

Il est nécessaire, voire primordial, d'effectuer des annonces de programmes, matin, midi et soir, tout en mettant l'accent sur les émissions phares et les nouvelles émissions de la grille à diffuser.

Chaque programme ou émission a son identité. Le décor, le générique de début et de fin, la lumière, puis le plus important, à savoir le ou les présentateurs ou encore animateurs de ce programme ou émission.

A la TVT, il y a trop de visages à l'antenne. Il n'y a pas vraiment de vedette de télévision comme dans d'autres chaînes de télévision. La grille des programmes n'est pas suivie par le service en charge de gestion de l'antenne, à cause de plusieurs aléas. Les imprévus du direct, la longueur des journaux, la longueur et le non-respect de temps d'antenne des films ou magazines. Tout cela crée un déséquilibre à l'antenne.

En principe, pour valider et adopter la grille des programmes, on doit faire appel à plusieurs compétences et expériences (internes comme externes): les professionnels des programmes et productions de l'ONAMA, les professionnels de l'audiovisuel du Tchad et les téléspectateurs (personnes ressources), entre autres.

Il est nécessaire de mesurer la satisfaction des téléspectateurs et des auditeurs et avoir son feedback pour permettre à l'ONAMA d'améliorer et de corriger les manquements à l'antenne, parce que les programmes sont destinés au public.

3. La promotion de la culture

La promotion, la valorisation et la sauvegarde de notre patrimoine culturel, la promotion de la lecture publique ainsi que la défense et la promotion des droits des artistes passent, nécessairement, par les médias publics. Alors l'ONAMA promeut-elle la culture? La réponse de M. **Dounia Tog-Yangar**, Coordonnateur de l'Union Nationale des Organisations Culturelles et Artistiques du Tchad (UNOCAT), est : « *l'ONAMA ne promeut pas la culture tchadienne comme il se doit. Les rares émissions sur la culture ne sont pas riches, parce que les journalistes qui les produisent n'ont pas la culture de la culture. Ils ne sont pas de vrais spécialistes en la matière* », constate **Dounia Tog-Yangar**, Coordonnateur de la plateforme UNOCAT. En deux ans d'existence, l'UNOCAT a bénéficié seulement trois fois de la couverture médiatique de ses activités, à un moment diffusées avec beaucoup de négligence, déplore son Coordonnateur. Il regrette également le retrait à un moment de l'antenne de la TVT de l'émission « *Les Belles Lettres* », qui permettait de découvrir une diversité de cultures et de thèmes variés sur le Tchad et le monde.

Sur les quatre-vingt (80) émissions contenues dans la grille de programmes de la TVT, seules deux sont consacrées à la culture: « *Podium des artistes* » (en français) et « *Masrah Alfounoune* » (en arabe). Les deux émissions ont une durée de 52 minutes chacune.

Selon les responsables des plateformes culturelles et artistiques, l'accès aux services de l'ONAMA par les artistes est un vrai parcours de combattant. L'ONAMA couvre rarement les activités culturelles et artistiques, faute de moyens de déplacement, de disponibilité de matériel de tournage et aussi de per diem pour les journalistes, note-t-il. Les clips vidéo, les grands concerts, les grands spectacles, les magazines culturels et artistiques sont diffusés rarement à l'antenne, ajoute-t-il.

Au niveau du journal télévisé, la plage réservée à la culture était en bas de la page du conducteur. Souvent, à cause de la longueur des journaux, il faut attendre deux ou trois jours pour voir passer un élément sur la culture. Et, pourtant, les éléments culturels et artistiques peuvent, suivant leur urgence et intérêt, aérer le journal télévisé.

Toutefois, à la radio, les auditeurs sont suffisamment servis par des musiques et folklores nationaux. A titre d'illustration, l'émission « *Gardez l'écoute* » à la RNT ne diffuse que de la musique tchadienne. Il devrait y avoir, en principe, une émission pareille à la télévision.

Il existe, à ce jour, trois plateformes des artistes au Tchad : l'Union Nationale des Organisations Culturelles et Artistiques du Tchad (UNOCAT), la Coordination Nationale des Artistes du Tchad (CONAT) et la Coordination des Clubs des Artistes Tchadiens (CCAT). Ces trois plateformes, qui regroupent toutes les corporations artistiques du pays et les artistes qui sont à l'extérieur, peuvent mobiliser les artistes à participer à ces différents plateaux culturels et artistiques à la radio et à la télévision.

A part la non diffusion intégrale des œuvres des artistes à la TVT, il se pose également le problème des droits d'auteurs que l'ONAMA doit verser au Bureau Tchadien de Droits d'Auteur (BUTDRA) pour les artistes. Selon le protocole d'accord signé entre l'ONAMA et le BUTDRA, un forfait de 40 millions FCFA doit être versé aux artistes, chaque année, en contrepartie des œuvres exploitées par l'ONAMA. Mais il s'avère qu'il y a des arriérés de 110 millions FCFA, répartis comme suit : 25 millions FCFA pour l'année 2020, 20 millions FCFA pour 2021, 25 millions FCFA pour 2022 et 40 millions FCFA pour 2023. En plus, les dettes de 2016, 2017 et 2018 s'élèvent à 120 millions FCFA.

4. La publicité

Quand la Direction Commerciale et Marketing de l'ONAMA reçoit des PAD (*prêts à diffuser*), le service de la publicité vérifie la qualité de ces œuvres, ainsi que leur conformité au cahier des charges de l'ONAMA, au Code d'Éthique et de Déontologie du Journaliste et à la Législation en vigueur.

« *Une seule fois, un message religieux a été refusé, à cause de son contenu incendiaire, contraire à la loi sur la communication audiovisuelle* », confie le Directeur Commercial et Marketing, M. **Abderaman Mahamat Djouma**.

Les journalistes de l'ONAMA, à l'instar de tous les journalistes, sont strictement interdits de prêter leurs voix pour des spots publicitaires.

Une grille tarifaire, en vigueur depuis 2021, fixe les tarifs au niveau de la radio et de la télévision. Elle définit trois catégories de clients : associations, religieux et artistes; institutions étatiques et paraétatiques ; projets, grandes entreprises, entreprises étrangères. Les tarifs diffèrent, à la radio et à la télé, selon la longueur du message à diffuser.

Cependant, la grille tarifaire de l'ONAMA reste élevée, comparativement à d'autres radios et télévisions. « *Nos prix sont extrêmement chers, surtout à la télévision. Nous avons adressé des propositions à la Direction Générale pour réduire ces prix et être compétitifs* », confie le Directeur Commercial et Marketing, M. **Abderaman Mahamat Djouma**

La part de la publicité dans le budget de l'ONAMA a pris un coup ces deux dernières années. Elle est estimée à 200 millions FCFA en 2023.

La mise en location des salles pour les spectacles rapporte quelques recettes supplémentaires.

Seules trois ou quatre émissions sont sponsorisées (Moov, Amandine, ONAPE, ADES et UNFPA). « *L'absence d'audimat ne nous permet pas de mesurer l'affluence et de vendre les émissions à des entreprises* », déplore le Directeur Commercial et Marketing.

Selon lui, plusieurs difficultés sont à la base de faibles performances en matière de publicité :

- l'absence d'audimat ;
- le manque de moyens roulants pour effectuer une prospection de la clientèle ;
- le manque de moyens financiers ;
- la présence d'un personnel pas adéquat en grande partie, d'où la nécessité d'associer la Direction Commerciale dans le recrutement des agents.

Selon le Directeur Général, la publicité reste l'un des cinq défis majeurs que doit relever l'ONAMA. « *Le service marketing, c'est au-delà de ces 5 minutes de publicité avant le journal. On est là, on attend juste les spots que les gens déposent pour ces 5 minutes. Ce n'est pas du tout cela. Nous avons des programmes, des émissions phares que nous devons vendre, des partenariats à développer avec d'autres télévisions. Nous devons travailler, développer une capacité d'autofinancement. On revendique de l'argent à l'État, mais on ne crée pas de la richesse* », exhorte M. **Boukar Sanda**.



M. Abderaman Mahamat Djouma, Directeur Commercial et Marketing (à droite) et son Adjoint, M. Fadel Abdelaziz Ousman

5. La carte d'identité du journaliste professionnel

La question de la détention de la Carte d'Identité du Journaliste Professionnel (CIJP) est diversement appréciée à l'ONAMA. Selon l'article 44 de la loi n°31 portant régime de la presse écrite et des media électroniques du Tchad, « la qualité de journaliste professionnel est attestée par la détention de la Carte d'Identité du Journaliste Professionnel délivrée par la HAMA ».

Cette question renvoie également à la définition du statut du journaliste professionnel au Tchad. « Est journaliste professionnel, toute personne qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée dans une entreprise de presse » (article 44 alinéa 1).

De même, l'article 45 précise que sont assimilés aux journalistes, les collaborateurs permanents de la rédaction, à l'exclusion des agents de publicité et de tous ceux qui n'apportent à titre quelconque qu'une collaboration occasionnelle.

Ainsi, la base de la liste des détenteurs de la Carte d'Identité du Journaliste Professionnel disponible au Secrétariat général de la HAMA révèle que 220 agents de l'ONAMA détiennent effectivement la CIJP sur 749 agents en service.

CATEGORIE	NOMBRE
Journalistes	95
Techniciens	114
Réalisateurs	4
Animateurs	1
Producteurs	6
TOTAL	220

Sources : Secrétariat de la Commission Nationale de la Carte d'Identité du Journaliste Professionnel

Pour les principaux responsables de l'ONAMA, ce faible nombre s'explique par la pléthore des pièces du dossier à fournir et la durée de validité de la CIJP jugée courte (un an). Mais le fond du problème semble être la méconnaissance des textes législatifs et des avantages que procure la CIJP.

6. La couverture territoriale: réalités, difficultés et solutions envisagées

En termes de couverture territoriale, la TVT a été, dans un premier temps, sur satellite depuis 2008 jusqu'en 2018. Après cela, elle a effectué sa première migration des satellites NSS-12 en bande C et NILSAT vers Eutelsat -TE10A et Nil-Sat-EW7. Elle est également sur le bouquet Canal+ et diffuse en streaming. La Télé Tchad couvre tout le territoire de la République du Tchad, ainsi qu'une partie de l'Europe, de l'Afrique et du Moyen-Orient en diffusion satellitaire.

A cet effet, elle loue une bande passante fixe et disponible 24H/24, qui lui permet de déployer et faire le direct à tout moment. Cette bande est dédiée à la montée sur satellite, à la diffusion sur Nil-Sat. Une bande est pour le direct avec le SNG et la partie streaming. Pour la diffusion par faisceaux hertziens, l'ONAMA attend le déploiement effectif de la Transition Numérique Terrestre (TNT).

La RNT, quant à elle, possède deux émetteurs en ondes courtes (un de marque TALES et un autre de marque CONTINENTAL de 100 kW), en panne depuis de très longues années. Les programmes de la radio sont ainsi diffusés dans les mêmes satellites qu'utilise la TVT. Pour les capter, il faut une antenne parabolique et un décodeur, ce qui n'est pas à la portée de tous les auditeurs.

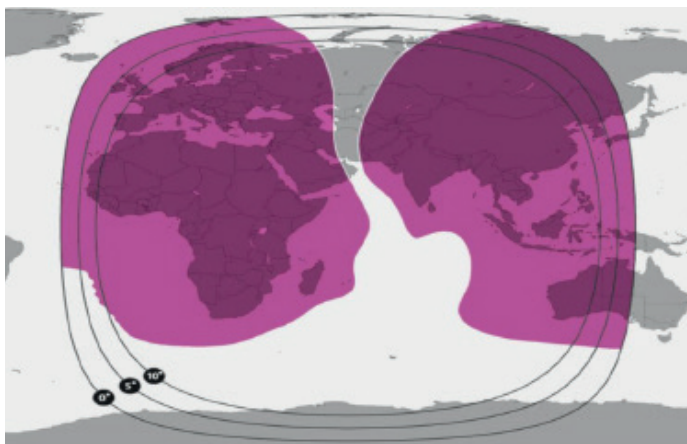
La RNT diffuse également à N'Djaména en modulation de fréquence (FM) sur la fréquence 94.5 MHz. Elle est soutenue par une deuxième station radio, la FM 92.5 MHz, « la Radio de la jeunesse et de la femme tchadiennes ». Leur zone de couverture reste la capitale et ses environs, sur un rayon de 80 km à vol d'oiseau.

Pour une meilleure couverture du territoire national, avec la possibilité d'éditer des programmes mieux adaptés aux besoins des populations dans leur diversité et face à l'augmentation du nombre de chaînes régionales ayant une meilleure qualité de l'image et du son, il faut absolument que le Comité National pour le Passage de l'Audiovisuel Analogique au Numérique accélère le processus de transition vers la TNT. Il doit élaborer, au plus vite, une feuille de route nationale du Tchad, en mettant les moyens financiers nécessaires à la disposition de la Coordination Générale de Passage de l'Audiovisuel Analogique au Numérique (CGPAAN) pour qu'elle redémarre ses activités, qui sont pratiquement à l'arrêt.

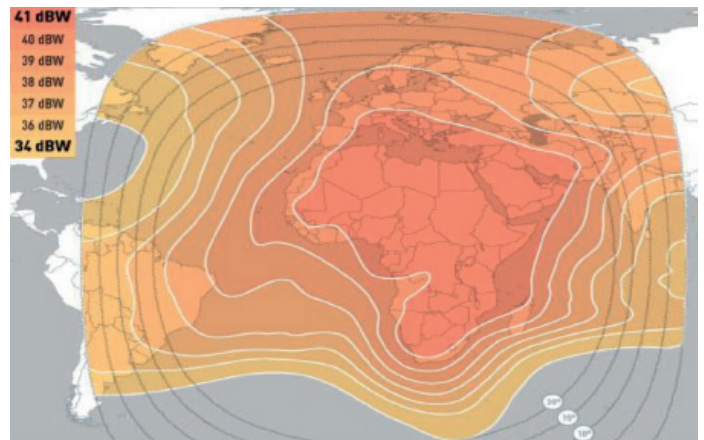
Par ailleurs, pour la RNT, la solution pour une couverture intégrale du territoire national passe par l'acquisition d'un émetteur ondes courtes, qui permettent de diffuser des programmes sur de grandes aires géographiques, d'atteindre ainsi le Tchad profond et à moindre coût. C'est pourquoi, le projet d'acquisition d'un nouvel émetteur neuf de marque Continental 100 kW, initié par le Ministère de la Communication, doit être accéléré. « *Le marché de l'émetteur ondes courtes est signé, des cahiers des charges sont élaborés, mais nous ne sommes pas en phase avec le chronogramme : formations et autres. La mise en œuvre de ce chronogramme posera problème, parce que nous n'avons pas une vision commune avec le Ministère de la Communication* », confie le Directeur Général de l'ONAMA.

Enfin, l'équipe des spécialistes mise sur place pour le suivi et la rédaction des termes de référence des travaux doit également démarrer ses activités: la réfection du bâtiment et le démantèlement des anciens émetteurs, la remise à niveau du système énergétique, la climatisation, les onduleurs et les autres activités préliminaires. Le plus important, c'est de mettre les moyens financiers à la disposition de l'équipe, qui se rendra à Dallas (Etats-Unis), chez le constructeur de l'émetteur, pour recueillir son orientation et lancer la commande.

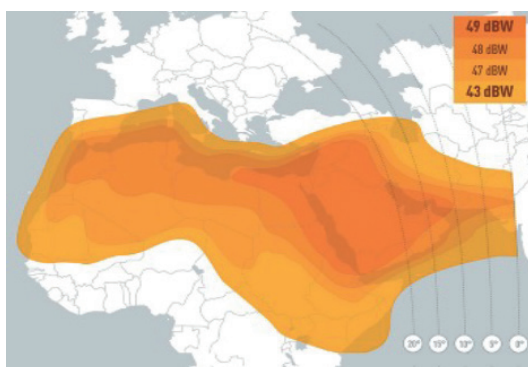
La carte de couverture NSS12 en bande C , AFRIQUE, EUROPE, ASIE, OCEAN INDIEN, MOYEN-ORIENT



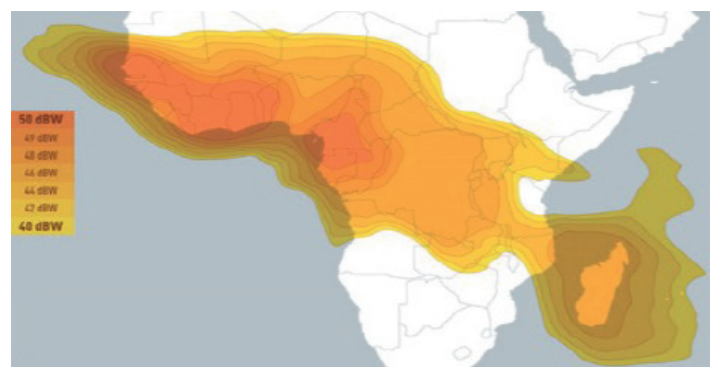
La carte de couverture Eutelsat E10A en bande C, EUROPE, AFRIQUE, MOYEN-ORIENT



Carte couverture Eutelsat E7°W en bande KU sur NIL-SAT(MENA), Moyen Orient, Afrique du Nord, Afrique du Nord-ouest



La carte couverture Eutelsat E16 à l'Est en KU, Europe, Moyen Orient, Afrique, Océan Indien



X. L'ONAMA VU DE L'EXTÉRIEUR

1. Les points de vue de quelques grandes institutions et de l'administration

- **M. Abdelkérîm Ahmadaye Bakhit, Président du Conseil Economique, Social, Culturel et Environnemental (CESCE) :**

Le Président du CESCE se dit très intéressé par les contenus des programmes de l'ONAMA pour le besoin d'informations nationales. Il confie que les activités de son institution (sessions, séminaires et autres) sont couvertes gratuitement par la radio et la télévision nationales. Cependant, il déplore le manque d'émissions thématiques (sur l'éducation, l'entrepreneuriat et la culture), pouvant permettre d'informer les Tchadiens sur le CESCE, qui regroupe des conseillers pluridisciplinaires.

M. Abdelkérîm Ahmadaye Bakhit exhorte les journalistes de l'ONAMA à être impartiaux pour fournir des informations indépendantes aux citoyens tchadiens. « *La triste réalité qui décourage les Tchadiens, c'est l'incapacité de l'ONAMA à couvrir tout le pays* », affirme-t-il. Le Président du CESCE souhaite que les autorités de transition agissent pour faire en sorte que l'ONAMA soit capté dans tout le pays. Car « *l'ONAMA est un instrument de souveraineté, qui doit faire la fierté du Tchad, en termes de couverture et de diversification des programmes, pour prendre en compte les besoins des Tchadiens, promouvoir la culture nationale, comme dans les années 80* », souligne le Président du CESCE.

- **M. Tamita Djidingar, Président du Haut Conseil des Collectivités Autonomes et Chefferies Traditionnelles du Tchad (HCACT) :**

Selon son Président, le HCACT a, de temps en temps, accès à l'ONAMA, surtout pour la couverture de ses sessions statutaires. « *La prestation de l'ONAMA est bonne, mais il ne couvre pas tout le pays. Cette carence est décriée de tout temps par les populations, mais en vain. Il ne couvre pas les activités de toutes les sensibilités politiques. La qualité de ses émissions est mauvaise. Bref, l'ONAMA ne satisfait pas tout le monde par un programme qualitatif et diversifié* », déplore M. **Tamita Djidingar**. Il exhorte l'ONAMA à faire un effort pour renforcer ses capacités techniques afin de se faire écouter dans les provinces.

2. Les points de vue des partis politiques

Conformément aux dispositions du cahier des charges de l'ONAMA, toutes les sensibilités politiques doivent avoir accès à l'ONAMA. Pour s'en convaincre, six partis politiques ont été identifiés pour donner leur avis. Il s'agit du Mouvement Patriotique du Salut (MPS), de l'Union Nationale pour la Démocratie et la Renouveau (UNDR), de l'Action pour la République, la Démocratie et le Développement (ARD), du Mouvement des Patriotes Tchadiens pour la République (MPTR), de l'Union pour le Renouveau et la Démocratie (URD) et de l'Union des Démocrates pour le Développement et le Progrès (UDP). Malheureusement, l'UNDR n'a pas souhaité répondre à nos questions.

- **Mme Ndolénodji Alixe Naimbaye, Présidente de l'Action pour la République, la Démocratie et le Développement (ARD) :**

Sur la mission de l'ONAMA, la présidente de l'ARD, Mme **Ndolénodji Alixe Naimbaye**, estime que l'ONAMA, « *en tant qu'ensemble de médias publics, a pour mission d'informer la population nationale et internationale autant sur les différents volets de l'actualité et sur la mise en œuvre des politiques* ». Pour elle, la notion de « *service public* » induit l'impartialité, l'objectivité, la conscience de l'intérêt général dans le traitement de l'information et le souci d'éduquer à la citoyenneté ou de la promotion civique dans la composition de la grille des programmes. L'ONAMA doit être capable de refléter la société dans sa réalité, malheureusement, « *il a du mal à assumer cette notion d'impartialité et d'objectivité. De ce fait, il n'est pas vraiment au rendez-vous de la mission telle que décrite* ». Mme **Ndolénodji Alixe Naimbaye** regrette que l'ONAMA dispose de beaucoup de compétences mais qui ont de la peine à se révéler. « *La difficulté qu'ont les journalistes à se déplacer pour couvrir les événements tranche avec la beauté des locaux. Nous déplorons trop souvent que les couvertures médiatiques soient superficielles, comme si le but était juste d'apparaître à l'écran* ».

S'agissant des programmes, la présidente de l'ARD soutient que l'offre est plus élargie qu'il y a cinq ans, mais les programmes pourraient être améliorés et enrichis, car, pour elle, « *le fond de la question est la capacité à viser la pertinence* ». L'ONAMA met un point d'honneur à faire découvrir la culture tchadienne et il faudrait renforcer les capacités des antennes provinciales pour qu'elles puissent faire mieux en ce sens, relève-t-elle.

Mme **Ndolénodji Alixe Naimbaye** affirme suivre les journaux de la RNT et de la TVT. Son constat est que le traitement des éléments laisse souvent à désirer. « *Leur contenu est le même : une large part est gracieusement et presque automatiquement accordée à tout ce qui est proche de la grande mouvance, organisations de la société civile y compris* », estime-t-elle.

Sur l'accessibilité des sensibilités politiques à l'ONAMA, Mme **Ndolénodji Alixe Naimbaye** déclare : « *la question n'est pas l'accessibilité, mais la diffusion effective de l'activité pour laquelle il y a eu couverture. Donc, non, il n'y a pas d'équité à ce niveau. Le temps d'antenne n'est jamais équitablement réparti, malgré les directives et revendications* ».

L'ARD fait régulièrement appel à l'ONAMA pour la couverture de ses activités. Cependant, le parti déplore quelques manquements. « *Il faut toujours talonner pour s'assurer que la diffusion se fera bel et bien et c'est la croix et la bannière pour les activités en province. Bien qu'on aille chercher et déposer les équipes et qu'elles aient reçu leur « perdiem », les éléments ne passent pas toujours. Ce qui constitue un manquement grave* ». Selon la présidente de l'ARD, il faut «*toujours*» assurer le déplacement des journalistes. Cette situation est la même à l'intérieur du pays, dit-elle, en particulier à Moundou où elle se rend souvent.

Pour finir, Mme **Ndolénodji Alixe Naimbaye** indique que l'ONAMA, qui bénéficie de l'appui de l'État et des avantages au plan de la coopération, doit pouvoir tirer profit pour l'accès à ses programmes et le renforcement des capacités des techniciens et des journalistes. Par ailleurs, elle suggère qu'un parc de véhicules opérationnels soit mis à la disposition des équipes.

- **M. Brice Mbaïmon Guedbaye, Président du Mouvement des Patriotes Tchadiens pour la République (MPTR) :**

M. **Brice Mbaïmon Guedbaye** estime que la mission de l'ONAMA est de « *fournir des informations dans le domaine de la politique, de la culture, du social, d'assumer aussi le rôle de la formation, d'éducation, comme tout groupe de médias* ». Pour lui, un « *média de service public est d'abord au service du public et pour le public. Malheureusement, en tant que média de service public, l'Office peine à remplir cette mission. A part donner des informations aux populations, sur l'ensemble du territoire, tout le monde se plaint parce que ces médias n'assument pas leurs fonctions : dans l'arrière pays, personne ne suit. La TV est pour une catégorie de personnes. Ce n'est pas tout le monde qui y a accès parce qu'il faut disposer d'un téléviseur qui est hors de portée des citoyens, vu l'absence d'énergie. Il y a un accès limité du public à ce service* », avance-t-il.

M. **Brice Mbaïmon Guedbaye** affirme suivre également les programmes de la RNT et de la TVT, en particulier les journaux, les programmes culturels et ceux qui permettent de découvrir le Tchad, les initiatives agricoles et de développement. Il soutient également que la culture tchadienne est présente sur les antennes de la RNT et de la TVT à 60% au moins. Il déplore, par contre, la diffusion de quelques films et programmes culturels qui n'ont rien à voir avec les réalités tchadiennes.

S'agissant des émissions politiques, le président du MPRT estime que les débats politiques manquent à l'ONAMA. Or, pour lui, « *un gouvernement, pour prendre une décision sur une question cruciale, doit confronter les acteurs avant toute action. Mais ces émissions politiques n'existent pas, ni à la RNT, ni à la TVT* ».

En ce qui concerne les journaux parlés et télévisés, la position de M. **Brice Mbaïmon Guedbaye** est plus tranchée. « *De façon générale, on a l'impression que la RNT et la TVT, au lieu d'être des médias de service public, en les écoutant, sont des organes du Gouvernement. C'est quand on a épuisé toutes les informations gouvernementales qu'on donne des compléments avec des sujets concernant la société. Cela veut dire que l'ONAMA est fait exclusivement pour être*

mis au service du Gouvernement. Un ministre se déplace, un directeur a ouvert un séminaire, etc. Mais rien en ce qui concerne les autres secteurs. Dès qu'on ouvre la radio, c'est juste pour savoir que le président s'est déplacé, qu'un ministre a fait une communication, etc. Même le public estime que c'est une radio de propagande gouvernementale ».

Le président du MPTR regrette le fait que des événements qui se déroulent au Tchad soient d'abord annoncés sur les antennes de chaînes et stations internationales, avant l'ONAMA. C'est la raison qui pousse les Tchadiens à suivre les médias étrangers au détriment des médias nationaux. En outre, il constate qu'il y a des milliers de sujets qui pourraient être traités par l'ONAMA, mais ne le sont pas, donnant ainsi une mauvaise image de lui-même.

Parlant de l'accès de toutes les sensibilités politiques et des courants de pensée et d'opinion à l'ONAMA, le président du MPTR déclare qu'il se pose un problème d'équité: *« pour certains partis, les journalistes de l'ONAMA font une brève. Mais, pour d'autres, ils font un commentaire et diffusent aussi le document »*. M. **Brice Mbaïmon Guedbaye** précise que les formations politiques ne sont pas au même pied d'égalité pour les temps d'antenne et de parole. *« Et là encore, il faut faire beaucoup de gymnastique pour que les reportages des autres partis politiques soient diffusés. Et l'on vous dira que la demande n'est pas arrivée à temps, il faut envoyer un véhicule chercher les journalistes, il faut les attendre, il faut ceci, il faut cela et, à la fin, on se retrouve avec un résultat tout à fait mince »*.

S'il juge satisfaisant le travail des journalistes de l'ONAMA qui *« sont des personnes compétentes, mais soumises à la contrainte de l'administration »*, le président du MPTR indexe leur partialité. Il rapporte avoir protesté, il y a quelques années, lorsque que des journalistes de l'ONAMA avaient mis en place un réseau des journalistes du MPS. *« Comment peuvent-ils être impartiaux quand ils sont militants? »*, s'interroge-t-il.

L'ONAMA a toujours couvert les activités du MPTR (*conférences, points de presse, assises*). La principale difficulté est le déplacement des journalistes. Le président du MPTR ne comprend pas pourquoi les journalistes de l'ONAMA ne peuvent pas utiliser les véhicules de l'institution, et ce sont les organisateurs qui doivent toujours assurer leur déplacement. *« Systématiquement, si on vous dit de venir chercher les journalistes de l'ONAMA et que vous ne venez pas, ils ne viennent pas! Cette situation est également identique dans les stations provinciales »*.

Et quand il s'agit d'un communiqué qui égratigne le gouvernement, accuse le président du MPTR, l'ONAMA ne diffuse pas tout le communiqué ou alors le dénature simplement.

En tant qu'acteur politique, conseiller au Conseil National de Transition, M. **Brice Mbaïmon Guedbaye** déplore que la RNT ne soit pas suivie dans les provinces. Une grande partie de la population a été privée du droit à l'information. Aussi, recommande-t-il que le Gouvernement rende disponible l'ONAMA sur toute l'étendue du territoire national. *« Pour l'heure, il faut que les radios communautaires présentes à l'intérieur du pays assurent le relais de la RNT. Enfin, il est important de relancer les débats politiques à l'ONAMA. Ils permettront aux acteurs de s'exprimer sur des sujets d'intérêt général et d'apporter des propositions au Gouvernement »*, conclut-il.

- **MM Ali Souh Khortom et Abakar René Kary, respectivement Secrétaire Général National et Secrétaire Général National adjoint, chargés des Affaires Politiques et de la Formation, de l'Union pour le Renouveau et la Démocratie (URD)**

Pour les deux Secrétaires Généraux de l'URD, l'ONAMA ne remplit pas sa mission de service public. Les principaux obstacles seraient des pressions exercées par les autorités sur les journalistes qui auraient beaucoup de difficultés à exercer librement. Ils dénoncent une censure exercée sur eux et l'autocensure qu'ils pratiqueraient pour préserver leur gagne-pain. Ces faits ankylosent leur volonté de traiter objectivement l'information, disent-ils.

Les deux Secrétaires Généraux de l'URD déplorent également un manque de créativité de l'ONAMA, qui rediffuse continuellement d'anciennes émissions. Pour eux, il y a peu de variation dans les programmes, qui livrent peu d'informations sur le Tchad profond, les obligeant à les rechercher sur les ondes des radios privées.

MM Ali Souh Khortom et Abakar René Kary regrettent que les événements fâcheux qui ont eu lieu au Ouaddaï, au Guéra, au Moyen-Chari et dans d'autres provinces (*conflits ayant causé des morts, NDLR*) soient passés sous silence

par l'ONAMA, laissant libre cours aux réseaux sociaux. Ils dénoncent aussi le fait que les images que la télévision passe en boucle ne concernent qu'une partie du pays.

D'après eux, les invitations au débat de l'ONAMA « *sont sélectives et ne concernent que les personnes qui caressent le pouvoir dans le sens du poil. Aucun débat contradictoire n'est organisé* ».

Concernant la couverture des activités de leur formation, les deux secrétaires indiquent que si l'ONAMA répond positivement aux sollicitations du parti pour venir couvrir ses activités, les reporters exigent qu'on leur envoie un véhicule pour se rendre sur les lieux de la manifestation. Ils déplorent surtout le traitement qui est fait de l'information: à peine quelques secondes à la fin du journal de la radio ou de la télévision. Si le temps imparti aux journaux n'est pas suffisant, **MM Ali Souh Khortom et Abakar René Kary** recommandent à l'ONAMA de créer une rubrique dédiée à la vie et aux activités des partis politiques.

Pour l'accès aux organes de l'ONAMA, les deux Secrétaires Généraux sont catégoriques : « *Il est hermétique. Il n'est ouvert grandement qu'au MPS et au pouvoir* ». Le parti n'a eu droit qu'à une interview de son président, dans le cadre d'une émission organisée par un journaliste de la radio. L'accès serait plus facile dans les stations provinciales, où il serait arrivé que l'interview du président de l'URD soit diffusée intégralement ou en plusieurs séquences.

L'URD souhaite que l'ONAMA établisse un minimum d'équilibre pour permettre à toutes les opinions et sensibilités politiques d'accéder à ses services. Par ailleurs, les journalistes ne doivent pas attendre que les informations viennent les trouver, mais investir les quartiers et toutes les couches sociales pour bien informer les populations. Ils doivent initier des émissions sur l'histoire politique et historique du Tchad ainsi que des émissions culturelles visant à promouvoir les rencontres intercommunautaires.

- **M. Max Kemkoye, Président de l'Union des Démocrates pour le Développement et le Progrès (UDP) :**

M. **Max Kemkoye** déclare que cela fait plus de dix ans qu'il ne suit plus la RNT et la Télé Tchad parce qu'il a constaté que « *ces médias dits de service public sont exclusivement au service d'un homme et d'un système, au détriment des populations* ». Il justifie sa position par un ostracisme dont son parti serait l'objet.

Selon M. **Max Kemkoye**, l'ONAMA, qui est un média de service public, doit être au service des populations, d'autant plus qu'il vit grâce aux contributions des citoyens. Il informe que des activités de son parti dûment couvertes par des reporters de l'ONAMA auraient été bloquées par la censure. C'est ainsi que le parti a dû recourir à des stratégies de contournement, en ayant recours aux médias privés.

« *Dans un tel environnement où une association affiliée au pouvoir est mieux traitée par les médias publics qu'un parti parce qu'il est de l'opposition, comment peut-il être intéressant de suivre la radio ou la télé nationales?* », s'interroge le président de l'UDP.

Depuis l'existence de son parti, M. **Max Kemkoye** soutient qu'il n'a bénéficié que d'une unique couverture de l'Assemblée générale constitutive de sa formation, et qu'il a été invité à trois reprises à une émission, grâce à l'entremise d'un journaliste.

- **Maître Jean-Bernard Padaré, Secrétaire Général 2^{ème} adjoint chargé de la Communication, porte-parole du Mouvement patriotique du Salut (MPS) :**

Selon Maître **Jean-Bernard Padaré**, l'ONAMA a pour mission d'assurer le service public, de rendre compte et d'informer la population de manière objective et sans parti pris, de proposer des contenus en adéquation avec les desiderata du public.

Réagissant aux accusations portées contre son parti politique relatives à une « *prise en otage de l'ONAMA par le MPS* », il estime qu'il s'agit de la mauvaise foi. « *L'ONAMA a besoin de contenus. Mais si aucun parti politique ne réalise*

des activités, revient-il à l'ONAMA d'aller demander à tel parti de le faire ? Quels sont les partis qui ont mené des activités et que l'ONAMA a refusé de couvrir? C'est trop facile de dire que le temps d'antenne est beaucoup plus élevé au MPS par rapport aux autres partis », réoriente-t-il.

En tant que chargé de communication du MPS, Maître **Jean-Bernard Padaré** affirme suivre les programmes de l'ONAMA, mais déplore qu'ils ne soient pas attractifs et les débats y soient pauvres. Il suggère que les journalistes de l'ONAMA aient une certaine culture générale, qu'ils n'hésitent pas à poser des questions qui fâchent et qu'ils maîtrisent véritablement les débats. « *Il faut que les journalistes se libèrent eux-mêmes. Ce n'est pas parce que c'est une télévision publique que, si on interroge un ministre ou un responsable politique, on doit mettre des gants. Sur la forme, on peut être poli, mais sur le fond, incisif. C'est ce qui manque aux journalistes des médias publics* », précise-t-il. Par ailleurs, Maître **Jean-Bernard Padaré** constate qu'il se développe une culture d'auto-censure chez les journalistes de l'ONAMA, une certaine peur d'aborder certains sujets.

Si le porte-parole du MPS reconnaît que le journal de la TVT est contrasté, il relève des propos lénifiants dans les reportages diffusés. Pour lui, il y a très peu de faits de société. « *Si l'ONAMA veut avoir un taux d'audience élevé, je pense qu'il faut qu'il s'intéresse au vécu du Tchadien au fin fond du village, même si la télé ne l'atteint pas. On doit montrer les cérémonies traditionnelles, par exemple, pour mettre en exergue nos coutumes, nos habitudes, nos façons de vivre* », propose-t-il. Le journal de la TVT étant trop politique avec des activités gouvernementales, il invite les autorités à faire en sorte qu'il y ait des activités qui ne puissent plus passer sur les antennes des médias publics.

Concernant les conditions de travail à l'ONAMA, Maître **Jean-Bernard Padaré** dresse un constat très amer. « *Pour faire un travail excellent, il faut les moyens. Les journalistes de l'ONAMA n'ont pas les moyens. Je suis désolé, au lieu de les critiquer, les partis politiques devraient insister pour que le budget dédié à cette structure soit intégralement mis à sa disposition et attendre les résultats. Pouvez-vous imaginer que les stations provinciales n'ont pas de véhicules ? Comment peuvent-elles aller faire des reportages ? Quand vous les invitez à venir couvrir un événement, il faut aller les chercher. Et à la fin, il faut leur trouver quelque chose. C'est même devenu un droit. Tout cela décrit la misère dans laquelle vivent ces professionnels* », déclare Me **Jean-Bernard Padaré**.

Au sujet de l'accès de l'ONAMA à toutes les sensibilités, le porte-parole du MPS affirme que tout est question d'activités menées ou non par ces partis politiques et associations de la société civile. « *Pour moi, le journal de la TVT ne fait que refléter l'image de ce qui est réalisé au quotidien. La TVT ne peut rien inventer* », note-t-il. Le porte-parole du MPS invite aussi l'Etat à faire en sorte que la RNT soit écoutée sur toute l'étendue du territoire national.

Me **Jean-Bernard Padaré** recommande que des moyens soient mis à la disposition de l'ONAMA et qu'un recrutement de jeunes en phase avec les TIC soit opéré. Les journalistes de l'office sont invités à se départir de leurs couleurs politiques et à travailler de façon professionnelle.

Enfin, il souhaite que l'ONAMA sensibilise les partis politiques et les courants d'opinion sur sa mission et l'accès à ses services. Et pour enrichir la grille des programmes de l'ONAMA, il propose qu'un sondage soit réalisé en vue de recueillir les avis des auditeurs et téléspectateurs.

3. Les points de vue de la société civile

Quatre (4) responsables d'organisations de la société civile, à savoir M. **Mahamat Digadimbaye** (CASCIDHO), Mme **Robertine Dénodji** (Secrétaire Générale de la CELIAF), M. **Djinnayel Robkedi** (Secrétaire Général de l'UNAPHT) et M. **Dounia Tog-Yangar** (UNOCAT) ont donné leurs points de vue sur les programmes, les contenus des journaux, l'accès aux services de l'ONAMA et la qualité du son et de l'image.

- **M. Mahamat Digadimbaye, Coordonnateur national de la Coordination des Associations de la Société Civile et de Défense des Droits de l'Homme (CASCIDHO) :**

« Concernant l'accès aux services de l'ONAMA, au niveau de la CASCIDHO, l'ONAMA couvre et diffuse normalement nos activités, puisqu'elles sont toujours facturées. Il faut que ce soit ainsi pour toute la société civile. Pour l'instant, nous avons de très bons rapports. Mais, il y a beaucoup de chose à faire. Il n'y a pas assez d'émissions attractives à l'ONAMA. Les règles d'éthique et de déontologie n'y sont pas respectées ».

- **Mme Robertine Dénodji, Secrétaire Générale de la Cellule de Liaison et d'Information des Associations Féminines (CELIAF) :**

« Les programmes de la TVT et de la RNT, ce sont des rediffusions à longueur de journée. Par conséquent, ils ne sont pas intéressants. Certaines émissions réalisées depuis plusieurs années continuent à être diffusées à la radio et à la télévision. Dans les contenus des journaux parlés et télévisés, une plage importante est accordée à la politique, surtout au Mouvement Patriotique du Salut (MPS), aux partis alliés et aux membres du Gouvernement, tout en occultant la société civile. Il n'y a pas d'analyses, de commentaires et/ou de dossiers sur des sujets touchant à la vie de la Nation tchadienne. Toutes les sensibilités politiques et les courants de pensée et d'opinion n'ont pas droit à la parole dans ces journaux. Sauf si c'est un allié ou une opinion pour soutenir le parti au pouvoir, on prend le soin de diffuser les informations. Sur la qualité d'image et du son, il y a, parfois, de l'interférence à la radio et le son n'est pas audible. La qualité d'écoute des programmes de l'ONAMA est moyenne ».

- **M. Djimnaye Robkedi, Secrétaire Général de l'Union Nationale des Associations des Personnes Handicapées du Tchad (UNAPHT) :**

« Nous avons l'impression que la radio et la télévision nationales sont réservées exclusivement à une catégorie de personnes. Nous, personnes handicapées, y sommes lésées. Parfois, on sent l'ombre de la censure, même au niveau des journalistes. Certaines pensées ne sont pas diffusées. C'est le cas, par exemple, des activités de certains opposants au régime ou certains responsables des droits de l'Homme ».

- **M. Dounia Tog-Yangar, Coordonnateur de l'Union Nationale des Organisations Culturelles et Artistiques du Tchad (UNOCAT) :**

« L'ONAMA ne promeut pas la culture tchadienne comme il se doit. Les rares émissions sur la culture ne sont pas riches, parce que les journalistes qui les produisent n'ont pas la culture de la culture. Ils ne sont pas lecteurs, ils ne s'informent pas comme il le faut sur les différentes disciplines artistiques et culturelles. Pas de vrais spécialistes en la matière. Et ils ne se préoccupent pas de s'améliorer. La télévision et la radio nationales ne montrent pas, comme il le faut, toutes les diversités géographiques et culturelles du Tchad. Les journaux, ce sont des informations politiques à sens unique : les installations et passations de service des sous-préfets, préfets, gouverneurs. Des intervenants sont choisis pour intervenir. Il n'y a pas de place pour des vérités et informations contraires, même si cela peut construire et aider le pays».

4. Les points de vue des organisations religieuses

- **M. Djimalengar Madjimbaye, Secrétaire Général de l'Entente des Églises et Missions Évangéliques du Tchad (EEMET)**

M. Djimalengar Madjimbaye estime que l'ONAMA ne diffuse pas toutes les informations, obligeant les auditeurs et téléspectateurs à faire des recoupements avec les médias privés. « Je constate que les journalistes de l'ONAMA ne sont pas impartiaux. Les uns sont privilégiés aux autres. Ce qui fait que l'ONAMA est qualifié d'un média sélectif », déplore-t-il. Toutefois, il reconnaît que l'EEMET occupe une bonne place dans la grille des programmes de l'ONAMA : les activités sont couvertes gratuitement, bien traitées et diffusées sans problème, y compris l'émission « La vie nouvelle pour tous », qui est diffusée régulièrement par l'ONAMA.

« *Cependant, en tant que leaders religieux, nous recommandons que l'ONAMA fasse plus d'effort dans la couverture territoriale en ondes courtes pour que les messages de paix que nous prêchons atteignent les populations des contrées reculées, des formations pour rehausser le niveau des journalistes afin de faire face à la concurrence des médias privés* », conclut le SG de l'EEMET.

- **M. Abbas Abakar Abbas, Directeur de la Radio Al Qoran Al-Karim du Conseil Supérieur des Affaires Islamiques (CSAI) :**

« *L'ONAMA est un média public au service de l'État et de la Nation, avec des moyens colossaux, diffusant des émissions pour informer la population et sensibiliser le public. Nous suivons les deux médias, télé et radio, à l'heure de l'information surtout, et certains programmes de divertissement. Parfois, les programmes de l'ONAMA comportent des émissions éducatives. Mais il n'y a pas assez de tranches horaires réservées aux confessions religieuses et les journaux parlés et télévisés manquent de professionnalisme* », déclare M. **Abbas Abakar Abbas**.

Il remarque qu'au journal parlé, il y a trop de politique et d'informations institutionnelles. Les sujets les moins diffusés sont les informations diversifiées du Tchad profond. Pour lui, ce ne sont pas toutes les sensibilités politiques et les courants de pensée et d'opinion qui ont la parole pendant ces journaux.

« *Notre institution a accès aux services de l'ONAMA pour la couverture médiatique. Et nous gardons une bonne expérience et nous sommes satisfaits de leurs prestations. Généralement, la place réservée à nos activités peut être au début, au milieu ou à la fin du journal et leur couverture médiatique n'est pas facturée. Cependant, nous assurons souvent le déplacement de l'équipe de reportage* », indique M. **Abbas Abakar Abbas**.

« *Le CSAI a déjà bénéficié des services des stations provinciales de l'ONAMA par exemple à Abéché, Ati, Bongor, Moundou, Sarh et Doba. Mais il est très difficile de suivre les programmes de l'ONAMA, en dehors de N'Djamena. C'est pourquoi, nous souhaitons une large couverture du territoire national, surtout en ondes courtes et ondes moyennes, avec une bonne grille des programmes, plus de professionnalisme et moins d'amateurisme* », conclut-il.

5. Les points de vue des professionnels des médias

Afin de recueillir les avis des professionnels des médias tchadiens, la parole a été accordée à quelques organisations professionnelles, en l'occurrence la Maison des Médias du Tchad (MMT, une faitière), l'Association des Editeurs de la Presse Privée du Tchad (AEPT), l'Union des Radios Privées du Tchad (URPT) et l'Association des Techniciens de la Communication (ATCOM).

- **M. Bémadjita Ngaradoubé Samory, Président de l'Association des Editeurs de la Presse Privée du Tchad (AEPT)**

Pour M. **Bémadjita Ngaradoubé Samory**, un « *média de service public* » est un média ouvert à tous, différent d'un média d'État au service d'un régime gouvernemental ou d'un parti politique. Il estime que l'ONAMA n'assure pas cette mission parce qu'il traite plus les activités et communiqués du gouvernement.

Concernant les programmes de l'ONAMA, M. **Bémadjita Ngaradoubé Samory** affirme suivre la RNT et la TVT, généralement les directs de grands événements et les déclarations et messages à la Nation du Chef de l'État. Pour lui, les programmes de l'ONAMA sont plus ou moins variés et larges. Ils renseignent, éclairent et divertissent, dit-il. Le Président de l'AEPT préfère les émissions relatives à l'éducation, à la santé, à l'environnement et à l'agriculture. Cependant, il estime que les émissions gagneraient en audience en étant plus orientées vers toutes les couches sociales, en promouvant la culture tchadienne et en montrant la diversité du Tchad.

Analysant les journaux de la RNT et de la TVT, le Président de l'AEPT observe qu'ils « *manquent de pertinence et d'acuité. L'information nationale tourne autour du Président de Transition et du Gouvernement. Les sujets les plus diffusés sont les activités institutionnelles des membres du Gouvernement. On ne parle pas assez du monde rural,*

en particulier à la TVT», estime-t-il. Pour lui, la RNT couvre mieux les sujets économiques relatifs au quotidien des Tchadiens, que la TVT.

Sur l'accès des sensibilités politiques et des courants de pensée et d'opinion à l'ONAMA, M. **Bémadjita Ngaradoumbé Samory** avance que la RNT est plus ouverte que sa consœur la TVT, « *propriété de l'État* ». Il estime que les sensibilités politiques et courants de pensée et d'opinion ne bénéficient pas d'un temps d'antenne et de parole équitable.

Se prononçant sur le travail des journalistes de l'ONAMA, le Président de l'AEPT relève qu'il est « *professionnellement moyen. Les journalistes pourraient donner davantage s'ils disposaient de plus de liberté d'action* ». Ces journalistes, selon lui, ne sont pas impartiaux et neutres à cause « *d'une censure et des pressions qui ne disent pas leur nom* », même si, dans une certaine mesure, ils respectent les règles déontologiques du métier.

Au niveau de la qualité d'écoute de l'ONAMA, M. **Bémadjita Ngaradoumbé Samory** relève que des efforts méritent d'être fournis techniquement afin de l'améliorer. Le Président de l'AEPT, constatant que l'ONAMA dispose de moyens, suggère que les journalistes puissent s'exprimer et faire leur travail librement, car « *ils ont les compétences et ne demandent qu'à faire leur travail* ». Il propose que de nouvelles émissions soient réalisées et dédiées à l'éducation sur les TIC, à l'éducation environnementale, à la salubrité, etc. Par ailleurs, dit-il, il est important de donner plus la parole aux citoyens lambda, aux femmes et aux jeunes, de faire appel à des spécialistes pour enrichir certaines émissions.

- **M. Mbaïrané Blaise, Secrétaire Général de l'Association des Techniciens de la Communication (ATCOM) :**

L'ATCOM estime que l'ONAMA a pour rôle d'informer, sensibiliser, éduquer le public. En tant que média de service public, il doit se mettre au service du public parce qu'il fonctionne grâce à sa contribution. Malheureusement, indique l'ATCOM, « *l'ONAMA a failli à sa mission parce que les partis politiques de l'opposition n'ont pas droit à la parole sur ses antennes* ».

L'ATCOM affirme que les programmes de la RNT et de la TVT sont, pour le moment, très légers pour capter l'attention du public. Certains programmes naissent et disparaissent très tôt.

Sur le contenu des journaux parlés et télévisés de l'ONAMA, l'ATCOM soutient que seules les activités du gouvernement sont traitées. Les communiqués de presse de l'opposition, les grèves ou encore les manifestations estudiantines, par exemple, ne sont jamais traités et diffusés. Il avance que seules les sensibilités politiques et les courants de pensée et d'opinion favorables au pouvoir ou les alliés ont accès à l'ONAMA. Les autres formations politiques n'ont accès à l'ONAMA que pendant les élections.

Pour l'ATCOM, l'ONAMA dispose d'un bon bâtiment et de matériels techniques de pointe. Par contre, son programme est vide. Pour améliorer la prestation de l'ONAMA, l'ATCOM suggère l'élaboration et l'adoption de la grille des programmes de façon inclusive. En outre, elle recommande que les recrutements se fassent par voie de concours (ou de mérite), que les nominations répondent à certains critères (expériences ou ancienneté), que le personnel soit formé (notamment les techniciens) pour une prise en main du nouveau siège).

- **M. Dingames François, Coordonnateur de la Maison des Médias du Tchad (MMT) :**

De l'avis de M. **Dingames François**, l'ONAMA a pour mission d'assurer la communication et l'information publique, par ses canaux que sont la RNT et la TVT. « *En tant que média de service public, il doit être au service de la population qui doit y avoir accès. Malheureusement, ce n'est pas le cas* », souligne-t-il.

Sur les programmes de l'ONAMA, M. **Dingames François** note qu'ils sont variés et vastes. Certaines émissions à la RNT sont intéressantes, à l'image de « *Un nom, un parcours* ». Pour lui, un accent doit être mis sur le monde rural et le choix des invités doit être également revu. Les programmes de l'ONAMA concourent bien à l'éducation et à la promotion de la culture tchadienne, se félicite-t-il.

Concernant le contenu des journaux parlés et télévisés de l'ONAMA, le Coordonnateur de la MMT pense qu'il est très folklorique. « *Pour les journaux, les présentateurs et les techniciens font leur travail, mais le contenu est très folklorique. Les sujets fréquents et depuis la nuit des temps sont ceux qui parlent du président. Les sujets occultés sont ceux*

relatifs aux conflits communautaires, agriculteurs et éleveurs », précise-t-il. Selon M. Dingames François, les sensibilités politiques et les courants de pensée et d'opinion n'ont pas la parole dans ces journaux à cause de « *la censure à outrance* ».

- **M. Mékondo Sony, Président de l'Union des Radios Privées du Tchad (URPT) :**

Selon M. **Mékondo Sony**, la mission de l'ONAMA est d'informer, d'éduquer et de divertir. Un média de service public, souligne-t-il, est une institution qui appartient au peuple « *et non à un individu ou un parti politique* ». Or, pour lui, la population tchadienne n'a véritablement pas accès à cette structure, jusque-là.

Le Président de l'URPT affirme suivre les programmes de l'ONAMA, notamment les journaux et les émissions «*Signe des temps*» et «*Lalékou*». Concernant les journaux parlés et télévisés, il estime qu'ils contiennent plus d'informations politiques et d'activités des autorités administratives. Des sujets comme les conflits inter-communautaires (éleveurs/agriculteurs), l'accaparement des terres et l'immixtion des autorités administratives, traditionnelles et militaires ne sont pas assez traités par la RNT et la TVT. Par ailleurs, M. **Mékondo Sony** estime que toutes les sensibilités politiques et les courants de pensée et d'opinion ont partiellement la parole dans ces journaux. Pour lui, les informations diffusées sont déséquilibrées.

Sur l'accès à l'ONAMA, le Président de l'URPT déclare que l'ONAMA ne couvre par les activités de son organisation. En outre, leurs communiqués de presse ne sont pas diffusés.

Pour faciliter l'accès à l'ONAMA et pour améliorer sa prestation, M. **Mékondo Sony** recommande que soient pris en compte les avis des auditeurs/télé spectateurs.

XI. LE SONDAGE D'AUDIENCE DE L'ONAMA

En vue de mieux appréhender les services offerts par l'ONAMA, la HAMA a requis le cabinet Bodel Consulting pour réaliser un sondage auprès du public. De façon spécifique, il s'est agi d'affiner la compréhension des populations cibles, leurs besoins et leurs usages, pour proposer des produits adaptés. Le sondage a été mené au cours du mois de juillet 2023, dans 19 des 23 provinces que compte le pays, soit un taux d'échantillonnage de 82,61 %.

Le premier titre du sondage a concerné les généralités. Au total, 1 000 personnes, dont 390 femmes, ont été enquêtées. On dénombre 730 personnes, dont 297 femmes enquêtées à N'Djaména. Dans l'ensemble des provinces, 270 personnes, dont 93 femmes, ont été enquêtées. Les catégories les plus nombreuses de l'échantillon sont :

- **les personnes d'au moins 35 ans (510 personnes), soit un taux de 51% de l'effectif ;**
- **les salariés : 49,80% des enquêtés ;**
- **les employés/ouvriers : 43,6% ;**
- **les Tchadiens : 90,40%.**

Pour le titre 2, « *la télé et la radio dans la vie de la population* », parmi les 1 000 enquêtés, 677 (soit 60,56%) sont des téléspectateurs de différentes chaînes et 962 (soit 99,73%) des auditeurs de différentes stations-radios. En provinces, 100% d'enquêtés sont des auditeurs de l'ONAMA alors qu'il n'en est que de 97,79% pour N'Djaména. Sur les 677 téléspectateurs, 414 sont des fidèles de la TVT et sur les 962 d'auditeurs des stations-radios, 699 sont fidèles de la RNT. On trouve 645 téléspectateurs qui utilisent le poste téléviseur et 8 qui font usage de leur téléphone pour suivre la télé. On compte 270 personnes qui disent suivre la télé en famille et 269 entre amis, Pour ce qui concerne la radio, un nombre écrasant de personnes (637) qui affirme écouter la radio à seul.

Pour le titre 3, « *la télé et la radio nationales dans la vie de la population* », parmi les 677 téléspectateurs, 383, soit 56,57%, disent être téléspectateurs de l'ONAMA. Sur les 962 auditeurs de différentes radios, 530, soit 55,09%, sont des auditeurs habituels de l'ONAMA. Les raisons fondamentales qui amènent les auditeurs et téléspectateurs de l'ONAMA à suivre ses programmes sont, par ordre d'importance, la culture, les informations, la vie religieuse et les divertissements. Par contre, les raisons majeures avancées par les auditeurs et les téléspectateurs non-attirés par les programmes de l'ONAMA, par ordre d'importance, le trop de propagandes politiques, les partialités politiques et géographiques, les programmes non intéressants.

Les auditeurs et téléspectateurs ont ciblé des programmes et émissions qui accrochent, qui les attirent. Le journal, les actualités et la culture générale sont les meilleurs programmes et émissions radio, selon le public. Les auditeurs et téléspectateurs suivent, dans leur majorité, les programmes et émissions de l'ONAMA dès le commencement. Un nombre de 585 personnes le fait ainsi savoir, alors que 123 personnes seulement ont tendance à saisir les programmes et émissions en pleine réalisation.

Pour la télévision, 120 personnes disent qu'elles consacrent leur temps sur toute la durée que prend une émission ou un programme ; 178 personnes mettent du temps ou pas devant l'écran, selon la satisfaction qu'offre l'émission ou le programme. Pour la radio, 402 personnes se consacrent à suivre entièrement une émission ou un programme sur sa durée et 524 le font à la satisfaction perçue.

Les enquêtés se sont aussi prononcés sur les programmes et les émissions qui les intéressent le moins, aussi bien du côté de la radio que de la télévision. Les productions folkloriques (les traits culturels, les faits de vie dans les provinces, etc.) occupent la première place. Viennent ensuite les débats politiques et, enfin, le journal. Le public trouve, en particulier, que ces programmes et émissions ont des penchants politiques, ils ne captivent pas et n'offrent pas d'informations réelles. Ils proposent comme améliorations : la neutralité politique de l'ONAMA, le copiage de bons exemples d'animation et de décor dans les chaînes et stations plus fortes, ainsi que l'amélioration esthétique.

Pour le titre 4, « *la télé et la radio nationales dans les médias au Tchad, le temps consacré au suivi de l'ONAMA* », la plupart de téléspectateurs consacrent 2 heures à suivre l'ONAMA (125 sur 306 personnes ayant répondu à la question

y relative). Les auditeurs, quant à eux, consacrent plus de temps à l'ONAMA. Au total, 409 sur 642 ont répondu à la question s'y rapportant. La TVT est beaucoup plus suivie les dimanches et les samedis. La radio, quant à elle, est davantage suivie les vendredis et les samedis.

Pour le titre 5, « *la télé et la radio nationales dans les médias au Tchad, les chaînes les plus suivies* » sont, par ordre d'audience, France 24, Electron TV et Sahara TV. Pour les stations radio, ce sont la RNT, la FM Liberté et la RFI (cf. résultats du sondage en annexe).

Quelques conseils d'ordre général sont avancés par les enquêtés, parmi lesquels, respecter les horaires, être vrai, être politiquement et géographiquement neutre, écarter les journalistes non compétents, réorganiser les programmes, copier les bons exemples de meilleures télévisions et radios, améliorer l'animation, couvrir tout le territoire par la radio nationale et de manière permanente par la modulation de fréquence (FM) de préférence, et, au cas contraire, par ondes courtes.



XII. LES CONSTATS DÉCOULANT DES ENTRETIENS

1. Un organigramme qui crée des blocages et des conflits de compétence

Le premier constat fait par les évaluateurs, c'est l'inexistence d'un organigramme clair qui montre les liens, les imbrications et la complémentarité entre les différentes directions et services constituant l'ONAMA. En lieu et place de l'organigramme, c'est le décret n°0882/PCMT/PMT/MC/2022, portant organisation et fonctionnement de l'ONAMA, qui en fait office. Il décrit l'organisation et le fonctionnement des deux structures de l'ONAMA que sont le Conseil d'Administration et la Direction Générale. Les dispositions relatives à la Direction Générale définissent les différentes directions et sous-directions.

Au-delà de ce décret, l'observation et le constat découlant des entretiens permettent de dire qu'on a à faire à des entités cloisonnées, la RNT, la TVT, les Ressources Humaines, la Direction Commerciale et Marketing. Les Sous-directions ont tendance à se comporter comme des entités autonomes. La Direction Générale qui coiffe l'ensemble, semble bien plus absorbée par la gestion administrative et financière de l'institution. Ce qui n'est pas une mince affaire et n'aurait pas permis de prendre le temps de créer un minimum d'harmonie et de cohérence entre les différentes directions.

Le Directeur Général est également conscient du désordre engendré par l'organigramme. « *Il faut, nécessairement, revoir l'organigramme de l'ONAMA. Il y a des chevauchements au niveau des services, des conflits de compétence. C'est bien d'avoir un directeur radio et un directeur télé, mais l'idée d'avoir des sous-directeurs est vraiment dépassée. A titre d'exemple, la technique, ici, a deux branches : le broadcast et l'informatique, Il faut un directeur technique avec un sous-directeur qui s'occupe du broadcast et un autre sous-directeur en charge de l'informatique. L'informatique étant transversale, laisser une partie à la radio et une autre à la télé nous crée trop de problèmes. Si le responsable informatique qui joue un rôle central dépend du directeur de la télé et n'a pas de compte à rendre au directeur de la radio, cela ne marche pas* », explique M. **Boukar Sanda**.

2. La censure et l'autocensure

Les responsables de l'ONAMA à tous les niveaux rejettent l'idée de la censure dans leur travail. Ils ne reçoivent aucune injonction et répondent à toutes les sollicitations de couverture. Ils se défendent de pratiquer l'autocensure. Pourtant, ils reconnaissent qu'ils ne traitent pas certains sujets sensibles, notamment les manifestations de l'opposition au pouvoir, s'ils ne sont pas autorisés à le faire. Il leur arrive de décider de mettre de côté un évènement, un article, un reportage, qui comporterait des risques pour la paix et la cohésion sociale.

Au cours des entretiens avec les évaluateurs, certains interlocuteurs ont reconnu que l'autocensure est quelque chose de réel, car il guide inconsciemment leurs choix rédactionnels.

3. Les faiblesses managériales

Le Directeur Général déplore l'esprit du personnel, qui se comporte comme des fonctionnaires attendant leur paie à la fin du mois sans intégrer l'esprit d'entreprise, construit sur une obligation de résultat. C'est une révélation des difficultés à impulser une dynamique nouvelle à l'institution.

Au cours des entretiens avec les responsables de l'ONAMA, les évaluateurs ont relevé que la gestion et le suivi du personnel manquaient quelque peu de rigueur.

4. L'insuffisance des outils de travail

Les évaluateurs ont été frappés par le fait que dans cet édifice splendide avec des équipements high tech, un outil ordinaire dans toute structure audiovisuelle manque : la caméra. Juste une dizaine de caméras sont fonctionnelles, d'autres sont affectées à la Présidence, à la Primature, au Ministère de l'Intérieur. Ce qui réduit encore leur disponi-

bilité et la capacité de l'ONAMA à répondre à toutes les demandes de couverture. Le Directeur Général a assuré que des commandes de caméras sont en cours. Les employés de l'ONAMA se plaignent également d'insuffisance ou de pénurie de consommables.

Toutes ces questions interpellent la Direction Générale de mettre en place une stratégie de dotation et de renouvellement des matériels de travail pour éviter que ces questions ne deviennent récurrentes.

5. Les problèmes liés à la mobilité du personnel

Le parking de l'ONAMA, où on ne voit que quelques véhicules de couleur bleue avec le logo de l'Office, montre d'emblée à quel point le parc automobile est dégarni. Quatre à cinq véhicules pour assurer le transport du personnel et une vingtaine de couvertures médiatiques journalières, c'est la gymnastique à laquelle doit se livrer quotidiennement la logistique de l'ONAMA. Résultat: les reporters de l'ONAMA sont souvent en retard aux cérémonies où ils sont régulièrement transportés grâce aux soins des organisateurs.

A cette situation, le Directeur Général a apporté la réponse suivante: *«Les premières dotations de l'ONAMA datent de 2011. Ces véhicules ont fait leur temps. Après cela, il y a eu des rotations, le parc est renouvelé partiellement. En 2020, nous avons acquis des véhicules. Cette année, nous n'avons pas assez de moyens pour acheter des véhicules, mais il y a des véhicules de fonction qui sont prévus. Il est vrai que le parc est dégarni. Il est vrai qu'il y a des problèmes de mobilité, et cela rejoint la question des moyens. Il faut que les moyens soient conséquents pour acquérir les véhicules et entretenir convenablement ces véhicules. Ce n'est pas un problème plus grave que les autres. C'est une structure. Si les gens trouvent que les véhicules sont insuffisants, c'est vrai. Mais quelle solution ? C'est une question de moyens ».*

Selon toute vraisemblance, l'ONAMA ne semble pas en mesure de garnir à court terme son parc automobile. Cette situation renvoie à la question de la viabilité de l'ONAMA à laquelle le Directeur Général répond de façon nette : transformer l'ONAMA en une véritable entreprise audiovisuelle. C'est plus qu'un défi dans l'environnement médiatique du Tchad.

6. Des recrutements et une gestion erratiques du personnel

En dépit des 749 agents que compte l'ONAMA, *« ce nombre est insuffisant face aux besoins de l'office et insignifiant comparé à l'effectif de certaines télévisions africaines, notamment la CRTV (Radio et Télévision du Cameroun), qui compte 1 600 agents »*, affirme le Directeur Général, M. **Boukar Sanda**. *« Pour amener les plus hautes autorités à accepter et nous permettre de recruter du personnel supplémentaire, nous avons estimé qu'il faille organiser un audit du personnel. Le projet est en cours. Cet audit va nous permettre de définir l'adéquation entre les profils des agents et les différentes tâches définies dans le process-métier »*, explique-t-il.

Si l'ONAMA dispose de ressources financières et matérielles suffisantes pour assurer sa mission de service public, son talon d'Achille reste les ressources humaines constituées de fonctionnaires envoyés, en vagues successives, par le Ministère de la Fonction Publique, des contractuels de l'État et d'autres recrutés par l'ONAMA.

Les syndicats dénoncent un clientélisme et un clanisme dans les recrutements. *«Le processus est souvent biaisé, pendant que certains «stagiaires» et/ou « bénévoles » au sein de l'ONAMA se démènent en attendant d'éventuelles nouvelles relatives au recrutement».*

Par ailleurs, *« les contrats sont fantaisistes et ne répondent souvent pas aux profils professionnels et aux besoins réels de l'ONAMA, créant de plus en plus de frustrations dans l'institution »*, affirment les délégués du personnel.

Les deux modes de recrutement pratiqués sont à la base de ces critiques. D'une part, le Ministère de la Fonction Publique recrute des agents et les met à la disposition de l'ONAMA, alors que ces recrutements de fonctionnaires devraient être faits sur la base des besoins exprimés par l'ONAMA, via son Conseil d'Administration.

D'autre part, l'ONAMA lui-même recrute des contractuels sur la base simplement des dossiers soumis, au lieu que les recrutements se fassent par des tests confiés à un cabinet ou une structure indépendante.

Par ailleurs, la gestion du personnel est faite de manière désorganisée et incohérente. Les agents mis à la disposition de l'ONAMA par le Ministère de la Fonction Publique ont un statut de fonctionnaire ou de contractuel de l'Etat, et leurs carrières sont gérées comme celles des autres agents de l'État. *«Pour les contractuels, tant qu'il n'y a pas une convention d'établissement, la gestion de leurs carrières sera difficile. S'il n'y a pas un acte, c'est difficile de les mettre dans une catégorie et le faire avancer»*, confie le Directeur des Ressources Humaines et de la Formation.

Cette gestion erratique du personnel se traduit par une mauvaise planification des ressources humaines, une absence de politique de formation adéquate et des attentes irréalistes. Elle entraîne une baisse de la productivité et une détérioration de la culture d'entreprise, comme le reconnaît le Directeur Général de l'ONAMA.

7. Des nominations qui n'obéissent pas à des critères objectifs

Les chefs de stations provinciales de l'ONAMA sont nommés par arrêté du Ministre de la Communication, sur proposition du Directeur Général. Les chefs des services, eux, sont nommés par décision du Directeur Général. Le Directeur des Ressources Humaines et de la Formation affirme être associé à ces dernières nominations.

Les nominations, dans les services centraux et les stations provinciales de l'ONAMA, sont régulièrement décriées par les délégués du personnel et les deux syndicats, le Syndicat National des Professionnels de la Radio et de la Télévision (SYNAPORT) et le Syndicat indépendant du Personnel de la Radiodiffusion et de Télévision du Tchad (SIPRAT).

« Les nominations ne suivent pas le plan de carrière des agents. Les nominations sont faites par clientélisme, fantaisie, clanisme. Les recrutements sont aussi faits de la même manière », dénonce le SYNAPORT.

Du côté du SIPRAT, c'est le même son de cloche: *«les nominations, souvent, ne tiennent pas compte de l'ancienneté, ni de l'expérience et de la compétence des agents. L'exemple patent est la série de nominations du mois de juin 2023, qui a fait la part belle à plusieurs stagiaires et à de nouvelles recrues. La plupart de ces agents ne sont pas expérimentées et leurs compétences sont quelque peu douteuses »*.

« Les militaires, les retraités, les gens du quartier et des individus (ni francophones ni arabophones) sont nommés, pendant que les bras valides moisissent», fustigent les syndicats qui accusent la HAMA de *«couvrir ces nominations»*. Les deux syndicats de l'ONAMA exigent que soient nommés, dans toutes les directions et tous les services techniques, des agents compétents et de bonne moralité reconnue: Il faut mettre en application *« L'homme qu'il faut à la place qu'il faut »*.

« Le militaire dont vous faites allusion est détaché à l'ONAMA depuis plus de dix ans. Nous avons sept militaires, certains occupent des postes de responsabilités, d'autres des postes techniques », répond le Directeur Général de l'ONAMA. Selon lui, les agents promus *« sont des agents, techniciens, journalistes de l'ONAMA ; il n'y a aucun agent extérieur »*.

8. L'insuffisance de personnel qualifié

Selon la liste générale du personnel de l'ONAMA, l'on dénombre 749 agents, dont 288 se prévalent d'un BTS (Brevet de Technicien Supérieur), d'une licence et d'un master ou d'une maîtrise en journalisme, en techniques de l'information et de la communication, en multimédia et audiovisuel, en prise de vue et en production et réalisation. Mais dans la réalité, les agents ayant les profils de l'emploi et réellement utilisés pour assurer la marche de l'ONAMA, ne représentent pas la moitié de cet effectif. A titre d'exemple, le Directeur des Ressources Humaines adjoint, M. **Youssef Mahamat Moumine**, est un infirmier diplômé d'État.

«Il y a 247 agents (tous profils confondus, NDLR) à la télévision, mais il y a un problème de qualité de ces agents», explique le Directeur de la TVT, M. **Souleymane Djabo**. *« S'il faut trier, nous aurons à peine dix bons journalistes. C'est*

un problème de base. Certains sont sortis d'écoles de journalisme, mais ne s'améliorent pas malgré les années passées à la TVT. Si l'on veut faire honneur à la télévision, il faut procéder à un tri. Nous avons répertorié 4 ou 5 agents à former en JRI (Journalisme Reporter d'Image, Ndlr); mais les moyens manquent », informe-t-il.

La TVT doit faire face à une concurrence de plus en plus forte des télévisions privées. « En tant que professionnels, nous ne nous sentons pas honorés de voir une petite chaîne privée produire des émissions de meilleure facture que les nôtres. Le principal problème, ce sont les ressources humaines », insiste M. **Souleymane Djabo**.

Le constat dressé par le Directeur de la Télévision Nationale sur l'insuffisance de personnel qualifié est largement partagé. Selon le Sous-Directeur de l'Information de la TVT, M. **Ahmat Yaya Abbas**, sur près de 100 agents, à peine 10 peuvent bien travailler. Selon le Sous-Directeur de la Production de la TVT, M. **Moustapha Abakar Malloumi**, l'on ne peut compter que sur 7 agents sur les 60 qui y ont été affectés.

« Les agents affectés à la Direction Commerciale et Marketing n'ont pas de profils requis pour des tâches commerciales, et ils ont des lacunes pour la prospection. Ce sont, en réalité, des journalistes, techniciens, rédacteurs en chef et autres », confie M. **Abderaman Mahamat Djouma**, Directeur Commercial et Marketing. La Direction Commerciale et Marketing compte en effet 21 personnes, dont le Directeur et son adjoint, 6 chefs de service et leurs adjoints et 13 agents. Pourtant, une réorganisation a été ainsi opérée, et des recyclages en interne ont été effectués au profit des agents pour les mettre à la hauteur de leur mission.

9. L'absence de politique de formation continue

« Nous organisons des formations de remise à niveau. Les différentes directions expriment leurs besoins en formation, et nous engageons des contrats avec des organismes pour des formations in situ », affirme M. **Abba Hamad Kaddara**, Directeur des Ressources Humaines. L'ONAMA manque de structure de formation. « La Salle Polytech de l'ancien bâtiment de la RNT, à Sabangali, sera érigée en un centre de formation », promet le Directeur des Ressources Humaines et de la Formation.

La réalité est, pourtant, autre. A tous les niveaux, l'absence d'une politique de formation continue est décriée. « En 23 ans d'exercice à l'ONAMA, je n'ai bénéficié que d'une formation en techniques rédactionnelles. C'était du temps du président Emmanuel Béaloum Touadé (premier président du Haut Conseil de la Communication, HCC, devenu HAMA). Imaginez le cas de mes autres confrères », confie un responsable de la TVT.

« De petites formations sont dispensées, mais cela n'est pas suffisant », tempère M. **Kamaladine Mahamat Ousmane**, Sous-Directeur Technique de la Radio Nationale. « Il faut, pour les techniciens, des formations pointues, orientées vers les équipements et les logiciels que nous utilisons », plaide-t-il.

Le Directeur de la TVT, M. **Souleymane Djabo**, tranche : « Nous sommes la seule télévision où les journalistes ne bénéficient pas de recyclage ».

A la Direction Commerciale et Marketing, un partenariat a été signé avec l'Université Emi Koussi pour la formation, pendant une année, de cinq (05) agents en techniques de vente, marketing et commerce international.

Pour le Directeur Général, le défi de la formation ne concerne pas seulement les agents de l'ONAMA, mais également ses fournisseurs. « Nous sommes une télévision. Nous achetons des productions. Mais, sur le marché national, nous avons rarement des compétences capables de créer des émissions de bonne facture. La question de la formation se pose à ce niveau. Tous les professionnels du théâtre sont devenus aujourd'hui des réalisateurs. Il faut des formations et nous interpellons la HAMA à cet effet », déclare M. **Boukar Sanda**.

10. Des salaires et des indemnités déséquilibrées

Si le Directeur Général de l'ONAMA estime que le personnel de l'Office est mieux traité que les agents du Ministère de la Communication, c'est un autre son de cloche du côté des délégués du personnel et des deux syndicats.

« *Le personnel de l'ONAMA est très mal payé et la disproportionnalité des indemnités entre les Directeurs et les agents est grande* », répondent-ils. Ils citent, à titre d'exemple, un agent de l'ONAMA avec des indemnités cumulées à 105.000 FCFA par mois, pendant que le Sous-Directeur en est à près de dix fois plus.

Le Directeur Général explique comment la grille des salaires et la grille des indemnités ont été adoptées: « *Je suis de ceux qui ont œuvré pour la nouvelle grille des salaires. C'est moi qui ait conçu cette grille des salaires. Nous avons présenté une grille des salaires et une grille des indemnités, les deux cumulées créaient une incidence globale de 230 millions FCFA par mois. Il fallait trouver des ressources pour équilibrer ces nouvelles charges à créer, sinon supprimer des postes de dépenses. Pour avoir cet équilibre, nous avons dû supprimer les frais de production. L'idée est que les frais de production ne doivent pas profiter seulement à une catégorie du personnel. Tout le monde, du planton jusqu'au Directeur Général, participe, de manière directe ou indirecte, à la production, et ces agents de production sont aussi des salariés recrutés et payés pour assurer la production. Il n'y a donc pas de raison pour qu'on leur verse des frais de production, en sus de leurs traitements mensuels. A l'époque, les frais de production étaient de l'ordre de 300 millions FCFA. Nous les avons supprimés, fait passer la nouvelle grille des salaires, avec une économie de 70 millions FCFA* ».

« *L'équipe qui est venue après moi a revu les indemnités et l'a fait passer au Conseil d'Administration* », informe le Directeur Général. « *Sur la disparité des indemnités, les obligations ne sont pas les mêmes. Un agent d'exécution qui est sur le terrain a juste une obligation de moyens, il ne fait qu'exécuter; alors que le Sous-Directeur est un cadre de conception qui donne des orientations et travaille sur plusieurs services. Cela ne peut pas être la même chose* », conclut-il.

Le déséquilibre des indemnités (et aussi des salaires) a entraîné une « *course aux actes (décrets ou arrêtés, NDLR)* ». Des agents font tout pour être nommés directeur, sous-directeur ou chef de service afin de bénéficier de meilleurs émoluments. Cela crée un mécontentement des agents, qui se sentent sous-évalués et injustement traités, et impacte négativement leur motivation et leur productivité. Le Conseil d'Administration de l'ONAMA doit, impérativement, rééquilibrer les rémunérations, les rendre plus équitables et cohérentes, afin de favoriser un environnement de travail sain et prospère au sein de la RNT et de la TVT.

11. La maintenance des installations par des sous-traitants

La maintenance des installations de l'ONAMA, dans son siège ultramoderne, est assurée par une main d'œuvre extérieure. Les techniciens de la maison se plaignent de ne pas avoir été préparés en amont pour prendre en main ces installations et équipements modernes.

Le Directeur Général de l'ONAMA, M. **Boukar Sanda**, justifie l'affectation de la maintenance à des structures extérieures par l'absence de compétences adéquates internes. « *Au départ, on nous a fait parvenir un profil que nous n'avons pas pu trouver au Tchad. L'idée était d'envoyer deux informaticiens de haut niveau se faire former pour un an. Malheureusement, ce projet est tombé à l'eau, après mon départ de la Direction Générale* », affirme-t-il.

« *L'ONAMA a des techniciens broadcast, informaticiens, groupistes et autres, mais l'entretien des installations est spécifique. Prenons, par exemple, le groupe à eau glacée qui alimente l'immeuble, c'est le fabricant qui donne l'autorisation à des intégrateurs d'intervenir sur ces équipements. Des interventions sont effectuées à distance. En 2020, nous avons fait intervenir nos techniciens sur des équipements, mais la maison mère a refusé de nous vendre des pièces de rechange. C'est très risqué de permettre à un technicien de l'ONAMA d'intervenir sur ces équipements. Nous avons signé un contrat avec STUDIOTECH (NDLR, un fournisseur de matériel audiovisuel basé à Bruxelles, en Belgique). SOGECT Tchad, elle, s'occupe de l'entretien, du nettoyage des toilettes, des ampoules, des poignets, etc.* », explique le Directeur Général de l'ONAMA, M. **Boukar Sanda**.

XIII. RECOMMANDATIONS

● A l'attention du Gouvernement :

1. recomposer le Conseil d'administration de l'ONAMA pour tenir compte de sa vocation de média de service public ;
2. respecter l'avis préalable de la HAMA pour toute nomination à un poste de direction dans les médias de service public ;
3. faire aboutir, dans les plus brefs délais, le projet d'acquisition de l'émetteur ondes courtes et acquérir un émetteur ondes moyennes pour permettre à la population de suivre les programmes de la RNT sur l'ensemble du territoire national ;
4. recruter et mettre à la disposition de l'ONAMA des agents compétents sur la base des besoins réels et des profils exprimés par la Direction Générale et/ou le Conseil d'Administration ;
5. mettre, chaque année, à la disposition de l'ONAMA son budget de fonctionnement afin qu'il puisse accomplir convenablement sa mission ;
6. apurer les frais de production 2015 et autres primes connexes (passifs ONRTV/DGRTV) ;
7. accélérer le processus de transition vers la TNT, en élaborant, le plus vite possible, une feuille de route nationale du Tchad, à accompagner les moyens financiers nécessaires à la disposition de la Coordination Générale de Passage de l'Audiovisuel Analogique au Numérique (CGPAAN) pour qu'elle redémarre ses activités, qui sont pratiquement à l'arrêt ;
8. lancer l'Ecole de journalisme par la formation des agents en activité, en besoin de recyclage, en capitalisant leurs compétences dans l'animation.

● A l'attention du Conseil National de Transition :

9. adopter la loi sur la publicité pour réguler les activités publicitaires et permettre à l'ONAMA et aux médias d'en bénéficier ;
10. adopter les nouvelles lois sur la communication ;
11. plaider et interpeller les parties concernées pour la sécurité des journalistes ;
12. se mobiliser pour plus de ressources pour le secteur de l'information et de la communication ;
13. prendre en compte l'épanouissement de la presse, la sécurité des journalistes, le respect des valeurs culturelles nationales et de l'ordre public dans l'adoption des lois, conventions et traités, ainsi que dans le budget de l'État .

● A l'attention du Conseil d'Administration de l'ONAMA :

14. revoir l'organigramme de l'ONAMA et le rendre plus opérationnel ;
15. équilibrer les indemnités afin d'accroître la motivation du personnel ;
16. définir les cahiers des charges périodiques avec des obligations de résultats, aux Directeurs de l'ONAMA.

● A l'attention de la Direction Générale de l'ONAMA :

17. déposer, chaque année, le rapport d'activités et les nouvelles grilles des programmes de la RNT et de la TVT à la HAMA, conformément au cahier des charges ;
18. recruter le personnel sur la base du profil et de l'expérience ;
19. promouvoir les agents sur la base de l'ancienneté, de l'expérience et des compétences ;
20. promouvoir la culture de l'excellence ;
21. organiser des séances publiques avec les représentants des différentes couches sociales pour l'adoption de nouvelles grilles des programmes de la RNT et de la TVT ou autres initiatives ;
22. associer les différentes directions dans le recrutement et l'affectation des agents qui seront sous leurs responsabilités ;
23. permettre à toutes les sensibilités d'avoir réellement accès à la RNT et à la TVT en leur donnant la parole ;
24. initier les émissions et débats politiques pluralistes à la RNT et à la TVT ;
25. éviter l'autocensure et la partialité dans le traitement de l'information ;
26. renforcer le parc automobile de toutes les directions, en particulier la RNT et la TVT ;
27. promouvoir une gestion saine, efficace, efficiente et rationnelle des ressources humaines, financières et

matérielles ;

28. assurer l'effectivité de la couverture de tout le territoire national ;
29. doter les stations provinciales de ressources humaines adéquates et de moyens de travail adaptés ;
30. créer un centre de formation continue du personnel de l'ONAMA ;
31. définir clairement la ligne éditoriale de l'ONAMA et la vulgariser auprès des responsables et du personnel ;
32. faire respecter le cahier des charges des stations provinciales ;
33. organiser des réunions et des ateliers pour sensibiliser les responsables et le personnel de l'ONAMA sur leur mission de médias de service du public et sur une approche objective et professionnelle de l'information prenant en compte la diversité socioculturelle et des opinions ;
34. inciter à la production locale de contenus audiovisuels et les diffuser en priorité ;
35. promouvoir les valeurs culturelles nationales, le respect de l'ordre public et de la vie du citoyen ;
36. mettre en valeur les productions artistiques et culturelles nationales et prioriser leur diffusion ;
37. mettre en place un comité pour étudier et élaborer un nouvel organigramme plus à même d'améliorer l'efficacité opérationnelle de l'ONAMA ;
38. mettre en place un mécanisme interactif de dotation et de renouvellement des outils de travail ;
39. accélérer la formation de haut niveau et la certification des techniciens de l'ONAMA pour la prise en main de l'immeuble abritant l'Office ;
40. Harmoniser et réadapter la gestion de carrière du personnel de l'ONAMA ;
41. créer un service d'ingénierie au sein de l'ONAMA ;
42. fusionner les deux Sous-Directions Techniques pour plus d'efficacité ;
43. créer un système de numérisation et d'archivage digne de ce nom et constituer une base de données nationales de l'audiovisuel sécurisées ;
44. impliquer les directions techniques dans l'acquisition des programmes et films étrangers et/ou externes ;
45. exclure, systématiquement, de l'acquisition, les programmes qui violent ou risquent de compromettre les mœurs et les valeurs culturelles nationales, l'ordre public et la vie du citoyen ;
46. multiplier les programmes éducatifs, environnementaux et sur les TIC ;
47. doter les stations provinciales de sources d'énergie solaire et/ou éolienne, après des études de faisabilité ;
48. créer des rubriques spécifiques pour les activités régulières nécessaires, mais qui ne peuvent pas entrer intégralement et livrés dans les journaux parlés et télévisés ;
49. déployer les équipes à l'heure aux lieux des événements et reportages ;
50. élaborer et mettre en œuvre des chartes rédactionnelles et chartes graphiques pour la RNT et la TVT.

● **Au personnel de l'ONAMA :**

51. s'approprier le contenu du cahier des charges de l'ONAMA et le mettre en application ;
52. s'interdire l'auto-censure et travailler de façon professionnelle ;
53. être à équidistance de tous les courants politiques et d'opinion ;
54. respecter le code d'éthique et de déontologie du journaliste tchadien ;
55. se doter de la Carte d'identité du journaliste professionnel ;
56. développer l'esprit de confraternité avec toutes les consœurs et tous les confrères ;
57. s'investir dans son travail et être ponctuel, en se rappelant que d'autres médias audiovisuels, moins lotis dans le privé, produisent de meilleurs résultats avec peu de moyens.

● **Aux partis politiques, associations et autres organisations :**

58. se conformer aux dispositions du cahier des charges de l'ONAMA par le dépôt, à temps, des invitations pour la couverture médiatique des activités.

XIV. ANNEXES

- 1. Résultats du monitoring et d'analyse des productions de mai 2023**
- 2. Résultats du sondage d'audience**

1 RAPPORT DU MONITORING DES ÉMISSIONS ET JOURNAUX DE L'ONAMA POUR LE MOIS DE MAI 2023

Introduction

La Haute Autorité des Media et de l'Audiovisuel (HAMA), conformément à ses attributions et missions définies à l'article 1er de la loi n°32/PR/2018, du 03 décembre 2018, a mis en place, par décision n°018/ HAMA/ SG/ 2023, une équipe pour évaluer la mise en œuvre du cahier de charges de l'Office National des Médias Audiovisuels (ONAMA), signé avec l'Autorité de régulation de l'information et de la communication, le 15 mars 2022.

Suivant son plan d'action et sa méthodologie, l'équipe a mené, sur la base de constats de missions à N'Djaména et en province, des entretiens avec les responsables de l'ONAMA, de la société civile, d'organisations de professionnels des médias, de présidents d'institutions publiques, d'acteurs politiques, ainsi que de leaders religieux et traditionnels. Par ailleurs, une équipe de dix analystes a été chargée, spécifiquement, du monitoring de l'ONAMA. Il s'agit d'analyser les journaux parlés et télévisés, ainsi que les émissions majeures de la Radiodiffusion Nationale Tchadienne (RNT) et de la Télévision Tchadienne (TVT) du mois de mai 2023 en vue de savoir :

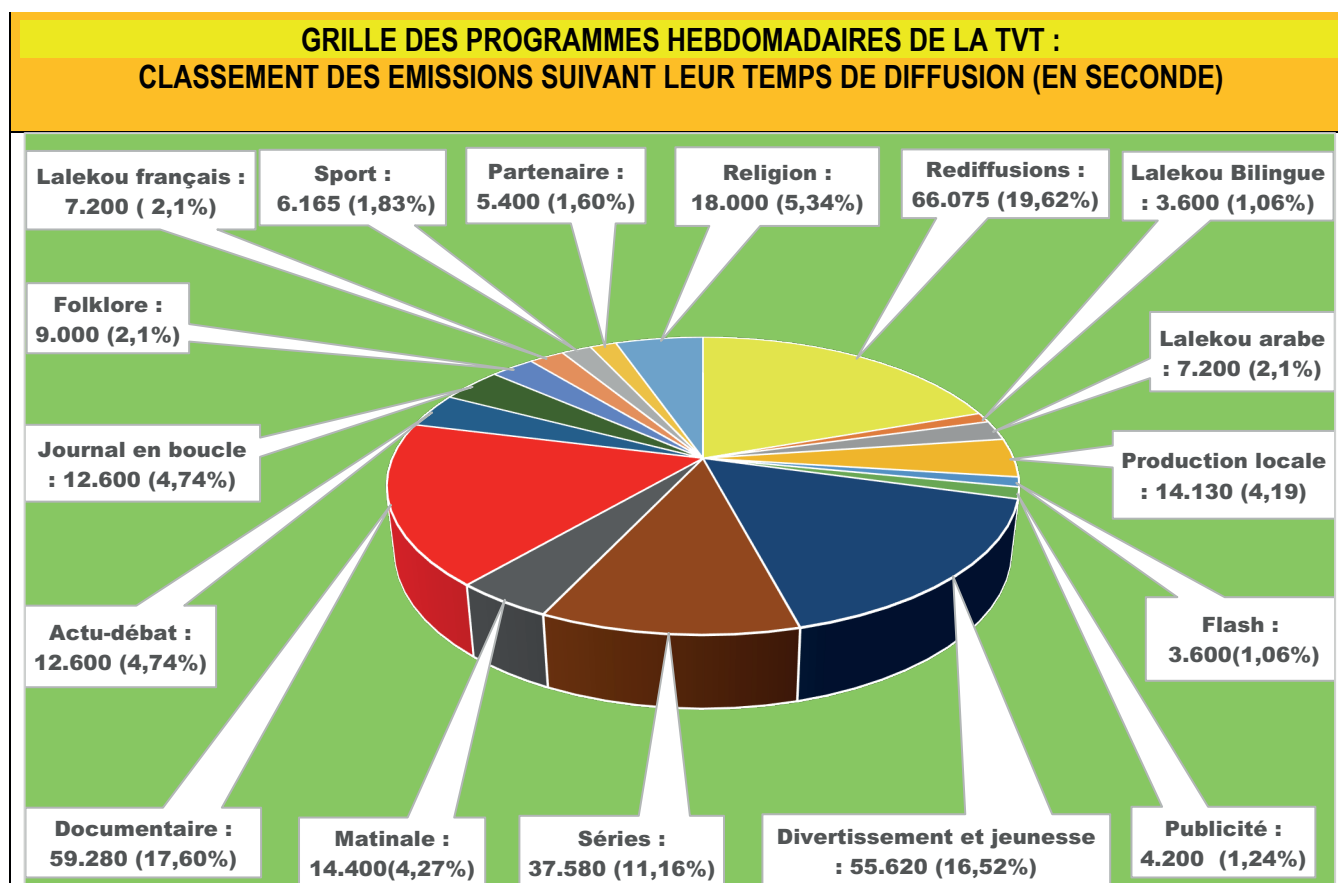
- les temps de parole et de couverture accordés aux acteurs politiques et ceux de la société civile (journaux, reportages, émissions, débats etc.) ;
- le pourcentage des productions nationales par rapport aux productions étrangères (émissions diverses relatives notamment à la culture) ;
- la proportion des sujets relatifs aux questions sociales et de société par rapport aux sujets politiques et institutionnels ;
- la diversité des genres rédactionnels (compte-rendu, reportages, enquête, analyse, commentaire...) ;
- la prise en compte des sujets relatifs aux groupes de personnes vulnérables (défense de l'enfance, droits de la femme, scolarisation des filles, violences basées sur le genre, personnes vivant avec un handicap, personnes âgées).

Ce rapport présente et explique, à travers des diagrammes et des narrations, les données issues de ce travail de monitoring des deux organes de l'ONAMA, à savoir la radio et la télévision. Il s'agit, d'abord, du monitoring des grilles des programmes, ensuite des productions (émissions majeures) et, enfin, des journaux de la RNT et de la TVT, avec les genres rédactionnels les plus utilisés.

I. LE MONITORING DE LA TVT

1. La grille des programmes de la TVT

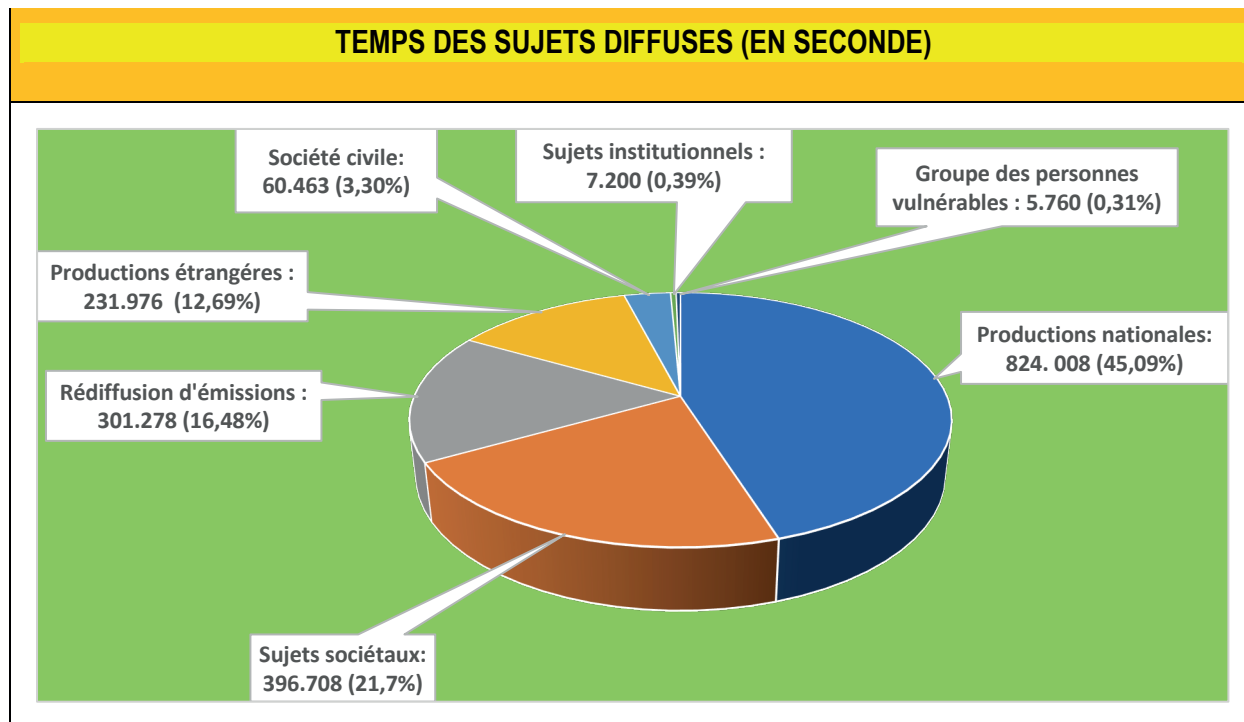
La grille des programmes de la TVT est élaborée par rubriques, dont dix-sept (17) sont identifiées dans le graphique ci-dessous. Elles sont évaluées selon leur temps d'antenne et le nombre de diffusions. Les décomptes du temps de diffusion relevés montrent que les rediffusions occupent la 1ère place, avec 66.075 secondes, soit un pourcentage de 19,62%. La diffusion de documentaires occupe la 2nde place, suivie, en troisième position, d'émissions relatives au divertissement et d'émissions concernant les jeunes.



EMISSION	TEMPS DE DIFFUSION EN SECONDE	%	CLASSEMENT
Rediffusions	66.6075	19,62%	1 ^{er}
Documentaire	59.280	17,60%	2 ^{ème}
Divertissement et jeunesse	55.620	16,52%	3 ^{ème}
Série	37.580	11,16%	4 ^{ème}
Religion	18.000	5,34%	5 ^{ème}
Matinale	14.400	4,27%	6 ^{ème}
Production locale	14.130	4,19%	7 ^{ème}
Actualité-débat	12.600	4,74%	8 ^{ème}
Journaux parlés en boucle	12.600	4,74%	8 ^{ème} ex
Folklore	9.000	2,67%	10 ^{ème}
Lalekou (Français)	7.200	2,1%	11 ^{ème}
Lalekou (Arabe)	7.200	2,1%	11 ^{ème} ex
Sport	6.165	1,83%	13 ^{ème}
Partenaire	5.400	1,60%	14 ^{ème}
Publicité	4.200	1,24%	15 ^{ème}
Flash info	3.600	1,06%	16 ^{ème}
Lalekou (Bilingue)	3.600	1,06%	16 ^{ème} ex

2. Les temps des sujets diffusés

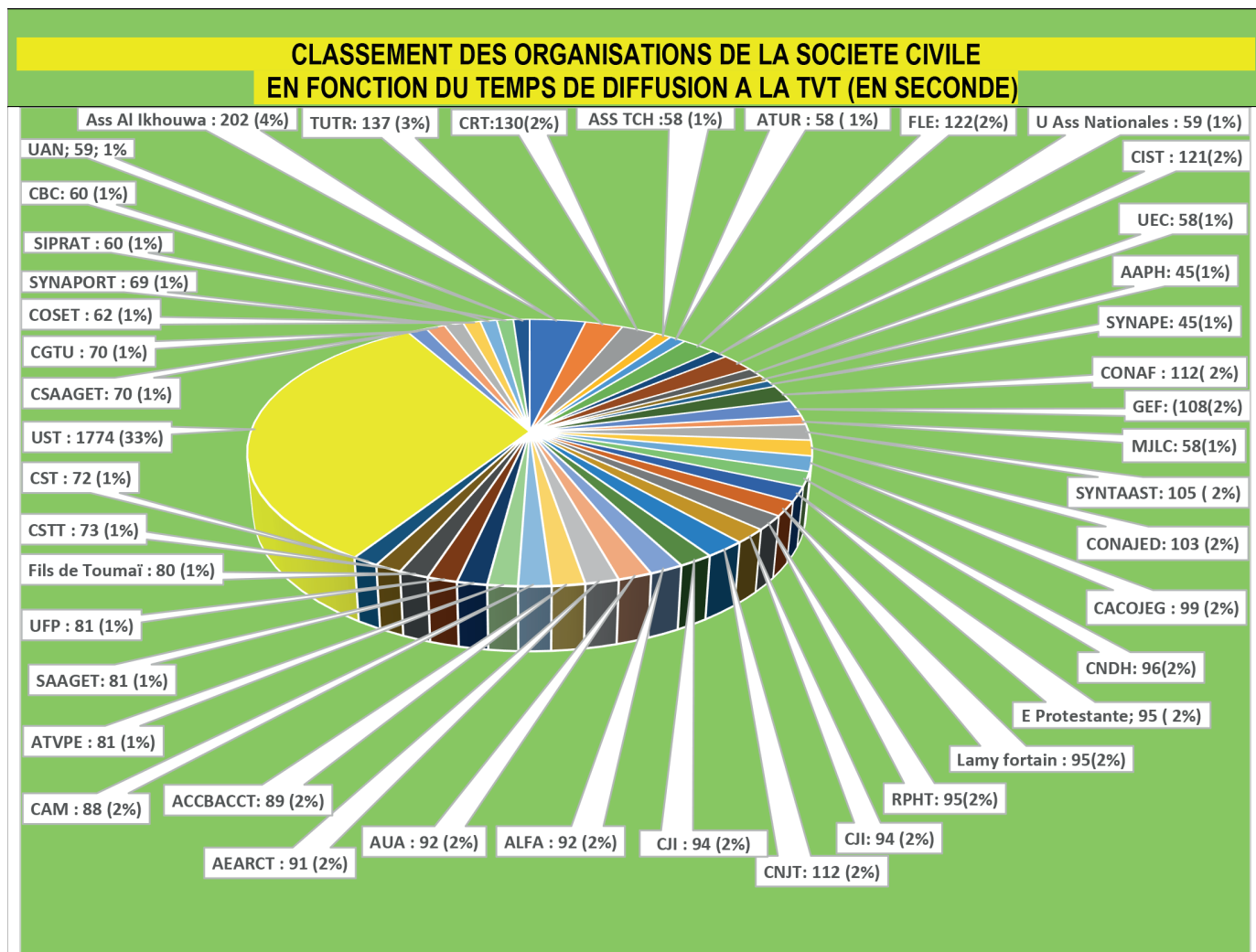
Aux antennes de la TVT, les données du temps de diffusion des sujets retenus se présentent de la façon suivante : la production nationale (émissions et magazines divers relatifs à la culture) arrive en 1ère position, avec un temps d'antenne de 824.008 secondes, soit 45,09%, suivie de sujets relatifs aux questions sociales. Les rediffusions d'émissions, de magazines, de films et autres sont en 3ème position. La production étrangère arrive en 4ème position. Les sujets se rapportant à la société civile, en 5ème position. Les acteurs politiques arrivent en 6ème position. Les sujets institutionnels en 7ème position. Les groupes vulnérables arrivent en dernière position.



SUJETS	TEMPS DE DIFFUSION EN SECONDE	%	CLASSEMENT
Production nationale	824.008	45,09%	1 ^{er}
Sujets sociétaux	396.708	21,70%	2 ^{ème}
Rediffusion d'émissions	301.278	16,48%	3 ^{ème}
Productions étrangères	231.976	12,69%	4 ^{ème}
Société civile	60.463	3,30%	5 ^{ème}
Sujets institutionnels	7.200	0,39%	7 ^{ème}
Groupe de personnes vulnérables	5.760	0,31%	8 ^{ème}

3. Le graphique des organisations de la société civile

Le graphique ci-après explique l'accès de différentes organisations de la société civile tchadienne au journal télévisé du mois de mai 2023. Le temps de diffusion de chaque organisation est exprimé en secondes et en pourcentage. Un tableau liste, nommément, les associations.

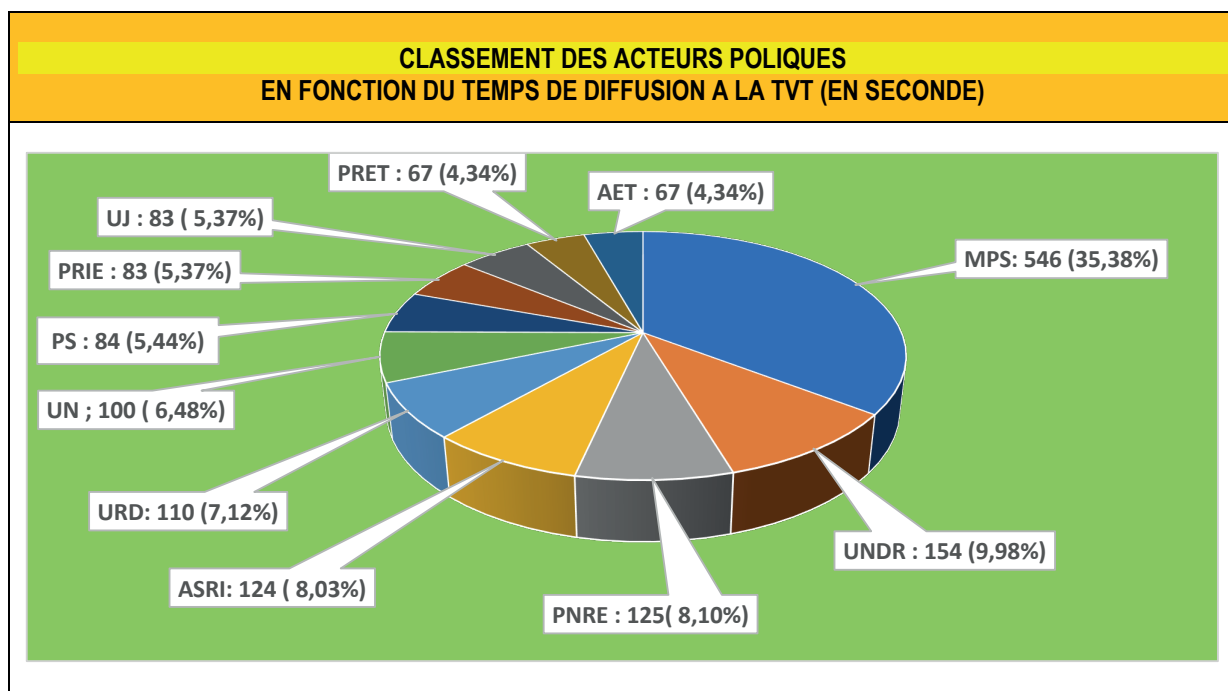


NOM DES ASSOCIATIONS	TEMPS DE DIFFUSION EN SECONDE	%
UST	1774	32,58%
ASSOCIATION AL IKHOUWA	202	3,70%
TUTR	137	2,51%
CRT	130	2,38%
FLE	122	2,24%
CIST	121	2,22%
CNJT	112	2,05%
CONAF	112	2,05%
GEF	108	1,98%
SYNTAAST	105	1,92%
CONAJED	103	1,89%
CACJEG	99	1,81%
CNDH	96	1,76%
EGLISE PROTESTANTE	95	1,74%

ASSOCIATION LES LAMY-FORTAINS	95	1,74%	
RPHT	95	1,74%	
CJI	94	1,72%	
CJI	94	1,72%	
ALFA	92	1,68%	
AUA	92	1,68%	
AEARCT	91	1,67%	
ACCBACCT	89	1,63%	
CAM	88	1,61%	
ATVPE	81	1,48%	
SAAGET	81	1,48%	
UFP	81	1,48%	
ASSOCIATION FILS DE TOUMAÏ	80	1,46%	
CSTT	73	1,34%	
CST	72	1,32%	
CGTU	70	1,28%	
CSAAGET	70	1,28%	
SYNAPORT	69	1,26%	
COSET	62	1,13%	
CBC	60	1,10%	
SIPRAT	60	1,10%	
UAN	59	1,08%	
UNION DES ASSOCIATIONS NATIONALES	59	1,08%	
ASSOCIATION TCHADIENNE	58	1,06%	
ATUR	58	1,06%	
MOUVEMENT DES LAÏCS CATHOLIQUES	58	1,06%	
UMAL/EGLISE CATHOLIQUE	58	1,06%	
AAPH	45	0,82%	
SYNAPE	45	0,82%	

4. Le graphique des acteurs politiques

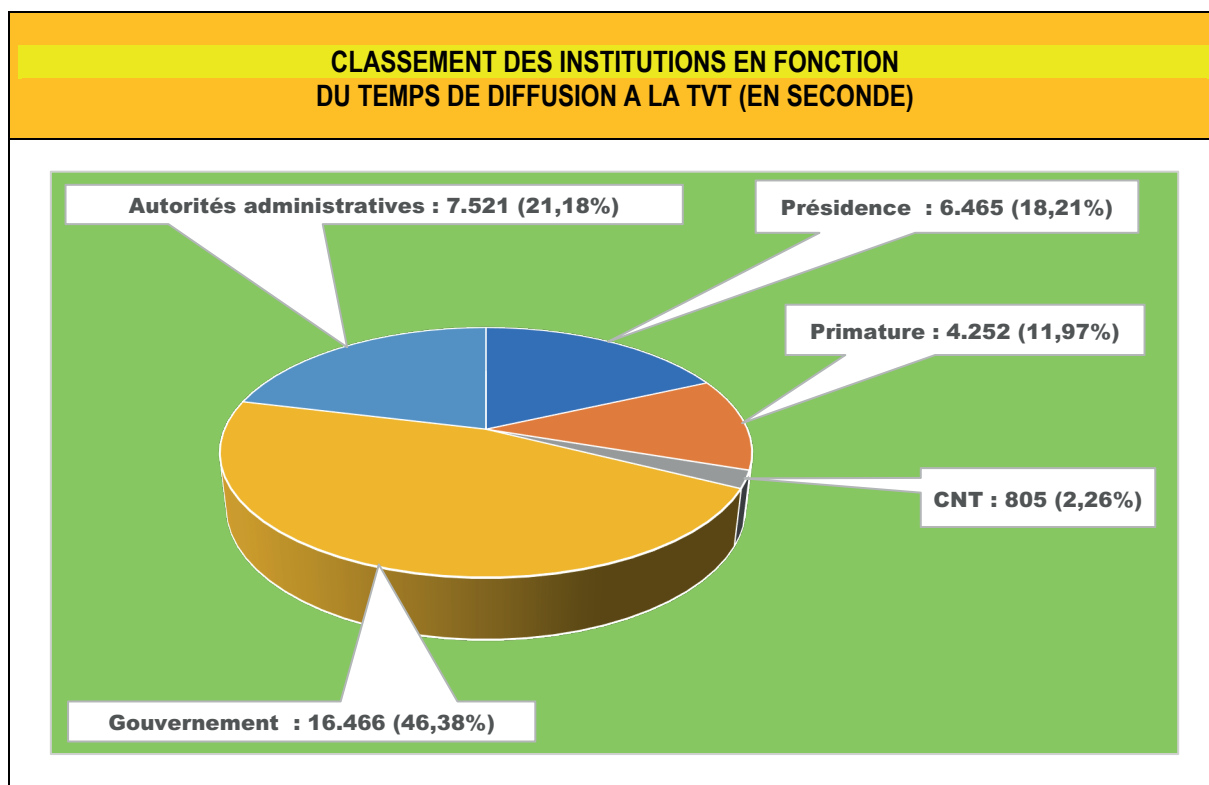
Le graphique ci-après présente les acteurs politiques qui sont passés à la TVT au cours du mois de mai 2023.



NOMS DES PARTIS POLITIQUES	TEMPS EN SECONDE	%	CLASSEMENT
MOUVEMENT PATRIOTIQUE DU SALUT (MPS)	546	36,38%	1 ^{er}
UNION NATIONALE POUR LE DEVELOPPEMENT ET LE RENOUVEAU (UNDR)	154	9,98%	2 ^{ème}
PARTI NATIONAL POUR LE REDRESSEMENT ET L'ÉQUITE (PNRE)	125	8,10%	3 ^{ème}
ALLIANCE SOCIALISTE POUR LE RENOUVEAU INTEGRAL (ASRI)	124	8,03%	4 ^{ème}
UNION POUR LE RENOUVEAU ET LA DÉMOCRATIE (URD)	110	7,12%	7 ^{ème}
UNION NATIONALE (UN)	100	6,48%	6 ^{ème}
PARTI SOCIALISTE (PS)	84	5,44%	7 ^{ème}
PARTI POUR LA REFORME, L'INDEPENDANCE ET L'ÉGALITE (PRIE)	83	5,37%	8 ^{ème}
UNION POUR LA JUSTICE (UJ)	83	5,37%	8 ^{ème} ex
PARTI POUR LE RASSEMBLEMENT ET L'ÉQUITE AU TCHAD (PRET)	67	4,34%	11 ^{ème}
ALLIANCE ET EQUITE AU TCHAD (AET)	67	4,34%	11 ^{ème}

5. Le graphique des institutions de la République

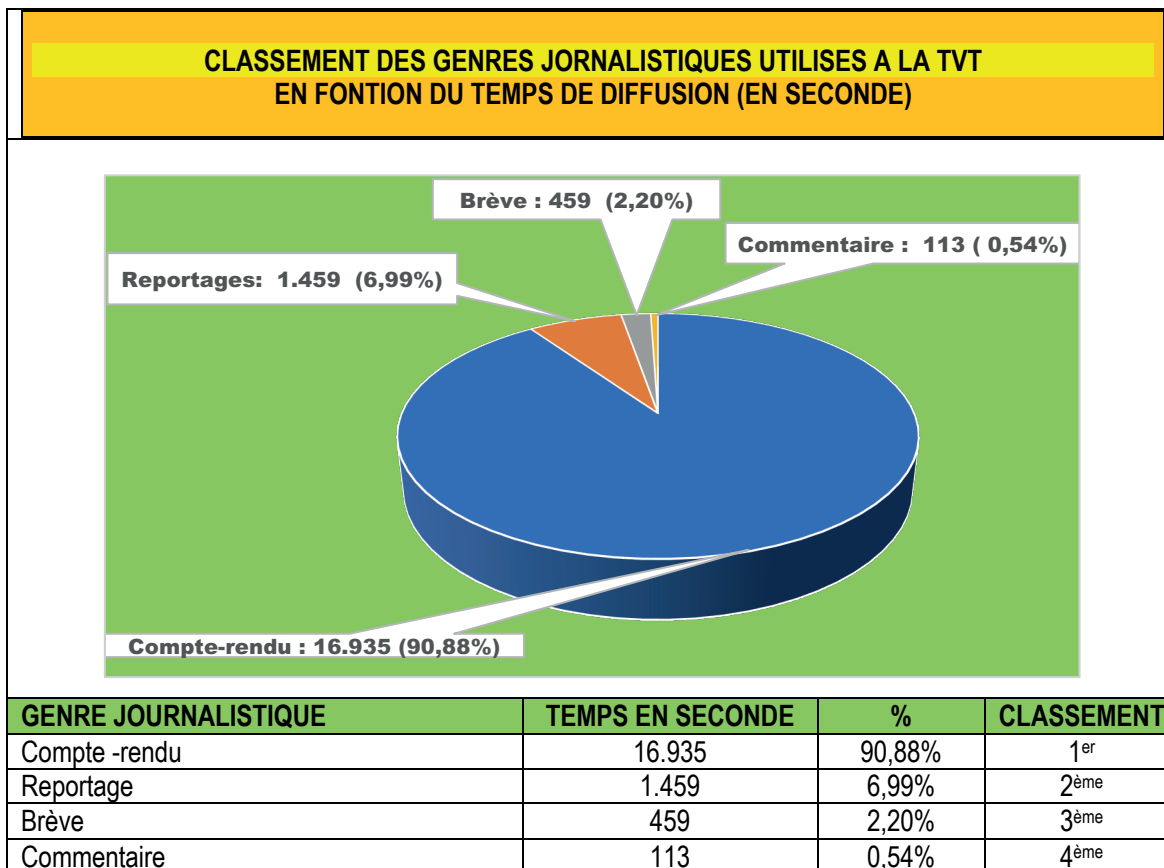
Le graphique ci-après présente le temps de diffusion des activités des institutions sur les antennes de la TVT au cours du mois de mai 2023.



NOM DE L'INSTITUTION	TEMPS DE DIFFUSION EN SECONDE	%	ORDRE
Gouvernement	16.466	46,38%	1 ^{er}
Autorités administratives (Gouverneurs)	7.521	21,18%	2 ^{ème}
Présidence de la République	6.465	18,21%	3 ^{ème}
Primature	4.252	11,97%	4 ^{ème}
Conseil National de Transition	805	2,26%	5 ^{ème}

6. Les genres journalistiques utilisés au cours des Journaux télévisés

Des 31 éditions du journal télévisé en français (20H00), il ressort que le genre rédactionnel le plus utilisé est le compte-rendu (264 éléments d'une durée totale de 36.900 secondes). La brève (37 éléments), avec une durée de 408 secondes, vient en 2ème position. Le reportage, genre majeur, vient en 3ème position avec 21 éléments d'une durée de 2.280 secondes. Le commentaire (2 éléments pour une durée de 1.880 secondes) boucle le classement des genres journalistiques utilisés durant la période du 1er au 31 mai 2023.



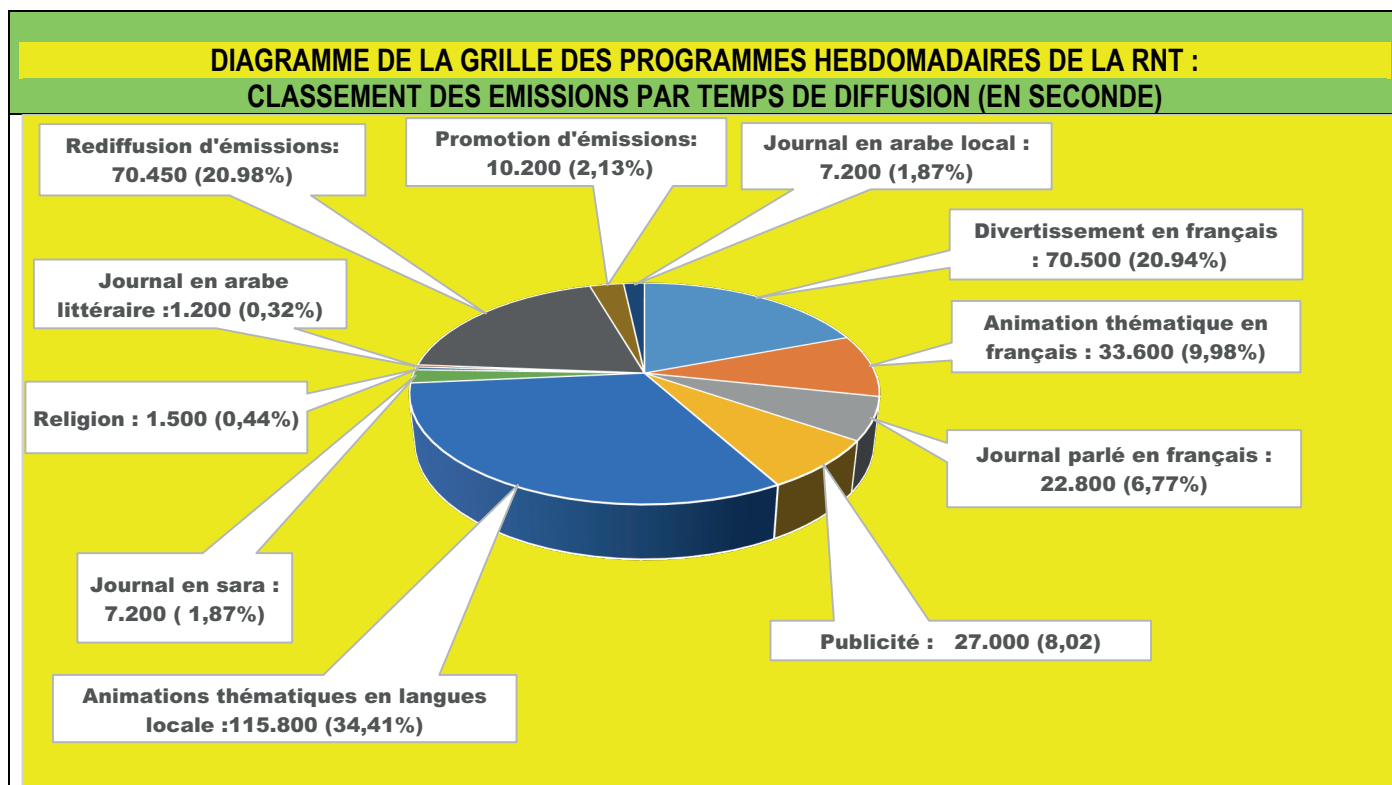
NB : L'usage plus régulier du compte-rendu révèle des couvertures médiatiques d'activités pour lesquelles, l'ONAMA a été invité. Le reportage énonce des initiatives des rédactions de la TVT et de la RNT, avec des descentes sur le terrain.

II. LE MONITORING DE LA RNT

1. Analyse de la grille des programmes de la RNT

La grille des programmes de la RNT est organisée en onze (11) rubriques. Les résultats du monitoring ci-dessous présentent les temps de diffusion.

Le temps d'antenne d'animation thématique des dix langues locales utilisées occupent la 1^{ère} place avec 115.800 secondes, soit un pourcentage 34,41%. Les rediffusions occupent la 2^{ème} place, suivies des divertissements et animations en français. La publicité vient en 5^{ème} position. Les journaux parlés en français sont en 6^{ème} position, et ceux en arabe et en sara occupent le 8^{ème} rang. La religion en vient 10^{ème} position. Le journal parlé en arabe littéraire, avec un temps d'antenne de 720 secondes, vient en 11^{ème} position

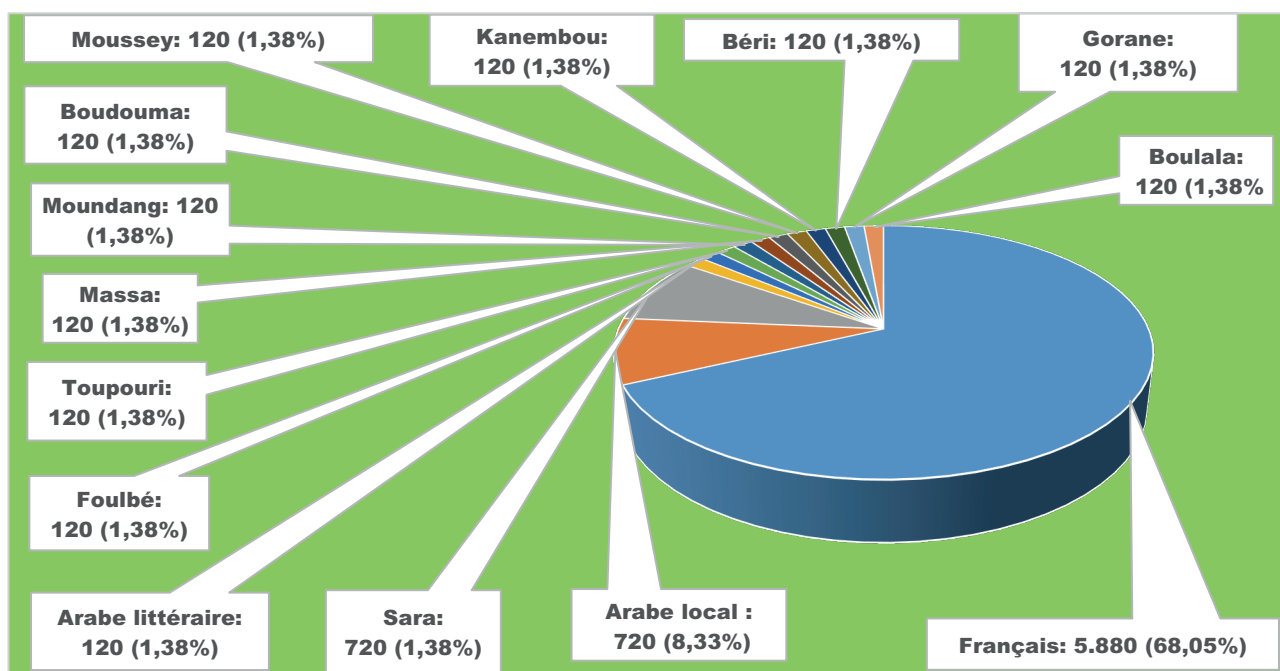


EMISSIONS	TEMPS SECONDE	%	CLASSEMENT
Animations thématiques en langues locales	115.800	34,41%	1 ^{er}
Rediffusions d'émissions	70.620	20,98%	2 ^{ème}
Divertissement en français	70.500	20,94%	3 ^{ème}
Animations thématiques en français	33.600	9,98%	4 ^{ème}
Publicité	27.000	8,02%	5 ^{ème}
Journal parlé en français	22.800	6,77%	6 ^{ème}
Promotion d'émissions	10.200	2,13%	7 ^{ème}
Journal en Sara	7.200	1,87%	8 ^{ème}
Journal en arabe local	7.200	1,87%	9 ^{ème} ex
Religion	1.500	0,44%	10 ^{ème}
Journal en arabe littéraire	1.200	0,32%	11 ^{ème}

2. Les langues utilisées aux antennes de la RNT

Treize (13) langues sont parlées aux antennes de la RNT. Il s'agit de l'arabe littéraire, de l'arabe local, du sara et de dix (10) autres langues nationales. Le français vient en 1^{ère} position, avec 68,05% de temps d'antenne journalier. Il est suivi de l'arabe local et du sara, avec 8,33%. L'arabe littéraire et les onze autres langues nationales ont, chacune, vingt (20) minutes d'antenne, soit 1,38% et occupent le dernier rang.

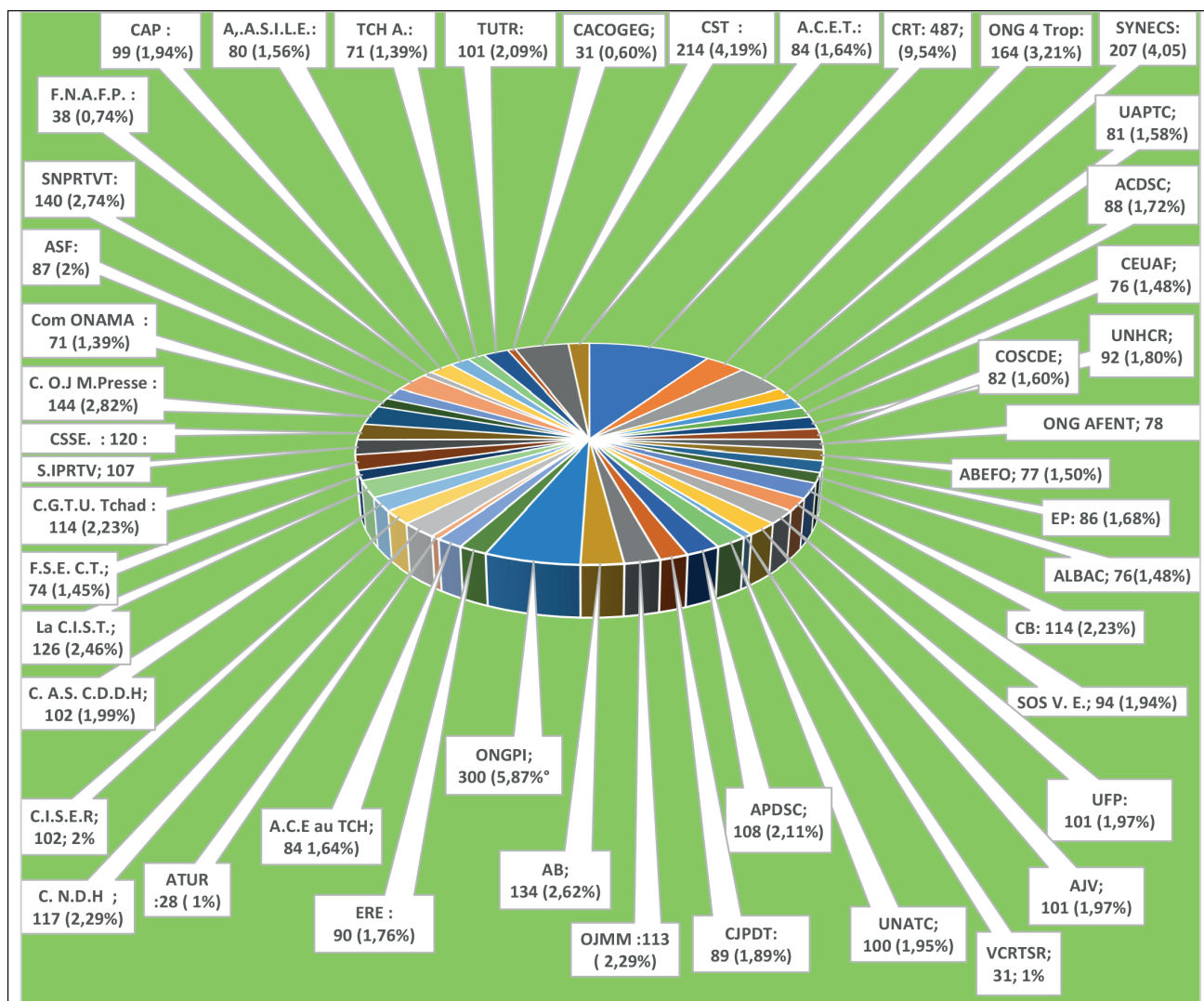
**DIAGRAMME DES LANGUES UTILISEES A LA RNT :
CLASSEMENT PAR TEMPS DE DIFFUSION (EN SECONDE)**



LANGUE	TEMPS DE DIFFUSION EN SECONDE	%	CLASSEMENT
Français	5.880	68,05%	1 ^{er}
Sara	720	8,33%	2 ^{ème} ex
Arabe local	720	8,33%	2 ^{ème} ex
Arabe littéraire	120	1,38%	3 ^{ème} ex
Foufouldé	120	1,38%	3 ^{ème} ex
Toupouri	120	1,38%	3 ^{ème} ex
Moundang	120	1,38%	3 ^{ème} ex
Massa	120	1,38%	3 ^{ème} ex
Boudouma	120	1,38%	3 ^{ème} ex
Moussey	120	1,38%	3 ^{ème} ex
Kanembou	120	1,38%	3 ^{ème} ex
Béri	120	1,38%	3 ^{ème} ex
Gorane	120	1,38%	3 ^{ème} ex
Boulala	120	1,38%	3 ^{ème} ex

3. Le graphique des organisations de la société civile

Le graphique ci-dessous présente la situation globale et le classement de façon décroissante de la diffusion des activités des organisations de la société civile aux antennes de la RNT en seconde.

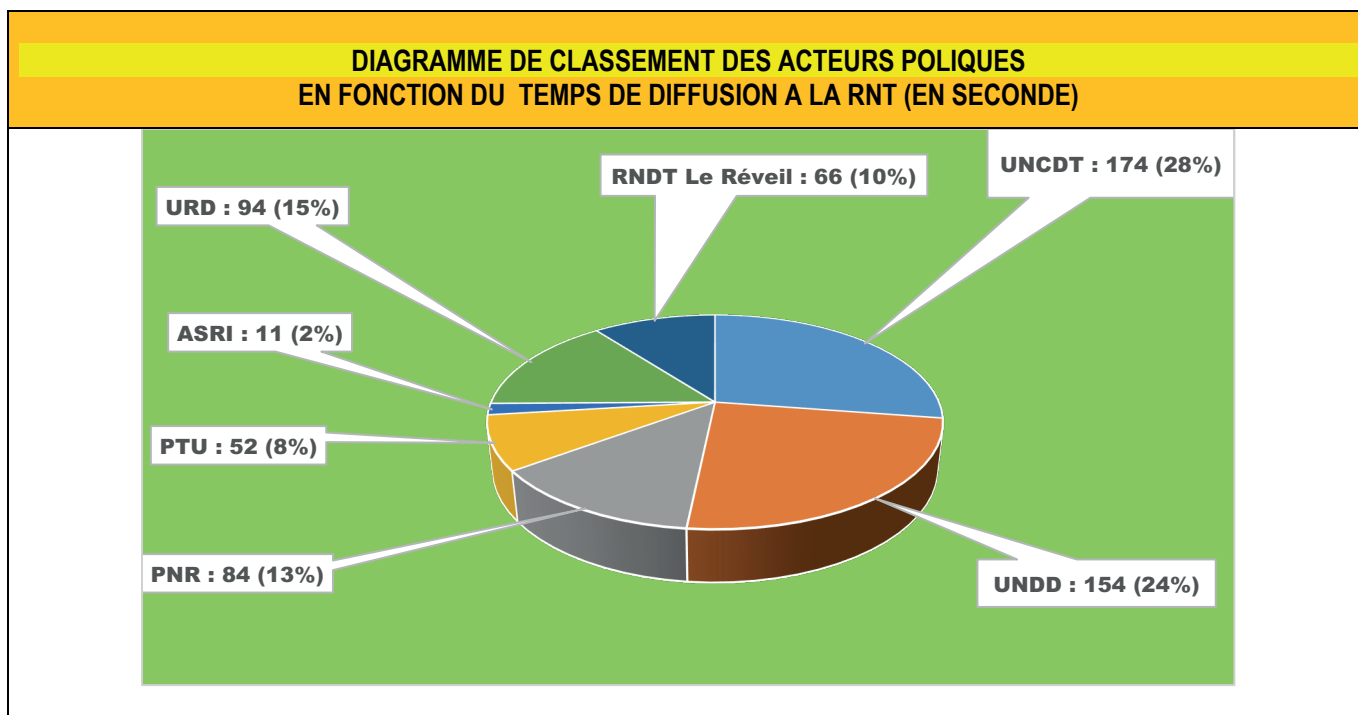


NOM DES OSC	TEMPS EN SECONDE	%
CROIX-ROUGE DU TCHAD (CRT)	487	9,54%
ONG PREMIERE URGENCE (ONG P. U)	300	5,87%
CONFEDERATION SYNDICALE DU TCHAD (CST)	214	4,19%
SYNDICAT DES ENSEIGNANTS ET CHERCHEURS DU SUPERIEUR (SYNECS)	207	4,05%
ONG 4 TROP	164	3,21%
COMITE D'ORGANISATION DE LA JOURNEE DE LA PRESSE (C. O. J. M. PRESSE)	144	2,82%
SYNDICAT NATIONAL DES PROFESSIONNELS DE LA RADIO ET TELEVISION DU TCHAD (SYNAPORT)	140	2,74%
ALLIANCE BIBLIQUE (AB)	134	2,62%
CONFEDERATION INDEPENDANTE DES SYNDICATS DU TCHAD (C.I.S.T)	126	2,46%
CSSE (RAS)	120	2,35%
COMMISSION NATIONALE DES DROITS DE L'HOMME (CNDH)	117	2,29%
CROIX BLEUE (C.B)	114	2,23%
C.G.T.U. TCHAD (RAS)	114	2,23%
OJMM (RAS)	113	2,21%
APDSC (RAS)	108	2,11%

SYNDICAT INDEPENDANT DU PERSONNEL DE LA RADIO ET DE LA TELEVISION (SIPRAT)	107	2,09%	
C.E.S.E.R (RAS)	102	1,99%	
COORDINATION DES ASSOCIATIONS DE LA SOCIETE CIVILE ET DE DEFENSE DES DROITS DE L'HOMME (CASCIDHO)	102	1,99%	
UNION DES FEMMES POUR LA PAIX (UFP)	101	1,97%	
ASSOCIATION DES JEUNES VOLONTAIRES (AJV)	101	1,97%	
TOUS UNIS POUR UNE TRANSITION REUSSIE (TUTR)	101	1,97%	
UNION NATIONALE DES TRANSPORTEURS ET CHARGEURS (UNAT)	100	1,95%	
CAP (RAS)	99	1,94%	
SOS VILLAGE D'ENFANTS (SOS V. E.)	94	1,84%	
HAUT-COMMISSARIAT DES NATIONS UNIES POUR LES REFUGIES (UNHCR)	92	1,80%	
EGLISE DU REVEIL EVANGELIQUE (E.R. EVANGELIQUE)	90	1,76%	
CONSEIL DES JEUNES POUR LA PAIX ET LE DEVELOPPEMENT DU TCHAD (CJPDT)	89	1,74%	
ACDSC (RAS)	88	1,72%	
ASSOCIATION DES SAGES-FEMMES (A. SAGES-FEMMES)	87	1,72%	
COSCDE (RAS)	82	1,60%	
UAPTC (RAS)	81	1,58%	
A.,A.S.I.L.E (RAS)	80	1,56%	
ONG AFENET	78	1,52%	
ABEFO	77	1,50%	
CEUAF	76	1,48%	
ASSOCIATION DE LUTTE CONTRE LA CORRUPTION, LE BLANCHIMENT D'ARGENT ET LES CRIMES TRANSFRONTALIERS (ALCBACT)	76	1,48%	
FEDERATION SYNDICALE DU SECTEUR DU COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE DU TCHAD (FES. C.I.T)	74	1,45%	
COM ONAMA	71	1,39%	
PLATEFORME LE TCHAD D'ABORD (PTA)	71	1,39%	
F.N.A.F.P.	38	0,74%	
VCRTSR	31	0,60%	
CACOGEG	31	0,60%	
ASSOCIATION T.U.R.	28	0,54%	
ASSOCIATION DES JEUNES VOLONTAIRES (AJV)	101	1,97%	
CAP (RAS)	99	1,94%	
SOS VILLAGE D'ENFANTS (SOS V. E.)	94	1,84%	
HAUT-COMMISSARIAT DES NATIONS UNIES POUR LES REFUGIES (UNHCR)	92	1,80%	
EGLISE DU REVEIL EVANGELIQUE (E.R. EVANGELIQUE)	90	1,76%	
CONSEIL DES JEUNES POUR LA PAIX ET LE DEVELOPPEMENT DU TCHAD (CJPDT)	89	1,74%	
ACDSC (RAS)	88	1,72%	
EGLISE PROTESTANTE (E.P)	86	1,68%	
ASSEMBLEE CHRETIENNE DU TCHAD (A.C.T)	84	1,64%	
COSCDE (RAS)	82	1,60%	
UAPTC (RAS)	81	1,58%	
A.,A.S.I.L.E (RAS)	80	1,56%	
ONG AFENET	78	1,52%	

4. Le graphique des acteurs politiques

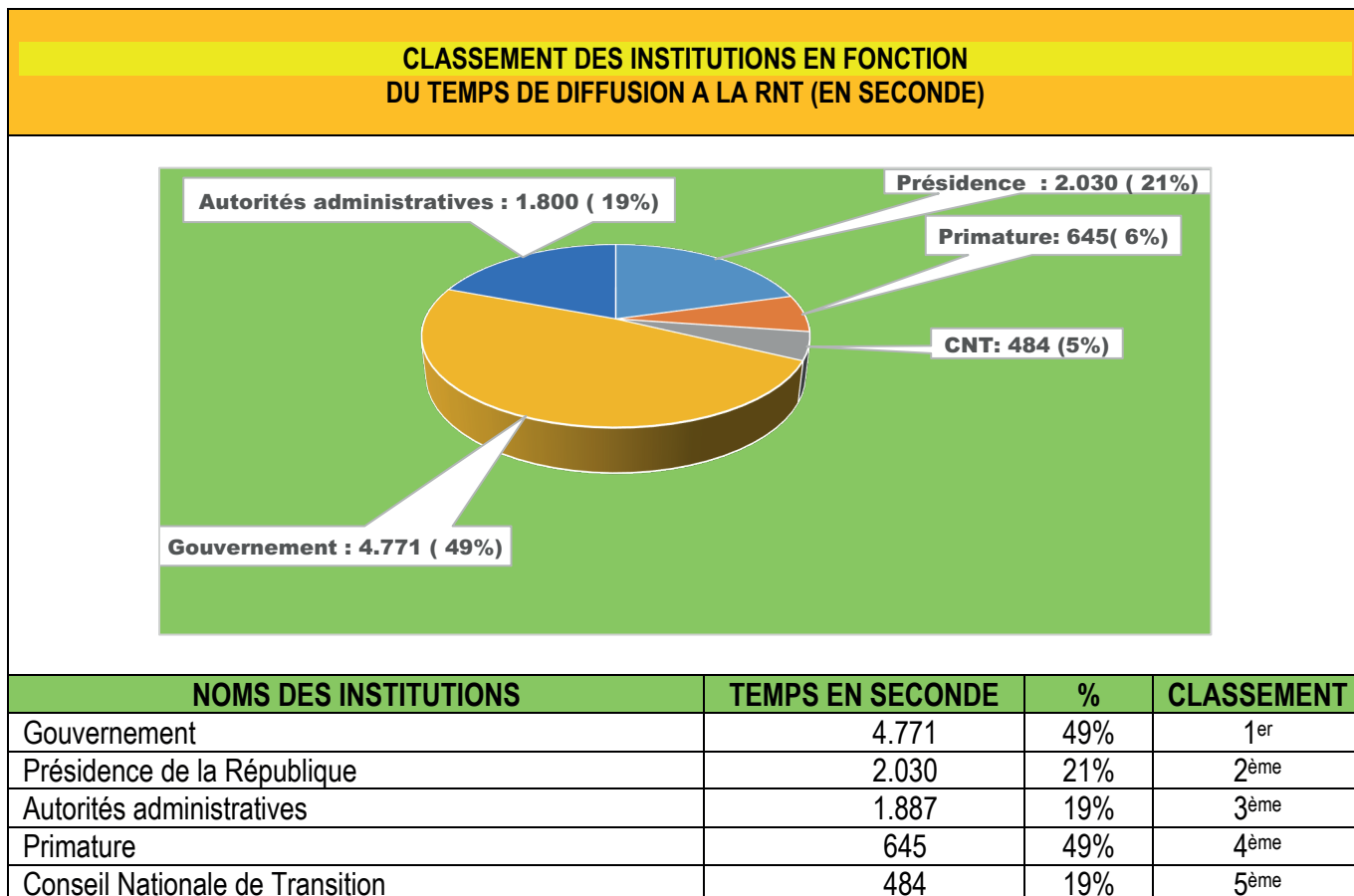
Le graphique ci-après présente les acteurs politiques qui sont passés dans les journaux parlés de la RNT au cours du mois de mai 2023.



NOMS DES PARTIS POLITIQUES	TEMPS EN SECONDE	%	CLASSEMENT
UNCDT	174	28%	1 ^{er}
UNDD	154	24%	2 ^{ème}
URD	94	15%	3 ^{ème}
PNR	84	13%	4 ^{ème}
RNDT Le Réveil	66	10%	5 ^{ème}
Parti Tchad Uni (PTU)	52	08%	6 ^{ème}
ASRI	11	02%	7 ^{ème}

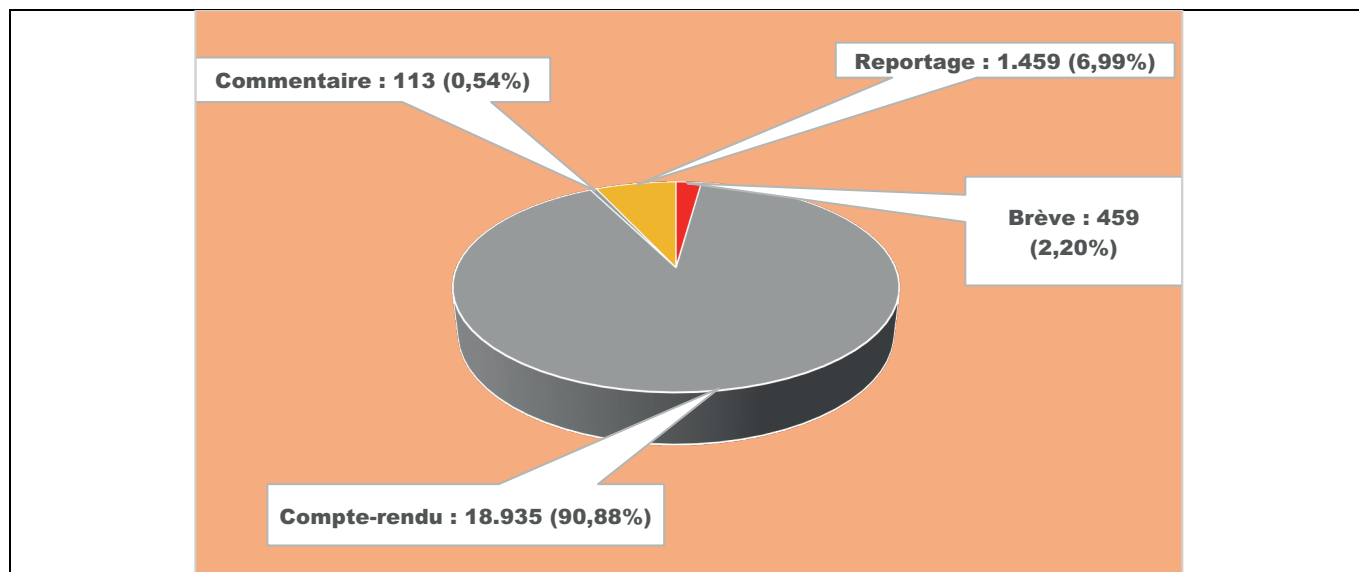
5. Le graphique des institutions de la République

Le graphique ci-après présente le temps de diffusion des activités des institutions sur les antennes de la RNT au cours du mois de mai 2023. Le Gouvernement arrive en 1^{ère} position, avec 4.771 seconde (soit 49%). Il est suivi de la Présidence de la République (2^{ème} avec 2.030 seconde, soit 21%) et des autorités administratives (1.887 secondes soit 19%). La Primature (645 secondes, soit 6%) et le Conseil National de Transition (484 secondes, soit 5%), arrivent en 4^{ème} et 5^{ème} position.



6. Les genres journalistiques utilisés au cours des Journaux parlés

Sur les 21 éditions du journal parlé en français (14H00 et/ou 20H30) analysées (pour la période allant du 02 au 31 mai 2023), il apparaît clairement que le genre rédactionnel le plus utilisé est le compte-rendu (180 éléments). Le reportage, genre majeur, vient en 2ème position avec seulement 09 éléments. 20 brèves ont été dénombrées, ainsi qu'un seul commentaire réalisé. Les temps sont en seconde :



GENRE JOURNALISTIQUE	TEMPS EN SECONDE	%	CLASSEMENT
Compte-rendu	18.935	90,88%	1 ^{er}
Reportage	1.459	6,99%	2 ^{ème}
Brève	459	2,20%	3 ^{ème}
Commentaire	113	0,54%	4 ^{ème}

2. RÉSULTATS DU SONDAGE D'AUDIENCE



NIF : 9014587Z RCCM : TC/NDJ/14A99 Tél. : 66 21 83 53 / 93 58 45 61 Email:
bodelconsulting@gmail.com

RAPPORT

SONDAGE D'AUDIENCE DE L'ONAMA

Bodel Consulting pour la HAMA

Juillet 2023

1

Sommaire

SOMMAIRE	2
INTRODUCTION.....	3
1.1. CONTEXTE DE LA MISSION	3
1.2. OBJECTIFS DU SONDAGE.....	3
OBJECTIF GÉNÉRAL VISÉ :	3
1.3. LES RÉSULTATS ATTENDUS DE L'ÉTUDE.....	3
1.4. APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE	3
TITRE 1 : GÉNÉRALITÉS	5
TITRE 2 : LA TÉLÉ ET LA RADIO DANS LA VIE DE LA POPULATION.....	6
2.1. NOMBRE DE TÉLÉSPECTATEURS ET/OU D'AUDITEURS PARMIS LES ENQUÊTÉS	6
2.2. LES TÉLÉSPECTATEURS ET AUDITEURS FIDÈLES	6
2.3. LA TÉLÉVISION COMME ÉLÉMENT DE SOCIALISATION	7
TITRE 3 : LA TÉLÉ ET LA RADIO NATIONALES DANS LA VIE DE LA POPULATION	8
3.1. AUDIENCE DE LA TÉLÉVISION ET DE LA NATIONALES (ONAMA)	8
3.2. LES RAISONS QUI POUSSENT LES AUDITEURS ET LES TÉLÉSPECTATEURS À SUIVRE OU À NE PAS SUIVRE L'ONAMA.....	9
3.3. REGARDS SUR LA FM 92.5 COUVRANT LA VILLE DE N'DJAMÉNA ET LES ALENTOURS.....	9
3.4. CORRESPONDANCE DES PROGRAMMES ET DES ÉMISSIONS DE LA FM 92.5 AUX BESOINS DES JEUNES	10
3.5. LES PROGRAMMES ET ÉMISSIONS PHARES DE L'ONAMA SELON LES AUDITEURS ET TÉLÉSPECTATEURS.....	11
3.6. MOMENTS PROPICES DE SUIVI DES PROGRAMMES ET ÉMISSIONS PRÉFÉRÉS PAR LE PUBLIC.....	14
3.7. LES PROGRAMMES OU ÉMISSIONS DE LA TÉLÉVISION NATIONALE ET/OU DE LA RADIO NATIONALE QUI INTÉRESSENT LE MOINS.	15
TITRE 4 : LA TÉLÉ ET LA RADIO NATIONALES DANS LES MÉDIAS AU TCHAD	18
4.1. LE TEMPS CONSACRÉ AU SUIVI DE L'ONAMA	18
4.2. LES GRANDS JOURS D'AUDIENCE	18
4.3. NOUVELLES PROPOSITIONS DE PROGRAMMES ET ÉMISSIONS.....	18
TITRE 5 : LA TÉLÉ ET LA RADIO NATIONALES DANS LES MÉDIAS AU TCHAD	20
5.1. LES CHAINES ET LES STATIONS LES PLUS SUIVIES ET ÉCOUTÉES PAR LE PUBLIC	20
5.2. CONSEILS D'ORDRE GÉNÉRAL POUR L'AMÉLIORATION DES SERVICES DE L'ONAMA	20
CONCLUSION.....	22

Introduction

1.1. Contexte de la mission

Le cabinet Bodel Consulting a réalisé un sondage de l'ONAMA, commandité par la Haute Autorité des Medias et de l'Audiovisuel (HAMA).

Engager un sondage d'audience pour un organe de presse est une nécessité, une obligation qui entre dans le cadre de la démarche qualité. Il lui permet d'être plus proche de son auditoire car, dans les médias comme la télévision et la radio, le public est distant dans l'espace et souvent dans le temps. Pour satisfaire ce public, il faut s'approcher de lui et ainsi bien le comprendre, connaître ses réactions, ses appréciations et ses attentes. Cette connaissance du public de l'ONAMA peut se passer sous deux aspects.

D'une part, il s'agit de connaître les différentes couches d'auditeurs/télespectateurs, les critères descriptifs, souvent d'ordre sociodémographique : combien d'hommes, de femmes, d'enfants, de jeunes, d'adultes, de retraités, de cadres, d'ouvriers ? Il s'agit aussi de connaître l'instant où les auditeurs/télespectateurs arrivent sur une émission et/ou un programme ? D'où viennent-ils ? S'ils restent jusqu'à terme ou s'ils changent de programme en cours de route ? Éventuellement pour y revenir par la suite ? Si ce sont les mêmes auditeurs/télespectateurs que l'on retrouve d'un jour à l'autre sur le même programme ? Telles sont les questions auxquelles la mesure quantitative de l'audience doit répondre.

D'autre part, il convient, pour l'ONAMA, de connaître les attentes du public (quels types de programme souhaite-t-il ? à quelle heure ?) ses réactions ? La satisfaction qu'il a pu ressentir et les jugements qu'il peut porter sur différents aspects ? (histoire, décor, rythme, acteurs, présentateurs). Ces préoccupations constituent un tout autre registre d'ordre essentiellement qualitatif qu'on appelle généralement la mesure d'appréciation du public.

1.2. Objectifs du sondage

Objectif général visé :

Contribuer à l'amélioration des services audiovisuels offerts par l'ONAMA.

Objectif spécifique :

Affiner la compréhension des populations cibles, leurs besoins et leurs usages afin de leur proposer des produits adaptés.

1.3. Les résultats attendus de l'étude

- ⇒ Les points d'amélioration des services offerts par l'ONAMA sont proposés par les auditeurs/télespectateurs ;
- ⇒ Les aspirations des auditeurs/télespectateurs pour des services de qualité sont connues.

1.4. Approche méthodologique

L'approche méthodologique s'est basée sur un sondage quantitatif et qualitatif. Le sondage quantitatif a consisté à chiffrer le nombre des auditeurs/télespectateurs par catégorie sociodémographique, la durée de suivi des programmes et quelques indicateurs quantitatifs qui les entourent. Le sondage qualitatif s'est

intéressé aux appréciations, critiques, attentes, aspirations des auditeurs/télespectateurs de N'Djaména et des provinces.

A partir des indicateurs et des attentes exprimées par la HAMA, un outil de collecte d'informations auprès des auditeurs/télespectateurs a été monté. En même temps, un échantillon de mille (1 000) personnes a été constitué pour répondre au questionnaire.

Des enquêteurs au nombre de quatorze (14) ont été recrutés et formés sur l'administration physique et téléphonique des fiches dans la ville de N'Djaména et en provinces.

Après collecte d'informations par les enquêteurs, les fiches ont été dépouillées et saisies. Les données saisies puis traitées et analysées ont été utilisées dans la rédaction du présent rapport. .

L'administration des fiches a été engagée dans dix-neuf (19) chefs-lieux de provinces dont la ville de N'Djaména. Les villes de Bardai, Fada, Massénya et Amndjarass n'ont pas été enquêtées à cause de la difficulté à trouver un point focal pour nous mettre en contact avec des personnes à enquêter d'une part, et, d'autre part, à cause des entraves pour les autres à se prêter à l'enquête.

Titre 1 : Généralités

Le sondage a touché mille (1000) personnes dont trois cent quatre-vingt-dix (390) femmes, résidant dans dix-neuf (19) provinces du pays, selon les statistiques inscrites dans les tableaux ci-dessous. A N'Djaména, 730 personnes sont enquêtées dont 297 femmes. Dans les 18 provinces, 15 personnes sont enquêtées par chef-lieu de province. Ce qui donne pour l'ensemble des provinces 270 personnes enquêtées dont 93 femmes.

Nombre de personnes enquêtées						
	Ville	M	F	Total	% M	% F
1	N'Djaména	433	297	730	59,32%	40,68%
2	Sarh	11	4	15	73,33%	26,67%
3	Koumra	10	5	15	66,67%	33,33%
4	Doba	8	7	15	53,33%	46,67%
5	Moundou	10	5	15	66,67%	33,33%
6	Bongor	6	9	15	40,00%	60,00%
7	Lai	9	6	15	60,00%	40,00%
8	Pala	8	7	15	53,33%	46,67%
9	Massakory	13	2	15	86,67%	13,33%
10	Bol	7	8	15	46,67%	53,33%
11	Mao	9	6	15	60,00%	40,00%
12	Mongo	10	5	15	66,67%	33,33%
13	Ati	11	4	15	73,33%	26,67%
14	Biltine	10	5	15	66,67%	33,33%
15	Abéché	10	5	15	66,67%	33,33%
16	Goz-Beida	12	3	15	80,00%	20,00%
17	Am-Timan	11	4	15	73,33%	26,67%
18	Moussoro	9	6	15	60,00%	40,00%
19	Faya	13	2	15	86,67%	13,33%
	Total	610	390	1000	65,23%	34,77%

Age				
6 à 14 ans	15 à 20 ans	21 ans à 35 ans	35 ans à plus	Total
0	115	375	510	1000

Les personnes d'au moins 35 ans sont les plus nombreuses (510 personnes), soit un taux de 51% de l'effectif.

Occupations professionnelles				
Salarié	Entrepreneur/débrouillard personnel	Ménagère	Sans-emploi	Total
498	401	67	34	1000

Les salaires représentent 49,80% des enquêtés. Ils sont suivis des entrepreneurs/débrouillards (40%)

Catégories professionnelles			
Employé/ouvrier	Cadre	Retraité	Total
215	115	163	493

Parmi les catégories professionnelles, les employés/ouvriers sont les plus nombreux (215), soit 43,6%.

Nationalité		
Tchadienne	Etrangère	Total
904	96	1000

La quasi-totalité des enquêtés sont des Tchadiens, qui représentent 90,40% de l'effectif des enquêtés.

Titre 2 : La télé et la radio dans la vie de la population

2.1. Nombre de téléspectateurs et/ou d'auditeurs parmi les enquêtés

Parmi les 1000 personnes enquêtées, 677 (**60,56%**) sont des téléspectateurs de différentes chaînes et 962 (**99,73%**) des auditeurs de différentes stations de radio. En provinces, 100% des enquêtés sont des auditeurs de l'ONAMA, alors qu'ils ne sont que de 97,79% pour N'Djaména.

		Téléspectateurs (TV)				Auditeurs (radio)			
		Oui	non	Total	% Oui	Oui	non	Total	% Oui
1	N'Djaména	515	215	730	70,55%	692	38	730	94,79%
2	Sarh	10	5	15	66,67%	15	0	15	100,00%
3	Koumra	11	4	15	73,33%	15	0	15	100,00%
4	Doba	9	6	15	60,00%	15	0	15	100,00%
5	Moundou	13	2	15	86,67%	15	0	15	100,00%
6	Bongor	8	7	15	53,33%	15	0	15	100,00%
7	Lai	7	8	15	46,67%	15	0	15	100,00%
8	Pala	9	6	15	60,00%	15	0	15	100,00%
9	Massakory	8	7	15	53,33%	15	0	15	100,00%
10	Bol	9	6	15	60,00%	15	0	15	100,00%
11	Mao	7	8	15	46,67%	15	0	15	100,00%
12	Mongo	10	5	15	66,67%	15	0	15	100,00%
13	Ati	8	7	15	53,33%	15	0	15	100,00%
14	Biltine	10	5	15	66,67%	15	0	15	100,00%
15	Abéché	11	4	15	73,33%	15	0	15	100,00%
16	Goz-beida	7	8	15	46,67%	15	0	15	100,00%
17	Am-Timan	8	7	15	53,33%	15	0	15	100,00%
18	Moussoro	10	5	15	66,67%	15	0	15	100,00%
19	Faya	7	8	15	46,67%	15	0	15	100,00%
	Total	677	323	1000		962	38	1000	
	Moyenne				60,56%				99,73%

2.2. Les téléspectateurs et auditeurs fidèles

	Téléspectateur (TV)	Auditeur (radio)
Par occasion	55	72
Assez fidèle	208	191
Fidèle	414	699
Total	677	962

Sur les 677 téléspectateurs enquêtés, 414 sont des fidèles, qui suivent régulièrement la télé. Parmi les 962 d'auditeurs des stations de radio, 699 sont fidèles. Ils sont suivis des assez-fidèles. On trouve très peu d'auditeurs et téléspectateurs occasionnels.

On compte 645 téléspectateurs utilisant le poste téléviseur et 8 faisant usage de leur téléphone pour suivre la télé.

2.3. La télévision comme élément de socialisation

	Télé				Radio			
	Moi seul	Avec ma famille	Avec mes amis	Total	Moi seul	Avec ma famille	Avec mes amis	Total
Total	126	270	269	665	637	124	201	962

A la question de savoir le rôle joué par la télévision et la radio dans la socialisation des familles et des groupes d'amis, l'enquête révèle que la télé est un média qui socialise davantage. Sur les 665 personnes ayant répondu à la question, 270 disent qu'elles suivent la télé en famille et 269 entre amis, notamment dans les lieux de distraction. Pour ce qui concerne la radio, la plupart des personnes (637) disent écouter la radio à seul. La télévision se découvre ainsi comme un média plus socialisant que la radio.

Titre 3 : La télé et la radio nationales dans la vie de la population

3.1. Audience de la télévision et de la nationales (ONAMA)

Parmi les 677 téléspectateurs, 383 soit 56,57%, disent être téléspectateurs de l'ONAMA. Sur les 962 auditeurs de différentes radios, 530, soit 55,09%, sont des auditeurs habituels de l'ONAMA.

		Télé nationale			Radio nationale		
		Oui	non	Total	Oui	non	Total
1	N'Djaména	277	238	515	315	377	692
2	Sarh	6	4	10	13	2	15
3	Koumra	7	4	11	12	3	15
4	Doba	5	4	9	14	1	15
5	Moundou	7	6	13	13	2	15
6	Bongor	6	2	8	10	5	15
7	Lai	6	1	7	13	2	15
8	Pala	6	3	9	12	3	15
9	Massakory	6	2	8	11	4	15
10	Bol	5	4	9	12	3	15
11	Mao	6	1	7	13	2	15
12	Mongo	5	5	10	11	4	15
13	Ati	5	3	8	12	3	15
14	Biltine	7	3	10	12	3	15
15	Abéché	6	5	11	10	5	15
16	Goz-beida	6	1	7	11	4	15
17	Am-Timan	5	3	8	12	3	15
18	Moussoro	6	4	10	11	4	15
19	Faya	6	1	7	13	2	15
20	Total	383	294	677	530	432	962

	Télé nationale			Radio nationale		
	Oui	non	Total	Oui	non	Total
Total	383	294	677	530	432	962
%	56,57%	43,43%	100,00%	55,09%	44,91%	100,00%

L'ONAMA est suivi par un nombre légèrement au-dessus de la moyenne de l'ensemble des auditeurs et des téléspectateurs enquêtés.

3.2. Les raisons qui poussent les auditeurs et les téléspectateurs à suivre ou à ne pas suivre l'ONAMA

Réponses pour :		Nombre	%
1	Pour s'informer	377	71,13%
2	Suivre des débats sur le pays	156	29,43%
3	Ecouter les communiqués et avis	112	21,13%
4	Prendre connaissance des décrets	187	35,28%
5	Se divertir	219	41,32%
6	Pour voir les images qui inspirent	85	16,04%
7	Pour connaître la vie des Tchadiens	153	28,87%
8	Suivre les magazines sur la vie professionnelle des femmes	129	24,34%
9	Suivre les émissions religieuses	254	47,92%
10	Suivre les archives du Tchad	210	39,62%
11	Pour se cultiver	379	71,51%
Réponses contre :		Nombre	%
1	Programmes non intéressants	210	39,62%
2	Manque de temps	176	33,21%
3	Trop de propagandes politiques	268	50,57%
4	Les autres chaînes ont de meilleurs programmes	192	36,23%
5	Trop de rediffusion	85	16,04%
	Partialité politique et géographique	222	41,89%

Le calcul est réalisé sur les 530 auditeurs de l'ONAMA, y compris les 383 téléspectateurs.

On constate que les raisons fondamentales qui amènent les auditeurs et téléspectateurs de l'ONAMA à suivre ses programmes sont, par ordre d'importance : la culture, les informations, la vie religieuse et les divertissements. Par contre, les raisons majeures avancées par les auditeurs et les téléspectateurs non attirés par les programmes de l'ONAMA sont, par ordre d'importance : le trop de propagandes politiques, les partialités politiques et géographiques, les programmes non intéressants.

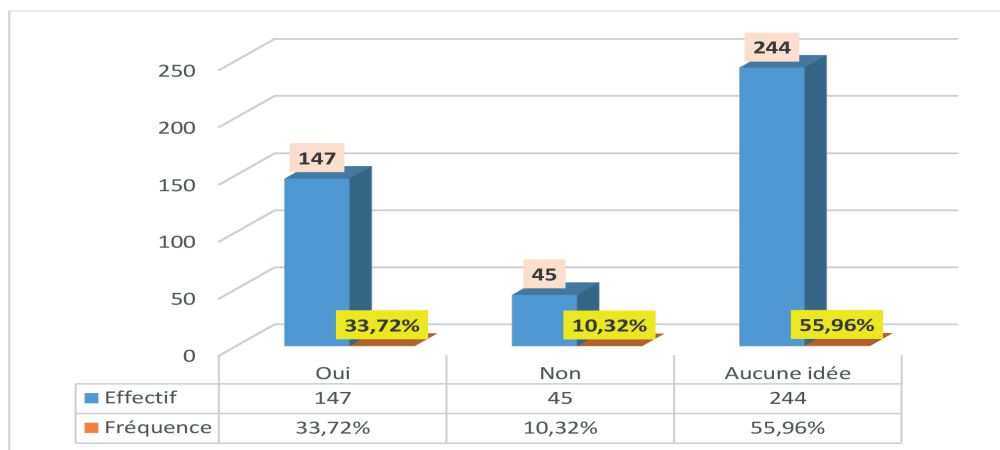
3.3. Regards sur la FM 92.5 MHz couvrant la ville de N'Djaména et les alentours

La FM 92.5 est peu connue des auditeurs de N'Djaména comme station dédiée aux jeunes et aux femmes. On trouve seulement 151 auditeurs, soit 29%, qui la connaissent à cette réalité.

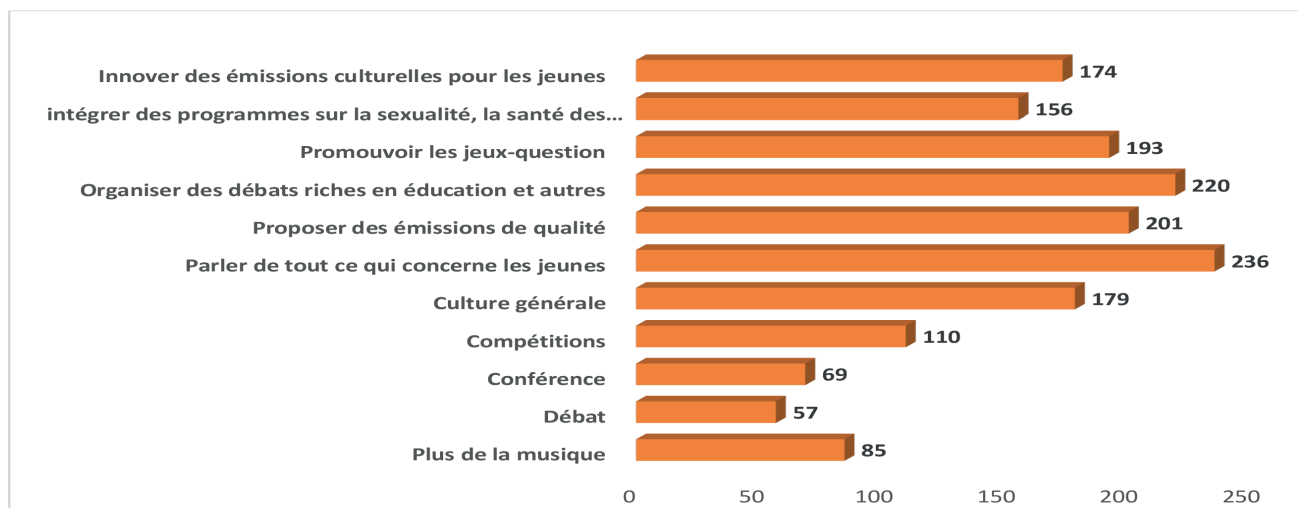
Savez-vous que la FM 92,5 MHz est créée pour les jeunes et aux femmes de N'Djaména et ses alentours ?	Oui	Non	Total
	151	368	519

3.4. Correspondance des programmes et des émissions de la FM 92.5 aux besoins des jeunes

La figure ci-dessous montre que 147 auditeurs reconnaissent les programmes et émissions de la FM 92.5 MHz, comme utiles aux jeunes. D'autres auditeurs, au nombre de 45, ne partagent pas cet avis, tandis que 244 auditeurs ne connaissent rien de la FM 92,5 MHz.



Pour que la FM 92.5 MHz soit véritablement un réel instrument au service des jeunes et des femmes de N'Djaména et de ses alentours, des auditeurs ont formulé des propositions suivantes :



Les propositions les plus saillantes, avancées par un grand nombre de personnes, sont :

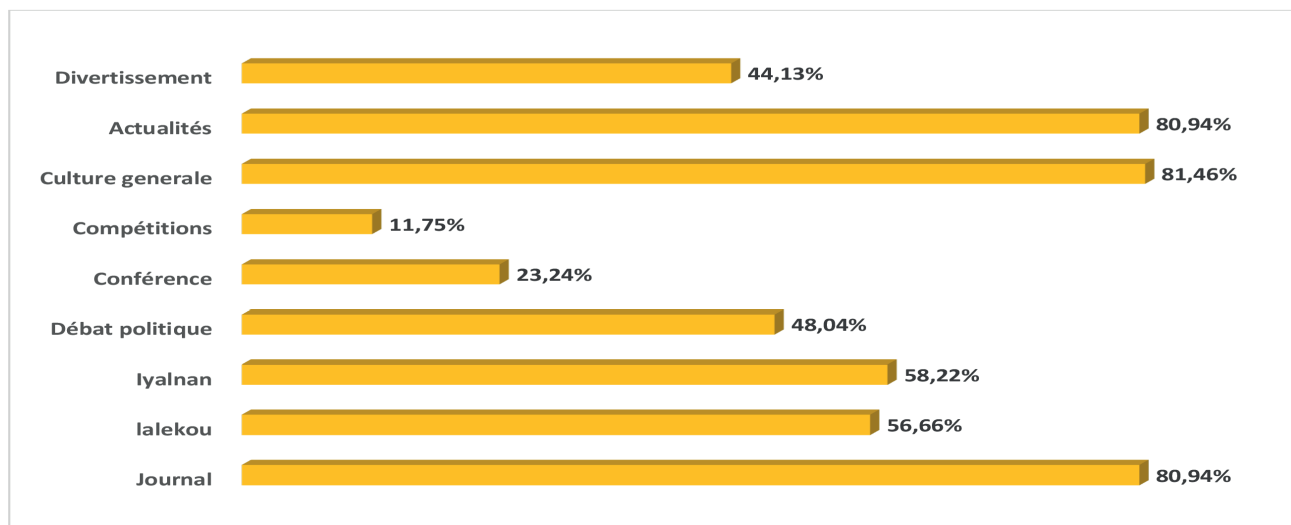
- prioriser tout ce qui concerne les jeunes ;
- organiser des débats riches en éducation ;
- promouvoir les jeux-questions ;
- développer la culture générale ;
- innover les émissions culturelles.

Telles sont les propositions formulées par les auditeurs pour faire de la FM 92,5 MHz, une radio davantage utile aux jeunes et aux femmes.

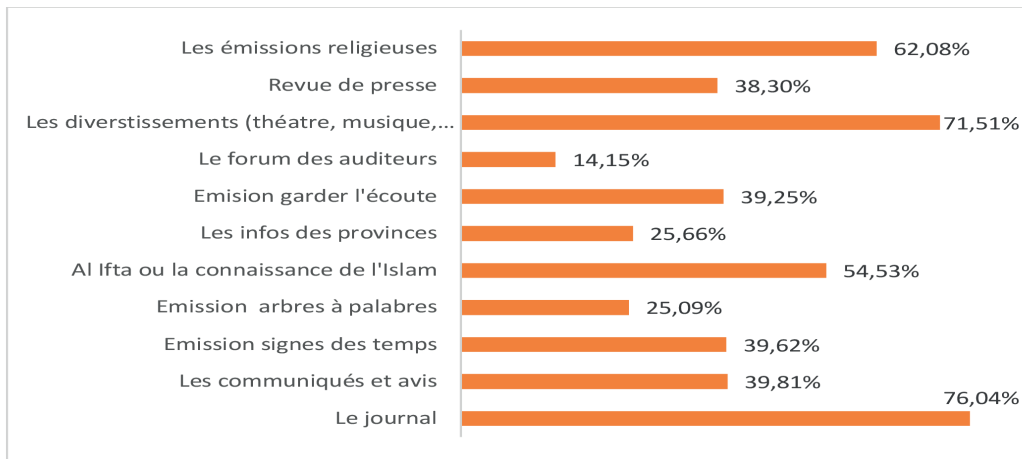
3.5. Les programmes et émissions phares de l'ONAMA selon les auditeurs et téléspectateurs

Les auditeurs et téléspectateurs ont ciblé des programmes et des émissions qui accrochent et qui les attirent. Plus le pourcentage est élevé, davantage le programme ou l'émission est sollicité.

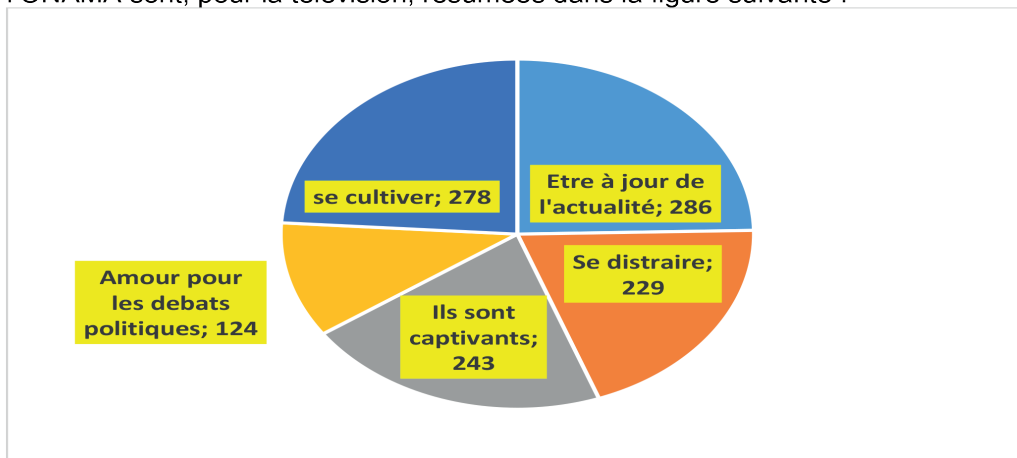
Comme montré ci-dessous : le journal, les actualités et la culture générale sont les meilleurs programmes et émissions radio selon le public.



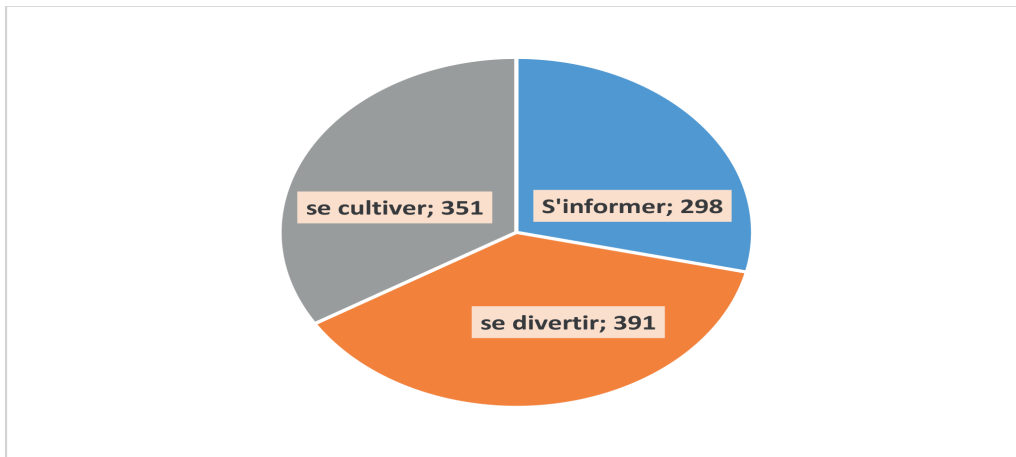
Pour la télévision, les programmes et les émissions les plus mis en exergue par le public sont : le journal, les divertissements et les émissions religieuses. Iyalnan et Lalékou sont deux émissions précises, bien sollicitées des téléspectateurs.



Les raisons pour lesquelles le public a un penchant particulier pour ces programmes et émissions de l'ONAMA sont, pour la télévision, résumées dans la figure suivante :

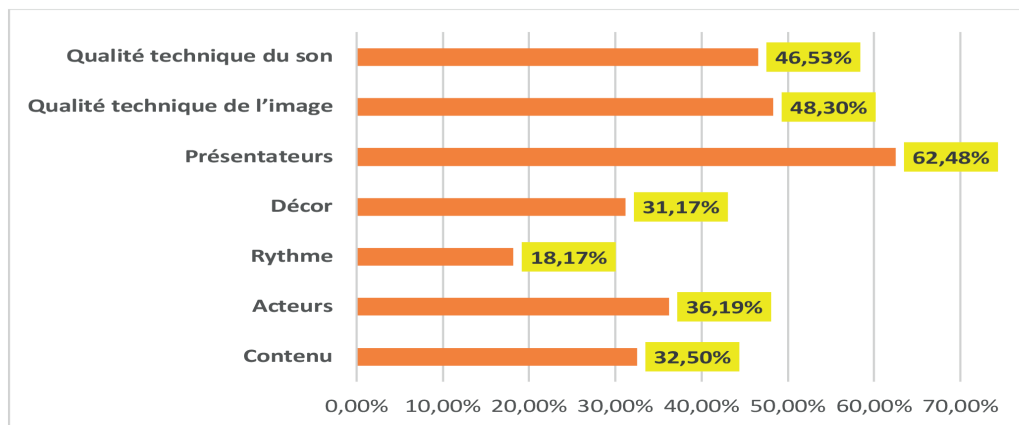


Pour ce qui concerne la radio, les raisons sont inscrites dans la figure suivante :

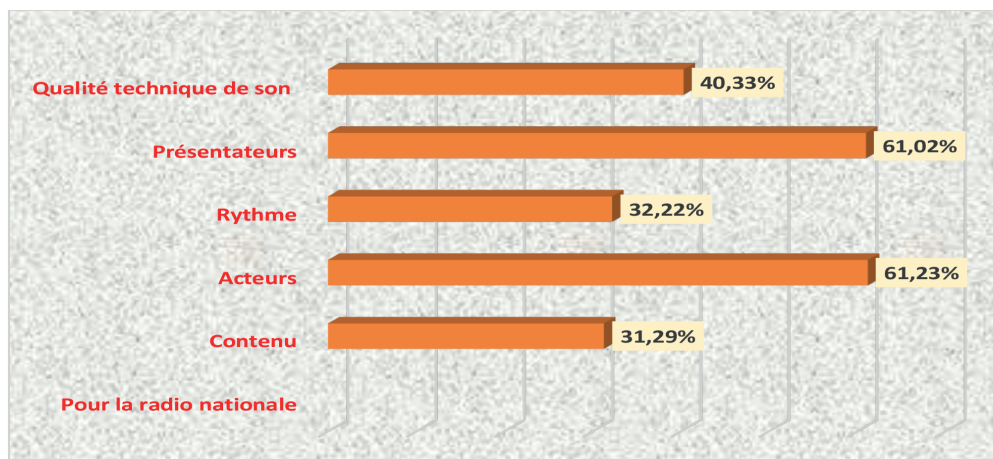


D'autres raisons, d'ordre technique entrent aussi en jeu dans l'appréciation des meilleurs programmes et émissions par le public.

Pour la télé, les raisons les plus importantes sont : les présentateurs (savoir-faire et savoir-être), la qualité technique de l'image et la qualité technique du son.



Pour les émissions et programmes de radio, les raisons sont : acteurs (compétences), les présentateurs (compétences) et la qualité technique du son.



3.6. Moments propices de suivi des programmes et émissions préférés par le public

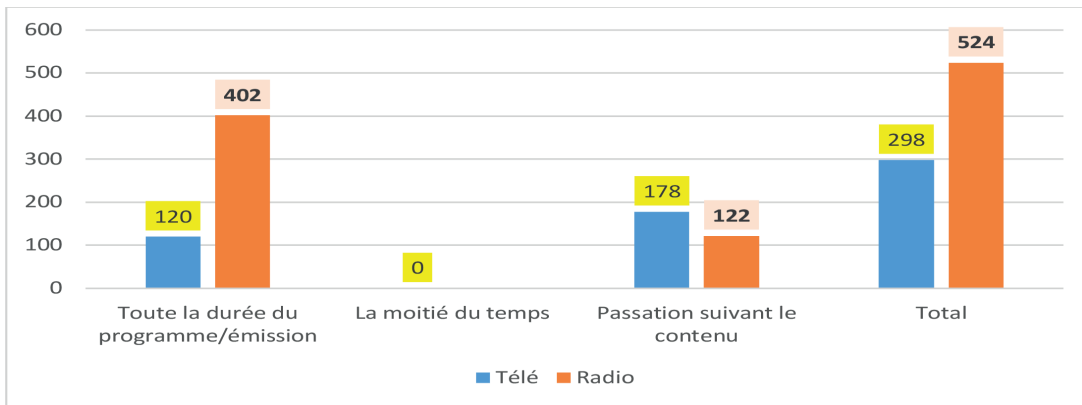
	Dès le début	En pleine diffusion	Total
Nombre	595	123	718

Les auditeurs et téléspectateurs suivent, dans la majorité, les programmes et émissions de l'ONAMA dès le commencement. Un nombre de 595 personnes le fait ainsi savoir alors que 123 personnes seulement ont tendance à saisir les programmes et émissions en pleine diffusion.

Le temps consacré à une émission ou un programme varie selon qu'il s'agisse de la radio ou de la télévision.

Pour la télévision, 120 personnes disent qu'elles consacrent leur temps sur toute la durée que prend une émission ou un programme ; 178 personnes mettent du temps ou pas devant l'écran, selon la satisfaction qu'offre l'émission ou le programme.

Pour la radio, 402 personnes se consacrent à suivre entièrement une émission ou un programme sur sa durée et 524 le font selon la satisfaction qu'offre cette émission ou ce programme.

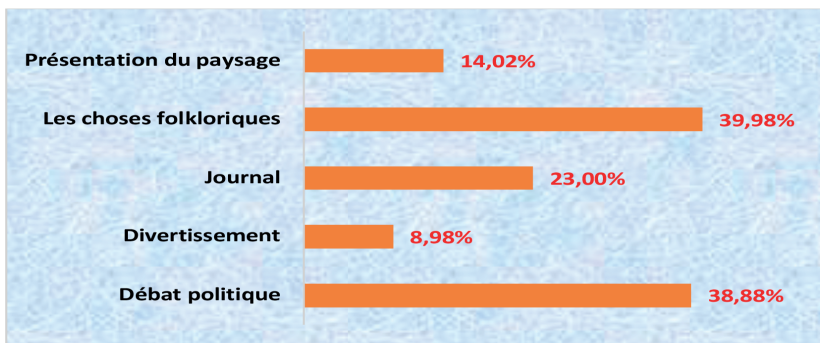


3.7. Les programmes ou émissions de la télévision nationale et/ou de la radio nationale qui intéressent le moins.

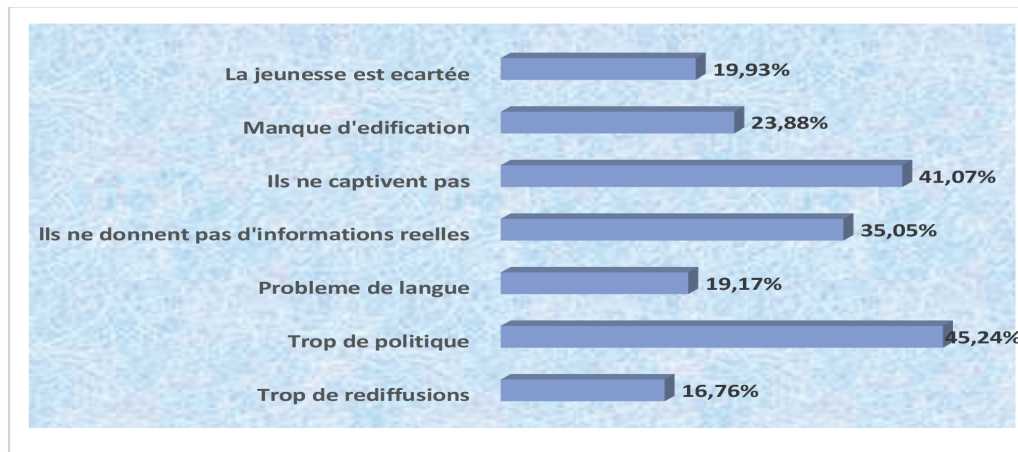
Les enquêtés se sont aussi prononcés sur les programmes et les émissions qui les intéressent le moins aussi bien du côté de la radio que de la télévision. Sur la base de 913 voix (530 auditeurs et 283 téléspectateurs) de l'ONAMA, on obtient les résultats inscrits dans le tableau suivant :

	Nombre	%
Débat politique	355	38,88%
Divertissement	82	8,98%
Journal	210	23,00%
Les choses folkloriques	365	39,98%
Présentation du paysage	128	14,02%

Les choses folkloriques (les traits culturels, les faits de vie dans les provinces, etc.) occupent la première place ; viennent ensuite les débats politiques et, enfin, le journal.



Les raisons pour lesquelles, ces programmes et émissions sont estimés moins intéressants sont clairement définies dans la figure suivante, avec la proportion des personnes, en fréquence, qui montre le niveau du désintéressement.



Le public trouve en particulier que ces programmes et émissions ont des penchants politiques, ils ne captivent pas et n'offrent pas d'informations réelles.

Afin de rendre ces émissions et programmes plus attrayants, les enquêtés ont proposé des améliorations inscrites dans le tableau suivant :

	Nombre	%
Decor	123	13,47%
Qualité d'images	215	23,55%
Amélioration esthétique	305	33,41%
Neuralité politique	489	53,56%
Promotion équilibrée des cultures et des localités	325	35,60%
Inspiration de bons exemples d'animation et de décor dans les chaînes et stations plus fortes	310	33,95%

On remarque que les propositions majeures sont la neutralité politique de l'ONAMA, l'inspiration de bons exemples d'animation et de décor dans les chaînes et stations plus fortes et l'amélioration esthétique.

Le public enquêté a aussi proposé des moments spécifiques pour quelques émissions et programmes, qui sont inscrits dans le tableau suivant :

Réponse pour la télé nationale :	Nombre	%	Moment précis
Divertissement	68	7,45%	18h
Débat politique	84	9,20%	14h
Culture	15	1,64%	18h
Séries	110	12,05%	16h

Il a été ainsi proposé que les émissions et programmes de divertissement et de la culture puissent passer à 18 heures, ceux de débat politique à 14 heures et les séries à 16 heures.

Titre 4 : La télé et la radio nationales dans les médias au Tchad

4.1. Le temps consacré au suivi de l'ONAMA

	1h	2h	3h	4h	5h	6h	Total
Pour la télé nationale (précisez le temps consacré en heures)	125	138	28	15	0	0	306
Pour la radio nationale (précisez le temps consacré en heures)	0	25	78	72	409	58	642

La plupart de téléspectateurs consacrent 2 heures à suivre l'ONAMA (125 sur 306). Les auditeurs qui consacrent plus de temps à l'ONAMA représentent 409 sur 642 : c'est l'écrasante majorité. La radio nationale est très suivie, sur une longue durée.

4.2. Les grands jours d'audience

Le public enquêté s'est prononcé sur les jours durant lesquels, il est plus accroché à l'ONAMA. Le tableau suivant en donne les résultats.

Modalités	Cochez les jours de suivi habituel de la télé ou de la radio						
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
Télé nationale	262	236	235	274	261	278	281
Radio nationale	492	453	434	482	510	503	506

La télé nationale est beaucoup plus suivie les samedis et les dimanches. La radio, quant à elle, est davantage suivie les vendredis et les samedis.

Les raisons des choix de ces jours sont avancées par les enquêtés.

	Nombre
Les programmes y sont très importants	574
Ce sont les jours où je suis disponible	522

4.3. Nouvelles propositions de programmes et émissions

Les enquêtés ont proposé de nouveaux programmes et émissions qu'ils aimeraient voir un jour passer à l'ONAMA. Il s'agit, entre autres, de :

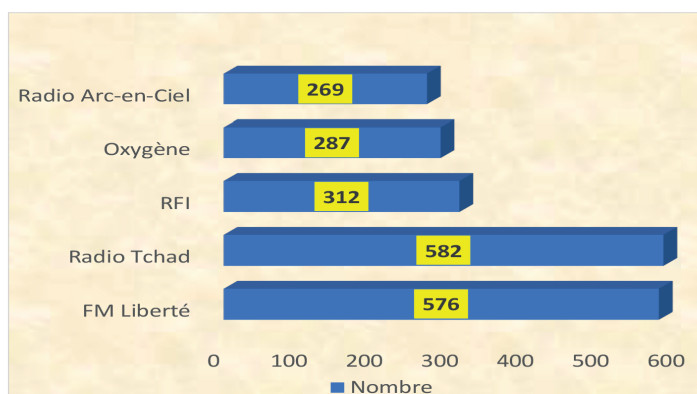
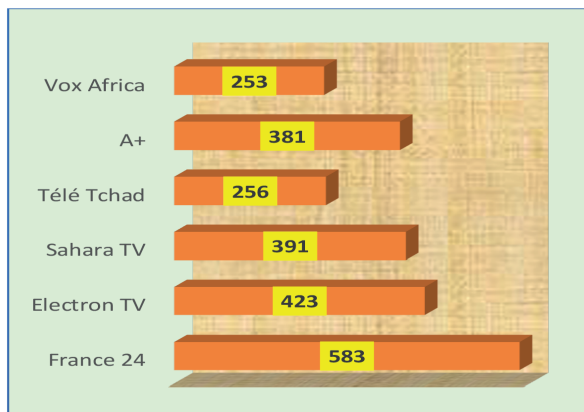
1. Appel et libre débat

2. Débat jeune
3. Confrontation d'idées
4. Défi au chômage
5. Le patriotisme
6. Débat politique avec les jeunes
7. Le Tchad en valeur
8. Les tabous
9. Education sexuelle

Titre 5 : La télé et la radio nationales dans les médias au Tchad

5.1. Les chaînes et les stations les plus suivies et écoutées par le public

Les enquêtés se sont prononcés sur les chaînes de télévisions et les stations de radio qu'ils suivent le plus. Les figures suivantes présentent les résultats :



La télévision France 24 bat le record, avec 583 sollicitations. Elle est suivie de la télévision Electron TV et de Sahara TV. Pour les stations de radio, la radio nationale et la FM Liberté sont les stations de radio les plus suivies. La radio RFI et la radio Oxygène les suivent.

Sachant que les critiques sont déjà formulées à l'endroit de l'ONAMA, les auditeurs et les téléspectateurs disent choisir de suivre ces chaînes et ces stations radios ci-dessus à cause des raisons suivantes :

- elles ont de bons programmes ;
- la qualité de l'image et du son est bonne ;
- elles sont vraies ;
- elles donnent des informations fiables ;
- elles ont des journalistes compétents ;
- elles donnent des informations sur le pays et le font connaître.

5.2. Conseils d'ordre général pour l'amélioration des services de l'ONAMA

Il a été demandé aux enquêtés de proposer à l'ONAMA des améliorations de services qu'ils attendent, si la radio et la télévision nationales ne font pas partie de leurs meilleures chaînes et de leurs meilleures stations de radio.

Voici les propositions faites :

- respecter des horaires ;
- être vrais ;
- être politiquement et géographiquement neutres ;

- écarter les journalistes non compétents ;
- réorganiser les programmes et production ;
- s'inspirer de bons exemples d'ailleurs de meilleures télévisions et radios ;
- améliorer l'animation ;
- couvrir tout le territoire par la radio nationale et de manière permanente, par les Modulations de Fréquence de Modulation de préférence au cas contraire, par des Ondes Courtes et Ondes Moyennes.

Conclusion

L'enquête confirme que l'ONAMA, à travers la radio et la télévision nationales, joue un très important dans la société tchadienne. Comme seul média audiovisuel de service public, l'ONAMA, par ses services, est capable d'impacter grandement les comportements et les attitudes des citoyens tchadiens. Mais, cela ne peut être possible que si la population, dans sa totalité ou sa très grande majorité, arrive à suivre de manière permanente ses programmes. Ce qui suppose, d'une part, un maillage complet du territoire national, et, d'autre part, une consommation continue des programmes et émissions par la population.

Pour le maillage du territoire, l'installation des stations de l'ONAMA a permis à quelques provinces de suivre la radio nationale. Le souhait, aussi bien pour les localités déjà servies que pour les autres non servies, est d'arriver à capter de manière permanente l'ONAMA. Selon les moyens dont disposent les autorités compétentes, le choix sera porté sur la diffusion par ondes courtes ou par FM.

Pour la consommation continue des services de l'ONAMA, les encouragements, les critiques et les solutions d'amélioration de ces services sont apportées par les personnes enquêtées et transcrites dans ce document. Il suffirait de les exécuter pour répondre aux attentes du public, représenté par les enquêtés et probablement augmenter l'audience de l'ONAMA.

MBAINDIGUIM Donatien



Le Directeur

SONDAGE D'AUDIENCE DE L'ONAMA

Introduction

Madame/Monsieur, nous menons un sondage d'audience de l'ONAMA (Télévision et Radio nationales) afin d'une part ; de contribuer à l'amélioration des services offerts par cette institution et, d'autre part ; d'affiner la compréhension des téléspectateurs de la télévision nationale et des auditeurs de la radio nationale, leurs besoins et leurs usages. Ce travail entre dans la démarche qualité que la HAMA veut pour l'ONAMA.

Vous voulez une télévision et une radio nationales qui procurent de la satisfaction que vous attendez, nous vous prions de bien vouloir répondre avec objectivité aux questions que nous vous soumettons.

Le fait de ne pas demander votre nom et votre contact téléphonique montre que vos apports seront traités dans l'anonymat et dans la discrétion. C'est pourquoi, nous demandons votre active participation.

Soyez remerciés d'avance pour votre disponibilité et votre participation.

Titre 1 : Généralités

1.1. Nom de votre ville de résidence : _____

Sexe : M : /___/ F : /___/

1.2. Tranche d'âge : 6 à 14 ans : /___/ 15 à 20 ans : /___/ 21 ans à 35 ans : /___/
35 ans à plus : /___/

1.3. Occupations professionnelles :

Salarié : /___/ Entrepreneur/débrouillard personnel : /___/ Ménagère : /___/
Sans emploi : /___/

1.4. Catégories professionnelles : Employé/ouvrier : /___/ Cadre: /___/ Retraité : /___/

1.5. Nationalité : Tchadienne : /___/ Etrangère : /___/

Titre 2 : la télé et la radio dans la vie de la population

2.1. Etes-vous un téléspectateur et/ou auditeur ?

	Oui	non
Téléspectateur (TV)		
Auditeur (radio)		

2.2. Quel type de téléspectateur et/ou auditeur êtes-vous ?

	Téléspectateur (TV)	Auditeur (radio)
Par occasion		
Assez fidèle		
Fidèle		

2.3. Quels sont les types d'écran que vous utilisez habituellement pour suivre la télé ?

	Cochez
Poste téléviseur	
Ordinateur	
Téléphone mobile	

2.5. Avec qui suivez-vous la télé et/ou écoutez-vous la radio habituellement?

Modalités	Cochez les choix	
	Télé	Radio
Moi seul		
Avec famille		
Avec des amis		

Titre 3 : la télé et la radio nationales dans la vie de la population

3.1. Suivez-vous habituellement la télévision nationale et/ou la radio Tchad ?

Modalités	<i>Cochez les choix</i>	
	Oui	non
La TV nationale		
La radio nationale		

3.2. Si oui si non, pourquoi ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Réponse pour la radio nationale

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

3.3. Sur quelle fréquence captez-vous la radio nationale ?

La FM 94.5 : /___/ ou la FM 92.5 : /___/

3.4. La FM 92.5 couvrant la ville de N'Djaména et les alentours est créée pour les jeunes, le savez-vous ?

Oui : /___/ ou Non : /___/

3.5. Si oui, pensez-vous que les programmes et les émissions de la FM 92.5 correspondent-ils aux besoins des jeunes ?

Oui : /___/ ou Non : /___/ ou Aucune idée : /___/

3.6. Que faut-il faire pour que la FM 92.5 soit véritablement un réel instrument aux services des jeunes de N'Djaména et de ses alentours ?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

3.7. Quels sont généralement les programmes ou émissions de la télévision nationale ou de la radio nationale qui vous intéressent le plus ?

Réponses pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Réponses pour la radio nationale

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

3.8. En quoi ces programmes et émissions vous intéressent-ils

Réponses pour la télé nationale :

Contenu : /___/

Rythme : /___/

Décor : /___/

Acteurs : /___/

Présentateurs : /___/

Qualité technique de l'image : /___/

Qualité technique de l'image : /___/

Réponse pour la radio nationale :

Contenu : /___/

Qualité technique de l'image : /___/

Rythme : /___/

Acteurs : /___/

Présentateurs : /___/

3.9. Quels sont pour vous les deux (2) ou trois (3) programmes et/ou émissions de la télévision nationale et/ou de la radio nationale que vous suivez régulièrement ou assez régulièrement ?

Réponse pour la télé nationale :

1.

2.

3.

Réponse pour la radio nationale :

1.

2.

3.

3.10. Pourquoi votre choix spécialement sur ces deux (2) ou trois (3) programmes et émissions de la télé et/ou de la radio nationales ?

Réponse pour les programmes/émissions de la télé nationale :

1.

2.

3.

4.

5.

Réponse pour les programmes/émissions de la radio nationale

1.

2.

3.

4.

5.

3.11. A quel moment commencez-vous généralement à suivre vos programmes et émissions préférés de la télévision nationale ou de la radio nationale ?

Dès le début : /___/

ou

En pleine émission : /___/

27

3.12. Combien de temps mettez-vous à suivre vos programmes et émission préférés ?

Modalités	Cochez les choix	
	Télé	Radio
Toute la durée du programme/émission		
La moitié du temps		
Passation suivant le contenu		

3.13. Quels sont les programmes ou émissions de la télévision nationale et/ou de la radio nationale qui vous intéressent le moins ?

Citez les programmes/émissions de la télé nationale qui vous intéressent le moins:

- 1.
- 2.
- 3.

Citez les programmes/émissions de la radio nationale qui vous intéressent le moins.

- 1.
- 2.
- 3.

3.14. En quoi ces programmes et émissions vous intéressent-ils le moins ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Réponse pour la radio nationale

- 1.
- 2.
- 3.

3.15. Qu'attendez-vous comme améliorations de ces programmes et émissions qui vous intéressent le moins ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Réponse pour la radio nationale

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

3.16. Y a-t-il des émissions ou programmes dont vous souhaitez que les moments de passage soient différents que ceux actuels ? Si oui, quelles sont ces programmes ou émissions ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Réponse pour la radio nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

3.17. Quel moment précis (heure de début) de passage que vous proposez pour chacun de ces programmes ou émissions que vous avez énoncés ci-haut ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Réponse pour la radio nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

3.18. Quels sont les présentateurs de programmes et d'émissions de télé Tchad et/ou de la radio que vous appréciez le plus ?

Les présentateurs de la télé nationale que vous appréciez le plus :

- 1.
- 2.
- 3.

Les présentateurs de la radio nationale que vous appréciez le plus :

- 1.
- 2.
- 3.

3.19. Pourquoi eux et non les autres ?

Les raisons pour les présentateurs de la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Les raisons pour les présentateurs de la radio nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Titre 4 : la télé et la radio nationales dans les médias au Tchad

4.1. Combien de temps consacrez-vous à la télévision et/ou à la radio nationale par jour ?

Pour la télé nationale (précisez le temps consacré en heures): _____

Pour la radio nationale (précisez le temps consacré en heures): _____

4.2. Quels sont les jours au cours desquels vous suivez la télé nationale ou la radio nationale ?

Modalités	Cochez les jours de suivi habituel de la télé ou de la radio						
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
Télé nationale							
Radio nationale							

4.3. Quel est le jour ou les deux (2) jours principaux au cours desquels vous suivez plus la télé nationale et/ou la radio nationale?

Citez ces jours pour la télé nationale : _____

Citez ces jours pour la radio nationale : _____

4.4. Pourquoi spécialement ces deux jours ?

Vos raisons :

4.5. Avez-vous de nouvelles propositions de programmes ou émissions que vous aimeriez voir passés à la télévision ou à la radio nationale ?

Les raisons pour les présentateurs de la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Les raisons pour les présentateurs de la radio nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Titre 5 : la télé et la radio nationales dans les médias au Tchad

5.1. Pour toutes les chaînes de télé ou stations de radio que vous suivez habituellement y compris la télé Tchad, citez par ordre d'importance, les trois (3) premières chaînes ou stations radio qui procurent plus de satisfaction

Réponses pour les chaînes de télé préférées

- 1
- 2
- 3

Réponses pour les stations radio préférées

- 1
- 2
- 3

5.2. En quoi ces chaînes vous procurent-elles plus de satisfaction ?

Réponses pour les chaînes télé préférées :

- 1.
- 2.
- 3.

Réponses pour les stations radio préférées :

- 1.
- 2.
- 3.

5.3. Si la télé nationale ne fait pas partie de vos meilleures chaînes et la radio nationale de vos meilleures stations, quelles sont les améliorations de services que vous attendez d'elles ?

Vos propositions d'amélioration de services pour la Télé Tchad :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Vos propositions d'amélioration de services pour la Radio Tchad :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Nous vous remercions, une fois de plus, pour votre riche contribution !

SONDAGE D'AUDIENCE DE L'ONAMA

Introduction

Madame/Monsieur, nous menons un sondage d'audience de l'ONAMA (Télévision et radio nationales) afin d'une part ; de contribuer à l'amélioration des services offerts par cette institution et, d'autre part ; d'affiner la compréhension des téléspectateurs de la télévision nationale et des auditeurs de la radio nationale, leurs besoins et leurs usages. Ce travail entre dans la démarche qualité que la HAMA veut pour l'ONAMA.

Vous voulez une télévision et une radio nationales qui procurent de la satisfaction que vous attendez, nous vous prions de bien vouloir répondre avec objectivité aux questions que nous vous soumettons.

Le fait de ne pas demander votre nom et votre contact téléphonique montre que vos apports seront traités dans l'anonymat et dans la discrétion. C'est pourquoi, nous demandons votre active participation.

Soyez remerciés d'avance pour votre disponibilité et votre participation.

Titre 1 : Généralités

1.1. Nom de votre ville de résidence : _____

Sexe : M : /___/ F : /___/

1.2. Tranche d'âge : 6 à 14 ans : /___/ 15 à 20 ans : /___/ 21 ans à 35 ans : /___/
35 ans à plus : /___/

1.3. Occupations professionnelles :

Salarié : /___/ Entrepreneur/débrouillard personnel : /___/ Ménagère : /___/
Sans emploi : /___/

1.4. Catégories professionnelles : Employé/ouvrier : /___/ Cadre : /___/ Retraité : /___/

1.5. Nationalité : Tchadienne : /___/ Etrangère : /___/

Titre 2 : la télé et la radio dans la vie de la population

2.1. Etes-vous un téléspectateur et/ou auditeur ?

	Oui	non
Téléspectateur (TV)		
Auditeur (radio)		

2.2. Quel type de téléspectateur et/ou auditeur êtes-vous ?

	Téléspectateur (TV)	Auditeur (radio)
Par occasion		
Assez fidèle		
Fidèle		

2.3. Quels sont les types d'écran que vous utilisez habituellement pour suivre la télé ?

	Cochez
Poste téléviseur	
Ordinateur	
Téléphone mobile	

2.5. Avec qui suivez-vous la télé et/ou écoutez-vous la radio habituellement?

Modalités	Cochez les choix	
	Télé	Radio
Moi seul		
Avec famille		
Avec des amis		

Titre 3 : la télé et la radio nationales dans la vie de la population

3.1. Suivez-vous habituellement la télévision nationale et/ou la radio Tchad ?

Modalités	<i>Cochez les choix</i>	
	Oui	non
La TV nationale		
La radio nationale		

3.2. Si oui si non, pourquoi ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Réponse pour la radio nationale

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

3.3. Ecoutez-vous la radio nationale ?

Oui : /___/ ou Non : /___/

3.4. Si oui sur quelle fréquence captez-vous la radio nationale ?

Précisez le nom de la fréquence : _____

3.5. Si non, pourquoi vous n'écoutez pas la radio nationale ?

On n'arrive pas à la capter ici : /___/

Elle ne m'attire pas : /___/

Aucune idée : /___/

3.5. Si la radio nationale n'émet pas dans votre ville, souhaitez-vous la voir émettre ?

Oui : /___/ ou Non : /___/

3.6. Pourquoi vous souhaitez voir la radio nationale émettre dans votre ville ?

- 1.
- 2.
- 3.

3.7. Sur quelle fréquence souhaitez-vous la capter ?

Onde courte (SW) : /___/ ou modulation de fréquence (FM) : /___/

3.8. Quels sont généralement les programmes ou émissions de la télévision nationale ou de la radio nationale qui vous intéressent le plus ?

Réponses pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Réponses pour la radio nationale

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

3.9. En quoi ces programmes et émissions vous intéressent-ils

Réponses pour la télé nationale :

Contenu : /___/

Rythme : /___/

Décor : /___/

Acteurs : /___/

Présentateurs : /___/

Qualité technique de l'image : /___/

Qualité technique de l'image : /___/

Réponse pour la radio nationale :

Contenu : /___/

Qualité technique de l'image : /___/

Rythme : /___/

Acteurs : /___/

Présentateurs : /___/

3.10. Quels sont pour vous les deux (2) ou trois (3) programmes et/ou émissions de la télévision nationale et/ou de la radio nationale que vous suivez régulièrement ou assez régulièrement ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Réponse pour la radio nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

3.11. Pourquoi votre choix spécialement sur ces deux (2) ou trois (3) programmes et émissions de la télé et/ou de la radio nationales ?

Réponse pour les programmes/émissions de la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Réponse pour les programmes/émissions de la radio nationale

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

3.12. A quel moment commencez-vous généralement à suivre vos programmes et émissions préférés de la télévision nationale ou de la radio nationale ?

Dès le début : /___/

ou

En pleine émission : /___/

3.13. Combien de temps mettez-vous à suivre vos programmes et émission préférés ?

Modalités	Cochez les choix	
	Télé	Radio
Toute la durée du programme/émission		
La moitié du temps		
Passation suivant le contenu		

3.14. Quels sont les programmes ou émissions de la télévision nationale et/ou de la radio nationale qui vous intéressent le moins ?

Citez les programmes/émissions de la télé nationale qui vous intéressent le moins:

- 1.
- 2.
- 3.

Citez les programmes/émissions de la radio nationale qui vous intéressent le moins.

- 1.
- 2.
- 3.

3.15. En quoi ces programmes et émissions vous intéressent-ils le moins ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Réponse pour la radio nationale

- 1.
- 2.
- 3.

3.16. Qu'attendez-vous comme améliorations de ces programmes et émissions qui vous intéressent le moins ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Réponse pour la radio nationale

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

3.17. Y a-t-il des émissions ou programmes dont vous souhaitez que les moments de passage soient différents que ceux actuels ? Si oui, quelles sont ces programmes ou émissions ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Réponse pour la radio nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

3.18. Quel moment précis (heure de début) de passage que vous proposez pour chacun de ces programmes ou émissions que vous avez énoncés ci-haut ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Réponse pour la radio nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

3.19. Quels sont les présentateurs de programmes et d'émissions de télé Tchad et/ou de la radio que vous appréciez le plus ?

Les présentateurs de la télé nationale que vous appréciez le plus :

- 1.
- 2.
- 3.

Les présentateurs de la radio nationale que vous appréciez le plus :

- 1.
- 2.
- 3.

3.20. Pourquoi eux et non les autres ?

Les raisons pour les présentateurs de la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Les raisons pour les présentateurs de la radio nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Titre 4 : la télé et la radio nationales dans les médias au Tchad

4.1. Combien de temps consacrez-vous à la télévision et/ou à la radio nationale par jour ?

Pour la télé nationale (précisez le temps consacré en heures): _____

Pour la radio nationale (précisez le temps consacré en heures): _____

4.2. Quels sont les jours au cours desquels vous suivez la télé nationale ou la radio nationale ?

Modalités	Cochez les jours de suivi habituel de la télé ou de la radio						
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
Télé nationale							
Radio nationale							

4.3. Quel est le jour ou les deux (2) jours principaux au cours desquels vous suivez plus la télé nationale et/ou la radio nationale?

Citez ces jours pour la télé nationale : _____

Citez ces jours pour la radio nationale : _____

4.4. Pourquoi spécialement ces deux jours ?

Vos raisons :

4.5. Avez-vous de nouvelles propositions de programmes ou émissions que vous aimeriez voir passés à la télévision ou à la radio nationale ?

Les raisons pour les présentateurs de la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Les raisons pour les présentateurs de la radio nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Titre 5 : la télé et la radio nationales dans les médias au Tchad

5.1. Pour toutes les chaînes de télé ou stations de radio que vous suivez habituellement y compris la télé Tchad, citez par ordre d'importance, les trois (3) premières chaînes ou stations radio qui procurent plus de satisfaction

Réponses pour les chaînes de télé préférées

- 1
- 2
- 3

Réponses pour les stations radio préférées

- 1
- 2
- 3

5.2. En quoi ces chaînes vous procurent-elles plus de satisfaction ?

Réponses pour les chaînes télé préférées :

- 1.
- 2.
- 3.

Réponses pour les stations radio préférées :

- 1.
- 2.
- 3.

5.3. Si la télé nationale ne fait pas partie de vos meilleures chaînes et la radio nationale de vos meilleures stations, quelles sont les améliorations de services que vous attendez d'elles ?

Vos propositions d'amélioration de services pour la Télé Tchad :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Vos propositions d'amélioration de services pour la Radio Tchad :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Nous vous remercions, une fois de plus, pour votre riche contribution !

SONDAGE D'AUDIENCE DE L'ONAMA

Introduction

Madame/Monsieur, nous menons un sondage d'audience de l'ONAMA (Télévision et radio nationales) afin d'une part ; de contribuer à l'amélioration des services offerts par cette institution et, d'autre part ; d'affiner la compréhension des téléspectateurs de la télévision nationale et des auditeurs de la radio nationale, leurs besoins et leurs usages. Ce travail entre dans la démarche qualité que la HAMA veut pour l'ONAMA.

Vous voulez une télévision et une radio nationales qui procurent de la satisfaction que vous attendez, nous vous prions de bien vouloir répondre avec objectivité aux questions que nous vous soumettons.

Le fait de ne pas demander votre nom et votre contact téléphonique montre que vos apports seront traités dans l'anonymat et dans la discrétion. C'est pourquoi, nous demandons votre active participation.

Soyez remerciés d'avance pour votre disponibilité et votre participation.

Titre 1 : Généralités

1.1. Nom de votre ville de résidence : _____

Sexe : M : /___/ F : /___/

1.2. Tranche d'âge : 6 à 14 ans : /___/ 15 à 20 ans : /___/ 21 ans à 35 ans : /___/
35 ans à plus : /___/

1.3. Occupations professionnelles :

Salarié : /___/ Entrepreneur/débrouillard personnel : /___/ Ménagère : /___/
Sans emploi : /___/

1.4. Catégories professionnelles : Employé/ouvrier : /___/ Cadre : /___/ Retraité :
/___/

1.5. Nationalité : Tchadienne : /___/ Etrangère : /___/

Titre 2 : la télé et la radio dans la vie de la population

2.1. Etes-vous un téléspectateur et/ou auditeur ?

	Oui	non
Téléspectateur (TV)		
Auditeur (radio)		

2.2. Quel type de téléspectateur et/ou auditeur êtes-vous ?

	Téléspectateur (TV)	Auditeur (radio)
Par occasion		
Assez fidèle		
Fidèle		

2.3. Quels sont les types d'écran que vous utilisez habituellement pour suivre la télé ?

	Cochez
Poste téléviseur	
Ordinateur	
Téléphone mobile	

2.5. Avec qui suivez-vous la télé et/ou écoutez-vous la radio habituellement?

Modalités	Cochez les choix	
	Télé	Radio
Moi seul		
Avec famille		
Avec des amis		

Titre 3 : la télé et la radio nationales dans la vie de la population

3.1. Suivez-vous habituellement la télévision nationale et/ou la radio Tchad ?

Modalités	<i>Cochez les choix</i>	
	Oui	non
La TV nationale		
La radio nationale		

3.2. Si oui si non, pourquoi ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Réponse pour la radio nationale

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

3.3. Ecoutez-vous la radio nationale ?

Oui : /___/ ou Non : /___/

3.4. Si oui sur quelle fréquence captez-vous la radio nationale ?

Précisez le nom de la fréquence : _____

3.5. Si non, pourquoi vous n'écoutez pas la radio nationale ?

On n'arrive pas à la capter ici : /___/

Elle ne m'attire pas : /___/

Aucune idée : /___/

3.5. Si la radio nationale n'émet pas dans votre ville, souhaitez-vous la voir émettre ?

Oui : /___/ ou Non : /___/

3.6. Pourquoi vous souhaitez voir la radio nationale émettre dans votre ville ?

- 1.
- 2.
- 3.

3.7. Sur quelle fréquence souhaitez-vous la capter ?

Onde courte (SW) : /___/ ou modulation de fréquence (FM) : /___/

3.8. Quels sont généralement les programmes ou émissions de la télévision nationale ou de la radio nationale qui vous intéressent le plus ?

Réponses pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Réponses pour la radio nationale

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

3.9. En quoi ces programmes et émissions vous intéressent-ils

Réponses pour la télé nationale :

Contenu : /___/

Rythme : /___/

Décor : /___/

Acteurs : /___/

Présentateurs : /___/

Qualité technique de l'image : /___/

Qualité technique de l'image : /___/

Réponse pour la radio nationale :

Contenu : /___/

Qualité technique de l'image : /___/

Rythme : /___/

Acteurs : /___/

Présentateurs : /___/

3.10. Quels sont pour vous les deux (2) ou trois (3) programmes et/ou émissions de la télévision nationale et/ou de la radio nationale que vous suivez régulièrement ou assez régulièrement ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Réponse pour la radio nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

3.11. Pourquoi votre choix spécialement sur ces deux (2) ou trois (3) programmes et émissions de la télé et/ou de la radio nationales ?

Réponse pour les programmes/émissions de la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Réponse pour les programmes/émissions de la radio nationale

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

3.12. A quel moment commencez-vous généralement à suivre vos programmes et émissions préférés de la télévision nationale ou de la radio nationale ?

Dès le début : /___/

ou

En pleine émission : /___/

3.13. Combien de temps mettez-vous à suivre vos programmes et émission préférés ?

Modalités	Cochez les choix	
	Télé	Radio
Toute la durée du programme/émission		
La moitié du temps		
Passation suivant le contenu		

3.14. Quels sont les programmes ou émissions de la télévision nationale et/ou de la radio nationale qui vous intéressent le moins ?

Citez les programmes/émissions de la télé nationale qui vous intéressent le moins:

- 1.
- 2.
- 3.

Citez les programmes/émissions de la radio nationale qui vous intéressent le moins.

- 1.
- 2.
- 3.

3.15. En quoi ces programmes et émissions vous intéressent-ils le moins ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Réponse pour la radio nationale

- 1.
- 2.
- 3.

3.16. Qu'attendez-vous comme améliorations de ces programmes et émissions qui vous intéressent le moins ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Réponse pour la radio nationale

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

3.17. Y a-t-il des émissions ou programmes dont vous souhaitez que les moments de passage soient différents que ceux actuels ? Si oui, quelles sont ces programmes ou émissions ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Réponse pour la radio nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

3.18. Quel moment précis (heure de début) de passage que vous proposez pour chacun de ces programmes ou émissions que vous avez énoncés ci-haut ?

Réponse pour la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Réponse pour la radio nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

3.19. Quels sont les présentateurs de programmes et d'émissions de télé Tchad et/ou de la radio que vous appréciez le plus ?

Les présentateurs de la télé nationale que vous appréciez le plus :

- 1.
- 2.
- 3.

Les présentateurs de la radio nationale que vous appréciez le plus :

- 1.
- 2.
- 3.

3.20. Pourquoi eux et non les autres ?

Les raisons pour les présentateurs de la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Les raisons pour les présentateurs de la radio nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Titre 4 : la télé et la radio nationales dans les médias au Tchad

4.1. Combien de temps consacrez-vous à la télévision et/ou à la radio nationale par jour ?

Pour la télé nationale (précisez le temps consacré en heures): _____

Pour la radio nationale (précisez le temps consacré en heures): _____

4.2. Quels sont les jours au cours desquels vous suivez la télé nationale ou la radio nationale ?

Modalités	Cochez les jours de suivi habituel de la télé ou de la radio						
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
Télé nationale							
Radio nationale							

4.3. Quel est le jour ou les deux (2) jours principaux au cours desquels vous suivez plus la télé nationale et/ou la radio nationale?

Citez ces jours pour la télé nationale : _____

Citez ces jours pour la radio nationale : _____

4.4. Pourquoi spécialement ces deux jours ?

Vos raisons :

4.5. Avez-vous de nouvelles propositions de programmes ou émissions que vous aimeriez voir passés à la télévision ou à la radio nationale ?

Les raisons pour les présentateurs de la télé nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Les raisons pour les présentateurs de la radio nationale :

- 1.
- 2.
- 3.

Titre 5 : la télé et la radio nationales dans les médias au Tchad

5.1. Pour toutes les chaînes de télé ou stations de radio que vous suivez habituellement y compris la télé Tchad, citez par ordre d'importance, les trois (3) premières chaînes ou stations radio qui procurent plus de satisfaction

Réponses pour les chaînes de télé préférées

- 1
- 2
- 3

Réponses pour les stations radio préférées

- 1
- 2
- 3

5.2. En quoi ces chaînes vous procurent-elles plus de satisfaction ?

Réponses pour les chaînes télé préférées :

- 1.
- 2.
- 3.

Réponses pour les stations radio préférées :

- 1.
- 2.
- 3.

5.3. Si la télé nationale ne fait pas partie de vos meilleures chaînes et la radio nationale de vos meilleures stations, quelles sont les améliorations de services que vous attendez d'elles ?


Vos propositions d'amélioration de services pour la Télé Tchad :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.



Vos propositions d'amélioration de services pour la Radio Tchad :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Nous vous remercions, une fois de plus, pour votre riche contribution !



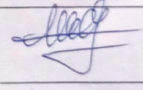
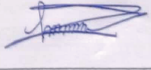
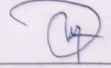
REPUBLIQUE DU CHAD
UNITE-TRAVAIL-PROGRES
HAUTE AUTORITE DES MEDIA ET DE L'AUDIOVISUEL
السلطة العليا للإعلام والتلفزيون
Autorité Administrative Indépendante
سلطة إدارية مستقلة

SONDAGE D'AUDIENCE DE L'ONAMA

FORMATON DES ENQUETEURS

N'Djaména, le 17 juillet 2023

N°	Nom et prénom de l'enquêteur	Numéro de téléphone	Signature
1	BENDOUNGA RODRIGUE	69199656/66610986	
2	DJEKONBE HONORE	65-61-51-69/91369687	
3	MBATHONDOUNG ERIC	66527302/9824223	

4	ALTOUDJIM BLAISE MANAYE	65 64 76 71 / 66 04 84 87	
5	Noubaadoumaadjii Smtangon	63 15 78 17 / 69 71 54 80	
6	Mbaïsssem Franklin	66 09 25 09	
7	Mbaï Lassoum Diarlonze	68 22 66 24	
8	Askonbe Mercain	66-14-61-64	
9	Nion-mba Krebs	62 29 34 12	
10	Bessané Rodolphe	66 08 81 84	
11	Kouloudji Ndoombaye Stevans	63 88 42 15	
12	NGUELET BRISHILA MONEE	66 67 44 75	
13	DERBE YANNICK	60 57 53 30	
14			



HAUTE AUTORITE DES MEDIA ET DE L'AUDIOVISUEL

www.hamatchad.org