



Entité médiatique

Entité juridique

Date de la première publication

Date de la dernière modification

Habari RDC

Association Habari RDC

19/07/2022

19/07/2022



Ce qui suit est notre Rapport de transparence en qualité de participants à la Journalism Trust Initiative (JTI). Il est généré automatiquement à partir d'un questionnaire proposé par la JTI. Les réponses que vous voyez ici sont celles que nous avons données au mieux de nos connaissances. Elles n'ont PAS (encore) été revues ou certifiées de manière indépendante par un tiers. La JTI est une liste normative, lisible par machine et certifiable de critères pour un journalisme digne de confiance, initiée par Reporters sans frontières (RSF) et publiée par le Comité européen de normalisation (CEN) en décembre 2019. La publication de l'Accord d'atelier CEN n° 17493 original est disponible [ici](#). Vous trouverez plus d'informations en ligne sur la JTI [ici](#).

<https://www.jti-app.com/report/My1Dn8Ldg6eNa9oq>

RAPPORT DE TRANSPARENCE

SECTION A : IDENTITÉ ET TRANSPARENCE

[Exigences de base concernant l'identité des Médias](#)

[Charte éditoriale](#)

[Médias de service public](#)

[Divulgence du type de propriété](#)

[Exigences concernant l'identité des propriétaires](#)

[Divulgence de l'identité de l'équipe de direction et de sa localisation](#)

[Divulgence des coordonnées de la rédaction](#)

[Divulgence des sources de revenus et collecte des données](#)

SECTION B : PROFESSIONNALISME ET RESPONSABILITÉ

[Responsabilité envers les principes du journalisme](#)

[Exactitude](#)

[Responsabilité pour le contenu fourni par le grand public](#)

[Responsabilité concernant les sources](#)

[Professionalisme concernant les affiliations](#)

[Responsabilité \(redevabilité\) interne](#)

[Responsabilité externe](#)

[Professionalisme au sein du Média](#)

[Formation](#)



Entité médiatique

Entité juridique

Date de la première publication

Date de la dernière modification

Habari RDC

Association Habari RDC

19/07/2022

19/07/2022



Journalism
Trust Initiative

1. EXIGENCES DE BASE CONCERNANT L'IDENTITÉ DES MÉDIAS

1.1 NOM DE L'ENTITÉ JURIDIQUE

Le média, en tant qu'entité cherchant être conforme au Standard, doit fournir le nom de l'entité ou des entités juridiques désignées sous laquelle/lesquelles il est enregistré. Dans certains cas, il s'agira d'une entreprise ou d'une entité publique (branche du gouvernement, parlement, institution publique légalement autorisée, etc.) qui a la propriété légale ultime du média. C'est habituellement l'organisme qui serait tenu responsable en cas de procédure judiciaire. C'est l'organisme qui effectue les transactions comme le versement des salaires et le paiement des fournisseurs ou encaisse les revenus provenant des lecteurs, des téléspectateurs, des clients et d'autres sources de financement.

Quel est le nom de l'Entité juridique ?

Association Habari RDC

1.2 COORDONNÉES ET IDENTIFIANTS

Les coordonnées qui doivent être fournies sont l'adresse postale, le numéro de téléphone général et l'adresse courriel générale de l'entité ou des entités juridiques désignées au point 1.1. « Nom de l'Entité juridique », ainsi que les identifiants existants. *Clarification : Il s'agit des coordonnées de l'Entité juridique. Ailleurs dans le présent document, des moyens de contact pour les demandes de renseignements provenant des lecteurs, des téléspectateurs ou des auditeurs, des commentaires éditoriaux et des commentaires de la rédaction sont nécessaires.*

Quelle est l'adresse postale de l'Entité juridique ?

217, avenue Mushi, C.Ngaliema
1019070 Kinshasa
Congo, Democratic Republic of the

Quel est le numéro de téléphone général de l'Entité juridique ?

+243895244599

Quelle est l'adresse courriel de l'Entité juridique ?

contact@habarirdc.net

L'Entité juridique a-t-elle un numéro d'identification fiscale, un numéro d'enregistrement, un numéro DUNS ou tout autre identifiant ?

Oui

Quels sont ces numéros ou identifiants ?

Numéro d'impot: A2040296Y

Existe-t-il d'autres identifiants gouvernementaux ou tout autre identifiant qu'un organisme de certification pourrait utiliser pour vérifier l'identité de l'Entité juridique ?

Oui

Quels sont ces identifiants ?

Avis favorable ministère de la jeunesse: 006/CAB/JINC/2018

1.3 DESCRIPTION DU MÉDIA

L'entité cherchant à être conforme doit fournir la liste de tous les noms de marques, titres, noms de publication, etc. sous lesquels son contenu est publié, diffusé, imprimé ou diffusé, quelle que soit la manière, au public ou aux clients. Ceux-ci seront reconnus dans le contexte de ce document et de ce processus collectivement sous le nom de « Média ». C'est ce Média qui sera conforme aux standards de l'accord JTI. Il s'agit de l'entité conforme. Il englobe notamment tous les noms utilisés sur les URL de sites internet et sur les comptes de médias sociaux, etc.

Quelles marques, quels titres, noms de publication, etc. utilisez-vous pour publier du contenu ?

Habari RDC

1.4 RÉSEAUX DE DIFFUSION ET URL

Le Média doit fournir la liste de toutes les adresses URL sous lesquelles il publie. Si le contenu est radiodiffusé ou audiovisuel, le Média doit indiquer toutes les fréquences terrestres, services satellites, réseaux câblés et supports de streaming et toute autre plateforme sur laquelle il est distribué.

Le Média publie-t-il sur des URL ?

Oui

8.a Sur quelles adresses URL publiez-vous ?

<http://habairdc.net>

Le Média publie-t-il du contenu sur les médias sociaux ?

Oui

9.a Quelles sont les URL, les noms d'utilisateurs, les adresses ou autres noms de médias sociaux que vous utilisez pour publier ?

<https://web.facebook.com/HabariRDC>

<https://twitter.com/habariRDC>

<https://www.instagram.com/habairdc/>

Le Média diffuse-t-il du contenu par radiodiffusion ou diffusion en continu (streaming) ?

Non

1.5 QUESTIONS DE SÉCURITÉ

Le Média doit en tout temps assurer la sécurité (y compris la sécurité numérique) du personnel, des contributeurs et des propriétaires. Si une totale transparence des coordonnées ou d'autres informations sont susceptibles de mettre des individus en danger, le Média doit expliquer, autant que faire se peut, les raisons légitimes de l'absence de divulgation ou de l'utilisation de pseudonymes à cette fin. Les questions de sécurité ne doivent pas être utilisées de manière abusive pour s'abstenir de divulguer les informations requises.

Les lignes directrices éditoriales du Média indiquent-elles que la sécurité de tous les journalistes doit être vue comme une préoccupation de premier ordre ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Y a-t-il des raisons pour lesquelles le Média n'a pas divulgué certains renseignements concernant l'une ou l'autre des questions dans le cadre du présent questionnaire de l'accord JTI ?

Non

Quelles sont ces raisons ?

Sans réponse

1.6 LOCALISATION

Le Média doit fournir l'adresse physique du siège social de l'Entité juridique citée ci-dessus au point 1.1. « Nom de l'Entité juridique ». *Clarification : Ceci est nécessaire dans les cas où l'adresse indiquée dans la section (1.2.) « Coordonnées » ne précise pas d'emplacement physique, ou lorsque l'emplacement désigné par les coordonnées citées au point 1.2 n'est pas le même que celui du siège social. Le point 1.5, Questions de sécurité, peut s'appliquer ici.*

L'adresse physique de l'Entité juridique est-elle différente de l'adresse postale indiquée au point 1.2 ?

Non

Avez-vous une raison liée à la sécurité pour ne pas la fournir ?

Non

1.7 DATE DE CRÉATION

La date de création de l'Entité juridique citée au point 1.1 « Nom de l'Entité juridique » doit être précisée. Si le Média cité au point 1.3 « Média » a une date de création différente, l'historique des anciennes Entités juridiques et leur date de création doivent être spécifiés.

Quelle est la date de création de l'Entité juridique ?

10/2016

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

La date de création du Média (telle qu'indiquée à la question 7 du point 1.3) est-elle différente de celle de l'Entité juridique (telle qu'indiquée à la question 1 du point 1.1) ?

Non



Entité médiatique

Entité juridique

Date de la première publication

Date de la dernière modification

Habari RDC

Association Habari RDC

19/07/2022

19/07/2022



2. CHARTE ÉDITORIALE

2.1 PUBLICATION DE LA CHARTE ÉDITORIALE

Le Média doit rendre publique sa charte éditoriale. Celle-ci doit se conformer aux principes éthiques fondamentaux d'un journalisme digne de confiance et, comme cela est décrit dans le préambule, il convient d'y incorporer des principes de : pratique éthique, bonne gouvernance, autorégulation et engagement avec le public. Le média doit présenter les moyens qu'il compte employer pour défendre ces principes journalistiques grâce à ses lignes directrices et processus éditoriaux, qui doivent eux-mêmes inclure des dispositions concernant la prise de responsabilité à l'interne et à l'externe (voir clauses 9-15). Les bonnes pratiques consistent à codifier ces dispositions et à les rendre publiques.

Votre Média a-t-il une déclaration de charte éditoriale, ou une présentation de l'ensemble des principes ou des valeurs éditoriales suivis ?

Oui

Veillez fournir cette déclaration ici.

Habari RDC est un média en ligne géré par un collectif des blogueurs congolais et opérant sur toute l'étendue de la république démocratique du Congo.

Il s'adresse aux jeunes et aux femmes à travers son site web <http://habairdc.net> et ses plateformes de réseaux sociaux (Facebook, Twitter, You Tube, Instagram).

Habari RDC produit au quotidien 5 types de contenus à savoir texte, vidéo, audio et dessins et création graphiques. Notre media a pour vocation à mettre en valeur les opinions des personnes et des organisations et à amplifier les voix de ceux qui défendent les causes touchant au droit de l'homme, au genre et à l'égalité de sexes, à la cohésion sociale et la lutte contre toute forme de discrimination.

Cette déclaration est-elle présente en ligne ?

Oui

Quelle est l'URL où elle est publiée ?

<https://habairdc.net/charte-editoriale-de-habari-rdc/>



Entité médiatique

Entité juridique

Date de la première publication

Date de la dernière modification

Habari RDC

Association Habari RDC

19/07/2022

19/07/2022



3. MÉDIAS DE SERVICE PUBLIC

3.1 GOUVERNANCE, INDÉPENDANCE ET MISSION DES MÉDIAS DE SERVICE PUBLIC

Le Média doit décrire sa mission de service public et l'instrument juridique sur lequel elle est fondée. Il doit décrire sa structure de gouvernance, y compris le rôle de toutes les instances de gouvernance concernées (par exemple les conseils ou comités de réglementation et de supervision, le rôle du gouvernement ou du parlement). Il doit décrire la façon dont ses revenus sont générés et la proportion de ses revenus provenant entièrement ou en partie de fonds publics. Il doit déclarer si ses mesures de gouvernance internes et externes garantissent son indépendance éditoriale.

Le Média est-il un Média de service public ?

Non

4. DIVULGATION DU TYPE DE PROPRIÉTÉ

4.1 PRIVÉE

Le Média doit déclarer son statut juridique en précisant de quel type d'entreprise il s'agit. Par exemple, s'il s'agit d'une société à responsabilité limitée ou d'une société anonyme. Il convient d'utiliser la définition légale en usage dans le pays d'immatriculation et de fournir les informations d'inscription pertinentes.

Le Média ou l'Entité juridique sont-ils de propriété privée ?

Oui

Quels sont la forme et le statut du Média ou de l'Entité juridique selon les définitions légales du pays d'enregistrement ?

Media associatif

4.2 PROPRIÉTÉ DE L'ÉTAT OU PUBLIQUE

Le Média doit indiquer clairement s'il est détenu entièrement ou en partie par le gouvernement, une institution d'État ou un autre organisme public, et fournir des renseignements sur le département, l'entité ou l'organisme particulier qui exerce cette propriété ainsi que ses liens avec le gouvernement.

Le Média ou l'Entité juridique sont-ils la propriété de l'État, d'une unité gouvernementale ou de toute autre entité publique ?

Non

4.3 SOCIÉTÉ COTÉE EN BOURSE

Le Média doit indiquer s'il est une société cotée en bourse, où cette dernière est légalement enregistrée, et où ses actions sont négociées. L'entreprise doit également fournir le nom de l'action et indiquer la proportion de sa propriété qui est cotée en bourse.

Le Média ou l'Entité juridique sont-ils cotés en bourse ?

Non

4.4 AUTRE

Si la propriété du Média diffère de ce qui précède, par exemple si l'organisation est une structure coopérative appartenant à des sociétaires, le Média doit indiquer sa forme de propriété et fournir des liens vers les définitions juridiques locales de ce type de propriété. Si la propriété du Média se compose d'une combinaison des types de propriétés cités plus haut, il doit clairement détailler quelle part de l'organisation correspond à quel type de propriété.

La propriété du Média ou de l'Entité juridique diffère-t-elle des trois options présentées dans cette section ? Par exemple, est-ce une coopérative ?

Non

5. EXIGENCES CONCERNANT L'IDENTITÉ DES PROPRIÉTAIRES

5.1 NOMS DES PROPRIÉTAIRES ET DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Les noms des propriétaires – directs, indirects, majoritaires ou bénéficiaires – doivent être divulgués. Si certains d'entre eux sont également propriétaires d'autres sociétés, le nom, les activités principales et le secteur d'activité de ces sociétés doivent être clairement indiqués. Les noms des membres de la structure de supervision, telle que le conseil d'administration, doivent également être divulgués. Si certains d'entre eux sont des membres actifs d'un parti ou d'un mouvement politique, titulaires d'un mandat en tant qu'élus ou candidats à une élection politique, les noms des partis ou des mouvements doivent être clairement indiqués.

Quels sont les noms de tous les propriétaires directs, indirects et bénéficiaires ?

L'association Habari RDC

Ces noms sont-ils disponibles en ligne ?

Oui

Veillez fournir l'URL où les noms des propriétaires sont disponibles, et s'ils ne sont pas disponibles en ligne, veuillez indiquer où cette information peut être obtenue.

https://habarirdc.net/qui_sommes-nous/

Quels sont les noms des membres du/des conseils de surveillance ?

Guy Muyembe
Lemien Sakalunga
Didier Mukaleng Makal
Jean-Hubert Bondo
Elvis Katsana
Patrick Abega

Les noms des membres du conseil de surveillance sont-ils disponibles en ligne ?

Oui

Quelle est l'URL de la page qui contient les noms de ces personnes ?

https://habarirdc.net/qui_sommes-nous/

Les propriétaires listés sont-ils également fondateurs ou propriétaires d'autres entreprises ?

Oui

Indiquez ici les noms et les principales activités de ces entreprises.

ASBL Habari RDC, Amour-Afrique-Congo, production de contenus sur la santé sexuelle et de la reproduction

Quels sont les secteurs économiques des entreprises listées à la question précédente ?

ASBL Habari RDC, Amour-Afrique-Congo, médias

L'un des propriétaires est-il membre actif d'un parti politique ou d'un mouvement, ou candidat à une élection politique ou actuellement dans une fonction d'élus ?

Non

5.2 COORDONNÉES DES PROPRIÉTAIRES DIRECTS ET INDIRECTS

Les coordonnées des propriétaires directs et indirects doivent être divulguées, de préférence en ligne, ainsi que les coordonnées des membres du conseil d'administration.

Quelles sont les coordonnées de tous les propriétaires directs et indirects ?

ASBL Habari RDC: info@habairdc.net

Ces coordonnées sont-elles disponibles en ligne ?

Oui

Quelle est l'URL pour ces coordonnées ?

<https://habairdc.net/contactez-nous/>

Quelles sont les coordonnées des membres du conseil d'administration ?

contacthabari@gmail.com

Ces coordonnées sont-elles disponibles en ligne ?

Oui

Quelle est l'URL pour ces coordonnées ?

<https://habairdc.net/contactez-nous/>

5.3 NOMS DES ACTIONNAIRES

Les noms des actionnaires – directs, indirects, majoritaires ou bénéficiaires – doivent être divulgués. Si certains d'entre eux sont des sociétés, le nom, les activités principales et le secteur d'activité de ces sociétés doivent être clairement indiqués.

Quels sont les noms des actionnaires directs, majoritaires ou des entités qui contrôlent le Média ? (Si les actionnaires sont des entreprises, indiquez l'activité principale et le secteur économique de cette entreprise ainsi que son nom.)

ASBL Habari RDC, créer une synergie jeune autour des intérêt des jeunes et des femmes congolais, société civile

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

5.4 POURCENTAGE DE PARTICIPATION

Il convient de divulguer le pourcentage de participation des actionnaires majoritaires, quel qu'il soit.

Veuillez indiquer les actionnaires et leur pourcentage de participation.

ASBL Habari RDC, 100%

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

5.5 EXCEPTION POUR LES MÉDIAS COOPÉRATIFS APPARTENANT AUX SOCIÉTAIRES

Les noms et les coordonnées de tous les propriétaires n'ont pas à être divulgués. Seuls ceux des membres de la direction le sont (comme le conseil d'administration, par exemple) selon les clauses 5.1 et 5.2.

Le Média appartient-il à ses sociétaires ?

Oui

Veillez fournir les noms et coordonnées des membres du conseil d'administration ou de toute autre forme de leadership dans le Média.

Sans réponse

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

6. DIVULGATION DE L'IDENTITÉ DE L'ÉQUIPE DE DIRECTION ET DE SA LOCALISATION

6.1 COORDONNÉES DE LA DIRECTION

Le PDG, le directeur général, les directeurs, et toutes autres personnes responsables de l'entreprise doivent être clairement identifiés. Leur nom, leur fonction et leurs coordonnées professionnelles doivent être divulgués.

Quels sont les noms, fonctions et coordonnées de tous les membres de l'équipe de direction du Média ?

Guy Muyembe, président, guy.muyembe@habairdc.net

Elvis Katsana, responsable des équipes digitales, elvis.katsana@habairdc.net

Didier Mukaleng, responsable de la coordination, didiermukaleng.makal@habairdc.net

Jean-Hubert Bondo, rédacteur en chef, jean-hubert.bondo@habairdc.net

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

6.2 EMPLACEMENT DES AGENCES ET DES BUREAUX

Les emplacements du siège social, des principales agences et bureaux du Média doivent être divulgués, y compris l'adresse postale complète, un numéro de téléphone à contacter et une adresse courriel.

Quels sont l'adresse postale, le numéro de téléphone et l'adresse courriel du siège social du Média ?

Guy Muyembe, président, guy.muyembe@habairdc.net

Elvis Katsana, responsable des équipes digitales, elvis.katsana@habairdc.net

Didier Mukaleng, responsable de la coordination, didiermukaleng.makal@habairdc.net

Jean-Hubert Bondo, rédacteur en chef, jean-hubert.bondo@habairdc.net

Le Média a-t-il d'autres agences ou bureaux ?

Non

Y a-t-il des raisons de sécurité pour ne pas divulguer ces renseignements ?

Non



Entité médiatique

Entité juridique

Date de la première publication

Date de la dernière modification

Habari RDC

Association Habari RDC

19/07/2022

19/07/2022



7. DIVULGATION DES COORDONNÉES DE LA RÉDACTION

7.1 MÉDIAS SOCIAUX

Le Média doit fournir les comptes de médias sociaux des professionnels chargés de répondre aux questions du public concernant le contenu éditorial de l'organisation. Il peut s'agir de cadres, de rédacteurs en chef, de médiateurs, de modérateurs ou de leurs équivalents.

Le Média dispose-t-il de comptes de médias sociaux pour que le public puisse réagir et interagir avec le contenu ?

Oui

Quelles sont les URL ou autres moyens d'identification de tous les comptes de médias sociaux à travers lesquels le public peut communiquer avec le Média ?

<https://twitter.com/habariRDC>

<https://web.facebook.com/HabariRDC>

<https://www.instagram.com/habarirdc>

7.2 COORDONNÉES DE LA SALLE DE RÉDACTION

Le Média doit fournir les coordonnées qui permettront de communiquer avec la ou les salles de rédaction. Lorsque la rédaction est informée des questions du public, il convient qu'il soit en mesure d'y répondre et de communiquer avec le public.

Le Média dispose-t-il d'une personne responsable de la communication avec le public concernant le contenu ?

Oui

Le moyen de communication avec cette personne ou toute autre au sein du Média est-il clairement visible pour le public ?

Oui

De quelle manière le personnel du Média responsable de répondre aux questions du public communique-t-il avec celui-ci à propos des résultats des requêtes, préoccupations, etc. ?

Il y a une équipe de modération pour ce qui est de communiquer sur les médias sociaux. Et il y a un chargé de communication pour ce qui est des courriers.

7.3 COORDONNÉES DU SERVICE À LA CLIENTÈLE

Le Média doit fournir toutes les coordonnées disponibles : numéros de téléphone, adresses courriel et l'adresse de correspondance de son service à la clientèle. Si l'organisation ne dispose pas de ce type de département, il convient de fournir un contact pour que les lecteurs ou autres parties intéressées puissent pouvoir entrer en contact avec le Média.

Le Média a-t-il un département, ou même une seule personne, responsable du service à la clientèle ?

Oui

Quelles sont les coordonnées, y compris les numéros de téléphone, les adresses courriel et les adresses de correspondance du service à la clientèle ou de son équivalent au sein du Média ?

contact@habarirdc.net

8. DIVULGATION DES SOURCES DE REVENUS ET COLLECTE DES DONNÉES

8.1 SOURCES DE REVENUS

Le Média doit divulguer une liste de ses sources de revenus, déclinées de la plus importante à la moins importante. Cela peut inclure les abonnements, la publicité, les principaux donateurs et dons, les subventions, les droits, les ventes, les cotisations, les parrainages, les revenus provenant d'événements, etc. Les organisations tenues de publier ou de rendre publics leurs états financiers doivent fournir une référence de la source où ces données sont accessibles. Le Média peut divulguer ses revenus et/ou les catégories de ses sources de revenus, y compris les ratios correspondants. Un Média appartenant à l'Etat ou au gouvernement, ou financé par des fonds publics, doit divulguer la nature de sa ou de ses sources de revenus : redevance, budget du gouvernement, partenariats, abonnements publics, subventions, publicité commerciale ou autres. Lorsqu'un Média s'estime dans l'impossibilité de divulguer de l'information en raison de questions de sécurité, comme celles établies dans la section Termes et Définitions, ce dernier doit fournir des explications.

Quelles sont les catégories de sources de revenus, classées de la plus importante à la moins importante. Cela peut inclure les abonnements, la publicité, les principaux donateurs et dons, les subventions, les droits, les ventes, les cotisations, les parrainages, les revenus provenant d'événements, etc.

Les subventions des ONG et fondations internationales: Internews, Open Society, Oxfam

Les ventes des services (Formations, location équipement,...)

Les cotisations des membres

Les autres revenus

Le Média est-il tenu de divulguer ses états financiers ?

Non

Quel le montant des revenus du Média ?

Plus ou moins 200000 dollars US annuel

Quels sont les parts ou ratios des catégories de revenus (telles que décrites à la question 46) ?

Les subventions des ONG et fondations internationales: Internews, Open Society, Oxfam à hauteur de 80%

Les ventes des services (Formations, location équipement,...) à hauteur de 10%

Les cotisations des membres à hauteur de 7%

Les autres revenus à hauteur de 3%

Y a-t-il une raison en lien avec la sûreté et la sécurité justifiant la transmission de données incomplètes dans cette section ?

Non

8.2 DIVULGATION DE LA COLLECTE DE DONNÉES

Lorsqu'un Média recueille des données auprès de son public, par ses propres moyens ou à l'aide de tierces parties, il doit le divulguer. Le Média doit décrire quelles données personnelles sont traitées, par quelle méthode et dans quel but.

Votre Média traite-t-il des données personnelles recueillies auprès de son public, par lui-même ou avec des tierces parties ?

Oui

Quelles informations sont traitées ?

Les informations de communication de type email ou numéros de téléphones

Les cookies tierces

les données brutes liées à la navigation sur nos plateformes

Quel est l'objectif de la collecte de ces informations ?

Offre de contenus sur mesure

Mesure de l'audience

Marketing des contenus

Planification stratégique

De que manière ces informations sont-elles traitées ?

Les données des utilisateurs ne sont jamais revendues

Il y a un effort fait pour les anonymiser et ne jamais les conserver au-delà d'une durée légale

L'ensemble des activités de traitement des données est fait selon les prescrits du RGPD

9. RESPONSABILITÉ ENVERS LES PRINCIPES DU JOURNALISME

9.1 LIGNES DIRECTRICES ÉDITORIALES

Un Média doit établir un ensemble de lignes directrices éditoriales ou adhérer à un ensemble de lignes directrices externes (par exemple le Modèle de lignes directrices éditoriales fourni comme document de référence à ce Standard), auxquelles se conforment ses activités journalistiques. Il convient que celles-ci gouvernent les principes-clés de la production des contenus, de leur diffusion et de la conduite journalistique. Ces lignes directrices, ainsi que l'identité de la personne ou du groupe de personnes qui en sont responsables au sein de l'organisation, doivent être disponibles pour le public sous une forme facilement accessible et compréhensible. Les bonnes pratiques consistent à avoir ces informations accessibles publiquement plutôt que sur demande.

Votre Média dispose-t-il d'un ensemble de lignes directrices ou adhère-t-il à des lignes directrices externes concernant la production, la distribution et la diffusion des contenus journalistiques et auxquelles ses activités journalistiques se conforment ?

Oui

Sont-elles mises à la disposition du public sous une forme facilement accessible ?

Non

Y a-t-il une personne ou un groupe de personnes clairement identifiés responsables de ces lignes directrices ?

Oui

Cette identification est-elle visible sur la page des lignes directrices ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

9.2 OBJECTIF DES LIGNES DIRECTRICES

Un Média doit s'assurer que ses lignes directrices éditoriales définissent clairement les attentes concernant les comportements de son propre personnel, de ses travailleurs indépendants et de tous les contributeurs à son contenu éditorial. Dans le cadre des lignes directrices, il convient également de définir la structure de responsabilité au sein de l'organisation, en s'assurant que les responsabilités pour chaque étape menant à la publication soient clairement établies.

Les lignes directrices mentionnées dans la section concernant les lignes directrices éditoriales établissent-elles des attentes claires pour le comportement de tous les contributeurs, y compris le personnel de rédaction (journalistes, rédacteurs en chef) et tous les autres contributeurs ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Les lignes directrices mentionnées dans la section concernant les lignes directrices éditoriales précisent-elles clairement la structure de responsabilité éditoriale pour chaque étape du processus de publication au sein de l'organisation ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

9.3 LIGNES DIRECTRICES ET PRINCIPES DU JOURNALISME

Un Média doit s'assurer que ses lignes directrices éditoriales incarnent les principes éthiques de base du journalisme. Les lignes directrices éditoriales peuvent imposer des exigences spécifiques en plus de ces principes éthiques fondamentaux, mais aucune exigence supplémentaire ne doit compromettre ces principes éthiques fondamentaux tels qu'ils sont décrits dans le préambule.

Vos lignes directrices éditoriales comprennent-elles des exigences en matière d'exactitude (comme prescrit dans le préambule) de votre contenu ?

Oui

Quelle est l'URL ?

Nous n'avons pas encore rendu public nos lignes directrices.

Comprennent-elles des exigences en matière d'indépendance (comme prescrit dans le préambule) de vos prises de décisions éditoriales ?

Oui

Quelle est l'URL ?

Nous n'avons pas encore rendu public nos lignes directrices.

Comprennent-elles des exigences en matière d'équité (comme prescrit dans le préambule) dans la pratique du journalisme ?

Oui

Quelle est l'URL ?

Nous n'avons pas encore rendu public nos lignes directrices.

Comprennent-elles des exigences en matière de prise de responsabilité (comme prescrit dans le préambule) dans la pratique du journalisme ?

Oui

Quelle est l'URL ?

Nous n'avons pas encore rendu public nos lignes directrices.

9.4 CONFLITS D'INTÉRÊTS

Les lignes directrices éditoriales doivent veiller à ce qu'il n'existe aucun conflit d'intérêts – réel, potentiel ou perçu – pouvant nuire à l'intégrité du contenu ou à l'indépendance éditoriale de ceux qui y travaillent. Il convient d'y inclure des recommandations sur la façon de gérer les conflits liés à la politique, aux affaires et aux intérêts personnels. Il convient pour les structures éditoriales de protéger le journalisme de toute influence indue de la part de la direction générale ou des actionnaires en dehors du processus rédactionnel officiel, et de tout autre intérêt externe, qu'il soit commercial, social ou politique.

Vos lignes directrices éditoriales comprennent-elles des mesures de protection contre les conflits d'intérêts réels, potentiels ou perçus ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Les lignes directrices comprennent-elles des recommandations sur la façon de gérer les conflits liés aux affaires ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Les lignes directrices comprennent-elles des recommandations sur la façon de gérer les conflits liés à des intérêts politiques ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Les lignes directrices comprennent-elles des recommandations sur la façon de gérer les conflits liés à des intérêts personnels ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

La structure du Média protège-t-elle les processus éditoriaux d'une influence indue interne ou externe ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

10. EXACTITUDE

10.1 PROCESSUS ASSURANT L'EXACTITUDE

Les processus éditoriaux doivent être systématiquement structurés de manière à garantir l'exactitude du contenu. Cela peut inclure des processus de vérification du contenu utilisés dans la production éditoriale. Une structure systématique doit être mise en place pour assurer le respect des principes des lignes directrices éditoriales et un contrôle éditorial approprié.

Avez-vous des règles internes et une structure éditoriale systématique pour vous assurer de l'exactitude de votre contenu ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Avez-vous des règles internes et une structure éditoriale systématique pour vous assurer que les lignes directrices éditoriales sont respectées ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Avez-vous un processus de vérification pour le contenu et le rôle du contrôle éditorial ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

10.2 EXAMEN DU PROCESSUS

Il doit y avoir un mécanisme d'examen périodique des processus éditoriaux pour s'assurer qu'ils sont conformes aux lignes directrices éditoriales et que les processus de vérification sont efficaces et sont utilisés.

Avez-vous un mécanisme d'examen périodique pour assurer l'efficacité de mise en œuvre de vos lignes directrices éditoriales au sein de vos processus éditoriaux ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Votre mécanisme de prise et suivi de vos responsabilités (redevabilités), qu'il soit interne ou externe, fait-il l'objet d'examens périodiques ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

10.3 STATISTIQUES ET CONTENU EXTERNE

Il convient d'identifier et de vérifier les statistiques et le contenu photographique/vidéo/audio externe.

Vos lignes directrices éditoriales exigent-elles que la provenance des statistiques soit citée et vérifiée ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Vos lignes directrices éditoriales exigent-elles que la provenance du contenu photographique/vidéo/audio externe soit citée et vérifiée ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

10.4 IDENTIFICATION DES JOURNALISTES ET DES AGENCES

Il convient d'identifier les auteurs principaux et secondaires ou, si ce n'est pas le cas, de les enregistrer par des mécanismes de publication, afin que cette information puisse être consultée en cas de requête. Cela inclut le matériel d'agence de presse auquel le Média souscrit. Il convient de soumettre toutes les coordonnées des personnes aux exigences légales en matière de protection des données et de sécurité.

Les journalistes individuels (dont les sources externes) sont-ils identifiés, par exemple par signature, ou enregistrés via des mécanismes de publication, afin que cette information puisse être consultée ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Tout le matériel provenant d'agences de presse et utilisé par le Média est-il enregistré et suivi ?

Oui

10.5 DÉCLARATION DU LIEU DE REPORTAGE

Dans le cas de reportages d'actualité, dans l'intérêt du lecteur ou de l'auditoire, il convient d'identifier clairement la provenance du reportage, en précisant s'il comprend du contenu recueilli sur le terrain ou s'il a été produit en salle. Lorsque les circonstances de reportage sont soumises à des contraintes en raison des conditions ou facilitations d'accès, il convient de le mentionner. C'est le cas par exemple en cas d'incorporation dans une armée ou de voyage avec une milice locale. Cela peut inclure les cas de facilitation par une entreprise, une ONG ou une organisation gouvernementale. La mention est nécessaire au nom de la transparence.

Le lieu du reportage est-il identifié dans votre contenu ?

Oui

Vos lignes directrices éditoriales veillent-elles à ce que toute contrainte liée à la divulgation du lieu du reportage soit expliquée dans le reportage ou dans le contexte de sa publication ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Vos lignes directrices éditoriales exigent-elles la transparence dans les cas où le reportage a été facilité par un organisme externe ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

10.6 CONTENU GÉNÉRÉ AUTOMATIQUEMENT

Le contenu d'actualité généré, en tout ou partie, automatiquement au moyen d'algorithmes (entre autres, les systèmes de génération de texte, les robots ou les intelligences artificielles) doit être clairement signalé.

Publiez-vous du contenu généré automatiquement ?

Non

10.7 DIFFUSION ALGORITHMIQUE ET CHOIX DE CONTENU

Un Média doit indiquer sa politique en matière d'utilisation d'algorithmes pour la diffusion ou le choix de contenus d'actualité, ainsi que sa conformité aux exigences des bonnes pratiques des organismes consultatifs ou de réglementation.

Utilisez-vous des algorithmes pour la diffusion ou le choix de contenu ?

Non

10.8 TRAITEMENT DES CONTENUS EXPLICITES

Les processus éditoriaux doivent assurer le traitement approprié du point de vue éthique des actes de violence, du contenu explicite, du contenu concernant des enfants ou d'autres personnes vulnérables et du contenu en direct.

Vos lignes directrices éditoriales assurent-elles le traitement éthique approprié des actes de violence et du contenu explicite ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Vos lignes directrices éditoriales assurent-elles le traitement éthique approprié du contenu exposant des enfants ou d'autres personnes vulnérables ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Vos lignes directrices éditoriales assurent-elles le traitement éthique approprié du contenu diffusé en direct ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse



Entité médiatique

Entité juridique

Date de la première publication

Date de la dernière modification

Habari RDC

Association Habari RDC

19/07/2022

19/07/2022



11. RESPONSABILITÉ POUR LE CONTENU FOURNI PAR LE GRAND PUBLIC

11.1 CONTENU GÉNÉRÉ PAR LES USAGERS OU CGU (USER GENERATED CONTENT OU UGC, EN ANGLAIS)/ INFORMATIONS PROVENANT DE TÉMOIGNAGES (EYEWITNESS NEWS, EN ANGLAIS)

Un Média doit s'assurer que les mêmes principes de vérification d'exactitude, de conformité légale et d'éthique soient appliqués au contenu journalistique provenant du grand public (CGU ou actualités provenant de témoignages), comme pour tous les contenus qu'il publie.

Votre Média publie-t-il du contenu ne provenant pas du personnel ou de journalistes mais de sources externes telles que les lecteurs/télespectateurs ?

Oui

Votre Média a-t-il des structures établies pour s'assurer que le contenu provenant de sources externes soit soumis aux mêmes principes que celui créé entièrement par vos propres journalistes ?

Oui

11.2 LIGNES DIRECTRICES ÉDITORIALES POUR LE CONTENU GÉNÉRÉ PAR LES USAGERS (CGU)/ INFORMATIONS PROVENANT DE TÉMOIGNAGES

Il convient que le Média fournisse dans ses lignes directrices éditoriales des consignes spécifiques pour le traitement du contenu généré par les usagers ou provenant de témoignages, et il convient de rendre celles-ci accessibles au public. Les lignes directrices doivent indiquer le processus de vérification en place et le mode de publication prévu permettant d'identifier ce type de contenu. Elles doivent également inclure des recommandations sur la façon d'agir de manière responsable avec les fournisseurs de ce type de contenu.

Vos lignes directrices éditoriales comprennent-elles des dispositions concernant le matériel provenant de sources externes ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Vos lignes directrices éditoriales comprennent-elles des dispositions concernant le contenu généré par les usagers et les actualités provenant de témoignages ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Comprennent-elles des détails sur les systèmes de vérification de ce contenu ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Comprennent-elles des recommandations sur l'identification adéquate de ce contenu ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Comprennent-elles des recommandations sur la manière de traiter les fournisseurs de contenu de manière responsable et éthique ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

11.3 LIGNES DIRECTRICES POUR LES ARTICLES D'OPINION

En ce qui concerne les articles d'opinion, les éditoriaux ou les commentaires, il convient de fixer dans les lignes directrices des exigences claires sur les principes déontologiques qui peuvent inclure, entre autres, l'interdiction de commentaires diffamatoires, d'atteinte à la vie privée, de discours haineux et de harcèlement. Il convient que le Média précise sa politique sur la modération de ce contenu, avant ou après la publication, ainsi que sa politique sur les dispositions de retrait, d'avis et d'appel.

Vos lignes directrices éditoriales contiennent-elles également des dispositions visant à s'assurer que le contenu des commentaires soit exempt de diffamation ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Vos lignes directrices éditoriales contiennent-elles également des dispositions visant à s'assurer que le contenu des commentaires soit exempt d'atteintes à la vie privée ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Vos lignes directrices éditoriales contiennent-elles également des dispositions visant à s'assurer que le contenu des commentaires soit exempt de discours haineux ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Vos lignes directrices éditoriales contiennent-elles également des dispositions visant à s'assurer que le contenu des commentaires soit exempt de harcèlement ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Est-il clair pour le public que la modération de votre Média à l'égard de l'utilisation des commentaires est effectuée avant ou après la publication ?

Oui

Cette politique permet-elle de retirer des contenus offensants ?

Oui

12. RESPONSABILITÉ CONCERNANT LES SOURCES

12.1 ANONYMAT

Les procédures pour accorder l'anonymat aux sources doivent être couvertes par les lignes directrices. Il convient de clarifier pour le public la raison pour laquelle l'anonymat a été accordé.

Existe-t-il des lignes directrices concernant les procédures pour offrir l'anonymat aux sources ?

Oui

Les raisons pour offrir l'anonymat aux sources sont-elles clairement communiquées au public ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

12.2 DROIT À LA VIE PRIVÉE

Il convient de fournir des lignes directrices éditoriales sur la protection du droit à la vie privée des individus et leur sécurité.

Existe-t-il des lignes directrices pour s'assurer que le droit à la vie privée et la sécurité des individus soient protégés dans le cours de votre activité journalistique ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

12.3 INDÉPENDANCE ET SOURCES

Il convient de fournir des lignes directrices sur l'établissement de relations avec les sources qui protègent l'indépendance du journalisme.

Existe-t-il des lignes directrices pour garantir l'indépendance du journalisme vis-à-vis des sources de contenu ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

12.4 DIVERSITÉ DES SOURCES

Il convient de fournir des lignes directrices éditoriales qui garantissent qu'une diversité de sources soit consultée lors de la production de contenu journalistique, avec un délai de réponse suffisant.

Les lignes directrices veillent-elles à ce qu'une diversité de sources soient utilisées dans le processus de la préparation de vos contenus ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

13. PROFESSIONNALISME CONCERNANT LES AFFILIATIONS

13.1 POLITIQUES SUR LE CONTENU PARRAINÉ

Les principes du journalisme professionnel doivent avoir des pratiques éditoriales claires et distinctes concernant la différenciation entre les publicités et contenus parrainés, qu'ils soient commandés ou commerciaux, et le contenu éditorial produit indépendamment par le Média.

Vos lignes directrices éditoriales comprennent-elles des politiques spécifiques pour distinguer le contenu parrainé ou commercial ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

13.2 INDICATEURS DU CONTENU PARRAINÉ

Dans le Média, le contenu parrainé doit être clairement identifié par les mots « parrainé par », « payé par », ou « sponsorisé par » ou d'autres termes explicites et faciles à comprendre. Il convient de porter une attention particulière à la distinction entre les contenus dits « natifs » (lorsque l'élément est commandité mais est publié côte à côte avec le contenu éditorial ordinaire) et le matériel qui les entoure.

Publiez-vous du contenu parrainé (publi-rédactionnel) ?

Non

13.3 SÉPARATION DES NOUVELLES ET OPINIONS

Les lignes directrices éditoriales doivent veiller à ce qu'il y ait une distinction claire entre les nouvelles et les opinions, et entre les nouvelles et les autres contenus provenant d'organismes externes non journalistiques, en exigeant un étiquetage ou un mécanisme équivalent.

Vos lignes directrices éditoriales exigent-elles qu'une distinction claire soit faite entre le contenu factuel et le contenu d'opinion ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Vos lignes directrices éditoriales exigent-elles qu'une distinction claire soit faite entre le contenu factuel et le contenu commercial ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Vos lignes directrices éditoriales et votre pratique éditoriale exigent-elles qu'une distinction claire soit faite entre le contenu d'actualité factuel et le contenu provenant d'un organisme externe non journalistique ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

14. RESPONSABILITÉ (REDEVABILITÉ) INTERNE

14.1 GÉRER LES INEXACTITUDES

Une structure éditoriale systématique doit être mise en place au sein du Média afin de garantir que toutes les inexactitudes dans son contenu sont corrigées de manière opportune et transparente. Cela doit comprendre un processus clair qui permet au public et à ceux qui ont connaissance du sujet de communiquer les erreurs potentielles au Média, et à ce dernier d'évaluer et de traiter ces réclamations.

Avez-vous un processus clair qui permette au public de communiquer les erreurs potentielles au Média ?

Oui

Publiez-vous ce processus ?

Oui

Sur quelle URL peut-il être consulté ? Sinon, où est-il visible aux côtés des contenus individuels ?

La procédure veut qu'une mise à jour du contenu concerné est effectuée et publiquement communiquée aux lecteurs de Habari RDC.

Avez-vous un processus clair qui permette à ceux qui sont directement impliqués par le sujet de communiquer les erreurs potentielles au Média ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Avez-vous un processus clair pour évaluer ces réclamations et y répondre ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Existe-t-il au sein du Média une structure éditoriale systématique qui garantit que toutes les inexactitudes dans son contenu sont corrigées de manière opportune et transparente ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

14.2 PUBLIER LES CORRECTIONS

En particulier, en ce qui concerne les inexactitudes, un Média doit adopter de bonnes pratiques concernant la correction des inexactitudes, par exemple en indiquant clairement la correction dans un endroit et d'une manière aussi visible que la version originale, comme sur la même URL ou pendant la même plage horaire de diffusion.

Votre Média garantit-il la publication de toute correction d'inexactitudes et d'erreurs importantes dans un endroit et d'une manière aussi visible que ceux du contenu original, comme sur la même URL ou pendant la même plage horaire ?

Oui

14.3 CONTACT ET PROCESSUS POUR LE TRAITEMENT DES PLAINTES

Un Média doit avoir une personne désignée et/ou des coordonnées de contact pour les plaintes. Il doit exister un processus pour permettre aux membres du public d'entamer un dialogue avec l'organisation en cas de violations potentielles des principes journalistiques ou des lignes directrices éditoriales. Ces renseignements doivent être facilement accessibles.

Votre organisation dispose-t-elle d'un point de contact désigné en cas de plaintes concernant des violations potentielles des principes journalistiques ou des lignes directrices éditoriales ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Disposez-vous d'un processus pour permettre aux membres du public d'entamer un dialogue avec l'organisation en cas de violations potentielles des principes journalistiques ou des lignes directrices éditoriales ? (le "Uniform Correction or Clarification act" qui a été adopté par la plupart des états des États-Unis d'Amérique peut être suivi à cet effet)

Oui

Cette information est-elle clairement accessible ?

Oui

Quelle est l'adresse URL où cette information est disponible ? Si ce n'est pas sur une page unique, décrivez où l'on peut trouver cette information.

<https://habarirdc.net/contactez-nous/>

14.4 PROCESSUS INTERNE DE TRAITEMENT DES PLAINTES

Le Média doit disposer d'une procédure claire pour s'assurer que tous les membres du personnel sont au courant du processus qui doit être suivi lorsqu'une plainte est reçue. Pour les grands Médias, par exemple, il doit être reconnu et accepté que la personne ayant créé le contenu faisant l'objet d'une telle plainte doit porter la question à l'attention d'une tierce partie désignée. Un Média doit s'assurer que les plaintes sont traitées au sein du Média d'une manière juste, raisonnable et opportune.

Votre personnel (employés et travailleurs indépendants) est-il au fait du processus à suivre lorsqu'une plainte est reçue ?

Oui

Savent-ils que de telles plaintes doivent être portées à l'attention d'un cadre supérieur (si l'organisation est suffisamment grande pour qu'il soit possible d'avoir une personne dédiée) qui n'est pas directement lié à la production du contenu ?

Oui

Votre Média s'engage-t-il à la résolution de telles plaintes d'une manière juste, raisonnable et opportune ?

Oui

14.5 INDÉPENDANCE DU MÉDIATEUR

Lorsque le mécanisme de responsabilité interne d'un Média prend la forme d'un médiateur, celui-ci peut être nommé par le Média ; mais dans ce cas, il doit y avoir un processus de nomination transparent et l'indépendance du médiateur doit être protégée afin de s'assurer qu'il ou elle ne puisse pas être retiré de ses fonctions pour avoir contesté des décisions ou des actions journalistiques ou éditoriales.

Le Média a-t-il un médiateur ?

Non

14.6 POUVOIRS DU MÉDIATEUR

Aucune réponse n'est nécessaire ici en raison de votre réponse à la question précédente.

15. RESPONSABILITÉ EXTERNE

15.1 CONTRÔLE EXTERNE

La confiance dans le Média est renforcée si ce dernier fait l'objet d'une forme de contrôle externe efficace et indépendant. À cette fin, le cas échéant, un Média peut souhaiter se soumettre à un système indépendant et efficace de surveillance de ses principes journalistiques, ce qui peut prendre la forme d'un médiateur externe, d'un conseil de presse ou d'un organisme de réglementation.

Votre Média s'est-il engagé dans un système ou dans des systèmes externes de vérification de la qualité et redevabilité de votre contenu éditorial ?

Non

15.2 CONFORMITÉ À LA PRISE DE RESPONSABILITÉ EXTERNE

Lorsqu'un Média s'engage à une forme externe de surveillance, il doit se conformer à toute directive, structure ou bonne pratique fournie par l'organisme qui assure cette fonction.

Votre Média est-il prêt à se conformer à toute directive ou recommandation donnée par l'organisme auprès duquel il s'est engagé ?

Oui

15.3 ABSENCE DE CONTRÔLE EXTERNE

La prise de responsabilité externe n'est pas toujours possible en raison de l'absence de tels mécanismes dans de nombreux pays ou d'un manque de confiance dans l'efficacité, l'indépendance ou la fiabilité des mécanismes existants. Si tel est le cas, il peut être utile pour le Média d'indiquer les raisons de la non-conformité, tout en prenant compte des exigences légales s'appliquant à celui-ci. Le Média peut dans certains cas s'allier avec d'autres entités médiatiques pour participer à un processus d'examen plus approprié.

Votre Média est-il soumis à un mécanisme de contrôle externe que vous ne trouvez pas possible de respecter ?

Non

15.4 COORDONNÉES DES ORGANISMES EXTERNES DE CONTRÔLE

Lorsqu'un Média s'engage à une forme externe de surveillance, il doit faire connaître le processus par lequel le public peut s'adresser à cet organisme pour porter plainte au sujet des violations potentielles des lignes directrices éditoriales, et ce d'une manière qui soit facilement accessible.

Avez-vous rendu public le processus par lequel le public peut s'adresser à cet organisme pour porter plainte au sujet des violations potentielles de vos lignes directrices éditoriales ?

N/A

15.5 AUTRES ASSOCIATIONS

Le Média peut rendre publique une liste de ses affiliations aux organismes qui exigent de leurs membres, pour qu'ils maintiennent leur statut, une adhésion à des directives, des standards et des normes publiés. Les bonnes pratiques consistent à publier les noms des associations dont le Média est membre, ainsi que leurs coordonnées.

Faites-vous partie d'autres associations qui exigent de leurs membres, pour qu'ils maintiennent leur statut, une adhésion à des directives, standards et normes publiées ?

Non



Entité médiatique

Entité juridique

Date de la première publication

Date de la dernière modification

Habari RDC

Association Habari RDC

19/07/2022

19/07/2022



16. PROFESSIONNALISME AU SEIN DU MÉDIA

16.1 RECRUTEMENT ET FORMATION

Il doit exister des directives professionnelles pour le recrutement et la formation du personnel de la rédaction. Cela inclut la responsabilité de mettre en place une politique de diversité et de veiller au bien-être du personnel. Il convient de rendre les politiques de recrutement (concours etc.) et de bien-être du personnel accessibles au public.

Avez-vous des directives professionnelles pour le recrutement et la formation du personnel de la rédaction ?

Oui

Ces directives comprennent-elles une politique de diversité ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Ces directives traitent-elles du bien-être du personnel ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Sont-elles disponibles pour le public ?

Non

16.2 CONDITIONS DE TRAVAIL, POLITIQUE CONTRACTUELLE ET RELATIONS AVEC LES ORGANISATIONS SYNDICALES

Il convient que l'environnement organisationnel soutienne les principes journalistiques, y compris la protection de l'intégrité journalistique, par le respect de la législation et du droit du travail, la transparence de la politique contractuelle et la liberté syndicale. Il convient de ne pas empêcher un journaliste d'exercer son activité dans le respect de la déontologie par la durée ou la nature de son contrat. Il convient de protéger ce principe par la structure de l'organisation.

Les règlements et lignes directrices concernant l'emploi du personnel et l'engagement contractuel des journalistes protègent-ils leur indépendance éditoriale ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Vos employés (y compris vos travailleurs indépendants) sont-ils couverts par des contrats et assurances conformes à la loi ?

Oui

Votre personnel journalistique a-t-il le droit de créer ou de rejoindre un syndicat ?

Oui

Disposez-vous déjà d'une structure de dialogue social comprenant une convention collective avec les syndicats appropriés ?

Non

Existe-t-il des lignes directrices pour les contrats d'engagement des journalistes indépendants ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Ces lignes directrices garantissent-elles la capacité des journalistes indépendants à adhérer aux principes éditoriaux ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

16.3 BIEN-ÊTRE DU PERSONNEL

Il convient, pour un Média, d'inclure dans son rôle la responsabilité du bien-être du personnel et des collaborateurs indépendants. Il convient de fournir des lignes directrices les protégeant contre toute forme de discrimination et soutenant l'égalité des chances. Il convient de fournir des lignes directrices qui assurent leur sécurité dans l'exercice de leurs fonctions et dans leur environnement de travail (y compris à distance ou en ligne). Il convient de fournir des lignes directrices sur le soutien proposé aux collaborateurs qui ont été exposés à des sujets sensibles ou perturbants ou qui ont subi des dommages physiques ou psychologiques dans le cadre de leur travail.

Les règles de votre Média protègent-elles contre la discrimination sur le lieu de travail ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Les règles de votre Média favorisent-elles l'égalité des chances ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Votre Média a-t-il une politique de sécurité au travail qui comprend une protection spécifique pour les journalistes travaillant dans des environnements hostiles ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Votre Média dispose-t-il de lignes directrices à l'intention du personnel de rédaction lorsqu'il a été exposé à des situations ou des contenus d'une nature sensible ou perturbante ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse

Votre Média dispose-t-il de lignes directrices à l'intention du personnel de la rédaction qui a subi un préjudice physique ou psychologique au cours de son travail ?

Oui

Si vous souhaitez fournir des informations supplémentaires, veuillez les publier ici.

Sans réponse



Entité médiatique

Entité juridique

Date de la première publication

Date de la dernière modification

Habari RDC

Association Habari RDC

19/07/2022

19/07/2022



17. FORMATION

17.1 FORMATION SUR LES LIGNES DIRECTRICES ÉDITORIALES

Il convient pour un Média d'avoir un mécanisme effectif pour assurer que ses employés ou opérateurs bénéficient d'une formation complète sur les principes journalistiques, les lignes directrices éditoriales, ainsi que sur les exigences éthiques et juridiques.

Votre Média dispose-t-il d'un programme de formation pour le personnel de rédaction qui comprend des sections sur les lignes directrices éditoriales et d'autres questions juridiques et éthiques ?

Oui

Existe-t-il des formations de mise à niveau lors de changements importants dans les lignes directrices ou la loi ?

Oui

Les membres de votre personnel disposent-ils des conseils d'experts qu'ils peuvent consulter lorsqu'ils ont besoin de traiter des questions juridiques et de conformité ?

Oui



Entité médiatique

Entité juridique

Date de la première publication

Date de la dernière modification

Habari RDC

Association Habari RDC

19/07/2022

19/07/2022



17. FORMATION

17.1 FORMATION SUR LES LIGNES DIRECTRICES ÉDITORIALES

Il convient pour un Média d'avoir un mécanisme effectif pour assurer que ses employés ou opérateurs bénéficient d'une formation complète sur les principes journalistiques, les lignes directrices éditoriales, ainsi que sur les exigences éthiques et juridiques.

Votre Média dispose-t-il d'un programme de formation pour le personnel de rédaction qui comprend des sections sur les lignes directrices éditoriales et d'autres questions juridiques et éthiques ?

Oui

Existe-t-il des formations de mise à niveau lors de changements importants dans les lignes directrices ou la loi ?

Oui

Les membres de votre personnel disposent-ils des conseils d'experts qu'ils peuvent consulter lorsqu'ils ont besoin de traiter des questions juridiques et de conformité ?

Oui



Entité médiatique

Entité juridique

Date de la première publication

Date de la dernière modification

Habari RDC

Association Habari RDC

19/07/2022

19/07/2022



18. PUBLICATION DE L'AUTOÉVALUATION

18.1 GRAND PUBLIC

Après avoir mené à bien l'autoévaluation conformément à ce Standard, il convient, pour un Média, de publier les résultats pour qu'ils soient visibles par le public, de préférence en ligne. Les bonnes pratiques consistent à publier intégralement le texte des questions et réponses sur une page « À propos » ou équivalente sur le site internet du Média.

Votre Média publie-t-il les réponses à cette autoévaluation basée sur le Standard de l'accord JTI ?

Oui

Sont-elles disponibles pour les lecteurs ?

Oui

Veillez fournir l'URL.

Sans réponse

18.2 LISIBILITÉ PAR L'ORDINATEUR

Il convient, pour un Média, de publier ses réponses au formulaire d'autoévaluation dans un format lisible par machine et facilement exploitable par les annonceurs, les réseaux sociaux et autres plateformes similaires, les chercheurs et autres personnes ou groupes intéressés.

Votre Média publie-t-il ses réponses sous forme lisible par l'ordinateur ?

Oui

Veillez fournir l'URL.

<https://www.jti-app.com/report/My1Dn8Ldg6eNa9oq>