

Rapport de mission auprès de l'INSD Ouagadougou, 1^{er} au 5 septembre 2008

Philippe Bautier

Chef de l'Unité Communication, Eurostat

1. Objectifs et déroulement de la mission

La mission effectuée à la demande de l'Institut National de la Statistique et de la Démographie (INSD) dans le cadre du Projet de Développement du Système Statistique National (PDSSN) du Burkina-Faso s'est déroulée du 1^{er} au 5 septembre 2008. Je tiens à remercier tout particulièrement Mr. Ouattara, Directeur Général de l'INSD, pour son accueil et sa disponibilité au cours de la mission ainsi que Mr. Sabo, Coordonnateur du PDSSN, pour le soutien qu'il m'a apporté tout au long de la mission. Celle-ci a visé essentiellement 3 objectifs:

1.1 **sensibiliser** les différents niveaux de la hiérarchie de l'INSD aux conditions d'une communication réussie avec les médias. Trois ateliers ont ainsi été organisés. Le premier s'est déroulé le lundi 1^{er} septembre avec l'ensemble des membres du Comité Web de l'INSD, regroupant des représentants des services de production ainsi que des services informatiques et de diffusion. Le second atelier a réuni le mardi 2 septembre le Directeur Général de l'INSD, les Directeurs ainsi que le service des relations publiques. Enfin, le troisième atelier a eu lieu le mercredi 3 septembre et a rassemblé les chefs de service de l'INSD.

Je dois souligner que toutes ces réunions ont donné lieu à de nombreux échanges de vue et de questions, et tiens à en remercier tous les participants. Ces ateliers ont été l'occasion d'expliquer pourquoi la communication de l'information statistique à travers les médias, était aujourd'hui indispensable dans nos sociétés mais aussi de présenter les conditions permettant d'assurer le succès de cette communication (voir document en annexe 1).

1.2 **proposer une stratégie ainsi qu'un programme de travail** en vue de développer la communication de l'INSD avec les médias. La présence à l'atelier du Directeur Général et des Directeurs a permis d'engager une discussion sur la stratégie à mener. La rencontre avec les journalistes de la presse écrite (journal Sidwaya) et de la télévision nationale burkinabé (TNB) qui s'est tenue le jeudi (matin) 4 septembre, a permis de préciser les contraintes et les besoins des médias. Une réunion de présentation des principales conclusions de la mission, s'est déroulée le vendredi 5 septembre dans l'après-midi, en présence du Directeur Général et de ses collaborateurs.

1.3 **former** le service des relations publiques à la rédaction de communiqués de presse, principal instrument de diffusion de l'information statistique vis-à-vis des médias. Pour être utile aux journalistes, un bon communiqué de presse doit respecter un certain nombre de principes tels que l'intérêt du sujet pour les lecteurs/auditeurs, la fraîcheur de l'information ainsi que la clarté, l'objectivité et la concision de la présentation. Deux projets de communiqués de presse ont ainsi été préparés avec Mr. Yembi Souli, chef du service des relations publiques, et Mr. Albert Sawadogo. Le premier, de nature économique, présente les dernières statistiques mensuelles de l'inflation (annexe 2) tandis que le second porte sur un sujet de société : le lieu de naissance (domicile, hôpital/maternité) des enfants burkinabés (annexe 3). Je reste bien entendu disponible pour tout conseil à distance sur la présentation et l'écriture des premiers communiqués de l'INSD.

2. Une stratégie basée sur l'offre de services

2.1 Dans un monde où les médias jouent un rôle prépondérant d'information auprès des citoyens, les instituts nationaux de statistiques doivent eux aussi s'efforcer de passer par le relai des médias afin d'assurer une diffusion élargie des statistiques officielles et en même temps valoriser le travail des instituts statistiques aux yeux du grand public.

2.2 Le succès d'une stratégie de communication avec les médias dépend toutefois de plusieurs éléments:

- la **disponibilité de statistiques** fiables, à jour et en ligne avec les centres d'intérêt et les préoccupations des citoyens.

- la désignation d'une **équipe** en charge des relations avec la presse.

- une offre de **services spécifiques** aux journalistes. Peu de journalistes ont la formation et le temps leur permettant de lire de longues et complexes publications statistiques. Il est donc nécessaire de les aider en leur présentant l'information statistique sous une forme appropriée, c'est-à-dire rédigée simplement et de façon neutre et concise. C'est le but des communiqués de presse, mais des services complémentaires peuvent être également offerts aux médias.

- le respect des **procédures internes**. La communication avec les médias va déterminer en partie l'image de l'institut statistique dans la société. Toute erreur peut engendrer la rédaction d'articles négatifs et détériorer l'image de l'institut. Il est donc important d'éviter au maximum ces risques en mettant en place des procédures internes suffisamment rigoureuses, qui fixent les diverses responsabilités ainsi que les différentes étapes à suivre.

2.3 En ce qui concerne l'INSD, la stratégie proposée vis-à-vis des médias repose sur le constat que l'INSD dispose d'une production statistique pertinente. En effet, l'INSD produit une quantité non négligeable d'informations économiques et sociales susceptibles d'intéresser les médias. L'indice mensuel des prix à la consommation, les données trimestrielles du commerce extérieur, les données démographiques ou les nombreux indicateurs provenant de l'enquête annuelle sur les conditions de vie des ménages burkinabés en sont des exemples. En fonction du développement de la production statistique à l'INSD, d'autres indicateurs tels que la croissance du PIB et des principaux agrégats macro-économiques ou l'indice de la production industrielle pourraient à l'avenir faire également l'objet de communiqués de presse. Dans tous les cas, les publications actuelles de l'INSD sont présentées sous des formes qui ne les rendent pas encore assez accessibles aux journalistes.

Par ailleurs, si l'équipe en charge des relations avec la presse est en cours de désignation (il devrait s'agir de Mrs. Souli et Sawadogo auxquels il serait souhaitable d'adjoindre une secrétaire), il n'y a pas pour le moment de services spécifiques destinés aux journalistes ni de procédures internes fixant les rôles et les responsabilités de chacun dans les relations de l'INSD avec les médias.

2.4 Dans ce contexte, il semble préférable d'envisager le démarrage des activités de communication avec les médias au **début de l'année 2009**, les mois de septembre à décembre 2008 devant être consacrés à "préparer le terrain", c'est-à-dire à fixer les responsabilités, à définir des procédures et à prendre contact avec les médias.

2.5 Les services que l'INSD pourrait proposer aux médias à partir de janvier 2009 sont les suivants:

- la **publication de communiqués de presse**. Sur la base d'une rapide évaluation des statistiques disponibles et des publications de l'INSD, celui-ci devrait pouvoir publier une trentaine de communiqués de presse en 2009. Ces communiqués pourraient inclure un communiqué mensuel sur l'inflation, un communiqué trimestriel sur le commerce extérieur ainsi qu'un certain nombre de communiqués sur des données démographiques et sociales. Ils devront être transmis au même moment à tous les journalistes qui en font la demande et mis en ligne à la même heure sur le site de l'INSD. Il serait aussi souhaitable que les communiqués de l'INSD soient envoyés à la même heure par e-mail aux services de communication des différents Ministères ainsi qu'à la BCEAO et à l'UEMOA.

- des **réponses rapides aux demandes** d'information statistique ponctuelles. Les journalistes peuvent avoir besoin lorsqu'ils rédigent un article de connaître les dernières statistiques disponibles sur tel ou tel sujet. Ils peuvent également avoir besoin d'éclaircissement méthodologique. Ces informations doivent pouvoir leur être communiquées rapidement par e-mail ou par téléphone.

- l'organisation de **sessions de formation à la statistique** pour les journalistes. L'objectif de ces sessions ne serait bien entendu pas de transformer les journalistes en statisticiens mais de les aider à comprendre le vocabulaire de base de la statistique et à interpréter correctement les données.

2.6 A plusieurs reprises lors des ateliers a été mentionnée la question de l'éventuelle demande de rétribution de la part des médias. Il doit être très clair que les nouveaux services proposés par l'INSD aux médias, en particulier les communiqués de presse, ne doivent en aucun cas faire l'objet d'un quelconque paiement de l'INSD aux médias qui accepteraient de publier un article sur le sujet du communiqué. L'intérêt des médias doit résider dans le fait que le sujet abordé dans le communiqué va intéresser leurs lecteurs ou leurs auditeurs.

Ceci n'est pas contradictoire avec le fait que lorsque l'INSD est intéressé à faire passer un message dans le journal, comme par exemple l'annonce d'un appel d'offres ou bien l'annonce du lancement d'un recensement ou d'une grande enquête nationale, l'INSD rétribue le journal pour la publication de l'annonce.

3. Programme de travail

La mise en œuvre de cette stratégie implique la désignation préalable de responsabilités et la fixation de procédures. Le programme de travail ci-dessous vise à recenser la liste des actions à mener avant la fin de l'année 2008.

3.1 Point de contact

Il s'agit simplement de:

- désigner officiellement l'équipe en charge des relations avec la presse au sein de l'INSD.
- déterminer un point de contact unique à l'INSD pour les contacts avec les journalistes et transmettre le numéro de téléphone et l'adresse e-mail aux journalistes.

3.2 Information des journalistes

Un préalable essentiel est que l'INSD explique clairement sa nouvelle stratégie aux médias, et en particulier le fait que l'INSD disposera désormais d'un point de contact pour les journalistes et diffusera des communiqués de presse. Un courrier du Directeur Général de l'INSD devra ainsi être adressé aux rédacteurs en chef/directeurs des principaux médias présents à Ouagadougou pour les informer de l'offre de services de l'INSD et leur demander en réponse le nom des journalistes désirant recevoir à partir de 2009 les communiqués de l'INSD.

Au cours de la mission, la visite du portail des médias au Burkina-Faso (<http://www.mediaburkina.org/>) a permis de faire un premier recensement d'une trentaine de médias incluant presse écrite nationale (quotidienne et hebdomadaire/mensuelle), télévision et radio nationales publiques et privées, agence de presse nationale (Agence d'Information du Burkina), et correspondants de médias étrangers (Reuters, Associated Press, Agence France Presse, BBC, Radio France Internationale).

La liste des journalistes intéressés à recevoir les communiqués de presse de l'INSD devra être disponible pour la fin 2008 au plus tard. Elle sera bien entendu complétée ensuite au fur et à mesure des demandes des journalistes.

Enfin, il pourrait être envisagé au moment de la diffusion du premier communiqué de presse de l'INSD début 2009, d'organiser une conférence de presse afin de mieux expliquer aux journalistes les objectifs poursuivis, de présenter les services offerts par l'INSD et de fournir un certain nombre de détails pratiques sur la façon dont seront diffusés les communiqués de presse.

3.3 Information des administrations nationales

Les sujets traités dans les communiqués de presse de l'INSD toucheront à différents domaines de l'information économique et sociale. Dans un souci de bonne coordination, il est important que les services de l'administration nationale soient informés en même temps que les médias des communiqués publiés par l'INSD.

Afin de pouvoir leur transmettre les communiqués, l'INSD devra établir pour la fin de l'année 2008 la liste des services de communication des Ministères, incluant leurs adresses e-mail. Il apparaît également souhaitable que l'INSD transmette les communiqués à l'UEMOA ainsi qu'à la BCEAO à Ouagadougou.

3.4 Procédure de validation des communiqués de presse

Comme il a été mentionné précédemment, il est très important d'éviter tout risque d'erreur dans la communication avec les médias. Pour cela, il faut mettre en place des procédures claires et connues de tous où sont établis les différents niveaux de responsabilités. Les communiqués de presse doivent ainsi faire l'objet d'un processus d'approbation et de validation, tant du point de vue des données que du texte.

Une fois rédigé et mis en forme par le service des relations publiques, il a été accordé lors de la mission que la validation sera faite en premier lieu par le service de production en charge du domaine statistique présenté dans le communiqué, puis par le Directeur concerné et enfin par le Directeur Général. Il est essentiel que cette phase de validation soit menée dans les délais les plus brefs afin de ne pas retarder la publication des communiqués, en particulier de ceux présentant les statistiques conjoncturelles les plus récentes.

Les deux projets de communiqués préparés lors de la mission ont permis de s'accorder sur la présentation des communiqués. Ceux-ci constituent pour l'INSD un nouveau type de publication et ils doivent pouvoir être identifiés immédiatement en tant que tel par les lecteurs, en particulier les journalistes.

3.5 Procédure de diffusion des communiqués de presse

Chaque communiqué devra faire l'objet de la même procédure de diffusion. Celle-ci inclut plusieurs étapes qui devront être distinguées:

- l'information du Ministre de tutelle de l'INSD. Les responsables politiques sont souvent amenés à commenter publiquement les données faisant l'objet d'un communiqué de presse. Ils ne doivent donc pas être pris au dépourvu et avoir le temps d'analyser les nouvelles informations disponibles. En même temps, ce besoin d'information doit respecter l'indépendance de l'INSD. Celui-ci peut convenir de transmettre les communiqués de presse quelques heures avant leur publication au Ministre de tutelle, mais il doit s'agir d'une transmission sous embargo et pour information uniquement.

- la diffusion par e-mail aux journalistes. L'heure de diffusion des communiqués qui a été proposée au cours de la mission, et qui tient compte à la fois des horaires de travail du personnel de l'INSD mais également des contraintes de travail des journalistes, est de 9:00. Toutefois, pour maximiser l'impact du communiqué dans les médias, il est souhaitable que les journalistes soient avertis au préalable de la date de diffusion. Il est donc suggéré d'envoyer au moins la veille de la diffusion un e-mail aux journalistes les informant que le lendemain sera publié par l'INSD un communiqué de presse portant sur tel ou tel sujet.

Une fois le communiqué diffusé, le service en charge des relations avec la presse devra veiller à être disponible pour répondre aux éventuelles questions des journalistes. En cas de demande d'interview, le service des relations publiques informera le Directeur Général de l'INSD qui décidera de la suite à donner et si besoin désignera le responsable de l'INSD le mieux à même de répondre.

- la diffusion aux administrations nationales, à l'UEMOA et la BCEAO. Elle se fera également par e-mail à 9:00.

- la mise en ligne du communiqué sur le site web de l'INSD devra aussi être effectuée à la même heure.

3.6 Accessibilité des communiqués de presse sur le site web

Les journalistes et les responsables de l'administration ne doivent pas être les seuls à avoir connaissance des communiqués de presse. Tous les citoyens doivent avoir accès à l'information en même temps que les médias. Il est donc fortement recommandé que les responsables du site web de l'INSD prévoient l'espace nécessaire à la publication sur le site des communiqués de l'INSD. Si ceux-ci sont envoyés à 9:00 aux journalistes, ils devront également être accessibles à la même heure sur le site de l'INSD.

3.7 Communication au personnel de l'INSD

Dès que l'INSD aura approuvé sa stratégie de communication vis-à-vis des médias, et que les procédures auront été arrêtées, il serait souhaitable d'en informer avant la fin de l'année 2008 l'ensemble du personnel de l'INSD, dans un souci de bonne communication interne et aussi d'efficacité.

En particulier, les services de production statistique doivent être informés de cette nouvelle stratégie. Les services de production ne doivent pas seulement contrôler les projets de communiqués préparés par le service des relations publiques, ils peuvent jouer un rôle proactif en proposant eux-mêmes des sujets de communiqué, qui valoriseront leurs travaux.

4. Conclusion

Dans sa stratégie de communication avec les médias, l'INSD doit garder à l'esprit trois éléments. Tout d'abord, il s'agit d'une stratégie de longue haleine. L'INSD ne verra pas modifier fondamentalement son image après la publication du premier communiqué de presse. L'INSD ne fera pas nécessairement la une des journaux lorsqu'il annoncera le dernier chiffre de l'inflation mais l'important sera que le chiffre soit mentionné, même dans un article de quelques lignes, ainsi que le nom de l'INSD. Chaque action de communication réussie avec les médias aidera à consolider progressivement l'image de l'INSD.

Le deuxième élément est que le succès de la politique de communication dépend en premier lieu de la qualité de la production statistique. Si dans certains domaines, les statistiques disponibles sont anciennes ou incomplètes, mieux vaut ne pas les mettre "en vitrine" dans un communiqué de presse. L'INSD doit donc poursuivre ses efforts dans le domaine de la production. La communication n'en sera que plus facile.

Enfin et comme il a déjà été dit à plusieurs reprises, la communication en particulier avec les médias demande rigueur et organisation. Le succès de la stratégie de communication de l'INSD dépendra donc également de sa capacité à respecter dans la durée les procédures adoptées.