



Charte Éditoriale de Femme d'Afrique Magazine

Qui sommes-nous ?

Femme d'Afrique Magazine est une entreprise de presse qui encourage la femme à assurer pleinement sa responsabilité dans tous les domaines et lui permettre de développer ses activités. Encourager la femme à lutter contre les anti-valeurs ainsi que les stéréotypes dont elle doit faire face.

Notre Objectif

- Promouvoir les activités et les talents de la Femme Africaine,
- Contribuer à une requalification de la perception négative dont la femme a toujours souffert dans les sociétés africaines en proie aux us et coutumes encore vivaces,
- Relever les défis, les incohérences et amener la Femme à l'autoprise en charge.

Femme d'Afrique Magazine qui fait sienne cette lutte de la gent féminine en vue de son émancipation, encourage les femmes à assurer pleinement leurs responsabilités dans tous les domaines d'activités où elles excellent. Un peu partout et quel que soit son statut social, la femme s'élève dans l'effort, nonobstant les diverses formes de violence qu'elle endure en temps de paix ou de guerre.

Il s'agit, pour elle, de démentir les clichés négatifs lui accolés souvent à tort. En mettant en relief les compétences de la femme, ou encore, en décortiquant des phénomènes sociaux dans lesquels elle est directement impliquée tout en remontant à la surface ses tares et ses contradictions.

Proposer des contenus de haute qualité, en proposant des angles de traitement originaux, en décalage avec l'existant qui tend à cantonner la femme dans les sujets mode et glamour.

Libéré de contraintes lui imposées par la tradition, la femme du temps modern veut prouver qu'elle mérite un meilleur traitement social et une considération plus grande. Elle est, en somme, le reflet de la modernité, des progrès de la science et de la technologie soutenue par un renouvellement mental affranchi de toutes sortes de tabous.

La promesse

Proposer de contenus originaux pour les femmes congolaise et plus largement africaines, il est question de donner la parole aux femmes, en allant au-delà des stéréotypes et du glamour.

Message clé

Promouvoir les initiatives des femmes et offrir une tribune à celles qui se distinguent dans leurs activités professionnelles, associatives ou commerciales.

Directif éditorial

L'objectif du directif éditorial est de protéger et d'entretenir la confiance de nos lecteurs, et de protéger l'intégrité de Femme d'Afrique et de ses reporters, sous quelque forme qu'il soit publié.

Ces directives forment un outil de travail pratique pour notre personnel et renforcent notre engagement envers les principes fondamentaux du journalisme ; l'exactitude et la communication factuelle ; l'impartialité et l'équité ; l'humanité et le respect d'autrui ; l'indépendance éditoriale ; et la responsabilité par la transparence.

Ces directives établissent nos attentes concernant le comportement de nos personnels, nos collaborateurs indépendants et de tout autre individu contribuant au contenu éditorial. Elles traitent de trois domaines : gestion et pratiques générales dans la salle des nouvelles, règles éditoriales de base, et conflits d'intérêts.

Elles sont conçues pour que le public puisse facilement les comprendre et s'appliqueront à toutes les activités liées au contenu, à la collecte d'information et à la production pour lesquelles l'éditrice de *Femme d'Afrique Magazine* est responsable.

Exemples d'articles

Femme d'Afrique Magazine au travers de ses différentes plates formes de publications propose plusieurs sujets à ses lecteurs et lectrices regroupés en rubriques tels que :



- Société : ici nous proposons des faits réels du quotidien en RDC, du vu et vécu, le journaliste va du fait produit dans un coin donné, tout en mettant des commentaires ou soit faire un micro baladeur
- Mode et beauté : qui constituent les tendances actuelles pour proposer des contenus originaux
- Gastronomie : le contenu vari selon la demande des lecteurs et lectrices
- Portraits et Interviews : toutes catégories des femmes
- Entreprenariat et Métiers : Focus sur des initiatives portées par des femmes
- Culture : nos valeurs et traditions sont importants faudra en parler pour la nouvelle génération
- Santé : Nous faisons de recherches sur les différentes maladies existantes et mortels pour la prévention et la sensibilisation de nos lecteurs et lectrices
- Mining
- Espace tendresse : la page Glamour
- Enfer des femmes
- Environnement



Engagement

Dans la défense de ces intérêts publics, *Femme d'Afrique Magazine* s'engage à :

1. Pratiques générales

a) Contributions anonymes :

Les articles commandés par *Femme d'Afrique Magazine* ne sont publiés de façon anonyme ou sous pseudonyme que dans des cas exceptionnels, par exemple si la sécurité, la vie privée ou les moyens de subsistance de l'auteur sont menacés et alors seulement avec la permission du rédacteur en chef.

Dans de tels cas, on informera les lecteurs que des identités ont été dissimulées et on donnera une explication.

b) Travailleurs indépendants :

Femme d'Afrique Magazine endosse les bonnes pratiques en matière d'externalisation, incluant le traitement équitable des pigistes.

c) Confidentialité :

Les responsables qui ont accès à des renseignements personnels concernant des membres du personnel doivent traiter ces renseignements comme confidentiels et ne pas les révéler à qui que ce soit sauf dans l'exercice de leurs fonctions officielles.

d) Droits d'auteur :

Les journalistes ne doivent pas utiliser du contenu provenant de sources externes non autorisées : qu'il s'agisse d'images, de textes ou d'autres médias sans obtenir les permissions nécessaires. Toute information venant du grand public doit faire d'office d'une vérification avant sa publication.

Tout article commandé est mentionné « communiqué » et sont payants ; sauf les faits des sociétés qui sont gratuits

Concernant la publication « des Faits » le journaliste de la vérification des infos avant sa publication, si possible vérifié sa source ; et le journaliste est autorisé à donner son opinion sur un fait tout en gardant la ligne éditoriale du média.

Cependant, l'utilisation de matériel protégé dans le cadre d'accès à l'information ou de critique et d'analyse est acceptable et généralement justifié d'un point de vue juridique et éthique.

e) Erreurs :

Notre politique est de corriger les erreurs importantes aussitôt que possible. Les journalistes ont le devoir de coopérer de façon franche et ouverte avec le responsable et la direction et de leur déclarer les erreurs. Chaque plainte doit être rapportée et soumise au responsable pour un meilleur traitement.

f) Affaires juridiques :

Les lois sur la diffamation et l'outrage au tribunal sont complexes et en constante évolution. Les conséquences d'actions en justice peuvent être coûteuses et nuire à notre réputation.

g) Vie privée :

Nous nous engageons à respecter la vie privée des individus. Bien que le journalisme soit souvent intrusif par définition, nous devons éviter de nous



immiscer inutilement dans la vie privée. Dans le service d'un intérêt public évident, les journalistes pourraient parfois avoir à sacrifier la protection de la vie privée.

h) Implication auprès du public :

Notre relation la plus importante est celle que nous entretenons avec notre public. La politesse est de mise dans tous les échanges, qu'ils ne se passent en personne, au téléphone, par lettre ou par courriel.

L'entreprise reconnaît que la communication en ligne, par exemple sur les blogs ou les médias sociaux, est souvent plus informelle, vive, et dans le contexte d'un débat, combative – mais les journalistes doivent néanmoins être conscients des directives concernant les blogs et les médias sociaux.

Dans leur utilisation des médias sociaux, les journalistes associés à l'entreprise ne doivent pas se prononcer publiquement d'une manière qui pourrait nuire à l'intégrité de l'entreprise ou à remettre en question leur propre indépendance journalistique ou aller à l'encontre de l'esprit de professionnalisme établi dans ces directives.

i) Toute publicité est signalé à la hiérarchie afin d'établir une facture au client, et cela, selon la plateforme choisie chez le client, les bannières du site ou l'espace publicitaire réservé au sein du magazine en papier

2. Règles éditoriales

a) Exactitude et vérification :

La confiance en l'exactitude, l'authenticité et la fiabilité de notre information est essentielle. Les communications en ligne présentent des défis particuliers et nous insistons sur la recherche de corroboration fiable de l'information.

Les journalistes doivent déclarer le degré de corroboration que nous avons obtenu et indiquer les endroits où nous avons été incapables de vérifier les faits de façon indépendante.

Nous ne présentons pas comme faits les informations à propos d'où fournies par les personnes que nous n'avons pas été en mesure d'authentifier.

b) Attribution et citations anonymes :

Les individus parlent souvent de manière plus sincère s'ils peuvent parler anonymement et les citations non identifiées peuvent offrir aux lecteurs une

compréhension plus authentique d'un sujet. Cependant, un usage démesuré de sources anonymes peut mener à la manipulation et à la promotion d'intérêts particuliers non divulgués à buts politiques, commerciaux ou autres.

Nous nous efforçons d'être honnête à propos de nos sources, même quand nous ne sommes pas en mesure de les nommer.

c) Sources d'information :

Les sources qui offrent de l'information et qui s'exposent à des risques peuvent se faire promettre l'anonymat. Elles doivent être protégées à tout prix.

Cependant, si possible, les sources d'information doivent être identifiées avec le plus de précision possible.

Les journalistes ne doivent pas reproduire le matériel d'autrui sans en citer la source.

d) Approbation des textes :

En général, nous ne donnons pas aux personnes interviewées ou aux tierces parties le droit d'approbation du texte. Dans certains cas, nous pouvons permettre aux individus de lire le texte ou les citations dans l'intérêt de l'exactitude, mais nous ne sommes pas obligés de modifier le texte.

e) Le reportage impliquant des enfants :

Il faut prendre des précautions particulières lorsqu'il est question d'enfants. Les enfants ne doivent pas se faire poser de questions qui excèdent leurs connaissances ou leur capacité à répondre.

Le directeur de publication doit être informé quand des enfants sont photographiés ou interviewés sans le consentement d'un adulte ou parent responsable.



f) Citations directes :

Les journalistes et éditrice ne doivent jamais modifier les citations directes et en altérer le contexte ou le sens, quoique des modifications mineures puissent être nécessaires par souci de clarté.

g) Promotion :

Les journalistes ne doivent pas accepter de promouvoir, par le biais de leurs textes, photographies ou notes de bas de page, les intérêts financiers de sujets ou contributeurs potentiels, ou ceux de leurs commanditaires, comme moyen de garantir l'accès à ces derniers. Les renseignements faisant la promotion d'un

sujet doivent être inclus uniquement s'ils présentent véritablement un intérêt ou une aide au lecteur.

h) Équité et emploi et langage :

Nous cherchons à offrir des comptes rendus inclusifs et équitables qui visent à donner à voix aux individus et aux groupes qui se voient critiqués. Plus les critiques et allégations que nous rapportons sont sérieuses, plus nous avons le devoir d'offrir au sujet la chance d'y répondre.

i) Deuil :

Les individus doivent être traités avec délicatesse quand le reportage porte sur des périodes de deuil ou des traumatismes.

j) Photographies, vidéos et images :

En général, la modification d'images ou la déformation de matériel audiovisuel sont inacceptables. Quand cela se produit, nous devons indiquer clairement que les images ont été modifiées et retouchées numériquement ; les images, montages et illustrations modifiées doivent être clairement identifiés comme tels.

k) Origines ethniques :

En général, nous ne publions pas les origines ethniques des individus sauf si cette information est pertinente dans le contexte de l'article. Nous ne présentons pas les origines ethniques des suspects criminels sauf si cette information fait partie d'une description cherchant à les identifier ou si elle est jugée pertinente dans le contexte de l'article (par exemple dans le cas d'un crime haineux).

l) Loyauté :

Les journalistes doivent être francs et s'identifier en tant qu'employés de l'entreprise au cours de leur travail.

3. Conflits d'intérêt :

À *Femme d'Afrique Magazine*, nous tenons à notre réputation d'indépendance et d'intégrité. Les journalistes ont bien sûr leurs propres vies, loisirs, convictions et croyances en dehors du travail.

Nous tenons à nous assurer que les intérêts externes n'entrent pas en conflit avec notre journalisme et ne compromettent pas notre intégrité éditoriale.



Les directives suivantes concernent tous les intérêts externes qui pourraient, s'ils ne sont pas déclarés et viennent à être connus du public, mener le lecteur moyen à remettre en question l'indépendance de notre travail éditorial.

Nous reconnaissons que l'objectivité ne fait pas l'objet de règles universelles. Un chroniqueur, par exemple, dont les points de vue sont présentés ouvertement, aura peut-être une plus grande marge de manœuvre qu'un reporter, de qui on attend une objectivité professionnelle plus rigoureuse. En cas de doute, les journalistes doivent consulter un responsable éditorial ou le rédacteur en chef.

a) Avantages :

Les employés ne doivent pas être influencés par des considérations commerciales y compris les intérêts des publicitaires dans la préparation du Magazine.

Toute tentative de susciter un traitement éditorial favorable par le biais de cadeaux ou services doit être déclarée. Lorsque cela s'avère pertinent, les paiements, cadeaux et autres avantages seront divulgués.

Les membres du personnel ne doivent pas profiter de leur position pour rechercher quelques avantages dans leurs affaires personnelles ou dans leurs transactions financières ou commerciales, auquel le public n'a généralement pas accès.

Les employés ne doivent pas utiliser le papier à en-tête de l'entreprise dans le cadre d'affaires externes ou citer un lien avec l'entreprise afin de résoudre une plainte de consommateur, obtenir un service plus rapide ou solliciter des rabais ou autres intérêts.

Nous devons déclarer les instances où une compagnie aérienne, un hôtel ou tout autre intérêt particulier a assumé les coûts de transport ou d'hébergement d'un journaliste. L'acceptation d'une telle offre est conditionnelle à la liberté des responsables éditoriaux à procéder à l'affectation et à la publication d'un sujet.

b) Produits commerciaux :

Aucun journaliste ou travailleur indépendant associé à notre organisation ne doit recommander des produits commerciaux sans l'autorisation préalable expresse du rédacteur en chef.

c) Intérêts extérieurs :

Les journalistes ont le droit de participer à des activités en dehors du travail (y compris l'exercice de fonctions ou toute autre implication active au sein d'organisations, d'entreprises ou de partis politiques).

Cependant, ces activités peuvent parfois être perçues comme ayant de l'influence ou comme entrant en conflit avec l'intégrité de notre journaliste.

Le personnel doit informer le rédacteur en chef de tout intérêt personnel, philosophique ou financier qui pourrait entrer en conflit avec sa performance professionnelle, ou qui pourrait être perçu d'une telle manière.

d) Déclarations d'intérêts :

Les journalistes doivent déclarer un intérêt quand ils produisent des sujets à propos d'un sujet avec lequel ils ont une connexion importante.



e) Déclarations d'intérêts commerciaux :

Femme d'Afrique Magazine n'est pas affilié à d'autres entreprises.

f) Informations financières :

Femme d'Afrique Magazine maintient un registre de ses actions personnelles dans les cas où ces actions pourraient mener à la perception d'un conflit d'intérêt.

Ces lignes directrices éditoriales :

- Interdisent l'emploi d'information financière au profit de journalistes et de leurs associés ;
- Imposent des restrictions quant aux journalistes écrivant des articles au sujet d'avoir dans lesquels ils, ou leur famille proche, ont un intérêt important sans l'avoir déclaré à l'interne,
- Empêchent les journalistes de négocier des avoirs au sujet desquels ils ont récemment écrit ou vont bientôt écrire, et
- Requièrent que les journalistes financiers prennent soin de ne pas publier de matériel inexact et de distinguer entre le commentaire, la conjecture et les faits.

Ceci est particulièrement important pour tout journaliste faisant des recommandations d'investissement aux lecteurs à propos de l'achat, de la vente ou de la possession d'actions.

g) Engagements extérieurs :

La compagnie accepte le droit du journaliste à sa vie privée et son droit à participer à la société civile.

Cependant, le personnel doit informer le responsable éditorial ou le rédacteur en chef si, dans leurs fonctions d'employé, ils ont l'intention de :

- Témoigner devant un tribunal
- Présider des forums ou des séminaires publics organisés par des organisateurs de conférences professionnels ou par des organisations commerciales ;
- S'engager de façon professionnelle à l'extérieur d'une façon pouvant entrer en conflit avec leurs fonctions professionnelles
- Présider des forums publics ou politiques ou être présents sur des plateformes,
- Présenter des observations ou témoigner devant un organisme officiel en lien avec du matériel ayant été publié par l'entreprise.



Les journalistes ayant été invités à présider des débats ou à participer à des panels en tant que représentants de l'entreprise ne doivent généralement pas accepter ou recevoir de paiements pour ces activités, sauf si la préparation ou la participation à l'événement nécessite un investissement de temps personnel important.

L'acceptation d'un paiement doit avoir l'approbation préalable du rédacteur en chef et doit tenir compte d'autres clauses de ces lignes directrices, telles que les conflits d'intérêt, les déclarations d'intérêts et la recommandation de produits commerciaux. Les frais de transport et d'autres dépenses raisonnables peuvent être acceptés.

h) Relations :

Les membres du personnel ne doivent pas ramener leurs problèmes au sein de la rédaction, tout conflit doit être géré par le rédacteur en chef pour une meilleure franchise.

i) Politique de recrutement

Femme d'Afrique Magazine adopte une approche de recrutement ouverte et collaborative. Nous recrutons principalement selon deux modalités :

1. Par cooptation, en valorisation les recommandations de nos collaborateurs. Ce mode de recrutement repose sur la confiance et l'implication du personnel dans la recherche de nouveaux talents partageant nos valeurs.
2. Par diffusion d'annonces sur nos plateformes digitales officielles, notamment LinkedIn, Facebook, Twitter (X) et d'autres canaux de communication en lignes. Ces publications assurent une visibilité large et transparence de nos opportunités professionnelles.

Cette double approche favorise la diversité, renforce l'engagement collectif et garantit une sélection fondée sur les compétences et le mérite.



j) Utilisation de l'IA

Les journalistes peuvent utiliser l'Intelligence Artificielle pour des fins liées à la vérification et à l'authenticité des informations et des images produits par des internautes, et cela, sous la supervision de la rédactrice en chef. Tous commentaires sexistes ou qui porte atteintes à la réputation du média sont automatiquement supprimés soit par (la) le rédacteur (trice) en chef ou le webmaster.

k) les journalistes sont tenues de respecter la ligne éditoriale magazine, et l'éditorial du magazine est écrit par la responsable du média qui donne le go pour une nouvelle édition par contre d'opinion sont ouverts aux journalistes sous la supervision de la responsable du média.

REVUE PERIODIQUE DE LA CHARTE ÉDITORIALE

En vue de s'assurer de la mise en œuvre effective de la charte éditoriale de *Femme d'Afrique Magazine*, une rencontre semestrielle est prévue pour l'évaluation de la mise en œuvre de la Charte Éditoriale pour le directeur de publication, le rédacteur en chef, les journalistes de *Femme d'Afrique Magazine*.



Convocation

La rencontre a lieu chaque six mois, sur convocation du directeur de publication.

Mise en œuvre

Tous les participants doivent y relever les goulots d'étranglement à la mise en œuvre de la charte

Le responsable a le devoir d'œuvrer à la levée de ses goulots d'étranglement afin de permettre au personnel de *Femme d'Afrique Magazine* de faire son travail dans le respect de la charte.

Amendement

Au cours de cette réunion et une fois, chaque année, le personnel de *Femme d'Afrique Magazine* peut amender la charte éditoriale en vue de l'adapter aux réalités pratiques tout en restant dans la droite ligne de mission éditoriale de *Femme d'Afrique Magazine*.

POLITIQUE RESSOURCES HUMAINES

Nous prenons soin d'impliquer chacun, sans distinction, dans la vie et le développement de *Femme d'Afrique Magazine*. Nous prenons également soin d'intégrer au mieux les personnes qui nous rejoignent, de les accompagner tout au long de leurs parcours et dans le développement de leurs compétences.

Le partage de valeurs communes

Femme d'Afrique Magazine est composé d'individus partageant ses valeurs et engagés à ses côtés pour la promotion d'un journaliste de qualité et de ses missions éditoriales.

Notre but est de promouvoir les talents et les activités des femmes, mettre en lumière des femmes modèles tout en restant objectifs. Ce faisant, nous cherchons à respecter les libertés qu'offrent la démocratie, les droits de la personne et la pluralité d'opinions.

Nous sommes conscients qu'un tel pouvoir s'accompagne de responsabilités et nous cherchons à nous assurer que nos journalistes se comportent de façon professionnelle, tout en protégeant leur capacité à enquêter et à rapporter les faits librement.



Favoriser la diversité

Selon les profils, l'expérience et les projets individuels de chacun, plusieurs types d'engagements sous différents statuts peuvent se concrétiser : salariés, volontaires, stagiaires.

Femme d'Afrique Magazine s'engage dans la lutte contre toutes formes de discrimination et pour la promotion de la diversité et l'égalité professionnelle. Elle souhaite également participer à l'insertion sociale et des personnes handicapées, en favorisant tant que possible leur embauche et leur maintien dans l'emploi au siège comme sur le terrain.

Contribuer au développement professionnel

Femme d'Afrique Magazine entend permettre à tous ses non seulement de contribuer à ses actions mais également de mener à bien son propre projet

professionnel. C'est pourquoi, l'association assure un suivi et un accompagnement de ses équipes tant sur le terrain qu'au siège, tout au long de leurs contrats.

Dès leur prise de poste, les nouveaux embauchés bénéficient pour leur intégration d'un suivi personnalisé et d'une série de briefings.

Femme d'Afrique Magazine réalise fréquemment des évaluations de performances afin de garantir aux salariés une appréciation régulière de leurs actions et un espace d'échange pour exprimer leurs attentes et éventuels besoins d'appui.

Femme d'Afrique Magazine a entre autre développé une politique de formation qui permet à chacun d'acquérir et de développer les compétences nécessaires à la réalisation de la mission en tant de journaliste professionnel de *Femme d'Afrique Magazine*. Toujours dans une logique d'évolution personnelle, nous maintenons entretenir la motivation de nos collaborateurs et les accompagner dans leurs parcours.



SOURCES DE REVENUS DE FEMME D'AFRIQUE MAGAZINE

Étant une entreprise privée, *Femme d'Afrique Magazine* fonctionne en grande partie sur fond propre.

Sur le 100 % du fonctionnement :

50 % : Fonds propre

35 % : Subvention

15 % : Publicité

Pour Femme d'Afrique Magazine

Christelle Mpongo Lulu

Éditrice-Directrice Générale

