

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	2
AVANT-PROPOS	3
1- INTRODUCTION.....	4
2- ETAT DES LIEUX.....	5
3-LES PROPOSITIONS.....	6
3-1 :DE LA CREATION DE LA PRESSE ECRITE.....	6
3-2 :DE LA PRESSE EN LIGNE	7
3-3 : DE L'ACCES A LA PROFESSION DE JOURNALISTE.....	8
3-4 : DE LA FORMATION.....	9
3-5 : DU FINANCEMENT DE LA PRESSE.....	10
3-6 :LA DISTRIBUTION DES JOURNAUX	11
3-7 : DE LA HAUTE AUTORITE DE L'AUDIOVISUEL ET DE LA COMMUNICATION.....	13
3-8 : DES ORGANISATION PROFESSIONNELLES : ELECTIONS PROFESSIONNELLES.....	13
3-9-DE L'OBSERVATOIRE TOGOLAIS DES MEDIAS.....	14
3-10- DE LA MAISON DE LA PRESSE.....	15

Remerciements

Les remerciements les plus sincères du **Conseil National des Patrons de Presse, CONAPP**, à tous ceux, confrères ou non, qui ont participé à l'élaboration de ce **Mémorandum** qui, nous le souhaitons, devra nourrir la réflexion sur la professionnalisation de la presse togolaise.

AVANT-PROPOS

La libéralisation de la presse dans le contexte du processus démocratique amorcé par le Togo dans les années 90, s'est matérialisée par une floraison de titres d'inégale audience et de diverses opinions. Mais également, un peu plus tard, par l'éclosion de médias audiovisuels privés. Pour faire face aux défis de la professionnalisation et d'une meilleure insertion dans l'environnement socioéconomique auxquels ils étaient confrontés, ces organes se sont regroupés selon leurs lignes éditoriales. De fait, au début des années 2000, on dénombreait quatre (04) organisations représentatives des dirigeants de médias : l'Association Togolaise des Patrons de Presse (ATOPAP), le Conseil Togolais des Editeurs de Presse (CTEP), l'Organisation des Editeurs de Presse Indépendante (OREPI) et l'Union des Radios et Télévisions Libres (URATEL).

Après avoir fait le constat que seul un regroupement unique, fort et cohérent pouvait valablement porter les aspirations des patrons de presse et aider au développement d'un environnement réglementaire et économique favorable aux entreprises de médias, ces organisations décidèrent de fusionner. C'est ainsi qu'en décembre 2007, avec le soutien de l'UNESCO (Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture), naquit le Conseil National des Patrons de Presse (CONAPP).

Le CONAPP a pour vocation de réunir l'ensemble des dirigeants d'organes et d'entreprises de presse sur toute l'étendue du territoire, venus aussi bien de l'audiovisuel que de la presse écrite ou en ligne. Comme toute organisation professionnelle, le CONAPP a pour but la défense des intérêts matériels et moraux de ses membres. Plus spécifiquement, il s'agit de contribuer à la préservation et au renforcement du cadre législatif et réglementaire libéral de la presse. Tout en menant des actions et plaidoyers en vue de créer les conditions d'un environnement économique et social permettant aux entreprises de presse d'être viables et performantes.

Dix ans après sa création, et en dépit de la création de nouvelles organisations patronales, le CONAPP avec ses quatre-vingt-douze membres, demeure la principale organisation et la plus représentative des dirigeants et responsables de médias privés au Togo, qu'ils soient issus de la presse écrite, en ligne ou de l'audiovisuel.

A l'occasion de son dixième anniversaire, le CONAPP dresse à travers ce mémoire l'état de la presse togolaise par le prisme du patronat, trace des pistes de réflexion et émet des propositions pour rendre la presse de notre pays davantage professionnelle et viable.

1-INTRODUCTION

La Constitution togolaise du 14 octobre 1992, révisée en décembre 2002 garantit la liberté d'opinion et d'expression en général, ainsi que la liberté de presse en particulier. Ainsi, toute personne a le droit d'exprimer et de diffuser par parole, écrit ou tous autres moyens, ses opinions ou les informations qu'elle détient, dans le respect des limites définies par la loi. De même, la presse ne peut être assujettie à l'autorisation préalable, au cautionnement, à la censure ou à d'autres entraves.

La presse est régie par la loi N°98-004/PR du 11 février 1998, modifiée successivement par celles N° 2000-06 du 23 février 2000 et N° 2002-026 du 25 septembre 2002. La dernière modification est intervenue le 27 août 2004 et a été portée par la loi N° 2004-015. Cette dernière a la caractéristique d'être très libérale, l'une des plus libérales de la région, en termes d'accès à la profession et à la création d'organes de presse, mais également quant à l'exercice de la liberté de la presse. Comme avancée majeure : elle consacre la dépenalisation du délit de presse, un baromètre par excellence de l'existence d'une volonté politique de promouvoir la liberté de presse. Le nouveau Code pénal adopté en novembre 2015 et qui prévoit notamment des peines de prison de six (6) mois à deux (2) ans fermes pour la publication, la diffusion ou la reproduction par quelque moyen que ce soit de nouvelles fausses, de pièces fabriquées, falsifiées ou mensongèrement attribuées à des tiers lorsque, faite de mauvaise foi, elle trouble la paix publique ou est susceptible de la troubler, fait craindre une remise en cause subtile de cette dépenalisation.

La loi togolaise organise la création des médias, promeut la concurrence et interdit la concentration. Ainsi, il est stipulé explicitement dans le Code de la presse qu'aucune personne physique ou morale ne peut contrôler plus de 20% des titres publiés ou des stations de radios ou de télévisions.

Fort de ces dispositions constitutionnelles et législatives, les médias ont foisonné à profusion au Togo depuis les années 90. Selon les statistiques officielles de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication (HAAC) , notre pays comptait au 1^{er} janvier 2016, quatre cent soixante-quatre (464) titres dont cent vingt (120) paraissant plus ou moins régulièrement, soixante-douze (72) radios et sept (7) télévisions, répartis inégalement sur le territoire. En effet, 99% des journaux privés sont publiés à Lomé de même qu'on dénombre une centaine des sites internet au Togo. 30% des radios émettent depuis la capitale comme 99% des télévisions.

Par ailleurs, le paysage est marqué par l'irrégularité d'une partie de la presse écrite dont le prix se situe en moyenne autour de deux cent cinquante francs (250 F) CFA ; ce qui est relativement cher au regard du salaire minimum interprofessionnel garanti, soit trente-cinq mille francs (35.000 F) CFA.

2- ETAT DES LIEUX

La presse togolaise est marquée par le caractère informel des entreprises qui s'y créent. Cette situation s'explique d'abord par l'histoire de son apparition dans le paysage médiatique national, dominé jusqu'alors par les médias publics. En effet, avec le processus démocratique amorcé dans les 90 et la libéralisation de l'espace public, plusieurs journaux ont été créés. Leur objectif, contribuer à l'avènement et au renforcement de la démocratie au Togo. C'est cet engagement citoyen voire politique, qui motivait les premiers créateurs des organes de presse comme les tous premiers journalistes employés et non la recherche de lucre ou de profits. De fait, la plupart ne se sont pas inscrits dans une démarche commerciale en structurant leur entreprise.

Ensuite, le caractère libéral du Code de la presse quant à la création d'un organe favorise, paradoxalement, le caractère informel des médias. Aux termes des articles 14 et suivants du code précité, toute publication nationale est soumise, aux fins de l'obtention d'un récépissé, à une déclaration faite par écrit du directeur de publication. Celui-ci doit être de nationalité togolaise et jouir de ses droits civiques et politiques. Outre ces deux obligations, il n'est exigé qu'une copie du certificat de nationalité, une copie légalisée de l'acte de naissance ou toute pièce en tenant lieu, un extrait du casier judiciaire datant de moins de 3 mois et la justification de l'accomplissement des formalités légales de constitution dans les cas des personnes morales. C'est dire que l'obtention d'un récépissé et la publication d'un journal ou périodique ne sont pas soumis à la constitution préalable d'une personne morale, comme c'est le cas dans certains pays de la sous-région. La quasi-totalité des organes de presse se crée donc sans être portée par une personnalité morale.

Cette tendance est en train d'être renversée avec la formalisation qu'ont choisie plusieurs journaux, et ce depuis l'apparition de l'Office Togolais des Recettes (OTR) qui oblige à la présentation d'un certain nombre de pièces (carte d'opérateur économique, quitus fiscal, factures normalisées) pour se voir régler ses factures.

Cependant, la situation est bien différente pour les médias audiovisuels pour lesquels, il est exigé une personnalité morale avec un actionnariat identifié dans la constitution du dossier de demande d'autorisation d'installation et d'exploitation de radio ou de télévision privée adressée à la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication.

Audiovisuels, presse écrite ou en ligne, les médias doivent faire face à la rareté de ressources que ne vient pas pallier l'aide de l'Etat à la presse, encore trop modeste pour les ambitions attendues de la presse et au regard du nombre pléthorique d'organes autorisés.

Le marché publicitaire est très étroit et les annonceurs sont souvent les mêmes et ne peuvent prendre en compte tous les organes. Leurs tarifs sont tirés vers le bas du fait de leur position mais également de la concurrence déloyale que se livrent les organes ; certains responsables choisissant de proposer des prix en dessous de ceux traditionnellement pratiqués, pour s'assurer l'obtention du marché.

Face à la manne publicitaire réduite à sa plus simple expression, à l'aide de l'Etat à la presse dont le niveau reste toujours aussi bas, les patrons de presse adoptent souvent la méthode coué pour faire vivre leurs organes et en vivre eux-mêmes. Ils développent ainsi d'autres activités professionnelles parallèles, souvent sans lien avec la presse ou les médias, pour survivre. Certains ont recours à des mécènes qui les soutiennent non dans une logique entrepreneuriale ni sur le long terme, mais uniquement de façon ponctuelle ou cyclique. Le recours à des réseaux politiques ou à des lobbies de différentes natures est également fréquent, donnant lieu malheureusement aux phénomènes dits de « bitos » ou de « guichets fermés » qui trivialement et prosaïquement, expriment les articles commandités et payés.

Les difficultés de financement de la presse sont renforcées par une mévente générale et inquiétante de plus en plus importante des journaux. Le phénomène touche l'ensemble de la presse, peu ou prou selon la ligne éditoriale, le type de journal et la fréquence de parutions. Plusieurs facteurs en sont à l'origine. Bien sûr, le manque de professionnalisme, l'absence de vrais contenus et le choix systématique du sensationnalisme que mettent en avant les lecteurs, y comptent beaucoup. Mais il faut noter également l'inexistence d'une messagerie et d'un circuit de distribution organisé et efficient ; les journaux n'étant jusqu'à ce jour distribués que dans quelques zones du centre-ville de Lomé, peu dans les banlieues et encore moins à l'intérieur du pays.

3- LES PROPOSITIONS

3-1 - DE LA CREATION DE LA PRESSE ECRITE

Le caractère libéral de la presse togolaise doit être préservé et renforcé. La création des organes de presse au Togo doit continuer à se faire sans entraves et dans le souci de la promotion de la pluralité des opinions et de la libre expression. Toutefois, afin d'assainir la corporation et de promouvoir une presse professionnelle, de qualité, structurée et viable, il est indispensable qu'un minimum de garde-fous soit instauré dans le processus d'obtention du récépissé de publication.

Ainsi, outre les exigences antérieures contenues dans le Code de la presse, la demande de récépissé doit nécessairement provenir d'une personne morale, obligatoirement constituée sous forme d'une entreprise, dotée d'un capital minimum de 1.000.000 FCFA et dûment enregistrée au Registre du Commerce et du Crédit Mobilier (RCCM) et se prévalant d'une carte d'opérateur économique. L'actionnariat doit être composé à majorité de ressortissants togolais.

Par ailleurs, les dispositions du Code de la presse exigeant qu'un tiers de la rédaction soit composé de journalistes professionnels disposant d'une carte de presse doit être scrupuleusement respectée ; l'autorité de régulation se chargeant de vérifier son effectivité. Ces journalistes devront être déclarés à la Caisse nationale de sécurité sociale (CNSS) et leurs cartes d'assurés insérés dans la demande de récépissé. Le demandeur doit pouvoir en outre justifier d'un siège réel, avec justificatif d'un contrat de bail, et démontrer avoir un plateau technique permettant l'exercice d'une activité professionnelle dans le secteur des médias.

Le montant dû pour la délivrance du récépissé sera relevé de quinze mille francs (15.000F) CFA actuellement à cent cinquante mille francs (150.000F) CFA, dont cinquante mille francs (50.000 F) CFA au titre de la quittance due à HAAC, 50.000 FCFA versés à l'Observatoire Togolais des Médias (OTM) pour renforcer son budget et lui permettre ainsi de remplir efficacement ses attributions ; et 50.000FCFA à la Maison de la Presse pour financer son fonctionnement.

Le titre n'ayant effectué aucune parution durant les dix-huit (18) derniers mois, tombe dans le domaine public et le récépissé retiré.

3-2 - DE LA PRESSE EN LIGNE

L'histoire de la presse en ligne au Togo est plus récente que celle de la presse écrite ou des médias audiovisuels. Avec le développement d'internet, plusieurs sites internet ont vu le jour au fil des années et animés au début pour la plupart, depuis l'extérieur et consacrés au combat politique. Le paysage a beaucoup évolué de nos jours.

La presse en ligne joue un rôle important dans le paysage médiatique togolais. Internet rend l'information plus rapidement accessible. Il s'est développé une culture de l'instantané, de l'échange libre d'opinions sans hiérarchies préconçues ni références préétablies et de l'accès gratuit aux informations, images. En plus de la rapidité, l'accès est gratuit.

De fait, la presse en ligne constitue pour la diaspora, la principale source d'accès à l'information. Elle alimente également de nombreux journaux écrits et est au cœur de la question de la liberté de la presse.

Le boom que connaît le secteur est caractérisé par la multiplicité des organes, qui sont une quarantaine de sites répertoriés à ce jour. L'absence de réglementation spécifique, la course effrénée au scoop expliquent les entorses fréquentes aux règles du professionnalisme.

Entre la masse d'informations et la rapidité dans la mise en ligne, la qualité n'a pas toujours sa place (difficultés à contrôler les sources d'information, non-respect des mineurs, de la vie privée, atteinte à la sensibilité des populations, etc.).

En outre, l'usage qui est fait des réseaux sociaux, réceptacle de toutes les dérives, est parfois déplorable. L'essor des nouveaux outils et supports, et l'utilisation qu'on en fait, nous amène à insister sur le professionnalisme dans le traitement de l'information.

C'est dans le contexte actuel que le professionnalisme a tout son sens : il faut recourir aux règles de déontologie et d'éthique qui régissent notre profession. Il faut donc réglementer la presse en ligne et renforcer ce secteur en pleine mutation. La réflexion doit aller dans le sens de :

- publications rédigées par une rédaction autonome
- mise en œuvre de dispositifs appropriés (internes à chaque rédaction) pour éviter la mise en ligne de contenus inappropriés

- contenus de qualité, d'actualité et traités de façon professionnelle
- contenus mis à jour
- espaces de contributions personnelles des internautes maîtrisés
- disponibilité éventuellement d'un bouton "Alerte" pour signaler (comme sur Facebook), des images, vidéos ... qui agressent la sensibilité des populations
- garantie de l'exercice du droit de réponse.

Quant à sa structuration et afin de lui permettre d'être pleinement prise en compte par les politiques publiques ainsi que les subventions accordées par l'Etat, la presse en ligne sera soumise au régime de la presse écrite quant à la création ainsi qu'à l'accès à la profession des journalistes qui y exercent.

3-3 : DE L'ACCES A LA PROFESSION DE JOURNALISTE

Le Code de la presse détermine la qualité de journaliste. Ainsi, est journaliste, toute personne qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée, la recherche, la collecte, la sélection, l'exploitation, la publication et la présentation de l'information dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques, dans une ou plusieurs entreprises de communication audiovisuelle, dans une ou plusieurs agences de presse ou dans un service d'information. De fait, aucune condition supplémentaire n'est exigée pour l'attribution de la carte de presse. Ce qui favorise l'accès à la profession de tous les profils, et malheureusement d'aventuriers qui viennent dégrader l'image des hommes des médias, par leurs comportements irresponsables et délictueux.

Désormais, toute personne doit pouvoir justifier d'un niveau équivalent au Baccalauréat 2^e partie (BAC 2) et d'une expérience professionnelle de deux (2) ans pour bénéficier du statut de journaliste ou de journaliste assimilé. La HAAC aura la charge de vérifier la fiabilité du document produit. Véritable pièce d'identité des journalistes, la carte de presse ne sera attribuée qu'aux réels détenteurs du diplôme requis, ayant 2 ans d'expérience. Elle sera exigée systématiquement pour l'accès à tous les lieux de reportage.

Toutefois, ceux qui peuvent justifier de plus cinq (5) ans d'exercice réel dans la profession peuvent obtenir la carte de presse, dans le cadre d'un moratoire et des mesures transitoires destinées à organiser la mise en œuvre des nouvelles dispositions.

Les titulaires d'un BAC mais ne pouvant pas justifier d'au moins 2 ans d'expérience dans une rédaction, auront le statut de « journaliste stagiaire », dont la carte leur sera également établie.

Les cartes de presse doivent être établies avec célérité afin de permettre aux journalistes et journalistes assimilés d'exercer dans de bonnes conditions. Toute personne ayant fait la demande de la carte de presse, peut, en attendant sa délivrance, en produire l'attestation pour faire valoir ce que de droit.

3-4 - DE LA FORMATION

L'un des griefs portés contre la corporation est le déficit de formation des journalistes et assimilés. Les instituts et écoles existants ne comblent que partiellement et difficilement ce déficit. Il importe donc que sur la base de curricula définis dans une démarche inclusive par les acteurs de la profession ainsi que les responsables de l'enseignement supérieur, une véritable politique nationale de la formation des journalistes soit mise en place, comprenant tous les métiers de la presse.

Les objectifs de ces formations, les bénéficiaires, le contenu, les modalités ainsi que les diplômes devant les sanctionner seront arrêtés d'un commun accord entre les autorités et les organisations professionnelles de la presse. Un système de mise à niveau et de recyclage sera institué pour tous les journalistes exerçant déjà le métier et qui se porteraient candidats.

La formation est financée en partie par le Fonds d'Aide à la Presse (FAP), les subventions et contributions des partenaires institutionnels et privés, et par l'apport des étudiants/professionnels bénéficiaires.

Pour encourager et promouvoir l'excellence et le professionnalisme, l'Etat attribue chaque année, sur appel à candidatures, des bourses d'études et de stages à l'étranger aux journalistes les plus méritants et les plus professionnels. Une commission, composée de représentants de l'Etat, des médias, des partenaires et du corps enseignant, sera chargée d'étudier les candidatures et de sélectionner les meilleurs. Dans le même ordre d'idées, les associations professionnelles, avec le soutien de l'Etat et des partenaires, prime chaque année les meilleures productions journalistiques selon des critères et règlements arrêtés avec les organisations professionnelles.

3-5 : DU FINANCEMENT DE LA PRESSE

La presse souffre énormément de l'absence d'investisseurs privés, d'accès difficile et étroit au marché publicitaire et d'un niveau encore trop modeste de l'aide de l'Etat à la presse.

Pour renverser la tendance et créer une dynamique vertueuse devant permettre à terme l'émergence de groupes de presse viables et des médias véritablement professionnels, l'Etat devra mettre en place des mesures fiscales incitatives à l'investissement dans les médias au Togo. Il doit également mettre en œuvre de façon effective, les avantages d'ordre économique et financier qui peuvent se présenter sous formes d'aide à la collecte et à la transmission au moyen de tarifs préférentiels ou de détaxe en matière de téléphonie, de télécopie, de courrier, de transport, de bandes, de cassettes, de compact disc et autres, tel qu'énoncé par les dispositions du Code de la presse.

L'application effective des Accords de Florence et du Protocole de Nairobi dont le Togo est partie prenante, et destinés à faciliter l'importation d'objets de caractère éducatif, scientifique ou culturel, en réduisant les obstacles en matière de tarifs, de taxes, de devises et d'échanges que rencontre la libre circulation de ces objets fait partie des décisions pouvant améliorer l'environnement économique des médias. Tout comme l'exonération de taxes sur les intrants et les équipements, un statut fiscal particulier pour les entreprises de presse. Pour les médias audiovisuels, le contexte difficile en termes de revenus ne permet pas qu'ils honorent leurs engagements financiers vis-à-vis d'un certain nombre d'institutions. De fait, la revue à la baisse des redevances versées à l'Autorité de Réglementation des Secteurs des Postes et Télécommunications dont le montant semestriel est fixé à trois cent vingt-cinq mille (325.000 F) CFA par fréquence, ainsi que celles payées au Bureau Togolais des Droits d'Auteur (BUTODRA) serait bénéfique à la solidité et à la viabilité de ces médias.

Dans un accord tripartite, Etat, radios, télévisions et opérateurs de téléphonie, ceux-ci devront s'engager à reverser aux médias une partie du coût généré par les appels téléphoniques opérés par les auditeurs lors des émissions interactives.

L'aide de l'Etat à la presse telle qu'elle existe doit être maintenue, aux conditions et critères actuels effectivement mis en œuvre. Elle constituerait un appui financier direct à l'amélioration de la trésorerie des médias. Parallèlement à cette subvention, l'Etat devra créer, à l'instar de ce qui se fait pour la culture, un Fonds d'Aide à la Presse (FAP). Constitué par un prélèvement effectué de 1F sur le prix du kilowatt consommé ou de 1 F sur chaque appel effectué, ce fonds est destiné à financer des projets de professionnalisation, d'amélioration du contenu éditorial, de formation notamment aux nouvelles technologies et à la numérisation, sélectionnés par appels candidature chaque année, adressés aux organes de presse. Le FAP contribuera par ailleurs à la restructuration des médias et au renforcement des capacités des organisations de presse. Il est géré par les professionnels

des médias avec des représentants du gouvernement et des membres de la société civile.

Les organisations professionnelles devront mettre en place des centrales d'achat pour réduire le coût de leurs intrants, de même que des tarifs minimum obligatoires en fonction de la fréquence de parution, du type de médias, du format de publication (grammage du papier et couleurs ou non), nombre de pages etc.. , et sous lequel aucune offre financière ne saurait descendre. L'Observatoire Togolais des Médias (OTM) sera chargé de l'application de cette mesure, y compris en sanctionnant financièrement les médias indécents.

3-6 : LA DISTRIBUTION DES JOURNAUX

Les organes de presse ont des difficultés de distribution de journaux. Outre des kiosques installés çà et là, deux grossistes se partagent le marché de la distribution pour tout Lomé. Cependant, ceux-ci ne couvrent principalement que la partie ouest et le centre-ville. Autour de la capitale, des zones comme Kpogan, Avépozo, Baguida, BèKpota, Zone Portuaire, Kégué, Hédjranawoé, Agoè, Agbalépédo, Djidjolé, Avédji, Adidogome, Zanguéra, ne sont pas desservies. Pas plus que l'intérieur du pays où les journaux sont rares. Lorsqu'ils y sont envoyés, les retards sont fréquents, avec des pertes ou des difficultés de recouvrement.

De fait, la mise en place d'une messagerie couvrant tout le territoire national est plus qu'indispensable. Non pas seulement pour accroître les revenus des organes de presse, mais aussi pour le droit et l'accès à l'information équitable en faveur de l'ensemble des citoyens. Une commission technique réunissant l'Etat, les organisations professionnelles et des partenaires techniques et financiers devra être mise en place pour mener la réflexion et faire des propositions courant premier trimestre 2018. Et pour une réalisation début 2019.

En attendant, une mini-messagerie transitoire peut être mise en place. Pour la zone de Lomé et ses environs qui ne sont pas desservis, il s'agira de confier à une agence, l'identification et le recrutement de personnes référencées, susceptibles de constituer des grossistes dans ces zones. Celles-ci réceptionneront les journaux quotidiennement sur des sites retenus avant de les dispatcher. Les journaux sont convoyés au moyen de tricycles, acquis par le CONAPP. Chaque organe intéressé versera à une caisse mise en place par le CONAPP et gérée par 3 membres désignés à cet effet, une contribution forfaitaire aux frais. Le recouvrement par les organes se fera auprès du Comité de gestion chaque mois.

Pour l'intérieur du pays, des négociations avec la Poste devront permettre de convoier les journaux et de les vendre. Et pour les villes que ne desservent pas les transports de la Poste, il leur sera substitué les bus et taxis. La même organisation de gestion sera cependant la même que celle de Lomé.

Une convention portant sur la distribution et la vente de journaux sera par ailleurs signée avec des commerçants et des bibliothèques. Mais également avec les syndicats dans les gares routières. En effet, les syndicats sont présents sur toute l'étendue du territoire et bien organisés. Ils représentent une bonne cible. La gare est un lieu de vie, d'échanges et surtout de transit. Avec les journaux, le chauffeur fait du temps de parcours du voyageur, un temps utile et agréable. En outre, les temps d'attente sont longs dans les gares. Avec les journaux, les syndicats vont contribuer à remplir ce temps d'attente : donc journaux dans les gares = parcours clients - voyageur amélioré et temps d'attente à la gare remplie + ressources (les commissions) des syndicats à travers la vente.

Une solution consisterait également à renforcer et à s'appuyer sur la messagerie de « Togo Presse », avec l'accord du gouvernement, pour desservir les villes de l'intérieur du pays.

3-7- DE LA HAUTE AUTORITE DE L'AUDIOVISUEL ET DE LA COMMUNICATION

Afin d'éviter le recours récurrent au système judiciaire, les pouvoirs de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication (HAAC) en termes de prévention et de sanctions doivent être renforcés. De même, la dimension de la promotion et de la protection de la liberté de la presse doit être désormais prise en compte de manière plus explicite.

Pour renforcer sa proximité avec les professionnels des médias, notamment ceux issus de la presse privée, la composition de la HAAC devra refléter la diversité du paysage médiatique togolais et ne plus accorder davantage de place à ceux issus des médias d'Etat. Le mode de désignation des membres doit donc être revu avec 5 sièges réservés aux représentants des patrons de presse et des journalistes, en raison de 3 pour 2. Ils seront élus par le Parlement. Les 04 membres restants, désignés en partie par le Président de la République et élus par le Parlement, viendraient de la société civile, du monde judiciaire etc.

3-8 - DES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES : ELECTIONS PROFESSIONNELLES

La multiplicité des organisations professionnelles nuit gravement à l'efficacité des actions destinées à l'amélioration de l'environnement législatif

et économique des organes de presse. Ainsi, conformément aux recommandations des états généraux de la presse, l'objectif à moyen terme serait une nouvelle fusion de toutes les organisations existantes selon la qualité de leurs membres : une organisation pour les patrons, une autre pour les employés. En attendant, afin d'établir la représentativité de ces organisations et d'identifier les interlocuteurs les plus représentatifs et les plus crédibles en face des autorités et partenaires, des élections professionnelles doivent être organisées.

Pour les organisations des patrons de presse, le corps électoral sera constitué de tous les dirigeants ou promoteurs de presse écrite, en ligne, médias audio-visuels dont les organes sont déclarés en règle avec la HAAC et le cas échéant l'ARTP, le jour de l'établissement de la liste des électeurs. Etant entendu que chaque organe disposera d'une voix. Chaque patron votera pour l'organisation qu'il souhaite voir la représenter. La même démarche sera conduite pour les journalistes, dont la qualité d'électeur sera subordonnée à la détention d'une carte de presse à jour le jour de l'établissement de la liste.

Nul ne peut voter à la fois pour les organisations professionnelles des patrons et celles des journalistes, quand bien même il disposerait de cette double casquette.

Les résultats détermineront la place de chaque organisation, y compris pour siéger dans des instances ou commissions dans lesquelles elles sont sollicitées ; mais également pour l'attribution d'une quote-part de l'aide de l'Etat à la presse, proportionnellement à sa représentativité.

Pour voter, outre être à jour auprès de la HAAC, chaque électeur paiera une somme forfaitaire de 1000FCFA pour les élections patronales et de 500 FCFA pour celles des journalistes. Ces sommes serviront à financer en partie l'organisation des élections.

3-9-DE L'OBSERVATOIRE TOGOLAIS DES MEDIAS :

Créé en 1999, l'Observatoire Togolais des Médias (OTM) est une instance d'autorégulation des médias. Il constitue le tribunal des pairs, imposable à tous, indépendant de toute institution publique ou privée ainsi qu'une autorité morale dans le secteur des médias. Après bientôt vingt (20) ans d'existence, il doit évoluer. D'abord par sa composition. Avec la prise en compte des organisations nouvellement créées, 13 membres y siègent. Ce qui est relativement pléthorique et risque de nuire à l'efficacité et à la cohésion de l'instance. L'autre risque est l'élargissement permanent à chaque fois que se crée une organisation. Pour fixer les choses dans le

marbre et donner davantage de crédibilité et de légitimité à l'institution, il est important qu'une partie de ses membres soit directement élue par les journalistes et les professionnels des médias.

Ainsi, dorénavant, l'OTM serait composé de 5 membres : un représentant des patrons de presse, un représentant des journalistes, un représentant des médias d'Etat, un représentant de la société civile, un juriste avec 10 ans d'expérience.

Le représentant des patrons de presse est élu à l'issue d'un scrutin organisé par la HAAC à cet effet, avec un corps électoral constitué de tous les patrons de presse en règle avec l'institution. Les candidats peuvent ou non être soutenus par des organisations. Celui des journalistes et des médias d'Etat répond à la même démarche. Un appel à candidatures permet de sélectionner le représentant de la société civile qui appartient nécessairement à une association et est présentée par celle-ci ès-qualité ; ainsi que le juriste. Les 5 membres élisent en leur sein le président et le reste du bureau.

Chaque électeur versera 1000 FCFA pour pouvoir voter. Ce qui permettra de financer en partie l'organisation des élections.

Outre la composition, les attributions de l'OTM doivent être renforcées. Cela passe par une législation sur l'Observatoire qui deviendrait ainsi une instance légalement reconnue. Mais aussi par un pouvoir de sanction plus important qui irait au-delà des avertissements et des blâmes, pour celui de la suspension. Il pourrait constituer ainsi le 1^{er} degré de juridiction pour les infractions relatives à la presse.

L'OTM doit être obligatoirement, automatiquement et systématiquement consulté sur tous les sujets relatifs à la presse.

Outre les cotisations, les subventions, les dons et autres qui constituent son budget de fonctionnement, l'OTM percevra 50.000 FCFA sur la quittance payée pour chaque demande de récépissé.

3-10- DE LA MAISON DE LA PRESSE

La Maison de la Presse actuelle qui a succédé à la Maison du Journalisme ne répond pas aux exigences modernes d'un site devant accueillir et accompagner de manière multiforme, les professionnels des médias dans le cadre de leurs activités. Elle est mal située, difficile d'accès, peu pratique et n'arrive pas à générer suffisamment de ressources pour payer ses charges et prendre des initiatives.

Sa vente est une nécessité absolue. Le produit de la cession, augmenté de subventions de l'Etat et des partenaires financiers, servira à construire une nouvelle Maison de la Presse, plus fonctionnelle. L'Etat sera sollicité pour mettre gracieusement à disposition, une réserve administrative où la nouvelle maison sera construite. Véritable centre d'accueil des journalistes, elle proposera toute une gamme de services (salles de conférence en location, bibliothèque, médiathèque, studio radio/tv, salles informatiques, formation, montage, restauration) etc.... Elle sera autonome dans sa gestion. Son fonctionnement sera en partie financé par une fraction de la quittance payée lors des demandes de récépissé, soit 50.000 FCFA.

Fait à Lomé, le 01^{er} septembre 2017

Pour le Conseil National des Patrons de Presse

Le Président

Jean-Paul AGBOH AHOUELETE

Les membres du Bureau Exécutif :

- **Patrick BLANDE**, 1^{er} vice-président chargé des radios
- **Ambrosine MEMEDE**, 2^e vice-président chargé de la presse en ligne
- **Samuel GNAHOUI**, 3^e vice-président chargé des télévisions
- **Michel TCHADJA**, 4^e vice-président chargé de la presse écrite
- **Fabrice PECHEZI**, Secrétaire général
- **Marc ABOFLAN**, Secrétaire général adjoint, chargé de l'organisation
- **Hugue Eric JOHNSON**, Trésorier général
- **Joseph GADAH**, Trésorier général adjoint, chargé des projets
- **Aimée ATANA**, Conseiller chargé de la liaison avec les médias de l'intérieur
- **Eugène BAMAZE**, Conseiller chargé de la promotion de l'éthique et de la déontologie
- **Gérard WEISSAN**, Conseiller chargé des relations extérieures.