



ASSISES DES MEDIAS

Organisées par l'ABR – Gitega, Burundi, 5-7 mai 2014

Assises organisées avec le soutien du Bureau de la Coopération suisse au Burundi et du BNUB.

« DE LA « SYNERGIE DES MÉDIAS » À LA « SYNERGIE DES ACTEURS ENGAGÉS DANS LE PAYSAGE MÉDIATIQUE ».

SYNTHESE DES RECOMMANDATIONS des ASSISES des MEDIAS

A. Générales

1. L'utilité de ces rencontres plurielles et l'engagement de les réitérer selon une régularité à décider ;
2. La réaffirmation de la solidarité des médias et leur responsabilité dans l'accomplissement de leur mission ;
3. L'ouverture du monde des médias aux gestionnaires des institutions publiques, aux acteurs de la société civile, aux opérateurs économiques et aux publics ;
4. Les Assises souhaitent la restauration d'un climat de confiance entre les autorités publiques et les médias ;
5. Mise en place d'ici trois mois d'un comité de suivi pérenne veillant à l'application des recommandations.

B. Paysage médiatique

1. Maintenir la diversité du paysage médiatique, notamment entre les médias écrits, audio et télévisuels ;
2. Soutenir le maintien et le renforcement d'une presse écrite forte, indépendante et plurielle ;
3. Renforcement d'une autorégulation responsable et réactive ;
4. Renforcer les concertations entre tous les médias sans exclusive ;
5. Développer les outils adéquats sur le volet des études socio-économiques, des opinions et des audiences ;
6. Multiplier les liens avec les médias de la région dans le cadre des avancées des processus d'intégration régionale.

C. Relations autorités publiques et médias

1. Construire un dialogue pérenne entre les autorités, les acteurs publics et les médias : organisation d'une réunion trimestrielle ;
2. Réaffirmer le droit d'accès à l'information publique ;
3. Des consultations plus inclusives des médias lors de l'élaboration des mesures concernant ce secteur ;
4. L'amélioration de la communication des pouvoirs publics en direction des médias et une plus grande préoccupation de la transmission de l'information ;
5. Une meilleure couverture des activités des autorités publiques par les médias privés ;
6. Assainissement du cadre institutionnel et légal régissant l'exercice de la profession et l'activité des médias ;
7. Le respect de la pluralité des opinions sur les médias ;
8. Maintenir et défendre le principe de synergie.

D. Les missions et les publics des médias

1. Les 8 critères d'une mission de service public : Informer pour l'intérêt public ou général ; Objectivité dans la collecte, le traitement et la diffusion de l'information ; Responsabilité sociale ; Promouvoir l'harmonie et la cohésion sociale ; Mettre le citoyen au centre de la mission du journaliste ; Accessibilité de l'information ; Transcender les divergences ; Qualité et pertinence des sujets traités ; Universalité, représentativité de toute la société burundaise
2. La réaffirmation de tous les médias, privés comme publics, à respecter la déontologie professionnelle ;
3. Mener une enquête scientifique et nationale sur les préoccupations du public afin que les médias ajustent mieux leurs contenus et répondent au plus près aux besoins des publics ;
4. Exiger une plus grande transparence des différents instruments de mesures d'audience ainsi qu'une plus forte implication des médias dans leur élaboration ;
5. Une meilleure couverture de l'actualité des provinces et des publics ruraux ;

E. Une politique de transition vers le numérique

1. Renforcer la communication sur les enjeux de la migration vers le numérique ;
2. Mise en place d'une politique d'accompagnement des médias vers le passage au numérique ;
3. Réaffirmer la nécessité de l'existence d'un réseau pluriel de distribution numérique ;
4. Défendre le principe de l'accès gratuit aux médias ;
5. Transparence sur les conditions d'attribution des marchés publics dans le domaine.

F. Le modèle économique des médias

1. Formulation par les médias d'une stratégie économique et fiscale en direction des autorités traduite par des mesures concrètes ;
2. Débattre dans le cadre du processus de concertation entre autorités et médias, d'une politique de fiscalité préférentielle pour les médias (notamment en matière de TVA, d'exonération sur les équipements, de baisse des redevances et du prix de location des sites et de leur facturation en devises internationales, l'accès au crédit, etc.)
3. Engagement des médias à promouvoir la transparence gestionnaire et économique;
4. Encourager les médias à être plus dynamiques en matière de marketing et renforcer leurs liens avec les opérateurs économiques et le secteur bancaire;
5. Ajuster le cadre juridique en fonction des contraintes économiques nationales et internationales ;
6. Quels que soient le statut du média et ses modes de financements, maintenir l'indépendance éditoriale.