

BÉNIN

Cotonou réunit cinq pays pour harmoniser la déontologie des médias

Auteur : **Ayenan Eleuthere** | Publié le : **28 oct. 2026 à 14:58**



Les 29 et 30 octobre 2026, des représentants des instances d'autorégulation des médias du Bénin, du Togo, de la Côte d'Ivoire, du Sénégal et du Mali se réuniront à Cotonou. À l'initiative de l'Observatoire de la déontologie et de l'éthique dans les médias (ODEM), cette rencontre vise à renforcer la coopération entre les pays face aux défis qui touchent la profession.

Comment mieux défendre l'éthique journalistique dans un environnement médiatique en pleine mutation ? C'est l'une des questions au centre des échanges prévus à Cotonou les 29 et 30 octobre prochains. La rencontre réunira des représentants de cinq pays ouest-africains autour de la nécessité de renforcer l'autorégulation et de rapprocher les pratiques professionnelles.

Pour l'ODEM, qui organise ces assises avec le soutien financier de l'Union européenne à travers la Fondation Hirondelle, l'enjeu est de favoriser le partage d'expériences entre les structures chargées de veiller au respect des règles déontologiques dans les médias.

Les journalistes de la sous-région exercent dans des contextes parfois difficiles, marqués notamment par l'insécurité, les tensions politiques et les restrictions qui peuvent peser sur la liberté d'informer. À ces contraintes s'ajoutent les effets des réseaux sociaux, la circulation de fausses informations et l'utilisation croissante de l'intelligence artificielle dans la production et la diffusion des contenus.

Face à ces évolutions, les instances d'autorégulation doivent adapter leurs méthodes et trouver des réponses aux nouvelles pratiques qui fragilisent parfois la crédibilité de l'information.

Des réponses communes aux défis du journalisme

Pour Tanguy Agoï, président de la 10e mandature de l'ODEM, le rapprochement des expériences nationales peut contribuer à améliorer le fonctionnement des mécanismes d'autorégulation. Les échanges permettront aux participants de présenter les difficultés rencontrées dans leurs pays respectifs et d'identifier des solutions adaptées aux réalités de la profession.

La question de l'harmonisation des règles déontologiques devrait également occuper une place importante dans les discussions. L'idée d'un code de déontologie commun à plusieurs pays ouest-africains figure parmi les pistes évoquées. Sa mise en œuvre nécessiterait toutefois des concertations approfondies pour tenir compte des différences entre les cadres juridiques et les systèmes médiatiques nationaux.

Au-delà des règles, les participants devront réfléchir aux moyens de mieux accompagner les journalistes dans leur travail quotidien, notamment en matière de vérification des faits, de traitement des sujets sensibles et de responsabilité éditoriale.

Relancer la coopération entre les instances d'autorégulation

La rencontre de Cotonou sera aussi l'occasion de remettre en discussion l'avenir du Réseau des instances africaines d'autorégulation (RIAC), créé au début des années 2000. Selon Tanguy Agoï, cette organisation n'a pas encore atteint le niveau de développement attendu.

Une coopération plus active pourrait pourtant faciliter les échanges entre les structures nationales, favoriser la circulation des bonnes pratiques et permettre aux pays confrontés à des difficultés similaires de bénéficier de l'expérience de leurs voisins. Le Mali figure notamment parmi les pays dont l'expérience en matière d'autorégulation devrait alimenter les discussions.

Pour le Bénin, ces assises offrent ainsi l'occasion de partager son expérience tout en tirant profit de celle des autres participants.

Au terme des travaux, l'intérêt sera de voir dans quelle mesure les échanges pourront déboucher sur des initiatives concrètes et durables. Car, dans un paysage médiatique où les informations franchissent les frontières en quelques secondes, la crédibilité de la presse dépend aussi de la capacité des professionnels à travailler ensemble et à faire respecter les principes éthiques de leur métier.

E. Ducas AYENAN

PUBLICITÉ
