



BAROMETRE DES MEDIAS AFRICAINS

Première analyse locale du paysage
médiatique en Afrique



MALI 2010

French/English Version

Published by:

Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)
fesmedia Africa
Windhoek, Namibia
Tel: +264 (0)61 237438
E-mail: fesmedia@fesmedia.org
www.fesmedia.org
Director: Mareike Le Pelley

© Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)

ISBN

No. 978-99916-864-6-2

The findings, interpretations and conclusions expressed in this volume do not necessarily reflect the views of the Friedrich-Ebert-Stiftung or *fesmedia Africa*. *fesmedia Africa* does not guarantee the accuracy of the data included in this work.

TABLE DES MATIERES

Secteur 1 11

La liberté d'expression, y compris la liberté des médias, est effectivement protégée et promue.

Secteur 2 27

Le paysage médiatique, y compris les nouveaux médias, est caractérisé par la diversité, l'indépendance et la viabilité.

Secteur 3 41

La régulation de la communication audiovisuelle est transparente et indépendante, le diffuseur public est transformé en véritable service public.

Secteur 4 55

Les médias exercent des normes professionnelles de haut niveau.

ENGLISH 69

English Version
African Media Barometer
Mali 2010

Le Baromètre des Médias Africains

Le Baromètre des Médias Africains (African Media Barometer, AMB) est une description en profondeur et une évaluation compréhensive de l'environnement médiatiques sur le continent africain. À la différence d'autres enquêtes de presse ou des médias, l'AMB est un exercice d'auto-évaluation effectué par des Africains et selon des critères et déclarations africains comme la « Déclaration des principes de la liberté d'expression en Afrique » (2002) de la « Commission Africaine des Droits de l'Homme et des Peuples ». En collaboration avec l'Institut des Médias pour l'Afrique Australe (Media Institute for Southern Africa, MISA), le projet 'médias' de la Friedrich-Ebert-Stiftung en Afrique (fesmedia Africa) a créé le Baromètre des Médias Africains (AMB) en 2004.

Le Baromètre des Médias Africains (AMB) est une analyse qui permet d'évaluer l'environnement médiatique d'un pays tout servant d'instrument de lobbying pour les réformes dans le secteur des médias.

Ses résultats sont communiqués au public du pays concerné pour viser l'amélioration de la situation des médias en prenant la Déclaration de l'Union Africaine et d'autres normes africaines comme indices de référence.

Les recommandations des rapports AMB sont aussi transmises aux 19 bureaux des pays de la Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) en Afrique et à d'autres organisations locales comme l'Institut des Médias pour l'Afrique Australe (Media Institute for Southern Africa, MISA).

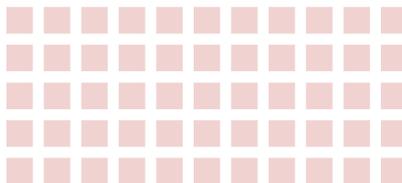
Méthodologie et système de notation

Tous les deux à trois ans, une commission de 10 à 12 experts se réunit pour évaluer la situation des médias dans leur pays respectif. Le panel est composé à part égale des représentants des médias et de la société civile au sens large.

Pendant un jour et demi, ils discutent l'environnement médiatique de leur pays à l'aide de 45 indicateurs prédéterminés. La réunion est présidée par un consultant indépendant, qui est aussi responsable de la rédaction du report AMB.

Après le débat d'un indicateur, les membres du panel attribuent leur note individuelle pour cet indicateur par vote anonyme et en accord avec les critères suivants :

- 1** Pays ne répond pas aux critères d'indicateur
- 2** Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur
- 3** Pays répond à plusieurs critères d'indicateur
- 4** Pays répond à la plupart des critères d'indicateur
- 5** Pays répond à tous les critères d'indicateur



La somme des notes individuelles pour un indicateur sera divisée par le nombre de panélistes afin de déterminer une note moyenne par indicateur. Ces notes moyennes par indicateur sont additionnées pour obtenir une moyenne par secteur qui ensuite représente la note finale d'un pays.

Résultats

Le rapport final est un résumé qualitatif de la discussion et indique également les notes moyennes pour chaque indicateur, secteur et la note final du pays. Dans le rapport les membres du panel ne sont pas nommés pour les protéger des répercussions négatives.

Avec le temps les rapports biannuels ou tri-annuels mesurent le développement de l'environnement médiatique d'un pays particulier. Leurs résultats devraient former la base d'une discussion politique sur la réforme médiatique.

Dans les pays, où l'anglais n'est pas la langue officielle, le rapport est une édition bilingue.

La Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) et ses bureaux servent seulement comme convocateurs du panel et comme garants d'une méthodologie standardisée.

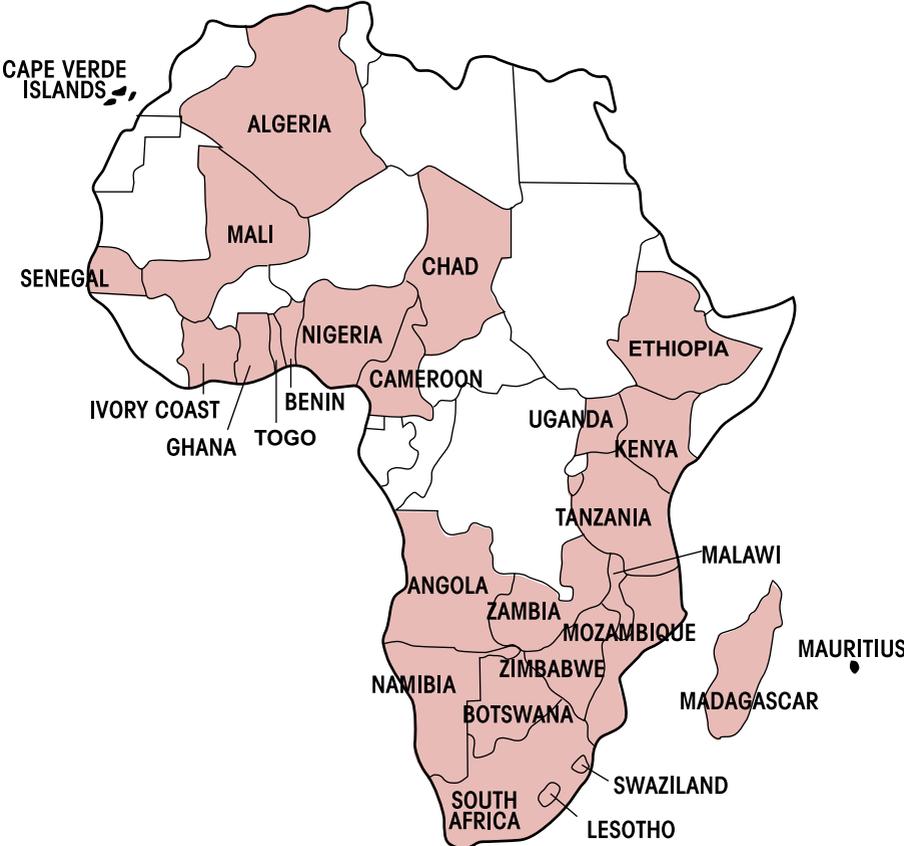
Le panel est responsable du contenu de la discussion et du rapport qui ne représente pas ou ne reflète pas forcément les vues de Friedrich-Ebert-Stiftung.

Fin 2008, les indicateurs ont été révisés, amendés, et de nouveaux indicateurs qui traitent des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) ont été intégrés afin de répondre au progrès rapide de ce secteur.

Vers la fin de 2010, le Baromètre des Médias Africains avait déjà eu lieu dans 27 pays africains, dont certains d'entre eux pour la troisième fois.

Mareike Le Pelley
Directrice du Projet Médias
en Afrique (fesmedia Africa)
Friedrich-Ebert-Stiftung,
Windhoek, Namibie

Kaitira Kandjii
Directeur Regional
L'Institut des Média pour
l'Afrique Australe (MISA)
Windhoek, Namibia



Les 27 pays d'AMB 2005-2010

BAROMETRE DES MEDIAS EN AFRIQUE – MALI 2010

Aperçu Général

La constitution du Mali et d'autres lois garantissent la liberté d'expression, y compris la liberté des médias. Cependant, dans la pratique, les journalistes, les militants et défenseurs des droits humains éprouvent parfois des craintes à exercer cette liberté. On note parfois des pressions, intimidations, harcèlements et menaces provenant de certains démembrements de l'Etat, et de groupes religieux; mais il y a aussi des pesanteurs socioculturelles. Le Mali a adhéré aux différentes conventions régionales et internationales qui sont d'ailleurs traduites dans sa législation nationale. Aux termes de la loi, pour créer un journal au Mali, on n'a pas besoin d'autorisation : c'est le régime de la déclaration qui prévaut. Implicitement, il en est de même de la presse en ligne et des blogs. Seule la création des organes audiovisuels privés est soumise à l'autorisation préalable. Généralement, la législation et la réglementation sur les médias sont le résultat de concertations approfondies entre les institutions, les citoyens, et les groupes d'intérêt.

Le Mali est un pays de l'Afrique occidentale, membre de la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) et de l'Union Africaine (UA). Il est frontalier de la Mauritanie et de l'Algérie au nord, du Niger à l'est, du Burkina Faso et de la Côte d'Ivoire au sud, de la Guinée au sud-ouest et du Sénégal à l'ouest. Les deux tiers nord du pays (notamment 65 % du territoire) sont une région désertique. Avec 14 517 176 habitants (2009), la population est constituée de différents groupes ethniques dont les principaux sont les Bambaras, les Bobos, les Bozos, les Dogons, les Khassonkés, les Malinkés, les Minianka, les Peuls, les Sénoufos, les Soninkés (ou Sarakolés), les Sonrhais, les Touareg, ... Le français est la langue officielle, mais les populations parlent, lisent et écrivent majoritairement en langues nationales dont le bambara est la plus utilisée (80 %). L'islam est la principale religion pratiquée au Mali (90%), à côté des catholiques et protestants ; cependant des cérémonies animistes persistent encore chez quelques populations.

L'histoire du Mali est marquée par cinq empires ou royaumes importants qui se sont succédés : l'empire du Ghana, l'empire du Mali, l'empire songhaï, le royaume bambara de Ségou et l'empire peul du Macina. Suite à l'invasion par la France en 1883, le Mali devient une colonie française sous le nom de Soudan français. Le 4 avril 1959, le Sénégal et le Soudan se regroupent pour former la Fédération du Mali, qui éclatera quelques mois plus tard avec le retrait du Sénégal. Le 22 septembre 1960, le Soudan proclame à son tour son indépendance sous la conduite

du Président Modibo Keïta, tout en conservant le nom de Mali. En 1968, Modibo Keïta est renversé par un coup d'État conduit par un groupe d'officiers conduit par le Lieutenant Moussa Traoré. En 1991, celui-ci est renversé, à son tour, par le Général Amadou Toumani Touré à la faveur d'un mouvement populaire pour la démocratie. Après une période de transition, ce dernier consolide le processus démocratique en 1992 avec l'élection d'Alpha Oumar Konaré qui sera réélu en 1997. En 2002, Amadou Toumani Touré ayant quitté l'armée pour se présenter, est élu Président de la République du Mali, et réélu en 2007.

Le Mali est un pays enclavé, avec une économie essentiellement rurale. Environ 80% de la population travaillent dans l'agriculture, la pêche et l'élevage. L'or est la première source d'exportation du pays, suivi du coton et du bétail. Il est d'ailleurs actuellement le troisième exportateur d'or sur le continent derrière l'Afrique du Sud et le Ghana. La monnaie locale est le Franc CFA dont 655,997 s'échangent contre 1 euro. Le Mali est très vulnérable aux fluctuations des prix mondiaux de ses principaux produits d'exportation.

Les médias au Mali sont constitués par la presse écrite (en français et en langues nationales), par la radio de proximité, par la télévision, ainsi que par plusieurs services liés (satellite, câble, Internet). Les journaux sont concentrés dans la capitale Bamako ou dans les grandes villes régionales, et aucun effort n'est entrepris pour élargir le champ de diffusion de la presse écrite, particulièrement dans les communautés rurales. Le réseau des radios libres croît à grande vitesse (498 autorisations ont été délivrées dont environ 300 fonctionnent plus ou moins). Elles atteignent la grande majorité de la population en diffusant des émissions dans les langues locales. L'accès à l'Internet se développe tant au niveau de l'extension des infrastructures, que de la réduction des coûts et de la familiarisation des usagers aux outils les plus courants. On note des collaborations de sites Internet avec des journaux, des radios et des télé centres communautaires. Le public a libre accès aux médias nationaux et internationaux en ligne, et l'on ne sent pas du côté des autorités des velléités de blocage ou de filtrage du contenu d'Internet.

Cependant aucune loi ne protège les sources confidentielles, néanmoins la question de la confidentialité des sources d'information n'est pas un souci majeur pour la liberté des médias au Mali. Car les journalistes ne se sentent pas obligés de dévoiler leurs sources et aucun journaliste n'a jamais été forcé à le faire. En outre, la loi limite l'entrée dans la profession de journaliste et la pratique du journalisme. « *Le journaliste est celui qui, titulaire d'un diplôme de journalisme ou d'un diplôme d'études supérieures avec une année d'expérience professionnelle, a pour activité principale rétribuée la collecte, le traitement et la diffusion d'informations et de nouvelles, dans le cadre d'un organe médiatique public ou privé, écrit ou audiovisuel.* » Cette disposition est défendue par les professionnels du secteur des médias qui avaient contribué à l'élaboration de l'avant-projet de cette loi, en vue de moraliser la profession.

La loi régissant les relations entre l'administration et les usagers des services publics énonce le principe de l'accès aux documents administratifs. Cependant elle limite les catégories d'informations accessibles. Il n'y a pas de législation appropriée en matière de concentration, de monopole ou de concurrence dans les médias. La législation sur l'audiovisuel existe mais ne crée pas un environnement favorable à l'audiovisuel public, commercial et communautaire. Il y a deux organes de régulation sans autorité qui sont le Conseil Supérieur de la Communication (CSC) et le Comité de l'Egal Accès aux Médias d'Etat (CNEAME). Les fréquences sont attribuées aux promoteurs d'organes audiovisuels privés par le ministère de la communication et des nouvelles technologies conjointement avec le ministère de l'administration territoriale et des collectivités locales.

Aucune disposition légale ou réglementaire ne vise expressément à protéger les organes de presse publics de l'ingérence politique. Bien qu'il n'y ait pas de pression directe, l'état d'esprit n'a pas beaucoup changé dans ces organes qui maintiennent une attitude encore portée sur l'institutionnel. Souvent, certains des journalistes y font un peu trop de zèle. Le statut de l'audiovisuel public reste encore en deçà des standards internationaux. Le conseil d'administration de l'Office de Radiodiffusion et Télévision du Mali (ORTM), présidé par le ministre de tutelle (souvent membre de la direction d'un parti politique), est composé de fonctionnaires sans tenir compte de la société civile dans son ensemble. Il n'existe pas une loi qui garantit l'indépendance éditoriale de l'ORTM. L'ORTM a un budget de 6 milliards de FCFA dont les 2/3 sont financés par l'Etat. Les émissions de l'office de radiodiffusion et télévision du Mali ont un taux de couverture démographique qui varie entre 75% et 80%. Quant à la couverture géographique, elle avoisine les 90%. L'ORTM s'efforce d'offrir une programmation plus ou moins variée, sans pouvoir satisfaire aux exigences de tous les intérêts des auditeurs et téléspectateurs. Il propose de plus en plus de contenu bien local. A la radio, les huit (8) stations régionales sont fonctionnelles et proposent un contenu local bien varié. La télévision nationale privilégie l'information institutionnelle au détriment des autres acteurs politiques et de l'actualité. Néanmoins la radio nationale fait des efforts louables pour prendre en compte les différents points de vue et opinions. Malgré ces initiatives et réformes, les habitudes ont la vie dure. Il faudrait un leadership courageux à l'ORTM pour inspirer l'esprit du service public moderne.

En vue de la consolidation de la démocratie, un processus de révision des textes législatifs est en cours. Un comité de réflexion a été mis en place en février 2008 par le Président de la République pour procéder à la révision des lois et règlements à la lumière des dysfonctionnements notés dans la pratique. La plupart des lois relatives à la liberté de la presse et à la liberté d'expression seront revisitées.

Au demeurant, il y a une gamme très variée de sources d'information par les ondes, l'écrit, et l'Internet, dans les langues française et locales avec l'ORTM, 300 radios privées, 200 journaux (dont une quarantaine paraissant plus ou moins régulièrement). D'une manière générale la diversité est formellement promue dans

les médias, mais il n'y a pas une véritable politique de promotion pour rendre les médias économiquement viables.

Les femmes restent minoritaires dans les rédactions et leurs voix ne sont pas équitablement prises en compte. Les médias reflètent bien les voix de la société dans sa diversité ethnique, linguistique, religieuse, politique, et sociale. Toutefois, certains sujets tels que l'homosexualité, demeurent encore tabous. Bien que le gouvernement n'utilise pas directement son pouvoir sur l'attribution des contrats publicitaires pour influencer le contenu éditorial, la pratique démontre, de façon générale, que l'attribution de marché de publicité dépend de la nature des relations de clientélisme. Le marché n'est pas très diversifié. Il reste une nébuleuse où l'Etat et quelques annonceurs font la loi : l'enveloppe n'est pas connue.

Il y a un code de déontologie du journaliste dont l'existence est bien connue. Malheureusement, beaucoup de cas illustrent des manquements graves des journalistes et des médias au respect de l'éthique et de la déontologie du métier. Les principes de base d'exactitude et d'impartialité ne sont pas respectés. On note trop de comptes-rendus et de papiers événementiels sur des séminaires; ce qui ne laisse pas assez de place à l'investigation et au reportage professionnel. Très peu d'organes de presse ont une indépendance éditoriale affirmée. Les lignes éditoriales sont flexibles au gré des intérêts. Les journalistes pratiquent l'autocensure pour des raisons sociales, mais aussi de plus en plus pour des raisons économiques. L'intégrité morale de certains journalistes et organes de presse reste discutable. A la base, il y a des pratiques mauvaises mais parfois aussi socioculturelles qui prennent de l'envergure : notamment la distribution de cadeaux ou d'enveloppes aux reporters par des organisateurs d'événements publics. Cette pratique s'installe et devient inquiétante surtout avec les bas niveaux de salaire dans le secteur des médias.

Il existe, de plus en plus, d'écoles privées en communication qui proposent des programmes de formation en journalisme. Ces programmes ne répondent pas généralement aux standards pour la reconnaissance par l'Etat des diplômes délivrés. Il y a une cinquantaine d'associations et de réseaux professionnels dont la plupart sont membres de la Maison de la presse. Ces organisations sont souvent minées par des querelles internes qui annihilent leurs actions et synergies. L'engagement des citoyens pour la cause de la liberté de la presse est réel. Les groupes de pressions des médias sont actifs. Néanmoins, il s'installe de plus en plus, un manque de confiance entre des acteurs de la société civile et les médias.

Le manque de motivation et de dynamisme de l'organe d'autorégulation, et des associations professionnelles minées par les conflits d'intérêt, l'environnement économique défavorable, la non application de la convention collective, le manque de professionnalisme, la crise de confiance entre le public et les médias, prouvent qu'il y a un recul, ces deux dernières années au Mali sur certains aspects de la liberté de la presse et d'opinion. Cependant des progrès sont notés par rapport à

l'augmentation du taux de couverture des médias, la signature d'une convention collective dans le secteur; la relecture en cours des textes législatifs et réglementaires ; l'amélioration du contenu des programmes de l'ORTM.

SECTEUR 1:

La liberté d'expression, y compris la liberté des médias, est effectivement protégée et promue

La liberté d'expression, y compris la liberté des médias, est effectivement protégée et promue.

1.1 La liberté d'expression, y compris la liberté des médias, est garantie dans la Constitution et protégée par d'autres lois.

La constitution malienne garantit la liberté d'expression, y compris la liberté des médias. Elle dispose en son article 4 que : « *toute personne a droit à la liberté de pensée, de conscience, de religion, de culte, d'opinion, d'expression et de création dans le respect de la loi.* » Conformément à la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen et à la Charte africaine des droits de l'homme et des peuples, l'article 7 de cette loi fondamentale stipule que : « *La liberté de la presse est reconnue et garantie. Elle s'exerce dans les conditions fixées par la loi. Légal accès pour tous aux médias d'Etat est assuré par un organe indépendant dont le statut est fixé par une loi organique.* »

Dans la même veine que la Constitution, la loi N°00-46/AN-RM du 7 juillet 2000 portant régime de la presse et délit de presse régit cette liberté au Mali. Ainsi, cette loi, en son article 6, dispose que « *l'imprimerie et la librairie sont libres* ».

En février 2008, un comité de réflexion sur la consolidation de la démocratie au Mali a été mis en place par le Président de la République en vue de procéder à la révision des lois et règlements à la lumière des dysfonctionnements notés dans la pratique et l'application des textes qui régissent le pays. Au terme d'une année de travail, le comité a fait des propositions pour corriger les lacunes et les insuffisances révélées par la pratique institutionnelle.

Concernant l'amélioration de la qualité de la presse et le respect de l'expression plurielle des courants de pensée et d'opinion, le comité a proposé, entre autres, le réaménagement du régime de la presse pour une professionnalisation du métier de journaliste et la dépenalisation des délits de presse, en excluant les peines allant de la garde à vue, la détention provisoire et les peines privatives de liberté.

Pour la répartition du temps d'antenne sur les organes publics de radio télédiffusion, le comité a proposé, pour garantir l'expression plurielle, l'application de la règle des trois tiers (3/3) : un tiers du temps d'antenne pour les activités du gouvernement, un tiers pour les activités du parti au pouvoir et un tiers pour les activités des partis d'opposition. Le comité a recommandé l'institution d'une seule instance de régulation.

cette loi présente des insuffisances, dans la pratique, l'accès à l'information est très difficile.

Ces textes de loi font également l'objet de la relecture en cours.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	✓				✓												
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur				✓		✓							✓	✓			
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur			✓														
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur																	
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	✓												✓				

Moyenne de l'indicateur:

2.4 (2008 = 4.4; 2006 = 4.7)

1.4 Le gouvernement s'efforce d'honorer les instruments régionaux et internationaux sur la liberté d'expression et la liberté des médias.

Les panélistes constatent que le Mali a signé, ratifié, et adhéré à presque tous les instruments juridiques internationaux. Il a notamment ratifié la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme (DUDH), adhéré au Pacte international de l'Organisation des Nations Unies (ONU) relatif aux droits civils et politiques (adopté en 1966 par l'Assemblée générale des Nations Unies), signé la Charte Africaine des Droits de l'Homme et des Peuples (adopté à Nairobi en juin 1981 et entré en vigueur le 21 octobre 1986). L'article 9 de ladite charte stipule que « toute personne a droit à l'information. Toute personne a le droit d'exprimer et de diffuser ses opinions dans le cadre des lois et règlements en vigueur ». Le Mali a aussi ratifié le traité de la CEDEAO de 1975 dans ces articles 65 et 68 qui consacrent la liberté d'expression.

Le Mali adhère aux différentes déclarations et prend même en compte dans sa législation et sa réglementation les principes édictés par ces cadres et instruments. En général, il ratifie toutes les conventions mais n'applique pas le mécanisme de suivi de chacune de ces conventions qui requiert un rapport périodique.

Dans les principes des différentes conventions ratifiées, le Mali est tenu de présenter des rapports périodiques sur la situation des droits de l'homme dans les

différents secteurs concernant notamment : les femmes, les enfants, les travailleurs, les migrants....

Les panélistes ont déploré que ces rapports ne sont pas souvent présentés : en matière des droits des femmes et des enfants, le Mali n'a pas déposé de rapports périodiques aux Nations Unies ; à la Commission Africaine des Droits de l'Homme et des Peuples. Les autorités manquent d'intérêt déplorent certains panélistes en soulignant que ces rapports participent de l'image du pays.

Par exemple concernant le Mécanisme Africain d'Evaluation des Pairs (MAEP), malgré quelques insuffisances, les experts ont jugé que le Mali reste attentif, selon les panélistes.

9ème pays à se soumettre aux processus du MAEP depuis le 28 mai 2003, le Gouvernement de la République du Mali a invité d'éminentes personnalités qui ont réalisé leur dernière mission d'évaluation du pays du 5 au 22 décembre 2008 et du 12 au 22 janvier 2009. C'était une délégation d'experts africains de très haut niveau, dont neuf experts indépendants, cinq experts représentant les partenaires stratégiques du MAEP (Banque Africaine de Développement -BAD, le Bureau Régional du PNUD pour l'Afrique, et la Commission Economique des Nations Unies pour l'Afrique -CEA). Faisaient également partie de la délégation des membres hautement qualifiés du Secrétariat du MAEP, travaillant sur les quatre domaines thématiques concernés par l'évaluation et en charge de la coordination de la mission.

Le rapport fait le point sur les questions essentielles discutées comme la décentralisation, les institutions, le genre, l'Education, la sécurité alimentaire, le respect des libertés, etc. Pour le premier ministre qui a rencontré, le 22 janvier 2009, la délégation du MAEP, l'exercice démontre l'existence des espaces de liberté.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>						
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

Moyenne de l'indicateur:

3.5 (2008 = n/a; 2006 = n/a)

1.5 Les publications écrites ne sont pas soumises à l'autorisation préalable des pouvoirs publics.

Au terme de la loi au Mali, pour éditer un journal, on n'a pas besoin d'autorisation. C'est le régime de la déclaration qui prévaut. Conformément à l'article 7 de la loi N°00-46/AN-RM du 7 juillet 2000 portant régime de la presse et délit de presse: « *Avant la publication de tout journal ou écrit périodique, il sera fait au parquet du tribunal de Première Instance une déclaration de parution contenant : le titre du journal ou écrit périodique et son mode de publication ; le nom et l'adresse du Directeur de publication ; l'indication de l'imprimerie où il doit être imprimé ; le tirage moyen prévu* ». Il doit aussi effectuer le dépôt légal (article 9).

Par contre, les radios et télévisions, sont soumises au régime de l'autorisation.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>															

Moyenne de l'indicateur:

4.9 (2008 = n/a; 2006 = n/a)

1.6 Il n'y a pas de loi qui restreint l'entrée dans, et l'exercice de la profession de journaliste.

En effet la loi limite l'entrée dans la profession de journaliste et la pratique du journalisme. Cependant des panélistes défendent cette disposition de la loi comme une mesure supposée assainir la profession. Ils prétendent avoir soutenu cette position lors de l'élaboration de cette loi lorsque les professionnels du secteur avaient été interpellés pour se prononcer sur l'avant-projet. Cela explique la notation ci-dessous.

Le critère principal d'accès au métier est la formation professionnelle. Selon l'Article 4 de la loi N°00-46/AN-RM de 7 juillet 2000 portant régime de la presse, « *Le journaliste est celui qui, titulaire d'un diplôme de journalisme ou d'un diplôme d'études supérieures avec une année d'expérience professionnelle, a pour activité principale*

1.7 Les sources confidentielles d'information sont protégées par la loi et/ou par les tribunaux.

Aucune loi ne protège les sources confidentielles. Mais cette question n'est pas au centre de la problématique de la liberté d'expression et, en particulier, de la liberté des médias au Mali. Car les journalistes ne se sentent pas obligés de dévoiler leurs sources et aucun journaliste n'a été forcé à le faire. Certains juges le demandent mais n'insistent pas.

Selon l'article 15 du code de déontologie du journaliste au Mali, le journaliste garde le secret professionnel et ne divulgue pas la source des informations obtenues confidentiellement.

Cependant la loi régissant la presse fait obligation au directeur de publication d'exiger que les auteurs qui remettent des articles non signés ou utilisent un pseudonyme lui fournissent par écrit avant insertion de leurs articles, leur véritable identité.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur							✓				
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur					✓						
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur											
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur											

Moyenne de l'indicateur:

1.3 (2008 = 2.9; 2006 = 2.6)

1.8 L'information publique est facilement accessible, garantie par la loi et à tous les citoyens.

La loi N°98-012 du 19 janvier 1998 fixe les règles générales régissant les relations entre l'administration et les usagers des services publics. Elle énonce le principe de l'accès aux documents administratifs. Cependant elle limite les catégories d'informations accessibles.

Cette loi autorise tout citoyen à consulter les documents émanant de l'administration publique, à l'exception de ceux protégés par la loi.

Selon l'article 12 de cette loi, « l'accès aux documents administratifs de caractère nominatif est libre. Sont considérés documents administratifs de caractère non nominatif, tous dossiers, rapports, études, comptes-rendus, statistiques, directives, instructions ou circulaires qui comportent une interprétation du droit positif ou une description des procédures administratives ».

Dans son application des problèmes se posent. Il s'agit, entre autres, de la lourdeur administrative. Car accéder à ces informations relève du parcours du combattant. Pire cette loi en son article 15 établit une liste de documents auxquels les citoyens ne doivent pas avoir accès. Elle dispose que : « la liberté d'accès aux documents administratifs ne s'étend pas aux documents dont la consultation peut porter atteinte :

- au secret des délibérations du Gouvernement ;
- au secret de la défense nationale ou de la politique extérieure ;
- à la sûreté de l'Etat et à la sécurité publique ;
- au déroulement des procédures engagées devant les juridictions ou d'opérations préliminaires à de telles procédures, sauf autorisation donnée par l'autorité compétente ;
- au secret de la vie privée, des dossiers personnels et médicaux ;
- au secret en matière commerciales et industrielle ;
- à la recherche d'infractions fiscales et douanières ;
- ou d'une façon générale aux informations protégées par la loi.

Les documents administratifs qui ne peuvent être communiqués au public en raison de leur nature ou de leur objet portent, selon le cas les mentions de protections suivantes :

- très secret défense ;
- secret défense ;
- confidentielle défense ;
- confidentiel ;
- diffusion restreinte. »

Il y a, certes, des efforts pour mettre les documents administratifs à la disposition des citoyens, grâce aux réformes institutionnelles en cours. Cependant l'accès à l'information proprement dite n'est pas toujours évident. Dans certaines administrations publiques, des mécanismes de communication notamment des bureaux d'orientation et d'information du public sont mis en place; mais, ils ne livrent pas toujours toute l'information utile.

Cette loi fait également partie des textes soumis à la relecture.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									

Moyenne de l'indicateur:

1.7 (2008 = 2.5; 2006 = 4.9)

1.9 Les sites web et les blogs ne sont pas tenus d'être déclarés ou d'obtenir l'autorisation préalable des pouvoirs publics.

En effet aucune législation n'oblige les sites web et les blogs à faire une déclaration préalable. En principe les sites web sont libres. C'est une situation qui répond bien à l'indicateur. Les sites web et Blogs sont un domaine nouveau qui ne fait l'objet d'aucune législation ou réglementation. A cet effet, ils ne sont pas soumis à une déclaration ou autorisation préalable au niveau des pouvoirs publics.

Cela inquiète des panélistes qui qualifient d'anarchique le contexte de mise en ligne, qu'ils considèrent comme une menace. Car selon un panéliste, « *c'est un couteau à double tranchant avec tous ces dérapages.* »

Les panélistes pensent que dans un contexte où des groupes terroristes commencent à s'organiser dans le nord du pays, où des criminels peuvent utiliser les sites Internet pour promouvoir la criminalité, la pornographie, et troubler l'éducation, et les bonnes mœurs, l'Etat doit contrôler la création et l'opération de ces nouveaux médias par une législation appropriée. Cela explique la notation des panélistes à cet indicateur.

1.11 La société civile en général, et les groupes de pression des médias défendent activement la cause de la liberté des médias.

Pour les panélistes, l'engagement des citoyens pour la cause de la liberté de la presse est réel. Les groupes de pressions des médias sont actifs. Néanmoins des préjugés éloignent de plus en plus certains acteurs de la société civile des médias. Car les relations entre les médias et les organisations de la société civile sont parfois très tendues. Il a été reconnu également l'infiltration de toutes les associations par l'Etat.

« La grande mobilisation des autres confrères, chaque fois qu'un journaliste est traîné devant les tribunaux, victime d'une agression ou d'un acte quelconque, est en train de s'estomper » déplorent certains participants. Ce qui fait dire à l'un des panélistes que *«... lorsqu'un journaliste a des problèmes, il n'y a que ses amis et sa rédaction qui se mobilisent »* et un autre d'ajouter : *« ... la société civile, quant à elle, réagit, mais généralement en retard... parce qu'elle se demande d'abord de quel bord est la victime ».*

En fonction de leur domaine d'intervention, les organisations de la société civile se mobilisent parfois en faveur des médias. Par exemple, les associations et ONG oeuvrant à la défense des droits humains défendent activement la cause de la liberté des médias. Alors que d'autres ne s'en préoccupent pas, parce que ce n'est pas directement leur domaine d'activité, ou parce qu'ils n'en voient pas l'impact direct.

«... lorsqu'un journaliste a des problèmes, il n'y a que ses amis et sa rédaction qui se mobilisent »

L'organisation syndicale de médias la plus connue est le Syndicat National de la Presse, de l'Industrie du Livre (SNPIL). Des panélistes ont remis en question sa représentativité parce qu'il ne prend pas en compte la majorité des composantes des médias. Il est affilié à la centrale syndicale - l'Union Nationale des Travailleurs du Mali (UNTM) - et a un fonctionnement plutôt confidentiel.

En outre, il existe plusieurs associations de journalistes et d'opérateurs des médias qui se sont fédérées dans le cadre de la Maison de la presse, notamment l'Association des éditeurs de presse privée du Mali (ASSEP), l'Association des Journalistes du Mali (AJM), l'Association des Journalistes pour la Promotion du Professionnalisme (AJPP), l'Union Nationale des Journalistes du Mali (l'UNAJOM), l'Union des Radiodiffusions et Télévisions Libres (l'URTEL). L'Agence Malienne de Presse et de Publicité (l'AMAP) et l'Office de Radiodiffusion et Télévision du Mali (ORTM) sont également membres de la Maison de la Presse.

- prendre en compte les avancées technologiques de l'information et de la communication à l'heure de la convergence des technologies et de l'émergence d'un « journalisme citoyen » qui remodèle la pratique et garantisse les intérêts nationaux et les intérêts des citoyens.
- viser l'ensemble des lois et proposer une complémentarité des différentes dispositions.

Certains panélistes affirment avoir été conviés à cette rencontre. Ils ont, alors, pu exprimer les préoccupations contenues dans les rapports précédents du baromètre des médias africains de 2006 et 2008. D'autres déplorent le fait que beaucoup d'acteurs n'aient pas été associés à ces journées pour des raisons de déficit organisationnel.

Il y a, certes, des concertations, mais elles ne sont pas approfondies.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

Moyenne de l'indicateur:

2.5 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

Note du secteur 1:

2.9 (2008 = 3.4 ; 2006 = 4.0)

SECTEUR 2:

Le paysage médiatique, y compris les nouveaux médias, est caractérisé par la diversité, l'indépendance et la viabilité.

Le paysage médiatique, y compris les nouveaux médias, est caractérisé par la diversité, l'indépendance et la viabilité.

2.1 Une large gamme de sources d'informations (écrites, audiovisuelles, Internet) est disponible et est financièrement accessible aux citoyens

Au Mali, il y a une gamme très variée de sources d'information par les ondes, l'écrit, et l'Internet, dans les langues française et locales. Selon les panélistes, les sources sont disponibles mais non accessibles à ceux qui sont dans la précarité.

Il y a l'Office de Radiodiffusion et Télévision du Mali (ORTM) qui comprend sa station nationale, sa chaîne qui émet sur Bamako et ses environs, ses huit (8) stations régionales et la Chaîne de télévision nationale. Le signal de la télévision malienne est capté à travers le territoire malien.

En plus, il existe au Mali trois cent (300) radios privées dites de proximité en modulation de fréquence sur toute l'étendue du territoire national. Elles sont privées commerciales, associatives (communautaires, confessionnelles, coopératives). Cinq (5) programmes étrangers de radio sont relayés par certains des organes nationaux. Grâce à un petit poste récepteur, elles sont à la portée de toutes les bourses.

Quant aux télévisions privées, le problème se pose autrement. Environ 160 chaînes de télévision étrangères cryptées sont rediffusées au Mali. Malgré l'existence du cadre juridique réglementant les radios et télévisions, il n'y a pas encore de télévision privée autorisée. Cependant, de *facto*, l'Etat n'exerce plus son monopole en matière de télévision, une chaîne de télévision privée (appelée *Africable*) avec des ambitions de couvrir l'Afrique toute entière s'est mise en place depuis 2004 sans autorisation. Africable fait de la rediffusion de programmes étrangers à 80%. Par ailleurs, le taux national de couverture télévisuelle est d'environ 75% pour l'ORTM. Une variété de sources d'information est disponible.

La presse écrite en français compte 200 journaux indépendants dont une quarantaine seulement paraît plus ou moins régulièrement. Le journal est généralement vendu entre 250 FCFA et 300 FCFA. Il y a aussi la presse publique dont le quotidien national en français, l'Essor (200 FCFA) et les autres publications en langues nationales, en l'occurrence *Kibaru*, *Xibaaré*, *Kabaru* éditées par l'Agence malienne de presse et de publicité (AMAP). On note également le magazine mensuel *Jèkabaara* de la coopérative culturelle *Jamana* destiné au monde rural et qui a un tirage d'environ 30.000 exemplaires.

Les panélistes notent que les tirages des journaux sont faibles ; ils sont estimés entre 500 et 1 500 exemplaires par parution. Ces journaux connaissent des problèmes de distribution. Par conséquent, très peu parviennent au lecteur du Mali profond. Quelques revues internationales sont dans les kiosques de la capitale, mais ne sont pas à la portée de toutes les bourses.

Quant à la presse en ligne, quelques journaux proposent aux internautes, sur des sites statiques les articles parus dans la version papier du journal. Seul le Site du quotidien national l'Essor est dynamique et régulièrement mis à jour. Quelques radios aussi s'essayent au streaming.

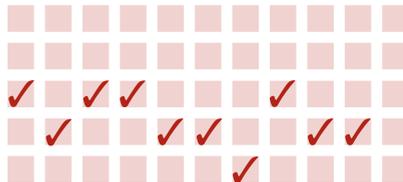
Toutefois, il existe un journal en ligne¹ qui traite l'actualité de manière presque instantanée. Les sites d'information les plus actifs dans le domaine sont beaucoup plus des portails qui reprennent les articles parus dans les différents organes de presse de la place. Ces portails ne sont pas professionnels.

Phénomène urbain, l'Internet attire surtout la diaspora et les jeunes qui se connectent tous les jours. Les opérateurs de téléphonie et plusieurs fournisseurs d'accès offrent leur service. Dans la capitale, le coût mensuel de la connexion à haut débit est en moyenne 25 000 F CFA (environ 38 Euros). C'est relativement cher, par rapport au revenu de la majorité des citoyens qui gagne à peine un dollar par jour.

Le pointage:

Notes individuelles:

- 1** Pays ne répond pas aux critères d'indicateur
- 2** Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur
- 3** Pays répond à plusieurs critères d'indicateur
- 4** Pays répond à la plupart des critères d'indicateur
- 5** Pays répond à tous les critères d'indicateur



Moyenne de l'indicateur:

3.7 (2008 = 4.8 ; 2006 = 4.1)

¹ <http://www.journaldumali.com>

2.3 Des efforts sont entrepris pour élargir le champ de diffusion de la presse écrite, particulièrement dans les communautés rurales.

La majorité des panélistes reconnaît qu'il n'y a pas de messagerie organisée de la presse pour la distribution. Il n'y a pas d'effort visible pour créer des conditions idoines de distribution des journaux sur toute l'étendue du territoire national, particulièrement dans les zones rurales et dans les villes du Nord du pays. Quelques organes de presse organisent individuellement leur circuit de distribution. Le public cible reste, tout de même, celui de la capitale. Quelques efforts sont entrepris, mais demeurent insuffisants. L'un des panélistes témoigne : « *En l'absence de messagerie, chaque organe se bat avec les armes dont il dispose pour être là où il peut* ».

Pour pallier à cette absence, des journaux locaux, à diffusion locale voient le jour. Les zones rurales sont desservies par une presse en langues locales : *Kibaru*, *Kibaré*, *Xaabaré*, et autres avec de forts tirages et couvrant différentes aires linguistiques, respectivement *Bamanan*, *Soninké*, *Peul*. Ces actions sont soutenues par le réseau de distribution de la coopérative culturelle *Jamana* qui édite le magazine mensuel en langue *Bamanan Jèkabaraa*.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						

Moyenne de l'indicateur:

2.6 (2008 = 2.7 ; 2006 = 3.6)

2.4 L'indépendance éditoriale de la presse écrite publiée par une autorité publique est protégée contre l'ingérence politique abusive.

L'Agence malienne de presse et de publicité (AMAP) est un établissement public et administratif – donc étatique – qui publie le quotidien du service public : l'Essor. Certains panélistes ont salué la mutation subie par le quotidien national « *l'Essor pour se mettre au goût du jour après 1991* ».

Formellement la presse publique ne souffre pas de l'ingérence politique abusive. Toutefois, il convient de noter qu'aucune disposition légale ou réglementaire ne vise expressément à protéger l'organe de presse public de l'ingérence politique.

Comme pour exprimer son désaccord avec les autres, l'un des panélistes rappelle les propos du Président de la République Amadou Toumani Touré, à l'occasion de la présentation des vœux de nouvel an 2009 aux médias : il avait proposé l'organisation d'un forum sur l'Essor qui, selon lui, est l'organe public le plus en retard dans la sous région.

En réalité, constatent les panélistes, l'état d'esprit n'a pas beaucoup changé avec le nombre de correspondants et personnel de l'Agence malienne de presse et de publicité (AMAP) qui maintiennent une attitude encore plus portée sur des questions institutionnelles. Souvent, certains des journalistes font un peu trop de zèle.

Selon l'analyse d'un autre panéliste, bien qu'étant établissement public à caractère administratif, dirigé par un Conseil d'administration présidé par le ministre de tutelle, et bénéficiant d'une subvention de l'Etat, l'Essor refuse parfois de couvrir des événements dits institutionnels. Par exemple, l'Essor a refusé de publier une interview commanditée du procureur en charge du dossier de l'affaire dite du fonds mondial (Il s'agit d'une affaire présumée de malversation financière au niveau de certains services rattachés au ministère de la santé).

Créée par la loi No92-036/AN-RM du 24 décembre 1992, l'AMAP a pour missions de:

- assurer à travers la confection, l'impression et la vente des titres de la presse d'Etat en français et dans les langues nationales, la diffusion de toutes les informations, susceptibles d'intéresser les citoyens maliens ;
- assurer ou de collaborer à la confection et à l'impression de tout ouvrage concourant à une meilleure information des citoyens maliens;
- rechercher, de diffuser et de distribuer contre paiement dans le pays et vers l'extérieur, des informations nationales ;
- redistribuer contre paiement, aux média nationaux et aux usagers privés, un service d'informations mondiales obtenues par convention ou alliance avec d'autres agences de presse ;
- mettre en oeuvre la législation régissant la publicité en République du Mali;
- collecter, de réaliser ou de faciliter la réalisation d'objets ou oeuvres publicitaires ;
- assurer la régie publicitaire des médias d'Etat et des tiers qui lui en font la demande.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Moyenne de l'indicateur:

2.5 (2008 = 3.5 ; 2006 = 4.5)

2.5 Une législation/ régulation appropriée de la concurrence cherche à empêcher la concentration des médias et des monopoles.

Il n'y a pas de législation appropriée en la matière. Au Mali l'on n'a pas besoin d'une autorisation préalable pour créer un organe de presse et aucune limite n'est fixée par le législateur en matière de propriété des médias, de monopole ou de concurrence. La création des organes audiovisuels - notamment les radios privées - a précédé la législation. Différents textes législatifs et réglementaires existent formellement et favorisent une diversité dans les programmes. C'est ainsi qu'il existe des groupes de communication audiovisuelle. Il s'agit, en l'occurrence, du réseau des radios communautaires de Jamana (10 radios), des groupes Finzan (8 radios), TDM, Kayira (8 radios).

Une nouvelle pratique illégale s'installe dans le milieu : la vente des fréquences par les bénéficiaires à de tierces personnes en violation des dispositions du décret N°92-022 du 18 janvier 1992 déterminant les conditions et procédures d'obtention, de suspension ou de retrait de l'autorisation de création de service privé de radiodiffusion sonore par voie hertzienne terrestre en modulation de fréquence.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Moyenne de l'indicateur:

2.7 (2008 = 3.7 ; 2006 = 2.9)

2.6 Le gouvernement promeut un paysage médiatique diversifié, avec des organes de presse économiquement viables et indépendants.

D'une manière générale la diversité est formellement promue. Cependant, il n'y a pas une véritable politique de promotion pour rendre les médias économiquement viables, même si les panélistes reconnaissent la diversité. L'Etat malien n'a pris aucune mesure incitative, aucun régime préférentiel pour accompagner les médias privés dans leur croissance.

Tout organe de presse qui remplit les conditions édictées par le décret N°03- 264 /P-RM du 7 juillet 2003 déterminant les conditions d'éligibilité, d'attribution et de gestion de l'aide publique à la presse reçoit un appui financier de l'Etat. Cette aide directe annuelle de 200 millions de francs CFA, (305 345 Euros) à distribuer aux organes de presse selon des critères définis, n'a pas changé depuis 1996 alors que le nombre d'organes de presse a augmenté de façon exponentielle.

Au titre de l'aide indirecte, des panélistes ont cité l'exonération sur la TVA (taxe sur la valeur ajoutée) consentie par les autorités compétentes conformément à l'article 195 du code général des impôts au Mali. Il détermine les grands domaines exonérés de la Taxe sur la Valeur Ajoutée, dont les prestations de services, entre autres.

A ce sujet, les recettes se rattachant à la fourniture d'éléments d'information, à l'exception des recettes de publicité et des avis et communiqués autres que ceux relatifs aux décès de personnes ; les prestations relatives à la composition et à l'impression des écrits périodiques, ... sont concernées. Mais les panélistes ont regretté la non vulgarisation de cette disposition qui noie la presse parmi certains

produits alimentaires et sa non application dans la mesure où la presse, dans les faits, est toujours assujettie à la TVA.

Le Mali n'a pas encore ratifié «l'Accord de Florence» qui consacre l'exonération des livres et intrants de certains droits et taxes des œuvres de l'esprit telles que les médias.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

Moyenne de l'indicateur:

1.9 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

2.7 Tous les médias reflètent de façon équitable les voix des hommes et des femmes.

Des sujets et programmes concernant les femmes existent, mais ils ne sont pas proportionnels à ceux dédiés aux hommes. « *Peu de femmes fréquentent les rédactions. C'est pourquoi, il n'y a pas grand intérêt pour les affaires les concernant. Il y a toujours ces obstacles socioculturels qui barrent le chemin de l'équité* » reconnaît un panéliste. Les pesanteurs socioculturelles confinent la femme aux seconds rôles.

Les femmes étant minoritaires dans les rédactions, ces médias ne reflètent pas de façon équitable les voix des hommes et des femmes. Néanmoins, la représentation des femmes est en évolution, et de plus en plus de femmes intègrent la profession. Elles sont majoritairement animatrices d'émissions radiophoniques, techniciennes... Certaines - malheureusement très peu nombreuses - occupent des responsabilités dans les rédactions.

Sur le terrain, elles s'intéressent de plus en plus aux sujets supposés jadis réservés aux hommes, ainsi qu'aux reportages programmés à des heures jadis incompatibles avec les obligations familiales des femmes.

Il y a des efforts à faire pour un changement de mentalité dans le cadre d'une approche genre plus effective.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	✓	✓		✓						✓	✓	
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur			✓		✓		✓					
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur						✓		✓				
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur												
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur												

Moyenne de l'indicateur:

1.7 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

2.8 Tous les médias reflètent de façon équitable les voix de la société dans sa diversité ethnique, linguistique, religieuse, politique et sociale.

Les panélistes émettent une réserve quant à l'équilibre dans le traitement de la diversité des sensibilités politiques dans les médias publics. Néanmoins, globalement, les médias rendent compte de toute la diversité de la société malienne.

Dans le secteur privé, surtout sur les antennes, des radios de proximité couvrent différents besoins en information éducatives, religieuses, culturelles et de divertissement dans les langues locales. Par contre, certains panélistes ont tout de même révélé quelques problèmes sur les plans linguistiques et religieux.

Toutefois, certains sujets tels que l'homosexualité, demeurent encore tabous. Dans une société « homophobe » comme le Mali, il n'y a pas encore de débat public sur le sujet.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur		✓		✓	✓					✓	✓	
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	✓		✓		✓							
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur							✓					
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur									✓			
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur												

Moyenne de l'indicateur:

1.8 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

2.9 Le pays a une politique cohérente des TICs, qui vise à satisfaire les besoins en informations de tous les citoyens, y compris les communautés marginalisées.

Depuis 2005, l'Etat malien a élaboré un document de politique de technologie de l'information et de la communication, et son plan stratégique pour sa mise en œuvre.

L'Agence des Technologies de l'Information et de la Communication (AGETIC) a été créée par la loi N° 05- 002 du 10 janvier 2005 en tant qu'établissement Public à caractère Scientifique et Technologique.

Elle est chargée, entre autres, de veiller à la mise en œuvre de la stratégie nationale dans le domaine des TIC. Il s'agit de coordonner avec l'ensemble des acteurs du secteur (public, privé, société civile et partenaires techniques et financiers), la mise en œuvre des documents de Politique Nationale et du Plan Stratégique National TIC adoptés par le gouvernement en juin 2005. Ces documents constituent un cadre de référence cohérent de développement des TIC au Mali. La mise en œuvre de cette Politique Nationale aidera le Mali à accélérer la réalisation des programmes prioritaires du Cadre Stratégique de Réduction de la Pauvreté (CSR) adopté par le Gouvernement et à assurer sa meilleure insertion dans la société de l'information et du savoir partagé.

Dans un souci d'efficacité, le gouvernement a recommandé que les axes et secteurs retenus soient mis en œuvre progressivement et d'une façon cohérente à court, moyen et long terme en fonction du développement des technologies et du niveau de mobilisation des ressources. Au nombre des secteurs prioritaires dans lesquels l'Etat a décidé d'initier des actions énergiques figurent :

- la mise en place d'un cadre juridique et réglementaire incitatif,
- le développement des infrastructures TIC,
- l'éducation et le renforcement des capacités,
- l'appui à la santé,
- la bonne gouvernance et l'Intranet de l'Administration,
- la popularisation de l'accès à Internet par la connexion des communes du Mali.

A cet effet, un groupe d'experts nationaux ayant pour mission l'élaboration de cyber politique nationale dans le domaine de la communication est mis en place en février 2010 ; une législation notamment, Loi 2001-005 du 27 février 2001 portant modification de l'ordonnance n°99-043/P-RM du 30 septembre 1999 régissant les télécommunications en république du mali est en vigueur ; le Comité de Régulation des Télécommunications (CRT) - créé par l'Ordonnance N°99-043/

P-RM du 30 septembre 1999 qui est rattaché au ministère de la communication et des nouvelles technologies - se charge de la régulation des fréquences.

La priorité des autorités est l'amélioration de l'accès aux technologies dans les zones rurales conformément à la politique de connexion des 703 communes du Mali. Mais également d'accompagner la mutation de l'audiovisuel de l'analogique au numérique en 2015. Dans cette perspective, des partenaires techniques et financiers ont déjà installé dans des radios de certaines localités des centres multimédia communautaires (CMC), ou des centres locaux d'information et de communication.

La présence des médias maliens sur la toile mondiale reste encore timide. Seuls quelques organes dont le quotidien national proposent un site Internet avec le même contenu que la version papier.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

Moyenne de l'indicateur:

2.8 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

2.10 Le gouvernement n'utilise pas son pouvoir sur l'attribution des contrats publicitaires pour influencer le contenu éditorial.

A défaut d'études au Mali sur le domaine, l'on estime que le gouvernement est le principal annonceur sur le marché de la publicité, nonobstant, il n'influence pas ouvertement la ligne éditoriale des organes auxquels il achète de l'espace ou des temps d'antenne. Pour certains annonceurs privés la ligne éditoriale ne compte pas. Pour l'Etat, elle est très importante.

Les panélistes font d'abord la distinction avec les campagnes de vulgarisation où l'Etat a besoin de tout le monde et distribue les messages à tour de bras moyennant une maigre rémunération. La publicité reste la chasse gardée de l'Agence malienne de presse et de publicité (AMAP) créée par la Loi N°92-036/ AN- RM du 24 décembre 1992. Organe d'Etat, elle a le monopole de la régie de la publicité. Le quotidien national l'Essor se taille la part du lion sur le marché de la publicité.

D'autres agences de communication et de publicité ont vu le jour. Leur nombre est estimé à 55. Même lorsque la régie est tenue par ces agences privées, il y a souvent une discrimination et une bonne partie de la publicité est orientée vers les médias dont la ligne éditoriale est plus favorable au gouvernement.

La pratique démontre, de façon générale, que l'attribution d'un marché de publicité dépend de la nature des relations de clientélisme. Il arrive aussi que des représentants de l'administration négocient individuellement avec des organes de leur choix. Toutes choses qui peuvent influencer le contenu et beaucoup d'organes en ont fait les frais.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	✓																		
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur		✓		✓	✓														
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur			✓							✓	✓								
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur							✓	✓	✓										
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur																			

Moyenne de l'indicateur:

2.8 (2008 = 2.0 ; 2006 = 3.6)

2.11 Le marché de la publicité est suffisamment important pour soutenir une diversité d'organes de presse.

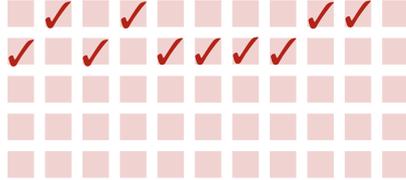
Le marché n'est pas très diversifié. Il y a l'Etat et seulement deux grands annonceurs, dont les opérateurs de télécommunication notamment Sotelma/Malitel et Orange Mali avec une enveloppe estimée très faible par les panélistes. Cette enveloppe n'est pas évaluée et reste inconnue.

Par ailleurs, le potentiel existe, mais ceux qui ont les moyens d'élargir le champ ne le font pas à cause du caractère informel des activités et ne percevant pas la pertinence de la publicité ou parce que, même régulièrement inscrits au registre du commerce, ils ne payent pas correctement les taxes et impôts. Alors pour ces derniers, faire de la pub équivaut à attirer les agents de recouvrement.

Le pointage:

Notes individuelles:

- 1** Pays ne répond pas aux critères d'indicateur
- 2** Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur
- 3** Pays répond à plusieurs critères d'indicateur
- 4** Pays répond à la plupart des critères d'indicateur
- 5** Pays répond à tous les critères d'indicateur



Moyenne de l'indicateur:

1.6 (2008= 2.7 ; 2006 = 3.9)

Note du secteur 2:

2.6 (2008 = 3.1 ; 2006 = 3.8)

SECTEUR 3:

La régulation de la communication audiovisuelle est transparente et indépendante, le diffuseur public est transformé en véritable service public.

La regulation de la communication audiovisuelle est transparente et independante, le diffuseur public est transforme en veritable service public.

3.1 La législation sur l’audiovisuel a été adoptée et est appliquée, et crée un environnement favorable à l’audiovisuel public, commercial et communautaire

L’ordonnance N°92-337/P-CTSP du 14 mai 1992 portant autorisation de création de services privés de communication audiovisuelle, et les textes d’application qui y sont relatifs spécifient les conditions d’attribution des fréquences. Selon les chiffres officiels, 498 autorisations ont été délivrées et environ 300 radios sont effectivement installées et émettent à travers le pays. La législation et la réglementation existent, mais elles sont incomplètes dans la mesure où elles ne permettent pas la création de télévision privée. En faveur de l’instauration de la démocratie, les radios privées avaient commencé à s’installer dans les années 1991 avant que la législation ne soit prise en 1992.

Les services de télévision privés sont régis par des dispositions similaires. Il s’agit notamment de l’ordonnance N°92-037/P-CTSP du 14 mai 1992 portant autorisation de création de services privés de communication audiovisuelle ; du décret N°92-156/PM-RM du 14 Mai 1992 déterminant les conditions et procédures d’obtention, de suspension ou de retrait de l’autorisation de création de services privés de communication audiovisuelle ; de l’arrêté interministériel N°94-7166/MCC-MATS du 16 février 1994 fixant le cahier des charges des services privés de communication audiovisuelle, etc. Malgré cette réglementation, il n’y a pas de télévision privée au Mali.

Par ailleurs la loi a cloisonné les radios dans une certaine typologie qui n’est pas favorable. Le décret N°02-227/P-RM du 10 mai 2002 répartit les radio privées en deux catégories : associatives (privée à but non lucratif, communautaire et confessionnelle) et commerciales. Sévrées de ressources, les radios communautaires se sentent obligées de violer la réglementation pour subsister.

Elles ne respectent pas leurs cahiers des charges en terme de respect des conditions de création, d’installation et d’exploitation, d’obligations en matière de programme et d’installations techniques auxquelles les radiodiffuseurs sont tenus... Il en est de même pour l’Etat qui ne joue pas sa partition en terme de mesures d’accompagnement en faveur de ces radios. Les panélistes ont également engagé

le débat autour du statut des organes publics qui n'est pas très respectueux des exigences du service public moderne.

Le projet de loi sur l'audiovisuel déposé sur la table du parlement concerne le secteur privé seulement. Il s'agit de la proposition d'une loi unique pour la radio et la télévision. Une distinction est faite entre les services de radiodiffusion sonore et télévisuelle commerciale et les services de radiodiffusion sonore et télévisuelle associative. Il est prévu la mise en concurrence dans l'attribution des fréquences.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							

Moyenne de l'indicateur:

3.2 (2008 = 1.7 ; 2006 = 4.2)

3.2 L'audiovisuel est régulé par un organe indépendant et adéquatement protégé par la loi contre les ingérences, et dont les membres sont nommés de façon transparente et ouverte, en concertation avec la société civile, et qui n'est pas dominé par un parti politique.

Il n'existe pas en tant que tel un organe qui régule l'audiovisuel. L'article 7 de la Constitution est considéré par des panélistes comme l'une des dispositions qui posent problème et qu'il faut modifier. Il est ainsi libellé : « *La liberté de la presse est reconnue et garantie. Elle s'exerce dans les conditions fixées par la loi. L'égal accès pour tous aux médias d'Etat est assuré par un organe indépendant dont le statut est fixé par une loi organique.* »

Cette disposition est actuellement mise en œuvre à travers trois (3) textes législatifs:

- la loi N°00-046 du 07 juillet 2000 portant régime de la presse et délit de presse ;
- la loi N°92-038 du 24 décembre 1992 portant création du Conseil Supérieur de la Communication (CSC) ;
- la loi N°93-001 du 6 janvier 1993 portant loi organique relative à la création du Comité de l'Egal Accès aux Médias d'Etat (CNEAME)

3.3 L'organe régule les services et les licences audiovisuels dans l'intérêt du public, et assure l'équité et la diversité de vues représentant la société dans son ensemble.

Il n'y a pas un organe de régulation strictement orienté vers l'audiovisuel. En l'absence d'organe de régulation doté de tous les pouvoirs nécessaires, le Décret N° 92.156/P.PM-RM a confié aux ministres en charge de la communication et de l'administration territoriale le soin de procéder à la délivrance des licences d'exploitation des organes audiovisuels. De ce décret émane un Arrêté interministériel fixant les cahiers des charges des services privés de communication audiovisuelle.

Selon l'arrêté interministériel N°92-1604 MC-MAT/CTSP/ASS-MSCPJ-MDSI du 7 avril 1992 fixant les cahiers des charges des services privés de radiodiffusion en modulation de fréquence, les fréquences sont attribuées par le ministère de la communication.

Dans les réformes engagées, il est question de mettre en place un seul organe de régulation, fort et indépendant.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	✓	□	✓	✓	✓	✓	✓	□	✓	□	□
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	□	✓	□	□	□	□	□	✓	□	✓	□
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□

Moyenne de l'indicateur:

1.3 (2008 = 1.8 ; 2006 = 1.4)

3.4 Le diffuseur public/d'Etat est responsable devant le public par l'intermédiaire d'un conseil d'administration représentatif de la société dans son ensemble et désigné de manière indépendante, ouverte et transparente.

Le conseil d'administration de l'Office de Radiodiffusion et Télévision du Mali² (ORTM), l'organe audiovisuel public, est composé de huit (8) membres présidé par le ministre de tutelle. Des huit (8) membres, cinq (5) sont nommés comme représentants des pouvoirs publics. Deux membres du personnel y représentent leurs pairs également. La société civile dans son ensemble, y est représentée par l'association des consommateurs du Mali qui, pour les panélistes n'est pas représentative. Le mécanisme de nomination donne l'allure de personnes choisies *intuitu personae*.

Selon des panélistes, certains administrateurs du conseil sont des fonctionnaires à la retraite, d'autres relevés de leur fonction. Le conseil n'est pas représentatif de la société malienne dans sa diversité et ne saurait assumer une responsabilité devant le public.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur		✓										✓
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur												
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur												
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur												

Moyenne de l'indicateur:

1.2 (2008 = 2.5 ; 2006 = 1.1)

2 Cf. Décret N°08-667/P-RM du 30 octobre 2008 portant nomination des membres du conseil d'administration de l'Office de Radiodiffusion et Télévision du Mali (ORTM)

3.5 Les fonctionnaires nommés à des positions politiques et les membres de partis politiques, ainsi que les personnes qui ont des intérêts financiers dans le secteur de l'audiovisuel, ne sont pas membres du conseil d'administration du diffuseur public/d'Etat.

Le ministre de tutelle est membre et président, et défend certainement un intérêt politique. Le Directeur Général est nommé par décret du Président de la République sur avis du ministre de la communication.

Le Décret N°92-180/PG-RM du 27 Octobre 1992 fixe l'organisation et les modalités de fonctionnement et définit ses organes d'administration et de gestion. Les conditions d'exécution de la mission de l'ORTM annoncée dans sa loi de création sont déterminées par le Décret N°96-284/P-RM du 23 Octobre 1996 portant approbation du cahier des charges.

Les principaux problèmes de gestion auxquels est confronté l'ORTM sont de divers ordres. Malgré son statut d'EPA, la structure fonctionne encore comme une administration classique où la lourdeur et la lenteur rendent les procédures interminables.

L'administration n'échappe pas au contrôle gouvernemental. Car l'ORTM n'a pas encore coupé le cordon ombilical avec l'Etat qui en est le principal actionnaire (bailleur). Avec la subvention qu'il lui accorde, l'Etat a toute la latitude d'opérer les changements administratifs qu'il veut dans la structure. Le ministre de tutelle qui préside au conseil d'administration est un représentant de l'Etat. En dehors des deux membres du personnel, les autres membres du conseil sont des fonctionnaires qui sont tenus par l'obligation de sujétion à leurs administrations et supérieurs respectifs, eux-mêmes membres de l'appareil politique au pouvoir.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									

Moyenne de l'indicateur:

1.6 (2008 = 2.0 ; 2006 = 1.0)

3.6 L'indépendance éditoriale du diffuseur public/d'Etat de toute influence politique est garantie par la loi et appliquée.

Il n'existe pas une loi qui garantit l'indépendance éditoriale de l'ORTM. Pour les panélistes, dans l'esprit du législateur, l'Office de radiodiffusion et télévision du Mali ne peut pas être indépendant. Depuis 50 ans, l'organe a évolué dans cette perspective et le personnel a été formaté en conséquence.

Certes, le changement de son statut - par la loi N°92-021 du 05 octobre 1992, le décret N°92-180/P-RM du 27 octobre fixant son organisation et ses modalités de fonctionnement, et le décret N°96-284/P-RM du 28 octobre 1996 portant approbation du cahier des charges - lui confère une nouvelle personnalité morale avec de nouvelles missions pour s'affranchir.

Malgré ces initiatives et réformes, les habitudes ont la vie dure. Il faudrait un leadership courageux pour inspirer l'esprit du service public moderne.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Moyenne de l'indicateur:

1.4 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

3.7 Le diffuseur public/d'Etat est financé de manière à le protéger contre toute ingérence arbitraire dans son budget, et contre toute pression commerciale.

L'Office de Radiodiffusion et Télévision du Mali a un statut d'établissement public à caractère administratif (EPA) doté de la personnalité morale et de l'autonomie de gestion, avec un budget d'environ 6 milliards de FCFA. Il a un cahier des charges, comme les autres organes audiovisuels. La subvention à hauteur de 2/3 de son budget par l'Etat ne le met pas à l'abri de pressions commerciales. Toutes choses qui ne le protègent pas de l'ingérence arbitraire.

Ce cahier des charges définit les obligations de l'ORTM et de l'État dans le cadre de l'exécution de la mission de service public de radio et de télévision. Il prévoit notamment un pourcentage d'émissions dites nationales au moins égal à 80% des programmes pour la radiodiffusion et à 60% pour la télévision.

L'Office de radiodiffusion télévision du Mali est tenu de développer des programmes de qualité au plan national, régional et local, tout en procédant à l'extension progressive de ses réseaux de production, de diffusion et de transmission en vue de desservir l'ensemble du territoire national.

L'ORTM s'engage ainsi à mettre en œuvre une politique de gestion efficiente basée sur la maîtrise des charges, la diversification et l'accroissement des ressources propres et le développement des coproductions reposant sur la mise en commun de ses moyens avec les organismes du Sud ou du Nord.

De son côté, l'État s'engage à apporter à l'ORTM un concours financier annuel lui permettant d'équilibrer son déficit d'exploitation, compte tenu de l'importance de ses charges de fonctionnement.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								

Moyenne de l'indicateur:

2.1 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

3.8 Le diffuseur public/d'Etat est techniquement accessible sur toute l'étendue du territoire national.

Les émissions de l'office de radiodiffusion et télévision du Mali ont un taux de couverture démographique qui varie entre 75% et 80%.

Depuis 2007, la chaîne de télévision nationale publique (ORTM) peut également être reçue en Europe via le satellite W3A d'Eutelsat. Quant à la couverture géographique, elle avoisine les 90%. Ces résultats ont été salués par les panélistes.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Moyenne de l'indicateur:

4.5 (2008 = 4.1 ; 2006 = 4.7)

3.9 Le diffuseur public/d'Etat offre une programmation variée qui prend en compte tous les intérêts.

Avec peu de moyens, l'ORTM s'efforce d'offrir une programmation plus ou moins variée, sans pouvoir satisfaire aux exigences de tous les intérêts des auditeurs et téléspectateurs. Il conçoit, réalise et diffuse des programmes relatifs à l'information, la culture, l'éducation et le divertissement du public dans les dix (10) principales langues nationales du pays et en français, la langue officielle. Les producteurs privés sont parfois associés pour massifier la production du contenu local.

Beaucoup d'émissions de distraction et quelques productions maisons - malgré les coûts exorbitants - prouvent que l'organe a la volonté de s'améliorer et de remplir sa mission de service public.

Selon le témoignage de l'un des panélistes, le projet de création d'une deuxième chaîne de télévision est très avancé et elle sera bientôt lancée.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						

Moyenne de l'indicateur:

3.4 (2008 = 3.5 ; 2006 = 3.8)

3.10 Le diffuseur public d'État fournit des informations équilibrées et justes, reflétant l'ensemble des différents points de vue et opinions.

Les panélistes reprochent surtout à la télévision nationale de privilégier l'information institutionnelle au détriment des autres acteurs politiques et de l'actualité.

« la télé Mali n'annonce que la fin des grèves et non le début »

Les panélistes ont cité plusieurs exemples où des manifestations organisées par les organisations de la société civile (grèves, marches de protestations) ou des partis politiques d'oppositions ne sont pas diffusées. Selon un panéliste « la télé Mali n'annonce que la fin des grèves et non le début ».

Les panélistes reconnaissent néanmoins qu'à la radio nationale, il y a des efforts louables pour la prise en compte des différents points de vue et opinions.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	✓	✓							✓		
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur			✓	✓	✓				✓		✓
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur								✓			
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur							✓				
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur											

Moyenne de l'indicateur:

2.0 (2008 = 1.9 ; 2006 = 2.3)

3.11 Le diffuseur public/d'Etat présente un contenu local aussi varié et créatif qu'économiquement réalisable

L'ORTM propose de plus en plus de contenu bien local. A la radio, les 8 stations régionales sont fonctionnelles et proposent un contenu local bien varié. Chaque station a sa propre grille. Indiscutablement, d'énormes efforts sont déployés selon les panélistes.

Quant à la télévision, la seule chaîne nationale présente également un contenu local de plus en plus varié.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Moyenne de l'indicateur:

4.5 (2008 = 3.5 ; 2006 = 4.9)

3.12 L'audiovisuel communautaire bénéficie d'une promotion spéciale étant donné sa capacité à ouvrir l'accès aux ondes aux communautés.

Les radios privées dites de proximité, sont commerciales ou associatives (communautaires, confessionnelles).

La radio communautaire au Mali est régie par les mêmes textes que les radios privées commerciales, donc soumise aux mêmes restrictions par rapport au cahier des charges, redevances, taxes et impôts conformément à la réglementation en vigueur.

La radio associative est définie comme une radio urbaine, périurbaine ou rurale dont les activités sont essentiellement consacrées à la satisfaction des besoins de la communauté qu'elle dessert. La radio communautaire à but non lucratif ne tire pas l'essentiel de ses revenus de la publicité. Elle doit avoir au moins 70% de programmes nationaux et promouvoir la culture locale. La gestion et le fonctionnement sont assurés par une Assemblée générale, un comité de gestion et une direction technique.

Les dispositions réglementaires qui traitent du financement de la radio associative communautaire établissent qu'elle « ne doit recevoir ni don, ni legs, ni subvention en numéraire ou en nature d'un parti politique ; elle doit rendre publique la tarification de ses prestations et tenir une comptabilité régulière [...] s'acquitter des redevances, taxes et impôts auxquels elle est assujettie ».

SECTEUR 4:

**Les médias exercent des normes
professionnelles de haut niveau**

Les médias exercent des normes professionnelles de haut niveau.

4.1 Les médias suivent volontairement des codes de normes professionnelles qui sont appliqués par des organes d'autorégulation qui traitent les plaintes du public.

« le procureur, en feuilletant les journaux tous les matins a de quoi travailler ... »

Il y a un code de déontologie du journaliste dont l'existence est bien connue. Malheureusement, beaucoup de cas illustrent les manquements des journalistes et des médias au respect de l'éthique et de la déontologie du métier.

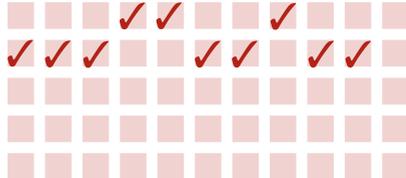
Ce qui ferait dire à l'un des panélistes que : « le procureur, en feuilletant les journaux tous les matins a de quoi travailler ... » à cause du non respect de la vie privée, de la diffamation, des injures, du chantage dont sont victimes les citoyens...

L'organe d'autorégulation existe, mais connaît un dysfonctionnement avancé et manque de moyens. La qualité des acteurs qui l'animent est aussi contestée. Toutes choses qui entachent sa crédibilité.

Le pointage:

Notes individuelles:

- 1** Pays ne répond pas aux critères d'indicateur
- 2** Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur
- 3** Pays répond à plusieurs critères d'indicateur
- 4** Pays répond à la plupart des critères d'indicateur
- 5** Pays répond à tous les critères d'indicateur



Moyenne de l'indicateur:

1.7 (2008 = 2.0 ; 2006 = 1.7)

4.2 Le niveau de traitement de l'information obéit aux principes de base d'exactitude et d'impartialité.

Les panélistes ont relevé un manque de conscience professionnelle, et des problèmes techniques. Plusieurs exemples rapportés ont prouvé que les principes de base d'exactitude et d'impartialité ne sont pas respectés. Le contenu des journaux ne reflète pas, généralement, les titres très ronflants des manchettes. L'information est tronquée, vidée de toute son essence dans les colonnes et sur les antennes de certains organes. Ceci étant, de plus en plus les citoyens ne font plus confiance aux médias.

Certains panélistes jugent les médias très partisans. D'autres justifient ces dérapages par la précarité dans laquelle se trouvent les organes. Mais les conditions déplorables ne peuvent pas justifier les turpitudes de la presse, car on peut être dans la précarité, mais rester professionnel, honnête et digne. Les panélistes ont aussi noté le manque de formation, les difficultés de l'accès à l'information.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											

Moyenne de l'indicateur:

2.0 (2008 = 2.1 ; 2006 = 2.7)

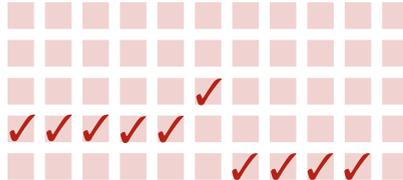
4.3 Les médias couvrent tous les événements, sujets et cultures, y compris les questions économiques, culturelles, locales, et les sujets d'investigation.

La volonté existe pour couvrir tous les domaines en vue d'apporter l'information. La plupart des sujets sont couverts. Les événements sont traités selon les centres d'intérêt. Il est vrai que le domaine politique est le plus couvert, mais il n'en demeure pas moins qu'en feuilletant les différentes parutions, on a un large éventail de sujets.

Le pointage:

Notes individuelles:

- 1** Pays ne répond pas aux critères d'indicateur
- 2** Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur
- 3** Pays répond à plusieurs critères d'indicateur
- 4** Pays répond à la plupart des critères d'indicateur
- 5** Pays répond à tous les critères d'indicateur



Moyenne de l'indicateur:

4.3 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

4.5 Les journalistes et directeurs de publication n'exercent pas l'autocensure.

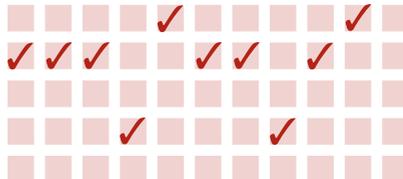
Généralement, les journalistes maliens pratiquent l'autocensure pour des raisons sociales, mais aussi de plus en plus économiques. « Il y a des règles sociales qu'on ne peut pas transgresser » a affirmé un panéliste. « Il arrive qu'un directeur censure une information au nom de l'intérêt de sa communauté ».

« Il y a des règles sociales qu'on ne peut pas transgresser »

Le pointage:

Notes individuelles:

- 1** Pays ne répond pas aux critères d'indicateur
- 2** Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur
- 3** Pays répond à plusieurs critères d'indicateur
- 4** Pays répond à la plupart des critères d'indicateur
- 5** Pays répond à tous les critères d'indicateur



Moyenne de l'indicateur:

2.2 (2008 = 2.5 ; 2006 = 3.6)

4.6 Les propriétaires des principaux médias privés n'empiètent pas sur l'indépendance éditoriale.

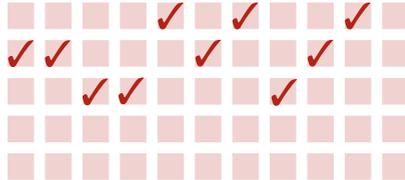
Un propriétaire d'organe n'est pas forcément un journaliste selon la loi. Mais la majorité des propriétaires des médias sont, en même temps, directeurs de publication, donc des journalistes au regard de la loi. Les quelques rares propriétaires qui n'exercent pas le métier, peuvent alors avoir un intérêt qui n'est pas forcément journalistique. Alors, ils gardent un œil sur la ligne.

Très peu d'organes de presse ont une indépendance éditoriale affirmée. Beaucoup d'organes ont plutôt une ligne éditoriale que l'on peut rapidement déterminer en lisant les journaux ou en écoutant les radios de la place mais qui peut changer au gré des intérêts. Et le journaliste qui travaille dans la rédaction est pris dans cette nébuleuse de ligne éditoriale.

Le pointage:

Notes individuelles:

- 1** Pays ne répond pas aux critères d'indicateur
- 2** Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur
- 3** Pays répond à plusieurs critères d'indicateur
- 4** Pays répond à la plupart des critères d'indicateur
- 5** Pays répond à tous les critères d'indicateur



Moyenne de l'indicateur:

2.0 (2008 = 2.3 ; 2006 = 3.1)

4.7 Les journalistes et les organes de presse sont intègres et ne sont pas corrompus

Les panélistes ont émis des doutes quant à l'intégrité morale de certains journalistes et organes de presse. A la base, il y a des pratiques mauvaises mais parfois aussi socioculturelles qui prennent de l'envergure. On peut noter, en l'occurrence, la distribution de cadeaux ou d'enveloppes aux journalistes lors des reportages souvent par des organisateurs d'événements publics. De plus en plus cette pratique inquiétante s'installe. « Il y a des corrompus parce qu'il existe des corrupteurs » s'exclame un panéliste.

Une autre pratique que les panélistes ont évoquée est la publication d'articles commandités moyennant des pots-de-vin, ou encore des publiereportages déguisés.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	✓					✓												
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓								
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur																		
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur																		
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur																		

Moyenne de l'indicateur: 1.8 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

4.8 Les niveaux de salaire et les conditions générales de travail des journalistes et des autres acteurs des médias sont appropriés.

Au Mali, les médias de façon générale, travaillent dans des conditions extrêmement difficiles avec des équipements rudimentaires, une rédaction squelettique et généralement formée sur le tas, etc.

Les niveaux de salaire sont très bas par rapport au coût de la vie. Mais aussi, il y a une disparité de salaires entre le secteur public où l'on débute à 80 000 F CFA (équivalent à 120 euros environ) et le privé où le salaire plafond est à 100 000 F CFA, (150 euros) et où certains ont juste le salaire minimum interprofessionnel garanti (SMIG) équivalent à un peu moins de 30 000 F CFA (45 euros). Quelques rares privilégiés sont inscrits à la sécurité sociale. Il n'y a pas de plan de carrière.

L'ORTM qui est le plus gros employeur du secteur a dans ses rangs, au mépris de la législation du travail, des stagiaires (environ 30% de ses ressources humaines) qui n'ont pas de traitement salarial. Certains sont dans l'office depuis des années et n'ont même pas le statut de pigistes.

Pourquoi cette situation? « C'est le seul métier qui est grandement ouvert malgré les dispositions légales, beaucoup viennent se faire la main avant de trouver mieux » a répondu un panéliste.

Une convention collective a été signée en 2009, malheureusement elle ne fédère pas les acteurs des médias qui sont très divisés quant à sa validité. Certains panélistes déplorent qu'elle n'ait pas fait l'objet d'une consultation élargie et lui reprochent la signature par des associations qui ne sont pas représentatives. D'autres remettent en cause sa validité juridique en soulignant un vice de forme concernant la signature du président du tribunal qui y est apposée.

Certains panélistes ont suggéré de promouvoir un consensus entre les acteurs sociaux du secteur des médias autour de cette convention en vue de son application qui pourrait relever le niveau de vie des reporters, journalistes et autres employés des médias. Toutes choses qui pourraient avoir un impact positif sur la qualité et le niveau des médias.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

Moyenne de l'indicateur:

1.9 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

4.9 Les professionnels des médias ont accès à des structures de formation qui offrent des programmes de qualification ainsi que des opportunités d'améliorer leurs compétences.

Les journalistes étaient, dans le passé, formés à l'étranger. Mais il existe de plus en plus d'écoles qui proposent des programmes de formation en marketing et management et à l'occasion, des cours de journalisme. Ces programmes ne répondent pas généralement aux standards pour la reconnaissance par l'Etat des diplômes délivrés.

La Maison de la Presse - structure faitière des organisations des médias depuis 1996 - propose des formations de perfectionnement aux journalistes et corps assimilés.

Le ministère de la communication et des nouvelles technologies a engagé un processus de création d'un institut de formation en journalisme dont le lancement était prévu pour l'année universitaire 2009 - 2010. Malheureusement il n'est

toujours pas ouvert. Les raisons évoquées sont la volonté politique, le projet semble ne pas être une priorité. L'Université de Bamako aussi avait un projet similaire dans le cadre du partenariat avec des universités européennes, lui non plus n'a pas abouti. Un panéliste annonce que l'Université Catholique d'Afrique de l'Ouest qui a récemment installé certaines de ses filières à Bamako, ouvrira ses portes à la formation en journalisme à partir de cette année universitaire 2010 – 2011.

Le pointage:

Notes individuelles:

1	Pays ne répond pas aux critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Pays répond à plusieurs critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
4	Pays répond à la plupart des critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
5	Pays répond à tous les critères d'indicateur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

Moyenne de l'indicateur:

1.5 (2008 = 2.0 ; 2006 = 1.0)

4.10 Les journalistes et les autres acteurs des médias sont organisés en syndicats et/ou associations professionnelles.

Il y a environ une cinquantaine d'associations et de réseaux professionnels dont la plupart sont membres de la Maison de la presse. À proprement parler, il n'y a pas de syndicat de journalistes exclusivement. Mais il existe un syndicat qui est orienté spécifiquement vers les médias du secteur public et regroupant en son sein des journalistes, cinéastes, imprimeurs, etc., en l'occurrence le Syndicat National de l'Information, de la Presse et de l'Industrie du Livre (SNPIL) qui est très peu visible.

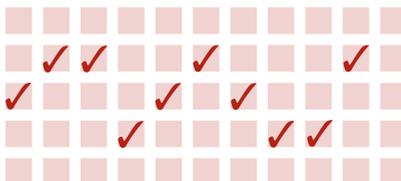
Certains panélistes rapportent qu'à l'occasion du processus ayant abouti à la signature de la convention collective des médias, un syndicat de journalistes aurait été mis en place. Mais l'aventure a tourné court à cause des divergences d'intérêts.

Il y a plusieurs organisations dans le secteur des médias, mais elles sont souvent minées par des querelles internes qui annihilent leurs actions et synergies.

Le pointage:

Notes individuelles:

- 1** Pays ne répond pas aux critères d'indicateur
- 2** Pays couvre seulement quelques aspects d'indicateur
- 3** Pays répond à plusieurs critères d'indicateur
- 4** Pays répond à la plupart des critères d'indicateur
- 5** Pays répond à tous les critères d'indicateur



Moyenne de l'indicateur:

2.9 (2008 = 4.7 ; 2006 = 5.0)

Note du secteur 4:

2.4 (2008 = 2.8 ; 2006 = 3.0)

MOYENNE DE TOUS LES SECTEURS: 2.6 (2008 = 2.9 ; 2006 = 2.7)

Suivi pour la mise en place d'une stratégie pour les deux prochaines années

I. Les changements positifs dans l'environnement des médias ces deux dernières années et les causes de ces changements

1. La Maison de la presse est opérationnelle ;

Cause principale : engagement personnel du Président de la République qui traduit une volonté politique ;

2. L'augmentation du taux de couverture médiatique:

2.1. Création de nouvelles radios privées : des 498 autorisations de création de radios, à ce jour, 300 sont fonctionnelles ;

Causes principales : la demande, mais surtout la disponibilité des fréquences ;

2.2. L'ouverture de nouvelles stations régionales TV-FM ;

Cause principale : Exécution du plan directeur de l'ORTM conformément à la forte demande d'accès à l'information ;

2.3. La création de nouveaux journaux (quotidiens, hebdomadaires, régionaux) ;

Cause principale : environnement favorable ;

2.4. L'ORTM sur le bouquet international ;

Cause principale : demande de la diaspora prise en compte dans le plan directeur de l'ORTM ;

2.5. Des radios privées en streaming sur Internet ;

Cause principale : développement des technologies de l'information et de la communication ;

2.6. La création de journaux en ligne ;

Cause principale : développement des technologies de l'information et de la communication ;

3. la signature de la convention collective ;

Causes principales : préoccupation des journalistes sur leur statut et conditions de travail, volonté de la corporation ;

4. La relecture en cours des textes législatifs et règlementaires ;

Cause principale : besoin de consolidation de la démocratie ;

5. L'amélioration du contenu des programmes de l'ORTM ;

Causes principales : les réactions des auditeurs, les animateurs des programmes, le conseil d'administration ;

6. La création de structure de formation.

Cause principale : demande pressante.

II. Quels changements négatifs y a-t-il eu dans l'environnement des médias ces deux dernières années ?

1. Le dysfonctionnement aggravé de l'Observatoire pour la déontologie et l'éthique dans la presse (ODEP : organe d'autorégulation)

1. La grande division entre les associations professionnelles
2. L'inertie des organes de régulation
3. Des atteintes aux droits d'être jugé dans un délai raisonnable
4. L'intimidation des journalistes ;
5. La précarité des conditions des travailleurs du secteur des médias
6. La baisse de la qualité du contenu des médias

III. Les principaux obstacles pour plus de changements positifs

1. L'Observatoire pour la déontologie et l'éthique dans la presse (ODEP)

Obstacle : manque de motivation et de moyens ;

2. Solidarité au sein des associations professionnelles

Obstacle : conflits d'intérêts ;

3. Les organes de régulation

Obstacle : le bicéphalisme ;

4. Amélioration des conditions de travail des journalistes et des travailleurs des médias

Obstacles : l'environnement économique défavorable et le manque d'organisation des entreprises de presse ;

5. La qualité du contenu des médias

Obstacle : manque de formation ;

6. Le bon fonctionnement de la Maison de la presse

Obstacle : des problèmes de gouvernance à l'interne au sein de la corporation ;

7. Augmentation du taux de couverture des médias

Obstacle : le manque de moyens financiers ;

8. Application de la convention collective

Obstacle : l'insuffisance de concertation ;

9. Amélioration constante du contenu des programmes de l'ORTM

Obstacle : le statut actuel inadéquat de l'organe public ;

10. Création d'école de formation en journalisme d'envergure nationale

Obstacle : le manque de volonté politique ;

11. Autres obstacles :

11.1. Manque de professionnalisme

11.2. Crise de confiance entre le public et les médias

11.3. Faiblesse de l'appui de l'Etat aux médias

IV. Activités à mener pendant les deux prochaines années

1. Elaboration d'un rapport alternatif annuel sur la liberté de la presse, la liberté d'expression et l'accès à l'information par la Maison de la presse avec l'appui du panel du Baromètre des médias africains ;
2. Concertation autour de la convention collective ;
3. Création d'une centrale d'achat des intrants pour la production des médias ;
4. Organisation des rencontres entre la famille judiciaire et les médias ;
5. Renforcement des capacités en terme de spécialisation des journalistes dans différents domaines ;
6. Plaidoyer pour l'indexation de l'aide à la presse au budget de l'Etat ;
7. Lancement et vulgarisation du rapport BMA au niveau des institutions (Présidence de la République, Gouvernement, Ministères, Assemblée nationale, Ambassades, ONG, Société civile, etc.) : remise du rapport au chef de l'Etat ;
8. Mise en place d'un programme de redynamisation de l'ODEP par la Maison de la Presse ;
9. Mise en place de mécanismes pour le développement de partenariats entre les médias et d'autres structures d'appui institutionnel et financier ;

En vue de la mise en œuvre des recommandations, le comité de suivi du panel de 2008 a été reconduit. Il est composé de Mme ALWATTA Ichata SAHI, Me Brahim KONE, Dr. Salabary DOUMBIA et M. Tiégoum Boubèye MAÏGA qui en est le point focal.

Avec l'appui de la Fondation-Friedrich-Ebert qui a manifesté sa disponibilité à accompagner les médias dans leurs initiatives, le comité est chargé d'élaborer, en collaboration avec la Maison de la Presse, le plan détaillé des activités dans les meilleurs délais.

Liste des panélistes

Représentants de la société civile

Prénoms & Nom	Profession
M. Abraham BENGALY	Professeur de droits
Mme ALWATA Ichata SAHI	Militante des droits des femmes
Me Brahim KONE	Avocat
M. Ibrahima DIALLO	Syndicaliste
Mme Djénèba KARABEMTA	Magistrat

Représentants des médias

Prénoms & Nom	Profession
M. Alexis KALAMBRY	Journaliste
Mme DIABY Makoro CAMARA	Journaliste
M. Nouhoun KEITA	Journaliste
M. Seydou Baba TRAORE	Journaliste / Radiodiffusion
M. Tiégoum Boubèye MAÏGA	Journaliste

Modérateur :

M. Gabriel BAGLO

Rapporteur :

M. Mahamadou Talata MAÏGA



AFRICAN MEDIA BAROMETER

The first home grown analysis of the
media landscape in Africa



MALI 2010

English Version

CONTENT

SECTOR 1: 79

Freedom of expression, including freedom of the media, are effectively protected and promoted.

SECTOR 2: 93

The media landscape, including new media, is characterised by diversity, independence and sustainability.

SECTOR 3: 105

Broadcasting regulation is transparent and independent; the state broadcaster is transformed into a truly public broadcaster.

SECTOR 4: 118

The media practise high levels of professional standards.

The African Media Barometer (AMB)

The African Media Barometer (AMB) is an in-depth and comprehensive description and measurement system for national media environments on the African continent. Unlike other press surveys or media indices the AMB is a self-assessment exercise based on homegrown criteria derived from African Protocols and Declarations like the “Declaration of Principles on Freedom of Expression in Africa” (2002) by the “African Commission for Human and Peoples’ Rights”. The instrument was jointly developed by *fesmedia Africa*, the Media Project of the Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) in Africa, and the Media Institute of Southern Africa (MISA) in 2004.

The African Media Barometer is an analytical exercise to measure the media situation in a given country which at the same time serves as a practical lobbying tool for media reform. Its results are presented to the public of the respective country to push for an improvement of the media situation using the AU-Declaration and other African standards as benchmarks. The recommendations of the AMB-reports are then integrated into the work of the 19 country offices of the Friedrich-Ebert-Foundation (FES) in sub-Sahara Africa and into the advocacy efforts of other local media organizations like the Media Institute of Southern Africa.

Methodology and Scoring System

Every two to three years a panel of 10-12 experts, consisting of at least five media practitioners and five representatives from civil society, meets to assess the media situation in their own country. For 1 1/2 days they discuss the national media environment according to 45 predetermined indicators. The discussion and scoring is moderated by an independent consultant who also edits the AMB- report. After the discussion of one indicator panel members allocate their individual scores to that respective indicator in an anonymous vote according to the following scale:

1	Country does not meet indicator	
2	Country meets only a few aspects of indicator	
3	Country meets some aspects of indicator	
4	Country meets most aspects of indicator	
5	Country meets all aspects of the indicator	

The sum of all individual indicator scores will be divided by the number of panel members to determine the average score for each indicator. These average indicator scores are added up to form average sector scores which then make up the overall country score.

Outcome

The final, qualitative report summarizes the general content of the discussion and provides the average score for each indicator plus sector scores and overall country score. In the report panellists are not quoted by name to protect them from possible repercussions. Over time the biennial or tri-annual reports are measuring the media development in that particular country and should form the basis for a political discussion on media reform.

In countries where English is not the official language the report is published in a bilingual edition.

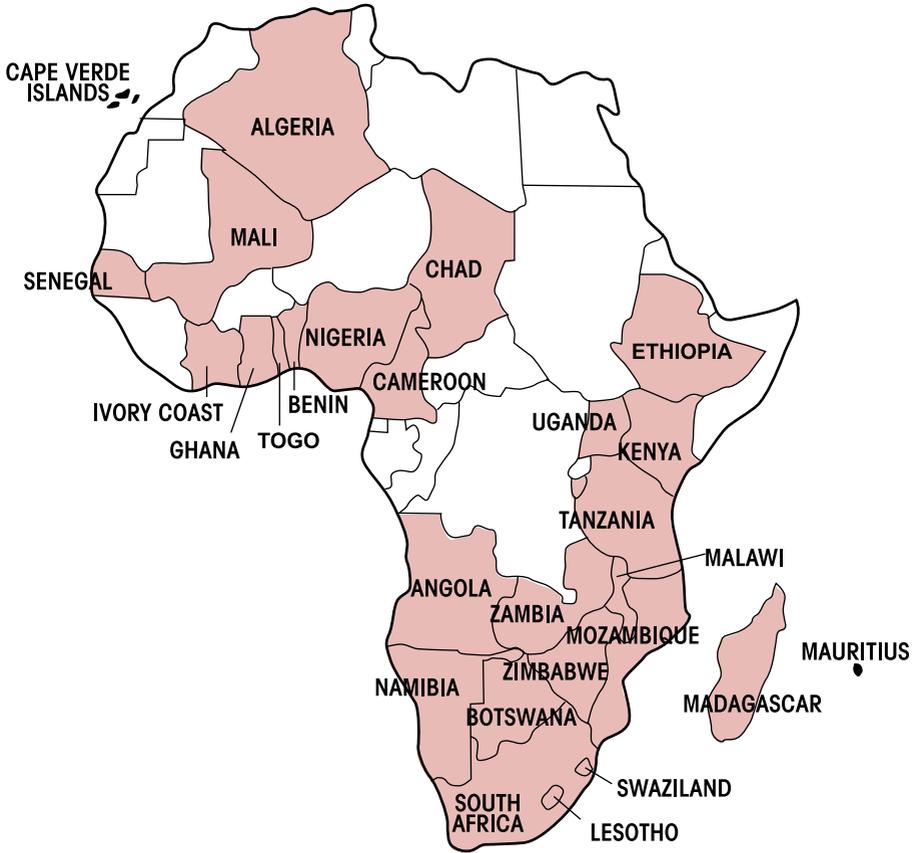
Implementing the African Media Barometer the offices of the Friedrich-Ebert-Foundation (FES) and - in SADC countries the Media Institute of Southern Africa (MISA) - only serve as a convener of the panel and as guarantor of the methodology. The content of the discussion and the report is owned by the panel of local experts and does not represent or reflect the view of FES or MISA.

At the end of 2008 the indicators were reviewed, amended and some new ones were added to address the rapid developments in Information Communication Technology.

By the end of 2010 the African Media Barometer had been held in 27 African countries, in some of them already for the third time.

Mareike Le Pelley
Head of fesmedia Africa
Friedrich-Ebert-Stiftung
Windhoek, Namibia

Kaitira Kandjii
Regional Director
Media Institute of Southern
Africa (MISA)
Windhoek, Namibia



See above 27 AMB Countries (2005-2010)

AFRICAN MEDIA BAROMETER MALI 2010

Executive Summary

Mali's Constitution and other pieces of legislation guarantee freedom of expression, including freedom of the media. However, in practice, journalists, activists and human rights defenders may be fearful to enact these freedoms. The State, as well as religious groups, have been known to pressurise, intimidate, harass and threaten the media, while socio-cultural issues also restrict freedom of expression.

Mali adheres to various regional and international conventions, which are reflected in its national legislation. Legally, there is no need to obtain prior authorisation from the state in order to publish a newspaper in Mali. Implicitly, the same applies to online news and blogs. Only the establishment of private broadcasting bodies requires authorisation. Media legislation and regulation evolve generally from meaningful consultations with state institutions, citizens and interest groups.

Mali is a West African country, a member of the Economic Community for West African States (ECOWAS) and the African Union (AU). It borders Mauritania and Algeria in the north, Niger in the East, Burkina Faso and Ivory Coast in the south, Guinea in the south-west and Senegal in the west. Two-thirds of the northern part of the country (representing 65 per cent of the entire territory) is a desert. Within its 14.5 million inhabitants (2009), there are a variety of ethnic groups, including Bambaras, Bobos, Bozos, Dogons, Khassonkés, Malinkés, Minianka, Peuls, Sénoufos, Soninkés (or Sarakolés), Sonrhais and Touaregs. French is the official language, but in general local populations speak, read and write their vernacular languages of which the Bambara is most popular (80 per cent of the population).

Islam is the main religion in Mali (90 per cent), while there are also practising Catholics and Protestants, as well as animist ritualism among certain populations. The history of Mali is marked by five important empires or kingdoms: the Ghana empire, the Mali empire, the Songhai empire, the Bambara de Ségou kingdom and the Peul empire du Macina. Following the French invasion in 1883, Mali became a French colony under the name French Soudan. In April 1959, Senegal and Soudan met to form the federation of Mali, which split some months later with the withdrawal of Senegal. In September 1960, Soudan also proclaimed its independence under the leadership of President Modibo Keita, while still conserving the name of Mali. In 1968, Keita was overthrown in a coup d'état led by a group of officers under the leadership of Lieutenant Moussa Traoré. In 1991, Traoré was overthrown by General Amadou Toumani Touré in favour of the Popular Movement for Democracy (PMD).

In 1992, after a period of transition, the Popular Movement for Democracy consolidated the process of democracy with the election of Alpha Oumar Konaré, who was re-elected in 1997. In 2002, Toumani, who had left the army in order to qualify for candidacy, became president of the Republic of Mali. He was re-elected in 2007.

Mali is a land-locked country, with a predominantly rural economy. Around 80 per cent of the population works in agriculture, fishery and farming. Gold is the country's prime export, followed by cotton and livestock. Mali today is the third biggest gold exporter on the continent, behind South Africa and Ghana. The local currency is Franc CFA, or F CFA, with an exchange rate of 1 Euro for 655,997 Franc CFA (as of January 2011). Mali is vulnerable to the world's price fluctuations of its main exporting products.

In Mali, the media comprises print publications (in French and other national languages), radio, television, as well as many online services (satellite, cable, and internet). Newspapers are concentrated in the capital city of Bamako, or in the main towns of the regions, and no effort is being made to widen the distribution of the print media, especially to rural communities. Free radio networks are rapidly expanding (498 authorisations have been issued among which 300 are more or less operational). They reach a wide portion of the population by broadcasting programmes in local languages. Access to the internet is developing, both in terms of infrastructure expansion, cost reduction and users' familiarisation with the technology. There are also partnerships between internet sites and newspapers, radio and TV community centres. The public has free access to national and international online media, and the State does not seek to block or filter internet content.

There is no law that protects confidential sources of information in Mali, although this is not a major concern for media freedom as journalists are not compelled to reveal their sources and so far no journalist has been forced to do so. On the other hand, the law limits entry into the journalism profession and its practice, stating that *"A journalist is a person who holds a diploma in journalism or a diploma from institutes of higher learning with one year professional experience, and whose main earnings are derived from the collecting, treatment and dissemination of information and news within the framework of a public or private media either written or broadcasted."*

This provision is supported by professionals in the media sector, who contributed to the development of the draft law in order to give it a good moral basis..

The legislation that governs relationships between the State and the public sets out the principle of accessing administrative documents. However, this law limits the categories of information that can be accessed. There is no appropriate legislation regarding issues of concentration, monopoly and competition within the media.

Although broadcasting legislation exists, it does not provide an environment conducive to public, commercial or community broadcasts. There are two regulating bodies with no authority, namely the Supreme Community Council (CSC) and the Committee of Equal Access to State Media (CNEAME). The Ministry for Communication and Information Technology, in collaboration with the Ministry of Local and Regional Government, allocate channels to private broadcasters.

No legal provisions or rules exist explicitly to protect media bodies from political interference. Although there is no direct pressure, there is a traditionally institutional, pro-Government attitude within these bodies. Some journalists are sometime over-zealous in this regard.

Public broadcasting in Mali remains below international standards. The board of the Office of Radio and Television Broadcasting of Mali (ORTM), chaired by a designated minister (currently the Minister for Communications and Information Technology) is made up of members selected without the involvement of civil society. There is no law that guarantees the ORTM's independence from the State and two-thirds of the ORTM's budget of 6 billion FCFA is funded by the State. The ORTM has a demographic coverage between 75 and 80 per cent of the population. The geographic coverage is around 90 per cent. While the ORTM provides a variety of predominantly local programmes, not all the interests and expectations of the listeners are fulfilled. In terms of the State's radio offerings, the eight regional stations are functional with considerably varied local content. The national television station broadcasts news and opinions mostly from a Government point of view, although the State-run radio stations make tangible efforts to consider different opinions and views. Despite these initiatives and reforms, 'old habits die hard', and there is a need for courageous leadership at ORTM to inspire the spirit of modern public service.

In view of consolidating democracy, a process of legislative documentation review is taking place. In February 2008, inspired by numerous evident dysfunctions, the country's president established a committee to review all laws and regulations. Most of the legislation relating to media freedom and freedom of expression is expected to be revised.

The Mali media sector offers many sources of information via the broadcast and print media and the internet. This information is in French and other national languages. In Mali there are 300 private radio stations and 200 newspapers, among which about 40 appear more or less regularly. There is only one television station, Mali TV, which is State-run via ORTM. In general, media diversity is officially promoted by the State, but there is a lack of policy to make the media economically viable.

Women remain a minority in the editing sector of the media and their voices are not fairly heard. In general, the media reflects the voices of society in its ethnical, linguistic, religious, political and social diversity. Nevertheless, some subjects,

such as homosexuality, remain taboo. Although the Government does not make use of its power directly to influence editorial content via advertising contracts, there is evidence that the distribution of the advertising market share depends on the nature of the State-clientele relationship. The advertising market is not very diversified and it is dominated by the State and a number of sizeable corporate advertisers. It remains a nebulous sector where the State and a few advertisers are the law, their budget is not known.

Although there is a well-known code of ethics for journalists in Mali, there are too many cases of journalists not adhering to this and failing to respect the basic principles of accuracy and fairness. There is a glut of reports on seminars, and insufficient space granted to investigative and professional reporting. Very few media bodies have an affirmed editorial independence and editorial lines are flexible, depending on the interests of the media body concerned. Journalists practice self-censorship for social reasons, but increasingly for economic reasons. The moral integrity of some journalists and press bodies remains disputable, as it is common for reporters to be bribed by event organisers with gifts or 'brown envelopes'. This practice is worrying, especially given the poor salaries in the media sector.

An increasing number of private schools of communication provide training programmes in journalism. These programmes, however, fall short of meeting the required standards for the State to acknowledge the qualifications.

There are about 50 media associations and professional networks, although they are largely affected by internal conflicts that defeat their actions and synergy. Citizens are increasingly becoming involved in media freedom issues and media pressure groups are active. Nonetheless, a lack of trust between civil society and media practitioners is evident.

The lack of motivation and dynamism of self-regulating bodies and professional associations undermined by conflict of interest, the unfavourable economic environment, the failure to implement a collective convention among all media players, the lack of professional expertise, the crisis of trust between the public and the media, among other issues, indicate that during the past two years gains made towards media freedom and freedom of expression have largely been reversed. However, there has been some progress, namely the growth in media coverage, the signing of the collective convention in the sector, the ongoing review of legislative documents and regulations, and the continued improvement of ORTM's programmes.

SECTOR 1:

Freedom of expression, including freedom of the media, are effectively protected and promoted.

Freedom of expression, including freedom of the media, are effectively protected and promoted.

1.1 Freedom of expression, including freedom of the media, is guaranteed in the constitution and supported by other pieces of legislation.

Mali's Constitution guarantees freedom of expression, including freedom of the media. In its Article 4, it stipulates that: "everyone has the right to freedom of thought, conscience, religion, cult, opinion, expression and creation in the respect of the law". In harmony with the Declaration of Human and Citizen's Rights, and the African Charter of Human and People's Rights, Article 7 of this fundamental law stipulates that: "The freedom of the press is recognised and guaranteed. It exercises itself in the conditions fixed by the law. The equal access for all to State media is assured by an independent body whose status is fixed by a legislative body."

In the same vein, the Press and Libel Act (Law N°00-46/AN-RM 1 of July 7, 2000) guarantees this freedom in Mali. Article 6 of this law states that the "print and publishing industry are free".

In February 2008, the President of the Republic established a committee to review all legislation and regulation in the country, in the light of discrepancies noted between documents that govern the country and their practical implementation. After a year of work, the committee made some proposals to address deficiencies in this regard.

With regard to the improvement of the quality of the press and the free expression of thought, the committee proposed, among other things, the reorganisation of press regulation aimed at improving the standards of the profession. It also proposed the removal of punitive measures such as police custody, preventive detention and other measures restricting journalists freedom.

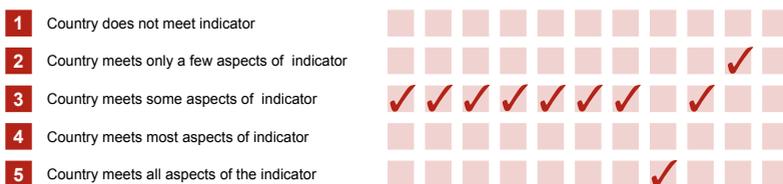
In relation to the allocation of airtime on public radio and television stations, the committee proposed a "thirds" rule to guarantee pluralism: thus, a third of airtime be allocated to Government activities, a third to ruling party activities and a third to the activities of opposition parties. The committee also recommended the establishment of a single regulatory body.

groups threatened activists, including women rights associations, during the public debates on the People and Families Policy.

It is necessary to recall that, in Mali, the law limits the freedom of opinion and expression with regard to statements inciting racial, national or religious hatred or within the call to murder, which is punishable by law.

Scores:

Individual scores:



Average score: 3.1 (2008 = 2.3; 2006 = 2.7)

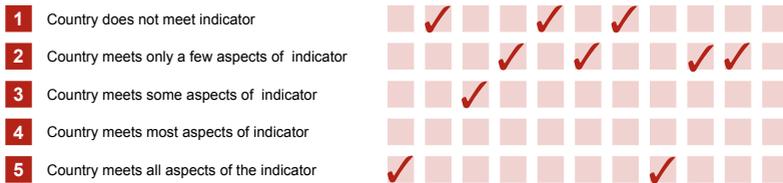
1.3 There are no laws restricting freedom of expression such as excessive official secret or libel acts, or laws that unreasonably interfere with the responsibilities of media.

Implemented in 2003, law N°98-012 of January 19, 1998 governs relations between the administration and users of public services. This law limits the categories of accessible information with Article 14 listing the kind of information to which citizens should not have access: Government's deliberations, national defence secrets and so on.

Equally, law N°00-46/AN-RM of July 7, 2000, which governs press management and libel acts, limits this freedom in Mali. This law presents deficiencies in practice and makes access to information very difficult. These legal documents are also subject to an ongoing texts review.

Scores:

Individual scores:



Average score:

2.4 (2008 = 4.4; 2006 = 4.7)

1.4 Government makes every effort to honour regional and international instruments on freedom of expression and the media.

The Government of Mali has signed, ratified and adhered to most international legal instruments. It ratified the Universal Declaration of Human Rights (UDHR), adhered to the Pact of the United Nations Organisation (UNO) related to civil laws and policies (adopted in 1966 by the General Assembly of the UN), and signed the African Charter on Human and People's Rights (adopted in Nairobi in June 1981 and enforced in October 21, 1986). Article 9 of the aforesaid charter stipulates that: "everyone has the right to information. Everyone has the right to express and to share his/her opinions in accordance to the provision of the law and regulations in force". Mali also ratified the 1975 Economic Community of West African States (ECOWAS) treaty, in which Articles 65 and 68 are dedicated to freedom of expression.

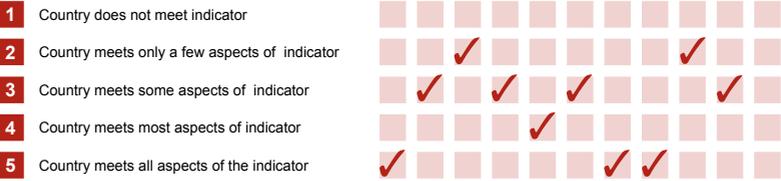
Mali adheres to various agreements and even considers the principles decreed by these settings and instruments in its legislation and regulation. In general, the country ratifies all agreements but concern was expressed that periodic reports on the human rights situation, required under these agreements, are often not completed. This lack of interest by the authorities is pathetic, as such reports could contribute to the country's image.

For example, with regard to the African Mechanism of Equality Assessment (MAEP), experts judged that Mali remains attentive in spite of some deficiencies. Mali was the ninth country to submit to MAEP processes since May 28, 2003 and high-level delegations of African experts are brought in to assess the country, including the African Bank for Development, the UNDP Regional Office for Africa and the Economic Commission of the United Nations for Africa. The

report summed up some of the main issues facing the country as decentralisation, gender equality, education, food security and the respect of freedoms.

Scores:

Individual scores:



Average score: 3.5 (2008 = n/a; 2006 = n/a)

1.5 Print publications are not required to obtain permission to publish from state authorities.

Legally, there is no need to obtain authorisation from the State to publish a newspaper in Mali. The intention to publish must nevertheless be declared to the prosecutor according to the law: In accordance with Article 7 of law N°00-46/AN-RM of July 7, 2000 governing media management and libel acts: “Before the publication of any newspaper or periodic print, a release declaration will be made to the prosecutor of the court of first instance, containing the following information: the title of the newspaper or periodic print and its mode of publication; the name and the address of the publishing director; the name of the Printers where it must be printed; the average print run foreseen.” Every document is subject to a Formal Deposit with the relevant institution. (Article 9).

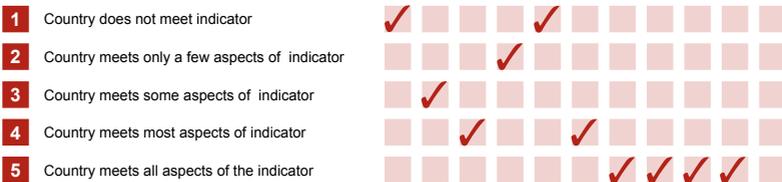
Radio and television stations are, however, subject to permit requirement.

In Mali, anyone can establish a media body, but, according to the law, the publishing director of any media body should be a journalist. Article 13 of the law N°00-46/AN-RM of July 7, 2000, governing press management, states that: “The director of a publication is responsible for the content of the newspaper. He/she must be aged 21 and beyond, have at least three years of professional experience, enjoy his/her civil rights and have his/her domicile or his/her residence in Mali.”

In spite of these legal provisions and regulations, in practice, journalists who fail to fulfil these criteria and conditions operate without any administrative hindrance.

Scores:

Individual scores:



Average score: 3.5 (2008 = 4.7; 2006 = 4.4)

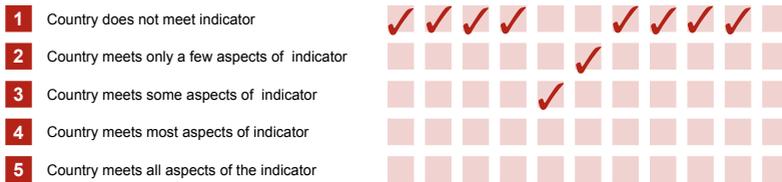
1.7 Confidential sources of information are protected by law and/or the courts.

No law in Mali protects confidential sources. However, the question of confidentiality is not seen as an issue with regards to freedom of expression and, in particular, freedom of the media, because journalists don't feel obliged to reveal their sources and no journalist has ever been forced to do so. Some judges ask for the sources but don't insist.

According to Article 15 of the Code of Journalist Ethics in Mali, journalists do not need to reveal the source of confidential information. However, the law governing the press compels the Director of Publications to require that authors who submit unsigned articles or use a pseudonym must provide in writing their true identity before publication of their articles.

Scores:

Individual scores:



Average score:

1.3 (2008 = 2.9; 2006 = 2.6)

1.8 Public information is easily accessible, guaranteed by law, to all citizens.

Law N°98-012 of January 19, 1998 determines general rules that govern relations between the administration and users of public services. It expresses the principle of access to administrative documents. However, this law limits the categories of accessible information. It allows all citizens to consult Government documents, with the exception of those protected by the law.

According to Article 12 of this law: “Access to administrative documents of nominative character is free. Excluded from that category are all files, reports, studies, reviews, statistics, instructions or circulars that include any description of administrative procedures or interpretation of ‘rights’. In its implementation, this law is very cumbersome to administer and accessing such information largely depends on the determination of the person trying to obtain the information. Worse, this law in its Article 15 establishes a list of documents to which citizens must not have access. It states that: “The freedom of accessing administrative documents does not include documents of which consultation can lead to:

- the secret of the Government deliberations;
- the secret of national defence or foreign policy;
- the safety of the state and the public security;
- the progress of judicial proceedings or preliminary operations to such proceedings, except by authorisation from a competent authority;
- the secret of private life, staff and medical files;
- the secret in commercial and industrial matters;
- in search of fiscal and customs infringements; or
- broadly speaking on all the information protected by the law.”

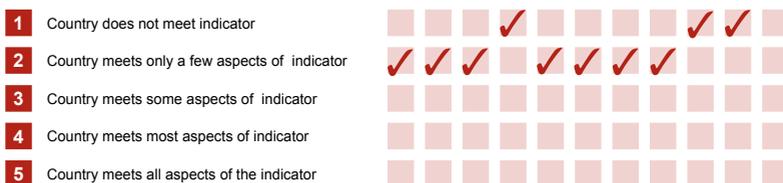
Administrative documents that may not be communicated to the public because of their nature or their object, bear the following mention:

- defence very secret
- defence secret
- defence confidential
- confidential
- limited distribution

Efforts are being made to render administrative documents accessible to citizens, thanks to the institutional reforms in progress. However, access to the actual information is not always obvious. In some public administrations, communication mechanisms such as public orientation and information offices are in place, but they don't always deliver useful information. This law is also among documents submitted for review.

Scores:

Individual scores:



Average score:

1.7 (2008 = 2.5; 2006 = 4.9)

1.9 Websites and blogs are not required to register with, or obtain permission, from state authorities.

No legislation compels owners of websites and blogs to make a declaration or obtain authorisation from the State in order to operate. Websites and blogs are a new domain upon which no legislation or regulation applies.

There is concern that this situation could have a negative impact, however. For example, where terrorist groups attempt to use the internet to organise themselves, and criminals make use of websites to promote criminality, pornography and to upset education and morals, the State must control the establishment and operation of these new media bodies through appropriate legislation.

1.11 Civil society in general and media lobby groups actively advance the cause of media freedom.

Citizens in Mali are involved in advancing the cause of media freedom and media pressure groups are active. Nevertheless, prejudices contribute to the reversal of such efforts, as relationships between the media and civil society organisations are sometimes very tense. All associations have felt some interference from the State. A participant lamented: “The huge mobilisation of other colleagues every time that a journalist is dragged before the court, victim of an aggression or any suchlike act, is dimming.”

«...when a journalist has a problem, only his/her friends and editor will mobilise.»

Another commented: “...when a journalist has a problem, only his/her friends and editor will mobilise.”

Said another participant: “Civil society, on its part, does react but generally late ... because it first wonders to which side the victim belongs.”

Depending on their area of specialisation, civil society organisations are sometimes mobilised in favour of the media. For example, the associations and non-

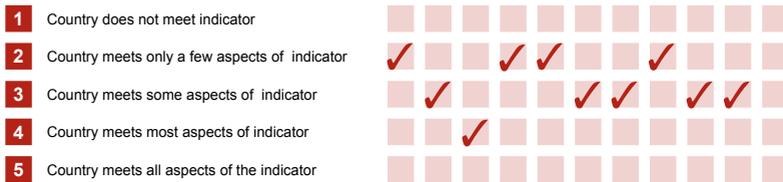
Governmental organisations working for the defence of human rights, actively defend the cause of media freedom, while others are not concerned, either because it is not their direct area of activity or they do not see its direct impact.

The most well-known media trade union is the National Union of Press and Print Industry (SNPIL). However, because it does not include the majority of players in the media industry, it is considered unrepresentative. It is affiliated to the National Workers Union of Mali (UNTM) and its operation is confidential.

There are various federal associations of journalists and media operators within the country, namely the Association of Editors of the Private Press of Mali (ASSEP), the Association of Journalists of Mali (AJM), the Association of Journalists for the Promotion of Professional Expertise (AJPP), the National Union of Journalists of Mali (UNAJOM) and the Union of Free Radio and Television Broadcasting (URTEL). At times, however, internal conflicts paralyse these organisations.

Scores:

Individual scores:



Average score: 2.7 (2008 = 2.9; 2006 = 4.8)

1.12 Media legislation evolves from meaningful consultations among state institutions, citizens and interest groups.

Law N° 00-46/AN-RM of July 7, 2000 governing the press management and libel acts, is the culmination of a long process that began at a 1998 national political forum, which drew professionals from across Malian society.

Despite advances in the Press Law of 2000 compared to that of 1992, media professionals find some provisions within the new law that contradict the mindset of the draft from which it was derived.

The ongoing review of legislative documents indicates that the intention of the State is to endow the country with an auspicious environment; a harmonious development of the media; and a consolidated democracy.

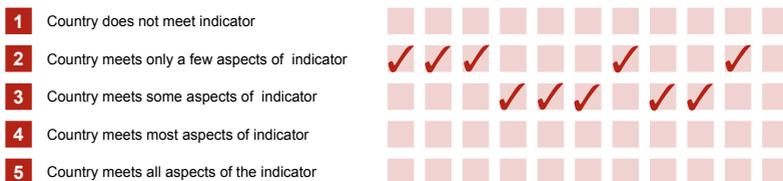
From the approach based on the participation of the main players, the predicted judicial framework should:

- reflect the objectives of democratisation and good governance in Mali: contributing to the reinforcement of freedom of expression and the rights of citizens, including the disadvantaged and marginalised, to communication;
- reflect the conventions and regional and international agreements, which guarantee the existence and viability of the commercial communication sector, as well as providing for a genuine public service media, an independent and competent regulatory body, and access to information by citizens; and
- take into account the technological advances of information and communication at a time of technology convergence and the urgency of 'citizen journalism', to modernise the practice and guarantee national and citizens' interests.

Some panellists confirmed having been invited to that meeting. Their concerns have been expressed in the African Media Barometer (AMB) reports of 2006 and 2008. While there are dialogues, they appear to be very superficial.

Scores:

Individual scores:



Average score:

2.5 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

Average score for sector 1:

2.9 (2008 = 3.4 ; 2006 = 4.0)

SECTOR 2:

The media landscape, including new media, is characterised by diversity, independence and sustainability.

The media landscape, including new media, is characterised by diversity, independence and sustainability.

2.1 A wide range of sources of information (print, broadcasting, internet) is accessible and affordable to citizens.

In Mali, a wide range of information can be accessed via the airwaves, print media and the internet, in French and other local languages. Some of these media, however, are not available to the poorer segment of society.

The Office of Radio and Television Broadcasting of Mali (ORTM), the State broadcasting operator, runs the national radio station, its second radio channel broadcasting in and around the capital Bamako, eight regional radio stations and a national television channel, Mali TV. Mali's television signal is distributed throughout the country reaching about 75 per cent of the population.

Moreover, there are 300 private, local radio stations in the country. These radio stations are run along commercial or associative (community, professional or cooperative) lines. Five foreign stations are relayed by some of the local stations. With a modest radio-receiver they are affordable by all.

When it comes to private television broadcasting, the situation is quite different. About 160 foreign television channels are rebroadcast in Mali. Despite the existence of a legal platform that regulates radio and television broadcasting, private television stations are not allowed. However, the State no longer exercises its monopoly on television: a private television channel called Africable, with ambitions to cover the whole of Africa, was established in 2004 without authorisation. Africable rebroadcasts about 80 per cent foreign programming.

There are 200 independent, French-language newspapers in Mali, 40 of which are published regularly. Newspapers cost between 250 FCFA and 300 FCFA. There is also the public, State-run media such as the national French daily, *l'Essor* (200 FCFA), as well as publications in local languages, notably the *Kibaru*, *Xibaaré* and *Kabaru*, which are all published by the Malian Agency of Press and Publicity (AMAP). *Jékabaara* of the Jamana cultural cooperative is a monthly magazine, which targets the rural community and has a print run of 30 000.

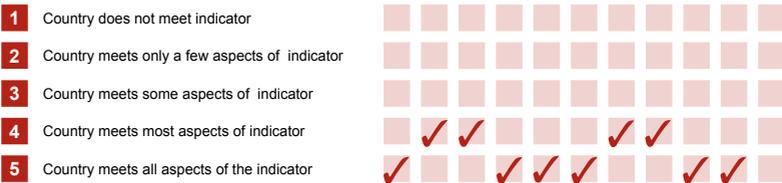
This enables wealthier citizens the opportunity to access foreign television and radio stations.

The rebroadcasting of foreign programming through radio and television is not regulated by the State in Mali. As well as foreign newspapers and international, FM radio stations, three companies provide coded bouquets of rebroadcast foreign channels. The foreign radio programmes are either integrally or partially linked to public or private stations.

The internet has seen great expansion recently with relative accessibility. With connection costs dropping, it is becoming more affordable. In Bamako, for example, one hour of connection at an internet café costs on average 300 FCFA (around 50 Euro cents) with an acceptable quality of connectivity.

Scores:

Individual scores:



Average score: 4.6 (2008 = 4.8 ; 2006 = 5.0)

2.3 Efforts are undertaken to increase the scope of circulation of the print media, particularly to rural communities.

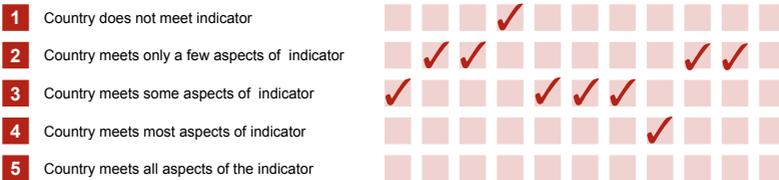
No visible effort is being undertaken to increase the distribution of national newspapers to the entire country, particularly rural areas and towns in the north, and the target of most print media remains the capital. Some media houses organise their distribution individually, rather than join forces with their counterparts and there is no organised e-mail distribution. One of the panellists notes: “In the absence of distribution circuits, each media house is fighting with the weapons it possesses to be where it can.”

In some outlying areas, daily newspapers are published and distributed locally. Rural areas are supplied by the media in the local languages Kibaru, Kibaré and Xaabaré, while others with a higher print run and covering a wider linguistic

spectrum are published in Bamanan, Soninké and Peul. These initiatives are supported by the distribution network of the Jamana cultural cooperative, which publishes the monthly magazine *Jékabaara* in *Bamanan*.

Scores:

Individual scores:



Average score:

2.6 (2008 = 2.7 ; 2006 = 3.6)

2.4 The editorial independence of print media published by a public authority is protected adequately against undue political interference

The Malian Agency of Press and Publicity or Agence malienne de presse et de publicité (AMAP) is State-owned entity that publishes, among others, the daily newspaper, *l'Essor*. Some panellists have saluted the mutation this national, daily newspaper has undergone “to submit to the daily taste after 1991”.

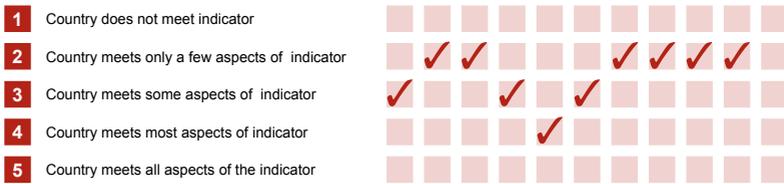
On paper, the public media does not suffer from abusive political interference. However, it is important to note that no legal provision or regulation explicitly protects such media from political interference.

It was pointed out, however, that in his 2009 New Year address to the media, President Amadou Toumani Toure proposed the establishment of a forum on *l'Essor*, which he claims is the most ‘backward’ media in the sub-region. In reality, other panellists observed that the mindset of AMAP correspondents and staff is still very institutional and pro-Government. AMAP remains a State-run establishment with an administrative character, controlled by an administration counsel, presided over by a designated minister and benefiting from a State grant. *L'Essor* tends not to cover events that criticise the State. For example, the newspaper refused to publish a sponsored interview with the Public Attorney, which alleged financial fraud on certain services linked to the Ministry of Health. Created by law N°92-036/AN-RM of December 24, 1992, the mission of AMAP is:

- to ensure through the preparation, printing and sale of State media titles in French and other national languages, that the information broadcast will likely capture the interest of Malian citizens;
- to ensure or collaborate with the preparation and printing of any document contributing to the knowledge of Malian citizens;
- to seek, disseminate and distribute, against payment of a fee , national information in the country and beyond;
- to redistribute against payment of a fee to national media and the private users, a world information service obtained by convention or alliance with other media agencies;
- to carry out the legislation that governs advertisements in the Republic of Mali;
- to collect, carry out or facilitate the realisation of objectives in advertising work; and to carry out the legislation governing advertising in the Mali Republic; and
- to ensure the publicity status of State media and other requesting parties.

Scores:

Individual scores:



Average score:

2.5 (2008 = 3.5 ; 2006 = 4.5)

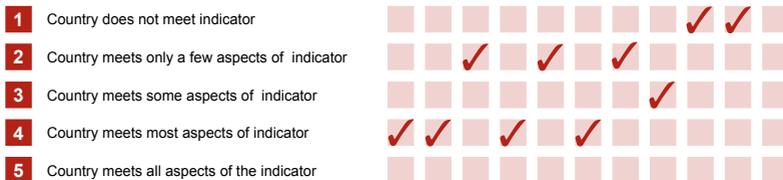
2.5 Adequate competition legislation/regulation seeks to prevent media concentration and monopolies

There is no appropriate legislation in this regard. In Mali, media houses do not need to seek authorisation from the Government in order to operate and no limit has been fixed by State when it comes to media ownership, monopolies or competition. The creation of broadcasting companies – particularly private radio stations – has preceded the legislation. Different legislative documents and regulations exist formally and promote diversity in the programmes. This explains the presence of broadcast communication groups such as the network of community radio stations owned by Jamana (10 radio stations), Finzan Groups (eight radio stations) and Kayira (eight radio stations).

An illegal new practice is taking place within the media environment, in which beneficiaries sell radio frequencies to third parties, in violation of the provision of decree N°92-022 of January 18, 1992, determining conditions and procedures for being allowed to operate a private FM radio service.

Scores:

Individual scores:



Average score:

2.7 (2008 = 3.7 ; 2006 = 2.9)

2.6 Government promotes a diverse media landscape with economically sustainable and independent media outlets.

Generally speaking, media diversity is formally promoted and such diversity exists. However, there is no legislation in existence to ensure that media companies are economically viable. The State has not taken any initiative in this regard, nor has it provided any preferential treatment to assist the private media in its growth.

Every print media outlet that meets the printing criteria set by the decree N°03-264/P-RM of July 7, 2003, receives financial support from the State. The amount of the direct annual assistance of 200 million FCFA (305,345 Euros) to be distributed among all media houses has not changed since 1996, although the number of media houses has increased significantly.

Concerning indirect State assistance, media companies can benefit from Value Added Tax (VAT) exemption for a wide range of services and materials, according to Article 195 of the General Imports Code of Mali.

On that subject, the benefits are linked to the supply of some elements of information, except benefits from advertisement and information or communiqués related to deaths; the preparation and the printings of periodic documents. But panellists have regretted the limitations of this provision which leave the media subjected to VAT as any grocery item. Mali has not yet ratified the Florence

Agreement, which is devoted to the exemption of VAT on books and creative works such as those produced by the media.

Scores:

Individual scores:

1	Country does not meet indicator	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Country meets only a few aspects of indicator	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Country meets some aspects of indicator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Country meets most aspects of indicator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
5	Country meets all aspects of the indicator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

Average score:

1.9 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

2.7 All media fairly reflect the voices of both women and men.

Issues and programmes concerning women exist, but the subjects covered by the media in Mali mostly concern men.

“Few women go into editing. That is why there is no great interest in the affairs that concern them. There are always socio-cultural obstacles that block the way to fairness.”

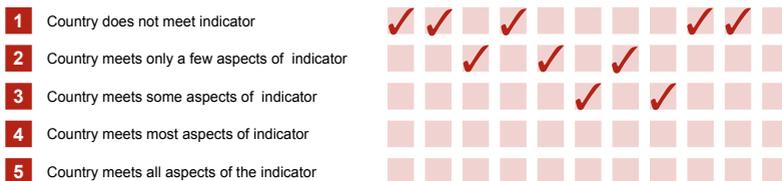
With women being the minority in the editing process, and very few women occupying positions of responsibility in editing, there is no equality in the voices of men and women in the media, and this confines women to a secondary role. In addition, the hours that reporters keep are considered incompatible with women’s family obligations, meaning that fewer women become journalists.

Nevertheless, the representation of women in the media is developing, and an increasing number of women are joining the profession. The women employed by the media are confined to animator or technical functions, very few occupy responsible positions as redactors or editors.

Efforts have to be made to change attitudes about gender issues.

Scores:

Individual scores:



Average score:

1.7 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

2.8 All media fairly reflect the voices of society in its ethnic, linguistic, religious, political and social diversity.

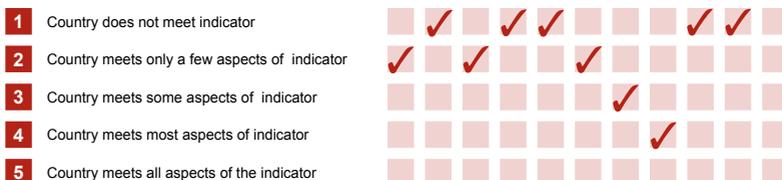
Panellists were reluctant to comment on how the public media handles political diversity. Nevertheless, overall, the media do consider the diversity of Malian society.

In the private sector, mostly on air, rural radio stations cover various areas of interests through educational, religious, cultural and entertainment programming in local languages. However, linguistic and religious problems in this regard have been experienced.

Nevertheless, some subjects such as homosexuality remain taboo. In a homophobic society like Mali, there has yet to be public debate on this issue.

Scores:

Individual scores:



Average score:

1.8 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

2.9 The country has a coherent ICT policy, which aims to meet the information needs of all citizens, including marginalised communities.

Since 2005, the State has developed a policy on information and communication technology (ICT) and a strategic plan for its implementation.

The Information and Communication Technology Agency (AGETIC) has been created by decree N° 05- 002 of January 10, 2005 as a public science and technology institution. It is responsible, among others, for ensuring the implementation of the ICT national strategy. This involves coordinating with all stakeholders in the media sector (public, private, civil society, and technical and financial partners) and the implementation of the National Policy and ICT National Strategic Plan adopted by the Government in June 2005.

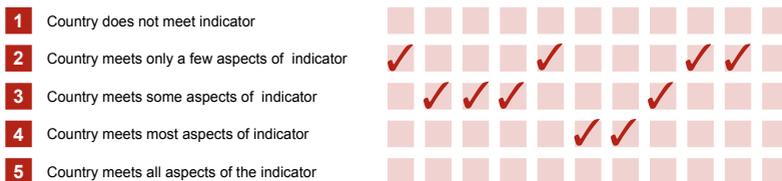
To improve efficiency, the Government has recommended that certain sectors be progressively implemented according to technology developments and the level of mobilisation of resources. These sectors include the development of ICT infrastructures and the popularisation of internet access by connecting Malian communities

Accordingly, a group of national experts, who are responsible for the development of cyber national policy in the area of communication, was established in February 2010. The Government's priority is to improve access to technology in rural areas, in accordance with a project to connect the 703 zones of Mali, but also to facilitate the transition from analogue to digital broadcasting by 2015. In this regard, technical and financial partners have already installed community multimedia centres (CMC) at the radio stations of some villages, or, alternatively, local centres of information and technology.

Mali's media has a very small internet presence. Only a few media organisations like the national daily newspaper, *L'Essor*, have internet sites comprising the same content as the print version.

Scores:

Individual scores:



Average score: 2.8 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

2.10 Government does not use its power over the placement of advertisements as a means to interfere with editorial content.

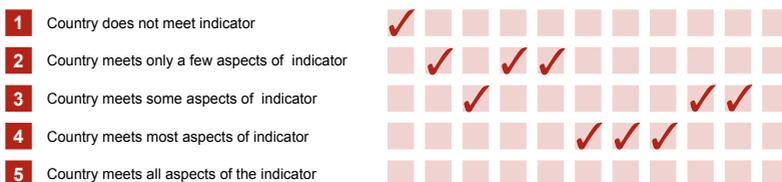
The Government is the main player in the advertising market; nevertheless it does not openly influence the editorial bodies from which it buys advertising space or airtime. For some private media companies, the editorial content is second in importance to the State.

Advertising remains the protected hunting ground of the Malian Agency of Press and Publicity (AMAP), created by Law N°92-036/ AN- RM of December 24, 1992. The State body monopolises the advertising market and the national daily, *l'Essor*, takes the lion's share of this.

About 55 other agencies of communication and publicity exist. Even when they are managed privately, there is often discrimination and a large amount of publicity and marketing is oriented towards the media where the editorial is more favourable to the Government.

Scores:

Individual scores:



Average score: 2.8 (2008 = 2.0 ; 2006 = 3.6)

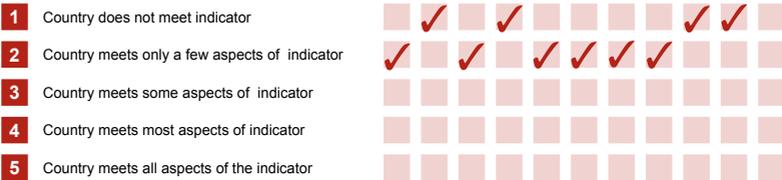
2.11 The advertisement market is large enough to support a diversity of media outlets.

The advertising market is not very diversified in Mali and consists predominantly of the State and two large telecommunication companies, Sotelma/Malitel and Orange Mali.

The potential to improve the market exists, however prospective advertisers refrain from advertising because of the informal nature of their business and the fact that they do not fully grasp the advantages of advertising, or because they are not paying their taxes correctly and fear the publicity gained from advertising will attract unwanted State attention.

Scores:

Individual scores:



Average score: 1.6 (2008= 2.7 ; 2006 = 3.9)

Average score for sector 2: 2.6 (2008 = 3.1 ; 2006 = 3.8)

SECTOR 3:

Broadcasting regulation is transparent and independent; the state broadcaster is transformed into a truly public broadcaster.

Broadcasting regulation is transparent and independent; the state broadcaster is transformed into a truly public broadcaster.

3.1 Broadcasting legislation has been passed and is implemented that provides for a conducive environment for public, commercial and community broadcasting.

Decree N°92-337/P-CTSP of May 14, 1992, authorising the establishment of private broadcasting services, specifies the conditions necessary for the allocation of channels. According to statistics, 498 authorisations have been issued and about 300 radios are actively broadcasting in Mali. Although the legislation and regulation exist, they are incomplete in that they do not allow for the creation of private television stations. Private radio stations began to take root in 1991, before the legislation came into being in 1992.

Private television services are also governed by similar provisions. They are, among others Decree N°92-037/P-CTSP of May 14, 1992, authorising the creation of private broadcasting services; Decree N°92-156/PM-RM of May 14, 1992, defining the conditions and procedures to follow in order to obtain, suspend or retrieve the authorisation required to create private broadcasting services; and the inter-ministerial Order N°94-7166/MCC-MATS of February 16, 1994, which determines specifications for private broadcasting services. Despite these regulations, there are no private television stations in Mali.

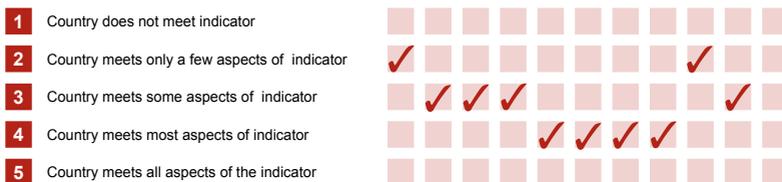
Furthermore, the law categorises radio stations in an unfavourable way. Decree N°02-227/P-RM of May 10, 2002 divides private radio stations into two categories: associative (those with a not-for-gain community or religious objective) and commercial. Eager to gain resources to survive, community radios are obliged to violate the rules.

Community radios often do not meet the requirements for the creation, installation, exploitation and other conditions for the programming and technical installation to which all radio broadcasters are bound. Equally, the State does not play its part in terms of accompanying measures in favour of these radio stations. In addition, the state television and radio stations do not fully meet the requirements of a modern public service.

The broadcasting law, to be tabled in parliament, applies only to the private sector. It proposes a unique law for radio and television, in which a distinction is made between radio broadcasting sound services and commercial television, and radio broadcasting sound services and associative television. A competitive attribution of frequencies is provided for.

Scores:

Individual scores:



Average score: 3.2 (2008 = 1.7 ; 2006 = 4.2)

3.2 Broadcasting is regulated by an independent body adequately protected by law against interference whose board is appointed - in an open way - involving civil society and not dominated by any particular political party.

No broadcasting regulatory body exists as such. Article 7 of the Constitution poses a problem in this regard and thus should be amended. It reads: “The freedom of press is recognised and guaranteed. It is exercised in the conditions fixed by law. Equal access for all to State Media is ensured by an independent body of which status is fixed by a legal body.”

This provision is implemented in three legislative regulations:

- Law N°00-046 of July 7, 2000, governing press management and libel acts;
- Law N°92-038 of December 24, 1992, governing the creation of Supreme Communication Council (SCC); and
- Law N°93-001 of January 6, 1993, governing the legal body related to the creation of a Committee for Equal Access to State Media (CEASM).

In Mali, there are two regulatory bodies:

- The National Committee for Equal Access to State Media aims to ensure the balance and diversity of information. It is truly operational only during elections period. It comprises seven members nominated by the President

of the Republic, the Prime Minister, the Speaker of the National Assembly, the president of the Supreme Court, the president of the Constitutional Court, the president of the Regional High Council and the president of the Economic, Social and Cultural Council. This committee is funded by the State.

- The Supreme Communication Council is a purely consultative body on issues related to the media. It has no power and is more concerned with the private sector than the public sector. From its nine members, three are nominated by the President of the Republic, three by the Speaker of the National Assembly and three by the President of the Economic, Social and Cultural Council.

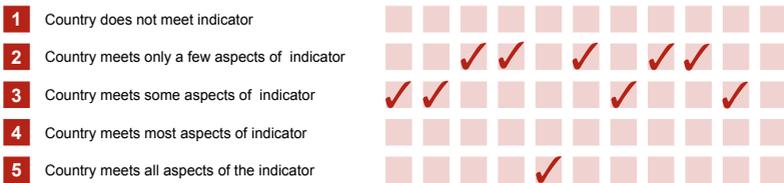
The manner in which members are selected does not guarantee the neutrality of these bodies. In both cases, members are nominated by presidents of State institutions without the involvement of civil society.

In line with the current regulation review, new legislation should aim to create a unique body in charge of regulation of the communication sector, namely:

- broadcasting;
- private and public print publications;
- advertisement through print and broadcast media; and
- press online.

Scores:

Individual scores:



Average score:

2.6 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

3.3 The body regulates broadcasting services and licenses in the public interest and ensures fairness and a diversity of views broadly representing society at large.

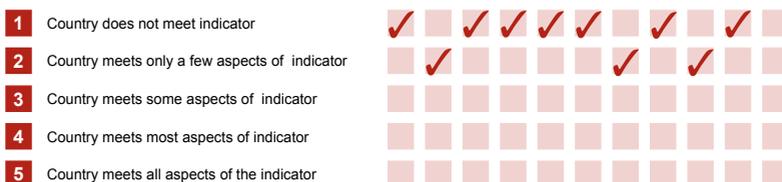
There is no regulatory body strictly directed to broadcasting. However, in the absence of a regulatory body with all necessary powers, Decree N°92.156/P. PM-RM has entrusted the ministers in charge of communication and territorial administration with the task of issuing licences for broadcasting bodies. From this

decree comes an Inter-ministerial Order, decree N°92-1604 MC-MAT/CTSP/ASS-MSCPJ-MDSI that defines specifications for receiving frequencies from the Ministry for Communications and Information Technology for private FM broadcasting services.

It is hoped that the legal reforms will result in the establishment of a unique, strong and independent regulatory body.

Scores:

Individual scores:



Average score:

1.3 (2008 = 1.8 ; 2006 = 1.4)

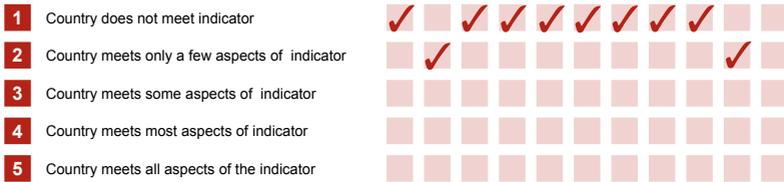
3.4 The state/public broadcaster is accountable to the public through a board representative of society at large and selected in an independent, open and transparent manner.

The Board of Directors of the Office of Radio and Television Broadcasting of Mali (ORTM), the public broadcasting body, comprises eight members chaired by the Minister for Communications and Information Technology.

From the eight members, five are nominated as representatives of State powers. Civil society at large is represented by the Consumers' Association of Mali, which is apparently unrepresentative. The members appear to be selected on a personal basis. Some of the board members are pensioners, while others have been discharged from their functions, and as such the council cannot be representative of Malian society in its diversity and cannot be held accountable to the public.

Scores:

Individual scores:



Average score:

1.2 (2008 = 2.5 ; 2006 = 1.1)

3.5 Office bearers with the state and political parties as well as those with a financial interest in the broadcasting industry are excluded from possible membership on the board of the state/public broadcaster.

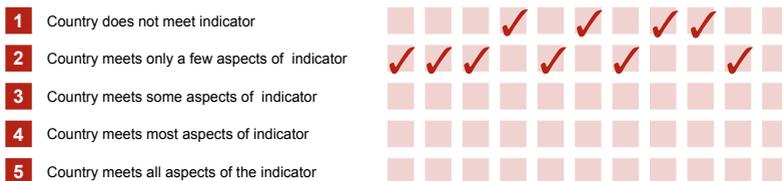
The designated minister, the Minister for Communications and Information Technology, is a member of ORTM and its chairperson, and therefore clearly supports a political interest and is a State representative. The General Director is appointed by a decree from the President of the Republic on recommendation by the Minister for Communications and Information Technology.

Decree N°92-180/PG-RM of October 27, 1992 governs modalities for the organisation and functions of the ORTM, and defines its administrative and managing body. Conditions of executing ORTM's mission are stated in its formulating law are determined by the Decree N°96-284/P-RM of October 23, 1996, governing specifications acceptance.

As a result of various orders, ORTM faces numerous management problems. Its official status is a public establishment of administrative character (an EPA) and, thus, as a State institution, it is plagued by cumbersome bureaucracy. ORTM has not escaped Government control and the State remains its major shareholder. As a result, the State has all the latitude to make administrative changes as it pleases within its structure. Beside the two staff members, other members of the body are civil servants who are obliged to submit to their administrations and respect their supervisors, who are also members of the ruling political party.

Scores:

Individual scores:



Average score: 1.6 (2008 = 2.0 ; 2006 = 1.0)

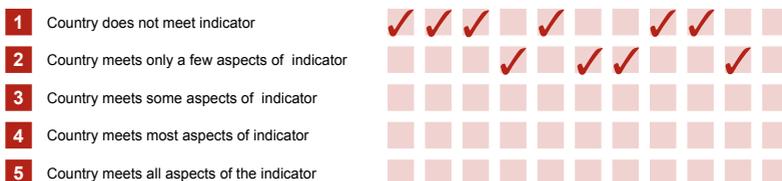
3.6 The editorial independence of the state/public broadcaster from political influence is guaranteed by law and practiced.

There are no laws guaranteeing the editorial independence of ORTM. For 50 years it has operated under State control and staff members continue to function from this perspective.

Despite the change in its status – by decree N°92-021 of October 5, 1992; decree N°92-180/P-RM of October 27, 1996 stating modalities of both organisation and function; and decree N°96-284/P-RM of October 28, 1996, governing the acceptance of specifications – which gave Mali new responsibilities and missions, old habits die hard. There is a need for courageous leadership to inspire the spirit of modern public service.

Scores:

Individual scores:



Average score: 1.4 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

3.7 The state/public broadcaster is adequately funded in a manner that protects it from arbitrary interference through its budget and from all commercial pressure.

ORTM has the status of a public establishment of administrative character, with moral personality and autonomous management a budget of about 6 billion FCFA and specifications just as the other broadcasting bodies. The fact that the State provides two-thirds of the ORTM budget does not allow it to escape from commercial pressures, either. There are no measures to protect it from arbitrary interference.

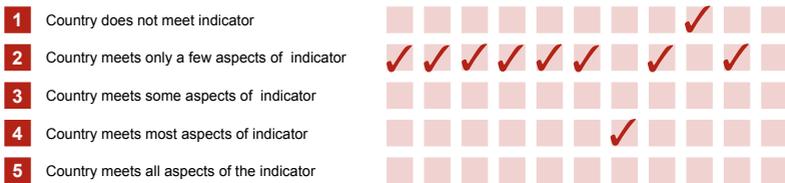
These specifications define obligations for both the ORTM and the State in terms of implementing radio and television broadcasting with a public service mission. For instance, local content for radio broadcast must be at least 80% and for television at least 60%.

ORTM must develop quality programmes that are aligned with the national, regional and local plan, while progressively extending its production, broadcasting and transmission networks in order to cover the entire country.

The State, meanwhile, provides annual financial contribution to ORTM, which allows the broadcaster to it to make up for losses, given the importance of its responsibilities.

Scores:

Individual scores:



Average score:

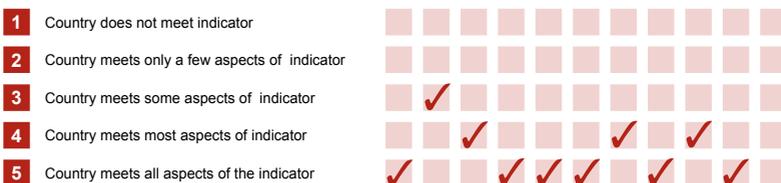
2.1 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

3.8 The state/public broadcaster is technically accessible in the entire country.

The reach of the State broadcaster should be applauded. The ORTM radio stations reach between 75 and 80 per cent of the population. Geographic coverage of the ORTM public television station is about 90 per cent. Since 2007, this station has also been accessible from Europe via W3A satellite of Eutelsat.

Scores:

Individual scores:



Average score:

4.5 (2008 = 4.1 ; 2006 = 4.7)

3.9 The state/public broadcaster offers diverse programming formats for all interests.

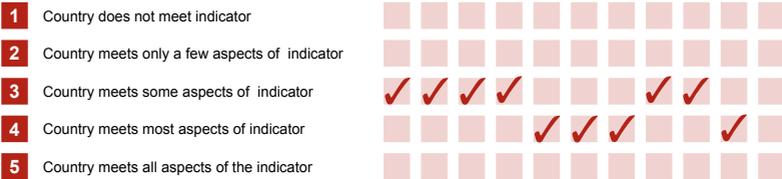
With limited resources, ORTM strives to offer diverse programming but does so, however, without meeting the expectations and interests of all listeners and viewers. It prepares, executes and disseminates programmes related to information, culture, education and entertainment in the country's 10 national languages, as well as in French, the official language. Private producers sometimes work together in order to produce local content.

The many local entertainment programmes and few in-house productions – despite the high costs involved in producing them – prove that ORTM is willing to improve and fulfil its public service mission.

The project to create a second state television channel is apparently well advanced and is expected to be launched soon.

Scores:

Individual scores:



Average score: 3.4 (2008 = 3.5 ; 2006 = 3.8)

3.10 The state/public broadcaster offers balanced and fair information in news and current affairs, reflecting the full spectrum of diverse views and opinions.

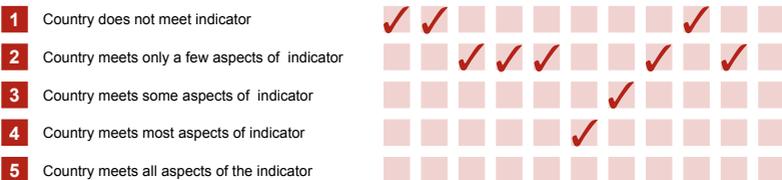
« Malian TV usually only announces the end of a strike and never its beginning. »

The national television station favours institutional (Government) information at the expense of other political practitioners and current affairs. There have been instances, for example, where strikes or marches organised by civil society organisations or by opposition political parties are not covered by the State television station. According to one panellist: “Malian TV usually only announces the end of a strike and never its beginning.”

On the other hand, however, efforts are being made at the national radio stations to consider various views and opinions.

Scores:

Individual scores:



Average score: 2.0 (2008 = 1.9 ; 2006 = 2.3)

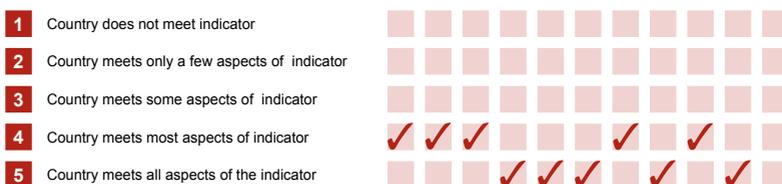
3.11 The state/public broadcaster offers as much diverse and creative local content as economically achievable.

ORTM offers mostly local content and enormous efforts are deployed to achieve this. In terms of its radio offerings, all eight regional stations are operational and offer a considerable amount of diverse, local content.

ORTM's only television station also provides plenty of diverse, local content.

Scores:

Individual scores:



Average score:

4.5 (2008 = 3.5 ; 2006 = 4.9)

3.12 Community broadcasting enjoys special promotion given its potential to broaden access by communities to the airwaves.

Private radio stations, known as local rural radios (or proximity radios), are registered as either commercial or associative (community or religious.) Community radio stations in Mali are governed by the same regulations as private, commercial radio stations, and are subject to the same restrictions in relation to specifications, charges and taxes.

An associative radio station is defined as an urban, pre-urban or rural radio station of which the main activities are essentially dedicated to the satisfaction of community needs. Community radio stations have a non-profit-making objective and do not generate most of their income from advertisements. Such radio stations must broadcast national, local programmes for 70 per cent of their airtime and they must promote local culture. The management and operation of an associative radio station are ensured by a board, a management committee and a technical administration.

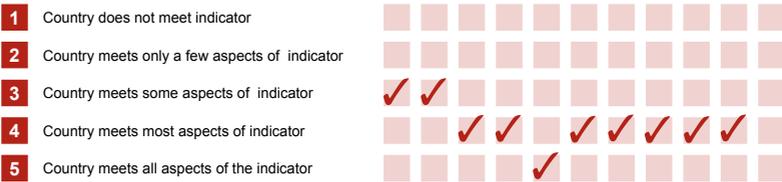
Regulating provisions, responsible for outlining the way a community associative radio station should be financed, state that “neither gift, nor goods, nor tribute in liquidity from of a political party should be accepted; it should make public its tariffs and keep regular record of its accounts it must pay the dues and taxes to which it is bond.

In practice, community radio stations operate just like their commercial counterparts. They are active in the advertising market and therefore pose a threat to commercial operators.

Community radio stations receive a subsidy from the State, as does other private radios. The amount of this subsidy has not changed since 1996, although the number of media bodies has increased tremendously. Therefore, the amount received by each beneficiary is effectively reduced year after year.

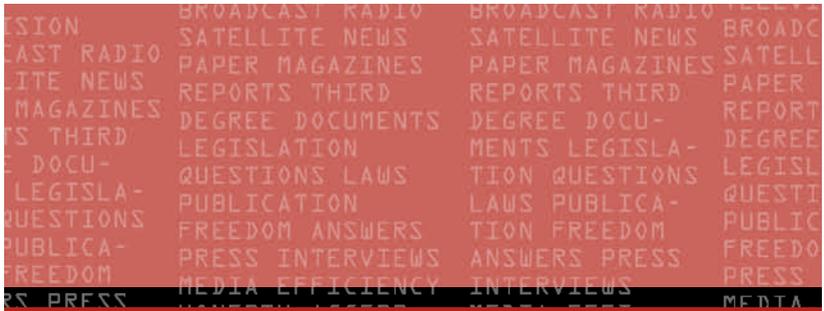
Scores:

Individual scores:



Average score: 3.9 (2008 = 3.3 ; 2006 = 4.6)

Average score for sector 3: 2.6 (2008 = 2.4 ; 2006 = 2.7)



SECTOR 4:

The media practice high levels of professional standards.



The media practice high levels of professional standards.

4.1 The media follow voluntary codes of professional standards, which are enforced by self-regulatory bodies that deal with complaints from the public.

In Mali, a well-known code of journalistic principles exists. Unfortunately, there are still many cases that illustrate the lack of respect by journalists and the media for ethics and this code specifically.

«The attorney can find enough work just by paging through the newspapers every morning...»

As one panellist said: “The attorney can find enough work just by paging through the newspapers every morning..” This is as a result of instances involving breach of privacy, defamation, insults, extortion, among others, that citizens suffer at the hands of some irresponsible media practitioners.

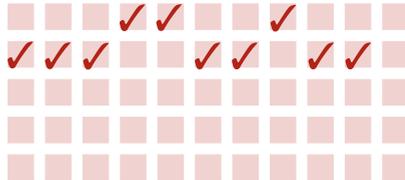
A self-regulatory body exists but it is currently not functioning and lacks funds to operate. The skills of the people who drive this body are questionable and this

affects its credibility.

Scores:

Individual scores:

- 1** Country does not meet indicator
- 2** Country meets only a few aspects of indicator
- 3** Country meets some aspects of indicator
- 4** Country meets most aspects of indicator
- 5** Country meets all aspects of the indicator



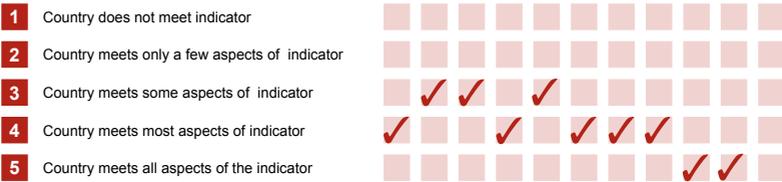
Average score:

1.7 (2008 = 2.0 ; 2006 = 1.7)

Of concern is the fact that the media covering current affairs issues tends to focus too much on workshops and seminars, and leaves little space for investigative stories and professional reporting. Investigative journalism in Mali is rare, as reporters do not wish to implicate themselves in what is certainly a very demanding and risky area of the field.

Scores:

Individual scores:



Average score: 3.9 (2008 = 3.8 ; 2006 = 4.9)

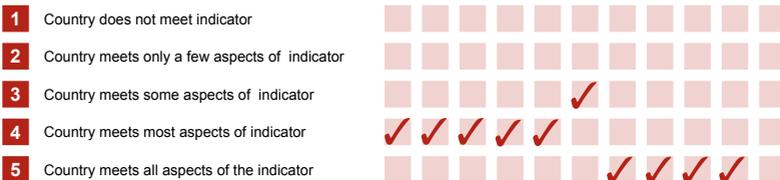
4.4. Equal opportunities, regardless of race, social group, gender/sex, religion, disabilities and age are promoted in media houses.

In general, there is no discrimination within media houses. However, the number of women working in the media is very small and is estimated at around two per cent. This is mainly due to socio-cultural issues that confine women to a secondary, subordinate roles.

Those women who have embraced the profession operate like men and select areas of interest for them. They are found working as journalists or photographers covering current affairs issues under the same conditions as their male counterparts, some deep in the provinces of the country. These women in the media are mostly very committed.

Scores:

Individual scores:



Average score:

4.3 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

4.5 Journalists and editors do not practice self-censorship.

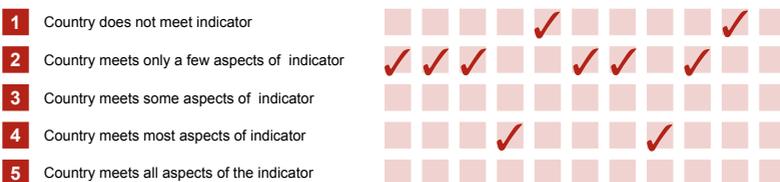
Generally, Malian journalists practise self-censorship for social reasons, but also for economic reasons.

“There are social rules that cannot be broken,” noted one panellist, while another said: “An editor may censor information in the interest of his community.”

«There are social rules that cannot be broken»

Scores:

Individual scores:



Average score:

2.2 (2008 = 2.5 ; 2006 = 3.6)

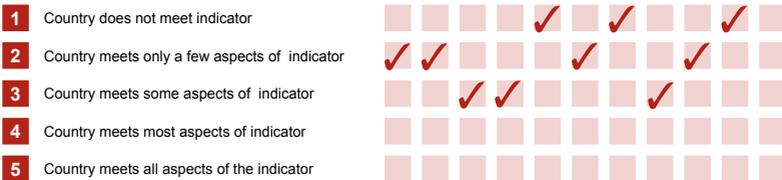
4.6 Owners of established mainstream private media do not interfere with editorial independence.

Owners of media houses do not legally have to be journalists themselves. However, the majority of media house owners are editors at the same time. The few owners who do not practise the profession have been shown to have interests that are not motivated by journalistic ideals.

Very few media houses have an affirmed editorial independence. Most bodies' editorial slant changes in favour of various interests.

Scores:

Individual scores:



Average score:

2.0 (2008 = 2.3 ; 2006 = 3.1)

4.7 Journalists and media have integrity and are not corrupt.

Doubts have been raised about the moral integrity of some journalists and media houses in Mali. Bad practices do exist, such as gift distribution or 'brown envelopes' given to journalists by organisers of public events to secure a favourable report and placement of the resulting article. This practice appears to be becoming increasingly common. "Corrupt individuals exist because there are corrupting people."

Another worrisome practice is the publication of articles commissioned through bribes, or disguised as infomercials.

Scores:

Individual scores:

1	Country does not meet indicator	✓					✓												
2	Country meets only a few aspects of indicator		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓								
3	Country meets some aspects of indicator																		
4	Country meets most aspects of indicator																		
5	Country meets all aspects of the indicator																		

Average score:

1.8 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

4.8 Salary levels and general working conditions for journalists and other media practitioners are adequate.

Overall, working conditions in the media sector in Mali are extremely difficult, with very basic equipment and limited editing capabilities.

In general, salary levels are very low compared to the cost of living. There is also an inequality of salaries between the public sector, which start from FCFA 80 000 (about Euro 120) and private, where the maximum salary is about FCFA 100 000 (Euro 150) and where some only get the minimum inter-professional guarantee salary (MIGS), equivalent to less than FCFA 30 000 (Euro 45). Only a few privileged people have Social Security.

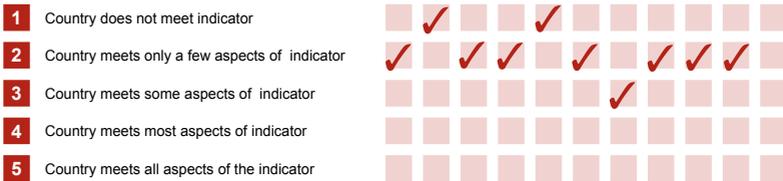
The ORTM, the sector's biggest employer, employs trainees (about 30 per cent of its staff) who are not salaried and thus fall below the basic legal provisions. Some have been there for years and do not even have the status of free-lance journalists. "It's the only profession that is widely open despite legal provisions; many come to gain experience before getting a better opportunity elsewhere."

In 2009, a collective convention was signed in an attempt to unify media practitioners. Unfortunately media practitioners remain divided on the validity of such a union. Some feel that this convention was not the result of wider consultations and say it was signed by associations that are not representative of the media sector as a whole. There are also questions regarding its legal validity.

It was suggested that an agreement around this convention should be promoted among all media practitioners, as, once implemented, it could help to uplift the standard of living of all those working in the media sector, as well as the quality of the media.

Scores:

Individual scores:



Average score:

1.9 (2008 = n/a ; 2006 = n/a)

4.9 Media professionals have access to training facilitates offering formal qualification programmes as well as opportunities to upgrade skills.

In the past, journalists received their education abroad. Today, there are schools that offer training programmes in marketing and management and, in some instances, journalism. The diplomas issued, however, fail to meet the standards for recognition established by the State.

The Media House – the organisational umbrella of the media since 1996 – offers advanced training to journalists and other media workers.

The Ministry of Communications and Technology undertook to create a training institute in journalism that was to be launched during the academic year 2009 – 2010. Unfortunately this institute is still far from being operational. The reasons given for this are the lack of political will and the fact that the project is not considered a priority.

The University of Bamako, in partnership with European universities, planned a similar project but it has not materialised. Apparently the West African Catholic University, which recently established some of its branches in Bamako, is expected to offer training in journalism from the 2010 – 2011 academic year.

Scores:

Individual scores:

1	Country does not meet indicator	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Country meets only a few aspects of indicator	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Country meets some aspects of indicator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									
4	Country meets most aspects of indicator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									
5	Country meets all aspects of the indicator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>									

Average score:

1.5 (2008 = 2.0 ; 2006 = 1.0)

4.10 Journalists and other media practitioners are organised in trade unions and/or professional associations.

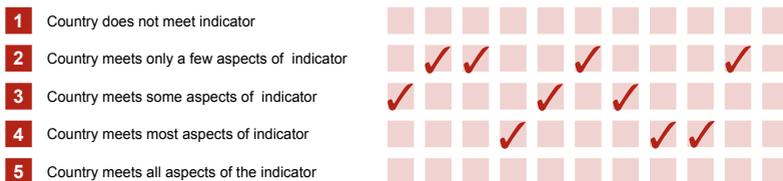
There are approximately 50 associations and professional networks among which the majority are members of the Media House. There is no trade union exclusively for journalists, but there are trade unions that targets the public media sector and gather journalists, filmmakers, printers and so on within its structure. These include the National Union of Information, Press and Paper Industry (NUIPP) which is barely visible.

A journalists' trade union could have been established around the time of the signing of approval of the collective convention on the media. However, due to conflicting interests, this did not materialise.

There are several associations within the media sector, but they are commonly plagued by internal conflicts, which annihilate their actions and synergies.

Scores:

Individual scores:



Average score: 2.9 (2008 = 4.7 ; 2006 = 5.0)

Average score for sector 4: 2.4 (2008 = 2.8 ; 2006 = 3.0)

OVERALL COUNTRY SCORE: 2.6 (2008 = 2.9 ; 2006 = 2.7)

Developments since 2008 and the Way Forward

Positive developments in the media environment in the past two years and reasons for these changes:

1. The Media House is operational.

Main reason: personal commitment from the President of the Republic that demonstrates a political will.

2. Increase in media coverage rate.

2.1 Establishment of new private radio stations: 300 out of the 498 authorisations issued for the creation of radio stations are functional.

Main reason: requests but more importantly the availability of channels

2.2 Launching of new regional media houses: TV – FM.

Main reason: Implementation of the ORTM guiding plan according to the strong demand for access to information.

2.3 Creation of new newspapers (daily, weekly, regional).

Main reason: conducive environment.

2.4 ORTM on the international bouquet.

Main reason: Diaspora request considered in the ORTM guiding plan.

2.5 Private Malian radio stations are on the internet.

Main reason: development of information technology and communication.

2.6 Creation of online newspapers.

Main reason: development of information technology and communication.

3. Collective convention signature.

Main reason: Journalists worrying about their status and working conditions, union willing to help.

4. The ongoing review of legislative documents and regulations.

Main reason: need to strengthen democracy.

5. Improvement of ORTM's programme content.

Main reasons: listeners' reaction, programmes' commentators, the administrative board.

6. Establishment of training facility.
Main reason: strong demand.

Negative developments in the media environment in the past two years

1. The continued malfunctioning of the Observatory Body for ethics and standards of reporting in the media (ODEM: body for self regulation).
2. Disunity between professional associations.
3. The inertia of regulatory bodies.
4. Infringements and rights violations not brought to trials within a reasonable timeframe.
5. The intimidation of journalists.
6. The precarious conditions for workers in the media sector.
7. The declining quality of media content.

Main obstacles for positive changes:

1. The Observatory Body for Ethics and Deontology in the Media (ODEM).

Obstacle: lack of motivation and means.

2. Solidarity among professional associations.

Obstacle: conflicts of interest.

3. Regulatory bodies.

Obstacle: *Le bicéphalisme*.

4. Improvement of working conditions for journalists and staff of the media.

Obstacles: precarious economic environment and lack of organisation in media enterprises.

5. Quality of the media content.

Obstacle: lack of training.

6. Good performance of the Media House.

Obstacle: internal issues of leadership within the corporation.

7. Increase of the media network coverage rate.

Obstacle: Lack of financial means.

8. Implementation of the collective convention.

Obstacle: Insufficient consultations.

9. Continued improvement of content in ORTM's programmes.

Obstacle: the current status of the public body is inadequate.

10. The establishment of a nationwide training institution in journalism.

Obstacle: Lack of political will.

11. Other impediments:

11.1. Lack of professional expertise;

11.2. Lack of trust between the public and the media; and

11.3. Insufficient support from the State to the media.

Activities needed over the next two years:

1. Media House to set up an alternative annual report on freedom of press, freedom of expression, and information access with the support of the African Media Barometer panel;
2. Consultations around the collective convention;
3. Creating an inputs purchasing centre for media production;
4. Organise meetings between the legislative body and the media;
5. Capacity building in terms of advanced training for journalists in various areas;
6. Advocacy for the inclusion of media support in the national budget;
7. Publish and distribute AMB report to various institutions at all levels (Presidency of the Republic, Government, ministries, National Assembly, embassies, NGOs, civil society, etc.);
8. Media House to establish a programme for ODEP revitalisation; and
9. Establish a mechanism for developing partnerships between the media and other structures of institutional and financial support.

In order to implement the recommendations, the mandate of the 2008 follow-up committee panel has been extended. It is made of Mrs. Alwatta Ichata Sahi, Mr Brahima Kone, Dr. Salabary Doumbia and Mr. Tiégoum Boubéye Maïga, who is also the committee's focal point.

With the support of the Friedrich-Ebert-Stiftung, which has expressed its readiness to assist the media in their initiatives, the committee is responsible for developing, in collaboration with the Media House, a detailed plan of activities within a reasonable time frame.

List of panelists

Civil society representatives

Surname & Other names	Profession
Mr. Abraham Bengaly	Professor of Law
Mrs. Alwata Ichata Sahi	Women's Rights Activist
Mr. Brahima Kone	Lawyer
Mr. Ibrahima Diallo	Trade Unionist
Mrs. Djénèba Karabemta	Magistrate

Media representatives

Surname & Other names	Profession
Mr. Alexis Kalambry	Journalist
Mrs. Diaby Makoro Camara	Journalist
Mr. Nouhoun Keita	Journalist
Mr. Seydou Baba Traore	Journalist/Broadcasting
Mr. Tiégoum Boubèye Maïga	Journalist

Moderator:

Mr. Gabriel Baglo

Rapporteur:

Mr. Mahamadou Talata Maïga

Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)

Mali Office

B.P. 428, Bamako, Mali

Rue 27 porte 49

Tel: +223 2022 4424

Fax: +223 2022 9113

info@fes-mali.org

www.fes-mali.org

Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)

fesmedia Africa

P O Box 23652

Windhoek, Namibia

Tel: +264 61 237438

Fax: +264 61 237441

E-mail: fesmedia@fesmedia.org

www.fesmedia.org

**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**

fesmedia Africa

ISBN No. 978-99916-864-8-6