

## **Presse : l'éthique sous-traitée à Ooredoo**

Désormais, Joseph Ged, P-DG d'Ooredoo, se chargera de contrôler la conformité légale et morale de la presse algérienne.

Il l'a annoncé, mercredi dernier, devant le ministre de la Communication, des patrons de médias et des journalistes, à l'occasion de la soirée annuelle qu'il organise "en l'honneur" de la profession.

En application de ce qu'il appelle sa "nouvelle stratégie", il fera en sorte que les "moyens" dégagés par Ooredoo "en tant qu'annonceur pour soutenir le développement de la presse et du monde des médias" s'inscrivent "dans une démarche constructive du point de vue de la loi relative à l'information et à l'éthique". Il indique clairement qu'il ne cautionnera pas — entendre qu'il sanctionnera — les "attaques personnelles" contre l'entreprise, "contre le pays qui nous a fait l'honneur de nous accueillir, l'Algérie", et contre "le pays d'où a commencé l'aventure Ooredoo, le Qatar".

Nous voici donc avertis ! "Nous ne nous engagerons jamais aux côtés de ceux qui sont animés par les valeurs négatives de dénigrement et de médisance", prévient Ged. Comprendre : pas de publicité pour ceux qui critiquent son entreprise, le régime algérien ou le régime qatari !

Ne nous y trompons pas : Nedjma et Ged sont arrivés en Algérie naturellement bardés de cette audace normalisatrice et de cette arrogance rédemptrice. Mais, depuis qu'il nous pratique, le gardien des "valeurs positives" se sait en terrain soumis : ses invitations ont valeur de réquisitions auprès de multiples confrères et consœurs, dont des actionnaires et des directeurs éditoriaux ; certains d'entre nous aspirent même à être reconnus à travers des "distinctions" que le téléphoniste s'autorise à décerner à des "professionnels".

D'ailleurs, peu de convives, qu'ils représentassent la profession ou la tutelle, se sont sentis offensés par cette sommation disciplinaire de l'annonceur.

Certes, comme entreprise, Ooredoo a toute la liberté d'orienter l'investissement de son budget publicitaire. Mais en traçant explicitement des "lignes rouges" aux organes de presse qui souhaitent profiter de sa prodigalité publicitaire, elle se place en autorité privée d'éthique journalistique. Une éthique qui, au lieu d'émaner de la corporation, lui est imposée par la collusion politico-affairiste !

Pire, en faisant référence au "respect de la loi sur l'information", Ooredoo s'arroge des prérogatives de police et de justice : elle juge de l'application de la loi et sanctionne les contrevenants. La presse algérienne a enduré tous les procédés visant sa sujétion, mais que son propre État passe commande au capital affairiste, étranger, pour la mettre au pas, constitue une marque de réelle régression... éthique du pouvoir politique. Le pouvoir n'a, peut-être, pas réussi à étouffer le droit à l'information, mais il a fait mieux : faire de la presse de Djaout la presse de Ged. Avec notre bénédiction de prétendus héritiers de Mekbel.

Mais il n'y a pas que la presse qu'on livre — et se livre — à cette espèce d'opération de "rééducation" politique et culturelle confiée au monde des affaires ! Tous les secteurs — industrie, commerce, diplomatie, culture — sont astreints à des séances de mise aux normes animées par des affairistes que le système rentier oligarchique a propulsés dans la cour du régime et au rang de modèles moraux et de doctes omniscients.

**M. H.**