

« Le candidat qui a le plus d'argent peut s'offrir une visibilité » dans les médias malgaches

Le Monde - Laure Verneau - 04/11/18

Madagascar, un nouveau départ ? (2). En période de campagne électorale, l'accès aux télévisions et radios privées de la Grande Ile est payant. Et les prix se sont envolés.



Le candidat Andry Rajoelina lors d'une conférence de presse le 1er novembre 2018 durant la campagne électorale pour la présidentielle du 7 novembre 2018. MARCO LONGARI / AFP

A Madagascar, la télé se paie. Pour 500 millions d'ariarys (un peu plus de 123 000 euros), les candidats à l'élection présidentielle ont pu s'offrir un « pack campagne premier tour » sur TV Plus. De quoi bénéficier, entre autres, de cinq émissions spéciales, quatre-vingt-dix spots radio ou encore cinquante-deux spots télé de trente secondes chacun.

L'accès aux chaînes de télévision, aux stations de radio ou aux journaux privés de l'île est payant, et les tarifs ne sont pas plafonnés. « *C'est complètement injuste*, s'insurge Erick Rajaonary, l'un des trente-six candidats au scrutin du 7 novembre. *On veut présenter notre programme mais on n'a pas les moyens de se payer les prime time. C'est vraiment la loi du plus fort : celui qui a le plus d'argent peut s'offrir une vraie visibilité.* » L'homme, par ailleurs PDG de l'entreprise Guanomad, consacre la moitié de ses frais de campagne aux médias.

Présentation de notre série [Madagascar, un nouveau départ ?](#)

Si en théorie il est toujours possible pour les candidats de négocier des formules à prix fixe, quelques stations profitent de l'enjeu pour augmenter leurs tarifs. « *Je trouve ça scandaleux*, dénonce aussi Fanirisoa Ernaivo, candidate à la présidentielle et présidente du Syndicat des magistrats de Madagascar. *Ces prix sont une aberration, et pour moi ça s'apparente à un verrouillage. Il aurait fallu les encadrer, ou au moins proposer un prix symbolique. Les tarifs ont*

augmenté le 1^{er} août [premier jour de la période de dépôt des candidatures] et à nouveau le 7 octobre, date du début de la campagne. Ils ont presque quintuplé ! »

« Un véritable enjeu financier »

L'aspirante présidente a donc revu sa stratégie de communication en fonction de ses moyens. « *Les médias sont des entreprises, ils doivent gagner de l'argent*, tempère Mirana Razafindrazaka, responsable du suivi de ce secteur au sein du Centre européen d'appui électoral (ECES) à Madagascar. *Ils essaient de faire leur chiffre d'affaires pour cinq ans, l'élection présidentielle est donc un véritable enjeu financier.* »

A Madagascar, la politique et les médias font d'ailleurs plutôt bon ménage, puisque pas moins de quatre candidats au scrutin de 2018 sont propriétaires de stations de radio ou de chaînes de télévision. Andry Rajoelina, président pendant la période dite de « la transition » (2009-2013), possède Viva Radio et Télévision Viva. Le pasteur André Mailhol, chef de l'église Apocalypse, détient, lui, la Radio Fanambarana ainsi que la chaîne de télévision Gideon Television Fianarantsoa. Marc Ravalomanana, chef de l'Etat de 2002 à 2009, est propriétaire de la télé et de la radio MBS, quand Jean Ravelonarivo, ex-premier ministre de Hery Rajaonarimampianina et lui aussi candidat, contrôle Radio feon'ny Vahoaka.

Episode 1 [A Madagascar, Hery, un président isolé au bilan terni par la corruption](#)

L'ECES a établi la liste des propriétaires des différents groupes du secteur, dans le cadre du Projet d'appui à la prévention et à la gestion des conflits et violences potentiels liés aux élections à Madagascar. Hormis la TVM (télévision) et la RNM (radio), organes d'Etat réunis sous la bannière de l'Office de la radio et de la télévision publiques de Madagascar (ORTM), tous les médias de la Grande Ile sont détenus par des hommes d'affaires, des familles ou des hommes politiques. « *On note une forte concentration, bien sûr, mais aussi une prédominance des médias d'opinion* », souligne Mirana Razafindrazaka.

Principe d'équité

Son analyse est particulièrement vraie pour les journaux, où « *le commentaire et l'opinion politiques prévalent même largement sur les faits et leur analyse* ». Dans ce contexte, la campagne présidentielle a pris un tour particulier. Car, outre celles détenues par des candidats, plusieurs publications, stations de radio ou chaînes de télévision ont ouvertement déclaré leur soutien à l'un ou l'autre des concurrents en lice. Le milliardaire Mamy Ravatomanga, dirigeant de Sodiat qui comprend notamment la société SMC Presse, appuie ainsi Andry Rajoelina, comme le groupe Ultima Media de Naina Andriantsitohaina.



Dans un restaurant d'Antananarivo, le 22 avril 2018, pendant un discours du président malgache, Hery Rajaonarimampianina. RIJASOLO / AFP

En février, la première mouture de la nouvelle loi électorale souhaitait soumettre les acteurs privés du secteur au même principe d'équité que les publics en matière d'accès des différents candidats aux médias. La Haute Cour constitutionnelle a retoqué cette disposition, estimant qu'il s'agissait d'une entrave à la liberté d'entreprendre.

Lire aussi [A Madagascar, coup d'envoi d'une campagne électorale marquée par le combat des « ex »](#)

Mais à l'approche de l'élection du 7 novembre, un trublion s'est invité dans ce jeu pipé : Facebook, premier réseau social sur la Grande Ile, s'est imposé comme l'un des lieux de la campagne. L'ECES, qui a étudié la communication politique sur cette plateforme entre le 8 et le 18 octobre, a constaté que, bien que seuls 6,3 % des Malgaches disposent d'un accès à Internet par ordinateur (selon un chiffre de décembre 2017), les réseaux sociaux sont omniprésents grâce à la généralisation des terminaux connectés (smartphones, tablettes, lecteurs multimédias) et des réseaux de données mobiles sur le territoire national. Un point qui, évidemment, n'a pas échappé aux candidats. Mirana Razafindrazaka déplore que la lutte sur Facebook se soit davantage jouée autour de la visibilité des concurrents que de leurs idées, et estime qu'« *il est encore trop tôt pour dire si cela aura un réel impact* ». Ce qui est certain, cependant, c'est que le débat y a bien eu lieu.

Source : https://www.lemonde.fr/afrique/article/2018/11/04/le-candidat-qui-a-le-plus-d-argent-peut-s-offrir-une-visibilite-dans-les-medias-malgaches_5378731_3212.html