



The Economic Model of Senegalese Community Radio Stations: Viability in Question

Le modèle économique des radios communautaires sénégalaises : la viabilité en question

**Mor Faye
Aliou Kalidou Barry**

Article history:

Submitted: Sept. 13, 2025

Revised: Sept. 29, 2025

Accepted: Oct. 10, 2025

Abstract

Drawing on a socio-economic approach to media and field-based research, this study investigates the funding mechanisms of community radio stations in Senegal to evaluate their long-term viability. The fundings indicate that these stations operate within a legal and economic framework that is largely unfavorable, placing them in a state of persistent vulnerability. Consequently, many adopt a « catch-all » approach to ensure their survival. This study thus examines the economic viability of a radio model that relies heavily on external funding.

Keywords:

Senegal, community radio, economic model, external funding, viability

Mots clés :

Sénégal, radios communautaires, modèle économique, financement extraverti, viabilité

Résumé :

En se basant sur une approche socioéconomique des médias et sur des enquêtes de terrain, cette étude examine les systèmes de financement des radios communautaires au Sénégal, pour apprécier leur viabilité. Il ressort de nos résultats que ces radios évoluent, d'une part, dans un environnement juridique économiquement peu favorable, ce qui les installe, d'autre part, dans une situation de fragilité extrême, faisant d'elles des radios « attrape-tout » pour assurer leur survie. La présente recherche interroge ainsi la viabilité économique d'un modèle de radio dépendant fortement de financements externes.

Uirtus © 2025

This is an open access article under CC BY 4.0 license

Corresponding author:

Mor Faye,
Université Gaston Berger
<https://orcid.org/0000-0003-2419-9117>
Email: mor.faye@ugb.edu.sn

Introduction

Au cours de ces cinq dernières décennies, avec la démocratisation du système politique, l'affirmation de la conscience citoyenne, la globalisation et les innovations technologiques, le paysage médiatique sénégalais s'est substantiellement transformé. Il est passé d'un monopole étatique hégémonique à un pluralisme médiatique réel, aussi bien dans le domaine de la presse écrite (Faye, 2008), de la radio (Tudesq, 2002), de la télévision (Silla, 2013) que de la presse en ligne (Seck-Sarr, 2017). C'est ainsi qu'à partir du milieu des années 1990, à la faveur de la démonopolisation du secteur audiovisuel, ce paysage médiatique s'est enrichi d'un nouveau type de média. Il s'agit des radios communautaires. Même s'il est possible de les trouver en zone urbaine ou périurbaine, elles sont majoritairement implantées en milieu rural (Taureg et al. 15). Leur présence est remarquable dans la « *ceinture de pauvreté* » correspondant au Nord-Est du pays où elles jouent un rôle très important, dans un contexte dont les indicateurs de développement sont les plus bas comparés à la moyenne nationale (ANSD, 2023).

Depuis leur apparition dans le paysage médiatique local, les radios communautaires sénégalaises ont fait l'objet de nombreuses recherches universitaires (Diagne, 2005 ; Ndiaye, 2008). Plusieurs travaux, financés par des organisations internationales (UNESCO¹, UE, USAID) ou par des ONG (Panos, Oxfam, World Education Sénégal), complètent cette littérature grise. La plupart de ces études ont comme dénominateur commun de présenter les radios communautaires comme de véritables alternatives de communication sociale. Grâce à leur contribution significative à la démocratisation de la parole et à « l'élargissement de l'espace médiatique » (Frère 317), elles sont, en effet, analysées comme étant au cœur des communautés locales, en tant qu'outils du changement social. En rupture avec la vieille tradition de l'inégal accès à la parole en Afrique, elles donnent la possibilité aux couches vulnérables, aux femmes, aux jeunes et aux minorités ethniques d'exprimer leurs espoirs ou leurs ressentis, de discuter de leurs problèmes et d'affirmer leurs identités. Si ces modèles de radio ont acquis cette place prestigieuse dans le corps social sénégalais, c'est parce qu'ils s'accordent tout à fait avec « *l'orature* », selon la formule du linguiste français Claude Hagège (cité par Breton et Proulx 21), ou

¹ Il y a environ six ans et demi, l'Unesco avait financé une étude sur la viabilisation des radios communautaires.

avec « *l'oralité* » africaine (Tudesq 3).

Cependant, derrière ce rôle significatif des radios communautaires sénégalaises et leur dynamisme apparent, se cache un sérieux problème : leur extrême précarité, voire leur très forte mortalité. Beaucoup d'entre elles n'émettent plus depuis plusieurs années, généralement pour faute de financement. Parmi les radios associatives et communautaires sénégalaises ayant périclité, en raison de problèmes de financement de leur fonctionnement, nous pouvons citer : *Tabalde FM* et *Haayo FM*², toutes deux implantées dans la région de Matam (Nord-Est du pays). C'est ce constat crucial qui motive la présente étude.

D'autant plus que même si les travaux scientifiques, ainsi que les rapports de recherche d'ONG, ont permis de mesurer à sa juste valeur la contribution de ces radios dans la vie de leurs localités d'implantation, ils se sont marginalement intéressés à leurs sources de financement, pour apprécier ou mesurer leur viabilité. Ainsi, en axant notre propos sur le modèle économique des radios communautaires sénégalaises, le présent travail cherche à combler ce vide.

À cet effet, il vise à répondre aux questions suivantes : qu'est-ce qui caractérise fondamentalement le modèle économique des radios communautaires sénégalaises et qui rendrait celles-ci si vulnérables ? Autrement dit, qu'est-ce qui fait réellement défaut dans leur écosystème au point d'hypothéquer leur chance de survie ?

Cette recherche a ainsi pour objectif de questionner le modèle économique des radios communautaires sénégalaises, pour essayer de comprendre en profondeur les raisons qui expliquent leur extrême vulnérabilité. Notre hypothèse est que le modèle économique des radios communautaires, malgré le rôle social, culturel et économique très important des radios, n'est pas adapté, en raison de nombreuses contraintes à identifier et analyser.

Le présent article se compose de quatre parties. La première expose l'approche théorique et conceptuelle mobilisée dans le cadre de cette étude. La deuxième présente la méthodologie utilisée. La troisième partie décrit et analyse les résultats obtenus. La quatrième et dernière partie ouvre une

² Entretien téléphonique de précision avec un ex-animateur de la radio communautaire *Haayo FM*, le 20 juillet 2025.

discussion globale sur la base de ces résultats.

1. Approche théorique et conceptuelle

Comme indiqué plus haut, le présent article s'inscrit dans une approche socioéconomique des médias. Il se veut une contribution à une meilleure connaissance de la problématique de financement des médias en Afrique, en général, et des radios communautaires sénégalaises, en particulier. Par approche socioéconomique des médias, il faut comprendre celle postulant que les médias ne sont pas seulement des structures de production et de diffusion d'informations en direction du public mais qu'ils sont aussi des entreprises, même s'il s'agit d'entreprises ayant leurs spécificités. Cette perspective fait donc prendre conscience du fait que derrière un article de presse écrite, une émission de radio ou un reportage de télévision se trouvent des structures devant assumer des coûts pour assurer leur fonctionnement normal. Selon Nadine Toussaint-Desmoulins (2004, pp. 35-56), faire fonctionner une entreprise de presse écrite, par exemple, suppose de supporter divers coûts : des coûts de production intellectuelle et matérielle et des coûts de distribution. Les coûts de production intellectuelle et matérielle comprennent les frais de collecte et de traitement de l'information, la rémunération des différents membres de la rédaction, des correspondants et des managers, l'achat de papier et d'encre, les frais d'agence et de services techniques, etc. Les coûts de distribution concernent les frais d'acheminement du journal, une fois imprimé, aux différents points de vente et aux abonnés. Ce second volet est d'autant plus élevé que l'information est un produit vite périssable, ce qui nécessite des moyens de transport modernes, donc coûteux. Ces considérations montrent clairement que l'information a un coût, du point de vue des ressources économiques et financières à mobiliser pour sa production et sa diffusion. Dans le secteur audiovisuel, en raison de sa spécificité, ces différents coûts peuvent se révéler être des charges très lourdes à supporter. Comme toute entreprise, les médias, qu'ils soient publics, privés, commerciaux ou communautaires, sont ainsi obligés de chercher des moyens pour financer leurs activités, tout en cherchant à protéger leur ligne éditoriale. Il y va de leur survie. En fonction des catégories de médias et de leurs statuts juridiques, l'approche socioéconomique distingue théoriquement diverses sources de financement des médias :

- le financement public pour les médias dépendant de l'État, grâce aux

impôts des citoyens ;

- le financement public pour les médias privés sous forme d'aide de l'État, via les impôts ;
- la publicité (annonceurs) ;
- les abonnements (abonnés) ;
- les ventes/achats ponctuels (consommateurs) ;
- le financement participatif / « crowdfunding » (sympathisants)
- autres formes de financement (groupes financiers, produits associés et dérivés, etc.).

Généralement, les entreprises de presse s'appuient sur ces différentes sources de financement pour construire leurs modèles économiques ou mécanismes de rentrée d'argent, en vue d'assurer leur fonctionnement.

Appliquée aux radios communautaires sénégalaises, cette approche socioéconomique met en lumière la tension entre mission sociale et exigence de viabilité économique d'un média.

1.1. Qu'est-ce qu'un modèle économique médiatique ?

Dans l'univers des médias, quand on parle de modèle économique, on fait référence, à la lumière de ce qui précède, aux systèmes et modalités de leur financement. Il désigne alors l'ensemble des stratégies de génération de ressources que les médias mobilisent en vue de fonctionner et de rester compétitifs. C'est ainsi que Bernard Miège distingue deux modèles économiques, dans le secteur médiatique. Il s'agit du *modèle éditorial* et du *modèle de flot* :

Le modèle éditorial consiste à procéder par un financement direct du produit médiatique ou culturel, c'est-à-dire que le consommateur consent à payer pour recevoir l'information ou l'article publié. C'est le cas avec les journaux et les magazines qu'on achète dans les kiosques. Le modèle de flot repose quant à lui sur le financement indirect des médias qui passe par la publicité, la subvention de l'Etat ou la redevance audiovisuelle. Toutefois, avec les nouvelles technologies de l'information et de la communication et la presse en ligne, le modèle de financement des médias a évolué. Un modèle socioéconomique complémentaire au modèle éditorial et au modèle de flot a vu le jour : il s'agit du modèle du courtage informationnel (Moeglin, 2007). C'est

le fruit des logiques sociotechniques de l'internet avec le rôle central des infomédiaires, tels que Google par excellence, qui se servent des acteurs plus traditionnels que sont les éditeurs et autres fournisseurs de contenus pour développer un modèle d'affaire générant d'énormes revenus. L'infomédiation s'est imposée en tant qu'appariement entre la massification des contenus sur le net et leur accès individualisé auprès des internautes. Par le biais d'hypertextes, les infomédiaires renvoient les contenus vers leurs sources éditorialisées et à des « biens médiatiques modulables » (Rebillard, 2012). Tirant le plus grand profit du marché publicitaire de cette méthode de valorisation des contenus journalistiques sur le web, les infomédiaires se limitent encore à une pratique « promotionnelle » envers les sites éditeurs, producteurs de l'information. Ces sites d'information profitent ainsi de plus de visibilité, pouvant augmenter, de fait, le nombre de vues, de clics, donc d'audimat sensible auprès de potentiels annonceurs. (Minang 81)

Par modèle économique des médias, on entend donc comment un média combine ou compte combiner différentes sources de financement pour assurer son fonctionnement. Un modèle économique médiatique viable est, en conséquence, celui qui est capable de faire d'un média une entité économiquement et financièrement durable dans le temps et dans l'espace, capable de faire face à toute contingence. Émile de Girardin, l'inventeur de la presse moderne, est le premier à inventer un modèle économique pour les médias, par l'introduction de la publicité, mécanismes permettant de vendre un journal à un prix inférieur à son prix réel pour attirer le maximum de lecteurs acheteurs, en compensant le manque à gagner par les recettes publicitaires. À l'époque contemporaine, des journaux ont décidé d'avoir comme modèle économique d'être des journaux gratuits pour les lecteurs et de se financer exclusivement par leurs ressources publicitaires. En fonction des secteurs, les médias se distinguent en fonction de leurs modèles économiques.

Appliquée aux radios communautaires sénégalaises, notre recherche devrait nous permettre de mettre en évidence les différences de ressources qu'elles mobilisent pour construire leurs modèles économiques.

**Tableau 1 : récapitulatif de l'approche socioéconomique des médias
(en fonction des types de média, de leurs sources de financement et de**

leur modèle économique)

<u>Types de médias</u>	<u>Sources de financement et modèle économique</u>
Médias d'Etat	<p><u>Pour la presse écrite d'Etat :</u></p> <p>Financement public (impôts du contribuable) ; publicité ; vente au numéro et abonnement ; produits associés et dérivés.</p> <p>Modèle économique : modèle éditorial (et modèle de courtage éventuellement, avec l'arrivée des infomédias : Google, Apple, Amazone, Facebook, Microsoft – GAFAM).</p> <p><u>Pour la presse audiovisuelle d'Etat :</u></p> <p>Financement public (impôts du contribuable) ; publicité ; redevance ; produits associés et dérivés.</p> <p>Modèle économique : modèle de flot (et modèle de courtage éventuellement, avec l'arrivée des infomédias : Google, Apple, Amazone, Facebook, Microsoft – GAFAM)</p>
Médias privés	<p><u>Pour la presse écrite privée :</u></p> <p>Vente au numéro ; abonnement ; publicité ; aide de l'Etat à la presse ; groupes financiers ; produits associés et dérivés ; financements participatifs ; <i>crowdfunding</i>.</p> <p>Modèle économique : modèle éditorial (et modèle de courtage éventuellement, avec l'arrivée des infomédias : Google, Apple, Amazone, Facebook, Microsoft – GAFAM)</p> <p><u>Pour la presse audiovisuelle privée :</u></p> <p>Publicité ; abonnement ; aide de l'Etat à la presse ; groupes financiers ; produits associés et dérivés ; financements participatifs ; <i>crowdfunding</i>.</p> <p>Modèle économique : modèle de flot (et modèle de courtage éventuellement, avec l'arrivée des infomédias : Google, Apple, Amazone, Facebook, Microsoft – GAFAM)</p>

1.2. Qu'est-ce qu'une radio communautaire ?

Par radio communautaire, il est fait référence à une radio de proximité permettant : « aux sans voix de s'exprimer, de servir de porte-parole aux opprimés (qu'il s'agisse d'une oppression raciste, sexiste ou de classe sociale) et, en général, d'offrir un outil de développement » (cité par Frère 311). L'Association mondiale des radios communautaires ajoute à cette définition trois aspects caractéristiques de la radio communautaire. Il s'agit, notamment, d'« une activité à but non lucratif ; contrôlée par la communauté qui en est propriétaire ; caractérisée par la participation de la communauté ». Cette définition permet d'avoir une idée des traits distinctifs de la radio

communautaire qui diffuse donc pour une communauté donnée. La communauté étant au sens de Ferdinand Tönnies « une organisation sociale dans laquelle les relations entre les individus sont fondées sur la proximité (affective, géographique, culturelle ou sociale [voire linguistique]) » (Dallo et al. 62). Ensuite, la radio communautaire est « détenue collectivement, souvent au travers d'une structure associative, et dont les programmes et la zone de diffusion sont caractérisés par leur dimension locale et la défense des intérêts propres à un groupe social, religieux ou 'ethnique' particulier » (Balle 363). C'est surtout l'implication des citoyens dans « la gestion, la programmation et le financement des activités de la station » qui sont saillants de son caractère communautaire (Ndiaye 162). Seulement, selon les contextes et les pays, la terminologie peut varier. En France, on emploie le terme de radio associative, la communauté étant péjorative ; au Canada, c'est plutôt l'expression communautaire qui est utilisée et, au Sénégal, la dénomination officielle est la « radio de proximité ou communautaire », même si dans l'usage courant on rencontre rarement le terme de proximité.

2. Méthodologie

La méthodologie de cette étude a reposé sur l'analyse documentaire et la recherche qualitative. La recherche documentaire s'est appuyée sur l'examen de textes juridiques et réglementaires régissant le secteur des radios communautaires au Sénégal, notamment leur cahier des charges. En ce qui concerne la démarche qualitative, elle s'est fondée sur des entretiens avec des acteurs clés du secteur et des observations empiriques effectuées sur le terrain. Nous avons réalisé notre enquête au Nord et au Sud du Sénégal, auprès de responsables, d'animateurs, d'auditeurs et de spécialistes de radios communautaires implantées dans ces localités. Afin d'accroître les perspectives de l'étude, des entretiens téléphoniques complémentaires ont été menés auprès des acteurs cités. Au Nord du Sénégal, par exemple, notre enquête a concerné des radios communautaires telles que *Tabalde FM*, *Huayo FM*, *Tim-Timol FM*, *Ngatamare FM*, *Mbamtare FM*, etc., installées respectivement dans les localités suivantes : Ourossogui, Nabadji Civol, Ndioum, Dodel, etc. Au Sud, elle a porté sur des radios comme *Kasumay FM* (Ziguinchor Commune), *Diassing FM* (Marsasoum), *Gabou FM* (Kafoutine), *Kairaba FM* (Diouloulou), *Fogny FM* (Sindian), *Kabisen FM* (Oussouye Ville), *Kembeng FM* (Madina Wandifa), *Pkumel FM* (Goudomp Commune), *Blouf FM*

(Thionck Essyl) et *Awagna FM* (Bignona).

Tableau 2 : récapitulatif de la méthodologie

Nombre de radios étudiées	Localisation	Nombre d'entretiens réalisés	Types acteurs interrogés	Période d'observation
<u>une quinzaine</u>	Zone Nord-Est concerne celles situées dans l'axe Saint-Louis-Matam Zone Sud correspond à celles implantées à Ziguinchor et à Sédiou	Une trentaine d'entretiens, y compris au téléphone	Directeurs de radios ; Animateurs ; Journalistes ; Chercheurs dans le secteur des médias ; Présidents d'association de radios proximité ou communautaires (URAC ; UTRAC ; RC/PDC, etc.) ; Auditeurs	Entre janvier 2024 et juillet 2025

3. Résultats de l'étude

Avant de décrire et analyser les caractéristiques du modèle économique des radios communautaires sénégalaises, telles qu'elles apparaissent dans les résultats de cette étude, il nous semble important de revenir au préalable sur le contexte d'émergence de ces médias.

3.1. Contexte d'émergence des radios communautaires sénégalaises

Historiquement, les radios communautaires ont fait leur première apparition en Amérique latine dans les années 1950, notamment en Bolivie et en Colombie. Dans les années 1970, la recherche latino-américaine en communication a d'ailleurs été particulièrement séduite par ces « expériences radiophoniques appelées participatives, dialogiques, éducatives, populaires ou alternatives » (Capra 138). Celles-ci procédaient de projets non lucratifs qui tentaient de stimuler la fougue démocratique et le changement social (139). En Europe, les radios de proximité remontent aux années 1930 (Ballarini, 2008). Cependant, c'est principalement dans les années 1960-1970, quand la communication verticale émanant des grands médias de masse commençait à

être décriée dans les pays développées³ (Lafrance 40), que les radios communautaires sont considérées comme de véritables médias alternatifs (Ndiaye 58).

Au Sénégal, ce n'est qu'au milieu des années 1990, rappelons-le, qu'elles ont commencé à émettre, presqu'au même moment que les radios privées commerciales, avec le lancement en 1996 de *Penc Mi FM* à Mbour dans la région de Thiès. Depuis lors, leur création fait légion dans le paysage médiatique sénégalais. Généralement, les radios communautaires sénégalaises sont nées sur l'initiative d'associations communautaires et de développement qui militent pour l'amélioration des conditions de vie des populations dans les zones où elles sont implantées, et qui misent sur la communication de masse pour atteindre leurs objectifs. Il s'agit d'associations d'agriculteurs, de femmes (comme l'union régionale Sant Yalla qui a lancé la radio communautaire *Kasumay FM*), d'éleveurs, d'associations socioculturelles (comme l'association mancagne Pkumel qui porte *Pkumel FM*) et des ONG qui militent en faveur des droits de l'Homme.

En milieu rural sénégalais, les radios communautaires sont considérées comme des instruments de sensibilisation contre certains « fléaux », notamment l'excision des filles, les mariages précoces et la déperdition scolaire, entre autres. Lors de la Covid-19, elles ont joué un rôle clé dans les différentes approches communautaires de sensibilisation contre cette épidémie ayant fait des millions de morts dans le monde entre 2019 et 2022. Elles sont également très actives dans la régulation sociale, du fait de leur rôle important dans la cohabitation pacifique entre communautés locales. Elles interviennent en effet dans les conflits entre éleveurs et agriculteurs, du fait de la divagation des troupeaux dans les champs de ces derniers. Leurs vocations légales voudraient même que ces radios participent au renforcement de la cohésion sociale (CNRA 39). Par ailleurs, elles sont considérées comme des outils de développement au niveau local, en matière de vulgarisation agricole,

³ Jean Paul Lafrance (40) précise que ce qui était mis en cause c'est, notamment la tendance globalisante des grands médias comme la radio, la télévision et les journaux, lesquels ne prennent pas en compte les minorités (« de langue, de sexe, de religion et d'opinion ») et limitaient l'information à un niveau national. Ce qui faisait que dans certains pays comme la Belgique, la Hollande, le Québec, la France, l'Italie, la Catalogne etc. des groupes de constatations ont cherché d'autres moyens alternatifs de communication en fabriquant des outils appropriés à cet effet. Ainsi, sont nées les radios communautaires dont les appellations varient d'un pays à l'autre.

en diffusion des informations précieuses sur de nouvelles techniques de production et de fertilisation des sols.

Le rôle des radios communautaires est ainsi d'autant plus important que ces médias parlent et utilisent les langues locales, dans un contexte médiatique où l'usage fréquent du français dans les programmes des médias *mainstream* constitue une sérieuse barrière pour des populations majoritairement analphabètes (Tudesq, 1983 ; Samb 23).

D'un point de vue juridique, contrairement aux radios privées commerciales, les radios communautaires n'étaient pas prises en compte par la Loi 96-04 du 22 février 1996 ayant fait office de code la presse au Sénégal jusqu'en 2017. La raison est que cette loi a été votée tout juste avant le lancement des premières radios communautaires, sans que ses dispositions n'aient, de plus, prévu ce type de radio, alors inconnu du paysage médiatique sénégalais. Pour éviter qu'elles ne fonctionnent dans un vide juridique, elles étaient régies par des cahiers de charges signés par l'Etat et leurs promoteurs. Depuis 2017, l'absence des radios communautaires dans l'arsenal juridique médiatique local a été corrigée, à travers l'élaboration et la promulgation du nouveau code de la presse sénégalaise, en remplacement de la Loi 96-04 évoquée ci-dessus. Dans la foulée, le cahier des charges des radios communautaires de 1996 a été remplacé en 2022 par un autre qui donne une définition et des missions plus claires à ce type de radio. Selon ce nouveau cahier des charges relatif à l'établissement et/ou à l'exploitation d'un service sonore de radiodiffusion sonore et non commerciale ou radio de proximité ou radio communautaire :

une radio de proximité ou communautaire est un service de radiodiffusion sonore non commercial diffusé sur une zone géographique correspondant à une localité et ses environs immédiats ou à plusieurs localités et dont la programmation s'adresse à tout ou partie de cette zone. Les services de radio de proximité ou communautaire sont assurés par les associations ou organismes, publics ou privés, de droit sénégalais, à but non lucratif, détenteurs d'une autorisation dans ce sens et ayant signé une convention avec l'organe de régulation.

En ce qui concerne les missions des radios de proximité ou communautaires, elles consistent, toujours selon ce nouveau cahier des charges à :

diffuser les droits humains et de la démocratie ; diffuser des émissions

à caractère citoyen ; diffuser des émissions pouvant contribuer à la formation, au civisme, à la société, à la cohésion sociale et à l'unité nationale ; diffuser des émissions relatives au bien-être social, à la santé, au droit, aux technologies de l'information et de la communication, au sport, au monde du travail, aux femmes et aux enfants ainsi que des questions de société ; répondre aux besoins et aux aspirations des populations en matière d'éducation, de formation, de culture et de divertissement ; œuvrer pour la concorde et la tolérance ; réaliser le développement durable ; promouvoir la culture nationale dans sa diversité et l'ouverture sur les autres cultures ; diffuser des programmes liés aux préoccupations réelles des populations de la zone concernée afin de leurs aider à améliorer leurs conditions de vie ; faire la promotion des langues nationales ; accompagner et soutenir les initiatives de développement de la zone concernée ; et développer l'information de proximité.

Selon le cahier des charges qui les régit, les radios communautaires n'ont pas le droit de diffuser au-delà d'un rayon de 70 km.

Du point de vue de leur nombre, le Sénégal compte aujourd'hui 250 radios associatives et communautaires implantées sur l'ensemble de son territoire dont 102⁴ sont membres de l'Union des Radios communautaires (URAC) du Sénégal (voir carte suivante). D'un point de vue statistique, les radios communautaires constituent la catégorie de média la plus nombreuse du paysage médiatique sénégalais. Dans le domaine médiatique (MCTN 10), ce pays compte en effet actuellement 50 titres (quotidiens, hebdomadaires et mensuels), 300 radios dont 250 radios communautaires, 35 télévisions TNT gratuites et 150 sites d'information enregistrés qui se répartissent dans trois secteurs distincts : le secteur des médias d'Etat, celui des médias privés commerciaux et celui des médias communautaires.

Carte : les radios communautaires membres de l'URAC

⁴ Entretien téléphonique de précision avec un spécialiste de la radio communautaire, le 23 juillet 2025.



Source : <https://uracsenegal.sn/>

Cette cartographie des radios communautaires sénégalaises est loin d'être exhaustive. Cependant, elle fournit une certaine idée de leur nombre et de leur répartition sur le territoire sénégalais avec une concentration assez significative sur l'axe Nord-Ouest et dans la partie méridionale correspondant à la Casamance où sévit un conflit indépendantiste entre le MFDC et l'État du Sénégal depuis 1983 (Gasser, 2002), ce qui est l'un des facteurs ayant favorisé le déploiement de ce type de radio dans cette partie du pays pour, entre autres, appeler à la paix.

3.2. Les radios communautaires sénégalaises dans leur écosystème, un archétype de média de proximité économiquement extraverti et non viable

Quand on parle de l'économie des médias au Sénégal, les radios communautaires incluses, il y a un consensus quasi unanime chez les chercheurs. Il s'agit de la difficulté de dresser un tableau financier ou économique complet pouvant satisfaire l'analyse scientifique. Une insuffisance de données concluantes empêche, en effet, la compréhension de

fond des systèmes financiers des médias. Cet écueil fondamental tient à la quasi impossibilité d'obtenir des renseignements fiables sur la situation financière exacte des médias. L'Unesco avait fait cette observation : « le secteur de l'audiovisuel est caractérisé en Afrique par une quasi-absence de statistiques et d'études officielles [...] » (Unesco 251). Certes il y a des recherches qui ont essayé d'investir cette problématique au Sénégal mais elles sont encore à l'étape d'ébauche. La raison est simple et évidente : les recherches en la matière se heurtent souvent au refus des acteurs médiatiques de coopérer. Ces derniers brandissent généralement le caractère confidentiel de leurs données, sous prétexte de la concurrence. Curieusement et comme le note Moustapha Barry (20), ce sont les mêmes acteurs qui exigent de la transparence aux entreprises commerciales et aux élites politiques et économiques, alors que dans les médias sénégalais, tout secteur confondu, les finances sont soumises « terriblement [au] manque de transparence ».

Cependant, il est possible, sur la base de recherches documentaires confrontées à des observations sur des éléments factuels et des entretiens empiriques avec des acteurs clés de ce secteur, de se faire une idée du modèle économique des radios communautaires sénégalaises et, par ricochet, ses spécificités.

3.2.1. Des ressources financières locales très insuffisantes

Lorsqu'on se livre à un examen du modèle économique des radios communautaires au Sénégal, le constat majeur qui s'impose est que ces médias de proximité n'ont pas de revenus propres suffisants pouvant garantir leurs financements durables.

3.2.1.1. La publicité commerciale, une source de financement interdite

Dans la plupart des écosystèmes médiatiques, c'est généralement la publicité qui permet aux médias de vivre. Au Sénégal, le marché publicitaire, en situation de pénurie dans les années 1980-1990, a connu, depuis la décennie 2000, une évolution très significative, tant et si bien qu'on pourrait parler d'une situation de relative abondance. En effet, toutes les données recueillies au cours de notre étude montrent que ce marché, estimé à plus de 12 milliards de Francs CFA par an (Irex, 2012), est un secteur très dynamique. Il est capable de faire vivre la presse dans son ensemble. Ce dynamisme est d'abord lié à l'essor des opérateurs de téléphonie mobile et d'internet, qui se disputent un

marché de plus de 14 millions d'abonnés pour une population de 18 millions d'habitants et qui investissent des sommes très importantes dans le domaine de la publicité. Ce dynamisme est ensuite lié au développement des firmes agro-alimentaires, proposant aux consommateurs sénégalais des produits de toutes sortes en misant sur la publicité. Néanmoins, contrairement aux médias du secteur public et à ceux du secteur privé commercial, les radios communautaires sénégalaises ne peuvent pas tirer profit de ce marché publicitaire, du fait de leur statut légal qui leur interdit de faire de la publicité commerciale, ce qui constitue un réel manque à gagner. Selon l'article 1^e de leur cahier des charges signés entre l'État et les radios communautaires, celles-ci sont en effet des radios privées à *but non lucratif* et, à ce titre, ne peuvent ni participer « *au débat politique* » ni faire de la *publicité commerciale*. Elles sont autorisées seulement à faire de la publicité à vocation sociale, en appui aux politiques de développement, à hauteur de « 15 à 20 % »⁵ de leurs ressources :

Les radios de proximité ou communautaires ne sont pas autorisées à diffuser des messages publicitaires ou des publireportages. Est interdite toute aide en numéraire, en nature ou en industrie provenant des partis politiques. Sont également interdits les financements étrangers de la presse nationale (tous supports confondus), de quelque nature que ce soit ou toute aide venant directement ou indirectement d'un Etat étranger, en dehors des accords diplomatiques entretenus par le Sénégal ainsi que toute source de financement jugée illicite par la législation. (Article 27)

Cette proscription faite aux radios communautaires et associatives au Sénégal de faire de la publicité (commerciale) est sévèrement encadrée par le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) qui dispose de pouvoirs de contrôle et de sanction à l'encontre des radios ne respectant pas les prescriptions formulées à travers leur cahier des charges. Selon la plupart des personnes interviewées au cours de cette étude, l'interdiction formelle faite aux radios communautaires sénégalaises de faire de la publicité s'est révélée être, avec le temps, la principale source de non viabilité de ces radios. Cela représente un gros manque à gagner. Officiellement, la raison évoquée pour justifier cette interdiction vise à préserver leur vocation sociale et

⁵ Ceci est à mettre à l'actif du lobbying effectué par l'URAC (la structure fédératrice des radios communautaires du Sénégal) auprès des pouvoirs publics sénégalais (Senghor, 2011).

l'indépendance de leur ligne éditoriale des lobbies économiques et autres puissances d'argent.

3.2.1.2. Les dérisoires recettes des annonces à caractère communautaire

Privées d'un marché de publicité commerciale estimée à plus d'une douzaine de milliards de francs CFA par an, les radios communautaires parviennent à générer de modestes revenus, notamment grâce à la diffusion d'annonces à caractère communautaire, tels que les avis de décès, les déclarations de perte (animale ou matérielle) ou les annonces relatives à des événements locaux (religieux, culturels ou récréatifs). Les tarifs appliqués à ces services restent largement en deçà des coûts opérationnels supportés par ces structures médiatiques. À titre d'exemple, la diffusion d'un avis de décès peut, dans certains cas, rapporter à peine 1 000 F CFA à la radio, soit 100 F CFA par contributeur ou nom cité. Selon de nombreux témoignages recueillis, les prix pratiqués sont jugés très bas : « Dans une radio, vous faites un communiqué, c'est 2 000 F CFA, 3 000 FCFA. Dans certaines radios même, c'est 1 000 F CFA ».⁶ Cette situation est encore plus marquée chez les radios communautaires situées en milieu rural, souvent enclavées et déconnectées des grands centres urbains, jouissant de moins d'occasions d'annonces par rapport à celles implantées dans les zones urbaines ou périurbaines, plus dynamiques sur le plan socio-économique.⁷ Le niveau très bas des rentrées internes des radios communautaires constitue ainsi un facteur explicatif important de leurs difficultés économiques.

3.2.1.3. La modicité des quotes-parts des populations, des parrainages et dons

Puisque ces radios se définissent comme des médias par et pour les communautés, la logique voudrait que ces dernières participent à leur financement à travers des campagnes de « *fundraising* » ou de levée de fonds. Nos enquêtes font certes ressortir cet élan de solidarité mais, d'une manière générale, la contribution financière des populations aux radios

⁶ Entretien Libre lors de notre enquête exploratoire à Dakar au Siège de l'Institut Panos, le 5 janvier 2024.

⁷ Entretien semi directif avec un correspondant pour le groupe privé d'information Sud Com (Sud FM et Sud Quotidien), et le directeur de la radio communautaire Gabou Fm de Sédiou, le 06 janvier 2025 à Sédiou.

communautaires demeure très faible, vu que ces populations, habitant des zones relativement « pauvres », sont elles-mêmes précaires. Dans un tel contexte, les dispositifs de cotisation communautaire montrent leurs limites. Pour générer des revenus, certaines radios se tournent alors vers des activités à caractère récréatif comme les soirées d'auditeurs au cours desquelles les sommes collectées permettent aux radios communautaires de générer un peu de ressources. Au titre des actes de bienfaisance, on peut citer les clubs d'auditeurs et les associations promotrices de ces radios qui jouent souvent un rôle essentiel en prenant en charge une partie des frais de fonctionnement des radios. C'est le cas, par exemple, de la radio communautaire *Kassumay FM* (Ziguinchor ville), soutenue par l'association des femmes de l'Union Régionale SANTA YALLA, la structure fondatrice de la station.⁸

Au sujet du mécénats et du parrainage par des entreprises commerciales, il est à noter que le tissu entrepreneurial du pays est peu développé (Senghor 165). Les entreprises, notamment locales, ne sont pas en mesure de soutenir les radios. Toutefois, ces dernières peuvent bénéficier de temps à autre de dons de la part de membres influents de la communauté.

Par ailleurs, les radios communautaires du Sénégal sont désormais regroupées au sein du réseau des radios associatives et communautaires (URAC). Celui-ci joue un rôle stratégique dans la recherche de partenariats pour ces médias. Selon, les personnes interrogées, l'URAC a permis à certaines radios d'accéder à des partenariats rentables. Elle joue aussi le rôle d'interface avec la CNRA, l'organe en charge de la régulation des médias au Sénégal. En somme, en raison de la pauvreté qui caractérise souvent leurs zones d'implantation, les radios communautaires ne peuvent être économiquement et financièrement portées par les populations fortement éprouvées par des logiques de survie, au quotidien.

3.2.1.4. L'aide de l'État et les subventions locales, des ressources aléatoires

Les dispositions de la *Loi 96-04 du 22 février 1996* relative aux organes de communication sociale, aux professions de l'information et de la communication fixant l'attribution de l'aide publique à la presse au Sénégal

⁸ Entretien semi-directif avec la chargée des programmes de la radio Kassumay FM, le 16 janvier 2025, local de la radio à Ziguinchor commune.

n'avaient pas prévu les radios communautaires dans ce fonds. La Loi ayant été votée quelques mois avant l'autorisation d'émettre de la première radio communautaire du Sénégal, *Penc Mi FM* en 1996 (Faye 23). C'est la raison pour laquelle, les radios communautaires sont restées longtemps sans bénéficier de l'aide de l'État à la presse. Elle ne figurait pas dans cette loi. Et lorsque l'Etat, sous la pression des associations de radios communautaires, a décidé de les intégrer, cela n'a pas réduit leur précarité. Selon Mor Faye, les radios communautaires sénégalaises ne se retrouvaient en 2015 par exemple qu'avec 15,71% de l'aide publique de l'État à la presse, soit 110 000 000 F CFA (Faye, 2015, p. 29), alors que l'on dénombrait au même moment pas moins de 195 radios associatives et communautaires dans le pays (ARTP, 2016). Bien que cette subvention soit jugée très « dérisoire », les acteurs pensent toutefois qu'elle est « mieux que rien ».⁹ Selon un acteur des radios communautaires interviewé, « nous n'avons jamais dépassée 1 000 000 F FCFA, mais quand cette aide venait nous la répartissons entre le personnel, la prise en charge et le maintien ».¹⁰

Depuis 2017, à la faveur de la promulgation du nouveau code de la presse, les radios communautaires sont bénéficiaires potentielles de droit du Fond d'Appui et de Développement de la Presse, dispositif ayant remplacé l'aide de l'Etat à la presse, du point de vue de son appellation. Seulement, depuis 2024, l'aide est bloquée par le régime sénégalais, ce qui accentue davantage la gravité de la situation économique et financières des radios communautaires.

En plus de cette allocation annuelle octroyée dérisoirement et aléatoirement par l'État, les radios communautaires bénéficient, selon les circonstances, du soutien d'institutions publiques nationales et locales. Par exemple, lors de la récente campagne de vaccination du chapelet, les radios situées dans les zones sylvopastorales comme le Ferlo ont obtenu des fonds. Ce soutien se manifeste par la mise en œuvre de programmes ou de campagne de sensibilisation nécessitant la production et la diffusion de contenus radiophoniques dans les domaines tels que la santé, l'éducation, la sécurité routière, l'environnement, le civisme, etc. Ces interventions donnent lieu à des

⁹ Entretien semi-directif avec le directeur de la radio communautaire *Blouf FM* de Thionck Essyl, le 10 janvier 2025 à Thionck Essyl.

¹⁰ Entretien semi-directif avec un membre du Réseau Dialogue et Communication et acteur clés de la radio communautaire Kairaba FM de Diouloulou, le 06 janvier 2025 à Diouloulou.

conventions prévoyant la diffusion de messages et de spots institutionnels, en contrepartie d'une rémunération versée aux radios.

Toutefois, le caractère ponctuel ou occasionnel de ce type de ressources n'aide en rien les radios communautaires dans la durée. Certaines radios bénéficient, de surcroît, du soutien d'acteurs politico-publics locaux. Par exemple, la radio *Blouf FM* reçoit une subvention de la municipalité de Thionck Essyl (Région de Ziguinchor) couvrant ses frais d'électricité¹¹, qui représentent la bête noire des radios communautaires sénégalaises. De même, *Diassing FM* (à Marsasoum dans la région de Sédhio) est appuyée par son maire, un ancien président du conseil d'administration de cette radio, ainsi que par des partenaires comme la commune d'Anderlecht de Belgique¹². La radio *Kaf FM*, quant à elle, bénéficie du soutien direct de la maire de Kafountine (Région de Ziguinchor).¹³

Cependant, ces subventions sont parfois dangereuses pour l'indépendance éditoriale de ces radios. En effet, certains politiciens « véreux » au niveau local en profitent pour exercer une influence sur les contenus diffusés, en changeant ces médias de proximité en outils de propagande politique. Cette dépendance financière a déjà conduit plusieurs radios à l'allégeance en adoptant une ligne éditoriale favorable aux autorités en place (Ndiaye 69). Selon un témoignage recueilli auprès de X, la radio *Ngatamare FM* de Ndioum avait, à un moment donné, épousé la ligne politique de Cheikh Oumar Anne. Ce dernier est un leader politique influent du département de Podor. Il est ancien ministre du gouvernement sénégalais sous le régime de Macky Sall. Il est l'actuel maire de la commune de Ndioum (Région de Saint-Louis). Notre interlocuteur déplore : « Cheikh Oumar Anne sera ici (Ndioum), il faut que la radio Ngatamare FM en fasse un direct. C'est eux les gouvernants. [...] Il y a un meeting politique récemment à Namarel, [...] la radio PIP [Programme Intégré de Podor, une ONG qui a donné naissance à une radio] fait le direct, alors que c'est la période de la pré-campagne ».

3.2.1.5. Le numérique : une économie inédite ou une simple utilisation

¹¹ Entretien semi-directif avec le directeur de la radio communautaire *Blouf FM* de Thionck Essyl, le 10 janvier 2025 à Thionck Essyl.

¹² Entretien semi-directif avec le directeur de la radio communautaire *Diassing FM* implantée à Marsassoum (dans le Sédhio), le 04 janvier 2025 à Marsassoum.

¹³ Entretien semi-directif avec le directeur de la radio communautaire *Kafountine FM* implantée à Kafountine (dans le département de Bignona), le 07 janvier 2025 à Kafountine.

symbolique

Le numérique représente, actuellement, un levier important pour la transformation du paysage médiatique sénégalais (Ndiaye 68), en particulier pour les radios communautaires. Longtemps confinées à un rayon de diffusion restreint géographiquement (Damome, 2016), généralement estimé à 70 kilomètres et confrontées à la domination de grandes stations, aujourd’hui, beaucoup de radios communautaires ont su, bien que de façon tout à fait relative, tirer parti des technologies de l’information et de communication pour renforcer leur visibilité et élargir leur audience. Certaines d’entre elles tendent, d’ailleurs, à se structurer comme de véritables « *groupes de presse* » (l’expression est du Professeur Ndiaga Loum). Bien que l’analogie soit leur principale caractéristique structurante (Senghor, 2011), la plupart ont déjà commencé à diversifier leurs supports de diffusion à travers, notamment des chaînes YouTube (les Web Tv ou Web radios servant à la synchronisation en direct ou en différé de leurs programmes), des pages Facebook, des sites internet.

Malgré un véritable engouement, ces outils numériques sont pour le moment peu performants pour les radios communautaires sénégalaises. Cette dynamique d’intégration du numérique s’inscrit, surtout dans la logique de valorisation symbolique. Autrement dit, elles ont plus investi l’internet et ses outils en vue d’élargir leur audience au-delà des limites territoriales traditionnelles que pour une véritable logique de rentabilisation économique effective. Faute de moyens suffisants et de nombre suffisant de followers, elles ne parviennent pas à monétiser leurs contenus en ligne¹⁴. Selon les acteurs interviewés, leur principale motivation pour le moment réside dans la quête de visibilité et l’anticipation des mutations du paysage médiatique. Ils restent, d’ailleurs, très conscients que la précarité économique caractérisant leur secteur limite fortement leur capacité à exploiter pleinement les potentialités offertes par le numérique. Ces contraintes illustrent la dépendance structurelle des radios communautaires à des financements exogènes, fragilisant leur autonomie éditoriale.

3.2.2. Des radios communautaires qui survivent essentiellement grâce

¹⁴ Entretien téléphonique avec un ex-animateur de la radio communautaire *Yaabo FM*, le 24 janvier 2024.

à l'argent de l'étranger

En effet, faute de trouver des ressources locales suffisantes pour se financer, la plupart des radios communautaires sénégalaises se tournent alors vers les bailleurs de fonds étrangers pour bénéficier d'un appui, d'autant que ces derniers avaient déjà financé le démarrage de bon nombre d'entre elles. Ce soutien communément appelé « *l'appui aux médias* » ou encore « *media assistance* » en anglais, grâce auquel de nombreuses radios communautaires parviennent à se maintenir, leur provient le plus souvent d'ONG, d'institutions internationales ou de pays étrangers. Cela alimente considérablement « *l'extraversion de l'économie* » des radios communautaires et associatives dans la plupart des pays africains (Frère, 2016). Il y a de nombreux effets pervers associés à cette main tendue des radios communautaires pour se financer. En effet, lorsque ces soutiens extérieurs viennent à se tarir, les radios communautaires se retrouvent confrontées à de sérieuses difficultés de trésorerie. Cela impacte durement leurs développements et contraint certaines à fermer. À ce propos, un interlocuteur de la radio communautaire *Fogny FM* de Sindian (dans le département de Bignona-Région de Ziguinchor) admet : « quand on a démarré, c'était l'ONG World Education Senegal qui prenait en charge le paiement de l'électricité pour nous. À partir de spots de paix qu'ils avaient amenés, cette somme servait au paiement du courant. Depuis, le départ de World Education, on n'a pas beaucoup de rentrées de fonds ».¹⁵ Cette situation démontre combien ces médias de proximité dépendent financièrement et économiquement de structures influentes au niveau international, surtout en termes d'équipements et d'appuis financiers. La plupart des personnes interviewées ont reconnu cette part importante de l'aide extérieure dans l'économie des radios communautaires sénégalaises. Selon un animateur de la radio *Kaf FM* de Kafountine, leur radio « est financée par des Américains [...] par l'interface de World Education Senegal. Après le financement, ils ont accompagné la radio en termes de formation des agents pour un temps donné ». Il ajoute :

le premier partenaire de la Kaf FM, le facilitateur même du projet d'installation de notre radio est l'ONG Justice et Développement. Il y a d'autres ONG, comme l'AMP (Air Marine Protégée d'Abénin), qui

¹⁵ Entretien semi-directif avec le directeur de la radio communautaire *Fogny FM* installée à Sindian (dans le département de Bignona), le 05 janvier 2025 à Sindian.

soutiennent également notre radio. Nous sommes également en partenariat avec le projet PEDEC (Projet pour le Développement Économique de la Casamance). Nous collaborons avec ce projet sur la base d'une concertation et d'un plan d'action. À chaque fois, quand il y a le besoin, ils nous contactent et nous donnent les TDR (termes de référence). Nos principales recettes proviennent de ces partenaires qui interviennent dans la zone.¹⁶

Un autre interviewé, animateur et directeur de la radio communautaire *Diassing FM* de Marsassoum (Sédhiou) va dans le même sens que ces prédecesseurs : En prélude à l'installation de la radio, nous avons été portés financièrement par l'ONG World Education. C'est World Education qui nous payait la facture. C'est World Education qui nous payait les agents. C'est World Education qui nous faisait beaucoup de choses. World Education Senegal à travers l'image d'Abdou Sarr, qui était la personne morale qui a installé certaines radios communautaires en Casamance.¹⁷

Ces extraits d'entretiens montrent que c'est devenu presqu'une tradition de voir les radios communautaires sénégalaises compter sur de multiples appuis provenant de l'étranger pour fonctionner et survivre. D'ailleurs, *Penc Mi FM*, la pionnière en matière de radios communautaires et associatives au Sénégal, a longtemps fonctionné grâce aux financements d'Oxfam (Ndiaye, 2008). Cette ONG a supporté l'ensemble des charges liées au démarrage de cette radio : les locaux, le matériel de démarrage, le paiement des salaires du personnel, le règlement des factures d'électricité, le téléphone. Cependant, le contexte international n'est pas toujours propice aux dotations financières issues de l'étranger. C'est un contexte qui fluctue idéologiquement. Par exemple, dès le retour de Donald Trump au pouvoir aux USA en 2025, il a gelé les fonds de beaucoup de structures d'appui au développement à destination des pays étrangers dont l'ONG World Education faisait partie. En toute évidence, comme cette ONG n'était plus financée, elle ne pouvait continuer d'appuyer les radios communautaires, notamment en Casamance. En conséquence, ces radios sont en proie à des difficultés majeures lorsque ce principal donateur s'est désengagé. Laissées à elles seules, elles survivent

¹⁶ Entretien semi-directif avec le directeur de la radio communautaire *Kafountine FM* implantée à Kafountine (dans le département de Bignona), le 07 janvier 2025 à Kafountine.

¹⁷ Entretien semi-directif avec le directeur de la radio communautaire *Diassing Fm* implantée à Marsassoum (dans le Sédhiou), le 04 janvier 2025 à Marsassoum.

difficilement.

D'ailleurs, un constat mérite d'être fait : l'intervention des bailleurs de fonds étrangers dans le paysage médiatique communautaire n'est pas toujours fortuite. Souvent, aussi remarquables que soient leurs principes, cette intervention est parée de rationalités non philanthropiques. La logique de rente est subordonnée aux actions de beaucoup de bailleurs. Comme l'observe cet interlocuteur :

Dès fois c'est un marché où le bailleur a de l'argent à dépenser. Le bailleur a ses salaires et souvent c'est ce qui le préoccupe plus. Et il va dépenser l'argent pour après aller collecter. Ça ne marche pas, mais il a besoin de dépenser. Il va au Nord [...] aux affaires étrangères au Canada ou l'Usaid, ils vont donner l'argent parce qu'il a chez lui des coopérants.¹⁸

Et même lorsque les radios communautaires parviennent à obtenir le soutien des bailleurs, une autre pratique engourdit généralement la gestion des fonds assignés. Ceux-ci ne profitent pas parfois aux radios du fait qu'ils peuvent tomber promptement dans les tirelires des managers ou faire l'objet de « *ceddo* »¹⁹ entre des « *dodu bonnets* » ne vivant que grâce aux maigres recettes générées par les radios communautaires. Au fond, ceux qui ont en charge les trésoreries des radios communautaires sont souvent des individus qui peinent à subvenir à leurs propres besoins (Barry, 2016). Ce sont ces pratiques nébuleuses qui ont sans doute poussé Oumar Seck Ndiaye à dire en caricaturant que la grande majorité de ces radios communautaires sont « *faussement communautaires* ». Cela pour dire que des individus tapis dans l'ombre, se dissimulant derrière des radios communautaires, arrivent à décrocher des fonds pour des motifs obscurs.

Pour provocateur et relatif que puisse être ce constat, les détournements des fonds affectés aux radios communautaires figurent parmi les « maux » qui freinent leur développement. On ne peut pas dire que les bailleurs n'en sont pas conscients. Mais ce qu'on peut avancer, c'est qu'ils n'ont pas la logistique pour contrôler efficacement l'ensemble de la chaîne de financement de ce secteur, encore qu'ils ne se mêlent pas du management

¹⁸ Entretien libre avec un spécialiste de la radio communautaire au Sénégal, le 03 janvier 2024 au Cité Rail de Thiès.

¹⁹ C'est un terme utilisé dans le langage courant au Sénégal pour désigner le partage de biens souvent mal acquis. L'expression est propre aux wolofs.

interne des radios.²⁰

Tableau 3 : synthèse des principales sources de financements des radios de proximité ou communautaires sénégalaises

	Externes	Internes
Sources de financements hétéroclites, cependant précaires	Subvention publique de l'État aux médias Subvention des municipalités (relative d'une radio à une autre) Appui de bailleurs de fonds étrangers (ONG et institutions internationales, pays partenaires) Parrainages et mécénats d'entreprises commerciales (presqu'inexistante pour le moment au Sénégal) Dons des membres influents de la communauté ou de bonnes volontés Contributions des populations ou des membres de la communication (très faibles) Clubs d'auditeurs Associations promotrices des radios URAC avec un rôle stratégique dans la recherche de partenaires pour les radios Synchronisation des programmes de radios privées commerciales	Diffusion d'annonces à caractère communautaire (avis, communiqué, couverture d'événements) Activités récréatives (soirées des auditeurs, anniversaires de radio) Fraude publicitaire (dans certains cas)

²⁰ Entretien semi-directif (1h) en ligne avec Caroline Vuillemin, la directrice générale de la Fondation suisse Hirondelle et Sacha Muter, le responsable de la recherche et des politiques de cette ONG, le 10 décembre 2024 à 11h (heure suisse).

NB : ce tableau reconstitue les différentes sources de financements des radios de proximité ou communautaires sénégalaises à partir des données de notre étude.

En somme, l'analyse des différentes sources de financement des radios communautaires sénégalaises montre que ces dernières ne disposent pas de modèle économique viable.

3.2.3. Des radios entre contraintes, résilience et risques permanents de fermeture

Dès lors, faute de moyens suffisants pour financer convenablement leurs activités, les radios communautaires sénégalaises sont en proie à d'énormes contraintes de fonctionnement qui sont surtout liés :

- au paiement de l'électricité

Sur le plan financier, il y a la prise en charge de l'électricité qui nous pose beaucoup de problèmes. D'ailleurs, je dois quitter normalement aujourd'hui ou demain. Alors, avant que je ne parte, je me suis arc-bouté pour au moins leur mettre suffisamment de courant. Aujourd'hui, j'ai payé 35 000 francs pour l'électricité. Ça dure juste une semaine. Parce que les émetteurs bouffent beaucoup de l'électricité.²¹

- à la motivation du personnel

Les radios communautaires sénégalaises ne parviennent pas à retenir leurs ressources humaines de qualité car elles n'ont pas les moyens de les rémunérer. D'où, un *turn over* très important au niveau du personnel dont certains sont obligés d'aller monnayer leurs talents ailleurs :

C'est la débauche. La radio c'est une entreprise. Souvent nous échangeons des éléments. Les bons éléments sont écoutés et ils sont coptés ailleurs. Mais le grand problème, c'est que les gens sont intéressés par ce qu'ils font, mais aussi, ils ne peuvent laisser leur source de revenus pour venir faire 4 à 5 heures de temps à la radio, pour ne rien avoir à la fin.²²

Cette situation découle en partie du cadre statutaire des radios communautaires sénégalaises dont le personnel est censé être bénévole

²¹ Entretien semi-directif avec le directeur de la radio communautaire *Diassing Fm* implantée à Marsassoum (dans le Sédhiou), le 04 janvier 2025 à Marsassoum.

²² Entretien semi-directif avec un animateur à la radio communautaire *Kairaba FM* de Diouloulou, le 06 janvier 2025.

(Article 190).

Toutefois, cette exigence réglementaire entre en contradiction avec la réalité sociale des animateurs qui ont des « familles à nourrir et des enfants à envoyer à l'école » (Frère 23). En raison de la situation de précarité financière décrite dans ce secteur médiatique, il est arrivé à maintes reprises, dès qu'un animateur acquiert une certaine compétence ou visibilité, qu'il quitte la radio communautaire pour des structures capables de mieux valoriser son savoir-faire et ses compétences obtenues, généralement sur le tas. Selon un enquêté, « 15 éléments formés à Oxy'Jeunes » se sont retrouvés par la suite chez le groupe de presse privée Walfadjiri.²³ Ce phénomène de mobilité du personnel des radios communautaires sénégalaises ou d'animateurs en « *attendant* », pour paraphraser l'expression de Diègou Bailly (2001), contraint les radios à renouveler constamment leur capital humain, en réinvestissant sans fin dans des formations sur le tas d'un personnel qu'elles ne peuvent, malheureusement, garder longtemps. Toutefois, même ceux qui restent dans ces structures médiatiques, peut-être par choix, malgré les difficultés observées, espèrent compenser l'absence de salaire à travers les « *perdiem* » de « 5 000 FCFA à 10 000 FCFA » perçus lors d'ateliers de renforcement de capacités ou d'évènements couverts localement (Paye, 2013, *in* M. C-Diop (dir) 647). Ce « journalisme de marché » (Adjovi, 2002, cité par Frère, 2016) s'explique essentiellement par la précarité manifeste des radios communautaires. La faiblesse des revenus de leurs médias et leurs conditions sociales précaires conduisent les animateurs à s'adonner à des arrangements informels, en monnayant leurs micros en contrepartie de petites payes (Frère 215).

- à la maintenance des émetteurs et au renouvellement du matériel

Il arrive régulièrement que les émetteurs des radios communautaires sénégalaises tombent en panne et restent longtemps sans être réparés, faute d'argent pour assurer leur maintenance. La radio *Kembeng FM* de Madina Wandifa a dernièrement été en silence pendant 5 mois en raison d'une panne :

Sur le plan matériel, ici, nous avons connu deux foudres. Tout a été calciné. Les dégâts des foudres étaient importants. Mais, on a été assisté par la municipalité. Donc, avec l'appui du maire, nous avons

²³ Entretien libre avec un spécialiste de la radio communautaire au Sénégal, le 02 janvier 2024 au Cité Rial de Thiès.

pu renouveler tous nos matériaux. Parce qu'ici, rien n'était resté. Tout était parti à cause de la foudre. Donc, nous avons ce problème-là.²⁴

Un animateur de la radio *Kairaba FM* implantée à Diouloulou nous a confié que pendant la saison des pluies leur radio est en vacances, ainsi que d'autres. En effet, si par malheur la foudre arrive à détruire leur émetteur, ils n'auront pas les moyens de le dépanner facilement.

Le renouvellement du matériel pose également problème, par défaut d'un budget d'investissement. C'est la raison pour laquelle, les radios communautaires n'ont pas effectué leur virage au numérique et se retrouvent avec du matériel analogique, archaïque et dépassé. Au mieux, elles continuent à recevoir des dons de matériels d'homologues occidentaux qui sont eux-mêmes technologiquement passés de mode. Cela fait dire au journaliste Souleymane Niang, lors d'un entretien, que les radios communautaires sont devenues les « cimetières technologiques des médias occidentaux ».

- au paiement de la location pour certaines radios

Sur le terrain, de nombreuses radios communautaires cumulent des arriérés de loyer, faute de moyens suffisants. Cela entraîne souvent des cessations d'activités. C'est le cas de *Yaaho FM*, qui a fermé, du fait qu'elle ne pouvait plus supporter les charges de la location, combinées aux paiements de l'électricité.

Confrontées à un déséquilibre structurel de leur modèle économique, ce qui est accentué par un désengagement progressif des bailleurs de fonds, les radios communautaires sénégalaises ont développé divers procédés de résilience économique. Ces stratégies incluent la rationalisation budgétaire, souvent matérialisée par la réduction des plages horaires de diffusion. Par exemple, « la radio *Gaynaako FM* de Namarel (Podor) ne diffuse que nuitamment entre 20h et 21h »²⁵. Parmi les moyens de subsistance alternatifs, l'on observe également chez certaines stations un recours substantiel à la synchronisation avec des programmes des radios privées commerciales, contre une contrepartie mensuelle allant de « 100 000 F CFA à 200 000 F CFA ». Cette pratique est largement critiquée par les auditeurs qui ne reconnaissent plus ce nouveau boubou porté par leurs radios et qui pervertit

²⁴ Entretien semi-directif avec le directeur de la radio communautaire *Diassing Fm* implantée à Marsassoum (dans le Sédiou), le 04 janvier 2025 à Marsassoum.

²⁵ Entretien téléphonique avec un ex-animateur de la radio communautaire *Ngatamare FM* de Ndioum, le 25 janvier 2024.

la mission de service communautaire qui leur était reconnue. Ce sont donc les stratégies des acteurs (au sens de Michel Crozier) et les dynamiques structurelles qui pèsent lourdement sur la capacité des radios communautaires sénégalaises à remplir efficacement leur mission de service communautaire. D'autres radios adoptent des pratiques en violation avec leur cadre réglementaire en diffusant de la publicité commerciale et en couvrant des manifestations politiques (CNRA 13), en sachant même que ces activités sont réservées aux médias publics et aux médias commerciaux. Ces pratiques constituent une entorse à leur cahier des charges, qui leur interdit explicitement toute forme de publicité ou de *publireportage*.

L'autre levier économique identifié et exploité par les radios communautaires sénégalaises est le partenariat avec des « *tradi-praticiens* », généralement issus de la sous-région. Ces derniers, à travers des partenariats avec les radios, utilisent les antennes pour promouvoir leurs produits médicaux ou « leur remède à tout » (Sall, 2016). Oumar Seck Ndiaye qualifie le phénomène de « radio ndeup » où « l'auditeur échange avec une personne qui a la prétention de guérir ses maux physiques ou ses angoisses sexuelles ». De ce fait, les studios des radios sont transformés en « salle de consultation » (Ndiaye 29) où « les patients n'ont pas besoin de rendez-vous. Un coup de fil suffit » (37). Économiquement, la pratique est peut-être rentable pour ces radios. Seulement, elle contribue à donner du pouvoir et de la légitimité dans l'espace public sénégalais à des acteurs non conventionnés du système médical ou, comme le souligne Saidou Nourrou Sall, à agréer un « charlatanisme généralisé », somme toute, à l'ensemble des médias sénégalais. Cela, de toute évidence, complexifie le travail du régulateur, la CNRA.

En résumé, pour survivre, de nombreuses radios communautaires s'adonnent à des pratiques qui contreviennent à leur cahier des charges. Mais au fond cette posture s'explique davantage par les pressions économiques croissantes auxquelles elles sont confrontées que par la malhonnêteté des acteurs. Elles « fraudent », malgré elles. Même en recourant à de telles pratiques, nombre d'entre elles peinent encore à assurer leur viabilité financière sur le long terme.

Compte tenu de cette situation, les risques de fermeture des radios communautaires sont permanents. Cela permet de comprendre la forte mortalité qui caractérise ce secteur médiatique. Beaucoup n'émettent plus, faute de moyens de financement viables et pérennes. En cas de cessation d'activité d'une radio, les auditeurs sont souvent inquiets. Ils appellent et

interpellent les animateurs. Pour sauver leurs principales sources d'informations au niveau local, Ils se cotisent même pour aider la radio à se remettre en marche. Mais s'il s'agit d'un émetteur, les frais de maintenance se situent, en général, entre 1 et 2 millions F CFA. Leur contribution n'arrive pas à atteindre cette somme, ce qui plonge la radio concernée dans une zone de turbulence pleine d'incertitudes où se joue sa survie.

4. Discussion : quel modèle économique viable pour les radios communautaires ?

Confrontée aux résultats empiriques de la présente recherche, l'approche socioéconomique des médias, que nous avons mobilisée en nous appuyant sur les auteurs de référence cités précédemment, trouve encore toute sa pertinence, dans cette étude consacrée aux systèmes de financement des radios communautaires sénégalaises. En effet, selon cette perspective théorique, ce n'est pas seulement le projet éditorial qui garantit la viabilité d'un média, si utile soit-il sur le plan social ou idéologique mais il faut également un modèle économique capable de couvrir toutes les charges nécessaires à son fonctionnement. S'y ajoute que comme tout modèle économique, celui d'un média n'est pas le fruit d'un pilotage à vue. Elaboré en amont et enrichi par l'expérience, il s'inscrit dans une stratégie globale de développement du média considéré à court, moyen et longs termes.

À la lumière de ce postulat théorique, il ressort clairement que le modèle économique actuel des radios communautaires sénégalaises n'est pas du tout viable. C'est un modèle « *extraverti* » et moribond. Les acteurs du secteur en sont d'ailleurs conscients, à en juger par les nombreuses réflexions en cours à ce sujet. À travers différentes rencontres, ils ne cessent d'explorer de nouvelles pistes pour repenser le mode de financement et de fonctionnement global des radios communautaires sénégalaises. En comparant les différentes propositions, quelques perspectives pertinentes se dégagent.

Les acteurs s'accordent majoritairement à dire que le modèle économique des radios communautaires sénégalaises est à la fois vulnérable et obsolète, du fait d'un cahier de charges jugé « *archaïque* »²⁶ et inadapté aux

²⁶ Entretien téléphonique de précision avec la directrice de la radio communautaire Oxy, Jeunes FM de Pikine, le 23 juillet 2025.

réalités contemporaines. Ils appellent à une refonte de ce « *vieux document* ». Dans ce cadre, la réforme du statut juridique des radios communautaires est jugée nécessaire, notamment en les autorisant à faire la publicité commerciale pour mieux se financer, à la condition que cette publicité soit strictement limitée aux zones d'implantation de ces radios²⁷.

Cependant, l'Union des radios communautaires du Sénégal y va avec plus de réserves. Elle propose, pour ne pas davantage pervertir la mission de service communautaire de ces médias, d'accepter qu'elles se livrent à des activités commerciales, mais encadrées. Ainsi, elle prêche pour « l'introduction d'un seuil maximal de 25 % du budget annuel provenant de la publicité ». Au-delà de cette proposition, formulée lors des dernières Assises nationales de la presse sénégalaise 2022-2025, l'URAC plaide pour que ces structures médiatiques bénéficient d'avantages de l'État et des institutions publiques, afin de renforcer leur mission de service communautaire. Ensuite, concernant le statut du personnel des radios communautaires, l'URAC suggère l'instauration de statut mixte avec notamment des « salariés, des volontaires et des bénévoles », en fonction des capacités financières et organisationnelles de chaque radio. Seulement, cette proposition entre en conflit avec l'article 190 du Nouveau Code de la Presse sénégalaise de 2017 selon lequel : « Le personnel des radios associatives ou communautaires est constitué de bénévoles : Les radios communautaires sont interdites d'activités commerciales. Toutefois, elles peuvent bénéficier d'avantages de la part de l'État et des autres entités publiques ». Maintenant, la grande équation est : si ces radios obtiennent gain de cause, est-ce que le marché publicitaire qu'elles seront obligées de se disputer avec d'autres médias publics et privés peut leur permettre d'assurer un paiement régulier de leurs salariés ? Cette question est d'autant plus fondée que lorsqu'elles fonctionnent sur le modèle du bénévolat elles peinent à supporter leurs propres charges (électricité, loyer, téléphone, etc.). En outre, ces radios doivent être motivées par « *autre chose* [particulièrement les préoccupations de leurs communautés] que l'esprit d'entreprise et la recherche de performance » (Diouf, 2005, *in* Taureg (dir.) 118).

Enfin, d'autres voix s'élèvent pour promouvoir des modèles

²⁷ Entretien téléphonique de précision avec un acteur de l'Institut Panos de Dakar, le 22 juillet 2025.

économiques endogènes, qui sont principalement centrés sur la participation active des communautés. L'idée serait de créer des mécanismes numériques très flexibles par lesquels les auditeurs contribuent à la production et à l'accès à l'information, sans naturellement une contrainte financière excessive. Bien que ces dispositifs puissent renforcer le contrôle communautaire sur les contenus diffusés par leurs radios et l'appropriation de l'information par celles-ci, les citoyens sénégalais n'ont pas l'habitude d'acheter de l'information en ligne comme cela se fait au quotidien *Le Monde*, avec une carte bleue Visa. Pour finir, il convient de noter que bon nombre de ces réflexions et plaidoyers datent de plus d'une décennie et sont toujours sans réponse concrète.

Conclusion

Au début de cette recherche, notre problématique a consisté à questionner le modèle économique des radios communautaires sénégalaises, au vu de l'extrême vulnérabilité qui les caractérise, au point que bon nombre d'entre elles ont fermé ou cessé d'émettre. Partant de l'hypothèse que seule une investigation en profondeur dans leur écosystème permettait d'identifier les facteurs de vulnérabilité en cause, nous sommes allés sur le terrain et remontés aux acteurs et auditeurs de ces radios pour enquêter et comprendre.

Il résulte de notre étude que les radios communautaires sénégalaises ont un modèle économique peu prospère, en raison d'un cadre juridique très contraignant. L'interdiction qui leur est faite de diffuser des annonces commerciales pose un sérieux problème aux acteurs de ces radios. Cette interdiction figure dans le cahier des charges qui les régit, notamment le cahier des charges de 1996, modifié en 2022 par l'organe de régulation des médias au Sénégal (le CNRA). Bien qu'il ait évolué, en permettant à ces radios de faire de la publicité à hauteur de « 15 à 20 % », surtout à vocation sociale, cette évolution est jugée peu significative.

En définitive, pour que les radios communautaires sénégalaises puissent relever les défis économiques énormes de leur secteur, il nous semble important de :

- de réformer en profondeur le statut juridique des radios communautaires, de nature à lever les restrictions qui pèsent sur leur modèle économique comme l'interdiction de faire de la publicité commerciale. Cette recommandation rejette celle des acteurs des radios communautaires, formulées depuis de nombreuses années

sans suite ;

- d'organiser des états généraux exclusivement axés sur les problèmes des radios communautaires pour voir comment les solutionner. Une telle rencontre pourrait réunir, sous l'égide du Ministère de la Communication, des Télécommunications et du Numérique, les acteurs des radios communautaires, les associations d'auditeurs de ces radios, les organisations d'appui aux médias, comme l'Institut Panos Afrique de l'Ouest, la Fondation Friedrich Herbert, la Fondation Konrad Adenauer, des juristes, des chercheurs, etc. ;
- de professionnaliser davantage les acteurs des radios communautaires, à travers des séminaires de formation en management des médias. Gérer un média, soit-il communautaire, requiert des compétences en gestion.

C'est en ces termes que les problèmes de financement des radios communautaires sénégalaises sont à poser.

Cependant, ces problèmes ne sont pas spécifiques au contexte sénégalais. Dans d'autres pays de la région ouest-africaine, notamment au Burkina Faso, au Mali et au Niger, les radios communautaires locales connaissent des difficultés similaires. Tout comme leurs homologues sénégalaises, elles jouent un rôle très important pour leurs communautés d'implantation et sont confrontées à des contraintes économiques et financières qui hypothèque leur survie.

Œuvres citées

- Barry, Moustapha. *Histoire des médias au Sénégal : de la colonisation à nos jours.* Sociétés africaines et diaspora, L'Harmattan, 2013.
- Bourdieu, Pierre. *Sur la télévision. Raisons d'agir*, 1996.
- “Cahier des charges de 1994 applicables aux radios privées commerciales.” s. d.
- “Cahier des charges de 1996 relatif aux radios communautaires.” s. d.
- Capra, Paula. “L'originalité de la communication participative en Amérique Latine.” *Racines oubliées des Sciences de la Communication, Hermès*, no 48, CNRS Éditions, 2007.
- CNRA. “Le cahier des charges des radios de proximité ou communautaires.” 2022.
- CNRA. *Vers une nouvelle société numérique. Les grands chantiers. Rapport annuel 2014.*

- Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel du Sénégal, 2015.
- Diagne, Yacine. "Radios communautaires : outils de développement au Sénégal." Mémoire de DEA, Université Paris 13, 2005.
- Diop, Momar Coumba, éd. *Le Sénégal contemporain*. Collection "Hommes et sociétés", Éditions Karthala, 2002.
- Faye, Mor. "Bilan et perspectives de l'aide de l'État à la presse au Sénégal." *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. 1, no 16, 2015, pp. 20–37.
- Faye, Mor. "Médias Privés et Changements Sociaux en Afrique : acquis, limites et perspective (exemples du Bénin, du Sénégal et du Togo)." *Pour une autre Afrique : éléments de réflexions pour sortir de l'impasse*, L'Harmattan, 2014.
- Faye, Mor. *Presse privée écrite en Afrique francophone : enjeux démocratiques*. Études africaines, L'Harmattan, 2008.
- Frère, Marie-Soleil. *Journalismes d'Afrique*. Info & com, De Boeck supérieur, 2016.
- Grevisse, Benoît. *Déontologie du journalisme : enjeux éthiques et identités professionnelles*. 2e éd., Info & com, De Boeck, 2016.
- Gueye, Issa Thioro. *Les médias sous contrôle : liberté et responsabilité des journalistes au Sénégal*. Sociétés africaines et diaspora, L'Harmattan, 2006.
- Institut Panos et Union des journalistes de l'Afrique de l'Ouest, éd. *Le Pluralisme radiophonique en Afrique de l'Ouest*. Institut Panos / L'Harmattan, 1993.
- Lafrance, Jean-Paul. "Les médias face à la communication sociale : le paradoxe canadien." *Racines oubliées des Sciences de la Communication*, Hermès, no 48, CNRS Éditions, 2007.
- Le Gall, Marie Avron, et Mathilde Charpentier. "Antélim : une innovation radiophonique en communication sociale." *Racines oubliées des Sciences de la Communication*, Hermès, no 48, CNRS Éditions, 2007.
- Miège, Bernard. "Les industries culturelles et médiatiques : une approche socio-économique." Dans Stéphane Olivesi, éd., *Sciences de l'information et de la communication*, Presses universitaires de Grenoble, 2014, pp. 173–192.
- Minang, Alfred Angoué. *Le pluralisme de l'information en ligne dans la presse gabonaise en période électorale au Gabon*. Thèse de doctorat, Université Rhône Alpes, 2024.

- Moeglin, Pierre. "Pour une économie politique de la création. De la trivialité à la créativité." *Communication et langages*, no 185, 2015, pp. 49–66.
- Ndiaye, Abdou. "Les médias communautaires et le développement local : l'expérience de la radio communautaire de Fissel." Mémoire de DEA, Université Gaston Berger, 2008.
- Ndiaye, El Hadji Malick. "Les médias audiovisuels de proximité dans les pays membres du REFRAM : des conceptions et modèles de financement hétéroclites." *Les Cahiers du Journalisme – Recherches*, no 5, 2020, pp. 57–70.
- Rebillard, Franck. "Modèles socioéconomiques du journalisme en ligne et possibilités d'une information diversifiée." *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, no 12/3, 2011, pp. 81–95.
- Rieffel, Rémy. *Sociologie des médias*. 4e éd. actualisée et augmentée, Infocom, Ellipses, 2015.
- Sall, Saidou Nourou. "Sénégal : la santé au risque de l'information." *Communication, technologies et développement*, 2016.
- Sarr, Abdou. *Les radios communautaires : Outils de promotion pour la Paix, la Démocratie, la Culture et le Développement en Afrique*. Éditions universitaires européennes, 2018.
- Senghor, Diana. *La charte africaine de la radiodiffusion : quel impact en Afrique de l'Ouest ?* Institut Panos Afrique de l'Ouest, 2011.
- Toussaint-Desmoulins, Nadine. *L'économie des médias*. PUF, Que sais-je ?, 2004.
- Tudesq, André-Jean. *Les médias en Afrique*. Infocom, Ellipses, 1999.

Textes de lois et rapports

- Cahier des charges de 1994 applicables aux radios privées commerciales.
- Cahier des charges de 1996 relatif aux radios communautaires.
- CNRA. *Vers une nouvelle société numérique. Les grands chantiers*. Rapport annuel 2014, Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel du Sénégal, 2015.
- CNRA. *Le cahier des charges des radios de proximité ou communautaires*. 2022.
- Rapport ANSD. *Situation économique et sociale du Sénégal 2022–2023*. Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie, 2023.

How to cite this article/Comment citer cet article:

MLA: Faye, Mor and Aliou Kalidou Barry. "Le modèle économique des radios communautaires sénégalaises : la viabilité en question." *Uirtus*, vol. 5, no. 3, 2025, pp. 1-34, <https://doi.org/10.59384/urius.dec2025n1>.