

Dans le souci de jeter les bases d'une Politique Nationale de Communication au Burundi, le Ministère des Télécommunications, de l'Information, de la Communication et des Relations avec le Parlement en collaboration avec le Conseil National de la Communication et la Maison de la Presse du Burundi a organisé, du 4 au 5 mars 2011, les Etats Généraux des médias et de la Communication à Gitega, après celle de décembre 2001 tenue à Bujumbura.



Ces assises ont été rehaussées, à l'ouverture par Son Excellence Monsieur le Président de la République et à la clôture par Son Excellence Monsieur le Premier Vice Président de la République au Grand Séminaire Jean Paul II à Gitega.

Dans les discours de circonstances, il a été signifié que ces Etats Généraux de la

Communication aideront à dresser l'état des lieux de l'information et de la communication au Burundi, à proposer concrètement une méthodologie de révision de l'ensemble du cadre juridique et réglementaire de la communication, à mettre sur pied un forum permanent de dialogue entre les médias et leurs partenaires à travers une bonne régulation et autorégulation, à mettre en exergue la viabilité commerciale des médias et de montrer les enjeux des Tics au Burundi.

Cette deuxième édition des Etats Généraux des Médias et de la Communication, intervenue neuf ans après celle décembre 2001 devrait être un cadre idéal pour remettre les pendules à l'heure et travailler en vue d'élaborer un document de la Politique Nationale de la Communication au Burundi, selon Madame Concilie Nibigira, Ministre des Télécommunication, de l'Information, de la Communication et des Relation avec le Parlement.

Elle a indiqué que cette dernière va prendre en compte les besoins et aspirations de la population burundaise en matière de démocratie, de développement et de paix durable et les recommandations de la réunion des Cadres de dialogue organisés à l'intention des responsables des Médias à Gitega en mars 2009.

Les thèmes retenus et qui ont été développés sont les suivants :

- La Communication de proximité et formation des professionnels
- La Communication commerciale : publicité et promotion
- La Communication et intégration régionale
- Le contexte juridique des médias, régulation, autorégulation et droit d'auteur
- Etude de l'opinion et sondage, notions de statistique
- La régulation des infrastructures TIC
- Gestion des entreprises de presse, subventions et fonds d'aide aux médias
- Communication institutionnelle et politique ;
- Responsabilité sociale des médias et promotion de la culture burundaise

Après les échanges des différents participants à ses assises, des recommandations ont été dégagées pour asseoir une bonne Politique Nationale de Communication.

Il s'agit notamment :

- Concevoir une stratégie de communication politique
- Que les rédacteurs en chef des rédactions assument leur responsabilité professionnelle
- Recréer les porte-parole des ministères et leur donner une mission précise
- Que le porte-parole d'un corps soit membre de ce corps. Ex : porte-parole du gouvernement = membre du gouvernement
- Que les porte-parole puissent anticiper, tenir des briefings de presse (sorties médiatiques régulières)
- Créer un cadre de collaboration médias / porte-paroles
- Que le porte-parole dépende directement du ministre pour pouvoir communiquer à l'aise et à temps
- Mener une étude sur l'organisation de la cérémonie de présentation des vœux du nouvel an en y intégrant des éléments de notre culture compatibles avec la réalité du moment
- Sensibiliser les responsables des institutions et responsables politiques pour qu'ils comprennent que les porte-parole restent et doivent être maîtres du jeu
- Eviter la publicité clandestine
- Eviter la publicité tricheuse
- Veiller à la protection des valeurs nationales
- Réguler tout le secteur de la publicité
- Aux entreprises de presse, instituer des services qui ne font que la publicité (ex : service commercial)
- Renforcement des Capacités et de Formation en TIC ;

- Adopter les activités TIC et télé-services comme moteur de l'économie burundaise (mettre en œuvre la stratégie Cyber-Gouvernement);
- Texte d'application portant Détaxation des Terminaux TIC;
- Mettre en place une Politique Tarifaire Claire des services TIC ;
- Mettre en place une Politique d'accès Universel aux TIC;
- Mettre en place des mécanismes urgents de passage de l'analogique au numérique

Il est signalé que les participants à ses Etats Généraux des médias et de la Communication étaient essentiellement composés par les représentants des organes de régulation et d'autorégulation, les représentants des radios et télévisions, les représentants des journaux écrits et des agences d'informations et des imprimeries, des maisons d'édition, les représentants des principaux partenaires du secteur des médias, de l'information et de la communication, les représentants des institutions étatiques (Présidence, Parlement, Ministères, Administration territoriale, Police, Armée, CENI ...), les représentants des opérateurs de la téléphonie fixe, mobile et de l'Internet, le Secrétariat Exécutif des TIC ainsi que les représentants des agences de publicités, films et musique