

# Il était une fois, deux journalistes lassés du bla-bla...

Les rédacteurs-fondateurs du premier journal nigérien du monde paysan nous font partager dans ce récit l'aventure des « Échos du Sahel ».

Après une décennie d'exercice dans des rédactions d'information générale, deux pionniers décident de « faire plus constructif » en mettant leur plume au service du monde rural. Leur objectif : donner la parole à la masse muette et marginalisée des paysans de la sous-région sahélienne, et relayer l'expression des acteurs d'un monde rural hétérogène dont les groupes les plus vulnérables n'ont guère la possibilité d'être entendus. C'était pour eux une façon de participer à la réduction des inégalités et des injustices dont sont souvent victimes certains groupes défavorisés (notamment les femmes et les enfants), et de combler un vide grâce à une presse axée sur les préoccupations du monde paysan, sans occulter les problèmes de développement en zones urbaines ou semi-urbaines.

Cette presse devait également contribuer à une communication entre les décideurs, les projets, les ONG et les associations évoluant en zone rurale. Sur un autre plan, *Les Échos du Sahel* visaient également à ouvrir ses colonnes non seulement aux milieux de la recherche et de l'industrie, mais aussi aux « savoirs » des paysans, comme un canal de vulgarisation de connaissances.

## « Les Échos du Sahel »

Cette publication trimestrielle née le 1<sup>er</sup> janvier 1999 en est à son dixième numéro. Format A4 (21 x 29,7cm), 80 pages environ, tirée à 3 000 exemplaires et vendue au prix unitaire de 1 000 FCFA. Elle est diffusée majoritairement au Niger, mais aussi en Afrique de l'Ouest : Burkina (8% du tirage), Mali (4%), Guinée (2%), Bénin et Togo (3% chacun), Sénégal (2%), Tchad (3%), Kenya (1%), dans certains pays d'Afrique centrale ainsi qu'en Europe et aux États-Unis (7% au total).

La diffusion se fait à 60% par abonnement. En ville (25% du tirage), le journal est diffusé, moitié par abonnement, moitié à travers les kiosques. Hors de Niamey, cette diffusion s'effectue à 90% par abonnement, dont près de la moitié à destination de la clientèle du monde du développement : organismes, projets, ONG et associations de développement, services administratifs, notamment du secteur rural, quelques organisations paysannes et des fonctionnaires officiant dans les villes secondaires chefs-lieux de département.

En mars 2002, cette publication trimestrielle éditée par l'agence de communication du même nom, souffle ses trois bougies. Pour ceux qui ont vu les premiers jours de l'agence et épluché les pages du magazine, les signes extérieurs sont porteurs d'indices de progrès. Effectivement, l'agence tient la route avec ce magazine phare dont les reporters parcourent tout ou partie des 1 265 000 km<sup>2</sup> de superficie du Niger.

## Le support écrit, inaccessible à la majorité du monde paysan

Néanmoins, leur satisfaction est relative puisque l'ambition de couvrir la zone sahélienne en informant le monde rural sur le monde rural se heurte à l'analphabétisme qui fait que le support écrit reste inaccessible à la majorité de la cible paysanne. Toutefois, fin décembre 1998, lorsque les principaux animateurs du magazine partaient pour leur premier reportage, ils avaient beaucoup d'ambition.

En raison de moyens financiers limités, les ressources humaines de la rédaction se limitent aux deux journalistes fondateurs, à un infographiste, un comptable, un responsable administratif et marketing, un gardien et un garçon de course. Pour les besoins des reportages, *Les Échos du Sahel* font couramment appel à des journalistes payés à la pige. La fabrication du magazine reste quelque peu ardue car son parc informatique ne compte que trois ordinateurs, deux imprimantes et un scanner. Certains reportages nécessitent le recours à l'emprunt de magnétophones et d'appareils photo ; petites acrobaties qui indiquent que les contraintes ne peuvent être résorbées par les maigres ressources financières du journal constituées essentiellement de recettes de reportages commandés, l'environnement socio-économique au Niger étant tel que la publicité demeure une peau de chagrin.

La palme des contraintes revient au coût de fabrication du magazine et, prin-

cipalement, à celui très élevé des frais d'impression (environ 1 500 000 FCFA par parution), et celui, non moins important, des frais de déplacements à travers les villages de ce vaste pays. Ne pouvant s'offrir d'unité d'impression, pas même une modique offset, ni un 4 x 4 pour braver les pistes, *Les Échos du Sahel* fonctionnent pratiquement pour payer les frais de fabrication, et l'agence attend toujours l'éclaircie financière qui l'autoriserait à acquérir du matériel professionnel et engager d'autres journalistes pour étoffer sa rédaction.

Mais, l'expérience vaut la peine d'être vécue et demeure galvanisante. Dans un contexte médiatique braqué sur la capitale, avec la politique comme sujet de prédilection, *Les Échos du Sahel* offrent un autre regard sur les réalités nigériennes, voire sahéliennes puisque son ambition reste régionale. Ce magazine écrit en français est aujourd'hui crédité d'une audience très favorable auprès des décideurs en tant que miroir de leurs activités et surtout, reflet d'un monde rural jusqu'ici muet. Elle est également effective chez les paysans et les acteurs de développement qui, très souvent, commandent des traductions en langues nationales de certains reportages ou des reprises en version sonore. Le microcosme citadin, que l'on disait uniquement obnubilé par la politique, y a vu aussi la possibilité de s'offrir une excursion intellectuelle dans un monde dont on parle beaucoup mais dont on sait très peu, parce qu'il n'a pas souvent l'occasion de s'exprimer.

Ses fondateurs ont aussi réussi le pari de l'exigence de régularité dans la parution et de rigueur dans la qualité du travail. Les agents d'organismes et projets de développement disent y avoir trouvé un espace qui leur est propre pour se donner visibilité et lisibilité. Mais aux *Échos du Sahel*, on est conscient que la cible n'est que partiellement touchée. Pour que le dialogue entre le monde rural et les acteurs du développement ne demeure pas inégalement réparti, l'objectif est de mieux balayer cette cible plurielle faite de paysans majoritairement analphabètes, d'acteurs du développement, de chercheurs, d'industriels, etc. ■

Guy-Michel Boluivi  
et Ibbo Daddy Abdoulaye  
BP 12 952 – Niamey - Niger  
Tél./fax. (227) 74 32 17  
ecosahel@intnet.net