

# *Synergies Cooperation*

Développement Justice Droits de l'Homme

---

## **Search for Common Ground**

*Evaluation finale du projet « Promotion de la  
cohésion sociale à travers les médias à Madagascar »*

**RAPPORT FINAL**

**Avril 2014**

**Carole Berrih  
Edeny Andriamizani**

---

## Table des matières

LISTE DES ACRONYMES .....	3
LISTE DES TABLEAUX .....	4
RESUME EXECUTIF .....	5
1. INTRODUCTION .....	8
1.1. Contexte du projet.....	8
1.2. Objectifs et méthodologie de l'évaluation .....	11
1.2.1. Objectifs de l'évaluation .....	11
1.2.2. Méthodologie.....	11
1.3. Limites et difficultés rencontrées .....	14
2. RESULTATS .....	16
2.1. Méthodologie du projet .....	16
2.1.1. Travail avec les comités consultatifs.....	16
2.1.2. Mise en œuvre des partenariats .....	16
2.1.3. Dispositifs de suivi-évaluation du projet.....	18
2.2. Efficacité du projet .....	19
2.2.1. Les émissions radiophoniques.....	19
2.2.2. Renforcement de capacités des journalistes .....	23
2.2.3. Soutien matériel et technique des radios.....	24
2.2.4. Coproductions .....	25
2.2.5. Mise en place d'une coalition .....	26
2.2.6. Questions transversales.....	26
2.3. Efficience du projet .....	27
2.3.1. Mobilisation des ressources humaines .....	27
2.3.2. Mobilisation des ressources financières et analyse du rapport coût/efficacité .....	27
2.3.3. Retards et ajustements du calendrier .....	28
2.3.4. Lien avec d'autres projets .....	29
2.4. Impact du projet .....	30
2.4.1. Impact auprès des audiences .....	30
2.4.2. Impact auprès des journalistes formés .....	36
2.4.3. Impact auprès des radios.....	38
2.5. Durabilité du projet.....	41
2.5.1. La Coalition des Radios pour la Consolidation de la Paix à Madagascar .....	41
2.5.2. Durabilité des formations .....	43
2.5.3. Anticipation et partage d'un plan de retrait .....	43
3. CONCLUSION, LECONS APPRISES ET RECOMMANDATIONS .....	44
ANNEXES.....	47
ANNEXE 1 : Planning de la mission .....	47
ANNEXE 2: Référentiel de l'évaluation.....	49
ANNEXE 3: Guides d'entretien.....	51
ANNEXE 4: Questionnaire (version française).....	55
ANNEXE 5: Tableaux statistiques et interprétation des données .....	60
ANNEXE 6 : Charte de la Coalition .....	61
ANNEXE 7: Termes de référence.....	62

## **LISTE DES ACRONYMES**

<b>AG :</b>	Assemblée générale
<b>CAD :</b>	Comité d'Aide au Développement
<b>OCDE :</b>	Organisation de Coopération et de Développement Economique
<b>ONG :</b>	Organisation Non Gouvernementale
<b>OSC :</b>	Organisation de la Société civile
<b>RDB :</b>	Radio Don Bosco
<b>RDJ :</b>	Radio des Jeunes
<b>RNM :</b>	Radio Nationale Malagasy
<b>RTA :</b>	Radio Télévision Analamanga
<b>SFCG :</b>	Search for Common Ground
<b>SPDTS :</b>	Syndicat des Professionnels Diplômés en Travail Social
<b>VHD :</b>	Vohidrazana
<b>TKI :</b>	Tokotany Iraisana
<b>UE :</b>	Union européenne

## LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1: REPARTITION DES RADIOS PARTENAIRES, MARS 2014 .....	10
TABLEAU 2: ZONE D'INTERVENTION DE L'ETUDE QUANTITATIVE .....	13
TABLEAU 3: REPARTITION DES CORRESPONDANTS DANS LES REGIONS .....	17
TABLEAU 4: INDICATEURS D'ACTIVITES .....	27
TABLEAU 5: CONNAISSANCE DES LOIS D'ENREGISTREMENT DES MINES .....	31
TABLEAU 6: EST-IL JUSTIFIE DE JUGER DES PERSONNES SUR LA BASE D'ORIGINES ETHNIQUES? .....	31
TABLEAU 7: UNE FEMME PEUT-ELLE AVOIR UN PROGRAMME ELECTORAL DE MEME QUALITE QU'UN HOMME? .....	31
TABLEAU 8: REPARTITION DES PERSONNES QUI PENSENT QU'IL N'EST JAMAIS JUSTIFIE DE JUGER DES PERSONNES SUR LA BASE D'ORIGINES ETHNIQUES .....	32
TABLEAU 9: EST-IL JUSTIFIE D'OBLIGER LES ENFANTS A TRAVAILLER COMME DOMESTIQUE?.....	32
TABLEAU 10: REPARTITION DES PERSONNES REPDANT A LA QUESTION DU TRAVAIL DES ENFANTS, SELON LE SEXE .....	32
TABLEAU 11: LE DERNIER CONFLIT AU SEIN DE LA FAMILLE A-T-IL ETE GERE.....	33
TABLEAU 12: CONNAISSANCES SELON L'EMISSION ECOUTEE .....	34
TABLEAU 13: CONNAISSANCE DES DROITS DE L'HOMME SELON LE SEXE PARMIS LES AUDITEURS DE TKI .....	35
TABLEAU 14: REPARTITION DES PERSONNES POUVANT CITER TROIS DROITS DE L'HOMME SELON LA REGION	35
TABLEAU 15: REPARTITION DES PERSONNES POUVANT CITER 3 DEVOIRS DU CITOYEN SELON LA REGION .....	35
TABLEAU 16 : REPARTITION DES PERSONNES POUVANT CITER 3 OBLIGATIONS DE L'ETAT SELON LA REGION...	35
TABLEAU 17: EVOLUTION DE L'ECOUTE EN FONCTION DU TYPE DE RADIO.....	38
TABLEAU 18: INDICATEURS D'IMPACT.....	41

## RESUME EXECUTIF

Le projet « Promotion de la cohésion sociale par les médias » mis en œuvre par Search for Common Ground (SFCG) à Madagascar vise à privilégier la recherche de solutions par la coopération et non la confrontation grâce à la diffusion d'émissions de radio, de renforcement des capacités des journalistes radio et de sensibilisation aux droits de l'Homme. La présente étude est une évaluation finale externe de ce projet. Ses résultats devront permettre aux commanditaires promoteurs du projet et les partenaires dont l'UE et les groupes cibles d'améliorer la conception de futures interventions et la pratique de différentes initiatives de SFCG Madagascar en vue de la contribution positive à la cohésion sociale et de la prévention de conflit violent. Les éléments suivants ont été étudiés : méthodologie, efficacité, efficience, impact et durabilité du projet.

**La méthodologie de mise en œuvre du projet a été très bonne** et particulièrement adaptée au contexte. Il s'agissait en effet du premier projet de SFCG dans le pays et l'organisation s'est appuyée sur un certain nombre de comités d'experts locaux pour valider les axes d'intervention. SFCG a intégré au sein de son équipe une équipe spécialisée dans le suivi-évaluation, qui a mis en place de nombreux outils de suivi des activités du projet, incluant des intrants émanant du terrain. De plus, l'ensemble des partenaires du projet ont souligné la bonne fluidité de la communication avec les équipes de SFCG.

**L'équipe d'évaluation considère que l'efficacité a également été très bonne.** La quasi-totalité des activités prévues ont été réalisées : 184 épisodes du feuilleton Vohidrazana (VHD) ont été réalisés et sont en cours de diffusion sur les 26 radios partenaires; 150 épisodes de l'émission d'actualité Tokotany Iraisana (TKI) ont été réalisés et diffusés sur les radios partenaires ; un certain nombre d'activités complémentaires ont été réalisées pour accroître la visibilité de ces émissions. Ces émissions traitaient majoritairement la cohésion sociale, les droits de l'Homme et l'engagement civique.

Parallèlement, SFCG a renforcé les capacités des journalistes et des radios : 62 journalistes ont été formés sur l'approche Common Ground à Madagascar ; 5 journalistes malgaches ont participé à un voyage d'étude en Côte d'Ivoire ; l'ensemble des radios partenaires ont bénéficié d'une dotation en matériel de production et de diffusion radiophonique, d'une reconfiguration technique des antennes de diffusion et de la réalisation d'au moins une coproduction d'émission avec SFCG.

**L'efficience du projet est partiellement bonne.** Les ressources humaines du projet étaient en adéquation avec les besoins, le budget a été globalement bien respecté et les dotations matérielles ont effectivement permis de réaliser les objectifs du projet, même si certaines radios n'utilisent pas l'ensemble du matériel. De plus, les radios partenaires ont participé à plusieurs projets et bénéficié d'accompagnements multiples, ce qui a permis de créer une forte dynamique, contribuant à l'atteinte de l'objectif commun.

La difficulté la plus sérieuse est celle du retard dans les activités de visibilité des émissions radiophoniques, dont certaines n'ont été mises en œuvre que quelques mois seulement avant la fin des diffusions. D'autre part, la création de la coalition de radios, prévu à mi-

projet, n'a été concrétisée qu'au dernier mois du projet. Si ce retard est justifié par la nécessité que soit tissé un fort lien de confiance entre SFCG et les radios, il découle d'une faible connaissance du contexte et du pays au moment de la rédaction du projet.

**L'impact du projet a été bon**, malgré des disparités selon les groupes cibles.

L'impact sur les auditeurs est très important : les émissions ont permis aux auditeurs d'avoir une connaissance améliorée de certaines lois, des droits de l'Homme, des responsabilités des citoyens, des informations nationales, des événements des autres régions et provenant du milieu rural. Les émissions ont eu un fort impact sur les perceptions et comportements des auditeurs en matière de tolérance et d'égalité homme-femme. De plus, les émissions ont réduit les différences de connaissances et perceptions entre les personnes habitant en zone rurale et en zone urbaine, et entre les différentes régions, ce qui dénote une bonne circulation de l'information dans l'ensemble des zones d'écoute.

Bien que l'impact du projet sur les audiences ait été restreint dans certaines zones du fait de difficultés techniques de certaines radios partenaires, qui ont ainsi une faible audience, ces problèmes de couverture ont largement été compensés par le choix de SFCG de conclure des partenariats avec des radios ayant une couverture nationale. Les programmes sont captés dans des zones qui étaient considérées hors couverture, ce qui a fortement démultiplié l'impact du projet.

L'impact auprès des journalistes est moins bon. Bien que, grâce aux formations, les journalistes sont beaucoup plus conscients de leur rôle en tant que média dans la gestion des crises que certains aient parfaitement appliqué la méthodologie SFCG, les formations n'ont pas pu être appliquées dans certaines radios : censure, autocensure, corruption ou simple manque de temps, ce qui a réduit l'impact des formations. Certains journalistes ne peuvent pas interroger des personnes opposées politiquement à leur patron. Il leur a tout simplement été interdit d'être contradictoires lorsqu'ils traitent des informations, au risque de se faire licencier.

Sur les radios, l'impact du projet est bon. D'une part, près de la moitié des auditeurs des radios partenaires interrogés expliquent écouter plus souvent les radios partenaires car les programmes sont plus intéressants. Les auditeurs ont noté que les informations des radios sont plus crédibles, plus neutres et plus modérées aujourd'hui qu'il y a deux ans et ce quelle que soit la radio écoutée et quelle que soit la région. D'autre part, les radios estiment que l'impact apporté par SFCG a été positif sur les programmes: production de nouvelles productions pour certaines radios, meilleure qualité sonore, meilleure visibilité, etc. Par ailleurs, un impact tangible imprévu a été observé est constitué par le renforcement, voire la création d'un réseau entre les radios partenaires.

**La durabilité du projet est moyenne.** En effet, la structure de suivi créée, la Coalition des médias pour les paix, n'a été officialisée que la veille de la clôture du projet. Un certain nombre de directeurs de radios interrogés, dont certains membres du bureau de la coalition, n'avaient pas, lors de la mission d'évaluation, une vision claire du mandat de la coalition ni des activités qu'ils allaient mettre en place. Plusieurs difficultés et risques potentiels relatifs

à la création de cette structure de suivi ont été exprimés par l'équipe d'évaluation au cours de l'étude terrain, dont certaines ont déjà été prises en considération par SFCCG. Cependant, pour s'assurer que le mécanisme soit pérenne et effectif, il est nécessaire que SFCCG accompagne la Coalition au-delà du projet. Ainsi, malgré la fin du projet en mars 2014, SFCCG s'est engagé à continuer l'accompagnement de la coalition pendant plusieurs mois. Plusieurs signes positifs de durabilité ont été relevés: disposition de plusieurs directeurs de radios à réaliser des émissions communes avec d'autres radios, soutien des autorités nationales, mise en place d'un site web et dotation de connexions internet, etc.

Enfin, les équipes de coordination du projet auraient gagné à anticiper davantage la fin des financements et des activités et à partager un plan de retrait en cas d'arrêt des financements des activités. Ceci est dû au fait que SFCCG a continué la recherche de financements pour poursuivre les émissions jusqu'à un stade très avancé du projet.

L'équipe de recherche recommande ainsi notamment à SFCCG de :

- Former les personnes qui dictent la ligne éditoriale des radios à l'approche Common Ground afin d'assurer l'application de la méthodologie par les journalistes ;
- Réaliser un suivi des formations au bout de 6 mois pour évaluer la mise en œuvre de l'approche Common Ground par les journalistes ;
- Multiplier les accompagnements et suivis des journalistes non correspondants ;
- Renforcer la formation continue de l'ensemble des journalistes radio des régions cibles, en réalisant des formations de formateurs avec des journalistes de chaque région, chargés de démultiplier les formations sur le terrain (éventuellement un correspondant) ;
- Réaliser une étude de la couverture des émissions au cours du projet ;
- S'assurer de la compréhension des conditions d'utilisation du matériel fixées dans les contrats écrits et récupérer effectivement le matériel si l'utilisation qui en est faite n'est pas conforme à ce qui est spécifié par contrat ;
- Mettre en œuvre dès le début du projet les moyens d'assurer une bonne visibilité aux activités réalisées, notamment en utilisant d'autres médias ;
- Plaidoyer auprès des autorités décentralisées en charge des télécommunications pour assurer un meilleur contrôle technique des radios ;
- Partager le plan de retrait du projet en amont avec l'ensemble des acteurs du projet ;
- Prévoir des projets d'une durée supérieure à deux ans lorsqu'il est envisagé de créer une structure de suivi ;
- Prévoir un temps important de préparation des activités de pérennité ;
- Poursuivre les initiatives en faveur d'un renforcement des radios et journalistes : mise à disposition de matériel, outils de formation, etc

# 1. INTRODUCTION

## 1.1. Contexte du projet

### Contexte général du pays

Madagascar a traversé de 2009 à 2013 une crise socio-politique sérieuse, qui a été caractérisée par la mise en place d'un gouvernement et d'une administration non reconnue par la communauté internationale. Cette crise politique a été accompagnée d'une forte crise économique et d'une importance **politisation des médias**, utilisés par certains comme des modes de communication politique : l'ingérence dans la prise de décisions, la partialité dans le traitement de l'information ou encore l'autocensure sont devenus des phénomènes courants, de nombreux journalistes préférant garder sous silence des sujets considérés gênants de peur d'être licencié. Dans ce climat de désinformation, les populations ont cessé de considérer les médias comme sources crédibles et impartiales.

Ces divisions causées par la crise ont abouti à une **distension du *Fihavanana***, des liens sociaux de tolérance et de respect qui unissaient les populations malagasy. Principe de base de la vie sociale à Madagascar, le *Fihavanana* fait référence à la cohésion, la solidarité et l'entraide des populations.

Si la campagne présidentielle de 2013 a abouti à l'élection d'un nouveau président de la République, la crise politique n'est, au jour de l'écriture de ce rapport, toujours pas terminée. Le pays attend toujours la désignation d'un premier ministre.

### Le projet Search for Common Ground

Search for Common Ground (SFCG), présent à Madagascar depuis 2011, a mis en œuvre avec le soutien de l'Union européenne un projet de promotion de cohésion sociale par les médias, ayant pour objectif de privilégier la recherche de solutions par la coopération et non la confrontation grâce à la diffusion d'émissions de radio, de renforcement des capacités des journalistes radio et de sensibilisation aux droits de l'Homme et à la bonne gouvernance.

Ce projet s'inscrit dans la mise en œuvre de « l'Approche *Common Ground* », qui comprend cinq principes de base :

- **Le conflit n'est ni négatif ni positif.** Le conflit n'est pas une mauvaise chose en soi. Il résulte de manière naturelle des différences entre les personnes - religieuses, politiques, ethniques, ou autres. Ces différences peuvent nous enrichir et se retrouver aussi bien à la base d'un processus pacifique qu'à la racine de la violence. Gérer ces différences de manière constructive est une compétence qui peut être développée.
- **Le conflit peut être transformé.** La transformation du conflit ne vise pas à y mettre un terme ni même à résoudre des litiges en particulier - l'objectif est de modifier la manière dont les individus, les communautés et les sociétés voient et gèrent leur différence. Ce qui est important, c'est la manière dont le conflit est appréhendé, afin d'abandonner une attitude basée sur l'adversité au profit d'une autre, fondée sur la



coopération et la résolution des problèmes. Il est essentiel, afin de transformer le conflit, de permettre aux personnes de communiquer et d'avoir des informations exactes les unes sur les autres.

- **Trouver un terrain d'entente (un Common Ground).** Trouver un terrain d'entente ne signifie pas se contenter du plus petit dénominateur commun - il s'agit plutôt d'obtenir un " plus haut dénominateur commun ". L'objectif n'est pas de faire que les deux parties se retrouvent au milieu du chemin, mais de les amener à identifier ce qu'ils peuvent espérer faire advenir ensemble. Quand des personnes d'horizons différents qui se préoccupent réellement d'un problème se retrouvent et mettent leur imagination à contribution, le potentiel de dégager des options nouvelles existe.
- **La paix est un processus.** Il n'existe pas de méthode pour transformer instantanément les conflits -il ne suffit pas d'un seul événement ou de la signature d'un accord de paix-, il s'agit d'un processus continu d'établissement de relations mutuelles de respect et de confiance. Chaque processus de paix connaît des hauts et des bas. Ce sont des engagements à long terme qui permettent de travailler sur les causes sous-jacentes au conflit, même durant des périodes plus intenses.
- **L'humanité est interdépendante.** Nous assistons aux effets de la mondialisation à une échelle sans précédent. Les problèmes actuels - qu'ils soient ethniques, environnementaux, ou économiques - sont tout simplement trop complexes et interconnectés pour être résolus sur une base d'adversité. La Terre n'a pas assez de place, de ressources et de capacités de récupération pour se permettre de les gaspiller avec le conflit.

Après un retard de 11 mois causé par des délais dans l'enregistrement de l'organisation dans le pays, le projet a officiellement débuté en mars 2012 pour une durée de deux ans.

Ce projet a pour **objectifs spécifiques** de:

- Développer et diffuser des émissions promouvant la méthodologie Common Ground pour réduire les tensions
- Renforcer les capacités des journalistes radio pour produire des émissions professionnelles et augmenter l'accès aux informations crédibles
- Sensibiliser sur les droits de l'homme et l'engagement civique pour renforcer le 'fihavanana'

Les **résultats attendus** du projet sont les suivants :

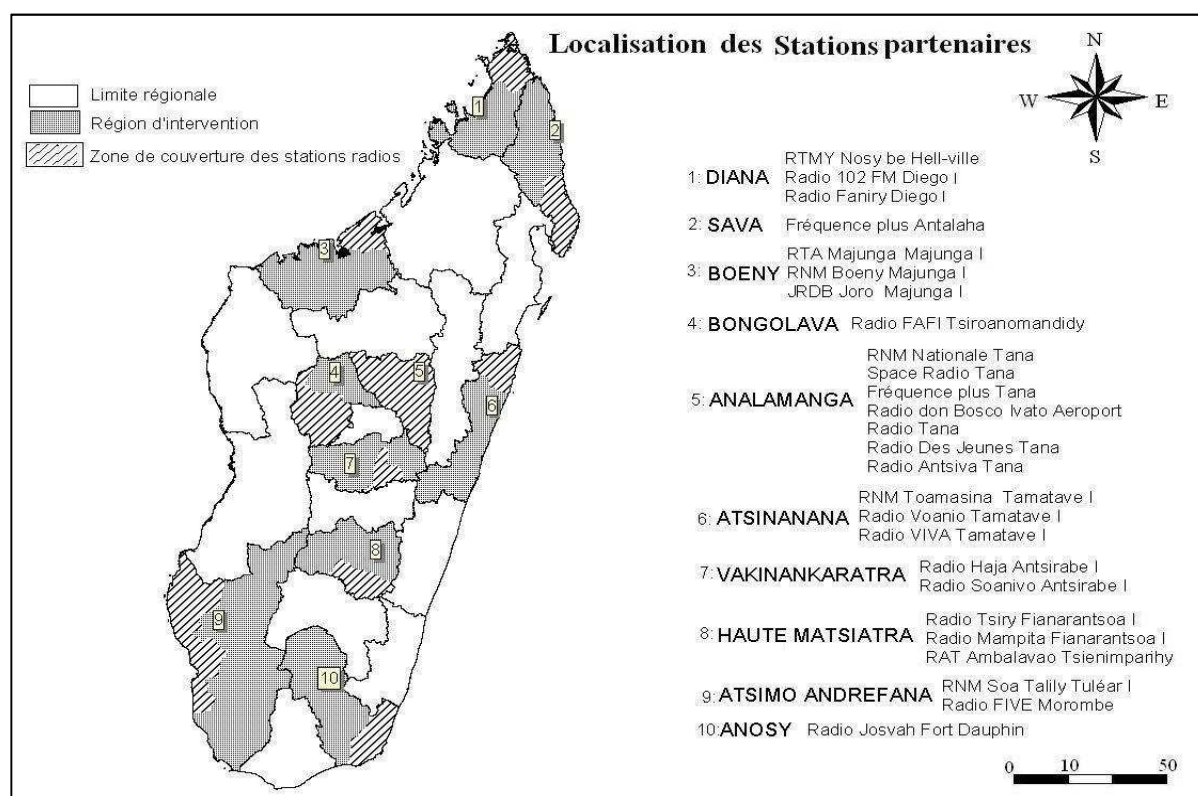
- Les capacités des journalistes sont renforcées : ils développent des émissions impartiales qui résistent aux rumeurs.
- L'audience a accès à des informations crédibles sur le contexte malgache, ce qui réduit les tensions et la diffusion de rumeurs.
- L'audience a une meilleure compréhension de ses droits de l'homme et de ses devoirs, ainsi que des obligations de l'Etat, ce qui contribue à renforcer la démocratie.
- Le journalisme responsable contribue à renforcer la liberté d'expression et des médias.
- La circulation de l'information entre Antananarivo et les autres cinq provinces du pays réduit l'isolement et promeut la diversité.

- La diffusion à l'échelle nationale des émissions SFCG de haute qualité stimulent les autres stations à améliorer leurs émissions.

Au mois de mars 2014, le projet est mis en œuvre auprès de 26 radios partenaires<sup>1</sup> dans 10 régions du pays :

**Tableau 1: Répartition des radios partenaires, Mars 2014**

Région	Nom radios partenaires
Analamanga	Radio Nationale Malagasy (RNM), Radio Tana, Radio Antsiva, Space Radio, Radio Don Bosco (RDB), Radio des Jeunes (RDJ), Fréquence plus Antananarivo
Diana	Radio Diego, Radio Faniry, Radio Tsiko Meva Ylang
Boeny	RTA Majunga, RDB Joro, RNM Boeny
Atsinanana	Viva Toamasina, Radio Voanio, RNM Toamasina
Haute Matsiatra	Radio Mampity, Radio Tsiry, Radio Akon'i Tsienimparihy
Atsimo Andrefana	Soatalily RNM Tuléar, Radio Five
Vakinankaratra	Radio Haja, Radio Soanivo
Anosy	Radio Josvah Fort Dauphin
Bongolava	Radio Fafi Tsiroanomandidy
Sava	Fréquence plus Antalaha



Le projet arrivant à sa fin en mars 2014, SFCG a désiré procéder à son évaluation finale. Cette étude est l'évaluation finale externe du projet.

<sup>1</sup> Il s'agit de 25 radios partenaires, avec en sus la radio Fréquence plus Antalaha, qui contrairement aux autres n'est que partenaire de diffusion des émissions.

## **1.2. Objectifs et méthodologie de l'évaluation**

### **1.2.1. Objectifs de l'évaluation**

L'évaluation finale externe qui fait l'objet de ce rapport a été prévue par SFCG dès la conception du projet.

Cette évaluation fait suite à l'étude de base réalisée au début du projet et l'étude à mi-parcours réalisée en juin 2013.

Conformément aux Termes de Référence publiés par SFCG, cette étude avait pour objectif d'évaluer :

- Les résultats du projet par rapport aux objectifs : **efficacité, efficience, impact, durabilité**, avec une attention particulière aux questions transversales, telles que le genre et la bonne gouvernance.
- La **méthodologie** de mise en œuvre du projet
- **Les leçons apprises et recommandations** des éléments clefs et des processus contribuant à la promotion de la cohésion sociale

### **1.2.2. Méthodologie**

La méthodologie de cette évaluation s'inscrit dans une **approche participative**, impliquant **les bénéficiaires** dans la collecte de données. Un **protocole de recherche** détaillant les objectifs, les personnes à interroger, la méthodologie précise à adopter et les outils adaptés à chacun des groupes a été développé, ainsi qu'un **référentiel spécifique à l'évaluation**<sup>2</sup>, comprenant les dimensions à analyser, les indicateurs correspondants et les outils de collecte associés à chaque indicateur.

L'équipe de recherche était composée d'une juriste et sociologue expérimentée dans l'évaluation de projets de coopération, de deux consultants nationaux intervenant dans le domaine du développement organisationnel et du genre, ainsi que de six enquêteurs du Syndicat des Professionnels Diplômés en Travail Social (SPDTS). L'ensemble des membres de l'équipe de recherche sont **expérimentés** dans la collecte de données et ont bénéficié d'une **formation spécifique** avant la mise en œuvre de l'étude.

L'évaluation s'est appuyée sur les définitions suivantes, suivant les principes de l'OCDE-DAC :

**Efficacité** : les objectifs du projet ont-ils été atteints, compte tenu de leur importance relative?

**Efficience** : les ressources mobilisées étaient-elles en adéquation avec les résultats?

**Impact** : quels sont les impacts à moyen et long terme, positifs et négatifs, induits par l'action?

---

<sup>2</sup> Voir Annexe 2, référentiel de l'évaluation

**Durabilité** : dans quelle mesure les bénéfices résultant du programme continueront après la fin de l'intervention et peuvent-ils être répliqués?

L'évaluation repose sur des données qualitatives et quantitatives.

➤ Etude documentaire

L'identification et l'analyse de la documentation existante ont permis à l'équipe de collecter plus de données sur le niveau d'atteinte des résultats. Cela inclut la documentation suivante :

- Document de projet, incluant budget et cadre logique
- Rapports narratifs et financiers aux bailleurs
- Outils de monitoring : listes des participants aux formations, compte rendus des formations, fiches de dotations de matériel, suivis statistiques, etc.
- Etude de faisabilité, étude à mi-parcours
- Emissions produites et diffusées et outils associés

➤ Méthodes qualitatives

L'étude sur le terrain a été réalisée à Madagascar du 5 au 21 mars dans 4 régions sur les 10 que compte le projet: **Analamanga, Boeny, Haute-Matsiatra, Atsimo Andrefana.**

L'équipe de recherche a organisé des entretiens avec 14 journalistes ayant bénéficié des formations de SFCG. L'équipe de recherche s'est également entretenue avec 9 directeurs de radio, ainsi que les équipes techniques de plusieurs radios ayant bénéficié d'un accompagnement de SFCG au cours du projet.

L'ensemble de ces entretiens étaient des entretiens semi-directifs et suivaient des guides d'entretien préalablement établis<sup>3</sup>. Le choix des radios s'est basé sur la pluralité de types des radios : radios publique, privée, confessionnelle, communautaire. Les radios interrogées étaient les suivantes :

- Analamanga : RNM, Radio Tana, Radio des Jeunes, Fréquence plus
- Boeny : RTA Majunga, RDB Joro
- Haute-Mahatsiatra : Radio Mampita, Radio Tsiry
- Atsimo-Andrefana : Soatalily-RNM Tuléar

Bien que les clubs d'auditeurs ne soient pas opérationnels dans toutes les régions, des entretiens et focus groups ont été organisés dans les régions. Des auditeurs relais ont également été rencontrés dans chaque région ou contactés par téléphone.

L'ensemble des discussions ont lieu en français et/ou malagasy, selon la préférence de la/des personne/s interrogée/s, et ont été menées conjointement par le consultant international et consultant national. Tous les entretiens et focus groups ont été enregistrés puis retranscrits en français.

---

<sup>3</sup> Voir Annexe 3, guides d'entretien

Enfin, des entretiens de courte durée avec les organisations partenaires ayant participé aux comités de sélection des radios et des thèmes d'émissions ont été organisés.

➤ Etude quantitative

Une étude par questionnaire<sup>4</sup> a été réalisée à l'attention des populations dans les 4 régions malagasy identifiées pour l'évaluation, pour un échantillon total de 1419 personnes, soit une moyenne de 350 personnes par région.<sup>5</sup>

**Tableau 2: Zone d'intervention de l'étude quantitative**

Région	Urbain / Rural	Districts	Communes
Analamanga	R	Antananarivo Renivohitra	Antananarivo Renivohitra
	U	Andramasina	Andramasina
Boeny	R	Mahajanga I	Mahajanga
	U	Mahajanga II	Ampitolova, Belobaka, Amparemahisty
Atsimo Andrefana	R	Tuléar I	Tuléar
	U	Tuléar II	Saint Augustin
Haute Matsiatra	R	Fianarantsoa	Fianarantsoa
	U	Ambalavao	Manamisoa
Zones 'hors couverture'	U + R	Divers	Marovoay, Ilakaka, Marovato, Ihosy

Les interviews se sont fait dans les espaces publics en alternant un homme et une femme, à l'exception des autorités locales qui ont été spécifiquement interrogées.

Les questionnaires de ces derniers ont été traités de manière séparée pour mesurer l'impact du programme sur les autorités.

Le questionnaire a été construit autour des items suivants:

- Les habitudes d'écoute des radios
- Ecoute et impact du feuilleton radiophonique Vohidrazana (VHD) : habitude d'écoute, impact des messages : égalité des sexes, cohésion sociale, bonne gouvernance, conflit foncier
- Ecoute et impact de l'émission d'actualité Tokotany Iraisana (TKI) : diversité des informations ; crédibilité et conciliation des radios partenaires et autres ; perception de la crédibilité, la diversité des opinions présentées ; impact sur les comportements des individus ; impartialité et conciliation
- Connaissances sur la notion de citoyenneté
- Profil de la personne interviewée: âge, sexe, lieu de résidence et niveau d'étude.

<sup>4</sup> Voir Annexe 4. Le questionnaire a été rédigé en français, traduit en malgache. Les enquêteurs disposaient des deux versions.

<sup>5</sup> Avec un échantillon de 350 personnes et un seuil de confiance de 95%, la marge d'erreur est de 5%. Sur l'échantillon total, la marge d'erreur est de 2.65 au seuil de 95%.

L'ensemble des données ont été saisies sur logiciel Sphinx sur une base quotidienne après vérification des questionnaires.

➤ Observations

L'équipe de recherche a visité 7 radios partenaires dans 4 villes, ce qui lui a permis de constater les disparités entre les radios et estimer l'utilisation du matériel donné par SFCG.

➤ Réunion de restitution

Une réunion de restitution a été réalisée à la fin de la phase de collecte des données. Cette réunion a été menée à l'attention des cadres des équipes SFCG et a permis d'échanger autour des premières conclusions de la recherche. Une restitution des premiers résultats a également été conduite auprès de la chargée de projet de l'Union européenne.

### **1.3. Limites et difficultés rencontrées**

L'étude a pu être menée à bien et répond aux objectifs attendus. Quelques limites, qui ne questionnent cependant pas la cohérence de l'analyse globale, ont été rencontrées.

La courte durée de l'étude et les mauvaises conditions climatiques ont conduit l'équipe de recherche à faire des choix sur les groupes de personnes à interroger en priorité et des acteurs à rencontrer. Il n'a ainsi pas été possible de visiter Morombe, qui se situait au moment de l'étude à trois jours de route de Tuléar du fait de la pluie. Cependant, un entretien téléphonique a été organisé avec un auditeur relais, afin d'inclure des informations qualitatives sur ce district.

De la même manière, le choix des lieux d'enquête s'était originellement fait par un tirage aléatoire en 2 niveaux dans les zones dans lesquels sont captées les radios partenaires: districts puis communes. Cependant, les difficultés d'accessibilité de la zone de Morombe, qui avait été tirée aléatoirement, ont conduit l'équipe de recherche à remplacer ce district par Tuléar II, le dernier district d'Atsimo Andrefana couvert par les radios non tiré. Il en a été de même pour les communes identifiées en zone rurale.

D'autre part, l'étude de base a été considérée peu fiable. Il a ainsi été prévu de ne pas utiliser les données de cette étude comme base de comparaison pour mesurer l'évaluation du changement de comportement des auditeurs. Il était ainsi nécessaire, pour l'étude quantitative, de constituer un groupe témoin qui se situe hors zone de couverture. Cependant, au cours de l'étude dans les districts témoins, il est apparu au cours de l'étude que plusieurs districts considérés 'hors zone de couverture' étaient pourtant couverts par les radios partenaires au niveau national (RNM, RDB). Les équipes n'étaient pas en mesure d'avoir des certitudes sur la couverture réelle des émissions de SFCG, la méthodologie a été modifiée au cours de l'évaluation.

Enfin, les intempéries, les distances entre zones d'enquête, les difficultés à trouver des auditeurs dans certaines zones et les mauvaises conditions de sécurité ne permettant pas aux enquêteurs de travailler à des heures trop tardives, ont rendu parfois difficile l'atteinte des objectifs au niveau du nombre de questionnaires remplis. Ceci explique les écarts de l'échantillon interrogé (1419 personnes) par rapport à l'objectif de base (1600 personnes).

## 2. RESULTATS

Seront ici étudiés l'ensemble des critères d'évaluation du projet : méthodologie, efficacité, impact, efficience et durabilité.

### 2.1. Méthodologie du projet

#### 2.1.1. Travail avec les comités consultatifs

Tout au long du projet, SFCG a veillé à ce que les acteurs et experts locaux soient intégrés à sa mise en œuvre dans le cadre de **comités consultatifs**. A chaque grande étape du projet, SFCG a convié un pool d'experts pluridisciplinaires<sup>6</sup> pour échanger autour des axes d'intervention et procéder à leur validation. Il est a été ainsi pour la sélection des radios partenaires de SFCG dans les régions ; les thèmes prioritaires de l'émission Vohidrazana (première et deuxième saison) ; sélection des gagnants du voyage en Côte d'Ivoire.

Ces méthodes de travail ont été très appréciées par les divers intervenants et ont permis à SFCG, qui n'était jamais intervenu à Madagascar, une bonne et rapide appropriation du contexte local et des relations de travail de bonne qualité avec les autres organisations travaillant dans le même secteur d'intervention. L'équipe de recherche considère que ceci constitue une bonne pratique de SFCG.

#### 2.1.2. Mise en œuvre des partenariats

L'ensemble des partenaires du projet, journalistes et directeurs de radio, ont souligné la **fluidité de la communication** avec les équipes de SFCG. Les partenariats étaient globalement très appréciés. Les rôles et responsabilités de chacun au sein du projet étaient clairs. Pour chaque type de partenaire, un contrat<sup>7</sup> a été conclu suivant un modèle prédéfini.

➤ Directeurs, représentants des radios partenaires

Les directeurs de radios sont les responsables salariés des radios et ont été les signataires des contrats avec SFCG. Le projet compte 26 radios partenaires à la fin du projet dans le pays : 25 radios partenaires bénéficiant de l'ensemble des activités (approche holistique), ainsi qu'une radio partenaire uniquement des diffusions des émissions. Cette dernière radio est une antenne régionale de la radio partenaire Fréquence plus. **L'objectif de 25 partenaires a été atteint.**

Deux partenariats ont été rompus au cours du projet : dans l'un des cas, la décision a été motivée par des problèmes d'appropriation du matériel doté par le projet et de mauvaise foi dans la mise en œuvre du projet, dans un autre, par des problèmes techniques. L'équipe de recherche n'a pas pu les rencontrer au cours de la mission pour évoquer la rupture du

---

<sup>6</sup> Ces comités consultatifs incluait notamment des experts de l'UNICEF, UE, CONCORD, consultants indépendants

<sup>7</sup> Convention de partenariat radio pour les directeurs des radios, contrat de service pour les journalistes correspondants.



partenariat. L'analyse ci-dessous inclut ainsi uniquement les discussions avec lesquels un partenariat est en cours.

L'ensemble des directeurs rencontrés ont considéré que la communication était **régulière et satisfaisante**. De l'avis général, les quelques remarques qu'ils pourraient avoir sur les activités (proposition de thématiques, difficultés de réception des émissions, etc) ont toutes été prises en considération et ont reçu une réponse appropriée de la part de SFCG.

Plusieurs directeurs ont cependant expliqué qu'ils avaient souvent des difficultés à prendre le temps d'informer SFCG des problèmes éventuellement rencontrés dans la mise en œuvre du partenariat. Bien que SFCG soit conscient de cette difficulté et explique avoir soulevé avec les directeurs la nécessité d'avoir une communication plus équilibrée et bilatérale, ce problème de communication n'a pas pu être résolu au cours du projet et semble être la manifestation de différences de modes de fonctionnement, difficilement modifiables.

➤ Correspondants

Les correspondants sont des journalistes des radios partenaires formés par SFCG, basés dans les régions, qui réalisent pour le compte de l'organisation des reportages à intégrer dans l'émission Tokotany Iraisana (TKI)<sup>8</sup>. Ils ont été sélectionnés parmi les journalistes les plus expérimentés des radios partenaires et ont suivi une formation spécifique au rôle de correspondant. Les correspondants sont des salariés de la radio, recevant une compensation financière pour le temps passé à la réalisation des reportages, ainsi qu'une compensation complémentaire lorsque les reportages sont validés par l'équipe de TKI.<sup>9</sup>

**Tableau 3: Répartition des correspondants dans les régions**

Région	Ville/s	Nb correspondants
Diana	Diego, Nosy Be	2
Boeny	Mahajanga	2
Atsinanana	Tamatave	2
Haute Matsiatra	Fianarantsoa, Ambalavao	2
Atsimo Andrefana	Tuléar	1
Vakinankaratra	Antsirabe	1

Si en théorie les correspondants doivent participer aux conférences de rédaction de TKI par téléphone, où sont discutés les thèmes des émissions à venir, ils ne participent de fait pas systématiquement à ces réunions. En effet, ils restent journalistes à plein temps dans les radios partenaires et sont de fait assez **peu disponibles** pour ces réunions. Il leur arrive ponctuellement de proposer des sujets aux équipes TKI, mais la communication est plus souvent verticale : l'équipe TKI leur demande de réaliser un reportage sur une thématique discutée au cours de la conférence de rédaction à laquelle ils n'avaient pas participé.

<sup>8</sup> Voir plus d'informations sur TKI, partie 2.2.1.

<sup>9</sup> Il s'agit d'une compensation de 70 000 Ar pour les frais de déplacement, frais de téléphone et autres frais annexes, ainsi qu'un montant de 10 000 Ar puis 15 000 Ar pour chaque reportage validé.

Ceci a posé quelques difficultés. Ainsi, il leur a été parfois demandé de réaliser des reportages sur des thèmes qui n'étaient pas systématiquement adaptés aux zones d'intervention, par exemple réaliser un reportage sur les difficultés causées par les charrettes à main dans une localité où ce phénomène n'existe pas. Certains correspondants ont également souligné que les équipes de TKI les avaient souvent contactés avec des **besoins urgents** de reportage, leur laissant peu de temps, parfois juste une journée, pour réaliser un reportage. Cependant, de l'avis des personnes interrogées, la situation s'est améliorée au cours du projet.

Le manque de disponibilité des journalistes correspondants pourrait probablement être corrigé si un journaliste de SFCG restait localisé dans chaque radio. Cependant, une telle pratique serait contraire à l'objectif du projet, qui est de renforcer les équipes des radios existantes de manière pérenne. Ainsi, malgré les difficultés rencontrées, la méthode utilisée par SFCG semble globalement adaptée.

➤ Journalistes des radios partenaires

Les journalistes des radios partenaires formés ou non par le projet ont eu moins de liens avec SFCG en dehors des formations, à l'exception des coproductions d'émissions, qui ont été réalisées dans chaque radio. Ces coproductions avec les radios ont permis un fort renforcement des liens avec les journalistes, grâce à la relation personnalisée des équipes sur le terrain avec le personnel des radios.

### 2.1.3. Dispositifs de suivi-évaluation du projet

Au sein de SFCG, une équipe de deux personnes est spécifiquement chargée du suivi et de l'évaluation des projets, ce qui est un aspect très positif. Cette équipe, en lien avec les équipes en charge des activités, a mis en place de très nombreux **outils de suivi** des activités du projet, dont beaucoup **d'intrants émanant du terrain** :

- tableau de suivi des indicateurs du projet
- fiches de suivi-diffusion des émissions, provenant des radios, incluant le nombre d'émissions diffusées, les difficultés éventuelles
- fiches de suivi-diffusion des émissions, provenant des auditeurs relais, personnes en charge de vérifier la bonne diffusion des émissions aux heures prévues, permettant de croiser les informations avec celles provenant des radios
- fiches de feedback des auditeurs relais,
- numéro vert permettant aux auditeurs de donner leur opinion sur les émissions, etc.

La multiplication des outils de suivi a permis un **recoupement intéressant** des sources d'information. Notamment, il a été très bénéfique pour le projet de travailler avec des auditeurs relais, en charge du suivi des émissions.

Cependant, ce multiplication d'outils a également conduit à une forte charge de travail pour le personnel, ce qui a retardé l'analyse des données de ces outils et, par là-même, son efficacité. De plus, l'utilisation de certains outils mis en place n'a pas été suffisamment

étudiée : les auditeurs ont ainsi tendance à raccrocher lorsqu'ils appellent le numéro vert et n'ont qu'un répondeur au bout du fil.

D'autre part, la communication avec les auditeurs relais localisés dans les régions, en charge du feedback des émissions, aurait pu être améliorée. Certains ont ainsi évoqué des incompréhensions avec les équipes de SFCG. D'autre ont reçu, sans information préalable, une compensation financière pour leur activité dans le projet.

➤ **L'équipe d'évaluation considère que la méthodologie a été très bonne**

## **2.2. Efficacité du projet**

Cette partie détaille l'efficacité des grands types d'activités du projet : émissions radiophoniques, renforcement de capacités, soutien matériel, coproductions et coalition.

### **2.2.1. Les émissions radiophoniques**

➤ Vohidrazana, feuilleton radiophonique

VHD est le feuilleton ou théâtre radiophonique qui a été produit par SFCG et diffusé à l'ensemble des radios partenaires du projet. Trois saisons pour un total de 184 épisodes ont été réalisées.

#### *Production de VHD*

L'ensemble des personnes interrogées au cours de l'évaluation a félicité SFCG pour la **très bonne qualité** technique de ce feuilleton, ainsi que les jeux des acteurs.

Bien que les feuilletons radiophoniques ne soient pas chose nouvelle à Madagascar, la particularité de VHD est que les situations rencontrées se rapprochent fortement de la **vie quotidienne** des auditeurs, tout en délivrant des messages de cohésion sociale. Pour plus de réalisme, certaines actualités ont été intégrées dans l'émission : cyclone à Tamatave, banditisme, invasion de criquets, etc. Dans le même but, SFCG a fait appel à des experts thématiques pour la préparation de la première et deuxième saison à travers les comités consultatifs, et pour la troisième saison par le biais d'échanges et entretiens individuels avec les experts, ce qui a encore renforcé le **réalisme des situations** rencontrées : le SPDTS a été contacté pour la thématique sur la traite des femmes, la Banque mondiale pour la gouvernance, etc. Ainsi, les auditeurs se reconnaissent dans le feuilleton et s'identifient aux personnages, ce qui renforce les messages associés.

Au cours des trois saisons de VHD, de nombreuses thématiques abordées dans le feuilleton radiophonique concernent des problématiques de cohésion sociale. Parmi celles-ci :

- Conflits fonciers
- Répartition des ressources naturelles
- Participation démocratique des femmes
- Gouvernance locale
- Solidarité communautaire
- Obligations de l'Etat
- Responsabilités des citoyens
- Education
- Travail des enfants
- Traite des êtres humains

Le format court des épisodes (15 mn) a été également apprécié. Les radios ont ainsi facilement pu intégrer cette émission à leur grille de programmes.

Bien que la production de la troisième saison ait débuté avec retard, du fait de difficultés organisationnelles au niveau interne, le retard est en train d'être comblé par l'équipe VHD et l'ensemble des 184 productions prévues seront réalisées avant la fin du projet.

#### *Diffusion de VHD*

La diffusion a été généralement réalisée sans difficulté, à un rythme de deux épisodes par semaine. Les retards de diffusion ont été généralement causés par des difficultés techniques des radios ou des délestages, hors du contrôle de SFCG. Quelques erreurs de programmation (rediffusions) ont également été soulignées par les auditeurs interrogés.

Du fait du retard dans la production, la diffusion d'une partie de la dernière saison de VHD sera réalisée par les radios partenaires hors projet, ce qui ne pose pas de difficulté majeure. De plus, trois épisodes seront diffusés chaque semaine par les radios partenaires pour combler le retard de la production. Certaines radios avaient déjà débuté les trois diffusions au jour d'écriture de ce rapport.

#### *Activités annexes*

Plusieurs activités complémentaires ont été ajoutées pour accroître la visibilité de l'émission:

- Séances d'écoute dans des lycées, dans les Fokontany, par le biais de clubs d'auditeurs,
- Lancement d'un jeu concours en lien avec le feuilleton permettant de gagner des prix
- Ateliers d'échange sur la création des feuilletons de radio
- Mise en place d'un numéro vert,
- Diffusion sur Youtube, etc

## Tokotany Iraisana, magazine d'actualité

### *Production et envoi de TKI*

La qualité technique de l'émission TKI a été très considérée **irréprochable** par les auditeurs et partenaires. Il en a été de même pour la qualité des intervenants et des animateurs.

La particularité de TKI est que cette émission a pour objectif de mettre en œuvre l'approche Common Ground dans un magazine d'actualité, dans lequel sont présentées des perspectives divergentes. De plus, ces émissions avaient également pour objectif d'inclure des informations venant des régions hors Antananarivo, afin de permettre une bonne circulation de l'information au niveau national. Ceci a effectivement pu être réalisé grâce au système de correspondants<sup>10</sup>.

Les thématiques concernaient pour la plupart des thématiques sociales et politiques. Quelques thèmes traités:

- Le financement de Madagascar après le rétablissement de l'ordre constitutionnel
- La peste
- Les conflits fonciers
- La réconciliation nationale
- Les élections
- La vindicte population

L'ensemble des thématiques traitées ont été considérées importantes, et le modèle a été apprécié par les audiences. Accessoirement, plusieurs auditeurs ont regretté que les émissions ne se clôturent pas sur des conseils pratiques, sur les procédures à suivre.

Contrairement à VHD, les émissions TKI étant des émissions d'actualité. Il était important que l'envoi des CD et la diffusion des émissions soient rapides. Or le délai de réception pour atteindre la radio la plus éloignée à Morombe est d'une semaine environ. Cet élément logistique n'avait pas été pris en considération lors de la définition du projet. Il n'était ainsi pas envisageable de traiter des actualités fraîches car toutes les radios devaient être au même niveau de réception des émissions. Pour surmonter cette difficulté, il a été décidé que l'émission soit plutôt un magazine d'**analyse des actualités** qu'une émission d'actualité.

L'émission dépendant de l'actualité, il était difficile de produire les émissions avant la fin du projet et d'envisager une diffusion ultérieure. Ceci, ainsi qu'un léger retard dans la conception de l'émission, n'a pas permis d'atteindre l'objectif de 172 épisodes produits : 150 épisodes auront été produits au cours du projet, ce qui ne constitue pas une différence significative pour le projet.

---

<sup>10</sup> Voir ci-dessus, partie 2.1.1.

### *Diffusion de TKI*

Si au début du projet, les CD n'arrivaient pas toujours à la date convenue, cette situation s'est améliorée par la suite. D'autre part, de même que VHD, quelques problèmes techniques, délestage et erreurs de programmation ont été signalés.

Un certain nombre de directeurs de radios ont considéré que le format de 25 mn était trop long, au vu de leur grille des programmes déjà très chargée. Ainsi, certaines radios n'ont diffusé qu'une partie des émissions, après accord avec SFCG.

De plus, si la plupart des horaires de diffusion qui avaient fait l'objet d'un accord par contrat ont été globalement respectés, l'un des partenaires ayant une couverture très importante a diffusé TKI à des **horaires peu efficaces**, en fin de soirée à 22h30-23h, alors que le taux d'écoute est très faible. Aucune explication n'a été avancée pour cela par les responsables rencontrés lors de la mission d'évaluation. Certains évoquent une grille des programmes déjà chargée de cette radio. Une autre hypothèse est la nature-même de l'émission, qui traite de sujets sociaux parfois sensibles : insécurité, réconciliation nationale, élections, chômage, etc. De plus, cette émission présente une forte composante 'débat' avec des experts parfois en désaccord avec les politiques publiques.

De la même manière, il a été noté à plusieurs reprises des perturbations dans plusieurs radios pendant la période électorale, où les plages horaires prévues étaient occupées par la propagande politique.

### *Activités annexes*

De la même manière que VHD, un certain nombre d'activités annexes ont été mises en place pour renforcer la visibilité de l'émission :

- Débat public
- Séances d'écoutes de TKI
- Page facebook
- Numéro vert, etc.

#### ➤ Coordination et échanges entre les émissions

Les deux émissions réalisées par SFCG concernent globalement les mêmes thématiques, bien qu'elles soient traitées de manière très différente. Afin d'assurer une coordination entre les programmes, un certain nombre d'activités ont été réalisées : certaines informations étaient échangées autour des thèmes lorsqu'ils étaient traités par les deux ; une émission de TKI portait sur la méthode de résolution de conflit à l'aide d'un feuillet ; ou des réunions hebdomadaires d'information ont été réalisées.

Ces **mécanismes de coordination pourraient être renforcés** pour garantir un impact encore plus important des messages. Les thématiques ne sont en effet pas traitées au même moment, du fait même de la méthode employée la réalisation de chacune des émissions : actualités pour TKI, messages pré-identifiés pour VHD. Il serait intéressant

d'envisager un système permettant d'améliorer cela. Une piste pourrait être de réaliser plus fréquemment des conférences de rédaction communes, avec une discussion autour des stratégies à adopter, pour assurer un échange d'informations et une coordination optimum.

Il est également important de noter que l'utilisation des dialectes dans TKI a été très appréciée par les auditeurs et a renforcé l'impact du projet. Plusieurs auditeurs regrettent cependant que la langue utilisée principalement dans VHD soit le langage officiel et que les dialectes locaux ne soient pas plus représentés. S'il est vrai que l'usage des dialectes locaux ne doit pas être un obstacle à la compréhension de l'émission, il serait intéressant de renforcer ce point dans de futures émissions à portée nationale.

## 2.2.2. Renforcement de capacités des journalistes

### ➤ Formations à Madagascar

La majeure partie des journalistes du pays n'ont pas suivi un cursus universitaire spécialisé dans le journalisme. Si certains ont reçu une formation dans le domaine de la communication, il n'existe en effet pas de cursus spécialisé en journalisme dans le pays.<sup>11</sup> Beaucoup de journalistes radios sont des animateurs radios recrutés sans avoir de connaissance du métier et de l'éthique associée au métier de journaliste.

L'ensemble des formations prévues ont été réalisées. Un total de 62 journalistes, dont 58 journalistes de radios partenaires, intervenant de 7 régions ont été formés. Les **objectifs de 60 personnes ont ainsi été dépassés.**

La qualité de ces formations a été très appréciée par les participants. Ces formations étaient très différentes des autres formations qu'ils avaient déjà reçues<sup>12</sup>, et incluant un important module 'pratique'.

Toutefois, en dehors de l'activité de coproduction, on note des lacunes au niveau du suivi post-formation, qui auraient permis de renforcer les acquis des formés et de vérifier l'application de l'approche Common Ground par les journalistes.

D'autres formations ont également été menées dans le cadre du projet et ont contribué au renforcement de certains journalistes. C'est le cas des formations des journalistes correspondants, qui ont bénéficié d'une formation complémentaire.

### ➤ Voyage d'étude en Côte d'Ivoire

Il était prévu que 5 journalistes malgaches assistent à un voyage d'étude dans un pays africain où SFCG met en place des activités similaires. Ce voyage a été réalisé en Côte d'Ivoire, avec cinq journalistes formés par SFCG, sélectionnés sur la base de la qualité des

---

<sup>11</sup> Il existe une filière en communication à la faculté de lettres de l'Université d'Antananarivo, ainsi que le SAMIS-ESIC à l'Université de Saint Michel et à Antsirabe.

<sup>12</sup> Voir également rapport à mi-parcours.

reportages réalisés dans le cadre d'un concours. L'ensemble des journalistes interrogés ont été enchantés par ce voyage.

Cette visite a d'une part permis à des journalistes qui pour la plupart n'avaient jamais voyagé hors de Madagascar, de découvrir un autre pays africain, ce qui a été très bénéfique en matière d'ouverture d'esprit.

« J'ai connu le pays, la Côte d'Ivoire, et ça a changé ma vision du monde. L'Afrique, j'en avais une autre notion avant d'aller là-bas. »

*Participante au voyage d'étude*

Ce voyage a été d'autant plus utile qu'il a été réalisé dans un pays et dans un contexte qui s'y prêtaient particulièrement. Alors que Madagascar débutait la préparation des élections, la Côte d'Ivoire était également en **phase pré-électorale**. Le voyage a permis aux journalistes d'étudier la manière dont les campagnes et la propagande politique étaient traitées par les journalistes ivoiriens, ce qui a permis un intéressant échange d'expérience : analyse des problèmes des électeurs, ne pas prendre parti, etc.

➤ Publication de guides Common Ground

Le projet prévoyait que 5 guides Common Ground soient traduits en malagasy et publiés pour les partenaires. Lors de la mission terrain, deux guides avaient déjà été traduits, publiés et diffusés aux radios. Les trois autres guides ont été traduits et étaient en cours de diffusion au cours lors de la cérémonie de clôture du projet le 26 mars 2014.

Bien que les deux premiers guides aient été effectivement diffusés aux radios, pour un total de deux guides par radio, peu de journalistes les utilisent effectivement. En effet, la majeure partie des journalistes interrogés ne se souviennent pas les avoir reçus.

### **2.2.3. Soutien matériel et technique des radios**

➤ Soutien matériel

Le projet SFCG comprenait une partie de renforcement des radios au niveau matériel, afin de leur permettre de réaliser de nouvelles émissions et d'améliorer la qualité des diffusions.

Du matériel de production et diffusion radiophonique a été ainsi fourni à l'ensemble des radios partenaires. L'ensemble de ce matériel répondait à des besoins précis des radios et avait fait l'objet d'une identification préalable :

- Dictaphones numériques
- Ordinateurs laptops
- Stabilisateurs
- Tables de mixage
- Micros, etc.



Afin de garantir une bonne utilisation du matériel, une formation à l'utilisation de celui-ci a été réalisée à l'attention des équipes techniques.



*Journaliste formé de Soatalily-RNM Tuléar, avec le matériel doté par SFCG*

#### ➤ Soutien technique

Bien qu'un soutien technique des radios poussé n'ait pas été originellement prévu dans le projet, SFCG a assuré un accompagnement sur terrain de l'ensemble des radios partenaires. Le technicien média de SFCG présent pour l'activité relative aux coproductions a ainsi travaillé à la **reconfiguration technique** des antennes de diffusion, du micro à l'émetteur, dans la quasi-totalité des radios. De même, un soutien technique à distance a été apporté aux radios en cas de besoin.

Cette reconfiguration a été rendue nécessaire par la mauvaise qualité de la diffusion de plusieurs radios, ce qui avait un impact négatif sur la qualité d'écoute des programmes, y inclus les émissions produites par SFCG et coproduites par les partenaires.

### **2.2.4. Coproductions**

Au moins une production a été conjointement entre SFCG et chacune des radios partenaires.

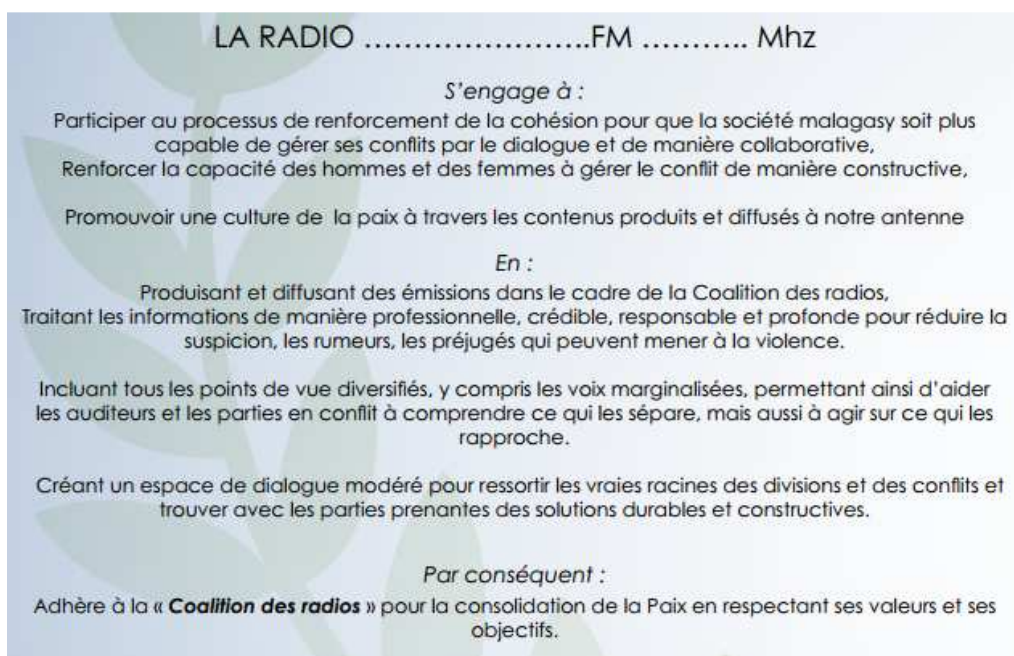
Ces productions ont été très appréciées par les radios. D'une part, ces productions communes ont permis de réaliser un suivi sur site des formations réalisées avec les équipes formées des radios partenaires, à la fois au niveau technique et au niveau de la mise en œuvre de l'approche : traitement de l'information, gestion du temps, utilisation des vox-pop, etc.

D'autre part, elles ont également permis d'associer des personnes qui n'avaient pas bénéficié des formations (journalistes non formés, équipes techniques), ce qui a permis d'augmenter de fait le nombre de personnes effectivement formées par le projet.

## 2.2.5. Mise en place d'une coalition

Le projet prévoyait originellement la mise en place d'une coalition de journalistes incluant des organisations de la société civile. L'opportunité de créer une coalition de journalistes, alors que de très nombreuses associations de journalistes, pour la plupart peu effectives, existent dans le pays, s'est posée au moment de l'évaluation à mi-parcours du projet.

Après consultation avec les radios, il a été décidé de changer d'optique et de réfléchir aux modalités de créer d'une coalition de radios. Après quelques mois de préparation, une réunion a été tenue en février 2014, un mois avant la fin du projet, intégrant les représentants des 26 radios<sup>13</sup> partenaires, au cours de laquelle les statuts de la coalition ont été rédigés et le bureau de l'association a été élu. Au jour de l'écriture du rapport, 19 radios ont signé le procès-verbal de constitution de l'association et la coalition est une association officiellement enregistrée dans le pays.<sup>14</sup>



*Extrait de la Charte de la Coalition des radios pour la consolidation de la Paix à Madagascar*

## 2.2.6. Questions transversales

L'analyse de plusieurs éléments du projet témoigne que SFCG a pris en considération tout au long du projet un certain nombre de problématiques transversales :

- L'équité de genre a été abordée pendant le projet. La thématique de la participation démocratique des femmes a été abordée dans plusieurs émissions VHD, ainsi que la traite des femmes. De nombreuses femmes ont été intervenantes dans l'émission TKI. Un effort particulier a également été réalisé en faveur du renforcement de

<sup>13</sup> Il s'agit des 25 radios partenaires et de la radio Aceem qui est partenaire de SFCG dans un autre projet.

<sup>14</sup> Voir également partie 2.5. Pérennité.

capacités des femmes journalistes, ce qui a permis d'avoir un équilibre dans le nombre de femmes et d'hommes formés.

- Des messages de tolérance et de non-discrimination ont été diffusés : droits des personnes en situation de handicap, cohabitation Karana / Malagasy, solidarité populaire, etc.
- Une attention particulière a été portée à la problématique de la bonne gouvernance, notamment la lutte contre la corruption, à la fois dans les émissions VHD et TKI, et dans les formations des journalistes.

➤ **L'équipe d'évaluation considère que l'efficacité a été très bonne**

**Tableau 4: Indicateurs d'activités**

Indicateurs	Réalisations
184 feuillets diffusés	184 feuillets réalisés, en cours de diffusion
172 émissions d'actualité diffusées	150 émissions réalisées et en cours de diffusion
25 radios locales diffusent des émissions SFCG	26 radios locales diffusent des émissions SFCG
Toutes les émissions traitent de thématiques relatives aux droits de l'Homme et à l'engagement civique	La majorité des émissions traitent de thématiques sur les droits de l'Homme et l'engagement civique
60 journalistes sont capables de développer des émissions Common Ground et journaux objectifs	62 journalistes sont capables de développer ces émissions.

## **2.3. Efficience du projet**

### **2.3.1. Mobilisation des ressources humaines**

Les ressources humaines du projet sont en adéquation avec les besoins. Du personnel a été dédié à chaque activité du projet, ainsi que du personnel d'encadrement, et du personnel attaché au suivi et à l'évaluation. Du personnel supplémentaire a été recruté lorsque les besoins du projet le rendaient nécessaire.

Les qualifications des équipes du personnel étaient tout à fait adaptées au projet.

### **2.3.2. Mobilisation des ressources financières et analyse du rapport coût/efficacité**

Le budget a été globalement bien respecté et les dépenses engagées dépendaient au moins partiellement des résultats réalisés, ce qui est un élément positif. Par exemple, les montants alloués aux correspondants dépendaient du nombre de reportages de TKI validés, ce qui encourageait l'envoi de reportages de qualité.

Les dotations matérielles ont effectivement permis de réaliser les objectifs du projet : reportages des correspondants pour TKI, nouvelles productions des radios, etc. Notons cependant que dans plusieurs cas, les matériels ne sont pas utilisés pour des émissions ayant un lien avec l'objectif du projet<sup>15</sup>.

De plus, la visite des radios partenaires a révélé **que quelques radios n'utilisent pas l'ensemble du matériel** doté par SFCG. En effet, certains problèmes de compatibilité entre le matériel fourni par SFCG et le matériel antérieur de la radio ont été décelés. De même, malgré une formation sur l'utilisation d'un logiciel de pointe, certaines équipes techniques n'ont pas su l'utiliser. Ainsi, dans l'une des radios visitées, le matériel n'a tout simplement pas été utilisé et les équipes techniques de cette radio sont retournées à la configuration antérieure de leur matériel.

Il est cependant important de noter que, devant cette situation, le technicien média de SFCG a assuré un accompagnement technique particulièrement poussé pour renforcer les capacités des équipes techniques de la radio. En l'occurrence, s'agissant d'une radio communautaire, il semblerait que la difficulté vienne plus particulièrement du niveau d'expertise technique des équipes que d'un problème de suivi dans l'accompagnement.

D'autre part, du matériel doté par le projet a été approprié par des personnes au sein des radios au lieu d'être utilisé pour les besoins de la radio. Cela a abouti à la rupture d'un contrat de partenariat.

### 2.3.3. Retards et ajustements du calendrier

En matière d'efficience, la difficulté la plus sérieuse est celle du **retard dans les activités de visibilité** des émissions radiophoniques. En effet, il est regrettable que la plupart des activités aient été mises en œuvre de manière très tardive, parfois vers la fin du projet, alors même que ces émissions s'arrêtent quelques mois voire semaines plus tard. Le numéro vert, mis en place courant 2013, est moyennement connu des auditeurs : 53% des auditeurs de VHD savent qu'il existe un numéro vert et 61% des auditeurs de TKI.

Un autre retard ayant un impact important sur le projet est le retard dans la **création de la coalition** de radios, prévu à mi-projet. Néanmoins, l'équipe de recherche considère que ce retard a été justifié. En effet, il était à l'origine du projet prévu que la coalition soit une coalition de journalistes. Après plusieurs études, il s'est avéré qu'une telle coalition ne pourrait pas fonctionner convenablement à Madagascar, et qu'il serait plus efficace de constituer une coalition de radios. Cependant, pour qu'une telle structure puisse fonctionner, il était nécessaire qu'un fort lien de confiance se tisse entre SFCG et les radios, et entre les radios entre elles. SFCG étant une nouvelle organisation dans le pays, il n'était pas envisageable que ce lien soit tissé en quelques mois. Ainsi, si ce retard est justifié, il découle également d'une mauvaise anticipation de SFCG et **d'une faible connaissance du contexte** et du pays au moment de la rédaction du projet. Le calendrier détaillé dans le document de projet était trop ambitieux.

---

<sup>15</sup> Retransmissions en direct de matchs de football, de la messe, etc

D'autres activités ont également pris du retard. La production de la troisième saison de l'émission VHD a été bloquée plusieurs semaines suite à un problème d'organisation interne (congé du directeur SFCG Madagascar) et à des difficultés pour mobiliser les experts sectoriels, essentiels pour assurer le réalisme des émissions.

Enfin, de nombreuses émissions de VHD et TKI n'ont **pas été diffusées dans les délais impartis** par les radios partenaires : émetteurs en panne, délestages etc. Cependant, la plupart des retards de diffusions était rattrapés par les radios par la suite.

### **2.3.4. Lien avec d'autres projets**

L'ensemble des projets de SFCG à Madagascar ont ce même objectif de renforcement de la cohésion sociale. Ainsi, plusieurs autres projets de SFCG ont également eu pour partenaires, au minimum, ce « noyau dur » de radios partenaires issus du projet de cohésion sociale par les médias :

- Renforcement de la cohésion sociale et de la prévention de la violence à travers la mobilisation des médias à Antananarivo (UNICEF)
- Sensibilisation des électeurs sur le processus de recensement à travers les médias (UE)
- Campagne radio Common Ground sur la protection sociale à Madagascar (Banque Mondiale)

Les radios partenaires ont ainsi participé à plusieurs projets et bénéficié d'accompagnements multiples. Cela a permis de créer une forte dynamique et une importante synergie, contribuant à l'atteinte de l'objectif commun.

D'autre part, bien que le projet ait eu peu de lien avec la centre de ressources média soutenu par le PNUD à Tuléar, localisé dans le même bâtiment que la radio partenaire, un futur projet conjoint débutera dans ce sens dans les prochains mois.

➤ **L'équipe d'évaluation considère que l'efficacité a été partiellement bonne**

## 2.4. Impact du projet

Seront analysés les impacts auprès des audiences, les impacts auprès des journalistes et les impacts auprès des radios.

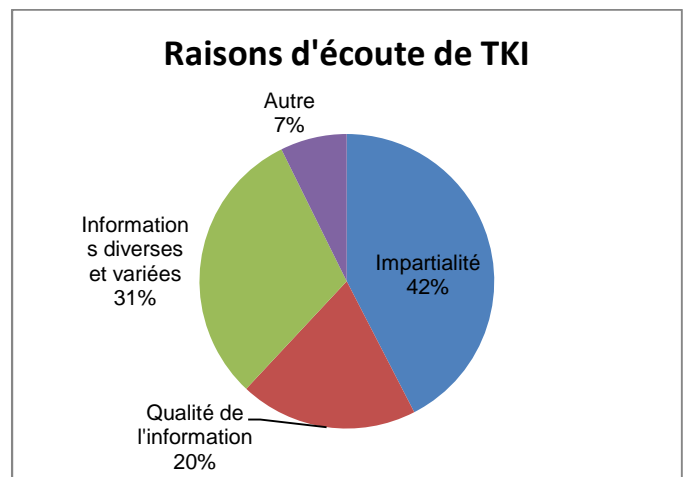
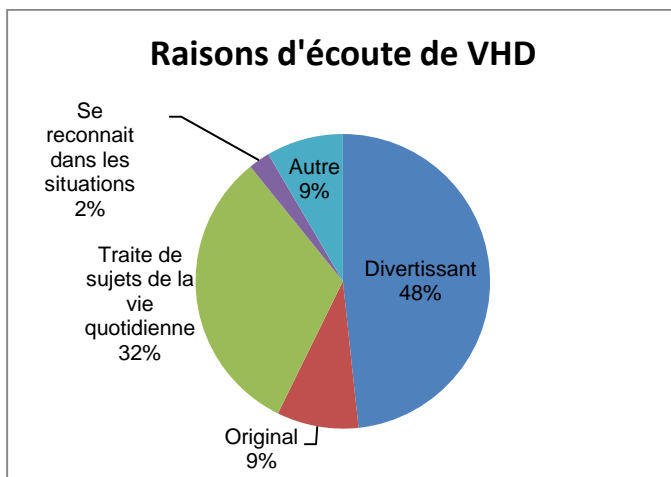
### 2.4.1. Impact auprès des audiences

#### ➤ Impact des émissions<sup>16</sup>

##### *Informations générales sur l'écoute de Vohidrazana et Tokotany Iraisana*

Les résultats de l'analyse quantitative indiquent que Vohidrazana est une émission populaire et relativement bien suivie : 32% des auditeurs écoutent l'émission à chaque fois. L'émission TKI est beaucoup moins écoutée que Vohidrazana. Elle est de fait moins connue que VHD : si seulement **26% de la population interrogée ne connaît pas du tout VHD**, ce chiffre est de 52% pour TKI.<sup>17</sup> On note ici des fortes disparités régionales : TKI est inconnue de 81% de la population dans la région de Boeny, 50% dans les régions d'Analamanga et Haute Matsiatra, et 44,5% dans la région d'Atsimo Andrefana.

VHD est principalement écouté pour son caractère divertissant et le fait qu'il traite de sujets de la vie quotidienne, TKI est surtout suivi pour l'impartialité du programme et la diversité des informations.



<sup>16</sup> Seuls quelques tableaux statistiques apparaissent dans le corps du rapport. L'ensemble des données et des tableaux statistiques peuvent être retrouvés en Annexe 5. L'étude de base n'étant pas considérée fiable, l'ensemble des indicateurs proviennent de la comparaison entre les auditeurs des émissions et le groupe témoin de l'étude.

<sup>17</sup> Selon les recherches de l'équipe SFCG, TKI serait très écoutée par les décideurs politiques au niveau national, ce qui atténuerait l'impact moindre du projet au sein de la population. L'équipe d'évaluation n'a cependant pas pu analyser cet élément au cours de la recherche. Au niveau local, l'étude faite auprès des autorités (chefs Fokontany) présente des résultats similaires à la population générale : sur 34 autorités locales interrogées, 28 écoutent VHD et 8 écoutent TKI.

### *Impact de VHD sur la connaissance des auditeurs*

VHD a eu un impact direct sur la **connaissance des auditeurs**, qui ont notamment une connaissance améliorée des lois en matière d'enregistrement des terres ou d'enregistrement des mines. Pour cette dernière notamment, l'impact est particulièrement important, comme l'atteste le tableau ci-dessous. VHD a également eu un impact indirect : les personnes n'écouter pas l'émission mais ayant un membre de leur famille qui écoute ont également une connaissance améliorée de ces lois.

**Tableau 5: Connaissance des lois d'enregistrement des mines**

	Oui	Non	Total
Oui j'écoute VHD	74%	26%	100%
Non mais un membre de ma famille écoute	54%	46%	100%
Non je n'écoute pas	26%	73%	100%

$p=0,0\%$  ;  $\chi^2=99,18$  ;  $ddl=2$  (TS)

De plus, l'émission réduit également les différences entre les personnes habitant en zone rurale et en zone urbaine, et entre les différentes régions, ce qui dénote une bonne circulation de l'information dans l'ensemble des zones d'écoute. Ainsi, par exemple, 48% des personnes du groupe témoin habitant en zone rurale pensaient qu'il ne fallait pas enregistrer les mines trouvées sur son terrain, et 56% de ceux habitant en zone urbaine. Ces chiffres passent dans le groupe des auditeurs à 22 et 26%.

### *Impact de VHD sur les perceptions et comportements des auditeurs*

VHD a également eu des impacts sur les **perceptions et comportements** des auditeurs en matière de tolérance et d'égalité homme-femme. Les auditeurs de VHD sont majoritaires à considérer qu'il ne faut jamais juger quelqu'un sur la base de ses origines ethniques, ce qui n'est pas le cas du groupe témoin. Il en est de même sur la perception qu'une femme peut avoir un programme électorale de même qualité qu'un homme. L'impact indirect est également important.

**Tableau 6: Est-il justifié de juger des personnes sur la base d'origines ethniques?**

	Jamais	Parfois	Toujours	Total
Oui j'écoute VHD	55%	38%	7%	100%
Non mais un membre de ma famille écoute	54%	40%	6%	100%
Non je n'écoute pas	15%	61%	24%	100%

$p=<0,1\%$  ;  $\chi^2=19,56$  ;  $ddl=4$  (TS)

**Tableau 7: Une femme peut-elle avoir un programme électoral de même qualité qu'un homme?**

	Oui	Non	NSP	Total
Oui j'écoute VHD	85%	15%	0%	100%
Non mais un membre de ma famille écoute	77%	22%	1%	100%
Non je n'écoute pas	62%	27%	11%	100%

$p=0,0\%$  ;  $\chi^2=89,54$  ;  $ddl=4$  (TS)

On constate par ailleurs que le programme tend à **gommer les différences entre personnes vivant en zone urbaine ou rurale** :

**Tableau 8: Répartition des personnes qui pensent qu'il n'est jamais justifié de juger des personnes sur la base d'origines ethniques**

	Urbain	Rural	Total
Oui j'écoute VHD	51%	61%	100%
Non mais un membre de ma famille écoute	52%	56%	100%
Non je n'écoute pas	37%	57%	100%

Il est cependant important de noter que les messages de VHD ne sont pas toujours bien assimilés par les audiences. Ainsi, bien que plusieurs épisodes de VHD aient traité de la thématique du travail des enfants, la majorité des auditeurs considèrent qu'il est justifié d'obliger les enfants à travailler. Selon la storyline, l'un des personnages féminins de VHD oblige l'un de ses enfants à travailler pour combler des difficultés financières. Ce personnage considère par la suite qu'il s'agissait d'une mauvaise solution qui a failli coûter la vie à son enfant.

**Tableau 9: Est-il justifié d'obliger les enfants à travailler comme domestique?**

	Jamais	Parfois	Toujours	Total
Oui j'écoute VHD	13%	43%	43%	100%
Non mais un membre de ma famille écoute	15%	78%	7%	100%
Non je n'écoute pas	19%	49%	32%	100%

$p < 0,1\%$  ;  $\chi^2 = 67,02$  ;  $ddl = 4$  (TS)

On note ici des différences significatives entre les femmes et les hommes : si les hommes n'ont que peu modifié leur perception suite à l'émission, ce n'est pas le cas des femmes qui considèrent majoritairement qu'il est toujours justifié d'obliger les enfants à travailler.

**Tableau 10: Répartition des personnes répondant à la question du travail des enfants, selon le sexe**

	Jamais justifié	Parfois justifié	Toujours justifié	Total
<b>Hommes</b>				100%
Groupe témoin Hommes	20%	54%	26%	100%
Auditeurs Hommes	18%	54%	28%	100%
<b>Femmes</b>				100%
Groupe témoin Femmes	18%	43%	39%	100%
Auditeurs Femmes	9%	34%	56%	100%

Il est important de noter le libellé de la question posée aux personnes sondées : il ne s'agit pas de savoir si le travail des enfants est positif, mais s'il peut être justifié. Les auditrices interrogées (femmes de plus de 15 ans) se sont probablement reconnues dans le personnage de la mère qui a des difficultés financières, ce qui a vraisemblablement joué un rôle dans ces réponses.



## VHD, référence en matière de gestion de conflit

Vohidrazana est également devenu une **référence** auprès des auditeurs. 70% des auditeurs ont utilisé les situations présentées dans le feuilleton pour régler des conflits dans leurs familles, et 62% pour gérer des conflits au sein de la communauté.

L'impact est beaucoup plus fort en milieu rural : 80% des personnes vivant en milieu rural l'utilisent comme référence dans des conflits familiaux, contre 62% des personnes vivant en milieu urbain.

On note ici une différence **selon le sexe de l'auditeur** : les femmes font plus souvent référence à l'émission, qu'il s'agisse de conflits familiaux ou communautaires : 77% des femmes l'utilisent comme référence dans la gestion des conflits familiaux contre 62% des hommes ; ces taux sont de 72% pour les conflits dans la communauté (femmes) et 50% (hommes)

L'émission a également eu un impact sur la **participation effective des femmes** à la gestion des conflits : 34% des auditrices ont été impliquée dans la gestion d'un conflit familial, contre 24% des non auditrices. Il est possible d'envisager que les femmes ont effectivement **pris une place plus importante** dans le règlement des conflits au sein de la famille grâce au feuilleton.

De plus, le feuilleton a eu un **fort impact direct sur le degré de modération des débats au sein des familles** : les conflits dans les familles des auditeurs sont majoritairement plus modérés que les conflits dans les familles des non auditeurs (53% des conflits des auditeurs sont gérés dans la modération, 27% pour le groupe témoin). Le feuilleton a également un impact indirect sur les personnes n'écoutant pas le feuilleton mais dont un membre de leur famille l'écoute.

**Tableau 11: Le dernier conflit au sein de la famille a-t-il été géré...**

	Dans la confrontation	Dans la modération	Total
Oui j'écoute VHD	47%	53%	100%
Non mais un membre de ma famille écoute	58%	42%	100%
Non je n'écoute pas	73%	27%	100%

$p=0,0\%$  ;  $\chi^2=78,85$  ;  $ddl=2$  (TS)

Au sein des auditeurs, on note cependant de très grandes différences selon la région considérée : les personnes habitant dans les régions d'Analamanga (77%) et Boeny (80%) se réfèrent plus facilement à l'émission pour la gestion des conflits communautaires que ceux de la région d'Atsimo Andrefana (25%) et Haute Matsiatra (57%)

## Impact de TKI sur la connaissance et la circulation des informations

Le nombre d'auditeurs de TKI étant moins important que VHD, l'échantillon ne permet pas d'étudier de manière fiable l'ensemble des indicateurs pré-identifiés. Malgré cela, l'ensemble

des données quantitatives atteste que les auditeurs de TKI ont une meilleure **connaissance des informations nationales, des évènements des autres régions et du milieu rural**. L'étude de l'ensemble des données permet également d'attester que l'écoute des programmes permet de **réduire les disparités de connaissance entre le milieu rural et urbain**.

Si les auditeurs ne sont que 58% à se considérer bien informés des évènements des autres régions (34% pour le groupe témoin), 91% d'entre eux citent effectivement un exemple d'information provenant d'une autre région, contre 73% des personnes du groupe témoin.

Il en est de même pour les évènements nationaux : 74% des auditeurs se considèrent bien informés des évènements nationaux (51% dans le groupe témoin), et 98% d'entre eux peuvent citer au moins une information nationale (94% dans le groupe témoin).

Pareillement, bien que l'impact soit plus faible, 49% des auditeurs se considèrent bien informés des évènements ruraux (26% pour le groupe témoin), et 91% d'entre eux peuvent citer au moins une information relevant du milieu rural (66% dans le groupe témoin).

**L'objectif de circulation de l'information du programme est ainsi largement atteint.**

Il est intéressant de noter que la différence d'impact des programmes de TKI entre les hommes et les femmes est globalement peu significative.

*Impact sur la connaissance de la notion de citoyenneté*

L'étude des données du groupe témoin et du groupe d'auditeurs des émissions atteste que les auditeurs ont une **bien meilleure connaissance des droits de l'Homme, des responsabilités des citoyens et des obligations de l'Etat** que les non auditeurs. Ceci est vrai pour les deux émissions, bien que la **différence soit plus importante chez les auditeurs de TKI**.

**Tableau 12: Connaissances selon l'émission écoutée**

	Groupe témoin	Auditeurs VHD seuls	Auditeurs TKI seul
Personnes pouvant citer 3 droits de l'Homme	51%	74%	79%
Personnes pouvant citer 3 responsabilités/devoirs des citoyens	41%	72%	80%
Personnes pouvant citer 3 devoirs de l'Etat	59%	77%	81%

Les différences selon le sexe ne sont que peu significatives pour VHD. Au contraire, TKI a plus **fortement influé sur les connaissances des femmes** par rapport aux hommes, et ce pour les connaissances sur les droits de l'Homme et les devoirs des citoyens. L'indicateur de connaissance des droits de l'Homme présente ainsi un écart de plus de 20 points entre hommes et femmes. La différence n'est pas significative pour l'indicateur de connaissance des obligations de l'Etat.

**Tableau 13: Connaissance des droits de l'Homme selon le sexe parmi les auditeurs de TKI**

	3 droits de l'Homme cités	- de 3 droits de l'Homme cités
Femmes	66%	35%
Hommes	87%	13%

$p < 0,1\%$  ;  $\chi^2 = 12,96$  ;  $ddl = 1$  (TS)

Les différences de connaissance sont très significatives selon la **région considérée** : c'est dans la région d'Analamanga que l'on trouve les personnes ayant une meilleure connaissance des droits de l'Homme (73% de l'ensemble des personnes interrogées peuvent citer trois droits). Plus les habitants sont éloignés de la capitale, plus leur connaissance est faible. La comparaison du groupe témoin avec les auditeurs montre une **hausse sensible de la capacité** à fournir des exemples de droits de l'Homme dans les régions d'Analamanga, Atsimo Andrefana et Haute Matsiatra, et dans une plus faible mesure dans la région de Boeny. En effet, pour tous les indicateurs, l'impact des programmes est beaucoup plus faible pour la région de Boeny.<sup>18</sup>

**Tableau 14: Répartition des personnes pouvant citer trois droits de l'Homme selon la région**

	Groupe témoin	Auditeurs VHD seuls	Auditeurs TKI seul
Analamanga	73%	84%	85%
Atsimo Andrefana	20%	73%	77%
Boeny	24%	35%	43%
Haute Matsiatra	53%	76%	73%

**Tableau 15: Répartition des personnes pouvant citer 3 devoirs du citoyen selon la région**

	Groupe témoin	Auditeurs VHD seuls	Auditeurs TKI seul
Analamanga	56%	85%	87%
Atsimo Andrefana	19%	64%	75%
Boeny	30%	38%	52%
Haute Matsiatra	37%	72%	71%

**Tableau 16 : Répartition des personnes pouvant citer 3 obligations de l'Etat selon la région**

	Groupe témoin	Auditeurs VHD seuls	Auditeurs TKI seul
Analamanga	84%	90%	90%
Atsimo Andrefana	25%	67%	71%
Boeny	41%	49%	67%
Haute Matsiatra	47%	73%	69%

<sup>18</sup> L'une des hypothèses pour expliquer ces disparités entre les régions est le plus faible niveau d'étude des personnes interrogées dans la région de Boeny, par rapport aux autres régions : 34% des personnes interrogées ont arrêté leur cycle d'éducation en primaire. Boeny présente aussi le plus faible pourcentage de sondés ayant atteint un niveau d'éducation supérieur (11%). Il n'y a pas de différence significative au niveau du genre des personnes sondées ni de la zone d'habitat (rural/urbain).

➤ Impact de la couverture des radios

Le fort impact du projet sur les audiences a été restreint par les difficultés techniques de certaines radios partenaires, qui ont de fait une audience faible. Il a ainsi été très difficile de trouver des auditeurs dans certaines zones pourtant couvertes par au moins une radio partenaire. En effet, il arrive que des radios non partenaires, localisées dans une zone où se situent des radios partenaires, n'aient pas d'émetteur normalisé, n'utilisent pas une fréquence fixe et causent des **interférences** qui perturbent la réception des radios partenaires. Pour corriger ceci, un travail de fond, qui dépend des autorités décentralisées en charge des télécommunications et non de SFCG, doit être réalisé pour normaliser les diffusions de l'ensemble des radios.

Malgré cela, ces difficultés de couverture ont largement été compensées par le choix de SFCG de conclure des partenariats avec des radios qui ont eu une couverture très large. C'est le cas de RNM et de RDB, qui sont captées dans presque tout le pays. Il existe ainsi des auditeurs dans des zones qui étaient considérées hors couverture, ce qui a **fortement démultiplié** l'impact du projet.

## 2.4.2. Impact auprès des journalistes formés

➤ Connaissances des journalistes

Grâce aux activités réalisées dans le cadre du projet, les journalistes témoignent tous que leurs capacités ont été renforcées, que ce soit au niveau technique, tel que l'utilisation de nouveaux matériels, ou méthodologique. L'ensemble de journalistes interrogés ont bien **compris les messages** de la formation et **l'approche** Common Ground et sont beaucoup plus **conscients de leur rôle en tant que média** dans la gestion des crises.

« Je n'étais pas forcément consciente que ce que je diffuse va avoir des échos au niveau de la population. En ayant des informations sur l'approche Common Ground, et avec les productions que SFCG nous a données pour qu'on diffuse, on se rend compte que c'est très important, ne serait-ce que les petites choses qui passent à la radio. »  
Journaliste, formée par le projet

➤ Pratiques des journalistes

Grâce aux formations, les journalistes expliquent utiliser de nouvelles méthodes journalistiques, telles que la méthodologie de préparation d'un reportage ou le choix de personnes qui n'ont pas d'opportunité de s'exprimer pour les interviews.

Cependant, si les journalistes formés ont compris la méthodologie et sont pour la plupart convaincus de l'importance, par exemple, d'avoir aujourd'hui des points de vue divergents lorsqu'ils traitent des informations, l'application de la méthodologie est moins évidente. En pratique, l'impact des formations sur le traitement de l'information est très divers et est fortement associé à la **ligne éditoriale** et aux **choix politiques** des radios.

Certains journalistes des radios ont parfaitement appliqué cette méthodologie lorsqu'ils traitent des informations. C'est notamment le cas des correspondants interrogés, qui ont bénéficié d'un accompagnement plus poussé de SFCG et qui travaillent dans des radios moins politisées.

Cependant, dans certaines radios, les formations n'ont pu être appliquées du fait du contexte : censure, autocensure, corruption ou simple manque de temps ont réduit l'impact des formations.

Dans quelques radios, certains journalistes ne peuvent pas interroger des **personnes opposées politiquement** à leur patron. Il leur a tout simplement été interdit d'être contradictoires lorsqu'ils traitent des informations, au risque de se faire licencier.

*« Il y a certaines personnes qu'on n'avait pas le droit d'interviewer parce qu'elles étaient en conflit avec le grand boss, ce sont des adversaires politiques du patron. »  
Journaliste, formé par le projet*

*« On avait l'intention d'appliquer la formation, mais le directeur nous a convoqué pour nous mettre en garde sur les éventuels méfaits sur le plan politique. Si nous les journalistes on s'entête à appliquer cette ligne Common Ground, [on] ira nous révoquer ou nous affecter dans une autre localité. Alors on n'a jamais essayé étant donné le contexte. »  
Journaliste, formé par le projet*

Ceci démontre quelques lacunes dans l'identification des groupes cibles lors de la conception du projet et des insuffisances dans le suivi des formations, dues à un manque de temps et de moyens humains et financiers<sup>19</sup>. Il aurait en effet été intéressant d'intégrer aux formations les patrons de presse, chargés de la ligne éditoriale des radios, ou à minima de réaliser un plaidoyer à leur rencontre.

Dans d'autres cas, certains journalistes ne parlent pas du tout de politique pour des raisons de **ligne éditoriale** ou de **questions de sécurité**.

De même, quelques journalistes accordent volontairement du temps d'antenne à de la propagande politique contre de l'**argent**. Dans certaines radios, les journalistes touchent un salaire environ 200 000 Ar par mois. Le niveau bas des salaires complique le refus de la corruption.

De plus, appliquer la méthodologie Common Ground implique d'avoir un certain **temps de préparation** car elle nécessite de recouper les informations au niveau de plusieurs sources. Or il est souvent compliqué de produire cela lorsqu'il s'agit de travailler avec des équipes réduites. Appliquer la méthodologie implique également de présenter plusieurs points de vue et de passer plusieurs minutes par sujet. Or ce n'est pas évident à mettre en pratique dans le

---

<sup>19</sup> Voir partie Efficience, 2.3.

cadre d'un journal parlé de courte durée, où les sujets ne peuvent durer plus de deux minutes.

« Pour un sujet, on a au maximum deux éléments sonores, alors que pour la méthodologie Common Ground, on a plusieurs éléments, les intervenants, vox pop, l'ambiance. »

Journaliste, formé par le projet

D'autre part, le projet a eu des **impacts négatifs** imprévus. La dotation de matériel, notamment informatique, a en effet été génératrice de conflits entre journalistes formés et équipe de direction dans plusieurs radios : les journalistes considéraient qu'ils devaient utiliser le matériel puisqu'ils avaient reçu une formation sur son utilisation, quelques directeurs au contraire que le matériel revenait à la station de radio. Dans certaines radios visitées, les tensions étaient encore importantes.

Dans l'une des radios, les journalistes, une fois formés par SFCG, ont été affectés à un service administratif, sans qu'une raison leur soit donnée.

« On ne sait pas si c'est à cause de la méthodologie ou de la dotation [de matériel] qu'on nous a mutés dans un autre service. Quoiqu'il en soit, on a été affectés d'un coup [après la formation]. »

Journaliste, formé par le projet

Enfin, le projet a également causé quelques tensions entre les journalistes qui ont participé aux formations de SFCG et les autres au sein de la même radio. Il est tout de même important de noter que, pour contrebalancer cette difficulté, SFCG a invité les journalistes non formés des radios partenaires à participer à une formation dans le cadre d'un autre projet, également financé par l'Union européenne.

### 2.4.3. Impact auprès des radios

Beaucoup de radios partenaires considèrent que leur audimat a augmenté du fait des émissions. Bien que l'étude quantitative n'ait pas analysé l'audimat des radios, il est intéressant de souligner que 44% des auditeurs des radios partenaires expliquent, depuis deux ans, **écouter plus souvent** les radios partenaires, alors que ce chiffre n'est que de 26% pour les radios non partenaires. Les personnes sondées écoutent également moins souvent les radios non partenaires.

**Tableau 17: Evolution de l'écoute en fonction du type de radio**

	Ecoute plus	Ecoute autant	Ecoute moins
Evolution de l'écoute des radios partenaires	44%	40%	16%
Evolution de l'écoute des radios non partenaires	26%	46%	27%
<b>TOTAL</b>	<b>35%</b>	<b>43%</b>	<b>22%</b>

p=0,0% ; chi2=121,052 ; ddl=2 (TS)

La raison la plus avancée pour cette augmentation de l'écoute dans ces deux types de radios est que les **programmes sont plus intéressants**. Toutefois, la notion d'intérêt des programmes varie entre les types de radio. Les radios partenaires sont plus écoutées du fait de **l'utilité des informations**, la diversité et complémentarité des informations ou les conseils. A l'inverse, les radios non partenaires sont plutôt écoutées pour les **programmes musicaux**, le divertissement ou les programmes évangéliques.

Globalement, les radios estiment que **l'impact technique** apporté par SFCG est très positif sur les programmes des radios, grâce aux formations, à la dotation de matériel et à l'accompagnement des équipes des radios. Ainsi, la qualité sonore des programmes s'est améliorée ; il leur est aujourd'hui possible de faire des émissions en direct ; les radios utilisent plus souvent les vox pop (micro-trottoir) ; le montage des émissions peut être fait dès l'arrivée au studio ; ils utilisent des jingles et génériques, etc.



*Correspondante formée et animatrice accompagnée par SFCG à RTA Majunga*

D'autre part, le fait que les émissions SFCG ne soient pas produites par les radios elles-mêmes leur permet plus facilement de les diffuser que s'il s'agissait d'une production propre à la radio. Cela permet **d'apporter de la neutralité** dans certaines radios, plus politisées.

*« Pendant la période des élections, on a vécu un enfer, à la hauteur de ce qui s'est passé. Ce genre de support [TKI] qui arrive sur la radio, qui est neutre, vient contrebalancer la voix de son maître pendant toute la période. [...] C'est bien d'avoir quelque chose de bien objectif qui passe sur les antennes »*

*Directeur de radio dont le patron de presse est un homme politique*

Les coproductions ont donné une impulsion à plusieurs radios. Certaines radios estiment que ces coproductions ont permis de **renforcer leur visibilité** auprès des personnalités politiques locales, qui ont été invitées à titre d'intervenant dans les émissions coproduites. D'autre part, certaines radios ont par la suite produit elles-mêmes des émissions. Certaines

de ces **nouvelles productions** sont en lien avec la cohésion sociale. Dans d'autres cas, il s'agit d'anciennes productions qui se sont améliorées grâce aux méthodes apprises.

Il est également intéressant de souligner que les équipes du projet ont encouragé la constitution d'un groupe d'auditeurs à Majunga, qui a décidé de réaliser des émissions radios d'actualité sur des thématiques proches de celles de TKI, telles que la corruption ou l'environnement. Une heure d'audience hebdomadaire leur a été attribuée par l'une des radios partenaires pour assurer la diffusion de leurs émissions.

Malgré ces éléments, du fait d'un climat de censure et d'autocensure, une majorité des directeurs et journalistes interrogés ne notent pas de réel changement dans le traitement de l'information des radios partenaires, ni sur le reste de la grille des programmes. L'étude de données quantitatives démontre cependant que les **auditeurs ont ressenti une amélioration nette de la neutralité des radios** : 61% des auditeurs des émissions<sup>20</sup> déclarent avoir entendu des perspectives divergentes au sein d'une même radio, alors que ce chiffre n'est que de 43% pour les personnes n'écoutant pas les émissions.

D'autre part, on note des **évolutions positives en matière de crédibilité des informations**, au cours des deux dernières années et ce quelle que soit la radio écoutée et quelle que soit la région : près de 80% des personnes interrogées considèrent que la crédibilité des informations des radios a évolué<sup>21</sup>. Si 97% des personnes considèrent que la crédibilité des informations a évolué dans le sens positif pour les radios partenaires, ce n'est le cas que de 92% pour les radios non partenaires.

Il en est de même pour le **degré de modération des débats**, qui a évolué dans l'ensemble des radios : 80% des personnes sondées estiment que celui-ci a évolué dans les radios partenaires, et 72% dans les radios non partenaires. Cependant, si l'évolution a été ressentie positive pour 98% des radios partenaires, ce n'est le cas que de 88% des radios non partenaires : pour 12% des personnes, il s'agit d'une évolution négative.<sup>22</sup>

Un impact tangible imprévu est constitué par le renforcement, voire la **création d'un réseau entre les radios partenaires**. De nombreux directeurs de radios, situés dans les mêmes villes, expliquaient en effet qu'ils se connaissaient peu. Ceci est encore plus vrai lorsqu'il s'agit de radios localisées dans des zones éloignées. Le projet a facilité la constitution d'un véritable réseau des radios, ce qui permet dès à présent d'envisager la réalisation de reportages conjoints, et qui sera d'autant plus utile dans la mise en œuvre de la coalition.<sup>23</sup>

➤ **L'équipe d'évaluation considère que l'impact a été bon**

<sup>20</sup> Sont considérés ici comme des auditeurs des personnes écoutant au moins l'une des émissions de SFCG (VHD ou TKI).

<sup>21</sup> 78% pour les radios non partenaires, 79% pour les radios partenaires

<sup>22</sup> L'étude quantitative dénote de fortes différences entre les régions : l'évolution négative la plus forte apparaît dans la région d'Atsimo Andrefana (19% d'évolution négative dans les radios non partenaires, 10% dans les radios partenaires), puis Haute Matsiatra (16% d'évolution négative dans les radios non partenaires, 2% dans les radios partenaires)

<sup>23</sup> Voir partie 2.5



**Tableau 18: Indicateurs d'impact**

Indicateurs	Réalisations
+40% de personnes peuvent identifier 3 droits de l'homme sans aide	+55% des auditeurs de TKI et +45% des auditeurs de VHD par rapport au groupe témoin
+40% de personnes peuvent identifier 3 devoirs et responsabilités du citoyen	+95% des auditeurs de TKI et +76% des auditeurs de VHD par rapport au groupe témoin
+40% de personnes peuvent identifier 3 obligations de l'Etat	+37% des auditeurs de TKI et +31% des auditeurs de VHD par rapport au groupe témoin
+20% de personnes sont mieux informées des évènements des autres régions	+76% des auditeurs ont le sentiment d'être mieux informés par rapport au groupe témoin, +25% des auditeurs ont cité un exemple
+20% de personnes sont mieux informées des évènements nationaux	+45% des auditeurs par rapport au groupe témoin ont le sentiment d'être mieux informés par rapport au groupe témoin
+30% de personnes ont entendu des perspectives divergentes sur la même radio	+42% des auditeurs par rapport au groupe témoin
+35% de personnes ont entendu des informations sur le milieu rural à la radio au cours du dernier mois	+88% des auditeurs ont le sentiment d'être mieux informés par rapport au groupe témoin, +38% des auditeurs ont cité un exemple
75% des journalistes déclarent et justifient que leurs capacités ont été renforcées	100% des journalistes rencontrés déclarent que leurs capacités ont été renforcées, mais 57% d'entre eux le justifient.
25 radios ont lancé de nouvelles émissions sur l'éducation civique ou la cohésion sociale	Objectif dépassé : au moins une coproduction réalisée dans chaque radio

## **2.5. Durabilité du projet**

### **2.5.1. La Coalition des Radios pour la Consolidation de la Paix à Madagascar**

A la date fixée de la fin du projet, le 26 mars 2014, la durabilité du projet ne peut être considérée comme bonne. La structure de suivi créée, la coalition des radios pour les paix, n'a été officialisée que le 25 mars, veille de la clôture du projet. Un certain nombre de directeurs de radios interrogés, dont certains membres du bureau de la coalition, n'avaient pas une vision claire du mandat de la coalition ni des activités qu'ils allaient mettre en place. La coalition a en effet été créée au mois de février 2014, un mois avant la fin du projet, et nécessite un accompagnement poussé bien après la fin du projet. En effet, l'expérience d'autres projets montre que de nombreuses difficultés sont associées à la création de structures de suivi et ces questions doivent être posées afin de s'assurer que ce **mécanisme sera effectif** :

- Certains directeurs de radio ont évoqué des risques de **conflits d'intérêt** entre la coalition et les radios commerciales membres de la coalition. Les radios partenaires n'ont pas tous la même **motivation** pour faire partie de la coalition. Il existe

également un risque d'**appropriation des financements**. Quels garde-fous peut-on imaginer pour que cela ne se produise pas ?

- L'équipe d'évaluation a mis en lumière que certains membres ne respectent pas la **charte** de la coalition dès la création, ce qui risque de décrédibiliser l'association. Il est nécessaire de s'assurer que le mécanisme d'auto-régulation des membres adopté au cours de l'Assemblée générale (AG) de la coalition les 25 et 26 mars, soit effectif et mis en œuvre dès le fonctionnement de l'association.
- Les membres de la coalition, dont les membres du bureau, sont **éparpillés dans le pays**, ce qui rend la communication difficile. Pour permettre l'utilisation d'internet par tous, SFCG a doté certaines radios de connexions internet pendant 12 mois. De plus, un système interne de communication a été élaboré lors de l'AG de mars 2014 : réunions par Skype, système d'approbation des propositions, soutien d'un webmaster, etc. Ces avancées sont très positives. Toutefois, les difficultés liées au délestage et à la faible capacité internet de certaines zones éloignées de la capitale sont telles qu'il sera peut-être nécessaire de prévoir un système parallèle pour les radios de ces localités.
- Les directeurs des radios et les journalistes sont des **salariés** et peuvent changer de poste. Pour éviter une perte d'information en cas de changement de poste de l'un d'entre eux, au moins deux personnes (le directeur et un journaliste) par radio sont impliquées dans la Coalition. Un suivi sera nécessaire pour s'assurer que les deux personnes sont effectivement impliquées dans la mise en œuvre de l'association.
- Comment associer et faire adhérer ou s'aligner avec les réseaux de radios existants qui véhiculent déjà leurs idéologies ?

Au jour de l'écriture de ce rapport, la coalition n'a pas encore suffisamment de garde-fous pour être considérée pérenne. Cependant, cette situation est prise en considération par SFCG, qui s'est engagé, malgré la fin de projet fin mars 2014, à continuer l'accompagnement de la coalition pendant plusieurs mois, ceci dans l'objectif de garantir la viabilité de cette structure de suivi. De plus, un site web, créé pour remplir les objectifs de la coalition et faciliter la communication entre les radios partenaires, a été mis en ligne et sera administré par SFCG et le bureau de la coalition : [www.coalitionradios-madagascar.org](http://www.coalitionradios-madagascar.org).

Il est important de noter d'autre part que l'ensemble des directeurs de radio interrogés sont disposés à **travailler ensemble** et à réaliser des émissions en commun, ce qui est un signe positif en direction de la viabilité à moyen terme de la coalition. Cette mise en commun permettra aussi de lever les inquiétudes de certaines radios, ayant peur d'être prises pour cibles si elles réalisent des émissions politiques seules.

*« Un proverbe malagasy dit qu'un œuf ne peut pas lutter avec une pierre. Il faut être ensemble. Une station, c'est comme un œuf, il ne peut rien seul, il est fragile. On se sent en force. C'est le meilleur moyen pour réussir ce que SFCG a initié. »*  
*Directeur de radio*

D'autre part, les autorités nationales – Secrétaire Général de la Communication et Président de la République – ont publiquement exprimé leur appréciation et/ou soutien du projet de Coalition. Le soutien des autorités nationales lève l'un des obstacles à la mise en œuvre

effective de cette association. Il sera important également de s'assurer du soutien des autorités décentralisées.

### 2.5.2. Durabilité des formations

Les impacts sur les journalistes sont considérés durables chez ceux qui se sont approprié les principes de la formation. Il est cependant important qu'ils continuent à pratiquer cette méthodologie et il serait intéressant que SFCG continue à travailler avec ces journalistes dans le cadre de futurs projets.

La durabilité serait d'autant plus renforcée si les acquis des formations étaient capitalisés et les supports de formation étaient largement diffusés et accessibles aux personnes qui n'ont pas été formées.

### 2.5.3. Anticipation et partage d'un plan de retrait

Les équipes de coordination du projet auraient gagné à anticiper d'avantage la fin des financements et des activités. Ceci est dû au fait que SFCG a continué de rechercher des financements pour poursuivre les activités jusqu'à un stade très avancé.

De ce fait, les équipes en charge des activités ont été **peu informées** de ce qu'il allait advenir à la fin du projet et ont eu peu de visibilité sur leur avenir professionnel. De la même manière, les auditeurs relais n'ont été que tardivement informés de la fin du projet. Il aurait été bénéfique d'un plan de retrait soit anticipé et partagé dans le cas d'un arrêt des financements des activités.

Il en est de même pour les grilles des programmes des radios partenaires, qui vont de fait avoir un certain nombre de **plages horaires** vides. Des discussions vont être menées entre SFCG et la coalition pour échanger autour des possibilités de remplacement des émissions : rediffusions, nouvelles productions, etc.

➤ **L'équipe d'évaluation considère que la durabilité est moyenne**

### **3. CONCLUSION, LECONS APPRISES ET RECOMMANDATIONS**

Le projet de cohésion sociale par les médias réalisé par SFCG à Madagascar a été mis en œuvre dans un climat politique difficile. La crise politique est en effet en cours depuis le début de projet et la majorité des radios sont dirigées par des patrons de presse politisés. Pour les personnes interrogées, c'était de plus la première fois qu'une ONG internationale menait un projet de ce type auprès des médias.

Malgré ce contexte particulier, la mise en œuvre du projet a pu se réaliser dans l'ensemble de manière fluide et efficace. Son impact, surtout auprès des audiences, est très important. En quelques années, grâce à ce projet, SFCG a su s'implanter comme un partenaire clef des médias radios malagasy.

Une meilleure connaissance du pays lors de la rédaction du projet aurait probablement permis d'éviter un certain nombre d'écueils et de garantir une meilleure pérennité à la structure de suivi du projet dès la fin du financement de l'Union européenne. Au lieu de cela, SFCG doit continuer à accompagner la coalition des radios pour la paix au-delà du projet. SFCG s'étant engagé dans cette direction, l'équipe de recherche estime que le projet a été bien mené et encourage SFCG à prendre en considération les leçons apprises et recommandations ci-dessous pour la mise en œuvre de futurs projets :

#### Leçons apprises:

##### *Leçons apprises positives / Bonnes pratiques*

- Le choix d'impliquer des organisations et experts reconnus dans le domaine des médias dès la sélection des partenaires puis tout au long du projet a créé un environnement favorable et une dynamique positive qui ont permis à SFCG d'avoir une place importante dans le milieu des médias et du développement à Madagascar.
- La qualité des émissions, tant sur le contenu que le niveau technique et sonore, s'avère très important pour capter l'attention et attirer l'enthousiasme des auditeurs. La multidisciplinarité est un facteur ayant contribué à cette situation.
- La formation complète des journalistes couvrant le processus allant de la conception à la diffusion des émissions, suivie d'accompagnement continu est une garantie réelle de réussite ; la manipulation et l'entretien des matériels ont été un des éléments clés de ce renforcement de capacité.
- L'accompagnement et la proximité des correspondants avec les équipes SFCG et entre correspondants leur a permis de mieux s'approprier l'approche Common Ground après la formation initiale que les autres journalistes.
- L'intégration d'une équipe en charge du suivi-évaluation au sein du personnel assurent un bon suivi des objectifs et indicateurs du projet et garantissent son efficacité.
- La diffusion de messages de cohésion sociale par le biais d'émissions radiophoniques est une très bonne méthode d'amélioration des connaissances et de changement de comportement et changement de perceptions des populations.

### *Leçons apprises négatives*

- Les journalistes formés ne peuvent pas tous appliquer les formations du fait de leurs patrons de presse ou chefs de rédaction.
- Les journalistes formés ne partagent pas toujours les formations avec les autres journalistes intervenant dans la même radio ou dans d'autres médias, ce qui crée de fortes disparités dans le paysage radiophonique local.
- Il est difficile d'analyser l'impact d'un projet sans connaître la couverture réelle des programmes, si l'étude de base n'est pas fiable.
- La visibilité des émissions est un facteur clef de la diffusion des messages de cohésion sociale et de tolérance. La visibilité doit être anticipée et réalisée auprès d'un large public, notamment par le biais d'autres médias à Antananarivo (presse écrite, télévision).
- La dotation de matériel peut créer des conflits au sein des radios et devenir contre-productive.
- De nombreuses radios n'ont pas de fréquence fixe et causent des interférences avec la réception des radios partenaires.
- Le plan de retrait du projet doit être partagé avec l'ensemble des intervenants du projet (dont équipes SFCG), plusieurs mois avant la fin du projet, afin de leur donner une visibilité sur l'avenir.
- Il est très optimiste de créer une structure de suivi d'un projet deux ans après l'enregistrement d'une association dans un pays.

### Recommandations:

#### *Pour SFCG*

- Former les personnes qui dictent la ligne éditoriale des radios à l'approche Common Ground afin d'assurer l'application de la méthodologie par les journalistes ;
- Réaliser un suivi des formations au bout de 6 mois pour évaluer la mise en œuvre de l'approche Common Ground par les journalistes ;
- Multiplier les accompagnements et suivis des journalistes non correspondants ;
- Renforcer la formation continue de l'ensemble des journalistes radio des régions cibles, en réalisant des formations de formateurs avec des journalistes de chaque région, chargés de démultiplier les formations sur le terrain (éventuellement un correspondant) ;
- Réaliser une étude de la couverture des émissions au cours du projet ;
- S'assurer de la compréhension des conditions d'utilisation du matériel fixées dans les contrats écrits et récupérer effectivement le matériel si l'utilisation qui en est faite n'est pas conforme à ce qui est spécifié par contrat ;
- Mettre en œuvre dès le début du projet les moyens d'assurer une bonne visibilité aux activités réalisées, notamment en utilisant d'autres médias ;
- Plaidoyer auprès des autorités décentralisées en charge des télécommunications pour assurer un meilleur contrôle technique des radios ;
- Partager le plan de retrait du projet en amont avec l'ensemble des acteurs du projet ;
- Prévoir des projets d'une durée supérieure à deux ans lorsqu'il est envisagé de créer une structure de suivi ;

- Prévoir un temps important de préparation des activités de pérennité ;
- Poursuivre les initiatives en faveur d'un renforcement des radios et journalistes : mise à disposition de matériel, outils de formation, etc

*Pour les radios partenaires*

- Poursuivre la production d'émissions relatives à la cohésion sociale et aux droits de l'Homme, notamment conjointement avec les autres radios partenaires au niveau local et national

*Pour la Coalition des radios pour la consolidation de la paix à Madagascar*

- Développer un plan stratégique de fonctionnement, en prenant en considération les difficultés liées à la création d'une coalition de radios

*Pour l'Etat*

- Mettre en place un environnement propice au bon fonctionnement et à l'indépendance des médias, notamment radio

## ANNEXES

### ANNEXE 1 : Planning de la mission

		Equipe données qualitatives		Equipes données quantitatives	
		Matin	Après-midi	Equipe 1	Equipe 2
07/03	Tana	7h30 : Entretien équipes SFCG TKI 9h : FG Journalistes Tana 10h30 : Entretien SFCG équipes VHD 12h30 : Entretien UNICEF	14h-15h30 : Radio Tana 16h-17h30 : Entretien Directeur RDJ / Président coalition + RTA Majunga	Tana	<i>Voyage Tuléar</i>
08/03	Tana	9h : FG auditeurs relais Tana	14h: Entretien Nirina comité consultatif	Tana	Tuléar St Augustin
09/03	Tana	<i>Transcription – suivi organisation équipes, saisie</i>		Andramasina	St Augustin
10/03	Tuléar	<i>Voyage vers Tuléar (avion)</i>	15h : Entretien journaliste Morombe téléphone 16h30 : Entretien journaliste RNM Tuléar	Andramasina	Tuléar
11/03	Tuléar	9h : Entretien directeur RNM Tuléar Visite Centre ressources média <i>Transcription</i>	<i>Saisie – soutien équipes quanti</i> 16h30 : FG club d'auditeurs	Tana – <i>voyage Marovoay</i>	Tuléar
12/03	Tuléar	<i>Voyage Fianarantsoa</i>		Marovoay	<i>Voyage Manamisoa</i>
13/03	Fianar	8h30: Entretien directeur + équipes Radio Mampita 10h30: Entretien directeur Radio Tsiry 11h30 : Entretien correspondante Radio Tsiry	14h30 : Focus group avec journalistes 16h : 1 FG club d'auditeurs	Majunga II	Manamisoa
14/03	Tana	<i>Retour Tana</i>		Majunga II	Manamisoa
15/03	Tana	10h : auditrice relais Fianar <i>Analyse données</i>	15h : Directeur pays SFCG	Majunga	Manamisoa Fianarantsoa
16/03	Majunga	<i>Voyage Majunga</i>		Majunga	Fianarantsoa
17/03	Majunga	9h : Entretien équipe technique RTA Majunga 10h : Entretien correspondante RTA 11h : Entretien directeur	14h : Entretien auditeurs relais 14h45 : FG clubs d'auditeurs 16h : Entretien	Majunga	Fianarantsoa

		Equipe données qualitatives		Equipes données quantitatives	
		radio JRDB	journaliste RNM Boeny		
18/03	Majunga	<i>Voyage Tana</i>		<i>Voyage Tana</i>	<i>Voyage Tana</i>
19/03	Tana	8h : Entretien patron Fréquence plus 10h : Entretien Technicien média SFCG 11h : Entretien Suivi- évaluation SFCG	15h : Directeur ORTM	<i>Fin saisie</i>	<i>Fin saisie</i>
20/03	Tana	9h : Entretien UE <i>Analyse de données</i>	<i>Analyse de données</i>		
21/03	Tana	8h-10h : Restitution SFCG	<i>Voyage Réunion</i>		



## **ANNEXE 2: Référentiel de l'évaluation**

DIMENSION A ANALYSER	INDICATEUR	OUTIL				
		Analyse de documents	Journalistes/ Radios partenaires	Club d'auditeurs / auditeurs relais	Entretiens SFCG	Enquête audience
<b>Efficacité du projet</b>						
Atteinte des résultats	Degré d'atteinte des indicateurs et des activités					
	Thématiques des émissions en lien avec les objectifs					
	Analyse de l'influence du contexte politique sur l'efficacité du projet					
<b>Effets / impact du projet</b>						
Existence d'effets et résultats positifs, effets d'aubaine, résultats imprévus	Amélioration de la qualité des programmes d'actualité (impartialité, ouverture, etc) des partenaires					
	Augmentation du taux d'audience des radios partenaires, changement de radio					
	Amélioration de la qualité des autres programmes des radios partenaires et des autres radios					
	Effets du projet sur les audiences en matière de tolérance, dialogue, résolution des conflits, etc, dans leurs communautés.					
	Effets du projet sur l'équité de genre et la bonne gouvernance					
	Appréciation du renforcement des capacités techniques et journalistiques des partenaires					
Existence d'effets et résultats imprévus et négatifs	Création de conflits au sein des radios ou communautés du fait du projet					
	Dépendance des partenaires et moindre implication dans les programmes					
<b>Mise en œuvre du projet</b>						

Mise en œuvre des partenariats	Implication des partenaires dans la mise en œuvre du projet					
	Clarté de la distribution des rôles, responsabilités et qualité de communication entre SFCG et ses partenaires					
	Existence de dispositif de monitoring du projet (collecte de données, analyse, suivi) et les moyens de vérification des activités					
	Forces et faiblesses des partenariats : qualité de l'implication des partenaires, valorisation des partenaires, transfert de compétences, etc					
Coordination des partenariats	Existence et opérationnalité d'un mécanisme de coordination des partenaires					
<b>Effizienz du projet</b>						
RH	Qualification des équipes du projet et quantité suffisante, notamment en matière de monitoring					
Délais	Analyse des délais d'exécution et ajustements					
Finances	Gestion financière du projet, analyse coût-efficacité					
Partage des coûts	Réalisation d'activités en lien avec d'autres projets					
<b>Pérennité du projet</b>						
Plan de retrait	Existence d'un plan de retrait partagé à la fin des financements					
Durabilité des effets du projet	Maintien et intégration des procédures apprises à la fin du financement					
	Subsistance des effets positifs sur les audiences et les partenaires à la fin du financement					
	Appréciation du maintien et opérationnalité des radios et clubs et continuation des activités, appropriation du projet					

## **ANNEXE 3: Guides d'entretien**

### **Guide à l'attention des journalistes et radios partenaires**

<b>EFFICACITE</b>	
	<p>Quels types d'activités SFCG a mis en œuvre avec vous / votre radio :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Diffusion de feuillets</li> <li>➤ Diffusion d'émissions d'actualité</li> <li>➤ Coproduction d'émissions</li> <li>➤ Formations</li> <li>➤ Accompagnement technique et matériel</li> <li>➤ Echanges de pratiques avec la Côte d'Ivoire</li> </ul> <p>Avez-vous participé à d'autres projets de SFCG ?</p>
	<p>Y a-t-il des correspondants de SFCG au sein de votre radio ? Si oui, quel est leur rôle ? Ce rôle supplémentaire est-il compensé financièrement ?</p>
	<p>Diffusion d'émissions :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comment trouvez-vous la qualité technique des feuillets ?</li> <li>➤ Comment trouvez-vous la qualité script/interprète des feuillets ?</li> <li>➤ Comment trouvez-vous la qualité des émissions d'actualité ?</li> <li>➤ Pensez-vous que des thèmes importants n'ont pas été traités par les émissions ?</li> <li>➤ Quels ont été les principaux obstacles à la mise en œuvre ? Comment améliorer ?</li> </ul> <p>Quelle émission préférez-vous ? Pourquoi ?</p>
	<p>Trouvez-vous que la qualité des émissions a évolué depuis le début du projet ?</p>
	<p>Avez-vous pu diffuser l'ensemble des émissions dans les délais impartis ? Si non, pourquoi ?</p>
	<p>Coproduction d'émissions :</p> <p>Ces émissions ont-elles été utiles pour vous/votre radio ? De quelle manière ? Quels ont été les obstacles ? Comment améliorer ?</p>
	<p>Quels sont les orientations à creuser pour améliorer la qualité des programmes ?</p>
	<p>Formations :</p> <p>Pour les radios : combien de journalistes travaillent dans votre radio ? Hommes/Femmes ? Combien ont reçu la formation Hommes/Femmes ? Comment ont-ils été sélectionnés ?</p> <p>Quelle/s était/étaient votre/vos motivations à suivre la formation ?</p> <p>Considérez-vous que vos capacités ont été renforcées ? Quels sont les points fondamentaux que vous avez retenus des formations ?</p>
	<p>Accompagnement technique et matériel :</p> <p>Cet accompagnement a-t-il été utile pour vous/votre radio ? De quelle manière ?</p> <p>De quelle manière a été identifié le matériel dont vous avez bénéficié ?</p> <p>Quels ont été les obstacles ? Comment améliorer ?</p>
	<p>Vous servez-vous des guides Common ground traduits en malagasy ? Dans quel cadre ? A quelle fréquence ?</p>
	<p>Avez-vous participé à l'échange avec la Côte d'Ivoire ? Sinon : pourquoi ? Ce voyage a-t-il eu des effets sur votre travail aujourd'hui ?</p>
	<p>Le contexte politique a-t-il eu selon vous un impact sur le projet ?</p>
	<p>Quel type de soutien de la part de SFCG vous a été le plus utile ?</p>
<b>EFFETS / IMPACT</b>	
	<p>Le projet a-t-il eu un impact sur la crédibilité de l'information diffusée ? De quelle manière ?</p> <p>Pensez-vous qu'il y a moins de censure de l'information / autocensure / désinformation au sein de votre radio ?</p> <p>Pensez-vous que le projet vous a permis de mieux prendre conscience du rôle des</p>

	<p>média dans le développement des conflits et des crises ? Pourriez-vous expliquer ? Qu'avez-vous appris en matière d'éthique ? Utilisez-vous ces connaissances dans votre travail quotidien ? Si oui, de quelle manière ? Comment améliorer ?</p>
	<p>Le projet a-t-il influé sur la qualité de vos autres programmes ? La qualité des programmes des autres radios ?</p>
	<p>Le projet a-t-il eu un impact sur la gouvernance au sein du paysage radiophonique malagasy (ex : corruption)?</p>
	<p>Des mesures spécifiques ont-elles été prises pour assurer que le projet intègre les groupes les plus vulnérables (femmes, enfants, PVVIH, PSH)?</p>
	<p>Le projet a-t-il eu des effets négatifs ? Par exemple au sein de la radio, entre les journalistes impliqués et ceux non impliqués dans le projet ? En matière de dépendance financière ?</p>
	<p>Quels sont les changements les plus significatifs depuis la mise en œuvre du projet ?</p>
<b>MISE EN ŒUVRE DU PROJET</b>	
	<p>Avez-vous été impliqué dans la définition du contrat de partenariat avec SFCG ?</p>
	<p>La distribution des rôles et responsabilités entre SFCG et vous était-elle claire ? La chaîne de communication entre SFCG et vous était-elle fluide ?</p>
	<p>De quelle manière SFCG effectuait le monitoring et la supervision du partenariat avec vous ?</p>
	<p>Comment caractériseriez-vous le partenariat avec SFCG ? Quelles ont été les forces et les faiblesses des relations avec les partenaires sur les résultats du projet ?</p>
	<p>Y a-t-il un mécanisme de coordination, une coalition, entre les partenaires soutenus par SFCG ? Si oui, quelles sont ses forces et faiblesses ?</p>
	<p>Considérez-vous que vos demandes (par exemple évoquées pendant l'enquête mi-parcours si vous avez été interrogés) ont été prises en compte et entendues par l'association ? De quelle manière ?</p>
<b>EFFICIENCE</b>	
	<p>Avez-vous utilisé vos nouvelles capacités matérielles, journalistiques ou techniques pour réaliser d'autres projets de SFCG ou d'autres organisations ?</p>
	<p>Est-il arrivé que les émissions prévues n'aient pas été transmises ? Combien de fois et pour quelles raisons ?</p>
<b>PERENNITE</b>	
	<p>Un plan de retrait de SFCG à la fin des financements a-t-il été partagé avec vous ?</p>
	<p>Les procédures mises en place sont-elles effectivement suivies ?</p>
	<p>Envisagez-vous le maintien des activités après la fin du financement ? De quelle manière ? Quels sont les obstacles ?</p>
	<p>Pensez-vous que les formations et l'accompagnement dont vous avez bénéficié grâce à SFCG continueront à avoir des effets après leur retrait ? Pourquoi ?</p>
	<p>Les relations construites avec les autres partenaires vous semblent-elles durables ?</p>

Quelles sont vos suggestions pour l'avenir du projet / un futur projet?

## **Guide à l'attention des clubs d'auditeurs / auditeurs relais**

<b>EFFICACITE</b>	
	Depuis combien de temps êtes-vous dans le club d'auditeurs / auditeurs relais ?
	Quelles ont été vos motivations pour entrer dans ce club / être auditeur relais ?
	Quel est votre rôle au sein du club / comme auditeur relais ?
	<i>Pour les auditeurs relais</i> : Recevez-vous une compensation pour votre rôle ? Sous quelle forme ?
	Selon s'il s'agit d'un club ou d'un auditeur relais: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comment trouvez-vous la qualité des feuillets ?</li> <li>➤ Comment trouvez-vous la qualité des émissions d'actualité ?</li> <li>➤ Pensez-vous que des thèmes importants n'ont pas été traités par les émissions ? Ont été mal traités ?</li> </ul>
	<i>Pour les auditeurs relais</i> : Les émissions ont-elles globalement diffusées dans les délais impartis ?
	Quels sont les orientations à creuser pour améliorer la qualité des programmes
	Etes-vous informé de l'existence du numéro vert ?
	Si oui, à quoi sert-il ? L'avez-vous déjà utilisé ? Pour quelle raison ?
<b>EFFETS / IMPACT</b>	
	Les émissions du projet ont-elles eu un impact sur la crédibilité de l'information diffusée ? De quelle manière ?
	Le projet a-t-il influé sur la qualité des autres programmes de la radio? La qualité des programmes des autres radios ?
	Le projet a-t-il eu des impacts sur la situation de votre communauté en matière de cohésion et tolérance ? Si oui, de quelle manière ?
	Trouvez-vous que les émissions intègrent la prise en compte de personnes qui sont plus souvent discriminées/ vulnérables (femmes, minorités, PVVIH, PSH,)?
	Le projet a-t-il eu des effets positifs imprévus ?
	Le projet a-t-il eu des effets négatifs ? Par exemple au sein de la communauté ?
	Quels sont les changements les plus significatifs apportés par le projet depuis la mise en œuvre du projet ?
<b>MISE EN ŒUVRE DU PROJET – pour auditeurs relais uniquement</b>	
	La chaîne de communication entre SFCG et vous était-elle fluide ?
	De quelle manière SFCG effectuait le monitoring avec vous ?
	Y a-t-il un mécanisme de coordination, une coalition, entre les auditeurs relais?
	Considérez-vous que vos demandes ont été prises en compte et sont entendues par l'association ?
<b>PERENNITE</b>	
	Envisagez-vous le maintien des activités du club/en tant qu'auditeur si SFCG se retire du projet ? De quelle manière ? Quels sont les obstacles ?

Quelles sont vos suggestions pour l'avenir du projet / un futur projet?

## **Guides à l'attention des organisations membres des comités consultatifs**

<b>EFFICACITE</b>	
	Quels types d'activités SFCG a mis en œuvre avec vous ?
	Avez-vous été impliqué dans la sélection des radios ? De quelle manière ? La méthode vous a-t-elle semblée adéquate ? Comment améliorer ?
	Avez-vous été impliqué dans le choix des thématiques et des feuillets ? De quelle manière ? Comment améliorer ? Comité consultatif : la méthode de choix des thèmes est-elle adéquate ? Pensez-vous que des thèmes importants n'ont pas été traités par les émissions ?
	Avez-vous été impliqué dans la sélection des participants au voyage en Côte d'Ivoire ? De quelle manière ? La méthode vous a-t-elle semblée adéquate ? Comment améliorer ?
	Le projet de SFCG vous semble-t-il dupliquer ou compléter les activités de votre organisation ? De quelle manière ?
	Vous servez-vous des guides Common ground traduits en malagasy ? Dans quel cadre ?
<b>EFFETS / IMPACT</b>	
	Quels sont les changements les plus significatifs depuis la mise en œuvre du projet ?
<b>MISE EN ŒUVRE DU PROJET</b>	
	La chaîne de communication entre SFCG et vous était-elle fluide ?
	Comment caractériseriez-vous le partenariat avec SFCG ?
	Y a-t-il un mécanisme de coordination, une coalition, entre les partenaires soutenus par SFCG ? Si oui, quelles sont ses forces et faiblesses ?
<b>EFFICIENCE</b>	
	Le projet de SFCG vous a-t-il permis de réaliser d'autres projets avec leurs partenaires ?

## **ANNEXE 4: Questionnaire (version française)**

### **1. Question filtre: Ecoutez-vous la radio ?**

Oui  Non

*Si non, fin du questionnaire; le profil n'est pas concerné par l'enquête*

### **Gestion des quotas**

**2. Zone d'intervention**  Zone de couverture  Zone de non couverture

**3. Etes-vous**  Homme  Femme

**4. Zone d'enquête**  Urbain  Rural

**5. Prénom de l'enquêteur**

**6. code ITV**  001  002

### **7. Quelle(s) radio(s) écoutez-vous?**

Radios partenaires  Radios non-partenaires  Les 2 types de radios

### **Ecoute et impact de Vohidrazana**

#### **8. Ecoutez-vous Vohidrazana**

Oui j'écoute  Non mais au moins 1 membre de ma famille écoute  
 Non, personne n'écoute  NSP/Ne connaît pas  Non concerné

*Si "Oui" aller à la question 9, sinon allez à la question 17*

#### **Pour ceux qui écoutent Vohidrazana**

#### **9. A quel rythme écoutez-vous Vohidrazana?**

A chaque fois  Une émission sur deux  De temps en temps  Non concerné

#### **10. Pour quelles raisons écoutez-vous Vohidrazana?**

Divertissant  Original  
 Traite des sujets de la vie quotidienne  Vous vous reconnaissez dans les situations  
 Autre

**11. Si 'Autre', précisez :**

#### **12. Savez-vous qu'il existe un numéro vert pour donner son avis sur Vohidrazana?**

Oui  Non

#### **13. L'avez-vous déjà utilisé pour donner votre avis?**

Oui  Non  NSPR

**Diriez-vous que les situations rencontrées dans Vohidrazana vous ont apporté des éléments pour gérer les conflits**

**14. Dans votre famille**  Oui  Non  NSP

**15. Dans votre communauté?**  Oui  Non  NSP

**Pour tous, y compris ceux qui n'écourent pas Vohidrazana**

**16. Si vous recevez une terre en héritage, allez-vous l'enregistrer auprès des services compétents ?**

Oui       Non       NSP

**17. D'où tenez-vous l'information? (ne pas lire les modalités)**

Vohidrazana       Autre

**18. Si vous découvrez des mines sur vos terres, êtes-vous obligé de déclarer leurs présences au service des mines?**

Oui       Non       NSP

**19. D'où tenez-vous l'information? (ne pas lire les modalités)**

Vohidrazana       Autre

**Pour chacune des actions suivantes, diriez vous qu'il n'est jamais justifié, parfois justifié ou toujours justifié**

20. Que les parents obligent leur enfant à travailler comme domestique pour gagner de l'argent	<input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Parfois	<input type="checkbox"/> Toujours
21. De juger des personnes sur la base de leurs origines ethniques	<input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Parfois	<input type="checkbox"/> Toujours
22. Que les élus ne respectent pas leurs promesses électorales une fois au pouvoir	<input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Parfois	<input type="checkbox"/> Toujours

**Parmi les propositions suivantes, diriez-vous que:**

23. Une femme est autant capable qu'un homme d'avoir un bon programme électoral	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> NSP
24. Accepter des pots de vin rend la loi inefficace	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> NSP
25. Les citoyens doivent être impliqués dans la gestion de leur commune	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> NSP

**Connaissance de la notion de citoyenneté – pour tous**

**26. Pourriez-vous citer 3 droits de l'homme? (Ne pas citer les réponses, Vous pouvez cocher plusieurs cases)**

<input type="checkbox"/> Droit de vote	<input type="checkbox"/> Liberté d'opinion, d'expression	<input type="checkbox"/> Droit à la dignité
<input type="checkbox"/> Droit à l'éducation	<input type="checkbox"/> Droit à la santé	<input type="checkbox"/> Justice
<input type="checkbox"/> Egalité entre les individus	<input type="checkbox"/> Droit du travail	<input type="checkbox"/> Droit au logement
<input type="checkbox"/> Droit à la propriété	<input type="checkbox"/> Protection de l'environnement	<input type="checkbox"/> NSP
<input type="checkbox"/> Autre		

**27. Si 'autre', précisez :**

**28. Pouvez-vous citer 3 devoirs ou responsabilités du citoyen? (Ne pas citer les réponses, Vous pouvez cocher plusieurs cases)**

<input type="checkbox"/> Respecter les lois	<input type="checkbox"/> Voter	<input type="checkbox"/> Payer les impôts
<input type="checkbox"/> Contribuer à l'économie (travailler) / avancement du pays	<input type="checkbox"/> Vivre en paix / bon Voisinage	<input type="checkbox"/> Questionner le Gouvernement



<input type="checkbox"/> Faire vivre sa famille	<input type="checkbox"/> Scolariser les enfants	<input type="checkbox"/> Enregistrer les enfants à la naissance
<input type="checkbox"/> Ne pas faire travailler les enfants	<input type="checkbox"/> Protéger l'environnement	<input type="checkbox"/> Enregistrer les terres
<input type="checkbox"/> Suivre les informations	<input type="checkbox"/> NSP	<input type="checkbox"/> Autre

29. Si 'Autre', précisez :

30. Pourriez-vous citer 3 obligations de l'Etat? (Ne pas citer, vous pouvez cocher plusieurs cases)

<input type="checkbox"/> Sécurité	<input type="checkbox"/> Santé /hygiène	<input type="checkbox"/> Education
<input type="checkbox"/> Accès à l'eau/électricité	<input type="checkbox"/> Routes/Infrastructures/transport	<input type="checkbox"/> Protection sociale
<input type="checkbox"/> Justice	<input type="checkbox"/> Lutter contre la corruption	<input type="checkbox"/> Exemplarité
<input type="checkbox"/> Informer sur les droits du citoyen	<input type="checkbox"/> Protéger l'environnement	<input type="checkbox"/> Ecouter le peuple
<input type="checkbox"/> Répartir équitablement les ressources	<input type="checkbox"/> Elections libres et transparentes	<input type="checkbox"/> NSP
<input type="checkbox"/> Autres		

31. Si 'Autre', précisez :

**Ecoute et impact de l'emission d'actualité: Tokotany Iraisana**

32. Ecoutez-vous Tokotany Iraisana ?

- Oui j'écoute                       Non mais au moins 1 membre de ma famille écoute  
 Non, personne n'écoute       NSP/Ne connaît pas                       Non concerné

*Si "Oui" aller à la question 34; sinon passez à la question 43*

**Pour ceux qui écoutent Tokotany Iraisana**

33. A quel rythme écoutez-vous Tokotany Iraisana?

- A chaque fois                       Une émission sur deux                       De temps en temps     Non concerné

34. Pour quelles raisons écoutez-vous Tokotany Iraisana?

- Impartialité                       Qualité de l'information                       Informations diverses et variées  
 Autre

35. Si 'Autre', précisez :

36. Dans Tokotany Iraisana, diriez-vous que pour chacun des points de vue, l'information est présentée de manière

- Partiale                                       Impartiale                                       NSP

37. Savez vous qu'il existe un n° vert pour donner son avis sur Tokotany Iraisana?

- Oui                                       Non

38. L'avez-vous déjà utilisé pour donner votre avis?

- Oui                                       Non                                       NSPR

**Pour tous, y compris ceux qui n'écouter pas Tokotany Iraisana**

39. Concernant les évènements des autres régions, diriez-vous que vous êtes

- Bien informé                                       Moyennement informé                                       Pas du tout informé

**40. D'où tenez-vous les informations des autres régions ? (ne pas lire les modalités)**

- Tokotany Iraisana                       Autre

**41. Pouvez-vous citer un exemple d'information venant d'une autre région?**

- 1 réponse et plus                       0 réponse/NSP

**42. Concernant les évènements nationaux diriez-vous que vous êtes**

- Bien informé                       Moyennement informé                       Pas du tout informé

**43. D'où tenez-vous les informations nationales ? (Ne pas lire les modalités)**

- Tokotany Iraisana                       Autre

**44. Pouvez-vous citer un exemple d'information nationale?**

- 1 réponse et plus                       0 réponse/NSP

**45. Concernant les informations du milieu rural, diriez-vous que vous êtes**

- Bien informé                       Moyennement informé                       Pas du tout informé

**46. D'où tenez-vous ces informations en milieu rural ? (ne pas lire les modalités)**

- Tokotany Iraisana                       Autre

**47. Pouvez-vous citer un exemple d'information venant du milieu rural?**

- 1 réponse et plus                       0 réponse/NSP

**48. Au cours du dernier mois, avez-vous entendu des perspectives divergentes au sein d'1 même station?**

- Oui                       Non                       NSP

**49. Pouvez-vous nous dire sur quelle(s) radios(s) vous avez entendu des opinions divergentes ? (ne pas citer les réponses)**

- Radio partenaire                       Radio non-partenaire                       Les 2 types de radios  
 Ne sait plus

**50. Depuis 2 ans, pensez-vous que les débats et les échanges sur les radios sont plus**

- Sereins                       Tendus                       Sans opinion

**51. Lors du dernier conflit au sein de votre famille, qui a participé aux échanges? Vous pouvez cocher plusieurs cases**

- Chefs de famille / autorités                       Les hommes                       Les femmes                       Autre

**52. Est-ce que les échanges se sont fait ?**

- Dans la confrontation                       Dans la modération

**53. Si une solution a été trouvée; les différentes parties sont**

- Fâchées                       Réconciliées                       NSP

**54. En 2 ans, la crédibilité des informations transmises par les radios partenaires (citer) a t-elle évolué?**

- Oui                       Non                       NSP

55. Si oui, dans quel sens ?  En mieux  En moins bien

56. En 2 ans, le degré de modération des débats transmis par les radios partenaires (citer) a-t-il évolué?

Oui  Non  NSP

57. Si oui, dans quel sens?  En mieux  En moins bien

58. Depuis 2 ans, la crédibilité des informations transmises par les autres radios a t-elle évolué?

Oui  Non  NSP

59. Si oui, dans quel sens  En mieux  En moins bien

60. Depuis 2 ans, le degré de modération des débats transmis par les autres radios a-t-il évolué?

Oui  Non  NSP

61. Si oui, dans quel sens?  En mieux  En moins bien

**Diriez vous que vous écoutez plus, autant ou moins**

62. Les radios partenaires (citer les noms)  +  =  -

63. Les autres radios  +  =  -

Si "+" allez à la Q72, sinon passez à la Q73

**64. Pour quelle raison écoutez-vous plus souvent la radio**

- Plus de temps  Les programmes sont plus intéressants  
 Les informations sont utiles  Je suis mieux équipé(e)  
 Les radios fonctionnent mieux  Autre

65. Si 'Autre', précisez :

### Profil de l'interviewé

66. Année de naissance

67. Quand avez-vous quitté l'école ?

Primaire  Secondaire  Supérieur

68. Région

Analamanga  Atsimo Andrefana  Boeny  Haute Matsiatra

69. District

Andramasina  Antananarivo Renivohitra  Mahajanga I  Mahajanga II  
 Ambalavao  Fianarantsoa I  Toliary I  Toliary II

70. Communes

71. Remarques et commentaires

## **ANNEXE 5: Tableaux statistiques et interpretation des données**

(voir fichier joint)

## **ANNEXE 6 : Charte de la Coalition**

(voir fichier joint)

## **ANNEXE 7: Termes de référence**

(voir fichier joint)