

# **INDEX** **DE VIABILITÉ DES** **MÉDIAS**

---

## **2006/2007**

**Développement de  
Médias Indépendants  
Viables  
au Afrique**



---

---

## INDEX DE VIABILITÉ DES MÉDIAS 2006-2007

Le développement de médias indépendants viables au Afrique

[www.irex.org/msi](http://www.irex.org/msi)

Copyright © 2008 par IREX

IREX

2121 K Street, NW, Suite 700

Washington, DC 20037

E-mail: [msi@irex.org](mailto:msi@irex.org)

Téléphone : (202) 628-8188

Télécopieur : (202) 628-8189

[www.irex.org](http://www.irex.org)

**Coordonnateur de projet :** Leon Morse

**Contribution aux projets d'IREX et à la rédaction:** Blake Saville, Drusilla Menaker, Mark Whitehouse

**Réviseurs:** Carolyn Feola de Rugamas, Carolyn.Ink; Kelly Kramer, WORDtoWORD Editorial Services

**Conception et mise en page :** OmniStudio, Washington, DC

**Imprimeur :** Kirby Lithographic Company, Inc., Arlington, VA

**Traduction :** Réseau Liberté Inc., Montréal, Québec, Canada

**Notification de droits :** il est permis d'afficher, de photocopier et de distribuer l'IVM en totalité ou en partie, pourvu que : (a) les documents portent la mention « L'Index de viabilité des médias est un produit de l'IREX grâce au financement de l'Agence canadienne de développement international, l'Institut de la Banque mondiale, et USAID. » ; (b) l'IVM est utilisé uniquement à des fins personnelles, non commerciales ou informationnelles ; et (c) aucune modification à l'IVM n'est effectuée.

**Remerciements :** cette publication a été rendue possible grâce au soutien de l'Agence canadienne de développement international, l'Institut de la Banque mondiale, et l'Agence des États-Unis pour le développement international en vertu de l'accord de coopération no DFD-A-00-05-00243 (MSI-MENA), suite à une commande de l'Academy for Educational Development.

**Avis de non-responsabilité :** les opinions exprimées dans cette publication sont celles des panélistes et autres chercheurs, et ne reflètent pas nécessairement les opinions de la Banque mondiale, ACDI, USAID, ou IREX.

ISSN 1546-0878

---

---

*Bien que les journalistes contribuent grandement à publiciser les activités de l'État — tant au profit des citoyens qu'à celui du gouvernement —, ce dernier n'a pas encore établi de lois visant l'amélioration des conditions de travail dans les médias. Par exemple, on n'a pas encore implanté le Code de communication, malgré les pressions exercées par les professionnels des médias depuis une dizaine d'années. Il arrive encore que des médias privés ne*



## MADAGASCAR

*soient pas traités équitablement, par exemple, certains peuvent accroître leur territoire géographique et d'autres, non.*

À Madagascar, l'année 2007 a marqué un tournant dans l'arène politique et a donné aux médias malgaches l'occasion d'affermir leur rôle de liaison entre les citoyens et le gouvernement.

L'événement national le plus important a été la réélection du président Marc Ravalomanana pour un second mandat. En effet, lors de l'élection de décembre 2006, Marc Ravalomanana (incidemment propriétaire du réseau de radiotélévision Madagascar Broadcasting System) a remporté la victoire avec 54,8 % des voix pour un taux de participation de 62 %. Si l'élection s'est déroulée dans le calme, une ombre est cependant apparue au tableau, le manque de fiabilité de la liste électorale informatisée, cette dernière étant une innovation à Madagascar.

Deux autres événements politiques majeurs ont eu lieu en 2007 : l'amendement officiel de la constitution malgache, en mars, et la présentation officielle du Madagascar Action Plan (MAP). Le premier est remarquable par son adoption malgré un faible taux de participation au vote (43,5 %). Quant au MAP, il s'agit d'une initiative présidentielle qui établit un cadre stratégique et opérationnel pour le développement social, économique, culturel et politique du pays et qui s'applique à tous les niveaux : communal, régional et des relations internationales. Enfin, le deuxième semestre de l'année 2007 verra la réélection des sénateurs.

Par la couverture de ces faits marquants, les médias ont contribué à la mobilisation du public malgache. Ils ont souligné les enjeux et les avantages potentiels du MAP tout en encourageant les citoyens à participer à sa mise en place. Les médias ont aidé les électeurs en donnant des renseignements sur les candidats et en facilitant la participation au processus démocratique, ce qui a conféré de la crédibilité aux résultats de l'élection.

Un paradoxe a cependant été soulevé : bien que les journalistes contribuent grandement à publiciser les activités de l'État — tant au profit des citoyens qu'à celui du gouvernement —, ce dernier n'a pas encore établi de lois visant l'amélioration des conditions de travail dans les médias. Par exemple, on n'a pas encore implanté le Code de communication, malgré les pressions exercées par les professionnels des médias depuis une dizaine d'années. Il arrive encore que des médias privés ne soient pas traités équitablement, par exemple, certains peuvent accroître leur territoire géographique et d'autres, non.

Voilà le contexte dans lequel nous avons, pour la première fois, utilisé l'IVM à Madagascar. La moyenne globale se chiffre à 2,14 et tous les objectifs gravitent autour de cette moyenne. L'objectif qui examine les institutions de soutien a obtenu la meilleure note, soit 2,30 alors que le journalisme professionnel s'est retrouvé bon dernier avec un 2,04. De telles notes révèlent que Madagascar se classe de justesse

# COUP D'ŒIL SUR LE MADAGASCAR

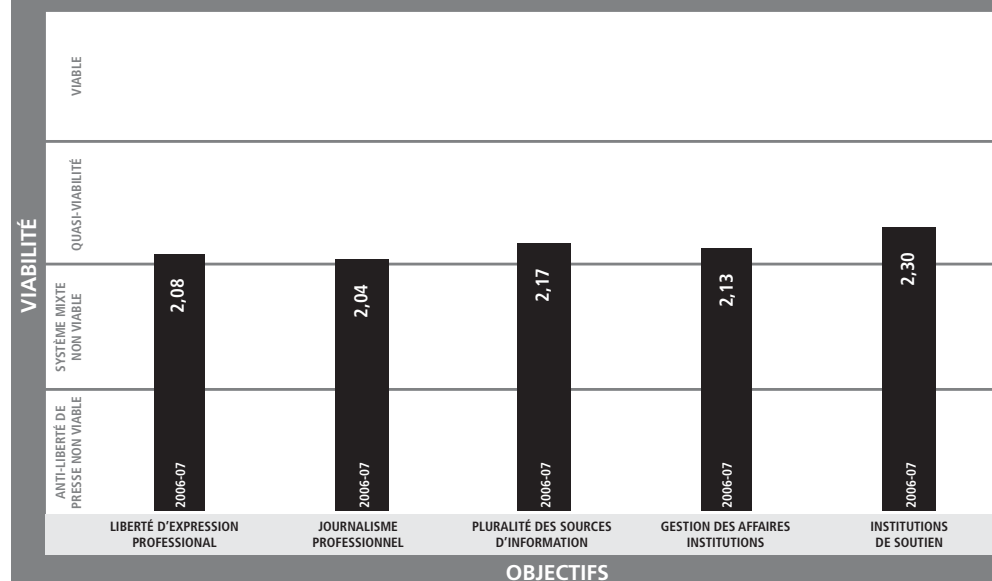
## GÉNÉRAL

- > **Population** : 19 448 815 (estimation de juillet 2007, *CIA World Factbook*)
- > **Capitale** : Antananarivo
- > **Groupe ethniques (en % de la population)** : Merina 27 %; Betsimisaraka 15 %; Betsileo 12 %; 7% Tsimihety 7 %; Sakalava 6 %; Vezo 5 %; Antakarana, Sihanaka, Bezanozano, Tanala, Antambahoaka, Antemoro, Antefasy, Antesaka, Antanosy, Bara, Mahafaly, Antandroy, Masikoro (<http://www.france-madagascar.mg/mada/mada.htm>)
- > **Religions (en % de la population)** : religions traditionnelles 52 %; chrétiens 41 %, musulmans 7 % (*Fiches pays, Encarta*)
- > **Langues** : anglais (langue officielle), français (langue officielle), malgache (langue officielle) (*CIA World Factbook*)
- > **RNB (Atlas 2006)** : 5,343 milliards de dollars US (Banque mondiale de développement, 2007)
- > **RNB par habitant (2006-PPP)** : 960 \$ US (Banque mondiale de développement, 2007)
- > **Taux d'alphabétisme** : 68,9 % (hommes 75,5 %; femmes 62,5 % [estimation 2003, *CIA World Factbook*])
- > **Président ou autorité suprême** : président Marc Ravalomanana (depuis le 6 mai 2002)

## DONNÉES RELATIVES AUX MÉDIAS

- > **Nombre de médias de la presse écrite, de stations de radio et de télévision en activité** : 254 stations de radio, dont 26 sont publiques (ce qui comprend les radios centrales et régionales); 37 chaînes de télévision, dont 6 sont publiques (ce qui comprend les chaînes centrales et régionales); 12 quotidiens (dont 5 comprenant des articles en français et 1 entièrement en français); 19 bihebdomadaires; 20 hebdomadaires; 12 bimestriels; 21 mensuels; 4 tous les deux mois et 14 trimestriels ([http://www.ambafrance-mada.org/article.php3?id\\_article=269](http://www.ambafrance-mada.org/article.php3?id_article=269))
- > **Statistiques sur la circulation des journaux** : trois principaux journaux en circulation : *Midi-Madagascar* : 30 511, *Tribune Madagascar* : 15 000, *Express de Madagascar* : 15 000; environ 200 000 exemplaires quotidiens pour l'ensemble du pays (sources : divers journaux locaux)
- > **Indices d'écoute** : télévisions les plus populaires : TVM (Télévision Nationale Malagasy : station publique); RNM (Radio Nationale Malagasy : station publique); MBS (Madagascar Broadcasting System, stations de radio et de télévision privées)
- > **Agences de presse** : ANTA (publique); MADA (privée)
- > **Revenu annuel du secteur des médias provenant de la publicité** : S. O.
- > **Utilisation d'Internet** : 110 000 (estimation 2006, *CIA World Factbook*)

### INDEX DE VIABILITÉ DES MÉDIAS: MADAGASCAR



**Anti-liberté de presse non viable (0-1)** : le pays répond peu ou pas aux objectifs. Le gouvernement et les lois nuisent activement au développement de la liberté des médias, le professionnalisme est à un très bas niveau, et l'activité de l'industrie des médias est minimale.

**Système mixte non viable (1-2)** : le pays répond peu aux objectifs, et des segments du système juridique et du gouvernement s'opposent à un système favorisant la liberté des médias. Les progrès évidents en matière de défense de la liberté de presse, professionnalisme et nouveaux médias sont trop récents pour juger de la viabilité.

**Quasi-viabilité (2-3)** : le pays a réalisé des progrès dans l'atteinte de plusieurs objectifs, relativement aux normes légales, au professionnalisme, et soutien du milieu des affaires envers les médias indépendants. Les progrès ont résisté aux changements de gouvernement et ont maintenant force de loi. Cependant, il faut plus de temps pour s'assurer que le changement, le professionnalisme et le soutien du milieu des affaires sont viables.

**Viable (3-4)** : le pays abrite des médias jugés professionnels, libres et viables, ou s'apprête à atteindre ces objectifs. Les systèmes qui appuient les médias indépendants ont survécu aux nombreux gouvernements, aux fluctuations économiques et aux changements dans l'opinion publique ou les conventions sociales.

dans la catégorie « quasi-viabilité ». Mais le texte qui suit démontre que les médias ont encore beaucoup de difficultés et qu'il faudra davantage de temps pour déterminer si leur niveau actuel de développement est vraiment viable.

## OBJECTIF 1 : LIBERTÉ D'EXPRESSION

Note : 2,08

Le panel convient qu'en général, des normes sociales et légales protègent la liberté d'expression et la favorisent, bien que leur mise en application soit parfois entravée. La plupart des indicateurs ont obtenu une note proche de la moyenne de l'objectif. Toutefois, les indicateurs 8 et 9, accès des médias aux sources internationales d'information, et accès libre à la profession journalistique, ont relevé la moyenne grâce à des notes de beaucoup supérieures; mais l'indicateur 5, l'absence de traitement préférentiel pour les médias étatiques, l'a tirée vers le bas.

Le public est très peu sensible à l'importance de la liberté de la presse et de la liberté d'expression. Quand des outrages à l'égard de ces libertés sont rendus publics, les gens ne réagissent pas, bien que les médias eux-mêmes et les politiciens tentent comme ils le peuvent de prendre à partie leurs auteurs.

Les lois 90-031 et 92-039 sur la communication et le titre II de la constitution malgache révisée sont formulés de façon à promouvoir la liberté d'expression et l'accès à l'information publique. La loi 92-039 prévoit aussi la création d'un Haut Conseil de l'Audiovisuel, dont les membres ne seront pas rattachés au gouvernement et qui régira les médias électroniques. L'application des dispositions de cette loi laisse à désirer; la production et la diffusion de l'information font l'objet de pression provenant de diverses sources. Selon James Ramarosaona, directeur de la rédaction de la *Gazette de la Grande île*, le Haut Conseil de l'Audiovisuel « n'est pas encore opérationnel » même si la loi a été adoptée en 1992.

La pression est poussée à l'extrême, d'après Rahaga Ramaholimihaso, propriétaire de la maison d'édition SME-Tribune, qui ajoute, « certains quotidiens de la place, en l'occurrence *La Gazette*, *Les Nouvelles* et *La Tribune* sont actuellement interdits à bord des avions de la compagnie aérienne nationale » (Air Madagascar).

En l'absence du Haut Conseil, c'est l'Office Malgache d'Études de Régulation et de Télécommunication (connu localement sous l'acronyme OMERT) qui est responsable de l'émission de licences de diffusion et de licences de fourniture de service Internet à Madagascar. Le processus d'octroi de licence est transparent puisque la sélection est effectuée sur la base

d'appels d'offres ouverts lorsque de nouvelles fréquences sont disponibles.

En général, la licence est facile à obtenir, mais il est souvent plus difficile de la conserver. Pour Vonifanja Razanamazava, responsable commerciale de l'imprimerie NEWPRINT, « certaines radios privées se voient leur autorisation retirée par les autorités pour des raisons politiques ». Tel a été le cas de la station radio Sky FM, propriété d'un politicien de l'opposition. Sky FM a été fermée et ses journalistes poursuivis en justice pour « incitation au tribalisme ».

L'entrée sur le marché est aussi libre pour les médias que pour n'importe quelle autre industrie. Des avantages fiscaux existent au niveau national sous forme d'exonération de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) sur les journaux et les livres. Néanmoins, les panélistes, se référant à la Convention de Florence de 1950, estiment que d'autres mesures fiscales incitatives devraient être instituées à Madagascar, par exemple, des exemptions devraient être appliquées à l'équipement et à certaines matières premières nécessaires au bon fonctionnement d'une entreprise médiatique, selon Rahaga Ramaholimihaso, propriétaire de la maison d'édition SME-Tribune.

### LES NORMES SOCIALES ET LÉGALES PROTÈGENT ET PROMEUVENT LA LIBERTÉ D'EXPRESSION ET L'ACCÈS À L'INFORMATION PUBLIQUE

#### INDICATEURS DE LIBERTÉ D'EXPRESSION :

- > Les protections légales/sociales de la liberté d'expression existent et sont mises en application.
- > L'octroi de licence aux médias électroniques est équitable, concurrentiel et apolitique.
- > L'entrée sur le marché et la structure fiscale des médias sont équitables et comparables à celles des autres industries.
- > Les crimes contre les journalistes ou les médias sont sévèrement punis par la justice, mais de tels crimes surviennent rarement.
- > Les médias publics ou de l'État n'ont pas droit à un traitement préférentiel de la part de la justice, et la loi garantit l'indépendance du contenu éditorial.
- > La diffamation est une question relevant du droit civil ; les fonctionnaires du gouvernement ont des normes d'éthique très rigoureuses, et la partie offensée doit établir la preuve de mensonge et de malice.
- > L'information publique est facile d'accès ; le droit d'accès à l'information est mis en application pour tous les médias et journalistes.
- > Les médias ont un accès illimité à l'information ; cette règle est mise en application pour tous les médias et journalistes.
- > L'accès à la profession de journaliste est libre, et le gouvernement n'impose aucune restriction, permis ou droits particuliers aux journalistes.

« Dans les documents officiels, aucune loi ne favorise les médias d'État par rapport aux médias privés » atteste Ruphin Rakotomaharo, président de l'Ordre des Journalistes de Madagascar. Pourtant, les médias publics, profitant de la protection de l'État, bénéficient de nombreux avantages, tels le meilleur matériel, les missions à l'étranger, l'accès facile à l'information publique, etc.

La plupart des panélistes ont affirmé que les crimes contre les journalistes sont rares. Néanmoins, selon Nifaliana Rafamantanantsoa, responsable principal de l'ONG Falafa Ageco de Fianarantsoa, « ... à cause de la réalisation de certains reportages ou articles politiques, des journalistes se trouvent quelquefois agressés ». Ces attaques ont eu lieu par les années passées et aucun incident du genre n'a été rapporté en 2007. Parfois, des membres du Parlement se sentent offensés par des reportages et menacent verbalement les journalistes. L'immunité parlementaire leur donne la hardiesse d'agir ainsi, mais elle n'autorise pas les actes de violence.

En ce qui a trait au favoritisme à l'égard de certains médias, l'iniquité se voit dans la pratique, mais elle ne fait pas partie des politiques gouvernementales. « Dans les documents officiels, aucune loi ne favorise les médias d'État par rapport aux médias privés » atteste Ruphin Rakotomaharo, président de l'Ordre des Journalistes de Madagascar. Pourtant, les médias publics, profitant de la protection de l'État, bénéficient de nombreux avantages, tels le meilleur matériel, les missions à l'étranger, l'accès facile à l'information publique, etc. Ils jouissent aussi d'une sécurité accrue dans l'exercice de leurs fonctions en ce qu'ils sont moins menacés et harcelés que les journalistes des médias privés. Les radios et télévisions d'État ont le monopole légal de la couverture médiatique à l'échelle nationale.

Récemment, des journalistes de *La Tribune* et de *La Gazette de la Grande île* ont failli se voir imposer une amende et même la prison parce que des reportages qu'ils avaient réalisés ont été perçus comme diffamatoires. Bien que certains journalistes aient eu à payer des amendes, aucun journaliste n'a été emprisonné pour diffamation depuis les dix dernières années. Selon la loi malgache, la diffamation « flagrante » est un crime, tel que l'a fait remarquer Ruphin Rakotomaharo, « la diffamation relève du Code civil et du Code de la communication ». Les poursuites en diffamation

peuvent entraîner des amendes ou l'emprisonnement. Cependant, l'appareil judiciaire est indépendant et le défendeur peut vraiment présenter une défense.

La plupart des panélistes ont exprimé une frustration à l'égard de l'accès aux sources d'information publique. Certains hauts responsables des institutions publiques sont réticents à fournir de l'information qui devrait être publique. De plus, les statistiques du gouvernement ne sont pas toujours fiables. Et, selon Jean Éric Rakotoarisoa, directeur de la rédaction de l'hebdomadaire, *Dans les Médias de Demain*, « la législation et la réglementation en vigueur ne traitent pas spécifiquement des problèmes d'accès à l'information ». Néanmoins, le gouvernement a récemment fait des efforts pour améliorer la circulation de l'information publique. Le portail Web du gouvernement ([www.madagascar.gov.mg](http://www.madagascar.gov.mg)) est fonctionnel et des représentants du gouvernement organisent parfois des conférences de presse et encouragent les médias à y être présents.

L'accès aux sources internationales d'information n'est pas restreint. L'accroissement des nouvelles technologies de l'information à Madagascar le rend de plus en plus facile. Mais le coût relativement élevé d'Internet ou de l'abonnement aux agences internationales de transmission constitue une barrière pour certains médias. En outre, des panélistes ont indiqué qu'il est parfois difficile de convaincre les sources d'information étrangères de partager ce qu'elles ont appris, car elles ont tendance à vouloir l'exclusivité.

Le gouvernement n'impose pas de licence, d'enregistrement ni d'autres restrictions étatiques ou protectionnistes qui entraveraient l'entrée dans la profession journalistique. Même si les universités offrent des programmes en journalisme, la formation scolaire n'est pas nécessairement exigée pour pratiquer la profession et le gouvernement n'impose pas de restrictions à l'admission aux programmes de journalisme des écoles privées ou publiques.

## OBJECTIF 2 : JOURNALISME PROFESSIONNEL

### Note : 2,04

Les panélistes ont affirmé que les multiples pressions qui s'exercent à l'endroit des journalistes constituent l'un des principaux facteurs du non-respect des normes de qualité professionnelle par les médias. Parmi les notes qui s'éloignaient beaucoup de la moyenne, celle de l'indicateur 5, le salaire des journalistes, était très basse; les plus hautes notes sont allées aux indicateurs 4 et 8, la couverture d'événements importants, et les émissions et reportages spécialisés.

L'un des manquements majeurs de la presse malgache est que bien des journalistes n'effectuent pas de vérification ou de contre-vérification de leurs sources d'information. On utilise de l'information et des commentaires tirés d'articles ou d'autres écrits sans en citer la source. Selon Jean Éric Rakotoarisoa, « les journalistes parlent par exemple d'un quotidien de la place ou d'une radio privée sans citer nommément la source exacte ».

Certains reportages réalisés par les médias publics sont superficiels et ne présentent pas toujours tous les aspects du sujet traité, surtout lorsque l'image du gouvernement risque d'être ternie. On fait alors un court résumé de l'affaire. Diana Styvanley, journaliste de Télévision Nationale Malagasy (TVM) souligne, « l'objectivité ou la subjectivité des articles ou des reportages dépendent en majeure partie des orientations ou des idéologies des patrons de presse respectifs ».

Dans les médias privés, les reportages sont habituellement bien faits, étoffés, documentés et impartiaux. Les panélistes ont trouvé que dans l'ensemble, il existe dans tous les médias, une tendance positive, mais graduelle, vers l'amélioration de la qualité des reportages d'actualités.

Les panélistes ont fait remarquer qu'à Madagascar, les normes et l'éthique journalistiques correspondent à celles qui sont reconnues à l'échelle internationale, et que généralement, les journalistes malgaches s'y conforment. Les bas salaires nuisent cependant à la qualité du journalisme et certains journalistes choisissent de ne pas respecter ces normes ni le code de déontologie. La porte est ainsi ouverte à la corruption, *felaka*, selon le terme malgache. Des articles élogieux sont

*L'autocensure est commune, tant de la part des médias publics que privés, quand il s'agit d'actualités politiques ou de reportages sur les réalisations gouvernementales. À titre d'exemple, les diffuseurs publics traitent rarement des activités de l'opposition*

rédigés sur les politiciens ou les entreprises qui peuvent payer les journalistes et l'information est dévoilée ou retenue moyennant un prix.

Tous les membres du panel ont attesté que l'importance du travail des journalistes n'est pas encore reconnue à Madagascar et que les journalistes malgaches sont parmi les plus mal payés au monde. Selon Nanou Fiankinana, journaliste et analyste de Télévision Nationale Malagasy (TVM), « fin 2006, des journalistes percevaient encore des salaires mensuels de l'ordre de 21 \$ US contre 65 \$ US actuellement ». On attribue cette hausse au fait que les salaires des journalistes sont basés sur ceux des fonctionnaires, qui ont beaucoup augmenté en 2007.

La plupart des journalistes malgaches se plaignent de leur salaire de misère et réclament une augmentation, mais selon James Ramarosaona, directeur de la rédaction de la *Gazette de la Grande île* « cela ne peut se faire qu'avec un Ordre de Journalistes de Madagascar bien structurée, dynamique et indépendant ».

L'autocensure est commune, tant de la part des médias publics que privés, quand il s'agit d'actualités politiques ou de reportages sur les réalisations gouvernementales. À titre d'exemple, les diffuseurs publics traitent rarement des activités de l'opposition. En avril 2007, le gouvernement malgache a expulsé un jésuite français, Sylvain Urfer, malgré le fait qu'il résidait au pays depuis 33 ans. L'évènement a soulevé beaucoup de questions autour des relations religieuses (le président Ravalomanana est protestant), de la séparation de l'Église et de l'État et de la liberté d'expression (Sylvain Urfer prétend avoir été expulsé pour avoir critiqué le gouvernement<sup>1</sup>). Les médias malgaches n'ont pas suivi l'affaire, ceux de l'État se montrant particulièrement silencieux.

Les évènements généraux ne provoquent pas ce genre de réaction chez les rédacteurs en chef et ne sont à peu près pas censurés. Les panélistes ont admis que l'autocensure

<sup>1</sup> Jonny Hogg, « Mixing Church and State in Madagascar », BBC News, 19 juin 2007 (<http://news.bbc.co.uk/2/hi/africa/6763947.stm>).

#### LE JOURNALISME RESPECTE LES NORMES PROFESSIONNELLES DE QUALITÉ.

##### INDICATEURS DU JOURNALISME PROFESSIONNEL :

- > Les articles sont justes, objectifs et bien documentés.
- > Les journalistes suivent les norms d'éthique généralement reconnues et acceptées.
- > Les journalistes et éditeurs ne pratiquent pas l'autocensure.
- > Les journalistes sont affectés à la couverture d'événements importants.
- > Le salaire des journalistes et autres professionnels des médias est suffisamment élevé pour décourager la corruption.
- > La programmation d'émissions de divertissement n'éclipse pas la programmation d'émissions d'information.
- > Les installations et l'équipement techniques servant au recueil, à la production et à la diffusion de l'information sont modernes et efficaces.
- > Il existe une programmation spécialisée de qualité (enquêtes, économie/affaires, local, politique).



vient surtout du fait que les journalistes veulent éviter les menaces ou les mauvais traitements venant des autorités. Quant aux directeurs de médias, ils ne souhaitent pas que le gouvernement ferme leur entreprise.

Les événements importants et les questions nationales sont couverts dans l'ensemble par les médias publics et privés, mais l'autocensure nuit à la profondeur de la couverture. Néanmoins, la plupart des médias de la presse écrite s'en tirent particulièrement bien à cet égard, car ils tiennent compte de tous les événements importants qui surviennent au pays et les rapportent de façon appropriée. Les journalistes des médias privés sont à l'affût des événements officiels, privés ou communautaires qui se déroulent dans leur localité et en rendent compte. Mais, selon Nanou Fiankinana de TVM, « pour avoir une information complète et détaillée sur un thème spécifique, il faut procéder à une revue totale de presse au quotidien. Or, cela n'est pas souvent à la portée du public, qui n'a ni les moyens financiers, ni le temps de le faire régulièrement. »

Globalement, les émissions de divertissement n'éclipsent pas les actualités ni les magazines d'information. En général, l'horaire des émissions dépend du lectorat ou de l'auditoire cible. Romule Raterazoelison, journaliste de Radio Quartz, à Moramanga, déclare : « Les émissions de divertissement sont souvent transmises au moment où les enfants et les jeunes sont encore à la maison (tôt le matin, pendant les jours de vacances, après la sortie de l'école). Quant aux émissions d'actualités et d'information, elles sont souvent diffusées lorsque les adultes sont disponibles (à midi ou tard le soir après le travail). »

Néanmoins, certaines stations de radio et de télévision qui manquent de moyens financiers pour traiter l'actualité et l'information se limitent à la production d'émissions de divertissement et par conséquent ne produisent pas leurs propres informations.

Les installations et l'équipement pour la collecte, la production et la diffusion de nouvelles sont modernes et efficaces chez les entités publiques de diffusion et chez quelques diffuseurs nationaux privés (MBS, RTA et MATV). Mais la majorité des panélistes ont avoué qu'en dehors de la capitale ou des villes provinciales importantes, la plupart des stations de télévision se contentent de faire jouer des cassettes en raison d'une insuffisance de personnel et de moyens financiers. Dans les régions rurales, le manque d'équipement et la condition lamentable de l'équipement existant retardent la diffusion de l'information. Pour clore le tout, le piètre état de l'équipement des stations locales donne un son de mauvaise qualité qui dissuade les auditeurs.

Les médias, particulièrement la presse écrite, produisent des reportages spécialisés de haute qualité dans les domaines de la santé, des affaires, de l'économie et des sujets se rapportant aux minorités. Les hebdomadaires, comme *Hebdo de Madagascar*, préparent régulièrement des articles de fond sur les tendances et les événements actuels, les affaires économiques et les questions sociales, y compris les sujets controversés. Les médias électroniques offrent aussi un nombre limité d'émissions spécialisées et de sujets approfondis par exemple, « L'autre journal » de Radio Télévision Analamanga.

### OBJECTIF 3 : PLURALITÉ DES SOURCES D'INFORMATION

#### Note : 2,17

Les citoyens ont accès à une multitude de sources d'information dans les villes (Antananarivo et quelques grandes villes), mais il n'en est pas ainsi dans les zones rurales. La taille du pays, l'intérieur accidenté et montagneux ainsi que le faible pouvoir d'achat de la population, limitent l'accès à l'information. Le panel a accordé les notes les plus basses aux indicateurs 3 et 4, l'objectivité des médias publics, et la force des agences de presse. Les notes les plus hautes sont allées aux indicateurs 2 et 5 qui rendent compte, le premier des restrictions d'accessibilité aux médias, et le deuxième, de

#### LES NOMBREUSES SOURCES D'INFORMATION OFFRENT AUX CITOYENS DES INFORMATIONS FIABLES ET OBJECTIVES.

##### INDICATEURS DE LA PLURALITÉ DES SOURCES D'INFORMATION :

- > Une pluralité de sources d'information publiques et privées à prix abordable (ex., écrit, électronique, Internet) existe.
- > L'accès des citoyens aux médias domestiques ou internationaux n'est pas restreint.
- > Les médias publics ou d'État reflètent les points de vue du monde de la politique, ne démontrent aucun esprit partisan, et servent les intérêts du public.
- > Les agences de nouvelles indépendantes recueillent et transmettent l'information aux médias écrits et électroniques.
- > Les médias électroniques produisent leurs propres émissions d'information.
- > La transparence de la propriété des médias permet aux consommateurs de juger de l'objectivité de la source d'information ; la propriété des médias ne se limite pas à quelques conglomérats.
- > Un vaste éventail d'intérêts sociaux est reflété et représenté par les médias, notamment les sources d'information dans une langue minoritaire.

la préparation de ses propres émissions d'informations. Les trois autres indicateurs se sont situés très près de la moyenne de l'objectif.

Antananarivo et les villes importantes des provinces bénéficient d'une multitude de sources publiques et privées d'information. Les citoyens peuvent se procurer de nombreux quotidiens et hebdomadaires; plusieurs stations de radio et de télévision fournissent des émissions d'information et il y a aussi Internet. Malgré tout, alors que le gouvernement ne restreint pas activement l'accès aux sources d'information, qu'elles soient étrangères ou locales, à Madagascar, il existe de réelles limites d'accès aux nouvelles et à l'information.

Les populations urbaines et rurales ne jouissent pas du même accès à l'information. En effet, l'absence d'infrastructures de télécommunications adéquates dans les zones rurales isolées prive la population qui y habite de la pluralité des sources d'information dont profitent les citadins. Actuellement, seules la radio et la télévision publiques ainsi que MBS (établie par le président Ravalomanana et aussi sa propriété) sont autorisées à diffuser sur l'ensemble du territoire national. L'existence d'une radio privée locale a en quelque sorte amélioré l'accès des populations rurales à l'information nationale et internationale. Pourtant, selon le panel, seule la radio publique a la capacité d'atteindre les zones rurales les plus isolées. La distribution des journaux en province coûte très cher, particulièrement en raison des frais de transport. Seul l'hebdomadaire catholique *Lakroa* atteint les régions rurales. Le taux d'alphabétisme de la population rurale est faible (59 pour cent des adultes). De plus, les principaux médias, surtout les magazines, les journaux et la télévision, sont principalement en français, ce qui ajoute à l'exclusion des gens qui ne comprennent que le malgache. De nombreuses émissions sont réalisées en malgache, mais la plupart des émissions d'information sont en français.

Pour repousser ces limites d'accès à l'information, l'État collabore avec des entreprises privées et fait de grands efforts pour améliorer et moderniser les infrastructures de télécommunications, notamment, par l'utilisation du câble à fibres optiques. On espère surtout augmenter l'accès des écoles à Internet.

La pauvreté généralisée, surtout dans les régions, mais aussi dans les villes, entrave l'accès à l'information. L'achat de journaux ou de revues ou l'abonnement à la télévision par satellite est toujours trop cher pour la majorité des citoyens malgaches. L'auditoire potentiel de la radio est limité, car l'achat de piles pour un poste de radio n'est pas une priorité en comparaison des besoins vitaux d'une famille; de plus, la distribution de l'électricité est réduite dans les zones rurales. Peu de gens ont accès à Internet en raison du coût élevé de l'équipement et du branchement.

*Les grandes stations de radio et de télévision produisent leurs propres émissions, grâce à l'accès, généralement libre, à l'information. Toutefois, les radios rurales et communautaires utilisent de l'information qu'elles glanent dans les journaux nationaux et à d'autres sources pour éclairer leur auditoire.*

Maksim Lucien Godefroy, un journaliste spécialisé en environnement, résume ainsi la situation : « La grande majorité des citoyens malgaches, qui a pourtant le devoir de s'informer et le droit d'être informé se cantonne à l'attroupement quotidien devant un kiosque pour découvrir les grands titres à la une. Pour un père de famille malgache, soucieux de l'économie familiale et du devoir d'être informé et d'informer sa famille, le choix est difficile entre acheter un quotidien ou demi-kilo de riz. »

Les panélistes s'entendaient sur le fait que les médias publics ne reflètent généralement pas la politique dans son ensemble. Le parti au pouvoir est souvent privilégié en ce sens que les émissions d'information des diffuseurs publics se concentrent principalement sur ses activités. Ce qu'illustre le commentaire de Nanou Fiankinana de TVM, « la durée d'un reportage pour des éléments gouvernementaux ou progouvernementaux peut aller au-delà de la minute et trente conventionnelle. Or, celle de l'opposition doit être restreinte à moins d'une minute. » (Cela semble être une politique officielle).

On presse parfois les journalistes des radiodiffuseurs publics d'omettre l'information portant sur les opinions de tous les partis politiques. Cependant, en période électorale, la radio et la télévision publiques s'efforcent d'accorder le même temps à chaque candidat.

Il existe des agences de presse locales à Madagascar, mais elles n'ont pas la capacité voulue pour servir tous les médias. L'Agence Nationale d'information Taratra (ANTA), une Agence de presse publique, était jusqu'à récemment inactive et est toujours perturbée par la restructuration qu'elle vient de subir. La capacité opérationnelle de cette agence est toujours limitée parce qu'elle dépend du soutien financier du gouvernement pour qui son développement n'est pas une haute priorité. On compte également une agence privée, MADA, dont la capacité de cueillir des nouvelles est faible et qui, par conséquent, ne peut pas être une source constante d'information pour ses clients.

*Pour Jean Éric Rakotoarisoa, de Dans les Médias de Demain, « L'Ordre des journalistes est censé assurer cette unité et défendre l'ensemble de la profession. Toutefois, à cause de dissensions internes, il n'a pas vraiment joué ce rôle ces dernières années».*

D'après Vonifanja Razanamazava, de NEWPRINT : « il est constaté que les médias malgaches ne recourent pas souvent à ces agences malgaches. Ils préfèrent consulter les agences internationales pour avoir les actualités internationales. Ex. : *Le Quotidien* utilise des informations de l'AFP, *Les Nouvelles*, celles de l'agence américaine Associated Press. »

Les grandes stations de radio et de télévision produisent leurs propres émissions, grâce à l'accès, généralement libre, à l'information. Toutefois, les radios rurales et communautaires utilisent de l'information qu'elles glanent dans les journaux nationaux et à d'autres sources pour éclairer leur auditoire. Dans l'ensemble, la production d'émissions d'information instructives et d'actualité par les stations de radio et de télévision indépendantes découle des moyens, financiers et autres, dont elles disposent.

Il n'existe pas de conglomerats officiels à Madagascar, mais deux groupes importants de radio et de télévision ont fait leur apparition et offrent un vaste ensemble de produits. Le groupe MBS, propriété du président Ravalomanana, comprend un réseau de stations de télévision, un réseau de stations de radio et deux quotidiens, *Le Quotidien* et *Vaovaontsika*. Le groupe MATV dirige une station de télévision, une station de radio et deux quotidiens, *Gazetiko* et *Midi-Madagascar*, tous à Antananarivo. La partialité évidente de leurs informations est directement liée à l'idéologie du propriétaire. Quant à l'objectivité et à la fiabilité de l'information, elles dépendent du système instauré par le patron. Typiquement, le public sait à qui appartient le média et tient compte de l'allégeance politique des propriétaires.

On compte quelques médias en langues minoritaires et aucun règlement de l'État ne limite leur existence. À titre d'exemple, la station de radio Voix de la Sagesse diffuse en malgache, en français et en Goujhrati pour les minorités musulmanes. Le coût relativement élevé de la production et de la distribution d'information pour un auditoire cible minoritaire entrave l'expansion de ce genre d'émissions de sorte que les sujets sur les groupes sociaux minoritaires sont rarement traités, selon

Nifaliana Rafamantanantsoa de Falafa Ageco. Cependant, des quotidiens locaux réservent périodiquement de l'espace à des reportages ou à des interviews sur les personnalités des minorités politiques ou religieuses. Les sujets tabous ne sont pas évités, par exemple, les défilés de la fierté gaie et le harcèlement sexuel au travail.

#### OBJECTIF 4 : GESTION DES AFFAIRES

**Note : 2,13**

Globalement, les médias à Madagascar sont plutôt bien gérés, mais le niveau général de développement du secteur des affaires et les résultats économiques posent un obstacle sérieux au secteur des médias. Les médias privés dépendent des annonceurs privés et étatiques. Il est donc compréhensible qu'ils aient de graves difficultés économiques dans les zones les moins peuplées. Les entreprises de presse qui sont situées dans les grandes villes et qui détiennent une part importante du marché peuvent espérer la rentabilité en raison de la demande d'information. Tous les indicateurs de cet objectif ont obtenu une note supérieure à 2, à l'exception des indicateurs 6 et 7, le recours à l'étude de marché, et la fiabilité des indices d'écoute et du tirage des journaux.

Les médias publics et privés et les entreprises qui les soutiennent sont généralement rentables lorsqu'ils ont la confiance des annonceurs, qui constituent leur principale source de revenus. En ce qui a trait à la presse écrite, ni les ventes ni les abonnements ne couvrent les frais d'impression.

#### LES MÉDIAS INDÉPENDANTS SONT BIEN DIRIGÉS, ET PERMETTENT AUX ÉDITORIALISTES DE S'EXPRIMER EN TOUTE LIBERTÉ

##### INDICATEURS DE GESTION DES AFFAIRES :

- > Les médias et firmes de soutien sont des entreprises efficaces, professionnelles et rentables.
- > Les revenus des médias proviennent de différentes sources.
- > Les agences de publicité et industries connexes soutiennent le marché de la publicité.
- > Le pourcentage des revenus tirés de la publicité par rapport aux revenus totaux est conforme aux normes généralement reconnues pour les commerces.
- > Les médias indépendants ne reçoivent aucune subvention gouvernementale.
- > Les études de marché sont utilisées pour formuler des plans stratégiques, augmenter les revenus et concevoir des produits répondant aux besoins et aux intérêts de l'auditoire.
- > Les indices d'écoute et les chiffres sur le tirage des journaux sont fiables et déterminés par une firme indépendante.

C'est pourquoi les annonces constituent la plus importante source de revenus, comme d'ailleurs dans la plupart des pays d'Europe et d'Amérique du Nord. Le faible pouvoir d'achat des consommateurs et le marché restreint de la presse écrite, surtout en région rurale, favorisent une circulation réduite et des prix modiques. De plus, chaque quotidien arrondit ses revenus en utilisant ses presses pour exécuter des travaux commerciaux d'imprimerie le jour puisque les journaux sont imprimés la nuit.

Les stations de radio et de télévision tirent des revenus de la vente d'annonces et d'autres commandes de leurs protecteurs. En matière de vente d'annonces, les médias publics ont l'avantage sur les diffuseurs privés, car ils atteignent un auditoire plus vaste. Dans les zones rurales, les stations de radio et de télévision locales éprouvent souvent des problèmes de liquidité en raison de leur faible auditoire et de la situation économique déplorable de leur région. Et, selon Rahaga Ramaholimihaso de la SME-Tribune « vu le marasme économique dans lequel le pays se trouve actuellement, la multiplicité de sources de rémunération des médias est encore utopique à Madagascar ».

L'importance des revenus tirés de la publicité et les maigres marges de profit créent une dépendance qui comporte un aspect négatif. « Le gouvernement, qui est le principal annonceur du pays, fait quelquefois de la discrimination en boycottant certains organes de presse. Le quotidien *La Gazette de la grande île* est parmi les victimes », a dit James Ramarosaona, directeur de la rédaction de la *Gazette de la Grande île*. « Pis, l'État renie son adhésion à la Convention de Vienne de l'UNESCO en continuant de taxer à 5 % l'importation des produits destinés à la culture (y compris ceux qui ont trait aux médias). »

Il n'en demeure pas moins que la vente de publicité reste la principale source de revenus pour tous les médias, excepté les médias communautaires. Ainsi, toute entreprise médiatique qui aspire à l'indépendance et au profit doit s'attirer des clients annonceurs.

Le secteur de la publicité est assez bien développé à Madagascar, surtout dans la capitale et dans les grandes villes. Des agences de publicité, propriétés de personnalités étrangères et dirigées par des étrangers, comme Factories, Novocomm, l'Agence Tam-Tamagences dominent le secteur. En général, elles collaborent activement avec les médias publics et privés. L'espace et le temps alloués à la publicité peuvent varier. Par exemple, dans la plupart des stations de radio et de télévision, le temps alloué à la publicité est à peu près le même que celui qui est consacré aux émissions de divertissement, comme les feuilletons qui sont produits localement. D'un autre côté, certaines chaînes de télévision

privées, comme TV+ passent des annonces pendant les émissions d'actualité présentées à la radio ou à la télévision.

De l'avis des panélistes, les recettes de publicité en tant que pourcentage des recettes globales correspondent généralement aux normes acceptées par les médias commerciaux, dépendamment de la politique du média. Dans la presse écrite, par exemple, certains consacrent plus de pages à l'information et moins à la publicité, alors que pour d'autres, l'inverse se vérifie.

Le gouvernement n'accorde aucune subvention à la plupart des médias privés, seuls les médias communautaires jouissent d'un tel avantage. Pourtant, selon Rahaga Ramaholimihaso, « dans quelques cas, on constate que des structures étatiques subventionnent "indirectement" certains médias indépendants. »

Certains médias orientés vers la scène sociale et vers celle de l'éducation reçoivent régulièrement des subventions. Le bureau du président publie *Gouvernance*, un périodique financé par le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), et d'autres qui sont financés par l'Union européenne. Les bailleurs de fonds étrangers influencent bel et bien les politiques éditoriales et le contenu de quelques médias. L'Agence française de coopération insiste sur la production de publications en français.

Les études de marché détaillées et approfondies sont toujours onéreuses pour les médias indépendants. En outre, elles ne sont habituellement pas très fiables, car aucune entreprise n'est spécialisée dans le domaine. D'après Vonifanja Razanamazava, de NEWPRINT : « L'Agence Capsule et ATW Consultants effectue des sondages à Madagascar et produisent des évaluations sur l'indice d'écoute ou de tirage des médias. Toutefois, leur résultat est souvent assez critiqué par les publicitaires, car les indices produits ne sont pas fiables. Ces agences sont souvent influencées par les débouchés médiatiques. Des fois même, les commanditaires se voient être en première position sans qu'ils l'ordonnent. »

## OBJECTIF 5 : INSTITUTIONS DE SOUTIEN

Note : 2,30

Des institutions soutiennent les médias à Madagascar, mais souvent, leur aide a un lien étroit avec leur mission et avec ce qu'ils attendent des médias en vue d'accomplir cette mission. Le panel croit qu'on devrait plutôt mettre l'accent sur le service à la clientèle et que le soutien devrait être en fonction des besoins des médias et non l'inverse. La plupart des notes des indicateurs tournaient autour de la moyenne, sauf celles des indicateurs 1 et 3, les associations commerciales, et le

À Madagascar, la plupart des journalistes reçoivent une formation en emploi de courte durée. Ils peuvent améliorer graduellement leurs compétences en suivant les diverses formations qui s'offrent à eux tout au long de leur carrière. Mais tous n'en profitent pas, selon Nanou Fiankinana de TVM.

soutien des ONG, auxquels le panel a accordé un peu moins de 2 points.

À Madagascar, la plupart des associations de soutien sont à but non lucratif. Selon Vonifanja Razanamazava, responsable commercial de l'Imprimerie NEWPRINT, « les associations commerciales sont peu nombreuses. Il y a par exemple le SYNAEL, (Syndicat des Auteurs, des Éditeurs et des Libraires). » Ce syndicat favorise et soutient les intérêts de ses membres, par exemple, en assurant l'exclusivité du droit d'édition de livres et d'autres publications utiles à la mise en œuvre du MAP.

Madagascar compte beaucoup d'associations de journalistes (p. ex., des associations d'éditorialistes politiques, de journalistes des sports et de l'environnement) et de journalistes spécialisés dans les affaires. Toutefois, leur

#### LES INSTITUTIONS DE SOUTIEN VEILLENT SUR LES INTÉRÊTS PROFESSIONNELS DES MÉDIAS INDÉPENDANTS.

##### INDICATEURS DES INSTITUTIONS DE SOUTIEN :

- > Les associations commerciales veillent sur les intérêts des propriétaires de médias privés et offrent des services aux membres.
- > Les associations professionnelles protègent les droits des journalistes.
- > Les ONG appuient la liberté d'expression et les médias indépendants.
- > Des programmes d'études en journalisme de qualité qui offrent une expérience pratique élaborée existent.
- > Des programmes de formation à court terme et de stages permettent aux journalistes d'améliorer leurs compétences ou en acquérir de nouvelles.
- > Les journaux et les installations d'imprimerie sont privés, apolitiques et sans restriction.
- > Les canaux de distribution des médias (kiosques, émetteurs, Internet) sont privés, apolitiques et sans restriction.

capacité de protéger les droits des membres n'atteint pas son maximum. En fait, leur grand nombre crée des rivalités et des divisions plutôt que l'unité et la force. Pour Jean Éric Rakotoarisoa, de *Dans les Médias de Demain*, « l'Ordre des journalistes est censé assurer cette unité et défendre l'ensemble de la profession. Toutefois, à cause de dissensions internes, il n'a pas vraiment joué ce rôle ces dernières années. Quelques-unes, entre autres le GEPIM (l'Association des rédacteurs en chef de Madagascar), essayent néanmoins de militer pour la défense des intérêts de leurs membres auprès des pouvoirs publics. En coopération avec des organismes étrangers, le GEPIM assure également une formation de journalistes et de techniciens (PAO, etc.). »

Des bailleurs de fonds étrangers s'efforcent aussi de défendre la liberté d'expression et l'indépendance des médias. « On peut citer ci-après quelques actions entreprises par le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD), la Banque mondiale, la France et d'autres institutions », a dit James Ramarosaona de *La Gazette de la Grande île*.

Par exemple, les Nations-Unies et d'autres organismes dispensent une formation de base et de mi-carrière aux journalistes et aux techniciens, et dans certains cas, fournissent même du matériel. Le PNUD a créé un réseau de médias pour promouvoir les Objectifs du Millénaire pour le Développement; la Banque mondiale a institué des programmes de formation en journalisme économique et d'investigation; l'Agence Française de Développement a mis sur pied un projet d'appui aux médias et le Centre d'Information Technique et Économique (CITÉ) a mis en place un centre de presse en collaboration avec l'Association Libre des Journalistes de Madagascar.

Le panel a toutefois fait remarquer que ces appuis ont souvent un prix. En retour, les médias locaux doivent parfois produire ou diffuser des émissions d'information ou à caractère éducatif, ou de la publicité gouvernementale.

D'autres ONG étrangères qui travaillent surtout dans des projets, comme la fondation allemande Friedrich Ebert et la Canadian Co-operative Association soutiennent elles aussi les médias indépendants. Leurs programmes visent surtout le renforcement des capacités des journalistes et l'évaluation des médias à Madagascar. Les ONG locales offrent principalement un soutien moral et des propositions de coopération sur le terrain avec les médias indépendants.

À Madagascar, il existe des programmes d'études en journalisme de niveau universitaire, notamment dans des établissements publics, comme l'Université d'Antananarivo, des écoles confessionnelles, comme l'Institut catholique de Madagascar et des écoles privées, telle l'Université de Majunga. Selon les panélistes, les cours que comportent ces

programmes sont généralement de qualité. Mais la durée des études (deux ans) est parfois insuffisante pour permettre aux journalistes d'être fonctionnels lorsqu'ils arrivent dans la profession. Selon Vonifanja Razanamazava de NEWPRINT, des possibilités d'obtenir un diplôme à l'étranger existent, mais, une fois revenus au pays, les étudiants malgaches ne transmettent pas leur connaissance à d'autres.

À Madagascar, la plupart des journalistes reçoivent une formation en emploi de courte durée. Ils peuvent améliorer graduellement leurs compétences en suivant les diverses formations qui s'offrent à eux tout au long de leur carrière. Mais tous n'en profitent pas, selon Nanou Fiankinana de TVM. « Malheureusement, ce sont toujours les mêmes personnes, au nombre limité, qui y assistent et expriment leur soif d'acquérir de nouvelles connaissances. Des cas se présentent également comme quoi, malgré les renforcements de capacités reçus, les acquis ne sont pas reflétés dans l'exercice professionnel, à travers les reportages produits. »

Le secteur privé joue un rôle important dans les médias malgaches. Les sources de papier journal, les imprimeries ainsi que les chaînes de diffusion des médias, y compris les kiosques, appartiennent toutes au secteur privé, et la plus grande partie de la presse écrite est distribuée par des vendeurs ambulants. Les émetteurs utilisés par les diffuseurs privés sont entre des mains privées et les fournisseurs de service Internet sont privés. Les entreprises qui offrent ces services sont généralement apolitiques, mais elles sont parfois vulnérables aux pressions politiques de l'État.

## Liste des participants au panel

**Rahaga Ramaholimiaso**, président directeur général, propriétaire de maison d'édition et de presse écrite SME-Tribune, Antananarivo

**Diana Styvanley**, journaliste, Télévision Nationale Malagasy, Antananarivo

**James Ramarosaona**, directeur de la rédaction, *Gazette de la Grande île*, Antananarivo

**Nanou Fiankinana**, journaliste, Télévision Nationale Malagasy, Antananarivo

**Vonifanja Razanamazava**, responsable commerciale de l'imprimerie NEWPRINT, Antananarivo

**Ruphin Rakotomaharo**, président de l'Ordre des Journalistes de Madagascar, Antananarivo

**Nifaliana Rafamantanantsoa**, responsable principal de l'ONG Falafa Ageco, Fianarantsoa

**Membres du panel qui n'ont pas pu participer aux ateliers, mais qui ont attribué des notes et émis des commentaires :**

**Maksim Lucien Godefroy**, journaliste et conseiller indépendant, Antananarivo

**Jean Éric Rakotoarisoa Antananarivo**, directeur de la rédaction, *Dans les Médias de Demain*, Antananarivo

**Fara Christelle Rakotomanga**, journaliste, Radio Don Bosco, Antananarivo

**Rajaonary Ratianarivo**, gérant, Agence de communication Artcom, Antananarivo

## Modérateur

**Eddy Rakotomalala**, coordonnateur, programme de gouvernance, Pact/MSIS, Antananarivo

## Observateurs

**Bienvenu Razafitsialonina**, coordonnateur, suivi et évaluation, Pact/MSIS, Antananarivo

**Harijoana Andriamoraniaina**, directeur exécutif, MSIS, Antananarivo

L'étude sur Madagascar a été coordonnée et dirigée en partenariat avec Multi-Service Information Systems, Antananarivo