



Institut
Panos
Afrique de
L'Ouest

2016

ETUDE SUR LES MEDIAS SOCIAUX ET LES OSC AU BENIN

Etude réalisée par : **Fernand NOUWLIGBÈTO**

INTRODUCTION

Etendu sur 114 763 km² et peuplé de 9 983 884 habitants¹, le Bénin est situé sur la côte maritime de l'Afrique de l'Ouest, entre le Nigeria à l'est, le Niger et le Burkina-Faso au nord, le Togo à l'ouest. Pays à régime démocratique et à économie libérale depuis 1990, au sortir de la Conférence nationale souveraine, le Bénin reste toutefois un pays pauvre où, en dépit des efforts de l'Etat, les problèmes de mauvaise gouvernance restent entiers. Avec un revenu par tête estimé à 810 dollars US et un taux de pauvreté fixé à 36,2% selon le PNUD-Bénin, le pays a occupé en 2013 le 166^{ème} rang sur 186 pays classés par le PNUD sur l'Indice de Développement Humain (IDH). Le taux d'analphabétisme reste élevé, en dépit des progrès importants de la scolarisation.

Le Bénin s'est pour la première fois connecté à l'internet en décembre 1995, à l'orée de l'organisation du sixième Sommet de la Francophonie. Environ deux décennies plus tard, l'état de la connectivité a connu des mutations profondes bien qu'elles soient encore très peu satisfaisantes au regard des attentes et en comparaison des progrès réalisés par d'autres Etats de la sous-région ouest-africaine.

L'environnement institutionnel du secteur des télécommunications et des TIC est animé par des acteurs publics et privés. Au titre des acteurs publics figurent :

- *le gouvernement (notamment à travers le ministère de la communication et des Technologies de l'information et de la communication)* : sa vision, définie en 2006 dans le Document de politique de stratégie (DPS), est de « faire du Bénin le quartier numérique de l'Afrique » ; diverses agences et directions, de même que des projets, sont rattachés à l'Exécutif : la Délégation Nationale aux TIC (DNTIC), l'Agence de Gestion des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (AgenTIC), la Direction Générale des Communications Electroniques et de la Poste (DGCEP) ; le projet E-Bénin, sous tutelle de la Présidence de la République, mis en œuvre sur la période 2010-2015, dont l'objectif est d'améliorer l'accès aux services TIC à un coût moins élevé et de meilleure qualité, et de promouvoir le développement des e-applications ;
- *Bénin Télécoms SA* : l'opérateur historique du secteur des télécoms ; l'entreprise publique, qui détient toujours le monopole sur le téléphone fixe, assure des services de téléphonie mobile à travers Libercom et est aussi fournisseur d'accès à l'internet ; à la fin juin 2013, le nombre d'abonnés à la téléphonie mobile était estimé à un peu plus de 158 000 soit un taux de pénétration très faible de moins de 2%² ; la mauvaise gestion de cette entreprise a occasionné un endettement élevé (estimé à plus de 7%) et son rachat par un opérateur privé international (le Français Orange, probablement) est de plus en plus envisagé ;

¹ INSAE, *Résultats provisoires du RGPH 4*, juin 2013, www.insae-bj.org/recensement-population.html , 8 juillet 2014, 16h00

²Dr DISSOU Jamâl Dine, « Etat de la cybercriminalité », [http://www.semaineinternet.gouv.bj/documents/9 Etat lieux cybercriminalite.pdf](http://www.semaineinternet.gouv.bj/documents/9_Etat_lieux_cybercriminalite.pdf), 26 juillet 2014, 13h50.

- le régulateur du secteur est, en principe, l’Autorité Transitoire de Régulation des Postes et Télécommunications (ATRPT), créé par décret en février 2007. Mais, du fait de ce statut, elle dispose de peu de pouvoirs et ses compétences sont très limitées ;
- la Commission Nationale de l’Information et des Libertés (CNIL) : c’est une structure administrative indépendante, créée en 2009 ; son rôle est, entre autres, de veiller aux évolutions des TIC et à leurs conséquences sur la protection des libertés et de la vie privée ;
- l’Assemblée nationale, qui propose et vote des lois régissant le secteur, etc.

Parmi les acteurs privés du secteur, on peut citer :

- les Fournisseurs d’Accès à l’Internet (FAI) : Univercell SO, Isocel Télécom SA, Marlan’s Telecom SA, Espace Informatique et Télécommunications, Omnium des Télécommunications et de l’Internet SA ;
- les 4 sociétés de téléphonie mobile (Télécel/Moov, MTN, Bell Bénin Communications, Global Communication) dont certaines, grâce à l’obtention de licences 3G, offrent aussi des services internet à leurs abonnés ;
- les gestionnaires de cybercafé : En avril 2013, on a dénombré au Bénin 495 cybercafés, dont la majorité (36%)³ est établie à Cotonou, la métropole économique ;

L’environnement juridique est caractérisé par l’existence de plusieurs textes dont :

- la loi n°90-32 du 11 décembre 1990 portant Constitution de la République du Bénin : cette loi, en ses articles 23, 24 et 25, reconnaît et garantit la liberté d’expression, d’opinion et de presse ;
- la loi n°2014-14 du 13 mai 2014 relative aux communications électroniques et à la poste : votée le 13 mai 2014 par l’Assemblée nationale, cette loi introduit des changements majeurs, notamment la création de l’Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (ARCEP), le Régulateur indépendant qui va remplacer l’ATRPT ;
- la loi 2009-09 du 27 avril 2009 portant protection des données à caractère personnel, etc.

A ce jour, il n’existe pas de lois spécifiques sur la cybercriminalité. Le vote de la loi n°2014-14 du 13 mai 2014 contribuera sans doute à mieux lutter contre ce phénomène. Jusqu’ici, divers

³ Dr DISSOU Jamâl Dine, « Etat de la cybercriminalité », communication prononcée en décembre 2013 lors de la Semaine de l’internet, cf. http://www.semaineinternet.gouv.bj/documents/9_Etat_lieux_cybercriminalite.pdf, 23.07.14, 21h05.

textes sont utilisés pour réglementer ce domaine. On peut citer :

- loi n° 2011-20 du 12 octobre 2011 portant lutte contre la corruption et autres infractions connexes en République du Bénin ;
- le décret n°2010-273 du 11 juin 2010 portant obligation d'identification des abonnés au téléphone mobile de l'ordre GSM et des utilisateurs du service d'appels masqués ;
- l'arrêté n°0044/MCTIC/DC/SGM/CTJ/DGER/SA pris en 2008 et qui fixe la liste et les modalités de déclaration d'exploitation commerciale des services à valeur ajoutée (dont les cybercafés) ;
- l'arrêté n°200/Misp/Dc/Sgm/Dgpn/Serct/Der/Sa du ministère en charge de l'Intérieur et portant création d'une Cellule de lutte contre la cybercriminalité, etc.

Au niveau infrastructurel, le câble sous-marin à fibres optiques SAT-3 a atterri depuis 2002 au Bénin et, dans le but de réduire de 60% les tarifs des FAI et de faciliter le taux de pénétration de l'internet, un nouveau câble est attendu à l'horizon 2017. Selon l'ancien ministre en charge de la communication, Max Barthélémy Ahouèkè, le parc d'abonnement Internet sur Bénin Télécoms SA est de 40.096 au 30 juin 2012 contre 37.949 au 31 décembre 2011, soit une augmentation de 6%. La largeur de la bande passante internationale est passée de 205 mégabits à 1550 mégabits en 2012⁴.

Les données plus récentes fournies par l'ATRPT montrent que le secteur de la téléphonie mobile enregistre une croissance record. Selon l'Autorité, au 31 décembre 2013, le parc des abonnés au mobile dépasse 9,6 millions, soit une hausse de 14,5% par rapport à 2012 ; le taux de pénétration passe d'environ 90% en 2012 à plus de 96% un an plus tard. Sur la même période, le nombre d'abonnés à l'internet a presque triplé, passant de 456 800 à 1,13 million.

Selon la Banque Mondiale, en 2012, 3,8% de la population béninoise⁵ (soit environ 370 000 personnes), ont accès à l'internet. Les usages de l'internet portent surtout sur la messagerie électronique, la navigation (à des fins de recherche scientifique, de e-love ou de consultation de sites X, par exemple), le *chat*, etc. L'utilisation des réseaux sociaux est plus récente et est en plein boom. En l'absence d'études sur ce sujet, on peut dire, compte tenu de la nouveauté du concept pour le public béninois, que moins des 3,8% des internautes au Bénin utilisent les médias sociaux. On les recrute parmi les hommes politiques (Pascal Irenée Koukpaki, Lazare Sèhouéto, Candide Azanai, etc.), les OSC (Centre Afrika Obota, D.H.P.D....), les journalistes, les diplômés sans emploi, les étudiants ; adultes comme jeunes, femmes comme hommes s'y retrouvent, même si ces derniers (les hommes) semblent les plus nombreux.

Le média social le plus utilisé reste cependant facebook, twitter et les autres étant très peu connus. Les médias sociaux locaux sont presque inexistants. Nous n'en avons identifié que deux, à savoir <http://www.atinsa.net/> , « le premier réseau social des Béninois(es) », et <http://beninsocial.com/> .

⁴ INSAE/DSS/EMICoV/2011, <http://www.insae-bj.org/tic.html>, 26.07.14, 17h35

⁵ <https://www.google.fr/#q=B%C3%A9nin+internautes>, 26.07.14, 17h45. En 2012, l'INSAE estimait l'effectif de la population béninoise à 9 364 619 habitants.



Les initiatives de formation aux TIC en général sont relativement nombreuses, au regard des données de notre enquête. Des centres comme le Centre d'Études et de Documentation (CED), le Campus Numérique Francophone de l'Université d'Abomey-Calavi (UAC)⁶, Etrilabs⁷ et des cybercentres donnent des formations pour des publics diversifiés. Mais ces formations ciblent peu les médias sociaux et le public spécifique des OSC est aussi peu visé. Sur 25 OSC enquêtées, seulement 8 (soit 32%) estiment avoir suivi des formations sur les médias sociaux. Mais il s'agit, dans la plupart des cas, de formations sur le tas.

⁶Nous nous souvenons d'une formation organisée au Campus Numérique Francophone par l'IPAO en 2004/2005. Elle portait sur la formation des OSC à l'animation d'un site internet, créé sous SPIP. C'était dans le cadre d'un projet de lutte contre la pauvreté. Les médias sociaux n'étaient pas visés.

⁷ETRILABS DONNE DES FORMATIONS SPÉCIFIQUES SUR LES MÉDIAS SOCIAUX. CF. [HTTP://BLOG.ETRILABS.COM/](http://blog.etrilabs.com/), [HTTP://WWW.ETRILABS.COM/](http://www.etrilabs.com/), 26.07.14, 19H.

PRESENTATION SUCCINCTE DES ORGANISATIONS DE LA SOCIETE CIVILE (OSC)

Le choix des OSC s'est globalement fait sur la base des critères contenus dans la méthodologie de la présente étude. De ce fait :

- les 25 sélectionnées ont un certain volume d'activités qui justifient des actions de communication et de plaidoyer et travaillent dans le domaine des droits de l'homme et de la gouvernance ; elles sont toutes locales et nationales ;
- au moins 10 des 16 OSC sont actives dans le domaine du droit des femmes et de la gouvernance ou ont une grosse partie de leur programme consacré aux femmes ; il s'agit des OSC suivantes : Centre Africa Obota (CAO), Droits de l'Homme, Paix et Développement (D.H.P.D.), West-Africa Network for Peace-Benin (WANEP-Benin), Social Watch-Bénin, Women In Law and Development in Africa (WILDAF-Bénin), Plateforme pour la Participation des Femmes aux Instances de Décision (PFID), ESPACE ET VIE, Association d'Appui à la valorisation des capacités et des ressources locales (APVACAREL), Groupe d'Action pour la Promotion de la Femme et de l'Enfant (GAPE), SNA, Centre d'Etude et de Recherche-Action pour un Développement Intégré Durable (CERADID), Association pour la Promotion et le Développement de la Femme, la Lutte contre le Trafic des Mineurs (AproDeF-LTM), IRETI M'BE, Cercle des Jeunes pour le Dév durable –Ayessi (CJ2D-Ayessi), L'œil d'aujourd'hui, Réseau pour l'intégration des femmes des ONG et associations africaines (RIFONGA) ;
- le partenaire local, à savoir WILDAF-Bénin, fait partie de l'échantillonnage ;
- au moins un tiers des OSC (précisément 12 OSC) sont implantées en dehors de Cotonou : en raison de la très faible concentration des activités politiques, administratives et socioculturelles à Porto-Novo, la capitale du Bénin, nous avons surtout considéré ici la métropole économique qu'est Cotonou. En fonction de leur siège, les OSC situées en dehors de Cotonou sont :
 - Département de l'Ouémé : Association des Usagers du Réseau de Téléphonie Mobile (Aur-Benin, commune de Porto-Novo) ;
 - Département de l'Atlantique : Cercle des Jeunes pour le Dév durable –Ayessi (CJ2D-Ayessi, commune de Zè), Mayton Promo, Espace et Vie (commune d'Abomey-Calavi), Afrique Decide (commune de Ouidah) ;
 - Département des Collines : Iréti M'bè (Savè), AproDeF-LTM-ONG (commune de Bantè) ;
 - Département de l'Atacora : Association d'Appui à la valorisation des capacités et des ressources locales (APVACAREL, commune de Cobly)
 - Département du Borgou : Association pour la Protection de l'Enface Malheureuse (APEM, municipalité de Parakou) ;
 - Département de la Donga : GAPE (commune de Bassila), SNA (Djougou)
 - Département du Mono : (CERADID, commune de Comè).



Plusieurs OSC (comme ALCRER, APRODES-LTM, CERADID, FONAC, AUR-GSM, WILDAF-Bénin...) n'ont pas fourni des données sur l'effectif de leurs membres (salariés, bénévoles) ou sur leur budget. La taille des OSC peut s'apprécier en fonction :

- de l'effectif de leur personnel : l'effectif du personnel salarié varie de 2 (exemple : AJ2D-Ayessi, AP VACREL, Ireti M'bè, GAPE) à 25 agents (Africa Obota) ;
- de la zone de couverture de leurs activités : on distingue ainsi des OSC à envergure locale) dont les activités se déroulent pour l'essentiel dans quelques arrondissements ou communes (comme par exemple AJ2D, L'œil d'aujourd'hui, Iréti M'bè...) des OSC à envergure nationale (Africa Obota, FONAC, Social Watch, ALCRER...).

LES OSC ET LA COMMUNICATION

1. Connectivité des OSC

A l'exception d'AproDeF-LTM-ONG, toutes les autres OSC ont une connexion à internet. Le parc informatique va de 2 ordinateurs (APRODEF-LTM, par exemple) à 22 ordinateurs (Africa Obota, Afrique Décide).

2. Les outils de connexion à Internet

Les outils de connexion utilisés par les 24 OSC disposant d'une connexion internet se présentent comme suit :

Tableau n°1 : Outils de connexion à l'internet utilisés par les OSC

OUTILS DE CONNEXION	NOMBRE	FREQUENCE (%)
Ordinateur	20	43
Téléphone	15	33
Tablette	7	15
Smartphone	4	9
Total	46	100

Ce tableau montre que l'ordinateur reste l'outil dominant de connexion à l'internet utilisé par les OSC, avec une fréquence estimée à 43%. Toutefois, le téléphone (portable notamment) gagne aussi du terrain et reste loin devant la tablette et le smartphone, relativement peu connus.

3. L'organisation de la communication

a. Existence d'un(e) chargé(e) de la communication

Tableau n°2 : Les OSC qui ont un Chargé de communication

REPONSES	Existence d'un(e) chargé(e) de communication
OUI	13
NON	12
SANS REPONSE	0
Total	25

Ainsi sur 25 OSC étudiées 13, soit un peu plus de la moitié (52%), ont un chargé de communication. Il s'agit en principe d'un agent spécialement recruté pour faire de la communication (comme c'est le cas de l'ONG ALCRER).

b. Existence d'une stratégie de communication

Tableau n°3 : Les OSC qui ont une stratégie de communication

REPONSES	EXISTENCE D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION	FREQUENCE
OUI	23	92%
NON	2	8%
SANS REPONSE	0	0
Total	25	100

Ainsi, 23 OSC sur les 25 enquêtées, soit presque la totalité (92%), affirment avoir une stratégie de communication ; cette stratégie de communication est mise en œuvre par un chargé de communication recruté à cet effet (ALCRER) ou par un membre du personnel (le directeur ou son adjoint, le ou la secrétaire, un bénévole, un chargé de programme) qui cumule d'autres responsabilités avec celles de chargé de la communication (PFID, WANEP, Mayton Promo...); 2 OSC (8%) reconnaissent n'avoir pas de stratégie de communication : il s'agit de APVACAREL et IRETI.

Il reste, toutefois, à vérifier au niveau des 23 OSC l'existence réelle de cette stratégie de communication et la pertinence de son contenu.

c. Intégration des TIC dans la stratégie de communication

Tableau n°4 : Les OSC qui ont intégré les TIC dans leur stratégie de communication

REPONSES	INTEGRATION DES TIC DANS LA STRATEGIE DE COMMUNICATION	FREQUENCE (%)
OUI	23	92
NON	2	8
SANS REPONSE	0	0
Total	25	100

Ainsi, sur 25 OSC enquêtées, 23, soit presque la totalité (92%) et la quasi-totalité (100%) de celles qui affirment avoir une stratégie de communication, déclarent que ladite stratégie de communication intègre les TIC.

Toutefois, il faudrait chercher à connaître le niveau d'intégration des TIC dans cette stratégie de communication.

Ces données révèlent l'importance que les OSC accordent à la communication dans leur stratégie globale de développement.

d. Actions de communications menées par les OSC en général et quelques OSC remarquables en particulier

Tableau n°5 : Les activités de communication des OSC

N°	Activités	Réponses	Fréquence (%)
1.	Organiser un événement	24	7
2.	Organiser une conférence de presse	18	5
3.	Sensibiliser les bénéficiaires	25	7
4.	Diffuser de l'information d'autres organisations	18	5
5.	Diffuser des ressources (publications, vidéos, etc.) produites par l'organisation	23	6
6.	Diffuser des ressources produites par d'autres organisations	14	4
7.	Sensibiliser les décideurs	21	6
8.	Lancer des alertes	17	5
9.	Diffuser des opinions	20	6
10.	Recruter des employés	14	4
11.	Recruter des membres (inscrits à la newsletter, inscrits au site, inscrits à des listes de discussions)	8	2
12.	Capitaliser ses actions	19	5
13.	Travailler en réseau avec d'autres organisations	25	7
14.	Participer à des événements internationaux	20	6
15.	Publier des études, rapports	19	5
16.	Produire des vidéos	16	4
17.	Publier une lettre d'information	15	4
18.	Démarcher des bailleurs	15	4
19.	Fédérer et mobiliser une communauté	15	4
20.	Affirmer une expertise thématique ou géographique	14	4
21.	Autres	1	0
	Total	361	100

Le tableau ci-dessous montre clairement que les réponses positives obtenues pour l'ensemble des activités de communication varient de 1 à 25 en effectif et, en pourcentage, de 0 à 7%. Sur la vingtaine d'activités de communication menées par les OSC, la sensibilisation des bénéficiaires et le travail en réseau avec d'autres organisations viennent en tête et sont suivis de l'organisation d'un événement, la diffusion des ressources de l'organisation, la sensibilisation des décideurs, la diffusion des opinions, la participation à des événements internationaux, etc. En revanche, le

recrutement des employés et, surtout, des membres ne donnent pas lieu à des activités significatives de communication.

Les activités de communication les plus remarquables sont, cependant, les conférences de presse, abondamment relayées par les médias, y compris sur les réseaux sociaux, lorsqu'elles portent sur des sujets d'intérêt public et d'actualité, notamment sur des sujets politiques ou économiques. En la matière, des OSC comme le FONAC et ALCRER sont les plus connues car elles organisent beaucoup de conférences de presse pour dénoncer les cas de mauvaise gouvernance économique (corruption, détournements et autres malversations économiques), de violations de la Constitution des droits de l'Homme.

4. Les différences entre OSC de la métropole économique et les OSC de province

D'une manière générale, la plupart des OSC (13 OSC sur 25) sont établies à Cotonou, la métropole économique. En outre, les OSC les plus importantes, en termes de couverture géographique, d'effectif du personnel et de ressources financières (Centre Africa Obota, ALCRER, Social Watch, Wanep, PFID...), ont leur siège, non pas à Porto-Novo officiellement la capitale politique et administrative, mais à Cotonou. Cela s'explique par le fait que Cotonou abrite la plupart des institutions de la République, les ministères, les ambassades et représentations diplomatiques, les entreprises publiques et privées, etc.

Les différences entre les OSC de la métropole économique et celles établies en province sont donc les suivantes :

- a) les OSC établies à Cotonou disposent de plus d'opportunités en termes de recherche de financements, de contact avec les PTF, de déplacements, de réalisation de diverses formalités administratives ;
- b) les OSC établies à Cotonou disposent de plus d'atouts en communication : les contacts avec les médias (écrits, audiovisuels et électroniques), les agences de communications, les sociétés de téléphonie (fixe et mobile), les webmasters, etc. y sont nettement plus faciles qu'en zones rurales où les services Internet, par exemple, sont presque inaccessibles ;
- c) les OSC qui ont leur siège en province bénéficient d'une certaine proximité physique et socio-culturelle avec les populations rurales et les radios locales (associatives et communautaires) ; c'est un atout important, mais on ne pourrait pas pour autant en déduire qu'elles communiquent plus avec ces médias car elles ont peu de ressources financières et sont parfois obligées de faire de la sous-traitance avec les OSC établies à Cotonou quand ces dernières ne se passent pas de leurs services pour s'adresser directement aux médias communautaires.

5. Les différences entre OSC en général et OSC œuvrant dans le domaine des droits des femmes.

Seize (16) OSC sur les 25 questionnées œuvrent dans le domaine des droits des femmes. Les neuf OSC restantes œuvrent dans les domaines de :

- a) la culture (Mayton Promo, Les Editions Plurielles) ;
- b) la gouvernance et les droits de l'homme en général : FONAC, ALCRER, Fondation Alternative Citoyenne ;
- c) la défense des droits de l'enfant : APEM, Afrique Décide ;
- d) l'éducation (religieuse) : Club Jésus pour Réussir (de la Fondation Global Service Plus) ;
- e) la défense des droits des consommateurs : AUR-GSM.

Cinq (05) de ces neuf (09) OSC sont établies à Cotonou. Elles ont toutes accès à une connexion Internet et disposent d'une stratégie de communication qui intègre les TIC. Certaines, comme le FONAC et ALCRER, ont pignon sur rue.

D'une manière générale, à l'exception de la thématique ou du domaine d'activité que constitue la défense des droits féminins, il y a peu de différences (du point de vue de la taille, du nombre d'activités, du budget) entre OSC en général et celles œuvrant spécifiquement dans le domaine des droits des femmes.

LES OSC ET LES SITES INTERNET

1. Les OSC qui possèdent des sites internet

Tableau n° 6 : Les OSC ayant un site internet

N°	OSC	ADRESSE DU SITE	ADRESSE DU BLOG	OBSERVATIONS
1.	ALCRER	www.alcrer.org		
2.	Les Editions Plurielles	www.benincultures.com		Autre site : http://editions-plurielles.com/ L'OSC ne nous recommande pas ce site.
3.	Centre Afrika Obota	http://www.afrikaobota.org	http://afrikaobota.oyer-blog.org/	
4.	D.H.P.D.	www.dhpd-ong.org		
5.	RIFONGA Bénin	www.rifongabenin.bj		Non accessible
6.	WANEP-Bénin	www.wanepbenin.org		
7.	PFID	www.pfid-benin.org		
8.	Mayton Promo	www.espacemayton.com	http://starsdubenin.blogspot.com	Blog sur l'une des activités de l'OSC
9.	Fondation Alternative Citoyenne	http://alternativecitoyenne.org		
10.	Social Watch Bénin	http://www.socialwatch-benin.org		
11.	Afrique Décide	www.afriquedecide.org		
12.	APEM	www.ong_apem.org		Non accessible
13.	Club Jésus pour Réussir	www.jesuspourreussir.org		
14.	AUR-GSM	http://www.mobilou.info		

Le tableau ci-dessus montre que 14 OSC, soit 56% de l'échantillon, ont un site internet. Toutefois, deux OSC (Rifonga-Bénin et APEM) ont des sites non accessibles (ou non fonctionnels), ce qui réduit l'effectif à 12 OSC disposant de sites fonctionnels, soit 48%.

2. Les OSC qui ne possèdent pas de site internet

Treize (13) OSC n'ont pas de site internet (y compris les 2 dont les sites internet ne sont pas fonctionnels). Une (01) OSC (SNA) affirme avoir un site internet, mais n'en donne pas l'adresse. 10 (dix) OSC ont répondu à la question relative à l'absence d'un site internet pour leur organisation. Les raisons évoquées sont consignées dans le tableau ci-dessous :

Tableau n°7 : Les raisons de l'absence d'un site internet

RAISONS	NOMBRE	FREQUENCE (%)
Manque de formation	5	28
Personne n'est assigné à cette tâche	4	22
Connexion internet faible	4	22
Manque de matériel	3	17
Manque de temps	2	11
Réticences culturelles de l'organisation	0	0
Outils peu adaptés aux objectifs de la structure	0	0
Manque d'intérêt	0	0
Exposition trop importante de la structure (information sensible)	0	0
Total	18	100

Le manque de formation pour la construction et l'animation d'un site internet est la raison la plus fréquemment évoquée par les OSC ; viennent ensuite, en deuxième rang, l'absence d'une personne qui serait chargée de cette tâche et la faiblesse de la connexion internet ; enfin, le manque de matériel et le manque de temps occupent respectivement les 4^{ème} et 5^{ème} rangs.

Quelques OSC (CERADID, GAPE, FONAC, APRODEF-LMT...) ont évoqué une autre raison, à savoir le manque de moyens matériels et financiers des OSC pour créer et animer un site internet.

3. Les spécificités des sites internet

a. Les spécificités techniques

Les spécificités techniques renvoient au logiciel de fabrication du site internet, à son aspect visuel (ou son design), son caractère amateur ou professionnel, à la rapidité et à la fluidité de la navigation ainsi qu'à sa fonctionnalité. Le tableau ci-dessous en rend compte.

SITES INTERNET	CARACTERISTIQUES TECHNIQUES				
	Logiciel de fabrication du site	L'aspect visuel du site	Site amateur / professionnel	Navigation rapide et fluide	Fonctionnalité et stabilité
www.alcrer.org	Sans précision	Terne. Couleurs dominantes : vert clair, blanc (beaucoup de blanc), noir.	Professionnel	Rapide et fluide	OUI
www.benincultures.com	Wordpress	Attractif. Couleurs vives et variées. Fond blanc ; couleurs dominantes : orange, bleu, gris...	Professionnel	Rapide et fluide	Oui
http://www.afrikaobota.org	Spip	Assez austère. Les couleurs dominantes : bleue, marron (ou rouge foncé) ; texte en blanc noir.	Professionnel	Rapide et fluide	Oui
www.dhpd-ong.org	Spip	Un peu terne. Couleurs dominantes de la page d'accueil : jaune clair, texte en blanc noir. Pages internes : vert, blanc. Le site a une apparence de site amateur à cause de la mise en page, du rubriquage. Mais les pages d'intérieur sont plus soft que la page d'accueil, très amateur.	Professionnel	Rapide et fluide	Oui
www.wanepbenin.org	Joomla	Un peu terne. Couleurs : bleu, fond blanc. Texte en noir/blanc	Professionnel	Rapide et fluide	Oui
www.pfid-benin.org	Sans précision	Terne. Très peu attractif. Inachevé. Couleurs : vert, rouge ; fond blanc ; caractères en violet clair. Aucune	Professionnel, mais a l'air d'un site d'amateur	Rapide et fluide	Oui. Les textes sont mal rédigés.

		image. Beaucoup de trous (espaces non remplis ni par des images ni par des textes).			
www.espacemayton.com	Joomla	Un peu attractif. Couleurs : rose, noir ; caractère blanc noir sur fond blanc	Professionnel. Mais il a aussi l'air d'un site amateur à cause de la mise en page et la qualité des textes	Rapide et fluide.	Oui
http://alternativecitoyenne.org	Sans précision	Attractif. Couleurs vives et variées. Couleurs dominantes : rouge.	Professionnel	Rapide et fluide.	Oui. Mais le renvoi vers certaines pages laisse à désirer : ces pages ne sont pas encore meublées. C'est le cas de la page « l'alternative », par exemple.
http://www.socialwatch-benin.org	Sans précision	Un peu terne. Identité du site visible à travers le slogan. Mais beaucoup de blanc. A part les photos en fondu enchaîné, le reste de la page d'accueil donne à voir beaucoup de blanc. sur la page d'accueil.	Professionnel	Rapide et fluide	Oui
http://www.mobilou.info	Sans précision	Terne.	Professionnel	Pas de possibilité de navigation car le site se	Oui

				réduit à la page d'accueil.	
www.afriquedecide.org	SPIP	Attractif. Couleurs variées avec une légère prépondérance du jaune.	Professionnel	Rapide et fluide, mais certaines pages (« Découvrez nos actions », « Parrainer un enfant »...) encadrées de jaune sont difficiles à ouvrir	Oui
www.jesuspourreussir.org	Sans précision	Attractif. Couleur dominante : le bleu ; assez d'illustrations	Professionnel	Rapide et fluide.	Oui. Mais parfois le site est inaccessible

Tableau n° 9: Caractéristiques ergonomiques des sites

Au regard du tableau ci-dessus, les sites présentent les caractéristiques techniques suivantes :

- **par rapport aux logiciels de création :** trois sites ont été créés avec SPIP (<http://www.afrikaobota.org>, www.dhpd-ong.org, www.afriquedecide.org), deux autres l'ont été avec Joomla (www.wanepbenin.org, www.espacemayton.com), tandis qu'un seul l'a été avec Wordpress (<http://editions-plurielles.com>) ; les personnes interviewées ne connaissent pas les logiciels de construction des autres sites ;
- **par rapport à l'aspect visuel :** 3 sites sont ternes (www.alcrer.org, www.pfid-benin.org, <http://www.mobilou.info>) ; 2 sont un peu ternes (www.wanepbenin.org, www.dhpd-ong.org, <http://www.socialwatch-benin.org>) ; quatre sont attractifs (www.benincultures.com, <http://alternativecitoyenne.org>, www.afriquedecide.org, www.jesuspourreussir.org) et un site est un peu attractif (www.espacemayton.com) ;
- **par rapport au caractère professionnel ou amateur :** tous les sites internet sont professionnels même si certains, du fait de leur design, présentent un air de sites amateurs (www.espacemayton.com, www.pfid-benin.org, <http://www.mobilou.info>) ;
- **par rapport à la rapidité et à la fluidité de la navigation :** la navigation sur chacun des sites est rapide et fluide ; cependant certaines pages (« Découvrez nos actions », « Parrainer un enfant »...) encadrées de traits jaunes de www.afriquedecide.org sont difficiles à ouvrir ;
- **par rapport à la fonctionnalité et à la stabilité :** tous les sites sont stables et fonctionnels ; cependant, le renvoi vers certaines pages de <http://alternativecitoyenne.org> laisse à désirer ;

[ces pages ne sont en effet pas encore rédigées ; il en est de même de \[www.pfid-benin.org\]\(http://www.pfid-benin.org\) dont les textes sont mal rédigés.](#)

b. Les spécificités ergonomiques et autres

Nous nous sommes intéressés d'une part à la rapidité et à la fluidité de la navigation et, d'autre part, à la logique du rubriquage.

Tableau n° 9: Caractéristiques ergonomiques des sites

SITES INTERNET	ERGONOMIE DU SITE	
	Navigation rapide et fluide	Logique du rubriquage
www.alcrer.org	Rapide et fluide	Rubriques : « A propos », Projets, Intervention, Contact, Rapport d'activités. Pas de rubriques « recrutement ». Pas de slogan montrant que l'ONG travaille dans tel ou tel domaine. Identité peu visible du site. Le site ne reflète pas les domaines d'activités (sensibiliser les bénéficiaires, diffuser les produits d'autres OSC, recruter...) de l'ONG tels que mentionnés dans le questionnaire. <i>Rubriquage peu en adéquation avec les données du questionnaire.</i>
www.benincultures.com	Rapide et fluide	Rubriquage : Accueil, Actualités, Bibliothèque, Répertoires, Initiatives, Bénincultures TV. <i>Rubriquage en adéquation avec les données du questionnaire.</i>
http://www.afrikao-bota.org	Rapide et fluide	Rubriquage : En horizontale : Accueil, Activités, Contact, Emploi, Appel d'offres. En verticale : Appel d'offres, Documentation, Fonctionnement, Présentation. Certaines rubriques (Présentation) ont des sous-rubriques. <i>Rubriquage en adéquation avec les données du questionnaire.</i>
www.dhpd-ong.org	Rapide et fluide	Rubriquage : En horizontale : Activités, Echos de partenaires, Nous écrire, Webmail, Forum, Ressources sur les droits de l'Homme. En verticale : A propos de DHPD. <i>Rubriquage en adéquation avec les données du questionnaire.</i>
www.wanepbenin.org	Rapide et fluide	Rubriquage : En horizontale : accueil, à propos, administration, news (beWarn), programmes ; ces rubriques ont des sous-rubriques. <i>Rubriquage en adéquation avec les données du questionnaire.</i>
www.pfid-benin.org	Rapide et fluide	En horizontale : Accueil, Qui sommes-nous ? Groupes cibles, Nos activités, Nos partenaires ; en verticale :

benin.org		Société civile béninoise, Dialogue politique, Colloques, Séminaires, Commentaires. Contenu très superficiel des rubriques ; texte mal rédigé voire incomplet. <i>Rubriquage peu en adéquation avec les données du questionnaire.</i>
www.espacemayton.com	Rapide et fluide.	Rubriquage : Mayton Promo, Nos événements, Notre Equipe, Nous contacter, Derniers articles. <i>Rubriquage en adéquation avec les données du questionnaire.</i>
http://alternativeci-toyenne.org	Rapide et fluide.	Rubriquage : En horizontale : Accueil, Actualités, Combats actuels, L'alternative, Publications, Contact, Soutien. Aucune donnée sur la culture et l'éducation, par exemple. <i>Le rubriquage peu en adéquation avec les données du questionnaire.</i>
http://www.social-watch-benin.org	Rapide et fluide	<i>Rubriquage presque inexistant.</i> Difficile de chercher et de vite trouver des données sur l'organisation, ses activités. <i>Rubriquage peu en adéquation avec les données du questionnaire.</i>
www.afriquedecide.org	Rapide et fluide. Mais certaines pages (« Découvrez nos actions », « Parrainer un enfant »...) encadrées de traits jaunes sont difficiles à ouvrir	En verticale : « Présentation », « Projets réalisés », « Témoignages », « Contacts » En horizontale : « Découvrez nos actions », « Parrainez un enfant », « Effectuez une mission humanitaire », « Notre Newsletter », « Actualités », « Nos partenaires », « Nos amis dans le monde », « Presse-Publications ». <i>Rubriquage en adéquation avec les données du questionnaire.</i>
http://www.mobilu.info	Le site se réduit à la page d'accueil. Pas de rubriques ni de liens.	Aucune rubrique. Site inachevé ou abandonné.
www.jesuspourreu-ssir.org	Rapide et fluide.	Rubriquage pas très net et présenté en anglais. Confusion dans l'identité du site : est-ce le site du Club Jésus pour Réussir ou de Global ? Les pages internes sont parfois un peu ternes et un contenu des fois superficiel avec trop de texte. <i>Rubriquage peu en adéquation avec les données du questionnaire</i>

Ainsi, à l'exception du site de l'AUR-GSM (<http://www.mobilou.info>), la navigation sur les autres sites est fluide et rapide⁸ même si certaines pages de www.afriquedecide.org mettent du temps à s'ouvrir. Il y a une cohérence entre les données des questionnaires et les contenus de certains sites tels que www.benincultures.com, www.afrikabota.org, www.dhpd-ong.org, www.wanepbenin.org, www.espacemayton.com, www.afriquedecide.org; ce qui n'est pas le cas des sites <http://www.mobilou.info>, www.alcrer.org, www.pfid-benin.org, www.alternativecitoyenne.org, www.jesuspourreussir.org, <http://www.socialwatch-benin.org>.

4. Les gestionnaires et la mise à jour des sites internet

Nous entendons simplement par « gestionnaires de sites » ceux qui s'en occupent, se chargent de l'actualisation des données. Le tableau ci-dessous nous montre qu'il s'agit soit de technicien ou webmaster (www.alcrer.org, www.afrikaobota.org, www.afriquedecide.org, www.clubjesuspourreussir.org), soit de journaliste ou de chargés à la communication (www.benincultures.com, www.wanepbenin.org, www.espacemayton.com, www.socialwatch-benin.org), soit de bénévole (www.dhpd-ong.org) ou de consultant externe (www.pfid-benin.org).

Tableau n° 10 : Gestionnaires des sites internet et périodicité de mise à jour

SITES INTERNET	GESTIONNAIRES	PERIODICITE DE MISE A JOUR
www.alcrer.org	Technicien	Hebdomadaire
www.benincultures.com	Rédacteur en chef	Au moins deux fois par semaine
http://www.afrikaobota.org	Webmaster (interne)	Variable
www.dhpd-ong.org	Un bénévole	Une fois par mois
www.wanepbenin.org	Assistant à la communication (avec l'appui des autres membres de la coordination)	Variable
www.pfid-benin.org	Consultant (externe)	Néant
www.espacemayton.com	Chargé à la communication	Néant
http://alternativescitoyenne.org	Technicien externe	Néant
http://www.socialwatch-benin.org	Chargée à la communication	Variable
www.afriquedecide.org	Un informaticien	Une fois par mois
http://www.mobilou.info	Chargé de communication	Une fois par mois
www.jesuspourreussir.org	Un informaticien	Une fois par an

⁸ La rapidité et la fluidité de la navigation dépendent aussi de l'état de la connexion internet dans le pays.

Au sein des douze (12) OSC, quatre types de personnes s'occupent de l'animation de ces derniers :

- les techniciens (webmaster, informaticiens...) : ils sont les plus nombreux ; c'est le cas de ceux qui animent www.alcrer.org, <http://www.afrikaobota.org>, www.pfid-benin.org, <http://alternativedecitoyenne.org>, www.afriquedecide.org, www.jesuspourreussir.org ; ils sont soit des employés ou membres de l'OSC soit des consultants externes ;
- des chargés à la communication : ils animent les sites www.wanepbenin.org, www.espacemayton.com, www.socialwatch-benin.org ; <http://www.mobilou.info> .
- des journalistes : c'est le rédacteur en chef de Bénin Cultures qui anime le site de l'OSC ;
- les bénévoles : le site www.dhpd-ong.org est animé par un bénévole.

D'une manière générale, la périodicité de mise à jour est variable. Mais elle peut aussi être presque quotidienne (www.benincultures.com), hebdomadaire (www.alcrer.org), mensuelle (www.dhpd-ong.org, www.afriquedecide.org, <http://www.mobilou.info>) voire annuelle (www.jesuspourreussir.org).

Dans les faits, cependant, il apparaît que la mise à jour des sites internet n'est guère fréquente pour la plupart des OSC. En revanche, nous avons noté que, contrairement aux données recueillies par le questionnaire, la mise à jour du site du Club Jésus pour Réussir est plutôt régulière.

5. Le contenu des sites internet

En général, le contenu des sites est très *institutionnel*. Aussi, à quelques variantes près, le rubriquage est-il le même : présentation de l'OSC (mission, organigramme ou fonctionnement, domaine d'activités), des activités, des partenaires, de l'actualité, etc.

Quelques sites internet, notamment ceux opérant dans le domaine culturel (www.benincultures.org, www.espacemayton.com) et éducatif (www.clubjesuspourreussir.org) ont un contenu plus humain et plus vivant.

Les sites internet dont le rubriquage n'est pas en adéquation avec les données des questionnaires (voir Tableau n°9) ont aussi un contenu peu cohérent avec les informations recueillies sur le terrain.

Tableau n°11 : Contenu scripto-audiovisuel des sites et liens avec les médias sociaux

SITES INTERNET	CONTENU	LIENS AVEC LES MEDIAS SOCIAUX
www.alcrer.org	Pas d'images, pas de sons. Trop de textes.	Non
www.benincultures.com	Beaucoup d'illustrations (notamment des photos aux couleurs vives, bien choisies). Pas de sons ni de vidéos. Effort louable de rédaction des textes.	Oui (Facebook, twitter)
http://www.afrikaobota.org	La bande annonce en vidéo de l'émission « Sens interdit » s'active dès qu'on entre sur le site. Assez de photos, pas toujours bien choisies. Beaucoup de textes.	Non (pas de lien vers les médias sociaux sur le site internet, mais l'OSC a des comptes facebook et tweeter)
www.dhpd-ong.org	Pas de sons ni de vidéos. Quelques photos.	Non (pas de lien vers les médias sociaux sur le site internet, mais l'OSC a un compte facebook)
www.wanepbenin.org	Pas de sons ni de vidéos. Quelques photos.	Oui (facebook)
www.pfid-benin.org	Pas de sons ni de vidéos ni d'images.	Non ((pas de lien vers les médias sociaux sur le site internet, mais l'OSC a un compte facebook)
www.espacemayton.com	Pas de sons ni de vidéos. Quelques photos. Quelques articles.	Oui (facebook)
http://alternatvecitoyenne.org	Pas de sons ni de vidéos. Le contenu est constitué pour l'essentiel des reprises d'articles de presse et des contributions des responsables de la structure.	Oui (facebook)
http://www.socialwatch-benin.org	Pas de sons ni de vidéos. Des infos sur les activités en cours à l'OSC, les rencontres et les visites, les appels à candidatures, etc.	Oui (facebook, twitter, google+)
www.afriquedecide.org	Belles illustrations. Pas de sons ni de vidéos.	Non
http://www.mobilou.info	Rien que du texte étalé sur une page	Non
www.jesuspoureussir.org	Beaucoup de sons, mais aussi des images. Présence de vidéos.	Oui (facebook)

A l'exception de www.jesuspourreussir.org et de <http://www.afrikaobota.org>, les autres sites n'ont pas de données sonores et de vidéos ou, quand elles existent, il est bien difficile de les activer (c'est le cas de www.socialwatch-benin.org).

Toutes les 12 OSC ont une page facebook tandis que seulement 3 (25%) ont un compte twitter. De même 3 OSC sur les 12, soit 25%, ont les deux comptes, facebook et twitter.

6. Les usages des sites internet et les liens avec la communication interne et externe

Tableau n°12 : Les usages des sites internet par les OSC

USAGES	NOMBRE	FREQUENCE (%)
Organiser un événement	10	6
Organiser une conférence de presse	7	4
Promouvoir l'organisation	9	5
Sensibiliser des bénéficiaires	8	5
Diffuser de l'information d'autres organisations	8	5
Diffuser des ressources (publications, vidéos...) produites par l'organisation	8	5
Diffuser des ressources produites par d'autres organisations	7	4
Sensibiliser les décideurs	8	5
Lancer des alertes	9	5
Diffuser des opinions	8	5
Recruter des employés	6	3
Recruter des membres (inscrits à la newsletter, inscrits au site, inscrits à des listes de discussions)	5	3
Capitaliser ses actions	8	5
Travailler en réseau avec d'autres organisations	7	4
Participer à des événements internationaux	7	4
Publier des études, rapports	10	6
Produire des vidéos	10	6
Publier une lettre d'information	8	5
Démarcher des bailleurs	8	5
Fédérer une communauté	9	5

Mobiliser une communauté	8	5
Affirmer une expertise thématique ou géographique	6	3
Autres (lesquels ?)	0	0
TOTAL	174	100

Prioritairement, les sites internet sont utilisés pour « organiser un événement », « publier des études et rapports » puis « produire des vidéos » (6% pour chacune de ces activités). Ils servent aussi à « promouvoir l'OSC », « lancer des alertes » et « fédérer une communauté » (5%). Ils sont peu utilisés pour recruter des membres ou des employés, affirmer une expertise thématique ou géographique.

On se rend ainsi compte des liens étroits qui existent entre les sites internet et la communication interne et externe des OSC. **Les sites sont surtout mis au service de la communication externe, celle qui s'établit entre les OSC et les divers types de public ciblés.** Dans le cas de certaines organisations, comme BéninCultures, le site est plus qu'un outil de communication ou d'exposition des productions de l'organisation : il devient carrément un espace de travail virtuel animé de façon très régulière.

Toutefois, en dépit des données recueillies auprès des OSC, il apparaît clairement que pour la plupart des organisations de la société civile, les sites internet ne sont pas utilisés à des fins de production et de diffusion de contenus audiovisuels, précisément vidéos.

7. Les freins à la présence des OSC en ligne

De l'observation des sites internet, il ressort que, à l'exception de certaines OSC comme BéninCultures et Social Watch, la plupart des organisations sont confrontées au problème récurrent d'actualisation des données et d'animation plus ou moins régulière de ces espaces virtuels. A l'évidence, le cumul, assez courant, des fonctions de chargé(e) à la communication et d'autres responsabilités au sein des OSC est l'un des facteurs explicatifs de cette situation. Les OSC n'arrivent pas à responsabiliser un agent, qui aura spécifiquement pour tâche d'animer leur site internet. Au titre des raisons qui expliquent cela, figurent en bonne position les ressources financières limitées des organisations et la conscience toujours faible de l'importance d'un tel outil de communication dans le développement de leurs activités.

8. L'évaluation des sites internet

L'évaluation des OSC a été faite sur la base des sept (7) critères retenus : référencement, ergonomie, esthétique, mise à jour, lisibilité, contenu, fréquentation. A l'exception du référencement, nous avons déjà donné une idée du contenu de chacun des autres critères dans les pages précédentes.

L'analyse du référencement des OSC s'est faite par la recherche par nom de l'organisation, par thèmes de travail et d'aire géographique sur le moteur de recherche Google. Les deux modalités de recherche (thèmes de travail et d'aire géographique) révèlent le très faible niveau de référencement des OSC béninoises. Seule la recherche par nom de l'OSC, combinée des fois avec

l'aire géographique, a donné des résultats plus intéressants.

Ainsi, nous pouvons distinguer :

- des OSC « très bien » référencées, qui apparaissent en première position sur la première page des résultats affichés par Google Recherche : www.espacemayton.com, www.clubjesuspourreussir.org ;
- des OSC « bien » référencées, www.afriquedecide.org, www.socialwatch-benin.org, www.alternativecitoyenne.com, www.wanepbenin.org, www.dhpd-ong.org, www.benincultures.com, www.alcrer.org : elles apparaissent sur la première page de Google Recherche, mais après 1 à 4 autres adresses internet et après qu'on a saisi presque entièrement le nom du pays et leur nom ;
- deux OSC « assez bien » référencées, <http://www.mobilou.info> et www.afrikaobota.org, qui ne s'affichent sur la page d'accueil de Google Recherche qu'après plusieurs résultats (entre 5^{ème} ou en 8^{ème} position) ;
- une OSC « très moyennement » référencée, www.pfid-benin.org, qui n'apparaît sur aucune des 5 premières pages de Google Recherche.

Les résultats de l'évaluation sont consignés dans le tableau ci-dessous.

Tableau n°13 : Appréciations des sites internet

SITES INTERNET	CARACTERISTIQUES						
	Référencement	Ergonomie du site	Esthétique du site	Mise à jour du site	Lisibilité du contenu	Contenu	Fréquentation
www.alcrer.org	Bien	Moyen	Moyen	Moyen	Moyen	Moyen	---
www.benincultures.com	Bien	Bien	Bien	Assez bien	Bien	Bien	Bien (Environ 1000 personnes /semaine.)
http://www.afrikaobota.org	Assez bien	Bien	Assez bien	Assez bien	Assez bien	Assez bien	---
www.dhpd-ong.org	Bien	Bien	Moyen	Moyen	Assez bien	Assez bien	---
www.wanepbenin.org	Bien	Bien	Assez bien	Assez bien	Assez bien	Assez bien	---

www.pfid-benin.org	Très moyen	Moyen	Très moyen	Très moyen	Assez bien	Très moyen	---
www.espacemayton.com	Très bien	Assez bien	Moyen	Moyen	Bien	Assez bien	---
http://alternativecitoyenne.org	Bien	Très moyen	Bien	Moyen	Bien	Moyen	---
http://www.socialwatch-benin.org	Bien	Moyen	Assez bien	Bien	Assez bien	Bien	---
www.afriquedecide.org	Bien	Bien	Bien	Bien	Bien	Bien	---
http://www.mobilou.info	Très moyen						
www.jesuspourreussir.org	Très bien	Assez bien	Assez bien	Bien	Assez bien	Bien	---

Si nous considérons que chaque critère apprécié comme « Très Bien » vaut cinq (5) points et que la mention « RAS » (Rien à signaler) correspond à zéro (0), alors les 7 critères équivalraient à un total de 35 points⁹. Nous aurons le classement ci-dessous :

Tableau n° 14 : Classement des sites internet

SITES INTERNET	TOTAL DES POINTS OBTENU / 35	CLASSEMENT
www.benincultures.com	27	1 ^{er}
www.afriquedecide.org	24	2 ^{ème}
www.jesuspourreussir.org	22	3 ^{ème}
www.wanepbenin.org	20	4 ^{ème}
http://www.socialwatch-benin.org	20	4 ^{ème} ex aequo
http://www.afrikaobota.org	19	6 ^{ème}
www.espacemayton.com	19	6 ^{ème} ex aequo
www.dhpd-ong.org	18	8 ^{ème}
http://alternativecitoyenne.org	17	9 ^{ème}
www.alcrer.org	14	10 ^{ème}

⁹ Le barème proposé est le suivant : Très bien = 5 points ; Bien = 4 points ; Assez bien = 3 points ; Moyen = 2 points ; Très moyen à nul = 1 ; --- (Pas de précision) = 0.

www.pfid-benin.org	9	11 ^{ème}
http://www.mobilou.info	6	12 ^{ème}

Ainsi, le site www.benincultures.com vient en tête tandis que celui de l'AUR-GSM (<http://www.mobilou.info>) arrive en dernière position. Aucun des sites des OSC spécifiquement consacrés à la promotion de la femme ou de la bonne gouvernance ne figure dans le peloton de tête.

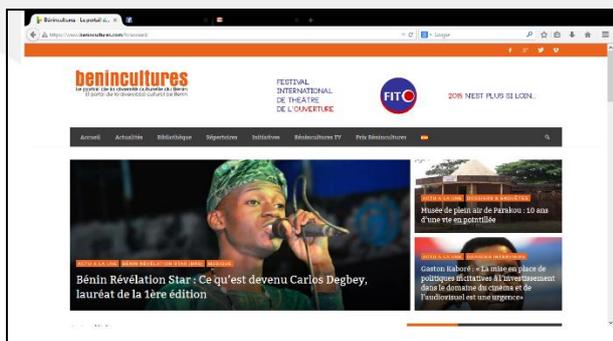
QUELQUES CAPTURES D'ECRANS



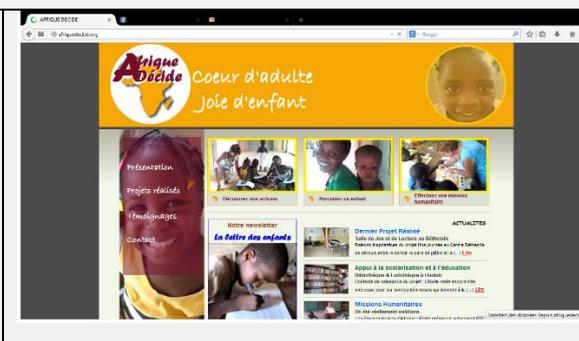
Page d'accueil de www.afrikaobota.org



Page d'accueil de www.socialwatch-benin.org



Page d'accueil de <https://www.benincultures.com>



Page d'accueil de <http://afriquedecide.org/>

LES OSC ET LES MEDIAS SOCIAUX

1. Les OSC qui utilisent les médias sociaux

Quatorze (14) OSC, soit 56% de l'échantillon, ont au moins une adresse d'un média social. Les onze (11) organisations restantes (44%) n'en ont aucune : la plupart sont établies en dehors de Cotonou (APVAREL, CJ2D, IRETI, CERADID, APRODEF-LMT ONG, Sud Nord Actions, GAPE, Espace et Vie), mais certaines ont leur siège dans la métropole économique (L'œil d'aujourd'hui, FONAC, WILDAF).

Facebook reste le média social le plus connu des OSC : toutes les 14 OSC affirment avoir une page facebook contre seulement trois (03) qui sont présentes sur Tweeter (Les Editions Plurielles, Social Watch Bénin, Afrika Obota), deux (02) sur viadeo (Afrika Obota et Social Watch Bénin) et une (01) sur Youtube (Social Watch Bénin). Social Watch est, ainsi, l'OSC la plus présente sur les médias sociaux, si on prend comme critère le nombre de médias sociaux qu'utilisent les organisations. Le tableau ci-dessous rend compte de ces résultats :

Tableau n°15 : Les OSC utilisatrices de médias sociaux

N°	OSC	TYPE DE MEDIA SOCIAL	ADRESSE DU MEDIA SOCIAL
1.	ALCRER	facebook	ONG-Alcrer
		Twitter	www.twitter.com /ong alcrer
2.	Les Editions Plurielles	facebook	benincultures
		twitter	benin_cultures
3.	Centre Afrika Obota	facebook	centreafrikaobotabenin
		viadeo	Centre+Afrika+OBOTA+Bénin
4.	D.H.P.D.	Facebook	dhpdong
5.	RIFONGA Bénin	Facebook	rifongabenin
6.	WANEP-Bénin	Facebook	wanep-benin
7.	PFID	Facebook	pfid.benin
8.	Mayton Promo	Facebook	beninreveletionstars
9.	Fondation Alternative Citoyenne	facebook	Alternative-citoyenne
10.	Social Watch Bénin	facebook	Socialwatchbenin
		-youtube	www.youtube.com/watch?v=vCOc1BNogdE
		-viadeo	Social+Watch+Benin
		Twitter	https://twitter.com/swbenin
11.	Afrique Décide	Facebook	afriquedecide

12.	APEM	facebook	-----
13.	Club Jésus pour Réussir	Facebook	clubjesuspourreussir
14.	AUG-GSM Bénin	facebook	aurgsmbenin
15.	Espace et Vie	-----	-----
16.	APVAREL	-----	-----
17.	WILDAF-Bénin	-----	-----
18.	CJ2D	-----	-----
19.	L'œil d'aujourd'hui	-----	-----
20.	IRETI	-----	-----
21.	CERADID	-----	-----
22.	GAPE	-----	-----
23.	APRODEF-LMT ONG	-----	-----
24.	FONAC	-----	-----
25.	Sud Nord Actions (SNA)	-----	-----

2. Les gestionnaires des médias sociaux au sein des OSC

Nous pouvons distinguer cinq types de personnes qui s'occupent des médias sociaux dans les OSC :

- les chargés de la communication : ils sont les plus nombreux ;
- les directeurs : les responsables d'OSC consacrent aussi une partie de leur temps aux médias sociaux ;
- les secrétaires ;
- les chargés de projets ;
- les bénévoles ;
- le comptable : ce cas exceptionnel se note au niveau de RIFONGA.

Tableau n°16 : Les personnes qui s'occupent des médias sociaux

N°	OSC	GESTIONNAIRE
1.	ALCRER	Chargé de la communication
2.	Les Editions Plurielles	La direction
3.	Centre Afrika Obota	Chargé de projet
4.	D.H.P.D.	La Direction/Le secrétaire/Un bénévole/Le Chargé de la communication
5.	RIFONGA Bénin	Le comptable/La secrétaire
6.	WANEP-Bénin	Chargé de la communication
7.	PFID	Une secrétaire
8.	Mayton Promo	Le chargé de la communication
9.	Fondation Alternative Citoyenne	Un bénévole/Le chargé de la communication
10.	Social Watch Bénin	Chargé de projet/Chargée de la communication
11.	Afrique Décide	La direction
12.	APEM	La direction
13.	Club Jésus pour Réussir	Néant ¹⁰
14.	AUG-GSM Bénin	La direction/Le chargé de la communication

L'analyse sommaire de ce tableau amène à faire deux constats :

- aucune OSC ne sollicite un consultant externe pour animer son média social : la manipulation de ce dernier semble à l'évidence plus facile que la gestion d'un site internet ;
- on constate qu'au sein de certaines OSC (D.H.P.D., RIFONGA, Fondation Alternative Citoyenne, Social Watch Bénin, AUG-GSM Bénin), plusieurs personnes s'occupent des médias sociaux ; cela pourrait s'expliquer par l'engouement pour ce type de média au sein des OSC et la possibilité pour l'un quelconque des membres ou agents de remplacer celui qui est officiellement désigné pour l'animer mais qui, pour diverses raisons, n'a pas le temps pour le faire.

¹⁰ Nous n'avons pas obtenu de précisions. Mais tout porte à croire que c'est le responsable de l'OSC qui s'en occupe.

3. Les usages des médias sociaux

Le tableau ci-dessous rend compte des différents types d'usages des médias sociaux par les OSC.

Tableau n° 17: Usages des médias sociaux

USAGES	NOMBRE	FREQUENCE (%)
Organiser un événement	14	6
Organiser une conférence de presse	10	5
Promouvoir l'organisation	12	5
Sensibiliser des bénéficiaires	11	5
Diffuser de l'information d'autres organisations	11	5
Diffuser des ressources (publications, vidéos...) produites par l'organisation	12	5
Diffuser des ressources produites par d'autres organisations	9	4
Sensibiliser les décideurs	10	5
Lancer des alertes	9	4
Diffuser des opinions	13	6
Recruter des employés	8	4
Recruter des membres (inscrits à la newsletter, inscrits au site, inscrits à des listes de discussions)	6	3
Capitaliser ses actions	9	4
Travailler en réseau avec d'autres organisations	10	5
Participer à des événements internationaux	9	4
Publier des études, rapports	9	4
Produire des vidéos	10	5
Publier une lettre d'information	9	4
Démarcher des bailleurs	11	5
Fédérer une communauté	10	5
Mobiliser une communauté	11	5
Affirmer une expertise thématique ou géographique	7	3
Autres (réalisation et publication de la revue de presse)	1	0
TOTAL	221	100

Ainsi, par ordre d'importance, les OSC utilisent les médias sociaux pour :

- organiser un événement et diffuser une opinion : citée 14 fois par les OSC, l'organisation d'un événement est le premier usage des médias sociaux ; elle est secondée par la « diffusion d'une opinion », laquelle est citée 13 fois ; en pourcentage, les deux usages représentent chacun 6% des 23 usages identifiés ;
- organiser une conférence de presse, promouvoir l'organisation, sensibiliser les bénéficiaires, diffuser de l'information d'autres organisations, diffuser des ressources produites par l'OSC, sensibiliser les décideurs, travailler en réseau avec d'autres organisations, produire des vidéos, démarcher des bailleurs, fédérer et mobiliser une communauté : ces usages viennent en troisième position ; ils sont cités entre 10-12 fois avec une fréquence de 5% ;
- diffuser des ressources produites par d'autres organisations, lancer des alertes, recruter des employés, capitaliser ses actions, participer à des événements internationaux, publier des études et radios, publier une lettre d'information : classés en quatrième position, ces usages sont cités entre 8 et 9 fois ;
- recruter des membres, affirmer une expertise thématique ou géographique : ces usages viennent en dernière position ; ils sont cités dans une fréquence n'excédant pas 3%.

4. Les freins au développement des médias sociaux

Des réponses au questionnaire, il ressort les données suivantes, consignées dans le tableau ci-dessous :

Tableau n°18 : Les freins au développement des médias sociaux

Obstacles	Nombre	Fréquence
Connexion internet trop faible	19	43
Connexion internet souvent inexistante	10	23
Manque de formation	5	11
Manque de temps	3	7
Coupures d'électricité	3	7
Personne à assigner à cette tâche	2	5
Exposition trop importante de la structure (information sensible)	1	2
Manque d'intérêt	-----	
Réticences culturelles de la structure	-----	
Outil peu adapté aux objectifs de la structure	-----	
Autres	1	2
Total	44	100

Le principal frein au développement des médias sociaux au Bénin, selon les OSC enquêtées, réside dans les difficultés de connexion à l'internet : soit le débit est trop faible soit la connexion est carrément inexistante. A ces principales causes s'ajoutent le manque de formation à l'utilisation des médias sociaux, le manque de temps, les coupures d'électricité, l'absence d'une personne chargée spécifiquement de l'animation du média social et la crainte de voir la structure s'exposer trop au public. Dans la catégorie « autres » se trouve le déficit de communication des informations de l'OSC à la personne chargée d'animer son média social.

5. Evaluation des médias sociaux

Nous avons systématiquement visité les médias sociaux des OSC. Il ressort plusieurs observations dont les suivantes :

- *fonctionnalité* : toutes les adresses des médias sociaux sont fonctionnelles ; la page facebook de la Fondation Alternative Citoyenne apparaît beaucoup plus comme la page du parti politique Alternative Citoyenne¹¹ ; cette OSC ne dispose pas encore d'une page facebook spécifique ;
- *référencement* : lorsque, en plus ou sans la mention « Bénin », on entre les adresses des médias sociaux de certaines OSC, elles s'affichent soit en 1^{ère} position (adresse facebook de AUR-GSM, de Wanep-Bénin et du Centre Afrika Obota, adresse twitter et youtube de Social Watch Bénin), soit après un, deux ou trois autres résultats (clubjesuspourreussir, afriquedecide, benincultures, socialwatchbenin, Dhpd-Ong, www.twitter.com/ongalcrer) sur la première page de Google Recherches ; mais d'autres (ONG-Alcrer, beninrevelationstars) n'apparaissent pas sur la première page ou n'apparaissent qu'après plusieurs autres résultats ;
- *ergonomie, esthétique, lisibilité du contenu et mise à jour* : ces caractéristiques des médias sociaux laissent souvent à désirer du fait des couleurs utilisées, de la configuration générale, du rubriquage et de la rareté des mises à jour ; il existe cependant quelques exceptions, comme le montrent les pages de Benincultures, Centre Afrika Obota, Social Watch et AUR-GSM : on sent, à ce niveau, un effort constant pour rendre l'ergonomie des pages attrayantes et les actualiser ;
- *contenu des pages* : il se résume souvent à la présentation de l'OSC et de ses activités ; généralement, il est peu informatif ; le rubriquage n'existe presque pas ; sur les pages facebook d'Alcrer, par exemple, il n'y a que quelques lignes de présentation de l'OSC, quelques photos (notamment celles du président, en atelier ou reçu en audience par une autorité publique) et de rares commentaires d'amis sur son compte twitter ; en revanche, sur les pages facebook et tweet de Bénin Cultures et du Centre Afrika Obota, le contenu est assez riche, comme en témoignent les articles sur des sujets culturels et les photos mises en ligne ; on peut en dire presque autant des pages facebook de Social Watch, Club Jésus pour Réussir et AUR-GSM ;
- *formes de contenus* : elles sont de deux types : les contenus « scripto-photographiques », qui sont les plus fréquents, puis les contenus « vidéo » comme on en voit sur les pages (facebook, tweeter et/ou youtube) du Club Jésus pour Réussir (vidéo des séances d'animation et de culte), Social Watch (documentaire sur la pauvreté), Bénin Cultures (musique et danses des masques

¹¹ C'est pour cela que nous en parlerons peu.

Guèlèdè, Egungun...) et du Centre Afrika Obota (extraits de téléfilms de l'émission à succès "Sens interdit" diffusée sur la chaîne privée Canal 3) ; la page tweet de Bénin Cultures reprend les articles du site internet de l'OSC ; il en est de même de sw-benin qui reprend des contenus du site internet de Social Watch Bénin ;

- *fréquentation des pages* : elle est très variable ; elle dépend de l'OSC et des types de médias sociaux ; elle varie de moins de neuf (09) visiteurs (page tweet de Social Watch Bénin, page facebook de PFID) à plus de 5000 (facebook de Benincultures) en passant par 50 (afriquedecide), 59 (Dhpd-Ong), 84 (facebook de AUR-GSM), 92 (facebook de DHPD-ONG), 299 (Centre Afrika Obota), 492 (wanep-benin), 590 (clubjesuspourreussir), 980 (page tweet du Centre Afrika Obota) et 1292¹² (pages facebook de Social Watch Bénin) ; certaines vidéos sur les masques, disponibles sur la page facebook de Benin Cultures, sont vues plus de 50 000 fois ;

Le tableau ci-dessous donne une idée des appréciations qu'on peut porter sur le fonctionnement des médias sociaux des OSC.

¹² Nous constatons que les chiffres donnés par les OSC lors de l'administration du questionnaire sont différents des données statistiques présentes sur les médias sociaux. Par exemple, sur la page facebook ONG-Alcrer, on a fait mention de 476 amis contre 150 sur le questionnaire rempli ; de même, le questionnaire rempli de Benin Cultures évoque le chiffre de 5000 amis alors que, sur la page facebook de cette OSC, nous n'avons lu que 37 amis ;

Tableau n°19 : **Appréciations des médias sociaux des OSC**

MEDIAS SOCIAUX	CARACTERISTIQUES						
	Référence ment	Ergono- mie du site	Esthé- tique du site	Mise à jour	Lisibilité du contenu	Contenu	Fréquenta- tion
ONG-Alcrer	Très moyen	Très moyen	Moyen	Très moyen	Moyen	Très moyen	Bien
www.twitter. com /ong alcrer	Moyen	Moyen	Moyen	Très moyen	Moyen	Très moyen	Moyen
benincultures	Assez bien	Bien	Bien	Assez bien	Bien	Assez bien	Très Bien
benin_cultures	Assez bien	Bien	Bien	Assez bien	Bien	Assez bien	Assez bien
wanep-benin	Assez bien	Assez bien	Assez bien	Bien	Assez bien	Assez bien	Bien
beninreveletionstars	Moyen	Moyen	Moyen	Très moyen	Assez bien	Moyen	Très Moyen
Socialwatchbenin	Bien	Assez bien	Assez bien	Bien	Assez bien	Assez bien	Très bien
https://twitter.com/swbenin	Très bien	Moyen	Assez bien	Moyen	Assez bien	Moyen	Très moyen
bj.viadeo.com/fr/search/rcl/bj/Social+Watch+Benin	Bien	Moyen	Moyen	Moyen	Moyen	Très moyen	Très moyen
www.youtube.com/watch?v=vCOc1BNogdE	Bien	Abien	Abien	Moyen	Abien	Abien	Non précisé
afriquedecide	Bien.	Moyen	Moyen	Moyen	Moyen	Moyen	Très moyen
clubjesuspourreussir	Bien	Moyen	Abien	Abien	Abien	Abien	Bien
aurgsmbenin	Très bien	Assez bien	Assez bien	Assez bien	Bien	Assez bien	Très moyen
centreafrikaobotabenin	Très bien	----- Bien	----- Bien	----- Bien	----- Bien	----- Bien	----- Assez bien
afrikaobota	----- Très bien	----- Assez bien	----- Assez bien	----- Moyen	----- Bien	----- Assez bien	----- Bien
Dhpd-Ong	-----Moyen	----- Assez	----- Assez	----- Assez	----- Assez	D	----- Assez

		bien	bien	bien	bien	Assez bien	bien
pfid.benin	-----Très bien	----- Assez bien	----- Assez bien	----- Moyen	----- Assez bien	----- Moyen	-----Très moyen
rifongabenin	----- Bien	----- Moyen	----- Assez bien	----- Moyen	----- Assez bien	----- Moyen	----- Très moyen

Lorsque nous appliquons aux médias sociaux (facebook et twitter) le barème retenu pour l'appréciation des sites internet¹³, nous avons le classement ci-dessous :

- au niveau des pages facebook : centreafrikaobotabenin, avec 28 points vient en première position, juste devant benincultures (26 points) qui est suivi de socialwatchbenin (25 points), wanep-benin (23 points), clubjesuspourreussir et aurgsmbenin (22 points chacun), DhpD-Ong (20 points), pfid.benin (19 points), rifongabenin (17 points), afriquedecide (15 points), beninrevelations et ONG-Alcrer (13 points chacun) ;
- au niveau des pages twitter : afrikobota et benin_cultures, avec 24 points chacun, se partagent la première place, devant sw_benin (18 points) et www.twitter.com /ong alcrer (12 points).

Qu'en est-il des commentaires sur les pages et du partage des informations ?

¹³ Le barème proposé est le suivant : Très bien = 5 points ; Bien = 4 points ; Assez bien = 3 points ; Moyen = 2 points ; Très moyen à nul = 1 ; --- (Pas de précision) = 0.

Tableau n°20 : Commentaires et partage d'informations

MEDIAS SOCIAUX	COMMENTAIRES DES INFOS	INFORMATIONS PARTAGEES AVEC D'AUTRES OSC/INDIVIDUS	INFORMATIONS PARTAGEES PAR LE COMPTE AVEC D'AUTRES ORGANISATIONS
ONG-Alcrer	Quelques réactions d'amis à la suite de la tentative d'assassinat du président d'Alcrer	-----	-----
www.twitter.com /ong alcrer	Quelques réactions d'amis à la suite de la tentative d'assassinat du président d'Alcrer	-----	Des liens vers le quotidien <i>La Nouvelle Tribune</i>
benincultures	-----	-----	Plusieurs documents vidéos sur les masques sacrés Guèlèdè, Kuvito, Zangbéto, partagés avec des OSC (Adad Ong,
benin_cultures	-----	-----	-----
wanep-benin	Beaucoup de commentaires sur les initiatives de l'OSC. Les derniers commentaires portent sur le lancement de 1450 exemplaires du Code électoral béninois par l'OSC	Au moins 13 partages sur la cérémonie de lancement des exemplaires du Code électoral	-----
beninrevelationstars	-----	-----	-----
Socialwatchbenin	-----	-----	Des articles repris dans la presse (le quotidien <i>La Nouvelle Tribune</i> , par exemple)
https://twitter.com/swbenin	-----	-----	Plusieurs documents (rapports et autres) publiés par les OSC membres de Social Watch (Liban,...) et des pétitions d'Avaaz.org,

			retweetés par Social Watch Bénin
centreafrikaobotabenin	Quelques commentaires légers sur la situation sociopolitique au Bénin		Des avis d'appel d'offres/ ou de recrutement lancés par d'autres institutions Des annonces d'événements culturels organisés par d'autres structures (par exemple Artistiik Afrika)
afrikaobota	Des commentaires sur la situation sociopolitique du Bénin. L'OSC a créé un forum () qui a enregistré plus de 1700 inscrits. Ces derniers se prononcent sur divers sujets d'intérêt public.	-----	Liens pour lecture d'informations publiées sur le site internet de Green Peace et celui de RFI.
Dhpd-Ong	Quelques commentaires légers sur la situation sociopolitique au Bénin	-----	-----
afriquedecide	Quelques commentaires sur des activités de l'OSC	-----	-----
clubjesuspourreussir	Presque pas de commentaires	-----	Des images et textes appartenant à d'autres OSC, notamment Joyce Meyer Ministries.
aurgsmbenin	-----	-----	Des reprises d'articles publiés dans la presse (le quotidien La Presse du Jour, par exemple), des informations provenant de divers sites africains sur la régulation des réseaux GSM et les télécoms

pfid.benin	Presque pas de commentaires	-----	Des reprises d'articles publiés par la presse locale (journaux et sites web).
rifongabenin	Presque pas de commentaires	----	----

D'une manière générale, les commentaires sur les pages facebook sont rares. On peut expliquer cela par deux facteurs : l'ignorance, par le public, de l'existence des médias sociaux des OSC et le peu d'intérêt que présentent, aux yeux des internautes, ces pages généralement pauvres. Toutefois, sur les pages facebook et tweeter du Centre Afrika Obota, les internautes ont un peu plus réagi sur des sujets d'intérêt public.

Au niveau des « informations partagées avec d'autres OSC/individus », seule la page facebook de Wanep-Bénin fait exception à la règle. Sur les médias sociaux des autres sites, il y a très peu d'informations partagées.

Enfin, les « informations partagées par le compte avec d'autres OSC » portent souvent sur les articles publiés par les journaux (Socialwatchbenin, aurgsmbenin) ou des institutions internationales (afrikaobota), les éléments vidéo de certaines organisations (benincultures) et les données de sites étrangers (clubjesuspoureussir).

6. Liens des médias sociaux avec...

a. les médias traditionnels

Les médias traditionnels, (notamment les journaux, mais aussi en partie les radios et télévisions), servent de sources d'informations pour les médias sociaux. Ainsi par exemple, la page facebook de Social Watch Bénin relaie les informations des médias non seulement à travers sa revue de presse mais aussi à travers la reprise d'articles de certains journaux, à l'instar de *La Nouvelle Tribune*. On peut en dire autant de la page facebook de PFID, où figurent quelques reprises d'articles de la presse

locale. De même une interview du ministre béninois en charge de l'énergie électrique, accordée à la Télévision nationale (ORTB) a été transcrite et publiée par un quotidien privé (*La presse du jour*) avant d'être reprise sur la page facebook de l'AUR-GSM du Bénin.

b. la communication interne et externe de l'OSC

Les médias sociaux sont conçus par les OSC béninoises enquêtées comme des outils de communication externe. Les liens avec la communication interne sont peu évidents, même s'ils peuvent servir à renforcer cette dernière.

Lorsqu'on compare les usages des médias sociaux, tels que présentés sur les fiches des questionnaires, avec leurs contenus réels sur internet, on sent nettement une grande inadéquation. Les contenus de la plupart des médias sociaux, exceptés ceux de certaines OSC (Bénin Cultures,

Social Watch Bénin, Wanep-Bénin, D.H.P.D. et Centre Afrika Obota...), ne correspondent pas du tout aux divers usages. Par exemple, ALCRER a coché la vingtaine de cases de la rubrique « Usages de la page "Facebook" », mais nous avons vu que le contenu de sa page est, dans la réalité, très pauvre. Cette OSC n'utilise pas sa page facebook aux fins énoncées sur sa fiche de questionnaire.

c. les sites internet

En général, les contenus des pages médias sociaux des OSC s'inspirent de ceux des sites internet.

Les pages facebook de Benin Cultures, Centre Afrika Obota et de Social Watch Bénin, notamment, reprennent les contenus de leur site internet respectif. On peut en dire autant de la page twitter de Benin Cultures, qui reprend des articles du site internet, et de la page facebook de Wanep-Bénin, qui reprend les informations du site www.wanepbenin.org.

Il en est de même de la page facebook du Club Jésus pour Réussir dont certaines des informations et images proviennent du site www.clubjesuspoureussir.org. C'est également, en partie, le cas de la page facebook et du site d'ALCRER.

7. Les différences entre OSC de province et de la capitale dans l'utilisation des médias sociaux

La plupart des OSC utilisant les médias sociaux ont leur siège à Cotonou. Seules trois OSC, sur les 14 utilisant les médias sociaux, ont leur siège hors de Cotonou, précisément dans les communes voisines. Il s'agit de : AUR-GSM (Porto-Novo), Espace Mayton (Abomey-Calavi) et Afrique Decide (Ouidah). Aucune des OSC des autres départements ne figure parmi les 14 organisations.

Les trois OSC (AUR-GSM, Espace Mayton, Afrique Decide) occupent respectivement les 6^{ème} et 9^{ème} places puis 10^{ème} place *ex aequo*. Elles ne figurent donc pas dans le peloton de tête. Cela montre que le niveau d'utilisation des médias sociaux par les OSC baisse à mesure qu'on s'éloigne de Cotonou.

8. Les différences entre OSC Droits de l'homme en général et OSC droits des femmes

Sur les 14 OSC qui disposent de médias sociaux, six (06) opèrent dans le domaine des droits de l'homme en général (bonne gouvernance, défense des droits de l'enfant et du consommateur...), de l'éducation et de la promotion de la culture. Seulement deux (02) (Social Watch Bénin, PFID-Bénin, RIFONGA-Bénin, D.H.P.D. et Wanep-Bénin) s'intéressent spécifiquement ou entre autres secteurs d'activités, à la défense des droits de la femme.

TROIS SUCCESS STORIES

CAO : Les médias sociaux ont permis au CAO Bénin d'atteindre un public plus varié dans la communication de ses activités relatives aux différents projets. Le site web a été aussi un outil qui a permis aux internautes de mieux connaître l'ONG et de pouvoir intéresser d'autres partenaires étrangers. Dans le cadre de ses activités relatives à la participation citoyenne de la jeunesse, le CAO Bénin a utilisé les médias sociaux en occurrence Facebook et twitter pour vulgariser et mobiliser les jeunes autour du forum de participation citoyenne de la jeunesse (<https://m.facebook.com/JeunesseDemocratieVirtuelle>) pour leur implication dans les processus de prises de décisions. Des discussions mensuelles sont organisées en ligne entre les jeunes et les autorités au niveau local, central et autres personnes ressources. Aujourd'hui ce forum compte plus de 1700 jeunes inscrits.

Le CAO Bénin a été sollicité à travers sa page « Jeunesse et démocratie virtuelle » pour mobiliser les jeunes autour de l'événement organisé par la GIZ « one billion raising against injustice » à Cotonou à la Place des martyrs (actuelle Place du Souvenir), à Cotonou.

PFID : En 2013, la Plateforme pour la Participation des Femmes aux Instances de Décision au Bénin (PFID-Bénin) a adressé une note de plaidoyer à l'endroit du chef de l'Etat et des décideurs politiques du pays pour le bon positionnement des femmes sur les listes de candidatures dans le cadre de l'organisation en vue des prochaines élections municipales, communales et locales. C'était une lettre ouverte et nous l'avons publiée sur facebook (<https://www.facebook.com/pfid.benin>). Il y a eu beaucoup de réactions sur facebook, surtout des membres de la PFID et d'autres personnes. Nous n'aurions pas pu atteindre un public si large si nous avons seulement publié ce plaidoyer dans les médias conventionnels et, en outre, cela nous serait revenu plus cher sans toutefois permettre d'avoir le feed-back.

Fondation Alternative Citoyenne : Face aux rumeurs persistances et aux velléités de plus en plus manifestes du président béninois, Boni Yayi, de réviser la Constitution béninoise du 11 décembre 1990 aux fins de briguer un troisième mandat, des OSC ont commencé à faire entendre leurs voix. C'est ainsi que la Fondation Alternative Citoyenne a lancé le 16 juillet 2013¹⁴ une opération dénommée « Mercredi Rouge ». Le concept est simple : chaque mercredi de la semaine, tous ceux qui sont opposés à la révision de la Constitution vont s'habiller en rouge ou porter des chemises ou tee-shirt rouges afin de manifester leur mécontentement et d'exprimer leur détermination à faire tout pour empêcher l'actuel président de la République de modifier la Constitution. En dehors des personnalités politiques et des acteurs de la société civile, plusieurs jeunes ont rejoint ce mouvement de protestation. Des pages ont été spontanément ouvertes sur les médias sociaux pour relayer les manifestations et mobiliser l'opinion publique. La page facebook d'Alternative Citoyenne (<https://www.facebook.com/pages/Alternative-Citoyenne/164841087052822>) a abondamment couvert ces activités et suscité des débats autour

¹⁴ Cette OSC s'appelait à l'époque « Alternative Citoyenne ». Quand elle a eu sa branche politique le 25 janvier 2014, dénommée « Alternative Citoyenne », l'OSC est devenue Fondation Alternative Citoyenne.

de l'initiative¹⁵.

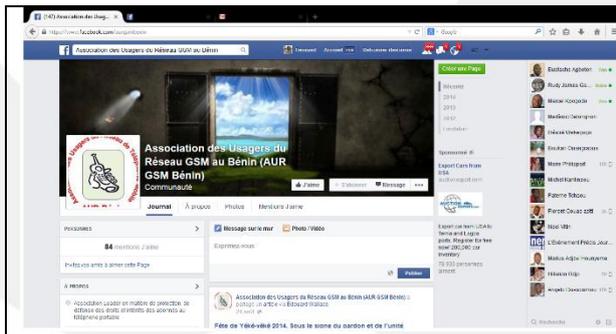
QUELQUES CAPTURES D'ECRANS



<https://www.facebook.com/pfid.benin>



<https://www.facebook.com/WanepBenin>



<https://www.facebook.com/aurgsmbenin>



<https://www.facebook.com/clubjpr>

¹⁵ Toutefois, la confusion est grande entre l'OSC Fondation Alternative Citoyenne et le parti politique Alternative Citoyenne. Sur la page facebook, on voit clairement que c'est le parti qui est mis en avant. C'est la page facebook du parti politique.



CONCLUSION

Au terme de cette étude, nous pouvons établir la matrice SWOT ci-dessous sur l'état de la présence en ligne et dans les médias des OSC béninoises :

Tableau n°: Matrice SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

Niveau	Forces (+)	Faiblesses (-)
Niveau interne	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conscience de plus en plus accrue de l'importance de l'internet. dans le développement des OSC ▪ Présence au sein de chaque OSC d'un minimum d'équipement informatique. ▪ Recrutement, au sein de certaines OSC, d'agents chargés de la communication. ▪ Présence remarquable de quelques OSC sur les sites internet et les médias sociaux. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faible conscience de l'importance des médias sociaux dans la mise en œuvre de leurs actions par certaines OSC ▪ Ressources financières limitées de plusieurs OSC pour le recrutement d'agents de communication et l'achat des matériels informatiques nécessaires ▪ Déficit en formation du personnel de la plupart des OSC sur l'utilisation des sites internet et des médias sociaux
	Opportunités (+)	Menaces (-)
Niveau externe	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existence d'un cadre juridique et institutionnel favorable à la promotion de l'internet ▪ Existence de mesures fiscales en faveur de l'importation de matériels informatiques ▪ Les atouts des médias sociaux pour les OSC ▪ Présence sur le terrain (notamment dans les villes) d'opérateurs GSM et de cybercafés ▪ Engouement de plus en plus prononcé des PTF et du public pour internet et les médias sociaux. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inexistence de la connexion internet dans la plupart des communes/ Fracture numérique persistante entre les villes et les provinces ▪ Faiblesse du débit de la connexion, même dans les grandes villes ▪ Perturbations fréquentes dans l'approvisionnement en énergie électrique ▪ Existence d'une Autorité publique de régulation toujours peu opérationnelle ▪ Coût de connexion à l'internet encore élevé

Ainsi, la matrice ci-dessus nous montre que les OSC béninoises sont confrontées à une série de problèmes (faiblesses et menaces) dans leur accès aux TIC en général et aux médias sociaux en particulier. Mais elles disposent aussi d'atouts en interne (forces) comme en externe (opportunités).

1. Les points à améliorer dans l'accès aux TIC des OSC en général et aux médias sociaux en particulier

Les points à améliorer dans l'accès des OSC aux TIC en général et aux médias sociaux en particulier portent d'une part sur les faiblesses (facteurs internes) des organisations de la société civile et, d'autre part, sur les menaces (facteurs externes)

A. l'interne : endiguer les facteurs négatifs

1) Rehausser le niveau de conscience des OSC sur l'importance des TIC et des médias sociaux dans l'atteinte des objectifs de développement de leurs organisations

Le premier point à améliorer dans l'accès des OSC aux TIC en général et aux médias sociaux en particulier est leur **niveau de conscience de l'importance des TIC et des médias sociaux dans l'atteinte de leurs objectifs**. Il existe en effet certaines OSC dont les responsables se posent toujours des questions, non pas forcément sur l'utilité, mais sur la nécessité pour eux et leurs collaborateurs de s'approprier l'utilisation des médias sociaux. Ces OSC ont leur siège aussi bien à Cotonou et à Porto-Novo que dans les provinces. Même si leurs responsables ne le disent pas ouvertement, leur hésitation à s'approprier ces outils de communication est sous-tendue par l'ignorance de leur importance.

Si, à la limite, on pourrait admettre qu'en zones rurales l'utilisation des TICs et des médias sociaux par les OSC est, sociologiquement, peu pertinente, il faudrait faire remarquer que, même dans les villages, des mutations importantes s'opèrent. Bon nombre de producteurs ruraux ont des téléphones portables et les jeunes scolarisés, qui sont de plus en plus nombreux, s'entichent des services des TIC. En outre, bon nombre de PTF finançant les activités en zones rurales ne sont facilement joignables que par l'internet et les médias sociaux.

Il faudrait donc organiser, sensibiliser les OSC pour relever leur niveau de conscience sur l'importance des TIC et des médias sociaux.

2) Mettre en œuvre des sessions de formation du personnel de la plupart des OSC sur l'utilisation des TIC et des médias sociaux

La plupart des membres des OSC n'ont pas été formés sur les TIC en général et sur les médias sociaux en particulier. Or, le déficit de formation en la matière fait le lit de l'absence de plusieurs organisations sur internet ou, dans le meilleur des cas, de leur présence timide ou peu professionnelle dans les médias sociaux. Il importe donc de former les OSC en veillant, au préalable, à connaître de manière précise leurs besoins et à proposer dans ce cadre une méthodologie d'encadrement adaptée.

Il n'est pas non plus exclu que, grâce aux formations, les OSC comprennent mieux le

fonctionnement des TIC et des médias sociaux de même que leur importance pour leur visibilité et le succès de leurs activités.

3) Inciter les OSC à mieux mobiliser les ressources financières nécessaires à l'atteinte de leurs objectifs

Les OSC sont en butte à nombre de difficultés financières. Leur vulnérabilité économique est grande et la plupart doivent leur survie aux subventions des PTF. Cette situation limite leur capacité à recruter un webmaster et/ou un(e) chargé(e) de communication. Il existe ainsi un lien entre l'état des finances d'une OSC et l'état de sa présence sur internet et dans les médias sociaux.

Il faudra donc, par des sessions de formation sur la mobilisation des ressources financières, les inciter à améliorer leur trésorerie afin d'avoir les moyens pour recruter et payer un agent chargé d'assurer leur visibilité par l'animation d'un site internet et de pages facebook ou de compte tweeter.

B. l'externe: mettre en œuvre des actions de plaidoyer pour lever les contraintes structurelles

L'environnement politique, économique et social n'est pas toujours propice à l'accès des OSC aux TIC et aux médias sociaux. Au titre des contraintes, on peut citer l'inexistence de la connexion internet dans certaines régions du Bénin (notamment en province), la faiblesse du débit de la connexion, les coupures fréquentes d'électricité et les baisses régulières de tension, le coût élevé de la connexion, etc.

Ces facteurs limitent l'accès aux TIC et découragent les initiatives des OSC, notamment celles qui sont en zones rurales. Il faudra donc mener des actions de plaidoyer pour inciter les pouvoirs notamment le gouvernement, l'Autorité de régulation et l'assemblée nationale, à mener les réformes nécessaires à la résolution de ces contraintes.

1) Les potentiels à développer

Les potentiels sont des facteurs positifs présents aussi bien au sein des OSC qu'au niveau de l'environnement externe.

1.1) « Renforcer » les potentiels internes

Les potentiels internes à développer concernent les forces (facteurs positifs internes) des OSC, à savoir la présence au sein de chaque OSC d'un minimum d'équipement informatique, le recrutement, d'agents chargés de la communication, la présence remarquable de quelques OSC sur les sites internet et les médias sociaux, l'engouement de plus en plus prononcé des PTF et du public pour l'internet et les médias sociaux...

Il s'agira de « renforcer » ces atouts internes. Pour cela, il faudrait que certaines conditions préalables soient remplies, notamment la prise de conscience par les OSC de l'importance des TIC et des médias sociaux puis leur capacité à mobiliser les ressources financières et à les gérer.

Il faudra donc envisager des actions de formation et d'appui technique aux OSC.

1.2) Tirer pleinement profit des potentiels externes

L'environnement des TIC au Bénin présente un certain nombre d'opportunités. On peut citer : l'existence d'un cadre juridique et institutionnel favorable à la promotion de l'internet, l'existence de mesures fiscales en faveur de l'importation de matériels informatiques, les atouts des médias sociaux pour les OSC, la présence sur le terrain (notamment dans les villes) d'opérateurs GSM et de cybercafés, l'engouement de plus en plus prononcé des PTF et du public pour l'internet et les médias sociaux.

Pour tirer pleinement profit de ces atouts, il faudrait chercher à les renforcer. Par exemple, au niveau de l'environnement institutionnel, la toute nouvelle Autorité de régulation des communications électroniques et des postes doit assez rapidement faire preuve de son efficacité et effacer de la mémoire des Béninois la passivité de l'ancienne structure,. Les OSC doivent aussi s'imposer le devoir de s'informer sur ce nouvel environnement afin de jouer le rôle de vigies qui est le leur. Leur présence effective dans les TIC et dans les médias sociaux est également à ce prix.

2) Les opportunités des médias sociaux pour les OSC

Les divers usages des médias sociaux, tels que nous les avons précédemment dégagés, montrent qu'ils présentent beaucoup d'opportunités pour les OSC béninoises. On peut situer ces opportunités au niveau de :

- la communication et la sensibilisation ;
- la visibilité ;
- la mobilisation de l'opinion ;
- le plaidoyer ;
- la mobilisation de ressources financières et techniques ;
- la réduction des charges liées aux activités d'information, communication et sensibilisation.

2.1) La communication et la sensibilisation

C'est un truisme de dire que les médias sociaux sont, pour les OSC béninoises enquêtées, de formidables moyens d'information, de communication et de sensibilisation. Les contenus de ces médias révèlent clairement qu'ils sont conçus pour informer le public de l'existence de ces OSC, de leurs domaines d'intervention, de leurs réalisations et de leurs perspectives. Ils servent aussi de support pour sensibiliser le public et lui faire partager certaines opinions ou prises de position. Aussi, ne sera-t-on pas surpris de voir sur la page facebook de l'AUR-GSM (une OSC en principe dédiée à la défense des droits de l'utilisateur de la téléphonie mobile) une campagne d'information et de sensibilisation du public sur le...virus à Ebola.

2.2) La visibilité

Cette opportunité découle de la précédente. Les OSC béninoises, grâce aux médias sociaux, sont mieux connues par les divers publics du « village mondial ». A l'ère de la communication numérique, « être, c'est être perçu » : une OSC qui n'est pas visible ne peut guère prétendre à une réelle efficacité. Il est donc plus que jamais important pour les OSC d'avoir en ligne des contenus actualisés, bien présentés et attrayants.

2.3) La mobilisation de l'opinion

Une OSC ne peut atteindre ses objectifs si elle n'arrive pas à susciter l'adhésion nécessaire à la mise en œuvre de ses activités ou à la défense d'une cause d'intérêt public. Une OSC comme le Centre Afrika Obota utilise les médias sociaux pour mobiliser les jeunes et les orienter dans les appréciations qu'ils doivent porter sur la gouvernance politique, économique et sociale. La forte interactivité obtenue par ces médias contribue à cela.

2.4) Le plaidoyer

La lettre, écrite et publiée sur la page facebook de PFID-Bénin pour sensibiliser le chef de l'Etat et les décideurs sur la nécessité de bien positionner les femmes lors des prochaines élections municipales et communales, montre que les médias sociaux peuvent être utilisés pour mener des actions de plaidoyer auprès des responsables d'institutions publiques et des leaders d'opinion. L'importance des réactions suscitées par la publication de ce message est un argument de plus qui pourrait sensibiliser les décideurs sur la justesse de l'action entreprise par l'OSC.

2.5) La mobilisation de ressources financières et techniques

Cette opportunité découle de la visibilité obtenue par l'OSC grâce à l'utilisation des médias sociaux. Plus que les autres, la douzaine d'OSC présentes sur ces médias augmentent leurs chances d'être mieux connues des PTF et de faciliter les échanges avec ces derniers. Les PTF, en visitant les pages de ces médias, pourront aussi être à même de mieux apprécier leur travail sur le terrain et le niveau de satisfaction du public. En visitant les pages twitter du Centre Afrika Obota, on voit que les chats organisés mobilisent des centaines de jeunes et que plus de 1700 personnes s'y sont inscrites. C'est un argument de poids dans la stratégie de captage de financements pour obtenir les résultats escomptés.

2.6) La réduction des charges liées aux activités d'information, communication et sensibilisation

A priori, l'utilisation des médias sociaux par les OSC est moins coûteuse que celle des médias traditionnels. Certes, sa gestion demande du temps et répondre aux contributions/commentaires des internautes n'est pas toujours facile. Mais l'OSC n'a rien à perdre d'une communication efficace et maîtrisée sur ces médias qui sont techniquement et humainement moins lourds à utiliser qu'un journal, une radio ou une télévision.

2. Les besoins spécifiques en formation des OSC

Les besoins en formation des OSC sur l'utilisation des TIC en général et des médias sociaux en particulier concernent les aspects suivants :

- la définition des médias sociaux ;
- l'historique des médias sociaux ;
- la typologie des médias sociaux : nature, avantages et contraintes ;
- la prise en compte des médias sociaux dans la politique de communication de l'OSC ;
- la création d'une page facebook et l'ouverture d'un compte twitter ;
- la conception et la mise en ligne des contenus ;
- l'animation des médias sociaux ;
- le référencement des médias sociaux, leur ergonomie et leur esthétique.

3. Le niveau de satisfaction des besoins des OSC au niveau local (lieux et initiatives de formation TIC pour OSC dans le pays)

Les structures de formation sont le Centre d'Etudes et de Documentation (CED), le Campus Numérique Francophone de l'Université d'Abomey-Calavi (UAC), Etrilabs¹⁶, etc., ainsi que des cybercafés. La plupart sont établies à Cotonou et dans quelques villes (Porto-Novo, Abomey-Calavi, Parakou notamment). Mais, en général, ces formations ciblent peu les médias sociaux ou le public spécifique des OSC.

En outre, à l'exception de quelques structures (CED, Campus Numérique Francophone, Etrilabs...), les autres, surtout les cybercafés, n'ont pas le personnel qualifié ni le cadre adéquat pour animer ces formations.

Avec le financement de l'Union Européenne



¹⁶EtriLabs donne des formations spécifiques sur les médias sociaux. Cf. <http://blog.etrilabs.com/>, <http://www.etrilabs.com/>.

