

Promouvoir la liberté d'expression et des médias, et protéger les défenseurs des droits de l'homme au Togo

2023-2025



**“ANALYSE DE LA COUVERTURE MÉDIATIQUE
DES QUESTIONS DU GENRE AU TOGO :
AOÛT 2024”**

Journée internationale de la Femme Africaine

SOMMAIRE

AVANT-PROPOS	3
1- OBJECTIFS DE L'ÉTUDE	4
2- METHODOLOGIE	4
3- IMPORTANCE ET PERTINENCE	6
RÉSULTATS ET TENDANCES	7
1- RÉSULTATS GLOBAUX	7
2- TENDANCES OBSERVÉES	8
<ul style="list-style-type: none">• Présence globale des femmes et des hommes dans les nouvelles des médias observés en tant que sujets de nouvelles (informations).• Présence des femmes et des hommes en tant que sujets des nouvelles par type de média (radio, télévision, journaux, médias en ligne)• Analyse de la Présence des Femmes dans les Rubriques de l'Information : Disparités et Tendances• Analyse des Thèmes Abordés sur les Femmes dans les Médias : Tendances et Répercussions• Qui sont ceux qui font la une ?• Les femmes auteures des articles ou éditions d'information	
3- ANALYSE DES PRATIQUES JOURNALISTIQUES : GENRES ET RUBRIQUES UTILISÉS POUR COUVRIR LES QUESTIONS DE GENRE DANS LES MÉDIAS	11
<ul style="list-style-type: none">• Le Genre journalistique• Les rubriques• Rôle social et profil professionnel des femmes vues, lues et entendues dans les contenus médiatiques	
4- ANALYSE QUALITATIVE	12
<ul style="list-style-type: none">• Stéréotypes flagrants• Sans référence au genre• Avec référence au genre• Stéréotypes subtils	
CONCLUSIONS	17
RECOMMANDATIONS	18

Le projet « Promouvoir la liberté d'expression et des médias, et protéger les défenseurs des droits de l'homme » (FoE Togo) a conduit un monitoring du genre dans les contenus de médias ciblés du 4 au 13 Mars 2024 à l'occasion de la journée internationale des droits de la femme, a révélé les tendances montrant le recul de la couverture du genre dans les médias. La place des femmes et la prise en compte du genre dans les médias togolais ne progressent pas rapidement. Les recommandations issues des différents monitorings rappellent aux organisations médiatiques, les efforts à faire pour que la question du genre prenne toute son importance.

Et dans la perspective du renforcement de l'existant et de la durabilité des actions, l'Institut Panos Afrique de l'Ouest (IPAO), l'Observatoire Togolais des Médias (OTM) et le Réseau Interafricain pour les Femmes, Médias, Genre et Développement (FAMEDEV), ont organisé un monitoring du genre dans les médias au Togo au cours de la période la célébration de la Journée Internationale de la Femme Africaine (JIFA), le 31 juillet 2024. La présente initiative de mettre en place le monitoring sur les questions de genre, d'observer et analyser la couverture des médias sur la thématique du genre, permettra de mesurer l'importance de la thématique dans les divers médias togolais.

Selon le rapport des consultations nationales des femmes togolaises dans le commerce de 2021, ces femmes sont confrontées à un nombre accru de vols et d'agressions physiques dans les autobus et les trains, ainsi que dans les gares. Ces consultations nationales montrent également que 42,9% des femmes commerçantes continuent de subir des violences verbales aux postes frontaliers, 24,5% subissent la confiscation de leurs biens et 35,4% font face à l'insécurité le long des différents corridors.

A cette occasion, le monitoring du genre dans les médias togolais permettra d'évaluer la prise en compte de la question du genre, de l'importance de la contribution de la femme togolaise à l'essor national, à travers les contenus médiatiques, de mesurer les effets différentiels des actions entreprises par les médias dans la promotion du genre.

En rappel, la Journée Internationale de la Femme

Africaine est peu connue mais est tout de même célébrée dans plusieurs pays du continent. Les droits des femmes en Afrique grâce à cette journée ont connu une amélioration importante. Plusieurs états ont mis en place des instruments pour apporter une protection certaine à la gent féminine. C'est ainsi que l'Union Africaine adopte le protocole additionnel à la Charte Africaine des Droits de l'Homme et des peuples relatifs aux droits des femmes en Afrique, communément appelé « Le Protocole de Maputo », adopté le 11 juillet 2003, la Déclaration Solennelle pour l'Égalité de Genre en Afrique adoptée par les Chefs d'État et de Gouvernement, la Charte africaine de la Démocratie, des Élections et de la Gouvernance adoptée le 30 janvier 2007, le Protocole à la Charte africaine des droits de l'homme et des peuples relatifs aux personnes âgées adopté le 31 janvier 2016, le protocole relatif aux personnes vivant avec un handicap. A cela on peut ajouter, l'Acte additionnel relatif à l'égalité de droits entre les femmes et les hommes pour le développement durable dans l'espace CEDEAO, adopté le 19 mai 2015 à Accra.

La journée internationale de la femme africaine est un rendez-vous mondial annuel qui permet de faire le point sur l'évolution des droits des femmes et de l'égalité des genres. Elle représente une occasion pour identifier de nouvelles perspectives, informer, sensibiliser et faire un plaidoyer pour le renforcement des mesures prises par les gouvernements en faveur de l'autonomisation des femmes.

Cette étude intervient dans un contexte où le paysage médiatique togolais est en pleine mutation, avec un accroissement notable de la présence des femmes dans des rôles de leadership. Cette évolution reste toujours très influencée par l'essor récent des plateformes numériques et des réseaux sociaux, qui ont facilité l'accès des femmes à l'expression médiatique et renforcé leur impact dans le débat public.

Présentement, les défis actuels à prendre en compte incluent non seulement la sous-représentation des femmes dans les médias togolais, mais aussi les stéréotypes persistants qui limitent l'équité genre, l'autonomie et l'égalité des sexes. Cette seconde étude du projet FoE Togo vise à combler un vide informationnel spécifique et actuel sur la manière dont les médias togolais couvrent et traitent les questions de genre, malgré une prise de conscience croissante

1. OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

L'objectif principal de cette étude est d'évaluer de manière approfondie à l'occasion de la célébration de la Journée Internationale de la Femme Africaine (JIFA), la représentation des genres dans les médias togolais, en mettant particulièrement l'accent sur la couverture médiatique des actualités liées aux femmes et à leurs droits.

Plus spécifiquement, les objectifs sont les suivants :

- Analyser la couverture médiatique des questions de genre pendant la période de la Journée Internationale de la Femme Africaine;
- Fournir des données actualisées aux acteurs médiatiques et institutionnels pour informer les décisions visant à promouvoir un journalisme plus équilibré et sensible au genre au Togo..

2. MÉTHODOLOGIE

La méthodologie adoptée pour cette analyse est conçue pour capturer de manière impérative et systématique la représentation des genres dans divers types de médias au Togo durant la période de juillet-août 2024.

- **Période de l'étude** : du 30 juillet au 04 août 2024, sur une durée de six (6) jours. Cette période a été choisie pour maximiser la capture des contenus éditoriaux liés aux femmes, particulièrement durant la période de sensibilisation accrue autour de la journée Internationale de la Femme Africaine (JIFA).

- **Délimitation éditoriale** : l'étude se concentre exclusivement sur les contenus informationnels diffusés par les médias (presse écrite, radio, télévision, presse en ligne), excluant les publicités et les divertissements. Cependant, les émissions spécifiques dédiées aux femmes diffusées pendant la semaine du 31 juillet au 4 août 2024 seront prises en compte dans le cadre de l'analyse.

- **Échantillon de médias** : l'échantillon comprend quatre journaux (Togo Presse, Liberté, la Manchette, et Togo Matin), quatre sites d'information en ligne (Savoir News, Ici Lomé, Togotopnews, Full news), trois radios (Radio Lomé, Radio Kana FM, Radio Victoire), et deux chaînes de télévision (TVT et TV2). Ce choix a été guidé par leur portée nationale et leur diversité éditoriale, permettant une représentation adéquate des différents formats et orientations médiatiques au Togo.

Au niveau de la presse écrite, nous avons choisi ces journaux en tenant compte de leur audience et en

prenant en compte le secteur public et privé. Togo Presse est un quotidien gouvernemental qui est distribué sur l'ensemble du territoire. Les autres journaux sont des publications privées avec un public de lecteurs différents. Liberté et Manchette sont des journaux très critiques des actions du gouvernement et sont taxées des journaux pro-opposition. Togo Matin, est un organe privé jugé pro-gouvernemental.

Pour les radios, nous avons visé des radios du secteur public et privé. Elles sont très écoutées. Radio Lomé, radio publique, dispose de fréquences qui couvrent tout le territoire. Kanal FM et Victoire FM sont des organes radiophoniques qui ont une forte audience. Ces deux radios sont perçues comme des médias indépendants à cause du traitement des informations, et sont très écoutées à des causes débats en direct sur divers thèmes organisés sur lesdites radios.

En matière de télévisions, les deux médias audiovisuels choisis proviennent du secteur public et privé. La TVT est une chaîne gouvernementale suivie sur l'ensemble du territoire. TV7, une des plus anciennes chaînes de télévision privée, elle est une station intégrée à un groupe de presse privée. Disponible sur le réseau hertzien, elle est aussi disponible et suivie sur le bouquet numérique de canalsat.

Enfin pour la presse en ligne, les médias choisis sont exclusivement du secteur privé. Ils sont retenus car leurs sites d'informations sont régulièrement actualisés. Ils sont aussi très visités par les internautes.

- **Collecte et analyse des données** : pour les médias audiovisuels, l'analyse se focalisera sur les éditions

principales d'informations (12h30 pour les radios et 13h pour les télévisions pour les journaux parlés de la mi-journée, et 19h00 et 20h00 pour les éditions du soir). Pour la presse écrite et en ligne, tous les articles d'information seront monitorés et archivés, à l'exception des publicités et des publi-reportages. Les URL des articles en ligne seront également conservés pour référence.

Cette méthodologie garantit une collecte exhaustive et une analyse approfondie des contenus médiatiques, offrant ainsi des insights précieux pour améliorer la représentation des genres et promouvoir l'égalité des sexes à travers les médias togolais.

* PRESSE ÉCRITE



Togopresse
(quotidien)



Togomatin
(quotidien)



La Manchette
(hebdo)



Liberté
(tri-hebdo)

* PRESSE EN LIGNE



savoirnews.com



icilome.com



fullnews.info



togotopnews.com

* RADIOS



Radio Lomé



Kanal Fm



Victoire Fm

* TÉLÉVISIONS



Télévision togolaise



Télévision des 7 merveilles

3. IMPORTANCE ET PERTINENCE

L'importance de cette deuxième analyse de la couverture médiatique des questions de genre au Togo réside dans son potentiel à continuer par influencer positivement la société togolaise à plusieurs niveaux critiques. Les médias ont été toujours considérés comme des acteurs influençant les opinions et le public. A ce titre, ils ont un impact sur les perceptions du public. En scrutant de manière approfondie les questions de femmes et de genre dans les contenus des médias, cette deuxième étude du projet FoE Togo mise en œuvre dans le cadre de la Journée Internationale de la Femme Africaine, pourra mettre en lumière les biais existants et les lacunes dans la représentation médiatique des femmes. En sensibilisant les acteurs des médias, le public et les décideurs politiques aux défis auxquels sont confrontées les femmes, elle contribuera à remettre en question les normes économiques, culturelles et sociales préjudiciables qui limitent encore l'autonomie et l'égalité des sexes au Togo.

En outre pour comparer les progrès accomplis par le pays dans le cadre de la mise en œuvre de sa politique nationale sur le genre et l'égalité, des données issues des études permettent de mesurer le chemin parcouru. Ainsi une représentation équitable des femmes dans les médias peut permettre d'influer

les efforts pour promouvoir l'égalité des genres dans les politiques publiques. En fournissant des données précises et actualisées, cette étude permettra aux acteurs médiatiques, aux OSC et OSC des droits humains et aux décideurs de prendre des initiatives plus adaptées pour faire progresser la représentation des femmes et inciter un journalisme plus sensible au genre. Cela pourrait également inspirer des réformes agraires, économiques, éducatives et sociales visant à éliminer les barrières qui limitent encore la participation pleine et équitable des femmes à tous les niveaux de la société togolaise.

En définitive, ce présent monitoring est particulièrement pertinent dans le contexte actuel où le Togo, comme d'autres pays, cherche à atteindre les objectifs de développement durable des Nations Unies dont l'un d'eux prévoit de parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles, y compris ceux liés à l'égalité des genres. En continuant par renforcer la visibilité et la voix des femmes dans les médias, le Togo peut progresser vers une société plus inclusive et juste, où chaque individu, indépendamment de son genre, a la possibilité de participer activement à la croissance socio-économique du pays.

RÉSULTATS ET TENDANCES

A la suite des travaux de collecte des données des moniteurs et monitrices, il ressort, après la synthèse des données, les observations et tendances ci-après globales.

I. RÉSULTATS GLOBAUX

Le monitoring quantitatif des médias toute catégorie confondue, a permis de recenser les résultats suivants : 734 articles ou éléments d'informations répertoriés pour l'ensemble des médias, (114 articles de journaux, 62 articles issus de la presse en ligne, 238 sujets d'informations provenant des chaînes de télévision, et 320 issus des stations radiophoniques.

734

Articles ou éléments d'informations répertoriés pour l'ensemble des médias

114

Articles de journaux

62

Articles issus de la presse en ligne

238

Sujets d'informations provenant des chaînes de TV

320

Issus des stations radiophoniques.

De ces productions :

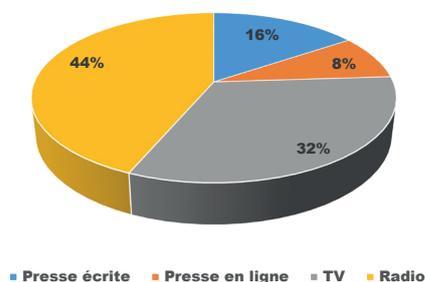
1905

Personnes ont été vues et entendues dans les contenus médiatiques.

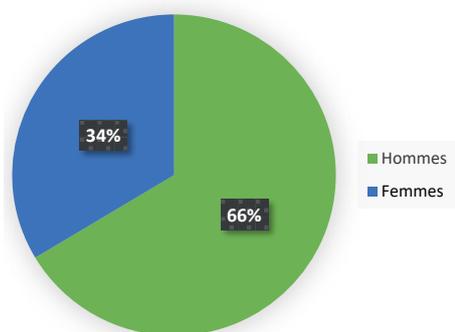
640

Femmes vues, et entendues dans les mêmes contenus des médias.

RÉPARTITION DU VOLUME DE L'ÉCHANTILLON PAR TYPE MEDIA



PROPORTION DES FEMMES ET DES HOMMES DANS LE CONTENU ANALYSÉ



Les données montrent que 1905 personnes ont été vues et entendues dans les contenus médiatiques, seulement 640 étaient des femmes, représentant environ 34% du total. Les hommes occupent une proportion de 66% des personnes observées. Cette proportion souligne une sous-représentation des femmes par rapport aux hommes dans les contenus des médias togolais pendant la période monitorée. La faible représentativité des femmes dans les contenus médiatiques peut influencer négativement la perception du public et renforcer les stéréotypes de genre préexistants.

2. TENDANCES OBSERVÉES

● PRÉSENCE GLOBALE DES FEMMES ET DES HOMMES DANS LES NOUVELLES DES MÉDIAS OBSERVÉS EN TANT QUE SUJETS DE NOUVELLES (INFORMATIONS).

Globalement, dans le cadre du monitoring des contenus sur cette période de la JIFA 2024, les informations collectées et analysées montrent que les femmes restent toujours sous représentées dans les médias. Elles font 34%. Cela un indicateur qui montre que le volume de sujets traités sur les femmes par rapport à l'ensemble des sujets médiatiques provenant de l'ensemble des catégories de médias (presse écrite, presse en ligne, TV et radio).

● PRÉSENCE DES FEMMES ET DES HOMMES EN TANT QUE SUJETS DES NOUVELLES PAR MÉDIA (RADIO, TÉLÉVISION, JOURNAUX, MÉDIAS EN LIGNE).



Les sujets sur les femmes représentent 13,5% face aux hommes qui représentent un taux de 86,5%.



On constate une légère augmentation avec un taux de 46% chez les femmes. Les hommes sont légèrement en tête avec 54%.



En télévision, les femmes représentent près du quart des contenus soit de 25% face aux hommes qui représentent les trois quarts soit 75% dans les sujets de nouvelles.



Dans la presse en ligne, les femmes atteignent une proportion de 16% contre 84% pour les hommes.

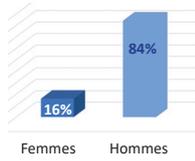


En conclusion, la presse écrite traite moins de sujets sur les femmes, suivie par la presse en ligne, la télévisions et la radio qui présente une représentation presque équilibrée mais toujours en faveur des hommes. La représentation des femmes dans les nouvelles est toujours faible dans les divers types de médias sauf à la radio. Globalement on peut affirmer que les femmes sont mal représentées dans les médias.

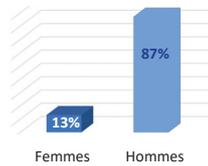
ANALYSE DE LA PRÉSENCE DES FEMMES DANS LES RUBRIQUES DE L'INFORMATION : DISPARITÉS ET TENDANCES.

En considérant les nouvelles publiées/diffusées dans la presse écrite, à la radio, à la télévision et dans les médias en ligne, les tendances suivantes sont constatées :

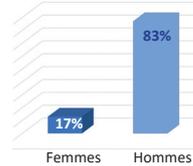
- POLITIQUE :
les femmes représentent 16%
et les hommes 84%.



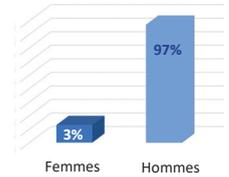
- ÉCONOMIE ET AFFAIRES,
les femmes sont à 13%
et les hommes 87%.



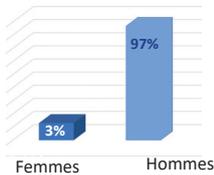
- DROIT,
Les femmes sont à 17 %
et les hommes à 83%.



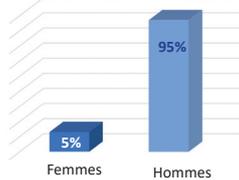
- EMPLOI .
Les femmes sont moins présentes
avec 3% et les hommes sont 97%



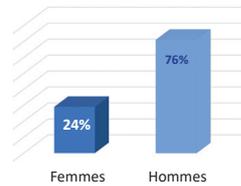
- EDUCATION
Les femmes sont à 3%
et les hommes à 97%.



- SPORT
Les femmes sont à 5% contre
95% pour les hommes.



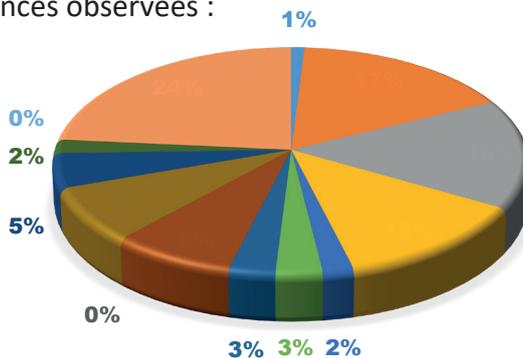
- DOMAINES NON SPÉCIFIÉS
la gent féminine est à 24% face
aux hommes qui cumulent 76%



Les données compilées présentent des variations importantes dans la représentation des femmes selon thématiques analysées : Sur les questions de santé, arts et culture, éducation, emploi et le sport, les femmes sont sous représentées. En ce qui concerne les domaines d'informations comme les questions de droits, la politique et l'économie, les femmes sont modérément représentées. Les disparités globalement restent très fortes en termes de représentation des femmes dans les contenus médiatiques.

ANALYSE DES THÈMES ABORDÉS SUR LES FEMMES DANS LES MÉDIAS : TENDANCES ET RÉPERCUSSIONS.

Les journalistes abordent divers sujets dans les contenus des journaux, de la presse en ligne et des éditions d'informations (radio et Tv). Concernant les sujets dédiés aux femmes dans les médias analysés, voici les tendances observées :



- Violences sexuelles
- Droits des femmes/Textes et loi
- Participation politique
- Engagement et autonomisation économique des femmes
- Femmes et pauvreté
- Femmes et emplois
- Femmes et éducation
- Femmes et santé

Généralement, dans le cadre du présent monitoring, à l'occasion de la Journée Internationale de la Femme Africaine, les médias togolais accordent plus d'attention à des sujets liés aux droits des femmes et textes de lois, la participation des femmes en politique, l'engagement et l'autonomisation économique des femmes et accessoirement femmes et santé, arts et cultures. A l'inverse, le fait que des thèmes comme femmes et sciences et technologie, femmes et éducation, femmes et pauvreté ; femmes et emplois, soient moins abordés par les médias, montrent que des efforts doivent être faits pour arriver à plus de couverture médiatique en vue de faire la lumière sur les actions des femmes dans la société togolaise en pleine mutation.

En conclusion, les femmes globalement demeurent mal représentées.

● QUI SONT CEUX QUI FONT LA UNE ?

En scrutant le nombre total de sujets ou éditions d'informations (radio et Tv) consacrés aux femmes à la Une/Titre des journaux , médias en ligne et éditions d'informations, les constats suivants sont faits :

- 53% des femmes se retrouvent à la Une au niveau de la radio. C'est le plus fort taux recensé.
- Dans les journaux, elles sont 22,5%.
- A la télévision, elles font 15% et à dans la presse en ligne seulement 10%.

MEDIAS EN LIGNE



Au niveau de la presse en ligne, les femmes font seulement 10%.

JOURNAUX



Dans les journaux, elles sont 22,5% .

TÉLÉVISIONS



A la télévision, elles sont 15%.

RADIOS



53% des femmes se retrouvent à la Une au niveau de la radio

En conclusion, on constate que, globalement, les femmes ne font pas la Une des médias.

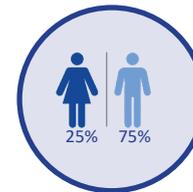
● LES FEMMES AUTEUR(E)S DES ARTICLES OU ÉDITIONS D'INFORMATION.

La représentation des femmes en tant qu'auteures d'articles ou d'éditions d'informations reste globalement faible dans tous les types de médias étudiés.

- Dans les journaux, on recense 20% de femmes auteures des articles contre 80% chez les hommes.



- Dans la presse en ligne, elles sont à 25% contre 75% des hommes.



- A la radio, comme auteures des éditions d'information, elles cumulent à 43% contre 57% pour les hommes.



- Au niveau des chaînes de télévisions, elles sont à 37% face à 63% pour les hommes.



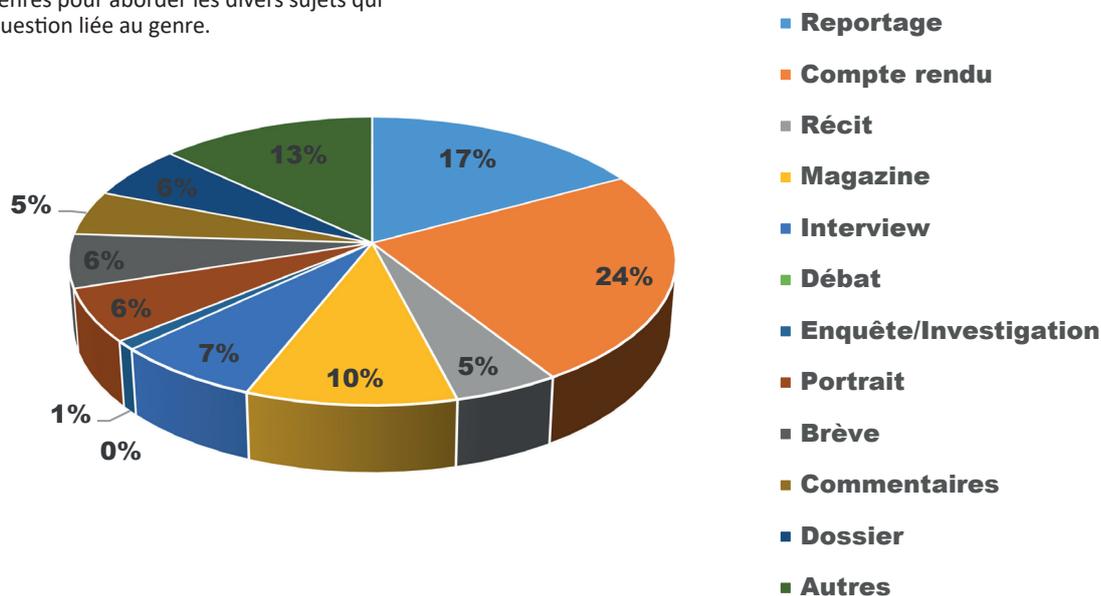
En dehors de la télévision, le taux bas des femmes auteures dans les autres médias est flagrant. Cette faible représentation, peut engendrer la non prise en compte des points de vue, des expertises, les réalités de vécus des femmes dans les contenus des médias. La sous-représentation des femmes comme auteures des contenus médiatiques, lorsqu'elle est très marquée, peut engendrer et perpétuer les stéréotypes de genre et le déséquilibre dans le traitement de l'information.

3. ANALYSE DES PRATIQUES JOURNALISTIQUES : GENRES ET RUBRIQUES UTILISÉS POUR COUVRIR LES QUESTIONS DE GENRE DANS LES MÉDIAS.

Les médias togolais, à l'analyse de leurs pratiques journalistiques, permet de constater qu'ils abordent les questions du genre de façon diversifiée. Ils font appel à des genres journalistiques et des rubriques assez variés

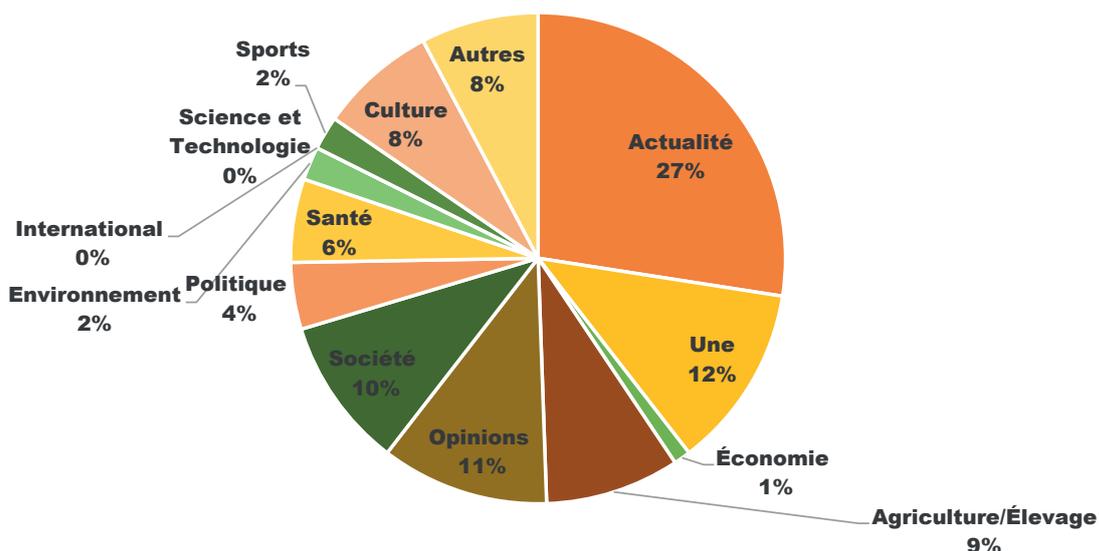
● LE GENRE JOURNALISTIQUE

Sur les genres journalistiques, les journalistes ont eu recours essentiellement à trois genres pour aborder les divers sujets qui prennent en compte la question liée au genre.



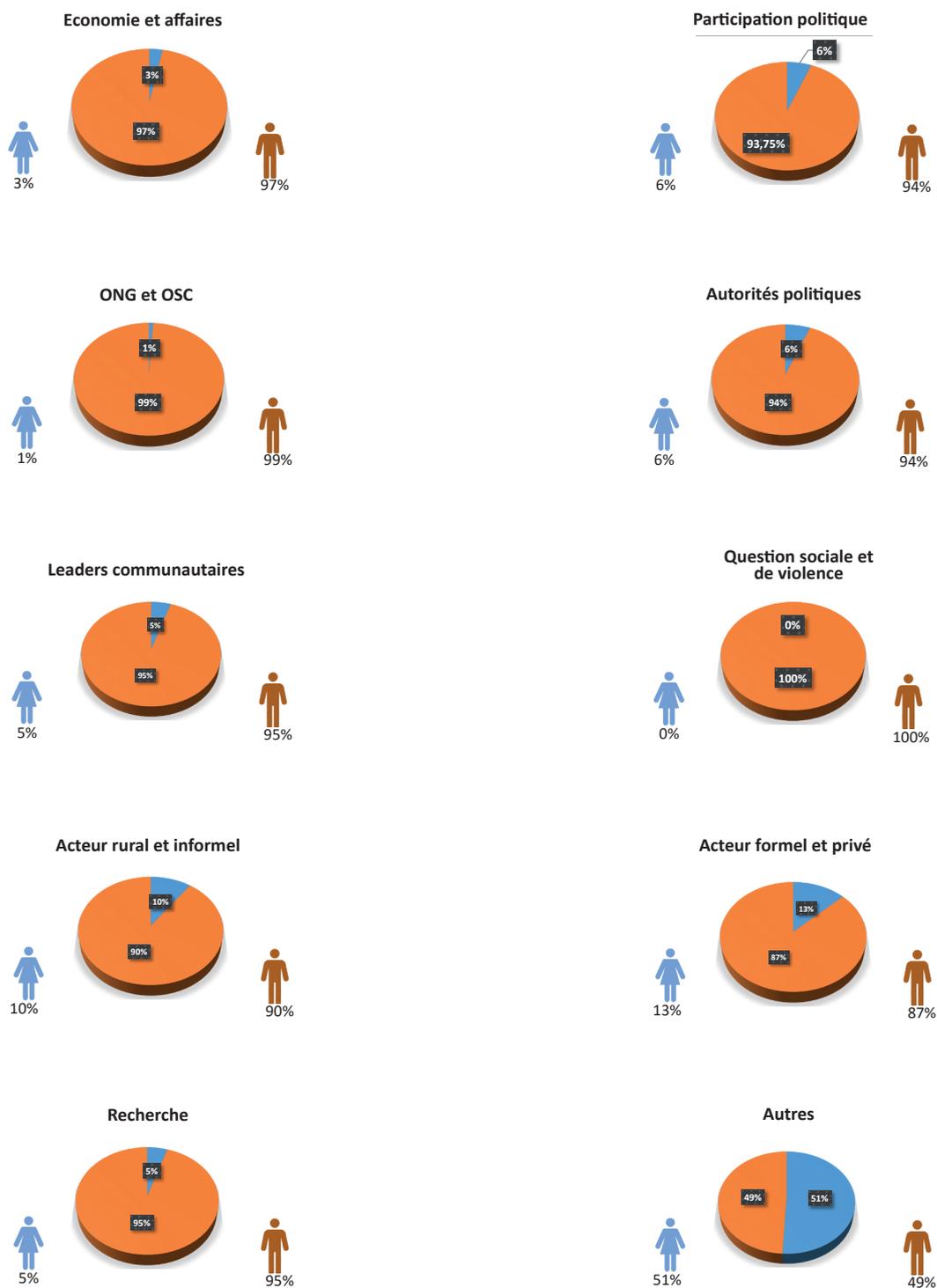
● LES RUBRIQUES

Les rubriques utilisées par les médias togolais pour aborder les divers sujets liés au genre dans les contenus médiatiques sont essentiellement rattachés à trois rubriques principales.



En conclusion, l'analyse des rubriques et des genres journalistiques auxquels les journalistes font recours pour aborder les questions du genre, montre que les médias ont une préférence pour certains genres et rubriques. Pour les genres, les comptes rendus, les reportages et les magazines sont plus utilisés. En ce qui concerne les rubriques, les Actualités, les Opinions et les Unes sont les plus utilisées. Ensuite, d'autres rubriques sont modérément utilisées comme : Société, Agriculture et Élevage, Culture et Santé..

● **RÔLE SOCIAL ET PROFIL PROFESSIONNEL DES FEMMES VUES, LUES ET ENTENDUES DANS LES CONTENUS MÉDIATIQUES.**



En politique, la participation des femmes représente 6% contre 96% des hommes. En économie et affaires, elles représentent seulement 3%. Comme chercheuses et expertes, elles ne font que 5%. Dans le secteur informel et rural, les contenus médiatiques les mettent à 10%. Dans le domaine formel et privé, les femmes représentent 13% et comme leaders communautaires, elles ne font que 5%.

En conclusion, dans les nouvelles, les femmes ne jouent pas un rôle central.

4. ANALYSE QUALITATIVE

L'analyse qualitative porte seulement sur certains indicateurs. Ils sont choisis pour montrer globalement les contenus abordés dans les médias observés.

● STÉRÉOTYPES FLAGRANTS

Les stéréotypes flagrants visent entre autres, les articles ou images où les femmes sont représentées dans des rôles stéréotypés, tels qu'en tant que victimes ou objets sexuels. Des cas ont été identifiés dans les couvertures des médias.

- Kanal FM :

Dans un reportage à la prison civile de Lomé, la radio mentionne que la formation des pénitenciers sur les règles du Bangkok leur permet d'avoir une meilleure compréhension des enjeux spécifiques liés à l'incarcération des femmes, tels que la santé

reproductrice, la protection contre la violence et les soins adaptés aux mères détenues. Cela pourrait faire allusion au côté victime de la femme peinte comme vulnérable.

- TV7 :

Le reportage télévisuel au sujet de Human Rights Watch accusant les groupes paramilitaires au Soudan de violences sexuelles inclut des descriptions de viols collectifs et de mariages forcés. Cette représentation montre les femmes principalement en tant que victimes de violences sexuelles, ce qui est un exemple de stéréotype flagrant.

● SANS RÉFÉRENCE AU GENRE

Dans certains contenus médiatiques, on observe un manque d'équilibre (donc de diversité) quant aux sources de référence, et où l'on ne fait connaître qu'une seule perspective sur un sujet.

Exemples :

- Liberté :

Dans un article sur la formation des acteurs du secteur informel, l'auteur ne mentionne pas spécifiquement l'impact des politiques de protection sociale sur les femmes travaillant dans le secteur informel, malgré que ce secteur soit souvent majoritairement féminin. Il manque une analyse genrée de la situation.

- **TV7** : Un sujet sur la pêche, bien que touchant potentiellement les femmes (par exemple, dans le secteur de la transformation des produits de la pêche), est abordé sous un angle purement économique et environnemental, sans offrir des perspectives sur le genre.

- IciLomé :

Dans un article en ligne sur la nomination d'un nouveau directeur au CHU de Kara,, l'auteur a manqué de diversifier ses sources ou d'offrir d'autres perspectives. Il s'est concentré sur la situation du nouveau responsable du centre hospitalier sans mentionner d'autres points de vue ou experts

- IciLomé :

Dans un article intitulé de nouveaux équipements modernes pour les formations sanitaires, l'auteur ne cite que des responsables masculins (ministres, représentant de la Banque mondiale). Il pourrait être enrichi par des témoignages de femmes soignantes ou de quelques représentants de bénéficiaires.

- Radio Lomé :

Au cours d'un journal parlé, les éléments diffusés, citent principalement des voix masculines, notamment lors des discussions sur la lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme, sans mention de perspectives genre sur ces sujets.

- IciLomé :

Dans une publication sur les retards et absences dans la mairie de Golfe 2, l'auteur ne présente pas de perspective de genre sur les retards et absences dans le phénomène dénoncé par le premier responsable de la commune. Il manque d'analyse sur les effets de ces absences sur les femmes par rapport aux hommes, ou d'autres dimensions de genre dans la gestion des ressources humaines.

- TV7 :

Un compte rendu sur la digitalisation des services publics est traité par l'auteur sans perspective de genre. Il n'y a pas de mention des impacts spécifiques des services digitalisés sur les femmes ou les hommes.

- **Radio Lomé :**

Le portrait ne mentionne pas explicitement si Chantal fait face à des défis particuliers en tant que femme dans ses activités commerciales, par exemple des obstacles liés au genre dans le domaine de l'entrepreneuriat ou des discriminations potentielles.

- **Manchette :**

Dans un article sur la foire Made in Togo, on constate bien que les femmes, en particulier celles des femmes entrepreneures soient présentes et visibles, l'article ne propose pas d'analyse approfondie de leurs rôles spécifiques, des défis qu'elles rencontrent ou de leurs réussites dans le contexte de la foire.

- **Savoir news :**

Dans une publication en ligne, le journal a présenté le projet ePhyto sans donner la parole être autres aux femmes présentes, ni mentionner l'impact spécifique sur les femmes agricultrices ou exportatrices, qui pourraient bénéficier différemment de cette digitalisation. Pourtant la photo de famille indique la présence de plusieurs femmes

- **Togo Matin :**

Dans un article qui fait focus sur la lutte contre le VIH/SIDA, l'auteur ne présente pas de perspective de genre approfondie. Par exemple, il ne traite pas spécifiquement des impacts de l'accès aux traitements sur les femmes et les hommes de manière distincte. Bien que l'article mentionne l'impact du VIH/SIDA sur les hommes et les femmes, il pourrait bénéficier de données plus désagrégées sur la manière dont l'épidémie affecte différemment les femmes et les hommes.

● **AVEC RÉFÉRENCE AU GENRE**

Les stéréotypes avec référence au genre, sont des articles et images où sont mis en cause des stéréotypes, et où est encouragé le débat sur des questions liées au genre dans la perspective des droits de l'homme, tel que dans le cas des femmes pilotes ou des hommes dispensateurs de soins

- **TVT :**

Stella, l'éleveuse de reptiles et taxidermiste. Ce reportage est particulièrement intéressant du point de vue de la représentation des femmes. Stella est présentée comme une professionnelle compétente dans un domaine atypique et traditionnellement masculin (élevage de reptiles et taxidermie). Il met en avant ses compétences, son expertise et sa passion.

Stella est présentée comme une entrepreneure indépendante qui tire ses revenus de cette activité.

- **Kanal FM :**

Dans une brève, l'auteure a fait mention du déroulement du championnat de football féminin de première division. Il s'agit ici d'un exemple positif d'inclusion des femmes dans le sport, traditionnellement dominé par les hommes.

- **Togo Presse :**

L'article sur la journée internationale de la femme africaine se concentre principalement sur les actions de la CNDH, et permet de montrer les initiatives de la CNDH dans la promotion et la protection entre autres des droits des femmes.

- **Fullnews :**

Dans un article sur la nomination du Premier Ministre, le média mentionne que Victoire Tomegah-Dogbé est la première femme togolaise à occuper la fonction, ce qui pourrait être interprété comme une référence subtile aux progrès en matière d'égalité des genres.

- **Radio Lomé :**

A l'occasion de la JIFA, un portrait radio d'une dame Chantal montre comment elle utilise son commerce pour subvenir à ses besoins et ceux liés à ses études. Son activité lui permet d'être indépendante financièrement, un aspect crucial pour les femmes dans des contextes socio-économiques difficiles.

- **Manchette :**

Dans un 'article sur la Foire made in Togo, l'article met en avant Madame la ministre, Kayi Mivedor-Sambiani, dans un rôle de premier plan, inaugurant l'événement. L'image accompagnant l'article montre quatre femmes au premier plan, suggérant une présence féminine visible lors de l'événement. Une autre image en gros plan montre plusieurs femmes présente lors de l'inauguration ce qui souligne le rôle primordial que les femmes joueront dans cette foire.

- **TVT :**

Un compte rendu les femmes et les affaires, mentionne la réservation de 25% des marchés aux femmes et aux jeunes sur décision du gouvernement il y a quelques années. Ceci peut être considéré comme une initiative pour lutter contre les stéréotypes de genre et renforcer l'autonomisation des femmes au plan économique.

- **Radio Lomé :**

Le micro-trottoir auprès des citoyens sur la journée internationale de la femme africaine aborde des questions de genre et met en lumière la promotion des droits des femmes et leur autonomisation. Les propos rapportés mettent en lumière les progrès et les défis liés aux droits des femmes et à l'égalité des genres au Togo.

- **Kanal FM**

Dans un dossier réalisé, la radio fait référence à la Journée internationale de la femme africaine et à l'histoire de sa création, pourrait être considéré comme une référence directe aux questions de genre et d'égalité.

- **IciLomé :**

Dans une publication sur la participation des athlètes togolais aux jeux olympiques Paris 2024, l'auteur présente de manière positive les femmes athlètes, ce qui peut être considéré comme une remise en question des stéréotypes. Par exemple, Naomi Akakpo est présentée non seulement comme une athlète, mais aussi comme une diététicienne-nutritionniste, montrant ainsi la diversité de ses compétences.

- **Togo Presse :**

Un article sur l'eau et l'assainissement, mentionne que des associations de femmes sont présentes parmi les autres groupes de participants à une conférence sur la gestion de l'eau. Il s'agit d'une représentation positive de l'implication des femmes dans la sphère du management de l'eau et de l'assainissement.

- **Radio Lomé :**

Un reportage radio sur la journée internationale de la femme africaine et la sensibilisation autour de l'allaitement maternel, présente une perspective qui valorise le rôle des femmes dans le développement et la paix, et encourage le débat sur leur rôle dans la société

- **TVT :**

Un reportage sur le Forum des femmes pour la femme et l'enfant met en avant le rôle des femmes dans la paix et le développement, ce qui permet d'affirmer le rôle des femmes dans la promotion des droits de l'homme.

- **Savoir news :**

Dans une publication sur la lutte contre le VIH-SIDA, l'auteur mentionne les efforts menés pour traiter la stigmatisation liée au genre et l'impact des violences basées sur le genre, ce qui reflète un engagement envers les droits de l'homme et le genre. L'article

en ligne met en exergue la collaboration entreprise entre l'observatoire des droits humains et VIH, et le ministère de l'action sociale sur le genre, qui a commencé par mettre en place des comités villageois sur les « stigmatisations et les violences basées sur le genre... »

- **TVT :**

Un compte rendu sur l'atelier de la CNDH visant à former le personnel pénitentiaire sur le traitement spécifique des femmes détenues, aborde la prise en compte des besoins des femmes détenues par les agents pénitentiaires.

- **Radio Lomé :**

Le journal parlé fait explicitement référence à la journée internationale de la femme africaine, discutant des droits des femmes et de l'égalité des genres en Afrique et les dossiers sur la promotion des femmes au Togo. Les commentaires de l'auteur font directement référence aux questions de genre et d'égalité.

- **Togo Matin :**

Dans une publication intitulée « Vers la constitution du gouvernement Tomégah-Dogbé II. », l'article mentionne explicitement que Victoire Tomégah-Dogbé est la première femme Première ministre du Togo, cela souligne l'importance de cette avancée pour l'égalité des genres. La nomination d'une femme à ce poste hautement symbolique contribue à déconstruire les stéréotypes de genre en politique.

- **Togo Presse :**

Dans l'article «La 15^{ème} édition de Miss Epé-Ekpé lancée à Aného», l'auteur valorise la beauté et l'intelligence des femmes les sources de référence mais aussi se concentre sur le concours de beauté et la sensibilisation à la scolarisation des filles valorise la femme africaine dans un contexte culturel. Il met l'accent sur la question de l'égalité des genres et de l'importance de l'éducation des filles.

- **TVT :**

Un reportage mentionne brièvement l'inclusion des personnes handicapées, y compris les femmes, dans la foire commerciale made in Togo, ce qui remet en question certains stéréotypes sur les capacités des personnes handicapées.

- **Savoir news :**

Dans une publication, le journal remet en cause les stéréotypes traditionnels en valorisant l'autonomisation des femmes comme un facteur clé du développement économique et social, encourageant

ainsi le débat sur les questions liées au genre. Pour corroborer lesdits propos, le journal cite Mme Arlette Mvondo (Onu Femmes): «Pour parvenir au niveau de développement souhaité, il faut investir sur la femme»>>

- Togo Matin :

Dans un article sur Nyamakou Adjo, coiffeuse grâce au crédit AJSEF, l'auteur se focalise sur le parcours individuel de Nyamakou Adjo et cela contribue à déconstruire les stéréotypes en montrant une femme qui réussit dans un domaine traditionnellement féminin, tout en étant active et entreprenante.

- TogotopNews :

L'article sur « Ado Avance Ensemble : une équipe de coordination en activité de suivi sur le terrain » met en avant un projet qui promeut les droits sexuels et reproductifs des adolescents, en particulier des filles non scolarisées. Cela contribue à une réflexion sur les droits des femmes et des filles, ce qui peut être considéré comme une remise en question des stéréotypes sociaux et culturels.

- TV7 :

Un reportage sur le procès concernant les massacres en Guinée mentionne spécifiquement le nombre de femmes victimes de viol (109), mettant en lumière la violence genrée dans ce contexte de violations des droits humains.

● STÉRÉOTYPES SUBTILS

Les stéréotypes subtils reposent sur des articles ou images encourageant la perception traditionnelle des rôles familiaux des femmes et publics des hommes, les faisant paraître « normaux ».

Dans certains contenus des médias monitorés, on remarque des stéréotypes subtils :

- TVT :

Un reportage télévisuel mentionne le terme de "groupement des femmes transformatrices du manioc", peut laisser croire que la transformation du manioc est une activité typiquement féminine. En outre un commentaire les place principalement dans leur rôle de bénéficiaires de l'aide plutôt que sur leur rôle d'agents actifs du développement agricole. Cela renforce le stéréotype traditionnel des femmes comme bénéficiaires de l'assistance plutôt que comme décideurs et des innovatrices ;

- Kanal FM :

Dans un reportage sur "Foire d'Akato", le média insiste sur l'éducation financière des femmes. En affirmant cela, et le fait de mettre l'accent mis sur "l'éducation financière de la femme" pourrait renforcer le stéréotype selon lequel les femmes ont besoin de plus d'éducation financière que les hommes. Bien que l'éducation financière soit importante pour tous, isoler les femmes de cette manière peut perpétuer l'idée que les femmes sont moins capables de gérer l'argent ;

- Liberté :

Dans une publication sur les élections américaines, l'auteur fait mention de Kamala Harris en tant que « belle », et cela pourrait être perçue comme

une allusion à son apparence physique, ce qui est moins fréquemment mis en avant pour les hommes politiques. Cela pourrait être vu comme un stéréotype subtil sur l'importance de l'apparence physique pour les femmes ;

- TVT :

Dans un compte rendu sur la journée internationale de la femme africaine, un commentaire met un léger accent sur les rôles des femmes dans la famille et la communauté. Cela cantonne les femmes dans des rôles traditionnels de actrices centrales dans les familles ;

- Togo Presse :

Dans un article sur l'accès des femmes à la terre, l'auteur mentionne des participants tels que les autorités locales, les chefs traditionnels et les responsables de coopératives. Les points de vue des femmes sur le sujet sont cruellement absents. Une diversité des sources doit offrir plus de perspectives sur le sujet ;

- Togo Matin :

Dans un article intitulé « Aïchatou Bibata : un témoignage de résilience et de Fierté », l'auteur met l'accent sur la difficulté d'Aïchatou à subvenir aux besoins de sa famille, renforçant l'idée que la charge de la famille repose principalement sur les femmes. Il y a une mention de la façon dont Aïchatou se bat pour subvenir aux besoins de sa famille, ce qui peut renforcer l'idée que les femmes doivent se consacrer à des activités modestes pour aider leur famille. Cela renforce la perception du rôle traditionnel des femmes dans des emplois moins valorisés ;

- TVT :

Un dossier consacré aux femmes qui préfèrent les cheveux courts, renvoie des stéréotypes subtils. La ministre de la Communication, Yawa Kouigan, est mentionnée comme ayant opté pour les cheveux courts depuis plusieurs années. Son choix est présenté comme un aspect de son image personnelle, sans se concentrer sur ses initiatives professionnelles.

Ce reportage tente de réduire les femmes à un rôle secondaire par rapport à leur aspect physique et non par rapport leur travail ou leur statut social ;

- Togo Presse :

L'association LMBA soutient la construction du « village Mother Charity » à Kpalimé. L'auteur de cet article se concentre sur l'effort humanitaire et cantonne principalement les femmes dans des rôles de soins, comme la direction d'un orphelinat, sans mention explicite de leurs rôles de leadership ou de prise de décision dans le projet ;

- Radio Lomé :

Dans un reportage radio, sur la journée internationale de la femme africaine, l'une des personnes interviewées mentionne que « c'est bon de faire la promotion de la femme, elle occupe des bons postes, mais il ne faut pas qu'elle oublie ses devoirs », sous-entendant que les responsabilités familiales des femmes sont prioritaires et doivent rester un rôle central ;

- Radio Lomé :

Dans un portrait radiophonique de Salama, une restauratrice, l'auteur met l'accent sur son apparence physique et ses qualités de mère, renforçant des stéréotypes traditionnels féminins ;

-Victoire FM :

un reportage sur la journée internationale de la femme africaine, renforce le discours sur le rôle des femmes comme mères et épouses, renforce le rôles familiaux traditionnels réservés aux femmes.

CONCLUSIONS

Globalement le monitoring du genre dans les contenus des médias du 30 juillet au 04 août 2024 permet de dégager diverses leçons et des enseignements sur la manière dont les médias togolais ont couvert les informations et traité la dimension du genre dans les nouvelles.

- **Les thèmes évoqués dans les nouvelles** sont essentiellement d'ordre politique, économie, affaires, droits et questions juridiques et santé.

- En ce qui concerne **ceux qui figurent dans les nouvelles**, on se rend compte que les hommes sont plus présents que les femmes (Femmes ; 34% contre Hommes :66%). Dans les différents médias, la présence des femmes s'établit ainsi : Radio : 46%, TV : 25%, Presse écrite : 13,5% et Presse en ligne : 16%.

- Au niveau des producteurs des contenus que sont des **journalistes**, il y a moins de femmes que d'hommes comme **auteurs** des contenus et on constate ainsi au niveau de la presse écrite (Femmes : 2,7% / Hommes : 97,3 %), la presse en ligne (Femmes : 5%/ Hommes : 95%), la radio (Femmes : 35% / Hommes : 65%), tout comme à la télévision (Femmes : 58%/ Hommes : 42%).

- En scrutant le nombre total de sujets consacrés aux femmes à la **Une/Titres et éditions**, en dehors des radios (Femmes : 53%), sur les autres médias, le constat est saisissant. Les femmes sont moins visibles à la Une (Presse écrite : Femmes 22%, TV : Femmes 15% et Presse en ligne : Femmes 10%).

- Les **rubriques** dans lesquelles, les journalistes ont publié leurs productions sont diversifiés mais assez limitées pour d'autres (Les actualités, la Une et l'agriculture/élevage font la course en tête).

- Sur les **genres journalistiques** ; les médias ont eu recours à divers genres. Mais trois retiennent plus d'attention : Comptes rendus : 24%, reportages : 17% et magazines : 10%.

- Sur l'aspect **rôle social et profil professionnel des femmes vues, lues et entendues dans les contenus médiatiques**, on constate que les reportages centrés sur les femmes n'existent pas véritablement en politique, et sont encore moins présents dans certains domaines comme l'économie et affaires, les OSC-ONG, la santé, la recherche et la science, le social et le juridique. Mais leur rôle dans le secteur informel cumule timidement à 13% et dans le secteur informel à 10%. On conclut que dans les nouvelles, les femmes ne jouent pas un rôle central.

L'attention accordée aux questions de genre et aux femmes, ne progresse pas à bon rythme dans les médias togolais. Malgré l'adoption d'une politique nationale de l'égalité du genre depuis quelques années, les médias ont encore beaucoup de mal à faire progresser dans les contenus médiatiques une bonne représentation des femmes et du genre.

Cependant avec les conclusions issues des analyses, il s'avère important de continuer par promouvoir l'adoption d'une charte centrée sur le genre dans les

salles de rédaction. La sensibilisation et la formation sur la prise en compte progressive des contenus genrés à l'endroit des professionnels des médias (hommes et femmes) doit se poursuivre. Il faut rappeler que la mauvaise compréhension du concept « Genre » constitue et reste un des obstacles pour la promotion de la liberté d'expression des femmes et leur présence dans les médias.

RECOMMANDATIONS

Au vu des constats faits dans le cadre du monitoring du contenu du genre dans les médias, des recommandations sont à tirer pour une meilleure représentation du genre dans les médias togolais.

En conclusion, nous pouvons dire que la presse togolaise a beaucoup d'effort à faire pour accroître la couverture des informations liées aux femmes et au genre. Cela passe par une mutation de la pensée dans les rédactions, dans la prise en compte dans les écoles de formation des journalistes de la dimension genre, la sensibilisation des aînées journalistes à l'accompagnement des jeunes filles qui font leurs premiers pas dans les médias. En outre la formation des journalistes reporters de nouvelles (où retrouve

plus d'hommes que des femmes) sur les questions genre, la promotion de la notion d'égalité de sexes dans les rédactions des médias, la formation du staff des rédactions des divers médias sur la prise en compte du genre dans le traitement des nouvelles, peut influencer la tendance d'ici quelques années. On note qu'il faut que les reporters de nouvelles donnent moins la parole aux hommes, et favorisent la prise de parole des femmes dans les thèmes de nouvelles. Le présent monitoring, confirme encore le gap que les médias togolais doivent rattraper en matière de représentation des femmes dans les nouvelles.

POUR CES RAISONS, POUR AMÉLIORER LA REPRÉSENTATIVITÉ DES FEMMES DANS LES MÉDIAS, NOUS RECOMMANDONS LES MESURES SUIVANTES :

- **Faire un Plaidoyer sur le genre dans les médias** : A partir d'une cartographie des problèmes liés au genre, mettre en œuvre une sensibilisation et information régulières à l'endroit des journalistes et des sociétés de presse.
- **Éduquer et sensibiliser sensibiliser sur la question de genre dans les médias** : Avec des émissions-débat, des prospectus et affiches, rappeler l'essentiel aux équipes de rédaction en matière de prise en compte du genre dans les contenus des nouvelles.
- **Faire la promotion du genre au sein des médias** : Instaurer des prix de journalisme pour récompenser les médias et les professionnels des médias qui couvrent bien le genre dans les contenus médiatiques ;
- **L'élaboration et la diffusion d'une charte sur le genre et les médias**, en vue d'encourager les reporters entre autres à inclure des femmes en tant que sources des nouvelles ;
- **Mobiliser les organisations de la société civile pour soutenir régulièrement les organisations des médias**, dans des initiatives de promotion et de défense de la liberté d'expression des femmes ;
- **Coopérer avec les Instituts de recherches et groupes de recherches** : Exploiter les données des études sur le genre pour enrayer les tendances décroissantes du niveau de la couverture du genre dans les contenus des médias.



JOURNÉE INTERNATIONALE DE LA FEMME AFRICAINE

La Journée Internationale de la Femme africaine (JIFA) existe depuis 1974 et est l'initiative d'Aoua Keïta, une sage femme, militante et femme politique malienne. Elle a lieu le 31 juillet de chaque année, en commémoration du 31 juillet 1962, date à laquelle des femmes de l'ensemble du continent africain se réunissent pour la première fois et créent la toute première organisation dédiée aux femmes africaines : l'Organisation Panafricaine des Femmes. Le but de ces femmes était, malgré les différences ethniques et linguistiques, d'unir leurs forces, de travailler ensemble autour d'un idéal commun notamment celui de contribuer à l'amélioration significative des conditions de vie de la femme africaine et à son émancipation. À la suite de la rencontre des femmes africaines à Dar Es Salam, la JIFA sera promulguée par les Nations unies en 1962 avant d'être officiellement consacrée le 31 juillet 1974, lors du premier Congrès de l'Organisation panafricaine des femmes qui s'est tenu au Sénégal.

La Journée Internationale de la Femme Africaine est peu connue mais est tout de même célébrée dans plusieurs pays du continent. Les droits des femmes en Afrique grâce à cette journée ont connu une amélioration importante. Plusieurs États ont mis en place des instruments pour apporter une protection certaine à la gent féminine.



PROJET FOE TOGO

FOE TOGO EN BREF

Le projet est une initiative conjointe de l'Institut Panos Afrique de l'Ouest (IPAO), de l'Observatoire Togolais des médias et du Réseau inter-africain des femmes, médias, genre et développement (FAMEDEV). Avec l'appui financier de l'Union européenne (UE), ce projet vise à promouvoir la liberté d'expression, le pluralisme des médias et la protection des défenseurs des droits de l'Homme au Togo. Il s'inscrit donc dans l'objectif général de l'UE qui est de "renforcer le rôle de la société civile dans la protection des droits fondamentaux, en particulier les droits civils et politiques ainsi que l'égalité de genre".

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

- * Contribuer au développement des connaissances et au renforcement des capacités des journalistes et d'autres acteurs de médias en ce qui concerne leurs droits et leurs responsabilités.
- * Promouvoir un environnement juridique et institutionnel propice à la progression de la liberté d'expression, d'opinions et des médias. et à la protection des défenseurs.

GROUPES CIBLES ET BÉNÉFICIAIRES

- * Professionnels des médias et institutions médiatiques
- * Jeunes et femmes défenseurs des droits de l'Homme et les organisations de défense des droits de l'Homme.
- * Décideurs politiques

ÉQUIPE LOCALE PROJET FOE TOGO

Coordinateur nationale : Fabrice PECTHEZI - **Chargé de projet FAMEDEV** : Honoré BLAO - **Chargé projet OTM** : Dao K. TCHAOU

Assistante de projet : Mme Estelle KOUDJONOU

Monitoring du Genre dans les contenus des médias

Collecte des données (Par des étudiants ISICA, Université de Lomé) : M^{elle} Esther KOLANI, M^{elle} Emeline AJAVON, M^{elle} Christelle TSIKPLONOU, Parfait AVLEGOU, M^{elle} Victoire MISSIHU, M^{elle} Solim TCHANGAI et Gontran GAMADO.

Dépouillement et compilation des données : Honoré BLAO, Dao K. TCHAOU - **Rédaction du rapport** : Honoré BLAO - **Graphiste** : Max PANA



- 1- Photo de famille des participants à l'atelier micro projet COAWEB Kpalimé
- 2- Atelier micro projet SIBEC-Togo pour la formation des acteurs de médias et des défenseurs des droits humains à Sokodé.
- 3- Cérémonie de lancement An II du projet FOE Togo en présence du Représentant du Ministère en charge de la communication
- 4- Atelier micro-projet Maison de la Presse pour les acteurs de médias, Kpalimé.
- 5- Réunion COPIL An II , OTM, Lomé.
- 6- Atelier micro projet ATOPPEL sur la formation en Data journalisme, Lomé.
- 7- M. SALVIA représentant la délégation de l'Union Européenne, lors de l'atelier micro projet PPT Lomé.
- 8- Atelier Micro projet-MediaTogo à Kpalimé



Institut Panos Afrique de l'Ouest – IPAO
 6, Rue Calmette Dakar
 BP 21132 Dakar-Ponty
 Tél 221 33 849 16 66 - Fax : 221 33 822 17 61
 Mail : info@panos-ao.org ; secretaire@panos-ao.org
 Web : www.panos-ao.org



FAMEDEV
 352, Parcelles Assainies, Unité 26,
 Premier étage. Dakar - Sénégal
 Tél : +221 776428983
 Mail : famedev@gmail.com
 Web : www.famedev.net



Observatoire Togolais des Médias (OTM)
 Djidjole Rue Pavés, non loin de la pharmacie Jana
 BP : 30 277 Lomé -TOGO
 Mail : otmmedias@gmail.com