

**Paul Célestin
NDEMBIYEMBE**
*Chargé de cours
ESSTIC
Université de Yaoundé II*

**AMBIGUÏTÉS ET
OPACITÉS DU SYSTÈME
D'AIDE PUBLIQUE À LA
PRESSE AU CAMEROUN**

RÉSUMÉ

Comme dans la plupart des pays du monde, les pouvoirs publics camerounais apportent un soutien à la presse écrite privée. Toutefois, cette aide apparaît dérisoire et sans effet, voire de nature à entretenir les journaux privés dans un état de dépendance permanent, les privant ainsi de la possibilité d'exercer leurs responsabilités sociales et de jouer le rôle essentiel de contre-pouvoir dans une société démocratique. D'où la nécessité de repenser le système d'aide actuellement en vigueur pour assurer son efficacité et réaliser son utilité.

Mots-clé : ambiguïtés ; opacités ; instrumentalisation ; incohérences ; "presse feymanique".

ABSTRACT

Cameroon like most countries, the world over subsidizes the private press in order to enable them attain their goals. Unfortunately such assistance seems baseless given that this subjected the private to permanently on government. Such a situation cleters than effectively playing their social role as a Check against government activities. It therefore becomes imperative to review governments current system of assistance to the private press in order to ensure its effectiveness and usefulness.

INTRODUCTION

L'on s'accorde à reconnaître l'importance de la presse écrite privée dans la formation de la société civile et politique au Cameroun indépendant, depuis les années 90 en particulier¹. Parce qu'ils la jugent indispensable au bon déroulement de la vie sociale économique et culturelle, au regard de son pouvoir de veille, de vigilance et de contrôle, mais surtout eu égard à ses capacités à tirer les sonnettes d'alarme parce qu'ils mesurent son importance dans la formation de l'opinion publique dans un Etat garant du droit du public à l'information ; parce qu'ils professent le pluralisme de l'information dans un contexte libéral et concurrentiel ; enfin, parce qu'ils souscrivent à la philosophie du bénéfice d'un traitement de faveur par les entreprises de presse du fait de la nature de leurs activités, les gouvernants camerounais ont pris des mesures de soutien et d'appui à la presse privée afin d'en assurer la survie et la modernisation à travers l'institution d'une "aide publique à la communication privée"².

Toutefois, l'aménagement d'un cadre normatif de l'aide de l'Etat à la presse privée imprimée n'épuise pas la problématique de la pertinence et de l'incidence de cette forme de soutien, dans la mesure où le système en vigueur suscite de nombreuses interrogations lorsqu'il n'essuie pas de critiques sévères. Dès sa mise en place, l'aide à la presse privée est frappée de soupçon, et déjà, certains flairent une attrape : "*à la lecture du texte (l'arrêté ministériel du 23 septembre 2002), on se rend compte que l'initiative est salutaire, mais il faudra se méfier de cette tutelle très excessive du Mincom (le ministère de la Communication) qui risque à la limite d'asphyxier ce secteur privé*"³. Interviewé par le journal *Ouest Echos*, Jean Samuel Tagny, directeur de publication du périodique *Flash Infos* affirme sans détour que "*l'aide à la presse chez nous ressemble à un piège*"⁴.

(1) Institut Panos, *Afrique Centrale : des médias pour la démocratie*, Karthala, Paris, 2000, PP 61-83.

(2) Arrêté n°017/MINCOM/CAB du 23 septembre 2002 du ministre de la Communication relative à l'aide à la Communication privée.

(3) *Ouest Echos Cameroun*, n°271 du 29 octobre au 04 novembre 2002.

(4) lbd

Au demeurant, l'aide publique à la presse n'est pas une exception camerounaise. Largement pratiquée à l'échelle planétaire⁵, elle apparaît pour la première fois dans le droit international de la communication après la deuxième guerre mondiale⁶ et concerne toute l'organisation de la presse : les agences de presse, les entreprises de presse et les groupes de presse. D'une manière générale, dans la plupart des pays, le bénéfice de l'aide publique est subordonné à la souscription à certaines conditions légales.

Pour une évaluation appropriée du système camerounais, l'étude se propose de rappeler les motivations et les fondements de l'aide de l'Etat à la presse et d'exposer, dans le cadre d'une étude comparée, quelques systèmes d'aide en vigueur à l'étranger (en France et en Suède).

I - FONDEMENTS UNIVERSELS ET MOTIVATIONS DE L'AIDE PUBLIQUE À LA PRESSE ÉCRITE

A - Les fondements de l'aide

Nous retiendrons essentiellement les fondements sociaux et les fondements relevant du droit international.

1) Les fondements sociaux

Au plan social, la volonté de tourner le dos à l'expression de la pensée unique et le souci d'assurer le pluralisme des médias, toutes choses qui oeuvrent à la consécration d'une société des libertés constituent le principal fondement de l'aide de l'Etat à la presse écrite. Celle-ci traduit la prise en compte des libertés collectives que les individus peuvent exercer en commun et qui leur permettent de se réaliser pleinement en tant qu'agents intellectuels. D'un mot, il s'agit de promouvoir les libertés de l'âme (liberté d'expression, liberté de presse et liberté de communication) par opposition aux libertés physiques (G. Burdeau et J. Rivero). Car, assurer le pluralisme de la pensée revient à reconnaître, dans une logique droit de l'homme, les libertés de l'esprit (dont la liberté d'opinion) telles que consacrées par la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme du 10 décembre 1948 en son article 19.

Dans cette optique, la libéralisation de la pensée devient inévitable. Et c'est pour assurer et garantir ce pluralisme de la

(5) Francis BALLE, Médias et Société, 8^e éd., Montchrestien, Paris, 1997.

(6) André SANTINI, L'état et la presse, Litec, Paris, 1990.

pensée que les pouvoirs publics des Etats qui proclament le droit à l'information et la liberté de la presse proposent et mettent en place des mécanismes en vue d'assurer leur manifestation et leur expansion par le biais d'un soutien substantiel aux journaux en difficulté et à faibles revenus publicitaires.

2) Les fondements internationaux

Au niveau international, un cadre normatif spécifique, l'accord de Florence, favorise la réalisation du pluralisme de la pensée proclamé par les grands textes universels fondateurs des droits de l'homme et des libertés individuelles. Signé le 22 novembre 1950 au siège de Nations Unies à New York, il est entré en vigueur le 21 mai 1952 et complété par le protocole annexe de Nairobi en 1976. Bien qu'il ne soit pas exclusif au secteur de la communication, l'accord de Florence facilite la libre circulation des idées et des connaissances ainsi que "*la diffusion la plus large des diverses formes d'expression des civilisations*", facteurs déterminants pour le progrès intellectuel et le maintien de la paix dans le monde. L'accord de Florence porte également sur la franchise douanière à l'importation d'objets à caractère éducatif, scientifique et culturel. Les annexes qui font partie intégrante de l'accord, article XVII, élisent les journaux et les périodiques au bénéfice des dites franchises sous certaines conditions cependant⁷.

Par ailleurs, il existe une convention douanière (1961) relative à l'importation temporaire du matériel professionnel appartenant aux journalistes, à des chaînes de radio et de télévision. Quoique de nature éminemment économique, cette déclaration apparaît comme un acte fondamental en faveur de l'épanouissement des entreprises de presse.

B - Les motivations de l'aide

Elles sont de trois ordres : économique, politique et stratégique.

1) Les motivations d'ordre économique

En tant qu'elle concourt à la réalisation de l'intérêt général, la presse est soumise aux principes fondamentaux de continuité, d'égalité, de neutralité et d'adaptation de l'information tels qu'inscrits dans le droit international de l'information et de la communication⁸, et dont l'accomplissement requiert

(7) Par exemple, si la publicité excède 70 % de la surface, l'annexe A ne s'applique pas.

(8) Jacques ROBERT, *Libertés Publiques*, coll. Université nouvelle, Précis Domat, Montchrestien, Paris

d'importantes ressources financières lorsqu'on considère la pesanteur de l'industrie des moyens de communication. L'aide de l'Etat à la presse obéit ainsi à des motivations économiques. Du reste, l'activité liée à l'information est loin d'être négligeable tant au regard de son chiffre d'affaires que de ses effectifs⁹. L'accroissement continu des coûts de production accentue les difficultés des entreprises de presse. Ceux-ci couvrent principalement les frais de production intellectuelle qui concernent la rédaction et la documentation ; les frais administratifs, les frais de production matérielle (équipements et frais de matières premières) et les frais salariaux. Du fait de la faiblesse de leurs ressources financières propres, les entreprises de presse sont continuellement menacées de cessation d'activités, c'est-à-dire d'interruption du service de l'information au public. Les singularités du marché de la communication qui se caractérise par une offre périssable et par une rentabilité incertaine transforment ainsi en impératif catégorique le devoir que se font la plupart des états d'assurer un champ plus large d'autonomie à la presse susceptible de juguler leurs charges et de permettre l'accroissement de leurs produits d'exploitation. En définitive, une action pour la liberté de la presse axée sur l'amélioration des conditions économiques des entreprises de communication se révèle incontournable.

2) Les motivations d'ordre politique

Si l'aide publique vise à assurer la survie des entreprises de presse en difficulté et à garantir le pluralisme des idées, elle contribue aussi à la consolidation de la société de libertés et à l'enracinement des principes démocratiques, c'est-à-dire, à l'avènement d'un état de droit. En outre, dans le monde contemporain mondialisé, la liberté d'expression et le pluralisme de la presse constituent des baromètres déterminants de la démocratie, des unités de mesure de la crédibilité des gouvernements et, des nos jours, des conditions édictées et exigées pour l'attribution de certaines formes d'aide internationale¹⁰. Dans les pays émergents en particulier, les états veillent à la mise en place de systèmes d'aide publique à la communication susceptibles de promouvoir une presse libre, forte et professionnelle.

(9) Nadine TOUSSAINT, *l'économie de l'information*, Que sais-je ? n°1701, PUF, Paris.

10) *Les institutions financières de Bretton Woods conditionnent l'allègement de la dette des pays en développement à la réalisation de la bonne gouvernance dont le volet liberté et pluralisme de la presse est l'un des plus importants. Dans de nombreux pays africains en particulier, la tolérance du pluralisme médiatique semble liée à des considérations d'ordre stratégique et non à une réelle volonté de construction démocratique.*

Sous ce rapport, c'est la pluralité qui est garante de la liberté et de la tolérance. Dès lors, l'aide publique à la presse dévoile une nécessité vitale et une exigence capitale dans la construction d'un édifice démocratique solide ; elle procède par conséquent d'une démarche de salubrité sociale et d'utilité publique.

3) Les motivations d'ordre stratégique

Toutefois, le soutien de l'Etat à la presse n'est pas toujours dépourvu d'arrière-pensées et cache souvent mal un artifice politique visant à maintenir des zones d'influence et un certain contrôle sur les journaux privés. Car la presse dans son rôle de "*quatrième pouvoir*" est considéré comme une menace pour l'exécutif qui à défaut de l'instrumentaliser cherche à la fidéliser. Dans cette logique, l'aide publique à la presse privée peut constituer à la fois un moyen d'orientation et un pouvoir d'obstruction entre les mains du politique qui, à travers la maîtrise des lignes éditoriales, réduirait le sens critique des journaux au profit d'opinions qui lui seraient favorables. C'est la raison pour laquelle on a pu dire que "*l'Etat aide ou finance totalement une information qui ne se vend pas forcément bien et étouffe une information désirée*".

II - PRATIQUES DE L'AIDE PUBLIQUE À LA PRESSE DANS LE MONDE

D'un point de vue formel, l'aide publique à la presse présente généralement deux caractéristiques : elle peut être directe (aides matérielles, dotation en capital, subventions, prêt...) ou indirecte (minoration des dépenses de matières premières, contribution à l'allègement des charges de transport des journaux, application de tarifs préférentiels de télécommunication, exonération douanières ou fiscales ...). S'agissant des modalités d'aide, elles sont également réparties en deux catégories :

- le "*système neutre*" ou "*d'égalité*". Il fait bénéficier l'aide publique aux publications sans distinction de contenu, d'opinion politique et quels que soient leur situation financière, leur tirage ou leur pagination ;
- le "*système d'aide différencié*". Il repose sur des critères d'attribution précis et prévoit habituellement des avantages spécifiques aux journaux les plus défavorisés ou en situation précaire.

A - L'aide directe et différenciée : l'option suédoise.

Depuis 1963, la Suède applique un système d'aide directe et différenciée qui ne cesse cependant d'évoluer de façon pragmatique. Les journaux bénéficient de nombreuses aides à la production, au lancement des publications (subvention initiale, prêt sans intérêt ni amortissement) et au rééquipement des journaux provinciaux. Quant aux journaux intervenant dans le domaine technique ou commercial ils sont dotés de subventions pour la mise en commun d'imprimerie, de messagerie et de régie publicitaire. Enfin, des subventions spécifiques sont prévues pour les quotidiens à faible diffusion par le biais de publicités d'Etat destinées à informer les citoyens sur leurs droits et leurs devoirs. A cette aide directe s'ajoute, en faible proportion des aides indirectes qui procèdent des pratiques universelles et portent sur des aides postales ; l'exonération de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) ; l'allègement de la taxe sur la publicité, mais aussi des subventions aux partis politiques qui peuvent les recéder aux journaux.

B - L'aide neutre et indirecte : l'exemple français¹¹

1) Les modalités de l'aide :

Il s'agit surtout d'une aide indirecte puisque l'Etat a mis sur pied un ensemble de mesures dont la majorité tend à alléger les dépenses des entreprises de presse ; soit qu'on leur accorde des tarifs préférentiels, soit qu'on leur applique une fiscalité de faveur. L'aide directe, qui se matérialise par des subventions, est très limitée. Enfin, le montant de l'aide ou sa forme n'a aucune liaison avec le contenu du journal. Cependant, les quotidiens ou assimilés sont plus favorisés au détriment des périodiques. Dans une optique économique, l'aide se présente comme suit :

- Les aides à l'équipement : institué en 1945 pour faciliter la modernisation, l'article 39 bis du code général des impôts accorde à certaines entreprises une franchise d'impôt sur une part de bénéfice, à condition que celui-ci soit affecté à l'acquisition d'éléments d'actifs nécessaires à leur exploitation. Les quotidiens et les hebdomadaires régionaux d'information

(11) A ce sujet Jean CLUZEL... Presse et démocratie, L.G.D.J. Paris, 1997

générale peuvent ainsi mettre en réserve 60 % de leur bénéfice pour l'affecter à 80 % du prix de revient des équipements acquis. Pour hebdomadaires et les mensuels d'information ces taux sont respectivement de 30 et 40 %.

- Les aides à l'exploitation : cas de l'Agence France Presse (AFP). l'Etat alloue une subvention à l'Agence qui lui permet de se développer et de fournir ses services aux médias à un prix réduit à travers des souscriptions aux abonnements. Par ailleurs, une réduction de 50 % est accordée aux quotidiens et agences de presse sur les tarifs des communications téléphoniques et des télégrammes adressés au journal pour des informations destinées à être publiées. Cette réduction porte aussi sur la location des fils et des téléscripteurs. Un décret du 8 novembre 1977 accorde également une réduction (remboursement de 40 %) des transmissions par facsimilé. De plus, les entreprises de presse bénéficient d'un taux de TVA réduit pour leurs achats d'informations auprès des agences ou pour les travaux de composition et d'imprimerie.

- Le transport et la diffusion : à l'exclusion de la presse pornographique, l'ensemble de la presse bénéficie d'une réduction de 50% pour le transport ferroviaire des journaux. Le manque à gagner pour les chemins de fer est compensé par une subvention budgétaire. A côté de cela un taux de faveur est accordé à toute la presse tant pour le régime intérieur qu'extérieur qui varie selon les catégories (journaux "routés", "semi-routés"), le poids et les caractéristiques de la publication. En outre, il existe une aide à la diffusion des journaux à l'étranger : elle intègre des tarifs de transport et de port internationaux préférentiels et un fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger alimenté par une dotation budgétaire. L'aide à la diffusion participe de la promotion de la culture française à travers le monde.

Par ailleurs, il existe deux fonds d'aide différenciée : le fonds d'aide aux quotidiens à faible capacité publicitaire. Cette aide est réservée aux quotidiens nationaux d'information générale et politique dont le tirage est inférieur en moyenne à 250 000 exemplaires, et la diffusion inférieure à 150 000 exemplaires, dont le prix de vente est compris dans une fourchette entre +30% et -10% du prix de vente moyen des quotidiens nationaux et enfin dont les recettes publicitaires n'excèdent pas 25% des recettes totales. En vertu de ces

critères trois quotidiens se sont partagés 12,9 millions en 1994 (La Croix, L'Humanité et Présent). Un décret du 28 juillet 1989 étendait cette aide aux quotidiens de province. Un fonds spécifique accorde une aide aux quotidiens d'information politique et générale, à la diffusion régionale, départementale ou locale dont le tirage et la diffusion sont respectivement inférieurs à 70 000 et 60 000 exemplaires ; dont le prix est compris entre 90 % et 130 % du prix de vente moyen de ces quotidiens ; dont les recettes de PA représentent moins de 5% de leurs recettes publicitaires totales. Au surplus, l'Etat français a adopté en 1993 un plan d'aide exceptionnelle pour la presse. Une dotation budgétaire de 200 millions a été dégagée. Pour 1993, 150 millions ont été distribués comme suit: 10 millions à partager entre les deux Fonds spéciaux d'aide aux quotidiens ; 50 millions pour la SOFARIS, organisme de garantie de prêts ; 90 millions accordés à 185 publications d'information générale et politique ayant eu soit une baisse de 5 % de leurs recettes publicitaires ou de 15% de leurs recettes de petites annonces, soit des recettes publicitaires inférieures à 15 % de leur chiffre d'affaire.

2) Conditions et montant de l'aide

Les conditions nécessaires pour bénéficier de la TVA réduite et des aides c1 et c2 sont définies par les articles 72 et 73 de l'annexe III du Code général des impôts et peuvent se résumer comme suit :

- 1) les journaux et publications doivent avoir un caractère d'intérêt général quant à la diffusion de la pensée : " *instruction, éducation, information, récréation du public* " ;
- 2) ils doivent satisfaire aux obligations de la loi sur la presse (nom de l'imprimeur, du gérant, dépôt...) ;
- 3) paraître au moins une fois par trimestre ;
- 4) être offerts au public à un prix marqué ;
- 5) avoir au plus les deux tiers de leur surface consacrés à des réclames ou des annonces ;
- 6) ne pas être assimilables à des prospectus, catalogues, publications ayant pour objet principal la recherche ou le développement de transactions d'entreprises commerciales ou bancaires, publications ayant pour objet principal la publication d'horaires, organe de documentation administrative ou corporative, de défense syndicale, etc.

III - DE L'AIDE PUBLIQUE À LA PRESSE ÉCRITE AU CAMEROUN : UNE PROBLÉMATIQUE D'ACTUALITÉ, UN SYSTÈME CONTESTÉ

Comme on a pu le constater, l'aide publique à la presse privée est d'existence récente au Cameroun, les attentions de l'état ayant été généralement réservées à la presse publique. Inspirée par la loi du 19 décembre 1990 qui trace le cadre général et définit les principes fondamentaux de la liberté de presse au Cameroun, l'institution de l'aide publique à la presse privée est organisée autour d'un texte principal : l'arrêté du ministre de la Communication du 23 septembre 2002 "*portant création, organisation et fonctionnement de la commission d'examen des demandes d'accès au bénéfice de l'aide publique à la communication privée*"¹².

A peine apparue, l'aide publique essuie de nombreuses critiques sur son caractère peu opérant ou inefficace. Deux voies seront explorées afin de dégager les insuffisances de ce dispositif formel¹³ : d'une part, l'examen de ses faiblesses sur le plan statutaire et normatif, d'autre part, l'analyse des ambiguïtés dans la pratique.

A - Les faiblesses normatives de l'aide

Un bref survol de cet arrêté permet de relever d'importantes limites normatives au regard de la nature et de l'intitulé du texte ; des modalités d'accès à l'aide ; de la forme et du montant de l'aide.

1 - La nature et l'intitulé du texte

Le niveau institutionnel d'aménagement du cadre juridique d'aide à la presse privée constitue une première indi-

(12) Il convient de relever qu'en 2001, suite à l'extension à la presse d'une promesse du Président de la République visant à encourager l'accès aux nouvelles technologies de la communication, le ministre de la Communication prit un arrêté (n°6/ Mincom/Cab du 9 mai 2001) fixant les conditions d'accès au bénéfice de l'exonération de la TVA à l'acquisition des intrants et biens d'équipements destinés à l'exploitation des activités de communication. Les effets de cet arrêté ont cessé d'être produits depuis 2005. Il s'agissait donc d'une mesure d'aide ponctuelle.

(13) A ce dispositif formel s'oppose un dispositif informel qui permet aux publications privées de bénéficier des aides diverses à l'occasion de certains événements de l'actualité nationale et internationale. Ainsi, à la veille de scrutins électoraux, certains journaux qui en font généralement la demande reçoivent du ministère de la Communication des subventions directes pour la couverture des élections. Dans certains cas, des journalistes de la presse privée sont pris en charge par les pouvoirs publics pour couvrir des manifestations à l'étranger notamment des compétitions sportives dans lesquelles des équipes camerounaises sont engagées (cas des coupes du monde ou africaines de football).

cation sur les intentions réelles des pouvoirs publics concernant l'organisation de l'aide à la presse privée. Structurée par un arrêté ministériel, elle n'est pas située au rang légal constitutionnellement envisagé pour les questions relatives à la liberté de la presse¹⁴.

En outre, l'intitulé de l'arrêté en suggère pertinemment les limites, au regard de l'étendue du domaine considéré par l'aide instituée. Le texte gouvernemental envisage un soutien à l'ensemble des composantes du secteur de la communication privée : entreprises de communication audiovisuelle, entreprises de publicité, structures de formation, associations à but non lucratif, entreprises de relations publiques, organisations professionnelles, entreprises de presse privée, entreprises de communication cybernétique, etc. L'aide préconisée concerne donc les structures les plus diverses qui ne partagent qu'un point commun : l'appartenance au secteur de la communication. Autrement, rien ne les prédispose à figurer sur un même registre lorsqu'il s'agit de soutenir l'activité de l'information, entendue comme exigence de liberté et de démocratie.

En tout état de cause, il y a bien loin entre une entreprise de presse et une entreprise de publicité. Du coup on se demande comment des entités aussi différentes peuvent bénéficier de conditions de soutien identiques. L'arrêté du 23 septembre 2002 se présente alors comme un texte fourre-tout, un cadre juridique ambitieux mais peu apte à porter son ambition, comme en attestent les ambiguïtés qui accompagnent son application.

2 - les modalités d'accès à l'aide

Conformément aux dispositions de l'article 13 al. 1 et 2 de l'arrêté du 23 septembre 2002, *"l'aide publique à la communication privée est ouverte à tout organisme ou entreprise de droit camerounais relevant du secteur privé de la communication, régulièrement constitué et exerçant ses activités sur le territoire camerounais"*. Trois critères sont donc nécessaires pour être éligible à l'aide publique : un critère organique (entreprise privée) ; un critère juridique (organisme de droit commun) ; un critère territorial (entreprise exerçant sur le territoire camerounais). L'alinéa 2 énumère limitativement les

(14) Toutefois, le moment de l'aide à la communication privée est inscrit depuis quatre ans au budget du ministère de la Communication et voté à l'Assemblée nationale dans le cadre de la loi des finances de l'Etat.

territoire camerounais). L'alinéa 2 énumère limitativement les organismes éligibles au bénéfice de l'aide. Il s'agit précisément, pour ce qui est de la presse écrite privée, des quotidiens et des périodiques paraissant à intervalles réguliers. Autrement dit, ces organismes doivent avoir un caractère d'intérêt général et satisfaire aux obligations de la loi sur la communication sociale relatives à la constitution des organes de presse. En outre, l'aide s'octroie en fonction de critères de "performance, du respect de l'éthique et de la déontologie professionnelles (ainsi que) de la conformité aux lois et règlements en vigueur" dont le non-respect peut entraîner la suspension provisoire de toute ou partie de l'aide octroyée, voire, dans certains cas graves, la radiation définitive à l'éligibilité au bénéfice de l'aide. D'où cette mise en garde de Ouest Echos : " *Malheur à ceux-là qui seront pris en cas de manquement à la déontologie et à l'éthique professionnelle*".

3 - Forme et montant de l'aide

Sur la forme, il s'agit essentiellement d'une aide directe et différenciée puisque les pouvoirs publics camerounais allouent des dotations financières et des subventions aux structures de communication remplissant les conditions définies par l'arrêté ministériel du 23 septembre 2002. Schématiquement, l'aide publique à la presse privée se décompose en trois volets :

- les subventions pour "*permettre aux bénéficiaires d'acquérir du matériel professionnel, de payer les frais connexes inhérents à la collecte et au traitement de l'information, et de couvrir la remise au travail journalistique, distributeur le cas échéant*"¹⁵ ;
- l'aide financière pour assurer la "*production d'une information de qualité (contribution aux frais d'agence et à la documentation en ligne*" ; servir à l'acquisition des intrants matériels ; permettre "*la prise en charge*" des journalistes des organismes concernés à l'occasion de grands événements internationaux ;
- l'aide à la formation professionnelle pour le renforcement des capacités professionnelles et en ressources humaines par l'organisation des stages de recyclage et de perfectionnement au profit des journalistes et autres professionnels de la presse privée.

Pour ce qui est du montant de l'aide, il varie d'année en année et reste tributaire du niveau global de l'enveloppe prévue au budget du ministère de la Communication.

(15) Alexandre T. Djimeli in "*Le Messenger*" du 25 septembre

B - Les incohérences du système d'aide

Le système d'aide publique à la presse privée au Cameroun comporte de nombreuses incohérences. Au nombre des griefs formulés figurent les limites des pouvoirs de la Commission d'examen des dossiers d'aide, l'inconsistance du montant de l'aide et son faible impact sur les publications.

1 - Une Commission aux pouvoirs limités

Constitué d'un point de vue formel comme la clé de voûte de l'aide publique à la presse privée, la Commission nationale d'examen des demandes d'accès au bénéfice de l'aide publique à la communication privée est confrontée à deux écueils majeurs qui limitent considérablement son influence :

- la nature de ses missions. Il s'agit d'une commission consultative qui se limite à examiner "*les dossiers de demande d'accès au bénéfice de l'aide... introduits par les organismes ou entreprises relevant du secteur privé de la communication*", c'est-à-dire à vérifier qu'ils remplissent bien les conditions de forme prescrites. Elle n'émet que des avis simples, conformes ou motivés qui n'engagent ni n'influencent la décision de leur destinataire.

La Commission ne se prononce pas sur le fonds, c'est-à-dire l'attribution de l'aide¹⁶. Cette prérogative est laissée à la discrétion du ministre de la Communication qui n'est même pas lié par les avis de la Commission sur la forme des dossiers. Ces pouvoirs discrétionnaires du ministre de la Communication sont jugés trop pesants par les responsables des organes qui concluent à l'arbitraire et la subjectivité dans la répartition de l'aide publique à la presse.

- l'irrégularité des travaux. Alors que l'article 2 (1) de l'arrêté du 23 septembre 2002 dispose que "*l'aide publique à la communication privée a un caractère pérenne et statutaire*", on observe une tenue irrégulière des travaux de la Commission qui n'a pu siéger en 2005 par exemple, faute de moyens (d'où la non allocation de l'aide cette année là). L'argument d'absence de moyens est empreint de légèreté et ne résiste pas à la critique dans la mesure où les textes consacrent eux-mêmes la pérennité de l'aide. En réalité, il est difficilement recevable

(16) Si la Commission a un rôle limité en amont, pour l'attribution de l'aide, en aval, elle assure le contrôle de la gestion et de l'utilisation de l'aide par leurs bénéficiaires et dresse un rapport trimestriel au ministère de la Communication.

dans la mesure où l'alinéa 2 l'article susvisé prévoit que "les crédits ...afférents (au fonctionnement de la Commission) sont pour chaque exercice budgétaire, inscrits au budget du Ministère de la Communication".

2 - Une aide dérisoire

Commentant les tableaux d'attribution de l'aide publique à la presse privée au titre du premier semestre de l'exercice budgétaire 2004, le journal *Mutations* écrit : "Il est difficile de rester insensible aux chiffres qui ont été avancés à l'issue de cette session (de la Commission d'examen des dossiers d'attribution de l'aide publique à la communication privée) comptant pour le 1^{er} semestre 2004 : 33,7 millions de francs CFA répartis entre 30 bénéficiaires ; 1,9 million de franc CFA pour l'entreprise de presse la mieux nantie, à savoir *La Nouvelle Expression*... des chiffres qui devraient faire rire au regard de toute la propagande qui est faite autour de cette action qui n'a de pareille que la dernière "générosité" du gouvernement en faveur des partis politiques à l'occasion des dernières consultations électorales et qui, elle, était de l'ordre de 500 millions de francs CFA, pas moins".

Les montants des aides allouées sont, de toute évidence, insignifiants, inconsistants voire dérisoires au regard de l'accroissement continu des charges de production d'un journal. Ils sont si faibles que les entreprises de presse parmi les plus représentatives ont refusé d'y souscrire. Ainsi, Pius Njawé, directeur de publication du journal *Le Messager* qui argumente : "D'abord, c'est indécent de conditionner l'accès à cette aide par une demande préalable. Le ministère de la Communication (Mincom) dispose d'un fichier qui donne tous les éléments sur les entreprises du secteur de la communication au Cameroun. A partir de ce fichier, on sait qui représente quoi. En exigeant une demande, c'est comme si le Mincom nous réduisait au rang de mendiants. Or je crois que nous méritons plus que cela. Ensuite, cette aide ressemble à une forme de détournement de deniers publics. Rien qu'à voir comment les choses se passent, on a l'impression que les initiateurs voulaient faire d'une pierre trois coups : premièrement faire croire à la profession que le gouvernement est attentif à ses problèmes économiques, deuxièmement, satisfaire des copains, et troisièmement enrichir des structures privées. Voyez-vous l'élasticité de la gamme des entreprises considérées comme pouvant bénéficier de cette aide ? Enfin, je n'irai jamais demander cette aide parce

que je ne veux pas me rendre complice de cette distraction organisée de fonds publics." De son côté, dans un entretien, Haman Mana, directeur du quotidien *Mutations* affirme qu'il ne sollicitera pas l'aide publique à la presse privée.

La faiblesse des aides jette le doute sur la volonté des gouvernants à assurer une information plurielle. A cet égard, on serait tenté de dire avec Francis Balle que "l'indépendance des journaux est exposée du fait de l'assistance économique consentie par l'Etat (inmanquablement, la dépendance des journaux s'accroît à mesure que les gouvernants acquièrent un droit de vie ou de mort sur leurs assistés. Et les liaisons entre la presse et les gouvernants ne peuvent manquer d'être suspectes et adultérines : on croit difficilement à l'indépendance d'une presse qui peut, à tout instant, se présenter en mendicante devant les gouvernants".

Tableau de l'aide publique au sous-secteur presse écrite en 2003 et 2006

a) Au premier semestre 2003

Nom de l'organe	Secteur d'activités	Montant trimestriel	trimestriel
Le Nouveau Monde	Entreprise éditrice	1 126 082,77	2 252 165,54
Le Héraut	Entreprise éditrice	1 082 771,90	2 165 543,79
L'Equatorial	Entreprise éditrice	1 147 738,21	2 295 476,42
Le Renouveau Hebdo	Entreprise éditrice	1 039 461,02	2 078 922,04
La Patriote	Entreprise éditrice	996 150,14	1 992 300,29
Contemporaine	Entreprise éditrice	1 299 326,27	2 598 652,55
Shoot	Entreprise éditrice	1 082 771,90	2 165 543,79
La Voix du Paysan	Entreprise éditrice	1 440 086,62	2 880 173,24
La Lumière	Entreprise éditrice	1 082 771,90	2 165 543,79
Scores	Entreprise éditrice	1 104 427,33	2 208 854,67
Anecdote	Entreprise éditrice	1 212 704,52	2 425 409,04
Le Continent	Entreprise éditrice	996 150,14	1 992 300,29
La Nvelle Expression	Entreprise éditrice	1 948 989,41	3 897 978,8

b) Au 29 mars 2006

Nom de l'organe	Catégorie	Montant
The Guardian Post	A	1 579 790
Amand'la	A	1 579 790
La Nouvelle Vision	A	1 579 790
The Nation	A	1 579 790
La Voix du Paysan	A	1 579 790
L'œil du Sahel	B	1 354 000
Anagsama - Lessombo	B	1 354 000
Weekly Post	B	1 354 000
Renouveau Hebdo	B	1 354 000
Le Nouveau Monde	B	1 354 000
Score 200	B	1 354 000
Le Financier d'Afrique	C	1 128 400
La Source	C	1 128 400
Crises et Solutions	C	1 128 400
La Lumière	C	1 128 400
L'Indicateur	C	1 128 400
Tempête du Renouveau	C	1 128 400
L'Ouest Républicain	C	1 128 400
Le Pèlerin	C	1 128 400
Le Héraut National	C	1 128 400
Diapason	C	1 128 400
Le Réveil Hebdo	C	1 128 400
La Une	C	1 128 400
L'Eveil Républicain	C	1 128 400
Small No BI Sick	C	1 128 400
Agenda Setting	C	1 128 400
Total		32 948 500

Source : Ministère de la Communication, Direction de la Presse Privée.

Les chiffres présentés dans les tableaux ci-dessus confirment les analyses sur la modicité des aides octroyées à la presse privée dans son ensemble et à chaque organe de presse bénéficiaire en particulier. Il révèle également le saupoudrage dénoncé par de nombreux professionnels.

3 - Une aide aux effets pervers

Manifestement, les ambitions affichées par le gouvernement à travers l'aide publique aux médias privées sont battues en brèche par les niveaux des montants servis. Le journal Mutations questionne et engage un débat : "Que peuvent valoir un ou deux millions de francs CFA pour un organe de presse privée comme La Nouvelle Expression qui, sur une estimation empirique, consomme en moyenne 3 millions de francs CFA de papier par mois, 4,5 millions de francs CFA de frais d'imprimerie dans le même mois, une dizaine de millions de francs CFA de masse salariale, et qui doit renouveler son parc informatique pratiquement tous les dix-huit mois, sans compter toutes les

charges fiscales, et autres frais de fonctionnement ? Que peut valoir 1,3 million de franc CFA pour une entreprise audiovisuelle comme Multi Média Center qui, pour réaliser un seul magazine de 26 minutes sur la lutte contre l'onchocercose ou sur la prévention routière, a besoin de mettre en place un budget de 8 millions de francs CFA ? Sur ces deux questions repose toute la problématique, non pas seulement de l'opportunité de l'aide accordée à la communication privée, mais de l'impact de cette dernière sur la modernisation des entreprises bénéficiaires dont on espérait pourtant qu'elles se professionnaliseront et se libéreront grâce aux fonds alloués. Mieux qu'une simple condamnation de l'initiative gouvernementale, il s'agit là d'une interpellation du ministère de la Communication, initiateur de cette entreprise, mais dont l'acte ne mérite même pas d'avoir valeur de simple symbole". Ce d'autant plus, qu'à vrai dire, l'aide octroyée a plutôt provoqué des effets contre productifs en entretenant une presse saisonnière constituée de journaux qui apparaissent quelque temps avant l'attribution des aides publiques pour disparaître quelque temps après. Les montants servis sont détournés à l'usage personnel des propriétaires au détriment des journaux eux-mêmes.

Tous les acteurs du secteur de la communication s'accordent à reconnaître les limites du système en vigueur d'aide publique à la presse privée. Des réaménagements s'avèrent donc nécessaires, car comme le souligne Jean Cluzel, l'aide "est indispensable à la liberté de la presse, à son pluralisme et donc à la vitalité du débat démocratique"¹⁸. Au demeurant, précise-t-il, "la fragilité des entreprises de presse peut fragiliser la démocratie"¹⁹.

IV- DES PISTES DE RÉFORME INDISPENSABLES

Quelle que soit l'importance des appréciations négatives qu'elle suscite, l'aide publique à la presse écrite est une réalité au Cameroun. Mais après une demi décennie de mise en application, l'expérience confirme les appréhensions initiales. Manifestement, sous sa forme actuelle, l'aide publique peut difficilement soutenir la viabilisation et l'assainissement du secteur de la presse et pour dire les choses telles qu'elles sont, on doit constater qu'elle a plutôt renforcé le développement de journaux douteux constitutifs de "la presse feymanique".

(18) Jean CLUZEL de l'Institut, *Liberté et démocratie*, L.G.D.J. Paris, p. 11.

(19) Ibid, p. 12

La presse unique est constituée par ces publications épisodiques dont le siège est établi dans un porte-documents renfermant des "*dossiers explosifs*", objets de chantage. Elle est animée par des individus au profil incertain qui exercent, seuls, toutes les fonctions de production, d'administration, de réalisation et de distribution du journal²⁰. Dans les salles de rédaction, les adeptes de cette presse sont désignés sous le sobriquet de "*journalistes du Hilton*", parce qu'ils ne sont généralement aperçus, dans l'exercice professionnel, que dans les cocktails qui concluent les manifestations organisées dans ce prestigieux établissement hôtelier de la capitale camerounaise.

Les réformes indispensables pour l'amélioration du système en vigueur peuvent s'envisager dans trois principales directions.

1 - Définir les finalités de l'aide publique à la presse

Paradoxalement, le système d'aide publique à la presse privée en pratique ne repose sur aucun fondement objectif, l'arrêté du 23 septembre 2002 étant absolument muet sur la question. Pour le rendre plus pertinent, il convient de le fonder sur des finalités clairement définies de type démocratique ou de type économique. La poursuite des finalités démocratiques oriente l'aide publique vers la multiplication des publications, le quantitatif éditorial étant alors considéré comme le symbole achevé de la manifestation du pluralisme des idées et de la liberté d'expression, tandis que la visée des finalités économiques recherche la viabilité du secteur de la presse sans laquelle le quantitatif éditorial est difficile à atteindre.

On voit donc bien que la définition des achèvements de l'aide publique est une priorité et une nécessité absolues. Car elle détermine le choix de la nature de l'aide (aide directe ou indirecte, neutre ou différenciée) ; les conditions d'attribution ; les champs d'intervention (régime fiscal et douanier ; soutien à la production : collecte des informations, impression, distribution ; régime des postes et télécommunications...) ; etc. Parce que toute la problématique de l'aide publique à la presse privée tourne autour de ses finalités il importe de les éclaircir.

(20) Institut Panos, op, cit pp. 71-73.

2 - Sortir l'aide publique à la presse écrite du giron commun

A l'évidence, l'aide à la communication privée ne couvre pas exclusivement la presse écrite privée. Les nécessités d'une action plus efficace et les problèmes spécifiques à la presse écrite suggèrent de sortir la presse imprimée du système d'aide fourre-tout actuel. La spécificité de la presse écrite est justement soulignée par André Santini lorsqu'il écrit : *"Un journal, c'est de l'histoire en route, de la science en action et de la géographie localisée. Ce sont aussi des informations plus modestes ou plus personnelles. Il entretient ses lecteurs de la vie politique du pays, des législations de ses assemblées et des activités de ses élus. Il raconte les exploits des hommes, commente, discute, explique, amuse. Il correspond toujours à ces principes séculaires : informer, parfois contester, éduquer et distraire. Au-delà du plan politique, l'imprimerie en général, le journal en particulier, restent donc, malgré l'importance prise par la radio et la télévision, des éléments essentiels pour la diffusion des idées, contribuant ainsi à modeler le type humain dans lequel une civilisation s'incarne"*. On ne saurait donc, sous ce rapport, envisager un système d'aide publique commun à des associations à but non lucratif et à des entreprises de presse. Assurément, commente un directeur de publication, les imprimeries, les agences conseil en communication et autres régies publicitaires n'ont pas les mêmes problèmes que la presse. En la matière, l'originalité n'est pas nécessairement l'indication d'une volonté d'aider réellement ceux qu'on prétend soutenir.

3 - Favoriser l'accès de la presse au multimédia

L'aide publique à la presse écrite privée peut difficilement omettre, de nos jours, l'accès aux technologies de l'information et au multimédia. Il s'agit de préparer, d'encourager et de soutenir les mutations de la presse au regard des évolutions technologiques. Car si elle ne les prépare pas, elle se condamne à les subir. Certes, la presse dispose d'importants atouts face à la révolution du multimédia. Cependant, le développement des *"services multimédias"* requièrent des investissements qui ne peuvent être réalisés sans le soutien, sous des formes variées, des pouvoirs publics.

CONCLUSION

Avec la politique, la presse constitue au Cameroun l'un des sujets sur lesquels chacun se croit compétent et habilité à émettre un avis. Et, en général, le point central concerne la liberté de la presse. La presse fait donc couler beaucoup d'encre, mais essentiellement sous l'angle politique. Or les plus grandes menaces qui pèsent sur elle sont d'ordre économique. Les conditions actuelles de la presse écrite, victimes tant de la concurrence des médias électroniques, de la précarité de l'environnement économique que des faiblesses de son organisation suscitent déjà des interrogations sur sa viabilité et son avenir, deux décennies à peine après la libéralisation du secteur. C'est la raison pour laquelle la mise en place d'un système d'aide publique ne peut pas relever d'un simple gadget politique, mais procéder d'une ambition forte d'en assurer la survie et le développement. Avec sa tonalité propre, la presse écrite privée contribue à la satisfaction des besoins sociaux en information, à la bonne gouvernance et à la lutte contre la pauvreté. Ainsi considérée, l'aide publique qui lui est destinée ne peut pas être conservée dans ses contournements actuels.

BIBLIOGRAPHIE

Balle (F) : *Médias et Société* ; Paris ; Montchrestien ; 8^{ème} édition 1997.

Beltrame (P) et Mehl (L) : *Techniques, Politiques et Institutions fiscales comparées* ; Paris ; Paris ; 2^{ème} édition refondue.

Cluzel (J) : *Presse et Démocratie* ; Paris ; LGDJ ; 1997.

Institut PANOS : *Afrique Centrale : des médias pour la démocratie* ; Paris ; Karthala, 2000.

Mendo (Z) et Hond (J.T) : *Une décennie de communication sociale au Cameroun (1990-2000)* ; Yaoundé ; Sopecam ; 2005.

Robert (J) : *Libertés Publiques* ; Paris ; Montchrestien, coll. Université nouvelle, Précis Domat ; 1982.

Santini (A) : *L'Etat et la Presse* ; Paris, Litec ; 1990.

Toussaint Desmoulins (N) : *L'économie de l'information* ; Paris ; PUF, coll. *Que sais-je ?* ; 1978.

Toussaint Desmoulins (N) : *L'économie des médias* ; Paris ; PUF, coll. *Que sais-je ?* ; 1996