**RAPPORT GENERAL DES TRAVAUX DES ETATS GENERAUX DE LA COMMUNICATION ET DES MEDIAS**

Le présent rapport a été élaboré à l’issue des travaux des Etats Généraux de la Communication et Médias.

Il comprend trois parties et une annexe, à savoir:

1. La synthèse narrative de la cérémonie d’ouverture et du séminaire d’orientation ;
2. La présentation des rapports des commissions ;
3. Les recommandations ;
4. La liste des participants (Annexe)
5. **RESUME NARRATIF**

**I. DE L’OBJET**

Les Etats Généraux de la Communication et des Médias (EGCM) de la République démocratique du Congo, placés sous le Haut patronage de Son Excellence Monsieur le Président de la République, et convoqués conformément à la décision de Son Excellence Monsieur le Ministre de la Communication et Médias, se sont effectivement déroulés du 25 au 28 janvier 2022 au Centre catholique Nganda, à Kinshasa-Kintambo.

Ces Etats généraux, dont le thème général est : «**Les médias congolais: quelles perspectives à l’ère du numérique et des enjeux et défis du développement durable ?**», ont réuni in fine quelques 220délégués composés des professionnels des médias de Kinshasa et du Congo profond, des professionnels du secteur de la communication, des représentants des institutions publiques, des représentants des institutions de formation ainsi que des partenaires qui accompagnent le Gouvernement dans le secteur de la communication et des médias.

**II. DE LA CEREMONIE D’OUVERTURE**

La cérémonie d’ouverture a été présidée le 25 janvier 2022 au Fleuve Congo Hôtel de Kinshasa par Son Excellence Félix-Antoine TSHISEKEDI TSHILOMBO, Président de la République démocratique du Congo, devant les présidents des deux chambres du parlement, les chefs des institutions, le Premier ministre, les députés et sénateurs, les membres des gouvernements national et provinciaux, les chefs des missions diplomatiques et représentants des organismes internationaux ainsi que de nombreux invités.

Avant son mot d’ouverture, le Chef de l’Etat et ses invités ont suivi la lecture du rapport des travaux préparatoires de ces états généraux qui se sont tenus du 13 au 18 décembre 2021 au centre catholique Nganda à Kinshasa.

Dans son allocution, le Ministre de la Communication et Médias, Porte-parole du Gouvernement et président du Comité organisateur des Etats généraux, a rendu un hommage mérité au Président de la République d’avoir accepté de présider personnellement cette cérémonie. Ila rappelé que ces états généraux venaient répondre à la volonté du Chef de l’Etat, exprimée dans son discours d’investiture le 24 janvier 2019, de s’engager «à promouvoir la presse et les médias en vue d’en faire un véritable quatrième pouvoir… ». D’où l’impérieuse nécessité de « refonder » l’écosystème médiatique actuel en vue de l’adapter au nouvel environnement social et politique.

Pour le Ministre Patrick MUYAYA, le thème choisi pour ces Etats Généraux de la Communication et Médias, sonne comme une réponse du secteur aux enjeux auxquels le pays fait face. Sur le plan pratique, les assises de Nganda permettront d’aborder les questions liées à la fiabilité et la viabilité des médias, à l’actualisation et au renforcement du cadre juridique et règlementaire du secteur ainsi qu’à la définition d’une politique nationale de communication en cohérence avec la vision stratégique du développement du pays.

Le Ministre de la Communication et Médias, porte-parole du Gouvernement, s’est également appesanti sur l’impact des fake news sur la société et la pratique journalistique. Il a noté la nécessité de lutter contre cette déviation par les mécanismes de renforcement de la discipline au sein de la profession et d’une formation efficiente qui passent par la redéfinition du statut du journaliste et sa meilleure responsabilisation.

L’orateur a également insisté sur l’impérieuse nécessité de faire émerger un nouveau narratif sur la République démocratique du Congo comme gage d’une meilleure image du pays dans l’imaginaire collectif et à l’extérieur. C’est un défi à relever par l’ensemble de la communauté nationale, au-delà des clivages de toute sorte. « Moteur du développement, du redressement national et antidote au ‘’Congo Bashing’’, le nouveau narratif doit être compris et porté par tous sans tendance. Car, il s’agit d’abord de faire gagner le Congo », a conclu le Ministre Patrick MUYAYA.

Invité à prendre la parole, le Président de la République, Son Excellence Félix-Antoine TSHISEKEDI TSHILOMBO a entamé son allocution par saluer la présence de tous les délégués à qui il a présenté ses vœux les meilleurs pour cette nouvelle année.

Il s’est réjoui l’initiative du Ministre de la Communication et Médias en ce que ces Etats Généraux permettent de consolider son attachement personnel à faire émerger en RDC une presse libre et pluriel, comme un des piliers de son combat politique, « celui de la défense et de la promotion de la liberté de la presse, un des éléments fondamentaux qui donnent sens à notre vie démocratique », a déclaré le Chef de l’Etat.

Le Président de la République a engagé les participants à prendre à cœur le processus de réinvention de leur métier, dans un pays qui se présente aujourd’hui au monde comme un pays solution.

«*Vous devez donc vous réinventer techniquement et déontologiquement pour assainir votre corporation, économiquement pour assurer la viabilité de vos entreprises de presse et technologiquement pour ne pas rater le train de la révolution numérique qui fait déjà de notre vaste monde, un village planétaire…* ».

Pour le Président de la République, il faut un changement de paradigme dans le métier d’informer. C’est tout le sens de l’expression «**salubrité médiatique**» utilisée par le Chef de l’Etat. Une fois réussie cette remise en question interne, le Gouvernement apportera son appui à cette mutation nécessaire à la refondation du secteur.

Abordant les grandes réformes envisagées, Son Excellence Félix-Antoine TSHISEKEDI s’est engagé à accompagner l’adoption de nouvelles lois, notamment celle portant sur l’exercice de la liberté de la presse et tous les autres textes indispensables à la bonne marche du secteur, ainsi qu’aux meilleurs mécanismes de sécurisation des journalistes à travers le pays et à la viabilité économique des médias.

De même, le Chef de l’Etat s’est dit conscient des difficultés que rencontrent les professionnels des médias dans l’exercice de leur profession. Il les a exhorté à travailler ensemble avec le Gouvernement pour lutter contre les antivaleurs qui régressent le développement de notre pays, entre autres: le tribalisme, le trafic d’influence, la corruption, le népotisme. Ils auront ainsi contribué au développement du pays.

C’est sur cet appel à la responsabilité que le Président de la République a ouvert les travaux des Etats Généraux de la Communication et Médias en République démocratique du Congo.

**III. DU DEROULEMENT DES TRAVAUX**

1. **Du séminaire d’orientation**

Après la pause protocolaire, les participants ont regagné l’auditorium du Fleuve Congo Hôtel pour le séminaire d’orientation. Neuf intervenants ont exposé sur différents thèmes retenus par le Comité d’organisation sous la conduite du présidium.

Le Professeur Jean-Chrétien EKAMBO, membre du Comité scientifique, a abordé la thématique liée à la **Viabilité économique des médias congolais: quelles pistes de solutions**.

Grâce à des tableaux comparatifs, l’intervenant a mis en exergue les problèmes qui affectent l’économie des médias dans un environnement de crise généralisée. Recourant à Karl Max, le professeur EKAMBO a apporté un éclairage explicatif sur la problématique de la production et de la consommation des produits médiatiques, qui répondent à la logique d’une économie biface.

Se fondant sur le nouvel environnement où interviennent d’autres producteurs de contenus que les professionnels des médias, et des consommateurs d’un type nouveau, à savoir les mobinautes, le conférencier a esquissé des pistes de solution allant de la redéfinition de l’entreprise de presse aux facilités fiscales et parafiscales, en passant par l’aide de l’Etat et la redevance audiovisuelle.

Succédant au premier intervenant, le Professeur Aimé KAYEMBE a brossé devant les participants les grandes lignes de la **Politique nationale de la communication et des médias**.

Le professeur Aimé KAYEMBE attire l'attention du public sur le fait que la RDC est mal présenté à l'intérieur par les médias locaux et à l'extérieur par les médias internationaux. Il souligne la nécessité de protéger l'image et l'identité du pays. D'où, il propose que la politique nationale de la communication impose aux parties prenantes de se découvrir la nécessité d'impliquer les médias privés et publics dans la stratégie alternative de défense de l'Etat par l'information.

Il consacre le principe d'apprécier un journaliste aussi bien par le niveau d'observance de l'éthique, la déontologie et de l'éditorial pour apprécier la technicité des hommes des médias en plus de sa capacité de sécuriser l'Etat. Cela suppose que tous devraient maîtriser : la manière de présenter la RDC ainsi que la manière à l'aide de laquelle les autres devraient s'appliquer à présenter la RDC. Ce choix devrait s'appuyer sur une communication de puissance de la RDC fondée sur le nouveau narratif de valorisation du pays, du territoire, de son peuple, de ses projets de développement et de sa gouvernance, en lien avec le programme de développement du gouvernement de la République.

Le représentant de l’UNESCO en RDC, Dr. Jean-Pierre ILBOUDO, s’est appesanti sur le rôle des **Médias comme instrument de consolidation de la paix, de l’unité, et de la solidarité nationales, de bonne gouvernance et du développement durable**.

L’orateur focalisé son exposé sur les mécanismes permettant aux médias de relever les grands défis du développement durable dans un pays. Il s’agit de combattre les pratiques de désinformation, mésinformation et des discours de la haine en promouvant l’exercice d’un journalisme libre, indépendant et pluraliste. Il s’agit également d’impliquer les médias dans les mécanismes de prévention des conflits et de promotion de la diversité des expressions culturelles.

Il s’agit enfin d’impulser les changements de comportements par la communication pour promouvoir le développement durable.

Tous ces mécanismes peuvent se matérialiser par la pratique de nouvelles formes journalistiques comme le journalisme de paix, le journalisme sensible au conflit ou au genre, ou encore le journalisme proactif.

Le Dr. ILBOUDO a insisté sur l’intégration des technologies de l’information et de la communication dans le processus de production des contenus et des pratiques journalistiques promouvant le développement durable dans tous les secteurs de la vie : qu’il s’agisse des questions essentielles comme celle du changement climatique ou de la fiabilité des processus électoraux ou encore celle de la prévention des conflits.

L’intervention du représentant de l’UNESCO a été suivie de celle du Général-major Léon-Richard KASONGA, commandant du Service de communication et d’information des forces armées de la République démocratique du Congo (SCIFA) et porte-parole des FARDC. Il a consacré sa communication à la question de la **Sécurité du journaliste en République démocratique du Congo**.

Le Général a commencé par énumérer l’arsenal juridique international et national qui protège le journaliste, avant de donner la perspective de son service sur la meilleure manière de protéger les journalistes. Professionnel des médias lui-même, l’orateur s’est servi des exemples concrets pour inviter les journalistes à la responsabilité car, pour lui, c’est elle la clé de sa propre sécurité.

Rodriguez KATSUVA, journaliste, formateur en fact-cheking et promoteur d’un média spécialisé en cette matière est intervenu par visioconférence depuis Paris. Il a partagé son expérience en matière de **lutte contre les fausses informations avec de faibles moyens : initiation à la vérification des faits**.

Dans son exposé, l’intervenant a donné toute une panoplie de mécanismes simples et de moyens technologiques gratuits qui permettent au journaliste de vérifier les informations avant leur diffusion. Exemple à l’appui, Rodriguez KATSUVA a expliqué comment son propre média est parvenu à plusieurs reprises, à dénicher des informations malveillantes et à apporter les correctifs nécessaires. Des techniques similaires existent pour traquer les photos et images animés trafiqués.

L’orateur a terminé son partage d’expérience par un souhait de voir être mise en place une grande rédaction au niveau national, permettant de réaliser au quotidien ce travail de vérification de nouvelles. C’est, pour lui, de cette manière aussi que les médias pourraient contribuer à redorer l’image du pays et de la profession.

Avant la pause, Monsieur Gaby KUBA, Président de l’Union nationale de la presse du Congo (UNPC) a fait une **Evaluation de l’état du secteur de l’information et de la communication, Etat des lieux de la presse congolaise**.

Il a noté les avancées significatives enregistrées dans le secteur des médias, notamment en ce qui concerne la liberté de la presse. Cependant, plusieurs pesanteurs pèsent encore sur l’environnement et les pratiques journalistiques. Que ce soit dans le secteur public où les médias ne jouent pas véritablement le rôle de service public attendu d’eux ou dans le secteur privé où les médias sont pris en otage par des lobbies politiques et économiques.

Le président de l’UNPC a également dressé un véritable réquisitoire en ce qui concerne les professionnels des médias eux-mêmes, principaux responsables de la descente aux enfers de la profession. Cependant, des améliorations sont possibles et chacun devrait s’y engager.

Les participants ont eu droit à une pause-café.

Aussitôt revenus, les travaux se sont poursuivis avec l’intervention de M. Tshivis TSHIVUADI, Secrétaire général de l’organisation de défense de la liberté de la presse Journaliste en danger (JED) et vice-président du comité scientifique. Se refusant de faire un exposé théorique, il a plutôt abordé la question de la **Presse congolaise face à la déontologie et à l’éthique professionnelle** de manière anecdotique.

Se servant de quelques exemples de publication des journalistes ou concernant les journalistes sur les réseaux sociaux, l’orateur a fustigé les dérapages parfois volontaires et en toute conscience de la part des professionnels des médias. Il s’est insurgé contre ces actes qui ternissent chaque jour un peu plus l’image de la profession.

Monsieur Tshivis TSHIVUADI a partagé sa crainte de voir être contrecarrée la proposition du moratoire contre l’emprisonnement des journalistes, si des mesures fortes ne sont pas prises pour décourager ces comportements déviants. Fustigeant cette sorte de délinquance qui caractérise certains professionnels des médias, l’orateur les a appelé à une plus grande responsabilité et au renforcement des instances de régulation et d’autorégulation.

Relayant cet exposé, Israël MUTALA, président de l’Association des médias d’information en ligne (MILRDC) s’est également indigné de la conduite de certains professionnels des médias avant d’aborder le thème : **les médias congolais à l’ère du numérique : défis à relever**.

Après rappelé les principaux concepts ainsi que les types de médias existants à l’ère du numérique, Israël MUTALA a donné un aperçu sur l’avènement d’Internet et sa fulgurante montée comme principal support et véhicule de l’information de notre époque. Cette évolution appelle les médias congolais à s’ajuster, au risque de périr, a-t-il souligné. Il a donc souhaité que les professionnels d’adaptent à cette transition numérique.

Le Président de MILRDC a également présenté les avantages de l’économie numérique, avant de mettre un accent sur les principaux défis à relever, notamment celui de la réforme du cadre légal et institutionnel, celui des infrastructures communes et des équipements adéquats, mais également le défi du nouveau modèle économique pour la presse et de la formation à la maîtrise des outils, des applications, des genres journalistiques et de l’écriture propre au web.

Pour boucler la série, les participants ont été abreuvé de la longue expérience de Monsieur Stéphane KITUTU O’LEONTWA, journaliste, Président-Directeur général honoraire de la radiotélévision nationale et président honoraire de l’Union nationale de la presse du Congo. Son exposé a porté sur **Quel avenir pour la radiotélévision publique en RDC ?**

L’intervenant a rappelé le contexte historique de la naissance et de l’évolution du média public, à l’aune des changements politiques et idéologiques intervenus en RDC. Il s’est interrogé sur la notion du service public appliqué à la RTNC, qui, aux yeux de certains, ne reflète pas le contenu de cette expression.

Pour Monsieur KITUTU, la radiotélévision nationale est et devrait rester un média de service public, à condition de conduire à bon port les réformes nécessaires à sa transformation. Il s’agit avant tout d’une réforme structurelle permettant la RTNC de se doter des embranchements spécifiques prenant en charge des domaines comme la culture nationale tant toute sa diversité, les informations ou les sports.

Cela pose des défis en termes d’équipements de ces chaines thématiques issues du démembrement de la RTNC, mais également en termes de formation du personnel et de prise en charge de la production. D’où la nécessité d’une réflexion sur des financements complémentaires permettant à la nouvelle structure du média public de rendre son cahier des charges de service public.

Il s’agit par exemple de la mise en place de la régie congolaise de la publicité, qui, en plus de la redevance audiovisuelle, mobilisera les moyens à répartir entre les secteurs public et privé.

Ces exposés ont donné lieu à des échanges et à des enrichissements de la part des participants.

Le Président du comité d’organisateur, le Ministre Patrick MUYAYA et le vice-Président Jean-Pierre KIBAMBI SHINTWA ont fait la synthèse des travaux avant de clôturer la première journée des Etats généraux de la communication et Médias.

1. **Des travaux en commissions**

Conformément au calendrier des travaux, les participants se sont retrouvés au Centre catholique Nganda les mercredi 26 et jeudi 27 janvier pour les travaux en commissions. Suivant les recommandations du Comité organisateur, les bureaux des trois commissions ont été composés de la manière suivante :

1. **Commission de viabilité économique des médias**

Président: Professeur Jean-Chrétien EKAMBO

Rapporteur  : Mme Chantal KANYIMBO

Deuxième Rapporteur: Monsieur Israël MUTALA

1. **Commission des textes et réforme du cadre légal**

Président : Monsieur Gaby KUBA

Rapporteur : Monsieur Thivis TSHIVUADI

Deuxième Rapporteur : Madame Rosalie ZAWADI

1. **Commission de la politique nationale de communication et médias**

Président : Monsieur Jean-Marie KASSAMBA

Rapporteur : Professeur Aimé KAYEMBE

Deuxième Rapporteur : Me Cédric MWAMBA

1. **RAPPORT DES COMMISSIONS**
   1. **Commission Viabilité économique des entreprises de presse : médias publics, privés, communautaires et associatifs**

La commission a été chargée d’examiner les possibilités de créer un nouvel écosystème économique et financier favorables aux médias afin de bâtir des médias à l’ère du numérique.

Elle est composée de 53 membres issus du CSAC, des sections de l’UNPC, de la diaspora, des organisations corporatives de l’audiovisuel public et privé, de la presse écrite, des médias en ligne et des structures de formation.

Les membres de la commission ont travaillé dans un esprit de cordialité et de respect mutuel digne des professionnels des médias.

Après les orientations du bureau sur les termes de référence des EGCM et le règlement intérieur, la méthode de travail a été adoptée par les membres de la commission. Il s’en est suivi un débat général des travaux du comité scientifique.

Par la suite, le bureau a sérié les recommandations du Comité scientifique en 8 catégories en vue de procéder aux amendements de ces recommandations et à l’adoption de nouvelles recommandations.

En effet, les membres de la Commission « Viabilité économique des médias » sont attachés à un triple leitmotiv : refus d’accepter la fatalité, refus de subir les rigidités structurelles et refus de céder aux difficultés conjoncturelles.

Les recommandations adoptées en séance plénière portent sur les catégories thématiques suivantes :

1. La publicité
2. Le RENATELSAT
3. La redevance
4. Le CSAC
5. Les médias publics
6. Les médias privés, communautaires et confessionnels
7. L’aide publique de l’Etat
8. Le ministère de la Communication et médias

Ce travail de deux jours a abouti à la production de 57 recommandations.

* 1. **Commission des textes et réforme du cadre légal**

La Commission, composée d’une soixantaine de membres, était présidée par un bureau comprenant Cette commission a examiné quelques textes de loi susceptibles de modification, notamment la loi N°96-002 du 22 juin 1996 fixant les modalités de l’exercice de la liberté de presse en République Démocratique du Congo et l’ordonnance-loi N° 81-012du 02 avril 1981 portant statut du journaliste en RDC ainsi que le projet de circulaire portant moratoire sur les arrestations et détentions des journalistes en République Démocratique du Congo.

Les participants ont proposé les modifications et améliorations suivantes :

1. Loi N° 96-002 du 22 juin 1996 fixant les modalités de l’exercice de la liberté de presse en République Démocratique du Congo.

Exposé des motifs

L’exposé des motifs a pris en compte les questions principales du contexte. Une inquiétude a été relevée, celle de considérer les réseaux sociaux comme des médias. La commission a recommandé de considérer « les réseaux sociaux certifiés ».

Au-delà de cela, la question était de savoir comment légiférer pour ce secteur ; concrètement, est-ce qu’on applique la loi congolaise ou la loi du pays où réside le diffuseur.

Comment réguler un media qui est ailleurs et qui a un hébergeur? Faut-il une loi internationale? Le président de la commission a parlé d’une initiative au niveau des corporations des pays d’Afrique centrale pour décourager la diffusion des messages de haine à travers les médias. Une initiative encouragée par l’Unesco qui recommande de travailler dans le sens de réduire les contenus toxiques dans tous les médias.

**Dispositions générales**

A ce niveau, la lecture a été faite par section. Ainsi, les 8 articles de la première section ont été lus en bloc avant l’ouverture du débat.

La commission a salué l’innovation constatée dans la dépénalisation des délits de presse. Le fait pour le juge de vérifier la véracité de l’information donnée par le journaliste.

Concernant la dépénalisation des délits de presse, la commission a suggéré un régime spécifique à la liberté de la presse. Ainsi, la dépénalisation a été comprise, définie comme :

* Le processus tendant à réduire l’application des sanctions pénales à l’égard d’un comportement déterminé ;
* Le recours à la peine d’amandes comme alternative à la peine de prison pour certaines infractions.

Les atteintes à la liberté de presse ont en commun 3 éléments constitutifs à savoir : la mauvaise foi, la fausseté des faits et le préjudice.

Des échanges ont également eu lieu sur la notion de co-régulation qui a pour but de renforcer les structures existantes. Même si elle n’est pas définie par un texte, mais cette co-régulation existe. En attendant l’adoption de la nouvelle loi, on ne peut rien mettre en œuvre en contradiction avec la loi encore en vigueur.

C’est à ce niveau qu’un débat animé a été engagé sur le maintien dans le texte des noms des organes de régulation et d’auto-régulation à savoir le CSAC et l’UNPC. Un débat qui est resté sans consensus jusqu’à la fin des travaux. Une partie a soutenu le principe de la légistique selon lequel on ne doit pas mettre les noms des associations dans une loi.

Pour l’autre, concernant le CSAC, elle argumente que le CSAC est là du fait de la volonté de la constitution et de la loi organique. Suivant le ratio legis du législateur, il doit figurer comme organe de régulation.

C’est aussi le cas de l’UNPC qui ne doit pas être confondue aux autres organisations, du fait de son statut particulier. Comme le consensus à ce sujet a été difficile à trouver, la commission a décidé de maintenir les deux et de laisser le texte poursuivre le processus de révision.

Un autre débat a touché sur la question de la définition même de qui est journaliste. Par journaliste professionnel il faut entendre :

* Toute personne diplômée d’une école de journalisme reconnue par l’Etat et dont l’activité principale régulière et rétribuée consiste à la collecte, au traitement et à la diffusion de l’information ;
* Toute personne titulaire d’un diplôme de licence ou équivalent, suivi d’une pratique professionnelle de 3 ans dans la collecte, le traitement et diffusion de l’information au sein d’une entreprise de presse.

Cependant, le projet de modification de la Loi N° 96-002 du 22 juin 1996 fixant les modalités de l’exercice de la liberté de presse en République Démocratique du Congo dépouille l’administration de la communication et médias de toutes ses prérogatives règlementaires au profit du CSAC alors que la loi organique du CSAC lui demande de s’occuper de la régulation, donc du contenu. Concrètement, le CSAC intervient pour réglementer le contenu lorsque l’entreprise est déjà créée.

L’administration de la communication et médias étant un service d’assiette, donc mobilisateur attitre des recettes de l’Etat, l’article 5 du projet confie au CSAC le droit de délivrer l’autorisation de paraitre ou de diffuser à l’impétrant moyennant payement.

Ainsi, il a été demandé de remplacer CSAC par l’administration de la communication et médias.

L’administration de la communication et médias a versé au bureau de la commission la proposition du texte tel que modifié à son niveau.

Des échanges sur l’article 3 et l’article 8 ont eu lieu mais la formulation du projet a été maintenue.

**Section 2**

Après lecture des articles de cette section, les remarques et suggestions suivantes ont été formulées :

Article 10 : il faut mettre des gardes – fou pour que les médias publics arrêtent de donner la qualité de journaliste a tout leur personnel.

Un autre point important, débattu à différents niveaux de l’analyse du projet concerne les blogueurs. La commission a convenu du concept de journaliste – blogueur à prendre en compte dans cette loi en laissant les particuliers qui développent leurs blogs.

La commission a également convenu d’ajouter les nouveaux métiers qu’on découvre avec la presse en ligne comme les Community managers, les webs masters, ….

Toutefois, la commission a reconnu l’évolution actuelle des concepts et soulevé la nécessité pour la Rdc de s’y adapter.

La commission a proposé un stage de 3 ans aux personnes qui choisissent notre profession sans formation préalable.

La commission a salué l’innovation relative à la professionnalisation des journalistes et la nécessité de maintenir un programme de formation permanente par les organes de régulation, d’autorégulation ainsi que d’autres formations corporatives.

**Section 3**

Art 18 : retenir la presse en ligne et non services en ligne

La commission a garde « les messagers de presse » en suggérant de penser à la mutation de cette fonction

**Chap 2 : de l’économie des organes de presse**

Art 34 : considérant que le financement de toutes les dépenses de fonctionnement des médias publics émarge du budget de l’Etat, un débat sur la diffusion ou non de la publicité par ces médias a eu lieu. Pour certains, la RTNC notamment ne devrait pas diffuser de la publicité car c’est une concurrence déloyale fait aux médias prives. A défaut de cela, il faut trouver un moyen par lequel les médias privent qui rendent aussi un service public pourraient bénéficier de la redevance.

Une autre idée a été de demander à la RTNC de réserver 5% de son temps d’antenne a la publicité pendant que les médias prives continueraient à avoir une publicité sur 10% de leur temps d’antenne.

Concernant la publicité elle-même, les experts juristes membres de la commission ont proposé à la commission de se référer à la loi qui règlemente le secteur de la publicité.

Au chapitre des innovations, celle intégrant les médias associatifs, communautaires et confessionnels qui occupe tout le chapitre 3 a été saluée à sa juste valeur. Car, vu leur poids, (584 radios sur toute l’étendue de la République), cette reconnaissance légale est une avancée significative. Mais au-delà, cette reconnaissance apporterait d’énormes avantages à cette catégorie des médias si elle est assortie d’un cahier des charges type qui leur est applicable. Entendu comme cadre d’application de la loi, ce cahier de charge type a le mérite de traduire en des termes plus explicites, les modalités d’existence et de fonctionnement de ces médias. Un exemplaire de ce cahier des charges a été déposé au Secrétariat de lacommission.

Toujours en ce qui est des catégories des entreprises de presse, l’autre innovation est celle de la presse en ligne.

Les échanges qui se sont poursuivis allaient dans le sens de faire converger les différents points de vue sur le texte.

1. **Ordonnance – loi N° 81-012 du 02 avril 1981**

A l’ouverture du débat sur cette ordonnance, la question était de savoir s’il était opportun d’avoir 2 textes, à savoir la loi révisée de 1996 et l’ordonnance de 1981 ; ou si la seule loi révisée de 1996 suffisait à elle seule.

La plénière a souligné l’importance d’avoir les deux textes de loi, chacun couvrant un domaine précis.

La commission a recommandé que l’ordonnance de 1981 soit révisée afin de régler plusieurs questions particulières comme la gestion des carrières par exemple. Une autre recommandation à ce sujet est que la machine devrait être lancée au sortir de ces assises.

1. **Moratoire**

Sur le plan de la forme, il a été recommandé d’ajouter dans le titre du moratoire la précision qu’il concerne les journalistes dans l’exercice de leurs professions.

La commission a proposé :

* Que les blogueurs soient élagués de ce texte ;
* Que le moratoire soit limité aux seuls journalistes ;
* Que seule la carte de presse nationale soit reconnue comme document pouvant confirmer la qualité de journaliste aux professionnels congolais ; les étrangers auront leurs cartes nationales ainsi que l’accréditation du ministère ;
* Que le texte précise les moyens de communication.

Les échanges se sont terminés par une remise en question : si le moratoire traduit une volonté politique de dépénaliser les délits de presse, qu’avons-nous à offrir comme garantie pour assainir notre secteur et prendre en compte les intérêts d’autres citoyens qui pourraient être lésés par les journalistes.

La réponse a été la responsabilité de la presse à travailler dans le respect des règles déontologiques. Il est important de commencer la salubrité médiatique recommandée par le chef de l’Etat lors du renouvellement de la nouvelle carte de presse. Que l’UNPC fasse connaitre son barème des sanctions et que le travail de régulation commence au niveau des organes de presse.

* 1. **Commission de la Politique nationale de la communication et médias**

1. **DE L’OBJET**

Les travaux de votre Communication se sont inscrits dans la droite ligne des travaux du Comité scientifique inspirés des Etats généraux de la Communication et médias (EGCM) dont le thème est «*Les médias congolais : quelles perspectives à l’ère du numérique et des enjeux et défis du développement durable?* ».

1. **DES PARTICIPANTS**

Composée d’une trentaine des personnalités, la commission en charge de la Politique Nationale de la Communication et Médias en RDC ainsi que de la réflexion sur le Conseil National de la Communication et Médias a été présidée par Monsieur Jean Marie KASSAMBA entouré de deux rapporteurs, Maitre Cédric MWAMBA et le professeur Aimé KAYEMBE.

Ces personnalités qui se sont volontairement inscrites sur la liste ouverte pour la composition de la commission, viennent du monde des médias (publics et privés), du droit, de la publicité, des cabinets Conseil National de la Communication et Médias en communication, des universités, des ministères, etc.

Durant les trente premières minutes de l’évolution des travaux, la commission a été gratifiée par la présence de Son Excellence Monsieur le Ministre de la Communication et des Médias, Monsieur Patrick MUYAYA KATEMBWE.

1. **DU DEROULEMENT DES TRAVAUX**

Les travaux de la commission en charge de la Politique Nationale de la Communication et Médias en RDC ainsi que de la réflexion sur le Conseil National de la Communication et Médias ont été lancés le jeudi 26 janvier 2022 à 9H30’ par le Vice-Président du Comité d’Organisation des Etats Généraux de la Communication et Médias, le Conseiller Floribert LUBOTO.

L’orateur a rappelé à l’intention des participants l’importance des EGCM qui s’inscrivent dans la feuille de route du Ministre de la Communication et des Médias en rapport avec la mise en œuvre de l’Axe 8 du Programme du Gouvernement. Il a transmis les vœux du Ministre de la communication et médias de voir la commission atteindre son objectif.

Après son mot d’introduction, le président de la commission Monsieur Jean -Marie KASAMBA a dressé le cadre du travail, avant de donner la parole au premier rapport de la séance, monsieur le professeur Aimé KAYEMBE, pour le condensé de l’exposé relatif à la politique nationale de communication et des médias en RDC, thème développé par ses soins lors de la séance d’orientation organisée le mardi 25 janvier 2022 en marge de la cérémonie d’ouverture des Etas généraux de la Communication et Médias organisée au Fleuve Congo Hôtel, dans la commune de la Gombe.

1. **MÉTHODOLOGIE DU TRAVAIL**

Après le rituel habituel d’imprégnation des participants à la thématique du jour, ces derniers ont été conviés à l’observance de la méthodologie des travaux qui, après débat et délibération des participants, a été structurée en onze (11) points, suivants :

1. De la discussion sur l’existence officielle d’une politique de communication et médias en RDC
2. De la définition formelle de par l’Etat congolais de la politique de communication et médias par l’Etat congolais
3. Identification des Points forts constatés dans la Politique nationale de communication et des médias en RDC
4. Identification de la stratégie pour le maintien de ces points fort (Comment maintenir les points forts)
5. Identification des faiblesses ou insuffisances constatées dans la Politique nationale de communication et des médias en RDC
6. Identification des contraintes constatées
7. Identification des actions à entreprendre pour corriger les faiblesses

* Les actions à mener sur le plan de la diffusion de la Politique nationale de communication et médias pour le développement en RDC
* Les actions à mener sur le plan des réformes juridiques et institutionnelles
* Les actions à mener au niveau des médias de service public
* Les actions à mener dans le secteur des médias privés
* Les actions à mener dans le domaine de la formation à la communication pour le développement
* Les actions à mener au niveau de la recherche et de la vulgarisation scientifique
* Autres actions

1. Identification des acteurs de la Politique nationale de communication et médias
2. Identification des principes de fonctionnement souhaités pour la Politique nationale de communication et des médias en RDC
3. Identification Organisation fonctionnelle souhaitée pour la Politique nationale de communication et des médias en RDC
4. **DES POINTS TRAITES PAR LA COMMISSION**
5. **De la discussion sur l’existence officielle d’une politique de communication et médias en RDC**

Les participants relèvent l’absence depuis le régime du MPR parti Etat d’un texte unique consacré à la politique de communication et médias ; laquelle a été soutenue les règles strictes édictées les organes du parti-Etat, ainsi que par de nombreux textes produit par le mouvement populaire de la Révolution (MPR), l’Etat étant son instrument appelé à les appliqué scrupuleusement.

Les participants notent qu’au-delà de statuer uniquement sur la production et la circulation des informations médiatiques, ces textes avaient la circulation de toutes les informations et photos qui fondaient la construction de l’imaginaire des congolais ainsi que la promotion du tourisme.

Les participants soulignent l’anarchie communicationnelle qui caractère la période la RDC depuis l’avènement de la démocratie en 1990, phénomène caractérisé par la prise de la parole pour des questions d’Etat et officielle par tout le monde, la prise de parole n’importe quand et n’importe où, bref la diffusion parfois par certains vecteurs de communication et communicants de tout et de n’importe quoi par des médias sans autorisation ni mandat ni respect des us et coutume en la matière.

1. **De la définition formelle de la politique de communication et médias**

Les participants ont opté pour une définition de la politique nationale de la communication et des médias en RDC libellé en ces termes :

* La politique nationale de la communication est comprise comme un acte de régulation axé sur les textes fondateurs d’ordre juridique (les lois) et d’ordre politiques (*les discours et intervention des autorités nationales*).

A ce titre, elle est un ensemble des règles et des normes qui régissent la communication des structures étatiques (les ministères, les entreprises étatiques, les provinces, les ambassades, etc.) les congolais ou les structures étatiques ou non étatiques.

Il s’agit des normes qui favorisent la promotion de la RDC, son prestige, sa fierté, ses symboles, afin de construire, de marquer l’imaginaire populaire ainsi que de consolider le nouveau récit sur la RDC, son peuple, son territoire, sa culture, sa vision du monde, etc.

Elle est en définitive, portée par les faits, gestes et paralangages de l’Etat au travers de ses représentants, le gouvernement et les acteurs de la Société civile.

* Au demeurant, la politique nationale de la communication et des médias en RDC a vocation de servir comme un outil stratégique porteur des ambitions du Gouvernement en RDC pour présenter à l’opinion publique locale, nationale et internationale les valeurs du pays.

Elle définit les axes stratégiques autour desquels les messages à diffuser par différents canaux devront se rallier pour parler de la RD Congo autrement et valoriser ses cultures et autres forces afin de :

* + Booster le développement ;
  + Faire la promotion du Congo ;
  + Faire le branding du Congo (*exemple du magazine Congo illustré, la production des films sur nos cités et villages, lesquelles étaient destinées à l’affichage dans les ambassades via le ministère des affaires étrangères, etc.*) ;
  + Être au service du tourisme de la RDC (par *la visibilité* d*es aspects positifs, des infrastructures du pays, ses ressources diverses, humaines ou infrastructurelles et minières, etc.*) ;
  + Être une activité de tout congolais dont les pratiques devraient être vulgarisées dans le système éducatif national ;
  + Favoriser le dialogue entre le sommet et la base ;
  + Être considérée comme une activité dynamique dans les actions à mettre en œuvre ;
  + Aider les animateurs des institutions à réaliser leur mission par un appui au devoir de redevabilité ;
  + Aider les institutions à la réalisation de leurs objectifs ;
  + Constituer une dimension civique pour tout citoyen congolais.

1. **De l’identification des Points forts constatés dans la Politique nationale de communication et des médias en RDC.**
   * + La richesse démographique (un marché de plus de 100 millions d’habitants, une ressource humaine avérée, une diversité linguistique, culturelle et des peuples) ;
     + Le Tourisme (faune, flore, biodiversité, sites touristiques ;
     + La culture (la musique dont la Rumba devenue patrimoine immatériel universel, les sports, les arts, etc.) ;
     + Les résultats remarquables en matière des recherches scientifiques notamment : la lutte contre EBOLA à l’aide du produit EBANGA, contre COVID avec MANACOVID, la malaria avec MANAMALARIA ;
     + Les richesses du sol et du sous-sol (80 millions d’hectares des terres arables, les richesses halieutiques, richesses minières stratégiques, etc.)
     + Hydrographie abondante (bassin du fleuve Congo et ses affluents, lacs, etc.) ;
     + Etc.
2. **De l’identification de la stratégie pour le maintien des points forts (Comment maintenir les points forts).**
   * + Veiller à l’organisation de différents secteurs constitutifs des points forts ;
     + Mettre en place le corps des chargés de communication dont le positionnement sera effectif dans tous les ministères et qui doivent être rattaché au top management, les sociétés publiques et entreprises publiques ou privées, les ambassades ces proposition
     + Identifier des stratégies sectorielles pour parler du Congo
     + Mise en place d’un contrôle en amont et en aval ;
3. **De l’identification des faiblesses ou insuffisances constatées dans la Politique nationale de communication et des médias en RDC**
   * + Le désordre des actes de communication observés dans certaines villes et institutions ;
     + Manque d’implication des médias privés dans la politique de communication pour porter les grandes causes nationales (*exemple : vaccin Covid 19, Guerre de l’Est à Beni, Butembo et Bunia, etc*)
4. **De l’identification des contraintes constatées**
   * + Existence d’une démocratie mal comprise depuis 1990 qui entraine une prise de parole désordonnée et chacun communique n’importe quand ;
     + Faible compréhension du devoir de redevabilité des autorités de l’Etat ;
     + Ainsi cette politique nationale de la communication n’est pas une exclusivité des médias ; elle est une exigence pour tout citoyen ;
     + Faible application des textes qui devraient être adoptés, notamment la loi sur la liberté de l’accès à l’information
     + Le verrouillage des sources officielles ;
     + Discrimination d’accès aux sources d’information officielles ;
     + Primeur de l’information officielle réservée aux journalistes et médias étrangers;
     + Faible disponibilité des canaux officiels sur l’ensemble du territoire ;
     + Faible utilisation de médias communautaires
5. **De l’identification des actions à entreprendre pour corriger les faiblesses**
6. *Les actions à mener sur le plan de la diffusion de la Politique nationale de communication et médias pour le développement en RDC*
   * + Faire une promotion pour corriger l’image immatérielle de l’Etat contrairement à l’image de la guerre qui est collée à la RDC.
     + Prise en charge des médias locaux contrairement à ceux d’autres qui sont couverts par le financement des étrangers.
     + Organisation des sources officielles d’information dont l’action concourt à soutenir l’action du gouvernement et servir de première référence, au travers du redéploiement de la RTNC et l’ACP.
     + Déployer les monuments des héros et autres hommes d’exception pour leur positionnement sur des espaces des écoles et lieux publics
     + Mettre en place un portail internet labélisé de tous les ministères et structures de l’Etat.
     + Créer ou promouvoir des ressources porteuses de valeurs immatérielles à l’instar de l’Abacost et de Liputa
     + Mettre en place un dispositif de de collecte des feedbacks des populations aux informations gouvernementales dont les principes de gestion par les services publics pour leur diffusion au grand public devraient être clarifiés
     + Systématiser la politique d’archivage dans les médias publics et privés
     + Construire une communication qui puisse survivre au régime et au mandat des animateurs de l’Etat.
7. **Les actions à mener sur le plan des réformes juridiques et institutionnelles**

(Voir Commission des textes juridiques)

1. **Les actions à mener au niveau des médias de service public**
   * + Voir texte du PDG Stephane Kitutu
     + Mettre fin à la promotion du contenu institutionnel valorisant les hommes et femmes ayant la charge de leur gestion ou qui fait preuve d’un culte de personnalité
     + Equiper la RTNC en matériels
     + Produire des images TV sur l’étendue de la RDC afin de leur diffusion rationnalisée ;
     + Organiser la publication sur la toile des informations.
     + Renforcer la sanction contre ceux qui communiquent en mal sur la RDC.
     + Rendre la crédibilité aux médias publics par leur dépolitisation.
     + Révision du programme TV pour l’adapter aux attentes des spectateurs et téléspectateurs.
     + Accroitre le nombre des émissions en langues nationales ;
     + Recruter les jeunes candidats journalistes sur la base des compétences et qualité professionnelle, afin de répondre à la concurrence ;
     + Promouvoir la production du contenu de référence et originale à *l’exemple de l’opérette Takinga*, etc, afin de faire de la RTNC la vitrine de la RDC ;
     + Améliorer la présentation des journalistes œuvrant à la RTNC ;
     + Encourager la RTNC à recourir à l’analyse et au sondage (étude sociologique d’écoute, analyse) ; afin de mieux positionner son offre des émissions vis-à-vis des publics et capter trimestriellement leurs attentes.
     + Equiper et moderniser l’ACP afin de faire d’elle la source officielle
2. **Les actions à mener dans le secteur des médias privés**
   * + Dynamiser les principes de l’aide (directe ou indirecte) à la presse conformément à la loi du 22 juin 1996.
     + Que les journalistes et correspondants étrangers en mission sur le territoire national soient obligatoirement accompagnés par les correspondants locaux des médias étrangers légalement constitués en association, afin de garantir la dimension image de l’Etat.
     + Mise à niveau des médias pour la mise œuvre de la charte graphique
     + Le passage des officiels congolais sur des médias étrangers soit préalablement accompagné et assuré d’un travail de coaching par les représentants de ces médias résidant en RDC.
     + Organisation régulière de la formation des gestionnaires des médias ainsi que celle des journalistes œuvrant dans les médias privés et publics.
     + Organisation d’un contrôle du respect des cahiers de charge au sein des médias privés, et le cas échéant les sanctionner.
     + Amener les médias à se dessaisir des habitudes consistant à revenir sur les faiblesses de l’Etat qui déstabilisent ce dernier et sur un contenu qui fait l’apologie des stratégies étrangères issues des certaines ONG et officines.
3. **Les actions à mener dans le domaine de la formation à la communication pour le développement**
   * + Initier des formations au bénéfice des médias afin d’accroitre leur compréhension des lignes programmatiques des ministères qui sont en lien avec la volonté du Congo de construire un Etat fort, prospère et solidaire
4. **Les actions à mener au niveau de la recherche et de la vulgarisation scientifique**
   * + Mener des études thématiques pouvant servir à la requalification des médias
5. **Autres actions**
   * + Création d’un service d’information du gouvernement
     + Elaboration du cadre de référence relatif aux principes de gestion de l’information de l’Etat, moyennant une habilitation, afin d’accroitre l’accès à l’information et la formation des opinions publiques
     + Edicter les principes qui devraient présider au développement des médias publics.
6. ***Identification des acteurs de la Politique nationale de communication et médias*** 
   * + Le secteur public (le gouvernement, les organismes publics, les provinces, les collectivités locales, les ambassades)
     + Les citoyens lambda
     + Les entreprises et opérateurs économiques
     + Les partis politiques
     + Les associations
     + L’Etat,
     + Les médias, journaliste, la presse en ligne, professionnels des hors médias, les agences de communications, photographes de presse, réalisateurs, cameraman,
     + Les ONG nationales et les organisations de la société civile, graphistes, youtubeurs, influenceurs, éditeurs des journaux, attachés de presse, les chargés de communication, les communicants, les rédacteurs analystes, les radios communautaires, archivistes de maison de presse
7. ***Identification des principes de fonctionnement souhaités pour la Politique nationale de communication et des médias en RDC.***
   * + Communiquer sur ce qui nous rassemble (*culture, tourisme, sport, symbole, etc*) pour structurer l’identité de la RDC dans la mémoire collective ;
     + Valoriser et promouvoir la Politique Nationale du Genre
     + Respect des personnes vivant avec handicap ;
     + Communiquer de manière anticipative pour éviter de subir ou toujours chercher à dissiper les malentendus ;
     + L’entretien de l’image interne devrait précéder celui de l’image extérieure de la RDC ;
     + Encouragement du rapprochement entre médias publics et médias privés
     + La défense des intérêts de la RDC est un devoir civique reconnu à tout journaliste congolais. Ce qui suppose que tout créateur de médias doit respecter certaines règles de civisme, de patriotisme et de défense de l’intérêt national ;
     + Donner des éléments de langage aux jeunes et aux congolais afin qui ils améliorent leur façon de défendre et de protéger de leur propre pays ;
     + Les médias (*privés, publics ou communautaire*) sont susceptibles de porter des valeurs. Ce qui suppose qu’ils peuvent concourir à la préservation de l’image de l’Etat ;
     + La rationalisation des organes de régulations et d’auto-régulation
8. ***Identification Organisation fonctionnelle souhaitée pour la Politique nationale de communication et des médias en RDC***

Fonctionnement impliquant le positionnement du principe de *construction du Congo Branding* (image de marque de notre pays) par des étapes telles que :

1. Considérer la RD. Congo comme un patrimoine commun et inaliénable.
2. Considérer l’image de la RD Congo comme un produit à promouvoir
3. Identifier les forces et faiblesses de la RDC,
4. Elaborer des stratégies de communication sur base de ses forces et faiblesses identifiées et le narratif conséquent.
5. **DE LA PLENIERE DE CLOTURE**

La plénière consacrée à l’adoption du rapport final a été présidée le jeudi 27 janvier par Monsieur Jean-Pierre KIBAMBI SHINTWA, Vice-président du Comité organisateur qu’entouraient les autres membres du bureau à savoir les vice-présidents Tito NDOMBI, Floribert LUBOTO et Jean-Marie KASAMBA, ainsi les Rapporteurs Adelard MAMBUYA OBUL’OKWESS et Jesby ZEGBIA.

La plénière a été consacrée à la lecture, à l’amendement et à l’adoption du rapport général. La lecture des rapports des commissions a donné lieu à un débat nourri et convivial au cours duquel les participants ont apporté des correctifs et des enrichissements conséquents. Toutes les questions restées pendantes ont été abordées.

Après débats et délibération, le rapport général ainsi que les recommandations ont été adoptés à l’unanimité.

1. **DES RECOMMANDATIONS**

Les différentes recommandations issues des trois commissions ad hoc des Etats Généraux ont pris en compte les cinq axes suivants :

* Réforme du cadre légal et réglementaire
* Mesures de viabilisation économique des médias
* Réforme des institutions et médias publics
* Questions liées au statut des professionnels des médias
* Enjeux de la politique nationale de communication et médias

1. Mettre rapidement en œuvre le processus de révision de la loi générale sur la presse et de la loi sur le statut des journalistes, de préférence au courant de la session de mars 2022.
2. Actualiser le projet de Loi-cadre sur la publicité qui se trouve au niveau du Parlement en y intégrant particulièrement la fiscalité appliquée au secteur, finaliser son examen et le promulguer en vue de son entrée en vigueur et de sa stricte application.
3. Engager le Gouvernement à concrétiser rapidement le projet de circulaire sur le moratoire contre les arrestations des journalistes.
4. Redéfinir correctement l’entreprise de presse comme entité économique bénéfique et le média comme structure organique et fonctionnelle de l’entreprise de presse.
5. Renforcer les conditions de création d’une entreprise de presse dans la Loi générale n° 96-002 du 22 juin 1996 fixant les modalités de l’exercice de la liberté de la presse.
6. Faire respecter scrupuleusement les conditions de création d’une entreprise contenues dans la Loi générale sur la presse, en vue de leur stricte application.
7. Renforcer les prérogatives du CSAC et régulariser ses frais de fonctionnement
8. Ajouter aux critères de fiabilité exigés par le Conseil supérieur de l’audiovisuel et de la communication (CSAC) la preuve à fournir par les candidats entrepreneurs de presse d’un fonds de roulement d’au moins deux ans de portée.
9. Encourager le CSAC à réévaluer tous les ans le respect des conditions d’exercice de la liberté de presse.
10. Alléger substantiellement le régime fiscal, douanier et parafiscal des entreprises de presse.
11. Appliquer des allègements fiscaux et parafiscaux sur les intrants spécifiques aux médias, notamment les plaques, encres, ordinateurs et caméras.
12. Initier la révision de l’arrêté interministériel n° 002 et n° 136 du 17 novembre 2019 portant fixation des taux, taxes à percevoir à l’initiative du Ministère de la Communication et médias.
13. Supprimer la taxe sur les droits de diffusion de la publicité (5%) à payer au Ministère de la communication et médias.
14. Supprimer la redevance de conformité due à l’Agence nationale des renseignements (ANR).
15. Demander à l’Etat d’allouer régulièrement des subsides publics.
16. Opérationnaliser la collecte de la redevance audiovisuelle pour les médias publics.
17. Opérationnaliser les mécanismes des aides directes et indirectes à la presse, en invitant le CSAC à clarifier les conditions d’éligibilité à ces aides.
18. Inviter le CSAC à organiser des sondages fiables pour mesurer les audiences des médias.
19. Catégoriser l’aide à la presse de la manière suivante :

* aide à la diffusion
* aide à la production des contenus relatifs au développement durable
* fonds de soutien aux écoles de journalisme
* aide à la production des contenus en langues nationales
* aide spécifique à la presse écrite.

1. Revoir les cahiers des charges des médias créés à l’initiative des organismes des Nations-Unies avec l’accord de l’Etat.
2. Inviter le CSAC à accompagner l’élaboration d’une mercuriale publicitaire selon les différents supports.
3. Encourager la mise sur pied des régies publicitaires selon les affinités des médias en tant que structures corporatistes.
4. Limiter la publicité sur les médias audiovisuels publics par un pourcentage clairement défini.
5. Installer au sein du CSAC une unité de gestion de la concurrence dans le domaine de la publicité.
6. Contraindre les institutions nationales à diffuser, selon les cibles, la publicité dans les médias nationaux plutôt que dans les médias étrangers.
7. Interdire aux médias appartenant aux institutions onusiennes la production des contenus générateurs des revenus, notamment le sport.
8. Interdire aux médias onusiens la diffusion gratuite d’offres d’emplois et d’appels d’offres concurremment aux médias congolais.
9. Exiger des médias étrangers employant des journalistes congolais sur le territoire national un contrat en bonne et due forme.
10. Exiger un permis de travail pour le correspondant permanent étranger et les envoyés spéciaux permanents.
11. Rééquiper les médias publics et renforcer leurs capacités.
12. Obliger les médias publics et privés à maitriser leurs charges sociales par un recrutement pertinent du personnel.
13. Créer un Fonds d’appui à la presse avec la garantie souveraine de l’Etat, qui financera uniquement des projets bancables.
14. Concrétiser le projet de remplacement de l’Autorité de régulation de la poste et des télécommunications du Congo (ARPTC) par un autre organe dépendant du gouvernement.
15. Initier la restructuration de l’Agence congolaise de presse (ACP) comme agence nationale de l’information générale en vue d’assurer la couverture effective de tous les 145 territoires.
16. Elargir le statut de l’ACP, grossiste des médias nationaux, en lui assignant les compétences de tout média pour la production et la diffusion des informations générales.
17. Réhabiliter les bâtiments de l’ACP et protéger le patrimoine immobilier et foncier des médias publics.
18. Réhabiliter le Rénatelsat dans son rôle de diffuseur et télédistributeur public des programmes par les équipements les plus adéquats et les canaux les plus modernes ainsi qu’une autonomie d’exploitation et de maintenance des équipements en sa possession.
19. Equiper tous les chefs-lieux de provinces et les 145 territoires des sites Rénatelsat, pour qu’il joue efficacement son rôle de diffuseur national et télédistributeur.
20. Rationaliser l’octroi, le retrait et la gestion des fréquences afin d’en donner au Rénatelsat pour qu’il joue efficacement son rôle de diffuseur public.
21. Ramener la tutelle du Rénatelsat au seul Ministère de la communication et des médias.
22. Redistribuer au Rénatelsat une quotité de la taxe payée à l’Etat par les opérateurs privés de télédistribution.
23. Améliorer les conditions socio-professionnelles du personnel des médias publics, servant dès lors de repère au barème salarial des médias privés.
24. Encourager l’uniformisation des barèmes salariaux des médias publics.
25. Fixer un montant minimum de pige ou de fixing en fonction de la durée et de la nature du travail
26. Initier un projet de réhabilitation de la Tour administrative de la Radiotélévision nationale congolaise (RTNC).
27. Envisager la restructuration de la RTNC en des entités thématiques autonomes.
28. Redéployer le personnel employé actuellement dans les médias publics dans les 145 territoires de la République.
29. Créer un Fonds de garantie pour couvrir les prêts bancaires consentis aux entreprises de presse.
30. Initier une loi en vue de la création d’une redevance multimédiatique en faveur des médias divers par la taxation de la publicité diffusée par les sociétés de télédistribution en RDC.
31. Solliciter l’appui de l’Etat pour la mise en place de la chaine graphique en vue d’améliorer la qualité des journaux produits localement.
32. Initier la mise en place d’une messagerie de presse.
33. Encourager le processus de création industrielle de grands médias par une mutualisation d’écriture et de publications communes.
34. Faciliter le port, le transport, la mise à bord et le postage des médias par les établissements publics et entreprises publiques, à des coûts allégés.
35. Doter chacune des stations et agences provinciales des médias publics en équipements d’énergie solaire suffisante pour le fonctionnement du matériel pertinent de production et de diffusion des produits médiatiques élaborés.
36. Rehausser le budget d’équipement alloué au Ministère de la Communication et médias en vue d’entretenir l’image de la Nation et sauvegarder les produits de la culture nationale.
37. Encourager la création d’une structure au sein du CSAC pour conduire les négociations avec les géants du numérique, généralement appelés «  GAFAM ».
38. Accélérer l’achèvement de l’installation de la fibre optique sur le territoire national.
39. Etablir un programme bisannuel de réhabilitation des équipements des médias publics (2022-2023 et 2023-2024).
40. Initier un programme trisannuel aboutissant à la mise en place d’un satellite de communication propre à la République.
41. Restaurer de la fierté aux congolais par le développement d’une communication de puissance au somment de l’Etat et dans les différents médias (privés ou publics).
42. Elaborer un cadre de référence pour la gestion de l’information d'Etat en RDC, afin d’accroitre l’accès à l’information issue de services de l’Etat et favoriser le développement des opinions susceptibles de féconder la démocratie en RDC.
43. Elaborer un cadre général portant lignes directrices pour la viabilité des médias en RDC.
44. Définir une politique nationale en matière d’internet et de gestion des flux numériques, et mettre en place des mécanismes de lutte contre les fake news.
45. Approcher tous les moteurs de recherches et les réseaux sociaux (Google, Facebook, YouTube, Tweeter, etc.) aux fins d’amorcer les discussions sur l’assainissement de toute production en ligne qui serait qualifiée de moins respectueuse des principes d’éthique, de déontologie, de la règlementation et de légalité en vigueur en RDC.
46. Accorder une attention particulière aux médias communautaires établis dans les 26 provinces et les intégrer dans son plan de développement des médias en RDC.
47. Encourager les médias à privilégier le traitement des questions essentielles du développement durables, notamment le changement climatique, en rapport avec les ambitions de la RDC comme **pays-solution**.
48. Elaborer un schéma directeur de développement de la radio et de la TV.
49. Assainir le paysage médiatique congolais, traditionnels et modernes (médias en ligne) en termes d’identification, de contrôle et de remise en ordre tant des médias que des professionnels.
50. Réfléchir sur la mise en place du Conseil National de l’information et Communication comme (a)Prudhomme, structure de règlement des problèmes éventuels ou service pour recadrer les dérapages qui peuvent être de l’ordre de la régulation , de l’ordre de l’auto- régulation, c’est-à-dire impliquant l’organe faitière dans le secteur de journalisme et (b) demandant une co-régulation des médias, au terme de mise en cohérence et harmonisation du système de stage pour ceux des candidats issus des écoles du journalisme (12 mois) ou pour ceux ayant fait autres disciplines (24 mois), (c) cet exercice peut conduire à la création de l’Ordre des journalistes . (d) Il peut aussi connaitre au titre de co-régulation les problèmes des autres corps des métiers, de l’écosystème de la communication issus des trouvailles des TIC ; lesquels devraient être légalement constitués.
51. Appuyer la réforme de l’UNPC.
52. Créer un Conseil National de la Communication et de la Publicité à placer sous la responsabilité du Ministère ayant dans ses attributions la Communication et les Médias.
53. Veiller et encourager la mutation numérique des médias traditionnels publics et privés pour leur adaptation aux nouvelles technologies de l’information et de la communication.
54. Mettre en place un organe chargé de la mise en œuvre, de suivi et évaluation des différentes recommandations des Etats généraux.
55. Rééquiper et moderniser le système d’archivage des médias publics éparpillés dans le monde et entre mains des tiers.
56. Valoriser et moderniser les archives audiovisuelles par la modernisation de l’ICA, à l’image d’un centre national des ressources audiovisuelles, lequel devra recevoir les archives des directions provinciales, sur la base d’un protocole à produire par le Ministère ayant les médias dans ses attributions.
57. Encourager les opérateurs de prise des vues et de prise de son à s’adapter aux NTIC afin de rester compétitif dans le secteur de la communication et médias.
58. Mettre à niveau les animateurs des médias publics, les attachés de presse et les chargés de la communication institutionnelle à la communication pour le développement dans la perspective de construction d’un Etat fort, prospère et solidaire.
59. Actionner la redevance de la RTNC comme moyen de modernisation de ce média public, outil stratégique dans la mise en œuvre de la Politique Nationale de la Communication et Médias.
60. Rendre obligatoire le stage des professionnels du secteur selon la loi. Et observer que l’entreprise de presse préalablement inscrite au tableau de médias viables soit garante du parrainage du stagiaire, de la confirmation du stage effectué conformément à la loi.
61. Faire observer par tous les médias et professionnels des médias les décisions prises par les instances de régulation et d’autorégulation.
62. **DE LA CEREMONIE DE CLOTURE**

Prévue le vendredi 28 janvier 2022, la cérémonie de clôture a été présidée par Son Excellence Félix-Antoine TSHISEKEDI TSHILOMBO, Président de la République.

Après les formalités protocolaires, le Rapporteur Général a été invité à lire le rapport général des travaux. Prenant la parole, Monsieur Adelard MAMBUYA OBUL’OKWESS a décliné les grand axes du déroulement des états généraux de la communication et médias, à savoir l’ouverture des travaux, le séminaire d’orientation, les travaux en commission ainsi que les résolutions.

Au cours de cette présentation, les rapporteurs des trois commissions ont pris la parole pour rendre compte des travaux de leurs commissions respectives. Madame Chantal KANYIMBO, Messieurs le professeur Aimé KAYEMBE et Tshivis TSHIVUADI ont restitué l’esprit et la lettre des discussions en commissions, ainsi que des recommandations y afférentes.

A la fin du rapport général, Mme Rosalie ZAWADI, déléguée aux travaux venue de Goma, a lu le mot de remerciements des participants à l’intention du Chef de l’Etat. Les participants ont souhaité voir le Président de la république concrétiser sa volonté d’accompagner le secteur vers sa refondation.

Puis, le Ministre de la Communication et Médias, Patrick MUYAYA, a pris la parole pour remercier le Chef de l’Etat de s’être impliqué personnellement pour la réussite de ces états généraux, notamment en acceptant de présider les cérémonies d’ouverture et de clôture solennelles de ces assises.

Le Ministre et par ailleurs Président du Comité d’organisation a félicité les participants pour le travail abattu avant de rassurer de la mise en place rapide d’un comité de suivi de la mise en œuvre des recommandations issues des travaux de Nganda. Pour Son Excellence Patrick MUYAYA, « avant Nganda ne sera pas égal à après Nganda » car le nouveau narratif sur notre pays passe sans doute par la définition d’une politique de communication efficace et efficiente dont un des actes primordiaux est la nécessité de concrétiser la *salubrité médiatique* chère au Président de la république.

Le clou de la cérémonie a été sans doute l’allocution de Son Excellence Félix-Antoine TSHISEKEDI, Président de la république. D’entrée de jeu, le Chef de l’Etat s’est félicité de la contribution des participants aux Etats généraux à l’avancement d’une presse réellement indépendante et pluraliste.

Le Président de la république s’est par ailleurs réjoui des recommandations des travaux comme une réponse à sa volonté de réaliser la *salubrité médiatique* nécessaire au changement de paradigme dans le secteur de la communication et des médias. Il a engagé les professionnels des médias à se positionner comme les véritables défenseurs des valeurs sacrosaintes de notre pays, en promettant de ne jamais aliéner l’indépendance des médias.

Son Excellence Félix-Antoine TSHISEKEDI TSHILOMBO a réitéré sa volonté d’accompagner les réformes nécessaires à l’assainissement du secteur de la communication et a appelé les acteurs de ce secteur à contribuer à relever les défis du développement durable et de la lutte contre l’insécurité et la pauvreté en République démocratique du Congo.

C’est sur ce mot qu’il a déclaré clos les Etats généraux de la Communication et Médias.

Un dîner a été offert aux participants et différents invités conviés à cette soirée de gala.

**Adélard M. OBUL’OKWESS Patrick MUYAYA**

Rapporteur Général Ministre de la Communication et Médias

Président du Comité organisateur