

# MINISTERE DE LA COMMUNICATION, DES MEDIAS ET DE LA FRANCOPHONIE



## DOCUMENT DE PROGRAMMATION PLURIANNUELLE DES DEPENSES ET PROJET ANNUEL DE PERFORMANCE (DPPD-PAP) 2022-2024



**-AOÛT 2021-**



# Message du Ministre

---

Le rôle prépondérant joué par le secteur de la communication, des médias et de la francophonie en Côte d'Ivoire dans l'information, l'éducation des masses, la promotion des valeurs démocratiques et de l'intégration, est la parfaite traduction de la vision du Gouvernement de faire de ce secteur clé, « **un outil de développement et un facteur de cohésion sociale et de coopération** ».

Pour réussir ce pari et consolider les acquis, la Côte d'Ivoire a accueilli avec succès la 8<sup>ième</sup> édition des jeux de la francophonie et a mené dans le secteur de la communication et des médias d'importantes réformes au nombre desquelles :

- (i) l'adoption des lois jumelles n° 2017-867 du 27 décembre 2017 portant régime juridique de la presse et n° 2017-868 du 27 décembre 2017 portant régime juridique de l'audiovisuel ;
- (ii) (ii) l'adoption de la loi n° 2020-522 du 16 juin 2020 portant régime juridique de la communication publicitaire ;
- (iii) (iii) le renforcement des capacités générales du secteur par la construction et la réhabilitation des infrastructures, l'équipement de la RTI et le passage à la TNT ;
- (iv) (iv) l'élaboration d'un document cadre interne, dénommé Politique Nationale de la Communication et des Médias (PONACOM) pour la période 2019-2023.

Cette politique établit le diagnostic de la situation de la communication et des médias en Côte d'Ivoire et définit les orientations stratégiques ainsi que le cadre de mise en œuvre et de suivi-évaluation. Elle se décline en quatre (4) stratégies, à savoir :

- la Stratégie de Développement de la Presse (SDEP) ;
- la Stratégie de Développement de l'Audiovisuel (SDAV) ;
- la Stratégie de Développement des Nouveaux Médias (SDNOM) ;
- la Stratégie de Développement de la Communication Publicitaire (SDCOP).

Cependant, l'opérationnalisation de toutes ces stratégies et la mise en œuvre des actions relevant de la francophonie ne peuvent se faire sans une allocation efficiente et efficace de ressources humaines et financières appropriées. C'est pourquoi, le Ministère de la Communication, des Médias et de la Francophonie s'est inscrit dans la nouvelle approche de programmation budgétaire qui recommande une parfaite articulation entre les politiques publiques identifiées et les prévisions budgétaires.

Amadou **COULIBALY**

## TABLE DES MATIERES

Introduction .....	4
I- Présentation générale.....	5
I.1- SITUATION DU SECTEUR ET LA POLITIQUE MINISTERIELLE.....	5
I.1.1-SITUATION DU SECTEUR .....	5
A- ETAT DES LIEUX .....	5
B- IDENTIFICATION DES PROBLEMES .....	7
C- LES REPONSES APORTEES .....	8
D- DEFIS ET PRIORITES .....	10
I.1.2-LA POLITIQUE MINISTERIELLE.....	11
A- CONTEXTE.....	11
B- PRESENTATION DE LA POLITIQUE DU SECTEUR.....	11
C- PRINCIPALES ORIENTATIONS RETENUES.....	11
D- LES OBJECTIFS .....	12
II- LA MISSION ET LA VISION DU MINISTERE AU SEIN DU SECTEUR .....	17
III- LA PROGRAMMATION PLURIANNUELLE (TRIENNALE) GLISSANTE DES DEPENSES DU MINISTERE .....	18
A- LES GRANDES TENDANCES DES DEPENSES DU MINISTERE .....	18
A- B- L'ALLOCATION INTRA-MINISTERIELLE DES RESSOURCES DU MINISTERE (EN MILLIONS DE F CFA)15	
C-PROJET ANNUEL DE Performance (PAP) par programme du ministère.....	17
1- <i>CARTOGRAPHIE ADMINISTRATIVE DES PROGRAMMES</i> .....	17
IV- PRESENTATION DE LA STRATEGIE ET DES CREDITS DE CHAQUE PROGRAMME.....	18
1- PRESENTATION DU PROGRAMME 1 : ADMINISTRATION GENERALE .....	18
a- Description de la stratégie du programme .....	18
b- Présentation des objectifs, des indicateurs de performance et des cibles du programme 1 : Administration Générale .....	22
c- Présentation des crédits du programme1 : Administration Générale.....	23
2- PRESENTATION DU PROGRAMME 2 : COMMUNICATION ET MEDIAS .....	25
a- Description de la stratégie du programme .....	25
b- Présentation des objectifs, des indicateurs de performance et des cibles du programme 2 .....	27
c- Présentation des crédits du programme 2 : .....	29
V- Les difficultés, les défis et les perspectives .....	31
Conclusion.....	32
Annexes .....	33

## INTRODUCTION

La politique nationale en matière de Communication, des Médias et de la Francophonie reflète l'ambition du Gouvernement à satisfaire les besoins des populations en matière « d'informations et de coopération ». Elle est prise en compte par le Plan National de Développement (PND) 2021-2025 et est élaborée en utilisant l'approche de la gestion axée sur les résultats (GAR). L'une des exigences de cette approche est l'élaboration d'un Document de Programmation Pluriannuelle des Dépenses et Projet Annuel de Performance (DPPD-PAP), conformément aux directives de l'UEMOA.

Ce nouveau cadre permet une approche transparente de planification, de programmation et de budgétisation. Il induit surtout une allocation efficiente des ressources en fonction des priorités du secteur. Sa mise en œuvre devrait conduire à l'atteinte des objectifs fixés.

Ce Document présente la Programmation Pluriannuelle des Dépenses et le Projet Annuel de Performance pour la période 2022-2024 du Ministère de la Communication, des Médias et de la Francophonie.

## I- PRESENTATION GENERALE

La nécessité de coopérer dans l'espace francophone et de disposer d'informations pour l'éducation des populations fait du secteur de la communication, des médias et de la francophonie un maillon essentiel dans une société moderne. Ainsi, la Côte d'Ivoire s'est dotée de structures de communication et de francophonie telles que : l'Agence Ivoirienne de Presse (AIP), la Société Nouvelle de Presse et d'Édition de Côte d'Ivoire (SNPECI), la Radiodiffusion Télévision Ivoirienne (RTI), l'Ivoirienne de Télédiffusion (IDT) et la Commission Nationale de la Francophonie (CNF).

Le Document de Programmation Pluriannuelle des Dépenses (DPPD) en ce qui concerne le Ministère de la Communication, des Médias et de la Francophonie se propose ainsi, de retracer la politique et les actions à réaliser pour résoudre les difficultés qui freinent le bon fonctionnement de ce secteur.

### I.1- SITUATION DU SECTEUR ET LA POLITIQUE MINISTERIELLE

#### I.1.1-SITUATION DU SECTEUR

Le secteur de la Communication, des Médias et de la Francophonie est structuré principalement autour de l'audiovisuel, la presse, la communication publicitaire et la Francophonie. Ce secteur, bien que confronté à des difficultés, est « **un outil de développement et un facteur de cohésion sociale et de coopération** ».

Ainsi, pour consolider les acquis du secteur, d'importantes réformes ont été menées depuis 2017.

#### A- ETAT DES LIEUX

##### ❖ Sous-secteur de la Presse écrite

Depuis l'avènement du multipartisme dans les années 90, le secteur de l'information a connu un véritable essor. A ce jour le paysage médiatique est composé de 65 entreprises de presse imprimée. Le paysage compte 27 quotidiens 27 hebdomadaires et 22 mensuels et autres périodicités qui participent à la vie démocratique du pays. Cette diversité de journaux d'obédiences politiques diverses garantit la pluralité d'expression. Toutefois, d'énormes difficultés sont apparues dans ce sous-secteur au nombre desquelles le manque de professionnalisme.

Le chiffre d'affaires est passé d'environ 6 milliards en 2011 à moins de 2 milliards en 2019. La vente moyenne de l'ensemble des quotidiens se situe à 15000 exemplaires par jour

##### ❖ Sous-secteur de la Presse en ligne

Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) ont permis, grâce à l'outil internet, la création de production d'informations numériques suscitant un véritable engouement chez les internautes. Cette nouvelle donne, nous permet de parler aujourd'hui de nouveaux médias. Il faut noter 48 entreprises de presse numérique légalement constituées et enregistrées dans les bases de données de l'ANP. A ces entreprises suivies par le régulateur s'y ajoute 29 sites informels de production d'information numérique également régulés par l'ANP. A ce lot, s'ajoute 29 sites informels.

Cependant, l'ANP, bien que dotée de textes réglementaires et d'instruments de régulation rencontre des difficultés dans la mise en œuvre de ses décisions dans ce secteur. En effet, d'autres régulateurs à l'instar de l'Autorité de régulation des télécommunications/TIC de Côte d'Ivoire (ARTCI) se trouvent impliqués.

#### ❖ **Sous-secteur de l'Audiovisuel**

L'espace télévisuel est animé par trois chaînes de télévisions publiques à savoir la RTI 1 1<sup>ère</sup> chaîne, la RTI2 2<sup>ème</sup> chaîne qui ont une obédience nationale et LA 3, la dernière chaîne publique née en Février 2020 à la faveur de l'avènement de la TNT, qui a pour vocation le divertissement musical et sportif avec pour public cible principal la jeunesse.

Aussi, pour tenir compte des potentialités du marché, quatre (04) chaînes de télévision privées et deux (02) bouquets TNT existent dans l'espace visuel ivoirien.

Quant à l'espace radiophonique, le secteur dispose de 120 radios de proximité, d'une centaine de stations dont deux publiques à caractère national à savoir : « Radio Côte d'Ivoire » et « Fréquence 2 », de quatre (04) radios internationales émettant en modulation de fréquence, de quatre radios commerciales et d'une radio institutionnelle, Radio de la paix (Ex. ONUCI-FM).

#### ❖ **Sous-secteur de la Communication Publicitaire**

Le milieu de la communication publicitaire qui connaissait un véritable engouement a vu son activité régressée du fait de la pandémie de la COVID-19.

Ainsi, les sociétés de publicité inscrites au CSP sont passées de 217 en 2018 à 195 en 2021.

Cependant, le phénomène des affichages anarchiques s'est amplifié dans les rues de la capitale économique ainsi que dans les villes de l'intérieur du pays. Des mesures d'assainissement du secteur ont conduit au démantèlement de 1269 panneaux publicitaires illégaux depuis 2019.

#### ❖ **Secteur de la Francophonie**

La Commission Nationale de la Francophonie (CNF), depuis sa création par décret N° 2012-308 du 11 avril 2012, en remplacement de l'AICF, connaît des acquis dont l'impact est observable dans plusieurs secteurs.

Notre pays a bénéficié de la coopération francophone, de programmes structurants dont l'Initiative Francophone de Formation à Distance des Maîtres (IFADEM), Ecole et Langues Nationales en Afrique (ELAN AFRIQUE), Campus Senghor-Côte d'Ivoire. A ceci, il faut ajouter l'organisation réussie des VIII<sup>ème</sup> Jeux de la Francophonie, Abidjan 2017.

Malgré ces acquis, les actions de la francophonie demeurent mal perçues des populations. A cela il faut ajouter, les insuffisances des textes juridiques qui définissent pas clairement les statuts elle-même et du personnel de la CNF, l'empêche de mener à bien ses activités. Par ailleurs, les activités programmées devant se réaliser sur toute l'étendue du territoire ne sont généralement pas réalisées faute de couverture budgétaire.

En somme, ces difficultés relevées constituent une entrave à la mise en place de la politique de la Francophonie à savoir le renforcement de la visibilité de ses actions en Côte d'Ivoire.

## **B- IDENTIFICATION DES PROBLEMES**

Le problème central du secteur est matérialisé par les difficultés d'adaptation des acteurs à l'évolution constante du secteur de la communication, des médias et de la Francophonie. Ces difficultés se particularisent selon les sous-secteurs suivants :

### **❖ Sous-secteur de la presse écrite**

- Le manque de professionnalisme et le non-respect du code d'éthique et de déontologie par des journalistes ;
- Quelques insuffisances dans la loi n°2017-867 du 27 décembre 2017, portant régime juridique de la presse
- L'aridité de l'offre éditoriale
- La baisse du chiffre d'affaires des entreprises de presse papier ;
- la mauvaise gouvernance des entreprises de presse ;
- La difficulté dans la distribution des journaux ;
- La dématérialisation de l'ensemble des procédures d'identification et d'accréditation des journalistes et professionnels de la communication n'est pas effective ;
- la presse en ligne prend de plus en plus le pas sur la presse papier ;

### **❖ Sous-secteur de la presse en ligne**

- Difficultés dans l'application des textes réglementaires en vigueur ;
- Difficultés dans la régulation de la presse en ligne ;
- Difficultés dans la mise en œuvre de la sanction pour les productions d'informations en ligne numérique ;
- Le manque de professionnalisme et le non-respect du code d'éthique et de déontologie par des journalistes ;
- la majorité des sites est hébergé hors de la Côte d'Ivoire.

### **❖ Sous-secteur de l'Audiovisuel**

- L'absence de données statistiques fiables ;
- L'existence d'une seule tête de réseau pour la TNT ;
- la concurrence non-maîtrisée de la diffusion via le numérique ;
- la concurrence de certaines chaînes étrangères déjà en HD et des WEBTV met à mal les télévisions locales.

### **❖ Sous-secteur de la Communication Publicitaire**

- les textes d'application liés au changement de statut du Conseil Supérieur de la Publicité (CSP) non encore adoptés ;
- L'anarchie persistante dans le secteur de l'affichage ;
- L'inexistence d'un cadre juridique qui régle la Communication publicitaire sur Internet ;
- Le non-respect de la réglementation en vigueur par les professionnels du secteur.

### ❖ **Secteur de la Francophonie**

- L'insuffisance de la dotation budgétaire allouée à la CNF.
- La méconnaissance de la francophonie et de ses missions de développement par les populations ivoiriennes ;
- La difficulté d'application du décret n° 2012-308 du 11 avril 2012 portant création, attributions, organisation et fonctionnement de la Commission Nationale de la Francophonie ;
- La lenteur dans le suivi des engagements pris par la Côte d'Ivoire dans les instances de la francophonie.

## **C- LES REPONSES APORTEES**

Les réalisations au crédit du Ministère de la Communication, des Médias et de la Francophonie sont :

### ❖ **Sous-secteur de la presse écrite**

- La prise de la loi n° 2017 - 867 du 27 décembre 2017 portant régime juridique de la presse. Cette loi instaure un régime favorable à la liberté de la presse à travers l'affirmation des principes de la liberté de la presse, de la liberté de création de l'entreprise, de la libre distribution de l'information et allège les conditions de création de l'entreprise de presse en les alignant sur l'OHADA ;
- Amendement par ordonnance des insuffisances de la loi n°2017-867 en vue de l'adapter aux mutations du secteur
- Le renforcement des capacités des acteurs, l'octroi de subventions et d'équipements et l'appui aux organisations professionnelles des médias chaque année ;
- L'extension de la représentativité de l'Agence Ivoirienne de Presse (AIP) à travers 80 points de collecte dont 16 bureaux régionaux ;
- L'ouverture par la société EDIPRESSE (au compte de la SNPECI) de 10 kiosques Multimédias ;
- La réhabilitation de l'imprimerie de la Société Nouvelle de Presse et d'Édition de Côte d'Ivoire (SNPECI) et l'adoption du schéma directeur sont achevées ;
- L'amélioration des conditions de vie et de travail des acteurs du secteur avec un seuil minimal de traitement des journalistes et des professionnels de la Communication fixé à 1 900 points, engageant toutes les entreprises de Presse bénéficiaires de subvention d'impression ;
- Le renforcement des capacités des journalistes à travers des séminaires de formation et de formation continue ;
- L'institution du grand prix de la presse de Côte d'Ivoire par l'ANP depuis 2019.

### ❖ **Sous-secteur de la Presse en ligne**

- Le Fonds de Soutien au Développement de la Presse (FSDP) a apporté un appui aux éditeurs de presse pour la création de rédactions en ligne et le développement du portail [pressecotedivoire.ci](http://pressecotedivoire.ci), plateforme de distribution numérique des journaux.



- L'abonnement groupé de la Présidence de la République, de l'ensemble des Cabinets Ministériels, des Départements et Sous-préfectures aux dépêches de l'Agence Ivoirienne de Presse.

#### ❖ **Sous-secteur de l'Audiovisuel**

- La finalisation du déploiement de la TNT ;
- Extinction de la diffusion analogique au profit de la diffusion numérique pour la télévision ;
- Construction et réhabilitation de la quasi-totalité des pylônes( trois (03) construits et dix-neuf (19) réhabilités) et trois (03) centres émetteurs ;
- La poursuite des travaux d'investissement entamés en 2017a permis d'accroître le taux de couverture du territoire national en radio à 54,21% en 2020 et le taux de couverture de télévision à 80% en 2020.
- L'achèvement du renouvellement des équipements de l'Institut des Sciences et Techniques de la Communication (ISTC).

#### ❖ **Sous-secteur de la Communication Publicitaire**

- Le démantèlement des dispositifs d'affichage publicitaire irrégulier ;
- La création d'une brigade pour lutter contre les manquements aux obligations de la communication publicitaire en janvier 2019. Depuis son opérationnalisation la Brigade a stické et démantelé plus de 1269 panneaux publicitaires irréguliers de 2019 à fin décembre 2020 ;
- L'amélioration du contrôle de la communication publicitaire à travers l'acquisition d'une salle pige multimédia et d'un système d'information géographique opérationnel depuis décembre 2019 ;
- L'adoption en 2020 de la loi numéro 2020-522- du 16 juin 2020 portant régime juridique de la communication publicitaire ;
- L'assainissement de la pratique de l'affichage publicitaire par la réorganisation de 21 axes expérimentaux dans le District Autonome d'Abidjan.

#### ❖ **Secteur de la francophonie**

- L'organisation des Journées de la Francophonie en Côte d'Ivoire ;
- Relèvement du budget alloué à ce secteur
- L'organisation des rencontres annuelles des groupes des ambassadeurs en Côte d'Ivoire ;
- L'organisation des Inter-villes de la Francophonie en Côte d'Ivoire
- Promotion des Masters 2 professionnels dans le cadre du Campus Senghor Côte d'Ivoire
- L'organisation des rendez-vous de la francophonie en Côte d'Ivoire.

## D- DEFIS ET PRIORITES

Malgré ces points positifs à l'actif du Ministère de la Communication, des Médias et la Francophonie, des efforts restent encore à faire.

### **Les priorités à court et à moyen terme**

- la régulation de la diffusion des informations et de la publicité via le numérique ;
- la poursuite de la politique d'assainissement du secteur de la communication publicitaire ;
- le renforcement de la visibilité des actions de la Francophonie en Côte d'Ivoire ;
- Le changement du statut juridique de la CNF ;
- Accroissement des capacités d'accueil et de formation de l'ISTC-Polytechnique ;
- la mise en place d'un système programmatique de gestion de la politique du secteur de la communication, des Médias et de la Francophonie et le renforcement de la coopération entre les pays francophones sous régionaux ;
- La prise de textes d'application de la loi numéro 2020-522- du 16 juin 2020 portant régime juridique de la communication publicitaire ;
- La prise du décret d'application de la loi portant création de l'organe chargé de la gestion de l'aide publique aux médias ;
- La modification du cadre organique de l'AIP ;
- L'adoption de l'ordonnance portant modification de la loi N° 2017-867 du 27 décembre 2017 ;
- La création d'une plateforme de co-régulation ANP/ARTCI/FAI/Procureur de la République ;
- La diffusion du guide d'explication du droit d'accès à l'information élaboré par la CAIDP.

### **Les priorités à long terme il s'agira de :**

- l'adaptation à l'évolution technologique et technique dans le secteur de la communication et des médias
- l'adaptation technologique du mode de la diffusion aux exigences du moment.;
- le contrôle et la facilitation de la mise à disposition de l'information d'intérêt public et documents publics par les organismes publics (CAIDP) ;
- le renforcement du positionnement de la Côte d'Ivoire dans l'espace francophone et dans le monde.
- La mise en œuvre du « programme de développement » des nouveaux médias ;
- La mise en œuvre du plan stratégique de développement de l'ISTC.

## **I.1.2-LA POLITIQUE MINISTERIELLE**

### **A- CONTEXTE**

L'écosystème de la Communication, des médias et de la Francophonie est en pleine mutation du fait de l'évolution technologique quasi constante et de la volonté de l'Etat de se conformer aux exigences de l'Union internationale des Télécommunications (UIT).

Ainsi, le relèvement du niveau de qualification des acteurs de ce secteur apparaît comme un défi majeur.

Par ailleurs, les marchés publicitaires et audiovisuels sont devenus, quant à eux, plus dynamiques, dans un environnement de plus en plus marqué par l'utilisation des TIC. Ce regain de dynamisme, associé à la libéralisation de l'espace audiovisuel exige une régulation publicitaire efficace.

Aussi, pour améliorer l'image de la Côte d'Ivoire au niveau mondial et particulièrement dans l'espace francophone, l'un des défis à relever est de renforcer son positionnement dans les différentes instances.

Cette mutation a conduit à la mise en place d'un cadre juridique adapté à la nouvelle configuration du secteur.

### **B- PRESENTATION DE LA POLITIQUE DU SECTEUR**

Le Ministère de la Communication, des Médias et de la Francophonie est chargé de la mise en œuvre et du suivi de la Politique du Gouvernement en matière de communication, de médias et de francophonie.

### **C- PRINCIPALES ORIENTATIONS RETENUES**

Le Ministère de la Communication, des Médias et de la Francophonie, dans la mise en œuvre de ses activités, vise l'impact sectoriel suivant :

Les populations bénéficient d'une information de qualité et vivent en harmonie dans une société sécurisée dans l'espace francophone où la bonne gouvernance est assurée.

Pour réaliser ce changement, quatre (4) résultats d'effets sont visés :

- Les populations accèdent aux offres de presse et aux documents d'intérêt public sur toute l'étendue du territoire national ;
- Les entreprises de l'audiovisuel s'adaptent aux évolutions technologiques en cours et proposent des offres attrayantes aux populations ;
- Le cadre de gouvernance des nouveaux médias et de la communication publicitaire est adapté et compétitif ;
- Les populations ivoiriennes ont une connaissance de l'intérêt et de l'importance de la francophonie pour la Côte d'Ivoire.

Pour y parvenir, huit (8) axes stratégiques ont été retenus :

- La couverture nationale par les médias d'Etat est consolidée ;
- Les capacités techniques et opérationnelles des services de communication, des médias et de francophonie sont renforcées ;
- Les appuis accordés au secteur de la communication, des médias et de la Francophonie sont accrus ;

- La régulation du secteur de la communication et des médias est renforcée ;
- L'accès équitable aux médias d'Etat est renforcé ;
- La mise en place d'un dispositif de renforcement et de positionnement de la Côte d'Ivoire dans l'espace francophone est assurée ;
- les populations ont accès à de meilleures offres de produits de presse et de documents d'intérêt public sur toute l'étendue du territoire national ;
- la mise en place d'un système d'archivage numérique des archives presse, audiovisuels et des affiches.

## **D- LES OBJECTIFS**

Pour atteindre ses objectifs, le Ministère de la Communication, des Médias et de la Francophonie doit :

- assurer l'accès à l'information pour tous sur l'ensemble du territoire ;
- promouvoir un secteur de l'information libre, neutre, favorisant l'éducation de la population et l'unité nationale ;
- offrir une meilleure visibilité à l'action gouvernementale aussi bien au plan national qu'international ;
- assurer la visibilité et renforcer le leadership de la Côte d'Ivoire au sein de la Francophonie.

**Tableau 1:** Cadre de mesure de la politique ministérielle

Objectifs Globaux :	Résultats stratégiques	Indicateurs de performance	Structures responsables	Méthode de calcul	Source de collecte
<b>OG1 : Améliorer la gouvernance du secteur de la communication, des médias et de la francophonie</b>	Le cadre institutionnel du secteur de la Communication, des Médias et de la Francophonie est amélioré	Nombre de textes législatifs et réglementaires du secteur de la communication, des médias et de la Francophonie élaborés	Direction des Affaires Juridiques et de la Coopération Internationale (DAJCI)	Dénombrement	Source : rapport DAJCI
	La gestion des ressources financières, humaines et matérielles est renforcée	Proportion d'agents ayant leurs capacités renforcées	Direction des ressources Humaines(DRH)	Nombre d'agents formés / Nombre d'agents à former	Source : Rapport DRH
		Taux de réalisation des activités budgétisées	RFFiM /RPROG	Budget exécuté / Crédits autorisés actuel	Source : Rapport annuel de performance du MICOMEF
		Proportion de biens mobiliers et immobiliers acquis	Gestionnaire du patrimoine	Nombre d'acquisition physique / nombre de commande	Source : Rapport d'inventaire du gestionnaire du patrimoine
	La planification, le suivi et l'évaluation de la mise en œuvre de la politique du secteur est améliorée	nombre de missions de contrôles	Inspection Générale	Nombre de missions effectuées / nombre de missions planifiées	Source : Rapport Inspection Générale
		Taux de suivi des activités planifiées	Direction de la Planification et des Statistiques (DPS)	Nombre d'activités exécutées / Nombre total d'activités	Source : Rapport DPS

Objectifs Globaux :	Résultats stratégiques	Indicateurs de performance	Structures responsables	Méthode de calcul	Source de collecte
				planifiées	
<b>OG2 :</b> <b>Garantir l'accessibilité à une information de qualité et aux documents d'intérêt public pour le bien-être des populations</b>	La production et la diffusion de l'information et l'accès aux documents d'intérêt public sont garantis	Taux de couverture en radios	Société Ivoirienne de Télédiffusion (IDT)	Couverture territoriale radio/couverture totale du territoire	Source : Rapport IDT
		Taux de couverture numérique en télévisions	Société Ivoirienne de Télédiffusion (IDT)	Couverture territoriale télé/couverture totale du territoire	Source : Rapport IDT
		Le taux de satisfaction des productions-télé	Radio Télévision Ivoirienne (RTI)	nombre de personnes satisfaites/ nombre de personne interrogées	Source : Rapport RTI
		Nombre de demandes d'information et de documents d'intérêt public	Commission d'Accès à l'Information et aux documents d'Intérêt Public (CAIDP)	Dénombrement	Rapport CAIDP
		Nombre de campagnes de sensibilisation sur la loi d'accès en l'information et documents d'intérêt public	Commission d'Accès à l'Information et aux documents d'Intérêt Public (CAIDP)	Dénombrement	Rapport CAIDP

Objectifs Globaux :	Résultats stratégiques	Indicateurs de performance	Structures responsables	Méthode de calcul	Source de collecte
		Proportion de saisines satisfaites	Commission d'Accès à l'Information et aux documents d'Intérêt Public (CAIDP)	Nombre de saisines satisfaites / nombre de saisines total	Rapport CAIDP
		Le nombre de dépêches reçues par département	L'Agence Ivoirienne de Presse(AIP)	Dénombrement par département	Source : Rapport AIP
	Les acteurs du secteur de la communication et des médias exercent leurs métiers de façon professionnelle	proportion de journalistes ayant la carte d'identité professionnelle	Commission Carte d'Identité Professionnelles des Journalistes (CIJP)	Nombre de cartes CIJP octroyées / Nombre total de demandeurs de cartes CIJP	Source : Rapport CIJP
		Nombre de manquements dans le secteur de la communication et des médias	Autorité Nationale de la Presse (ANP) Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA) Conseil Supérieur de la Publicité (CSP)	Dénombrement	Source : Rapport ANP ; HACA ; CSP
		Nombre d'acteurs sanctionnés dans le secteur de la communication et des médias	Autorité Nationale de la Presse (ANP) Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA) Conseil Supérieur de la Publicité (CSP)	Dénombrement	Source : Rapport ANP ; HACA ; CSP
		Ratio des structures subventionnées	Fonds de Soutien au Développement de la	Nombre d'entreprises	Source : Rapport FSDP

Objectifs Globaux :	Résultats stratégiques	Indicateurs de performance	Structures responsables	Méthode de calcul	Source de collecte
			Presse (FSDP)	subventionnées / Nombre d'entreprises demandeuses	
		Nombre d'entreprises du secteur dont les emprunts sont garantis	Fonds de Soutien au Développement de la Presse (FSDP)	Nombre d'entreprises d'emprunts garantis / Nombre d'entreprises demandeurs	Source : Rapport FSDP
		Nombre de partenariats signés	Direction du Partenariat et du Développement des Médias	dénombrement	Source : Rapport DPDM
	Les actions de la francophonie sont promues et vulgarisées	Proportion des engagements mis en œuvre	Commission Nationale de la Francophonie	Nombre d'engagements mise en œuvre/nombre d'engagements	Source : Rapport CNF Rapport
		Nombre de campagnes de promotion et de vulgarisation menées	Commission Nationale de la Francophonie	Dénombrement	Source : Rapport CNF



## II- LA MISSION ET LA VISION DU MINISTERE AU SEIN DU SECTEUR

Selon les dispositions du décret n°2021-190 du 28 avril 2021 portant attributions des membres du gouvernement, le Ministère de la Communication, des Médias et de la Francophonie en charge la mise en œuvre et le suivi de la politique du gouvernement en matière de communication, de médias et de francophonie sur l'ensemble du territoire.

A ce titre, il a l'initiative et la responsabilité des actions suivantes :

- Elaboration des projets de lois et de règlements en matière de communication et de médias ;
- Promotion et vulgarisation d'une information libre, neutre, favorisant l'éducation de la population, l'unité, la paix et la cohésion nationale ;
- Coordination des actions de la communication gouvernementale ;
- Promotion de labels « Côte d'Ivoire », en liaison avec les autres départements ministériels ;
- Vulgarisation des lois et règlements sur la presse, l'audiovisuel, la communication publicitaire et les nouveaux médias ;
- Contrôle, suivi et évaluation du respect de la déontologie dans la diffusion de l'information écrite et audiovisuelle, et dans tout enregistrement sonore et filmé ainsi que dans tout message à caractère publicitaire ;
- Renforcement du rôle des Autorités de Régulation ;
- Création d'un environnement favorable au développement harmonieux et maîtrise de la communication publicitaire ;
- Respect de la neutralité et de l'impartialité dans la diffusion de l'information ;
- Contribution à la création des conditions de l'autonomie financière des médias ;
- Développement et promotion de la presse écrite et des médias audiovisuels privés ;
- Etablissement d'un environnement régulé des nouveaux médias ;
- Gestion technique des sondages ;
- Suivi des relations avec la presse nationale et internationale ;
- Promotion de l'image de la Côte d'Ivoire à l'extérieur en liaison avec les Ministres chargés des Affaires Etrangères, du Tourisme et de la Culture ;
- Création d'un cadre favorable à la libéralisation des médias audiovisuels et à la pluralité de la presse ;
- Constitution d'une documentation à caractère promotionnel ;
- Modernisation à travers la mise aux normes les plus récentes des infrastructures techniques des médias ;
- Prise de parole pour rendre compte des travaux du conseil des Ministres et mission générale d'information sur les activités du Gouvernement
- Représentation de la Côte d'Ivoire dans les organes de la francophonie ;
- Suivi de l'évolution juridique et institutionnelle de la francophonie ;
- Organisation de la participation de la Côte d'Ivoire aux instances des divers sommets de la francophonie, en liaison avec les Ministères concernés ;
- Renforcement des relations culturelles avec les ambassades et organismes francophones en Côte d'Ivoire ;
- Suivi de la mise en œuvre des décisions des sommets de la francophonie
- Promotion et vulgarisation de la francophonie auprès des populations ;

- Suivi et évaluation de la coopération entre la Francophonie et la Côte d'Ivoire.

Pour ce faire, les missions du Ministère de la Communication, des Médias et de la Francophonie vont se décliner en deux (02) programmes à savoir :

- **Administration générale ;**
- **Communication et Médias ;**

La mise en œuvre de ces programmes contribuera à l'atteinte du pilier 6 : « renforcement de la gouvernance, modernisation de l'Etat et transformation culturelle, pour consolider la paix, assurer la sécurité, la justice et la concorde sociale »

### **III- LA PROGRAMMATION PLURIANNUELLE (TRIENNALE) GLISSANTE DES DEPENSES DU MINISTERE**

La programmation budgétaire des dépenses du Ministère de la Communication, des Médias et de la Francophonie sera présentée sur une base triennale, telle que le préconise la réforme de la gestion des finances publiques en Côte d'Ivoire.

#### **A- LES GRANDES TENDANCES DES DEPENSES DU MINISTERE**

- ✓ Analyse des grandes masses budgétaires du ministère, par grandes catégories
- ✓ Distinguer les financements du budget de l'État et les financements extérieurs
- Évolution du « **positionnement budgétaire du Ministère** » (part du budget du ministère dans l'ensemble des dépenses du budget de l'Etat hors dette et charges communes) ;
- Évolution des dépenses programmées et réalisées.

# TABLEAU FINANCIER GLOBAL

A-

## CADRE DE DEPENSES A MOYEN TERME (CDMT) MINISTERIEL TABLEAU DES DEPENSES PAR NATURE (en millions FCFA)

	REALISATIONS			BUDGET ACTUEL	PROJECTIONS DE REFERENCE			MESURES NOUVELLES			PROJECTIONS FINALES		
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
<b>1. RESSOURCES</b>	<b>9 864,88</b>	<b>18 155,42</b>	<b>22 404, 915</b>	<b>14 859, 286</b>	<b>8 504, 663</b>	<b>8 759, 803</b>	<b>9 022, 597</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>8 504, 663</b>	<b>8 759, 803</b>	<b>9 022, 597</b>
<b>1.1 Ressources Intérieures</b>	9 864,88	18 155,42	22 404, 915	14 859, 286	8 504, 663	8 759, 803	9 022, 597	0,00	0,00	0,00	8 504, 663	8 759, 803	9 022, 597
<b>1.1.1 Budget Etat</b>	9 864,88	18 155,42	22 404, 915	14 859, 286	8 504, 663	8 759, 803	9 022, 597	0,00	0,00	0,00	8 504, 663	8 759, 803	9 022, 597
<b>1.1.2 Recettes propres (structures)</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>1.2 Ressources Extérieures</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>1.2.1 Part bailleurs des projets (Dons/ Emprunts)</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>1.2.2 Appuis budgétaires ciblés</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>1.2.3 Financement direct projets (hors PIP, hors Budget)*</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>2. CHARGES</b>	<b>9 864,88</b>	<b>18 155,42</b>	<b>22 404, 915</b>	<b>14 859, 286</b>	<b>8 504, 663</b>	<b>8 759, 803</b>	<b>9 022, 597</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>8 504, 663</b>	<b>8 759, 803</b>	<b>9 022, 597</b>
<b>2.1 Personnel</b>	1 620,75	1 087,29	4 223,081	4 865, 167	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>2.1.1 Solde y compris EPN</b>	1 620,75	1 087,29	4 223,081	4 865, 167	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>2.1.2 Contractuels hors solde</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>2.2 Biens et services</b>	692,91	969,42	1 614, 715	1 843, 640	1 961, 206	2 020, 042	2 080, 643	0,00	0,00	0,00	1 961, 206	2 020, 042	2 080, 643
<b>2.3 Transferts et subventions</b>	7 296,59	7 871,71	3 913, 443	4 208, 478	4 089, 157	4 211, 83	4 338, 185	0,00	0,00	0,00	4 089, 157	4 211, 83	4 338, 185
<b>2.4 Investissement*</b>	254,63	8 227,00	12 653, 676	3 942, 001	2 454, 300	2 527, 929	2 603, 767	0,00	0,00	0,00	2 454, 300	2 527, 929	2 603, 767
Trésor	254,63	8 227,00	12 653, 676	3 942, 001	2 454, 300	2 527, 929	2 603, 767	0,00	0,00	0,00	2 454, 300	2 527, 929	2 603, 767
<i>Financement extérieur (Dons/Emprunts)</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

**B-L'ALLOCATION INTRA-MINISTERIELLE DES RESSOURCES DU MINISTERE (EN MILLIONS DE F CFA)**

ELEMENTS	HISTORIQUE			Budget Actuel 2021	PROJECTION FINALE		
	2018 Réalisé	2019 Réalisé	2020 Réalisé	2021 Prog	2022 Prog	2023 Prog	2024 Prog
<b>P1 : ADMINISTRATION GENERALE</b>	2 775,89	2 734,20	2 423, 03	3 610, 61	1 910 ,467	1 967, 781	2 026,814
<b>P2 : COMMUNICATION ET MEDIAS</b>	7 088,99	15 421,22	19 981, 88	11 219, 87	6 594, 196	6 792, 021	6 995, 782
<b>TOTAL DEPENSE</b>	9 864,88	18 155,42	22 404, 91	14 830, 48	8 504, 663	8 759, 802	9 022, 596

## C-PROJET ANNUEL DE PERFORMANCE (PAP) PAR PROGRAMME DU MINISTERE

### 1- CARTOGRAPHIE ADMINISTRATIVE DES PROGRAMMES

PROGRAMMES	SERVICES CENTRAUX ET REGIONAUX	ORGANISME SOUS TUTELLE DIRECTE (EPN, SODE, SEM)	PROJETS PIP	PROJETS HORS PIP
<b>Administration Générale</b>	Cabinet du Ministre ; IG ; DAF ; DPS ; DAJCI ; DRH ; CPMP ; SA. SI ; DR ; SGP		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Acquérir et installer des équipements pour le système intégré de gestion</li> </ul>	
<b>Communication, Médias et Francophonie</b>	DPDM ; BCP ; DCP ; CIJP DF; DCRP	CAIDP, AIP, FSDP, FSP, SNPECI ; RTI ; ISTC ; HACA ; ANP ; CSP ; IDT, CNF	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Réhabiliter des infrastructures de l'ISTC Polytechnique (phase I)</li> <li>✓ Réhabilitation et remise aux normes des installations informatiques et des bâtiments servant de bureaux régionaux de L'AIP</li> <li>✓ réhabilitation des installations électriques de la RTI sur les sites de Cocody et Plateau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Passage de la RTI en HD</li> </ul>

## IV- PRESENTATION DE LA STRATEGIE ET DES CREDITS DE CHAQUE PROGRAMME

Les programmes du Ministère de la Communication et des Médias visent à améliorer les mécanismes administratifs et opérationnels contribuant à la satisfaction et au bien-être de la population.

### 1- PRESENTATION DU PROGRAMME 1 : ADMINISTRATION GENERALE

#### *a- Description de la stratégie du programme*

L'objectif global du programme Administration Générale est **d'améliorer la gouvernance du secteur de la communication, des médias et de la francophonie.**

Il compte trois (03) objectifs spécifiques :

- **Objectif spécifique 1 : Améliorer le cadre institutionnel du secteur de la communication, des médias et de la francophonie ;**
- **Objectif spécifique 2 : Renforcer la gestion des ressources humaines, financières et matérielles ;**
- **Objectif spécifique 3 : Améliorer la planification, le suivi et l'évaluation de la mise en œuvre de la politique du secteur.**

Il compte également trois (03) actions :

#### **a. Description des actions du programme 1**

##### **Action 1 : Coordination et animation**

L'action un (01) se décline en différentes activités qui sont les suivantes:

**Activité 1** : Mettre en œuvre la politique du gouvernement en matière de Communication, de Médias et de la Francophonie ;

**Activité 2** : Renforcer les capacités opérationnelles et techniques du Cabinet ;

**Activité 3** : Organiser les visites du ministre auprès des différents médias (médias tour) ;

**Activité 4** : Organiser la communication gouvernementale au plan national en coordination avec toutes les entités institutionnelles publiques et structures privées ;

**Activité 5** : Prendre en charge le fonctionnement de la résidence du Ministre ;

**Activité 6** : Prendre en charge le Porte-Parolat lors des Conseils des Ministres et des déjeuner de presse

**Activité 7** : préparer l'organisation de la cérémonie annuelle de décoration dans l'ordre du mérite de la communication ;

**Activité 8** : Organiser la communication autour des activités gouvernementales à l'extérieur ;

**Activité 9** : Prendre en charge les honoraires des agents sous contrat BNETD ; (B&S) ;

**Activité 10** : Prendre en charge les honoraires des agents sous contrat BNETD

**Activité 11** : Contrôler les services et structures sous tutelle du ministère ;

**Activité 12** : Renforcer les capacités opérationnelles et techniques de l'IG ;

**Activité 13** : Elaborer les projets de textes juridiques du secteur de la communication et des médias et de la francophonie

**Activité 14** : Gérer les contentieux administratifs ;

**Activité 15** : Renforcer les capacités opérationnelles et techniques de la DAJCI ;

**Activité 16** : Participer aux préparatifs des négociations internationales relatives à la réglementation des médias et des services de la société de l'information ;

**Activité 17** : Prendre en charge les missions hors CI ;

**Activité 18** : Coordonner les activités du ministère au niveau régional ; (15 régions) ;

## **Action 2 : Gestion des ressources humaines, financières et matérielles**

L'action deux (02) comprends les activités ci-dessous :

**Activité 1** : Prendre en charge les contrats de prestations extérieures de main d'œuvre, de gardiennage, d'entretien des locaux et téléphone ;

**Activité 2** : Prendre en charge les activités liées au renforcement du parc automobile du ministère ;

**Activité 3** : Prendre en charge les activités liées au renforcement des capacités opérationnelles du ministère ;

**Activité 4** : Organiser le séminaire d'actualisation, d'élaboration et de validation du DPPD-PAP ;

**Activité 5** : Organiser la rentrée budgétaire avec l'ensemble des RPROG, RBOP et RUO ;

**Activité 6** : Gérer les ressources financières du ministère ;

**Activité 7** : Organiser les conférences budgétaires internes ;

**Activité 8** : Gérer les ressources matérielles du ministère ;

**Activité 9** : Organiser un séminaire de formation des acteurs budgétaires du ministère aux nouvelles procédures d'élaboration et d'exécution du budget ;

**Activité 10** : Renforcer les capacités opérationnelles de la DAF ;

**Activité 12** : organiser ou participer aux jeux de la francophonie ;

**Activité 13** : Prendre en charge les séminaires et conférences en CI ;

**Activité 14** : Gérer les ressources humaines du ministère ;

**Activité 15** : Renforcer les capacités opérationnelles et techniques du personnel ;

**Activité 16** : Acquérir un outil de gestion du personnel ;

**Activité 17** : Gérer la commande publique du ministère ;

**Activité 18** : Renforcer les capacités opérationnelles et techniques de la CPMP ;

**Activité 19** : Gérer le patrimoine du ministère ;

**Activité 20** : Renforcer les capacités opérationnelles et techniques du Service Gestionnaire ;

\*

### **Action 3: Gestion du système d'information et de communication**

L'action trois (03) se décline en différentes activités qui sont les suivantes:

**Activité 1** : Réaliser l'archivage électronique et physique des documents du ministère ;

**Activité 2** : Réhabiliter une salle d'archivage des documents du MNCOMEF ;

**Activité 3** : Renforcer les capacités opérationnelles et techniques de la SDA ;

**Activité 4** : Organiser la communication des activités du ministère ;

**Activité 5** : Prendre en charge les contrats de prestation en matière de veille médiatique ;

**Activité 6** : Faire le suivi et l'évaluation annuelle des activités et projets du MICOMEF ;

**Activité 7** : Organiser la planification générale des activités du ministère ;

**Activité 8** : Renforcer les capacités opérationnelles et techniques de la Direction ;

**Activité 9** : Acquérir et installer des équipements pour le système intégré de gestion ; (INV)

**Activité 10** : Actualiser le schéma directeur du réseau informatique du MICOMEF ;

**Activité 11** : Renforcer les capacités opérationnelles et techniques du service informatique ;

**Activité 12** : Entretenir le local technique informatique.





***b- Présentation des objectifs, des indicateurs de performance et des cibles du programme 1 : Administration Générale***

Programme 1 : Administration générale								
Objectif global : Améliorer la gouvernance du secteur de la communication, des <b>médias et de la francophonie.</b>		Indicateurs de performance	Situation de référence (2021)	Cibles				Commentaires des indicateurs : Méthode de calcul et Moyen de vérification
				2022	2023	2024	2025	
<b>Objectif spécifique 1</b>	Améliorer l'environnement institutionnel du secteur de la Communication et des Médias	Nombre de textes élaborés législatifs et réglementaires du secteur de la communication et des médias	17	06	07	07	07	Dénombrement Source : rapport DAJCI
<b>Objectif spécifique 2</b>	Renforcer la gestion des ressources financières, humaines et matérielles	Taux d'exécution du plan de formation	50%	100%	100%	100%	100%	Nombre d'agents formés / Nombre d'agents à former Source : Rapport DRH
		Taux d'exécution du budget	100%	100%	100%	100%	100%	Budget exécuté / Crédits autorisés actuel Source : Rapport DAF
<b>Objectif spécifique 3</b>	Améliorer la planification, le suivi et l'évaluation de la mise en œuvre de la politique du secteur	Taux de suivi des activités planifiées	50%	100%	100%	100%	100 %	Nombre d'activité exécutées / Nombre total d'activités Source : Rapport DPS

*c- Présentation des crédits du programme 1 : Administration Générale*

**Présentation des crédits par nature économiques.**

		<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>Programme 1 : Administration générale</b>		<b>2 775,89</b>	<b>2 734,20</b>	<b>2 423,03</b>	<b>3 639,40</b>	<b>1 910,466</b>	<b>1 967,966</b>	<b>2 027,005</b>
	Dépenses de personnel	1 620,75	1 087,29	1 503,180	1 548,37	0,00	0,00	0,00
	Dépenses en biens et services	574,87	851,78	675,590	1 792,64	1 743,206	1 795,502	1 849,367
	Transferts (1)	580,27	795,12	220,955	248,39	112,569	115,946	119,424
	Investissements	0,00	0,00	23,308	50,00	54,691	56,332	58,022
	<i>Trésor</i>	0,00	0,00	23,308	50,00	54,691	56,332	58,022
	<i>Financement extérieur (Dons/Emprunts)</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

➤ Présentation des crédits par action (sous-programme)

PROGRAMME 1 : ADMINISTRATION GENERALE						
ELEMENTS	Personnel	Biens et Services	Transferts	Investissements	Total 2022	Rappel 2021
Action 1 : Coordination et animation	00	1 232 190 162	00	00	1 232 190 162	972 897 314
Action 2 : Gestion des ressources humaines, financières et matérielles	00	454 016 132	112 569 767	00	566 585 899	1 750 609 170
Action 3 : Gestion du système d'information et communication	00	57 000 000	00	54 691 800	111 691 800	71 308 465
<b>TOTAL DEPENSE</b>	<b>00</b>	<b>1 743 206 294</b>	<b>112 569 767</b>	<b>54 691 800</b>	<b>1 910 467 861</b>	<b>2 794 814 949</b>

## 2- PRESENTATION DU PROGRAMME 2 : COMMUNICATION ET MEDIAS

### *a- Description de la stratégie du programme*

L'objectif global visé à travers ce programme est de **Garantir l'accessibilité à une information de qualité pour le bien-être des populations.**

Ce programme est décliné en trois (03) objectifs spécifiques.

- **Objectif spécifique 1 : Renforcer la production et la diffusion de l'information ;**
- **Objectif spécifique 2 : Professionnaliser les acteurs du secteur de la communication et des médias ;**
- **Objectif spécifique 3 : Renforcer les capacités techniques et technologiques des structures du secteur.**
- **Objectif spécifique 4 : Renforcer la visibilité des actions de la francophonie en Côte d'Ivoire**

quatre (04) actions sont envisagées :

### **Action 1 : Développement de la presse, de l'audiovisuel et de la communication publicitaire**

L'action un (01) comprend les activités suivantes :

**Activité 1** : Apporter un appui au fonctionnement de la IDT ;

**Activité 2** : Louer des satellites analogiques et numériques ;

**Activité 3** : Réhabiliter les pylônes, les centres émetteurs FM et renouveler les équipements d'énergie ;

**Activité 4** : Retransmettre les grands événements internationaux ;

**Activité 5** : Prendre en charge les cotisations sociales de la RTI ;

**Activité 6** : Organiser la retransmission satellitaire au plan mondial ;

**Activité 7** : Réhabiliter les installations électriques de la RTI sur les sites de Cocody et Plateau ;

**Activité 8** : Développer les capacités techniques, matérielles et événementielles de la SNPECI ;

**Activité 9** : Organiser la couverture médiatique quotidienne de l'actualité ;

**Activité 10** : Etendre le réseau de collecte de l'information (AIP/Abonnement fil d'actualité) ;

**Activité 11** : Réhabiliter et remettre aux normes des installations informatiques des bâtiments servant de bureaux régionaux de l'AIP ;

**Activité 12** : Organiser la communication des activités du ministère ;

**Activité 13** : Renforcer les capacités opérationnelles et techniques de la DCRP ;

**Activité 14** : Prendre en charge les contrats de prestation en matière de veille médiatique ;

**Activité 15** : Faciliter l'accès à l'information d'intérêt public ;

**Activité 16** : Assurer la gestion du secteur publicitaire sur l'ensemble du territoire national (DCP) ;

**Activité 17** : Promouvoir et développer les activités publicitaires en Côte d'Ivoire (DCP) ;

**Activité 18** : Renforcer les capacités opérationnelles et techniques de la DCP.

**Activité 19 :**

**Activité 20 :** Apporter un appui au secteur des Médias ;

**Activité 21 :** Fonds de garantie ;

**Action 2 : Formation et accès aux métiers de la presse et de l'audiovisuel**

L'action deux (02) comprends les activités ci-dessous :

**Activité 1 :** Prendre en charge les indemnités des membres de la CIJP ;

**Activité 2 :** Renforcer les capacités opérationnelles et techniques de la CIJP ;

**Activité 3 :** Produire les cartes et les annuaires des journalistes professionnels et des professionnels de la communication et des médias ;

**Activité 4 :**

**Activité 5 :** Former aux métiers de la communication et des Médias ;

**Activité 6 :** Equiper en matériel technique et rénovation de l'ISTC POLYTECHNIQUE ;

**Activité 7 :** Réhabiliter les infrastructures de l'ISTC Polytechnique (Phase 1) ;

**Action 3 : Régulation du secteur de la communication et des médias**

L'action trois (03) comprends les activités suivantes :

**Activité 1 :** Réguler le secteur de la Communication Publicitaire ;

**Activité 2 :** Assurer la gestion du secteur publicitaire sur l'ensemble du territoire national (DCP)

**Activité 3 :** Promouvoir et développer les activités publicitaires en Côte d'Ivoire (DCP) ;

**Activité 4 :** Renforcer les capacités opérationnelles et techniques de la DCP ;

**Activité 5 :** Organiser des missions de contrôle et actions d'investigation sur toute l'étendue du territoire ;

**Activité 6 :** Renforcer les capacités opérationnelles et techniques de la BCP ;

**Activité 7 :** Effectuer le transfert des subventions équilibre personnel à l'ANP ;

**Activité 8 :** Réguler et encadrer les activités de la presse ;

**Activité 9 :** Effectuer le transfert des subventions équilibre personnel à la HACA ;

**Activité 10 :** Réguler le secteur de l'audiovisuel ;

**Action 4 : Promotion et vulgarisation de la francophonie**

L'action quatre (04) comprend les activités suivantes :

**Activité 1 :** Promouvoir la politique de la francophonie (DF) ;

**Activité 2 :** Renforcer les capacités opérationnelles et techniques de la Direction de la Francophonie ;

**Activité 3 :** organiser ou participer aux jeux de la francophonie ;

**Activité 4 :** mettre en œuvre la politique de la francophonie.

*b- Présentation des objectifs, des indicateurs de performance et des cibles du programme 2*

Programme 2 : Communication et Médias								
Objectif global : Garantir l'accessibilité à une information de qualité pour le bien-être des populations.		Indicateurs de performance	Situation de référence (2021)	Cibles				Méthode de calcul et Moyen de vérification
				2020	2021	2022	2023	
<b>Objectif spécifique 1</b>	Renforcer la diffusion et la production de l'information	Taux de couverture de la diffusion en radio nationale	80%	80%	90%	95%	97%	Couverture territoriale radio/couverture totale du territoire Source : Rapport RTI
		Taux de couverture territoire en télé	65%	65%	85%	95%	97%	Couverture territoriale télé/couverture totale du territoire Source : Rapport RTI
		Taux de couverture régionale ou départementale de l'AIP	67%	67%	70%	80%	97%	Nombre de départements Couverts / Nombre total de départements (102 départements) Source : Rapport AIP
<b>Objectif spécifique 2</b>	Professionaliser les acteurs du secteur des médias	Taux de professionnalisation des acteurs de médias	3,5%	4%	5%	8%	10%	Nombre de cartes CIJP octroyées / Nombre total de demandeurs de cartes CIJP Source : Rapport CIJP

## Programme 2 : Communication et Médias

Objectif global : Garantir l'accessibilité à une information de qualité pour le bien-être des populations.		Indicateurs de performance	Situation de référence (2021)	Cibles				Méthode de calcul et Moyen de vérification
				2020	2021	2022	2023	
<b>Objectif spécifique 3</b>	Renforcer les capacités techniques et technologiques des structures du secteur	Nombre d'organes bénéficiant d'un appui technique institutionnel	250	250	170	100	70	Dénombrement Source : Rapport ANP
		Taux de couverture en radio rurale	19,35 %	19 %	19,35 %	19,35 %	19,35 %	Dénombrement Source : Rapport ANP
<b>Objectif spécifique 4</b>	Renforcer la visibilité des actions de la francophonie en Côte d'Ivoire	Nombre d'inter villes réalisés	0	0	1	1	1	Dénombrement Source : Rapport CNF
		Nombre de journées de la Francophonie organisées	1	1	1	1	1	Dénombrement Source : Rapport CNF
		Proportion de la population ayant connaissance du rôle de la francophonie en Côte d'Ivoire	15%	20%	25%	30%	35%	Nombre de la population connaissant le rôle de la francophonie/ total de la frange de la population interrogée lors de l'enquête Source : CNF



*c- Présentation des crédits du programme 2 :*



**Présentation des crédits par nature économiques.**

		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Programme 2 : Communication et Médias</b>		<b>9 415, 70</b>	<b>16 508, 52</b>	<b>19 981, 882</b>	<b>11 219, 879</b>	<b>6 594, 195</b>	<b>6 792, 020</b>	<b>6 995, 781</b>
	Dépenses de personnel	1 620,75	1 087,29	2 719, 901	3 316, 794	0,00	0,00	3624, 350
	Dépenses en biens et services	118,04	117,64	939, 125	51, 000	218,00	224, 54	231, 276
	Transferts	6716,76	7 076,59	3 692, 488	3 960, 084	3 976, 587	4 095, 885	4 218, 761
	Investissements	960,15	8227,00	12 630, 368	3 892, 001	2 399, 608	2 471, 596	2 545, 744
	<i>Trésor</i>	960,15	8227,00	12 630, 368	3 892, 001	2 399, 608	2 471, 596	2 545, 744
	<i>Financement extérieur (Dons/Emprunts)</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00



**Présentation des crédits par action (sous-programme) du programme 2 :**

<b>PROGRAMME 2 : COMMUNICATION ET MEDIAS</b>						
<b>ELEMENTS</b>	<b>Personnel</b>	<b>Biens et Services</b>	<b>Transferts</b>	<b>Investissements</b>	<b>Total 2022</b>	<b>Rappel 2021</b>
<b>Action 1: Développement de la presse, de l'audiovisuel et de la communication publicitaire</b>	0,00	87 500 000	2 605 800 000	2 249 608 200	<b>4 942 908 200</b>	<b>15 171 547 633</b>
<b>Action 2: Formation et accès aux métiers de la presse et de l'audiovisuel</b>	0,00	11 500 000	650 787 486	150 000 000	<b>812 287 486</b>	<b>1 170 540 131</b>
<b>Action 3: Régulation du secteur de la communication et des médias</b>	0,00	24 500 000	620 000 000	0,00	<b>644 500 000</b>	<b>2 255 097 497</b>
<b>Action 4 : Promotion et vulgarisation de la Francophonie</b>	00	94 500 000	100 000 000	00	<b>194 500 000</b>	<b>00</b>
<b>TOTAL DEPENSE</b>	<b>0,00</b>	<b>218 000 000</b>	<b>3 976 587 486</b>	<b>2 399 608 200</b>	<b>6 594 195 686</b>	<b>18 597 185 261</b>

## **V- LES DIFFICULTES, LES DEFIS ET LES PERSPECTIVES**

### **1. Difficultés :**

En termes de difficultés, il convient de retenir pour l'essentiel, que le DPPD-PAP pourrait se heurter à un gros problème d'internalisation et d'appropriation par les politiques qui en définitive sont les premiers décideurs. Le Cadre des dépenses à Moyen Terme se présente comme un mode de gestion nouveau des ressources publiques auquel le politique et les administrations pourraient être réfractaires s'il n'est pas bien expliqué.

Il conviendrait alors pour le Ministère en charge du budget d'orienter des actions de sensibilisations et de formation à l'endroit de toutes ces personnes et même à l'endroit des parlementaires qui ont la charge de l'adopter.

Par ailleurs, des difficultés pourraient aussi provenir de la pertinence des indicateurs retenus pour juger l'atteinte des résultats attendus d'une part et du renseignement des données sectorielles dans le nouveau Système d'Information de Gestion des Opérations Budgétaire de l'Etat (SIGOBE).

### **Défis à relever à moyen terme :**

Rien de particulier à relever sinon à indiquer simplement que le défi à relever à moyen terme est l'atteinte effective des objectifs contenus dans le document de programmation.

### **2. Hypothèses de risques de non atteintes des résultats prévus :**

Les risques de non atteinte des résultats sont pour l'essentiel classiques et propres à tous les Etats africains. Il s'agit de l'instabilité politique avec comme corollaire, la perturbation de la vie institutionnelle dans les Etats. A cet égard les échéances électorales prochaines constituent l'un des risques pouvant retardés l'atteinte des résultats escomptés.

L'autre risque, qui est également tributaire du premier, réside dans l'incertitude pouvant planer sur l'aide extérieure provenant des bailleurs de fonds.

Il paraît donc indispensable de garantir au pays des conditions de stabilité politique car la paix reste le préalable à tout développement.

## CONCLUSION

Le document ainsi présenté est le cadre de la mise en œuvre de l'action gouvernementale pour ce qui concerne l'environnement et le développement durable. Il présente particulièrement les interventions du ministère à moyen terme, tout en les associant à des objectifs et les moyens financiers nécessaires à leur réalisation.

Cependant, au-delà de son élaboration, se pose la question de sa mise en œuvre.

L'atteinte des objectifs fixés dépend fondamentalement de l'organisation, des ressources humaines et de la capacité de l'Etat à le financer.

Il est alors important, qu'au niveau du Ministère de la Communication et des Médias et du Gouvernement chacun s'approprie cet outil et lui donne les moyens de son exécution dans les meilleures conditions.

## **ANNEXES**

- 1. BUDGETS PROGRAMME**
- 2. PROJETS D'INVESTISSEMENTS PUBLICS**
- 3. TABLEAUX DES RESSOURCES EMPLOIS PAR PROGRAMME**
- 4. LISTING SIB**
- 5. BESOINS COMPLEMENTAIRES**

