

RAPPORT D'EVALUATION

# Résumé exécutif

## Tunisie

Soutien aux médias alternatifs : Renforcer les médias locaux  
et les start-ups en temps de crise

## Introduction

En raison d'un certain nombre de facteurs, l'idée initiale de créer une nouvelle institution non gouvernementale de formation au journalisme en Tunisie ne s'est pas concrétisée. Pendant la pandémie, la DW Akademie a mis en œuvre une série d'activités alternatives très pertinentes, mais cette évaluation doit prendre comme point de départ la proposition de projet et la matrice d'impact originales et comparer les résultats réels avec les

promesses de la proposition de projet. À partir de janvier 2022, le projet est mis en œuvre en s'appuyant sur la nouvelle matrice d'impact approuvée par le BMZ.

Ainsi, d'un point de vue formel, l'objectif principal initial du projet n'a pas été atteint. Il convient toutefois de féliciter la DW Akademie d'avoir pris les mesures appropriées et d'avoir modifié la stratégie du projet lorsqu'elle s'est rendu compte

que le dispositif initial ne fonctionnait pas comme prévu. Les conclusions critiques sur l'efficacité et l'efficience doivent être considérées à la lumière du contexte extrêmement difficile de la mise en œuvre avec la pandémie de Corona et la récession économique dans le pays. Enfin, la DW Akademie souligne que la nouvelle matrice de projet a été approuvée rétroactivement par le BMZ.

## Contexte

DW Akademie met en œuvre un programme de développement des médias en Tunisie pendant la période allant de janvier 2020 à décembre 2022. Dès le départ, le projet avait l'objectif principal suivant : Un nouveau centre de formation et de production non gouvernemental (Content House) renforce une offre d'information solide et pertinente pour la population tunisienne. En outre, le projet tunisien devait contribuer à l'objectif global commun des activités de la DW Akademie dans la région MENA : "Les jeunes hommes et surtout les femmes du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord, y compris les réfugiés, s'autonomisent grâce à une plus grande liberté d'expression et de participation.

À partir de novembre 2021, le projet travaille à ce nouvel objectif : "En qualifiant les professionnels des médias et en conseillant les médias indépendants, on renforce une offre d'information solide et pertinente pour la population tunisienne." Le projet est mis en œuvre dans un contexte de pressions financière et

politique croissantes sur les médias indépendants en Tunisie. La pandémie de Corona a sévèrement influencé tous les types d'entreprises du pays, ce qui a réduit les revenus publicitaires et entraîné des pertes dans le secteur des médias.

Dans le même temps, la situation politique est devenue de plus en plus volatile. Le président a dissous le Parlement et l'on craint que certaines des lois progressistes, qui ont été promulguées depuis la révolution de 2011, soient sur le point d'être annulées.

Le principal résultat prévu - le centre de formation Content House (CH) - ne s'est pas matérialisé, et les activités du projet ont été modifiées. L'autre composante, qui est un programme d'innovation et d'incubation appelé Media Loves Tech (MLT), a été mise en œuvre en grande partie comme prévu.

L'évaluation a eu lieu pendant la période allant de décembre 2021 à avril 2022, en mettant l'accent sur les critères du CAD

que sont la pertinence, la cohérence, l'efficacité, l'efficience, l'impact et la durabilité. Une visite sur le terrain a été effectuée du 13 au 20 février 2022. Les activités menées après la mission sur le terrain n'ont pas été évaluées. Le manque évident de succès de la composante Content House a conduit l'équipe à accorder une attention particulière aux questions d'efficacité, d'efficience et d'impact. L'équipe d'évaluation a consacré le plus de temps à la composante "Content House", car c'est celle qui a connu le moins de succès.

L'équipe a utilisé des méthodes mixtes pour évaluer les performances : une analyse de documents, une simple enquête en ligne, des entretiens qualitatifs semi-structurés ainsi que des groupes de discussion avec le personnel de la DW Akademie, des experts externes, des partenaires et des bénéficiaires. Certains informateurs clés ont été interviewés deux fois et des informations écrites supplémentaires ont été fournies par la direction du projet.

## Conclusions de l'évaluation du projet

**Pertinence:** L'idée de créer une institution de formation non gouvernementale axée sur la pratique d'un journalisme de qualité est très pertinente à la fois par rapport à la scène médiatique en Tunisie, aux politiques et aux objectifs de la DW Akademie, ainsi qu'aux priorités du BMZ.

Il en va de même pour l'idée de Media Loves Tech, qui encourage l'innovation et l'esprit d'entreprise dans le secteur des médias. Dans l'ensemble, le critère de pertinence est « entièrement rempli ».

**Cohérence:** La DW Akademie a une longue histoire de soutien à des projets radiophoniques dans le monde entier et également

un bilan d'engagement dans le secteur des médias tunisiens depuis la révolution de 2011. La DW Akademie est connue et reconnue comme un partenaire de développement sérieux et compétent, ce qui est apprécié par les autres organisations de développement des médias opérant en Tunisie. La DW Akademie est également un partenaire apprécié du grand programme

européen d'appui aux médias tunisiens PAMT2. Le critère de cohérence est jugé « globalement rempli ».

**Efficacité:** L'objectif principal de la création de la nouvelle institution Content House n'a pas été atteint. La DW Akademie a changé de stratégie et s'est concentré sur l'aide aux médias partenaires pendant la pandémie de Corona et sur la production d'informations de qualité sur la pandémie. Ce changement a été au moins partiellement couronné de succès, mais ce n'était pas le produit et le résultat escomptés. Ainsi, le critère d'efficacité n'a été que « très peu rempli » si l'on évalue uniquement la composante CH.

On peut se demander si la composante MLT a produit un résultat satisfaisant de manière rentable, mais les entretiens avec les parties prenantes et l'examen des documents indiquent que la composante MLT a tenu ses promesses et a respecté le budget et les délais impartis. En conséquence, la composante MLT peut être évaluée comme « globalement rempli ».

**Efficience:** Le budget du projet n'a pas été modifié et les dépenses n'ont pas été réduites/adaptées malgré le changement d'orientation de la principale composante du projet et malgré les modestes résultats alternatifs tangibles. Dans l'ensemble, le critère d'efficience n'a été que « très peu rempli ».

Veillez noter à nouveau que la mise en œuvre du projet est évaluée par rapport à la matrice initiale du projet. Si les activités alternatives étaient pertinentes dans le contexte de la pandémie, il n'y a pas eu de collecte systématique de données documentant les résultats. Il s'agissait d'une tentative de faire les bonnes choses dans un environnement difficile et incertain, de sorte que l'accent a été mis davantage sur l'action active que sur la documentation des résultats. C'est tout à fait compréhensible, mais cela rend difficile l'évaluation de l'impact et de l'efficacité.

**Impact:** Au moment de la rédaction du présent rapport, seuls trois des participants au volet MLT ont lancé un service ou un produit réel (site web, application ou autre), qui a été développé grâce au MLT. Et le principal résultat prévu - le Content House - a dû être annulé. D'autres activités pertinentes, qui ont soutenu les stations partenaires de diverses manières, ont été mises en œuvre. Il s'agit notamment de la production de contenus médiatiques pertinents pour COVID-19 et de conseils aux journalistes sur la manière de rester en sécurité et de faire des reportages scientifiquement corrects.

Dans l'ensemble, les activités, les réalisations et les résultats sont importants, mais d'un point de vue formel, le critère d'impact n'a été que « très peu rempli », car ce n'était pas ce qui avait été promis dès le début du projet.

**Durabilité:** À ce stade, avec un impact limité jusqu'à présent, il est difficile d'évaluer la durabilité. Cependant, la DW Akademie a développé une nouvelle stratégie et une nouvelle matrice d'impact, qui semblent prometteuses. Il est fort probable que la nouvelle stratégie aidera les stations de radio partenaires à se développer et à améliorer la qualité de leur travail. Cela devrait avoir un effet à long terme, de sorte que, dans l'ensemble, le critère de durabilité est « partiellement rempli ».

## DW Akademie

La DW Akademie est le centre de la Deutsche Welle pour le développement international des médias, la formation journalistique et le transfert de connaissances. Grâce à ses projets, elle renforce le droit de l'homme à la liberté d'expression et à un accès sans entrave à l'information. La DW Akademie permet aux gens du monde entier de prendre des décisions libres, fondées sur des faits fiables et un dialogue constructif.

La DW Akademie est un partenaire stratégique du ministère fédéral allemand de la Coopération économique et du Développement. Elle est également active grâce à des fonds du ministère allemand des Affaires étrangères et de l'Union européenne, et ce dans une soixantaine de pays émergents et en développement.

### CONTACT

Dr. Laura Moore  
Head Research and Evaluation  
laura.moore@dw.com  
Berlin, Germany

 DWAkademie

 @dw\_akademie

 DWAkademie

 [dw.com/newsletter-registration](mailto:dw.com/newsletter-registration)

 [dw.com/mediadev](https://www.dw.com/mediadev)

*L'objectif de l'évaluation externe est de fournir une appréciation constructive des résultats du projet. Elle ne correspond pas nécessairement à la perspective et à la planification de la DW Akademie. Néanmoins, toutes les conclusions ont été discutées afin de permettre l'incorporation des leçons apprises dans le développement de stratégies futures.*