

RAPPORT ANNUEL 2016



MÉDIAS ET ELECTIONS : QUELLE RÉGULATION ?





« Un nouveau rapport à l'audiovisuel »

« Au-delà des réseaux et des systèmes de communication se révèle la complexité des hommes et des cultures »

D. Wolton

Sommaire

**MOT DU
PRÉSIDENT**

4

**PRESENTATION
DU CNRA**

9

**ACTIVITÉS
STATUTAIRES**

17

**AVIS
TRIMESTRIELS**

48

**MÉDIAS ET
ÉLECTIONS**

65

**CAPITALISATION
DES ÉVOLUTIONS**

90

**NOUVEL
ENVIRONNEMENT,
NOUVEAUX
INSTRUMENTS**

109

**REORGANISATION DU
SECTEUR PUBLICITAIRE**

123

**LES INITIATIVES
DU CONSEIL**

131

**REFLEXIONS ET
CONTRIBUTIONS**

137

ANNEXES

152

Liberté d'expression et surabondance d'informations

Les sociétés et surtout les cultures sont vivantes et donc mortelles. Les identités, les supports des identités, nous le savons, naissent, vivent, se développent et meurent : il s'agit des langues et des cultures, des rites et des valeurs.



Les valeurs sont fortes et semblent immuables, immortelles. Pourtant, en l'espace d'une vie, d'une génération, nous avons vu nos valeurs varier sur leur propre échelle des sacrés. Chacun a été le témoin de choses et de situations qu'il pensait inimaginables, que ses parents n'auraient pas nommées. Nos représentations du genre, des races, des classes sociales, de l'âge ont été bousculées et nous les avons révisées. Les espaces de communication se sont redéfinis au sein des familles, des lieux de travail, de la société, caractéristiques de nos représentations de la réalité. Les fictions cinématographiques que nous produisons révèlent nos valeurs profondes et nos choix de société. Quelles sont les proportions respectives des deux ? Le débat est à peine ouvert, mais la certitude est que le résultat est notre nouvelle culture. Au cœur de ces transformations sont les médias et les contenus qu'ils véhiculent, l'éducation qu'ils façonnent.

L'historien et homme politique burkinabé Joseph Ki-Zerbo théorisait, dans son ouvrage "Eduquer ou périr" la nécessité pour chaque société de se doter des moyens de transmettre aux générations suivantes les fondamentaux de son patrimoine, de sa vitalité et de sa destinée. Faute de quoi, la mortalité collective menace prématurément dans le cycle de vie de la communauté.

Oui, accédons sans coquetterie à cette théorie simple et évidente qui a permis à nos sociétés de traverser le temps. Oui, parce que nos enfants sont la raison pour laquelle nous avons jamais existé et créé la Culture. Oui, parce que, sans codes culturels et sans projet de transmission, la société serait moins qu'une jungle. Oui, parce que la puissance de la télévision numérique rend urgente la prise de mesures, tant dans les espaces privés familiaux que dans l'espace public politique. La télévision est devenue - au mieux - un troisième éducateur au sein de la famille. Une transformation anthropologique de fait qui ne saurait souffrir une passivité coupable.

Sans prophétiser le chagrin, il est juste de poser le constat des pratiques médiatiques mortifères. La télévision est aujourd'hui au premier rang des artificiers qui tirent des charges violentes et inconsidérées contre les communautés culturelles et les identités. Notre bonne vieille compagne, la télévision, est en passe de devenir une illustration de « la science-technologie créatrice-homicide ».

Alors, quel est le risque de périr ? Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel a commandité en 2013 un sondage national sur l'audience des moyens de communication traditionnels et modernes, puis un

autre en 2014 sur les habitudes médias des jeunes. Il en ressort des statistiques sur les temps d'exposition, les types de programmes les plus regardés et quelques indicateurs d'impact dignes d'attention.

L'étude révèle que la radio et la télévision arrivent en tête des habitudes de fréquentation média, avec chacune un taux de pénétration des foyers de 75% sur l'ensemble du territoire, dont 97% en milieu urbain. Elles sont suivies en cela de la presse écrite et d'Internet qui affichent des taux de pénétration respectifs de 54% et 30%.

Selon les analyses sociodémographiques, les jeunes dans la tranche des 18-34 ans, les personnes instruites, les fonctionnaires, les élèves, étudiants et les cadres sont les plus enclins à regarder la télévision, ces catégories mêmes qui déterminent l'activité d'une société.

Le CNRA relève, statistiques à l'appui, les dérives des contenus médiatiques qui impactent le jeune public :

- les programmes les plus regardés sont les films (59%), le journal télévisé (56%), les dessins animés (55%) et les émissions musicales (50%) ;
- à la télévision ou sur les autres écrans, le caractère violent et choquant des images est établi ;
- près du tiers des enfants n'arrivent pas à distinguer entre images/scènes réelles et images/scènes fictives vues à la télévision ;
- ce résultat est plus accentué auprès des 10-13 ans, soit qu'ils demandent parfois si les images vues sont réelles, soit qu'ils

prennent des risques en voulant reproduire des scènes vues dans des films ;

- de nombreux parents déplorent l'impact d'émissions qu'ils estiment porteuses de violence, de modèles d'impolitesse voire vulgarité, et qui seraient de mauvais exemples pour les enfants.

La télévision, parce qu'elle est aujourd'hui support de jeux interactifs, est devenue un éducateur hybride de face-à-face et de littérature. Cette présence et cette offre pour le moins complexe de jeux vidéo interactifs renforcent l'illusion de face-à-face, alors même que la programmation est pensée et uniformisée loin de l'environnement culturel de l'enfant. Le paradigme même de l'interaction est perverti dans sa fonction formatrice de l'identité et de la rationalité.

Il n'y a, pour s'en convaincre, qu'à observer dans des familles dakaraises ce qui est abondamment documenté dans d'autres pays :

- les enfants connaissent plus de marques de boisson que de dirigeants de la communauté -présidents, maires, chefs religieux ou de personnages de bandes dessinées que d'oncles et tantes (faites le test) ;
- le nombre de personnes banalement tuées dans les jeux, en un jour, si vous en faites le décompte, vous serez probablement effrayé vous-même de savoir que votre enfant a « tranquillement » décimé un régiment à lui seul, sans autre état d'âme que le sentiment très gratifiant de la performance ;
- la confusion est faite entre diversité et caricatures identitaires.

Il résulte de cet état de fait une culture médiatique qui se forge sur les bases délétères d'un message subliminal cumulé, probablement motif à débat :

1. le monde d'aujourd'hui est méchant, violent, peu sûr ; c'est ce que nous montrent les journaux télévisés au quotidien, et cela est source de sentiments de danger et d'insécurité ;
2. le téléspectateur, notamment le jeune enfant, est avant tout objet commercial et consommateur, cible de stratégies de marketing ;
3. le sentiment collectif d'être démunis face à cette nouvelle acception du monde qui génère des replis sécuritaires plus ou moins convaincus ;
4. le désarroi de parents devenus incompetents à éduquer, rassurer et protéger leur progéniture.

Il ne s'agit pas d'être nihiliste. Les médias peuvent et contribuent à créer de la culture et de la richesse positive. Ils sont même aux avant-postes de la société de l'information. L'important est qu'ils s'inscrivent dans un projet de société concerté et viable. Et pour être juste, il appartient aux divers acteurs de la société de s'impliquer dans une nouvelle formulation des modes d'éducation. Eduquer devient une action avec une diversité de nouveaux champs :

- éduquer par les médias
- éduquer les médias
- éduquer aux médias.

Ce dernier champ est très certainement celui qui mérite l'attention urgente et particulière des penseurs et des décideurs, car il s'agit, en effet, pour eux de se donner les moyens de comprendre, imaginer et instaurer un nouvel ordre médiatique basé sur la responsabilité sociétale des médias.

Parmi les bonnes choses à valoriser, l'on doit noter l'accès démocratisé à la culture, même si cela signifie la même pour tous, parfois sans lien avec l'identité de chacun. Il s'agit donc de penser la diversité dans les contenus, d'éduquer à la globalité, en commençant par l'Afrique, comme le propose la CEDEAO avec un projet visionnaire de radio-télévision ouest africaine.

Le média est devenu le médiateur de l'information et de la culture, ce qui rendrait le parent ou tout autre éducateur naturel obsolète, incompetent et donc perçu comme inutile. C'est ce contournement dommageable qui doit être arrêté. Il faut remettre le parent, l'éducateur au centre de la médiation. Lui rendre compétence et autorité. Des graines de solutions germent avec le développement des critiques et rubriques médias.

Les sociétés humaines poursuivent leur marche vers des organisations et des relations de plus en plus sophistiquées. Après la société agraire et la société industrielle, nous entrons tous, de plain-pied dans la société de l'information et les règles du vivre ensemble doivent être formulées au local comme au global.

Les briques d'existence des communautés que sont les identités doivent traverser les transformations de la société ou périr, en

vertu des principes de l'écologie culturelle. Le débat des années 70 et 80 pour l'avènement d'un Nouvel Ordre mondial de l'Information et de la Communication est plus actuel que jamais. Pour nous, outre l'enjeu de l'accès, ce débat se pose en terme de l'identité face à l'uniformisation, de la responsabilité des médias et de la capacité de la société à exiger cette responsabilité.

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel s'attèle à ouvrir des espaces de dialogue entre citoyens, communautés, Etat et médias, afin de repenser et reformuler l'essence de l'information, la responsabilité de la communication, l'impact de la radio et de la télévision, la commensalité d'Internet, les priorités de contenu.

Même si les turpitudes de l'époque ne rendent pas les choses aisées, l'exercice de régulation des dernières années donne des

raisons d'espérer. En effet, malgré les dérives constatées et relevées par des mises en demeure, la volonté de bien faire et de contribuer à un environnement décent a été manifeste. Outre la régulation, l'apparition d'instances et mécanismes d'autorégulation est à saluer, d'autant qu'elle permet d'envisager la co-régulation de façon concrète.

La finalité pour le CNRA demeure la qualité et l'impact des productions sur la société. A cet effet, nous avons soumis à l'autorité douze projets de texte concernant la gouvernance du secteur, les indispensables réformes devant accompagner les évolutions contemporaines.

Nous gardons à l'esprit l'indispensable et intemporel rapport primordial et sacré au Verbe. Au commencement était le Verbe pour que la Lumière soit et que ne règne pas le Chaos.



PRÉSENTATION DU CNRA

Présentation du Conseil

L'ASSEMBLÉE DU CNRA



PRESIDENT

Babacar TOURE

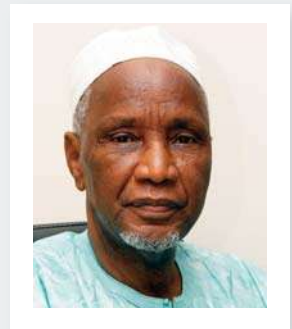
*Journaliste,
Entrepreneur de presse*

MEMBRES DU CONSEIL



Jeanne LOPIS SYLLA

Linguiste, Chercheur



Mohamed Fadel DIA

Professeur à la retraite



Jean Meïssa DIOP

Journaliste



Sokhna BENGA

*Ecrivain, Juriste
Administrateur des
affaires maritimes*

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) est composé de neuf membres nommés par le Président de la République.



Caroline Agathe THIAM

Consultante en Genre



Matar SALL

*Juriste
Spécialiste du droit des médias*



Ibrahima MBAYE SOPÉ

*Comédien,
Metteur en scène,
Directeur de casting*



Aliou SOW

*Avocat,
Président du Conseil national
de la Jeunesse du Sénégal*

La durée du mandat des membres du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel est de six ans. Les membres du Conseil sont nommés par le Président de la République. Ce mandat n'est ni renouvelable, ni révocable. Les membres du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel ne peuvent être poursuivis, recherchés, arrêtés ou jugés à l'occasion des actes accomplis ou des opinions émises dans l'exercice de leurs fonctions. Les services du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel sont coordonnés par un Secrétaire exécutif choisi parmi les agents de la hiérarchie A ou assimilée, nommé par décret sur proposition du Président du CNRA.



Marie Ndiaye NGOM

Secrétaire exécutif

Extraits de la loi portant création du CNRA (Compétences, Missions, Attributions)

**Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA)
est composé de neuf membres nommés par
le Président de la République.**

La durée du mandat des membres du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel est de six ans. Les membres du Conseil sont nommés par le Président de la République. Ce mandat n'est ni renouvelable, ni révocable.

Les membres du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel ne peuvent être poursuivis, recherchés, arrêtés ou jugés à l'occasion des actes accomplis ou des opinions émises dans l'exercice de leurs fonctions. Les services du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel sont coordonnés par un Secrétaire exécutif choisi parmi les agents de la hiérarchie A ou

assimilée, nommé par décret sur proposition du Président du CNRA.

Dans un contexte de régulation marqué par l'évolution du paysage média que sénégalais, l'Assemblée nationale a adopté en séance plénière, le 21 décembre 2005, la loi N° 200604 portant création du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel. Le CNRA remplace alors au Haut Conseil de l'Audiovisuel (HCA) créé en 1998 et au Haut Conseil de la Radio Télévision (HCRT) créé en 1992. Tous les médiateurs audiovisuels entrent dans son champ d'application de compétence quel que soit leur statut juridique.

Mission du CNRA :

- d'assurer le contrôle de l'application de la réglementation sur l'audiovisuel ;
- de veiller au respect des dispositions de la présente loi et de celles des cahiers de charges et conventions régissant le secteur.

Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel veille :

- à l'indépendance et à la liberté de l'information et de la communication dans le secteur de l'audiovisuel ;
- à la sauvegarde de l'enfance et de l'adolescence dans les contenus des programmes.
- au respect de la loi et à la préservation des identités culturelles, à l'objectivité et au respect de l'équilibre dans le traitement de l'information véhiculé par les médiateurs audiovisuels.
- Au respect de l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations reconnues de la société civile aux médiateurs audiovisuels dans les conditions fixées par les lois et règlements en vigueur ;

- Au respect des cahiers de charges applicables aux titulaires de concession portant autorisation d'exploitation d'un service de communication audiovisuelle ;
- à la libre et saine concurrence entre les entreprises de communication audiovisuelle.
- au respect des règles d'éthiques et de déontologie dans le traitement de l'information et dans la programmation des différents médias audiovisuels ; notamment en assurant le respect des institutions de la République, de la vie privée, de l'honneur et de l'intégrité de la personne humaine ;
- au respect de l'unité nationale, de l'intégrité territoriale et du caractère laïc de la République dans les contenus des messages audiovisuels,
- au respect de l'application stricte des dispositions des cahiers de charges relatives à la diffusion d'émissions interactives.

Attributions du CNRA

Article 7

Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel veille :

- à l'indépendance et à la liberté de l'information et de la communication dans le secteur de l'audiovisuel ;
- à la sauvegarde de l'enfance et de l'adolescence dans les contenus des programmes.
- au respect de la loi et à la préservation des identités culturelles, à l'objectivité et au respect de l'équilibre dans le traitement de l'information véhiculé par les médias audiovisuels.
- Au respect de l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations reconnues de la société civile aux médias audiovisuels dans les conditions fixées par les lois et règlements en vigueur ;

Article 8

- Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel fixe les règles concernant les conditions de productions, de programmation et de diffusion des émissions réglementées des médias audiovisuels pendant les campagnes électorales.

Article 9**Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel veille :**

- au respect des règles d'éthiques et de déontologie dans le traitement de l'information et dans la programmation des différents médiums audiovisuels ; notamment en assurant le respect des institutions de la République, de la vie privée, de l'honneur et de l'intégrité de la personne humaine ;
- au respect de l'unité nationale, de l'intégrité territoriale et du caractère laïc de la République dans les contenus des messages audiovisuels,
- au respect de l'application stricte des dispositions des cahiers de charges relatives à la diffusion d'émissions interactives.

Article 12

- En vertu de la présente loi, le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel exerce contrôle, par tous les moyens appropriés, sur le contenu et les modalités de programmation des émissions publicitaires diffusées par les sociétés nationales de programmations et par les titulaires des autorisations délivrées pour des services de communication audiovisuelle privés.

Article 15

- Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel supervise une émission programmée toutes les deux semaines, séparément à la Radio et à la Télévision publiques. Cette émission est réservée aux partis politiques légalement constitués pour leur permettre d'évoquer les questions d'actualité nationale et internationale sous forme de débats contradictoires.
- Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel veille au respect des principes d'équité, et d'équilibre entre tous les partis en tenant compte des contraintes du service public de la radio-télévision.

Article 16

- Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel veille au respect des dispositions de la loi 92-57 du 3 Septembre 1992 relative au pluralisme à la Radio Télévision, notamment des articles 14 à 18 sur la propagande des partis politiques, la retransmission des débats parlementaires et le pluralisme de l'information.

Procédure devant le CNRA

Article 17

Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel peut être saisi de toute violation des dispositions législatives et réglementaires régissant les médias audiovisuels ainsi

que l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations reconnues de la société civile aux médias d'Etat.

Article 18

Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel est en la personne de son Président par toute personne physique ou morale. La requête ou réclamation est formulée par écrit, datée et signée par une

personne ayant qualité à agir dans ce sens. Elle doit sous peine d'irrecevabilité énoncer avec suffisamment de précision les griefs articulés.



ACTIVITES STATUTAIRES

ACTIVITES STATUTAIRES

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel se réunit au moins deux fois par mois, sur convocation de son Président, à l'effet de délibérer sur les questions relevant de sa compétence. Pour pouvoir valablement délibérer, la présence d'au moins la moitié de ses membres est nécessaire. Pour l'année 2016, le Conseil, en plus des deux expériences électorales, a tenu ou participé à un certain nombre d'activités nationales et internationales relatives à sa mission de veille et de contrôle des médias.

I. ACTIVITES STATUTAIRES ORDINAIRES

I.1. Activités nationales

Atelier de formation des journalistes en dialogue social et en négociation collective 11 au 13 janvier 2016 - Dakar

Le Haut Conseil du Dialogue Social (HCDS) a initié un atelier, du 11 au 13 janvier 2016, à l'intention des journalistes à Dakar. Objectif : promouvoir le dialogue social au niveau des populations et d'animer le pacte national de stabilité sociale et d'émergence économique en collaboration avec les organes de presse. Il s'agit pour les initiateurs, de contribuer au renforcement des capacités en dialogue social et en négociation collective, en plus de mettre en place un réseau des journalistes spécialisés en dialogue social.

Les participants sont revenus sur des questions relatives à la vie des entreprises, aux relations professionnelles entre employeurs

et travailleurs et au quotidien des populations. Pour mieux saisir ces enjeux, il est nécessaire d'améliorer les aptitudes de l'ensemble des acteurs sociaux et des journalistes en particulier. Car, l'appréhension de cette problématique permettra aux journalistes de mieux assumer leur fonction de transmission de l'information par un traitement plus adéquat des questions sociales.

Mieux, la formation des journalistes au dialogue social est nécessaire parce que la presse est un secteur où surviennent des conflits auxquels il est important de trouver des solutions comme dans tout autre secteur socioprofessionnel.

Prix des meilleures productions médiatiques sur le foncier 2015

17 mars 2016 - Institut PANOS

Développer une information et une communication citoyennes sur les enjeux et la politique du foncier au Sénégal pour et par les femmes et les jeunes. C'est l'objectif de l'atelier organisé par l'Institut panos, avec l'appui de l'Union Européenne. Une activité qui entre dans le cadre du projet intitulé « Médias, femmes et jeunes : coopérer pour un débat critique et inclusif sur la gouvernance du foncier au Sénégal ». Plusieurs campagnes de production d'information ont été organisées avec des médias sur divers formats, de manière à

renforcer les capacités des médias à informer en profondeur les citoyens sur les enjeux de la réforme et les droits et devoirs en matière foncière. Les meilleures productions ont été identifiées et primées lors d'une cérémonie tenue le 17 mars 2016 en présence du CNRA, au regard du travail important déjà abattu par l'Organe de régulation pour l'amélioration de la qualité des contenus médiatiques. Le but principal est de mettre les médias et les populations en relation afin de les édifier sur les principes du foncier au Sénégal.

Séminaire sur Éthique journalistique et Droits de l'Enfant

24, 25 et 26 février 2016 – Dakar

Face aux dérives notées dans le traitement de l'image de l'enfant dans les médias et pour un meilleur respect de nos valeurs socioculturelles, la Cellule d'Appui à la Protection de l'Enfance (CAPE) de la Présidence de la République a organisé les 24, 25 et 26 février 2016, en partenariat avec l'UNICEF et le Groupe de travail sur les Droits de l'Enfant de l'Organisation internationale de la Francophonie, un séminaire sur « L'éthique journalistique et les Droits de l'Enfant ». Prononcé par son directeur de cabinet, Mouhamadou Bamba Niang, le discours du président du CNRA est revenu sur le constat, plus que préoccupant, des « dérives régulièrement notées » dans les médias, qui impactent et nuisent gravement, d'une part aux enfants, aux adolescents, à leur développement psychologique, intellectuel et social, d'autre part à la cohésion de la société qu'ils formeront demain.

Fort de ce constat, le CNRA a fait de cet enjeu une priorité, en comptant sur la convergence et la synergie des initiatives et forces des institutions publiques, autant que des familles et des associations qui se mobilisent sur la question.

Face à cette réalité des médias qui induisent des changements dans les comportements des usagers, notamment chez le public jeune, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel a engagé une initiative pour la protection du jeune public des écrans. Selon le président, la finalité du projet est de susciter l'amélioration de la qualité de l'offre que les jeunes reçoivent sur les divers écrans et mettre en œuvre des mécanismes de protection du jeune public, notamment l'application de la signalétique.

En plus du rôle de la loi, de l'Etat et des opérateurs télé, quelle responsabilité des acteurs des médias ?

C'est dans ce sillage qu'un atelier de validation d'un guide sur les Droits de l'Enfant à l'intention des acteurs des médias, s'est tenu, le 2 juin 2016. Ce document est

un outil d'information, de sensibilisation et aussi de plaidoyer pour le respect des droits de l'enfant dans la pratique journalistique.

Journée mondiale de la liberté de presse

03 mai 2016 - Dakar

« Absence de politique structurante dans les médias au Sénégal : quelles réponses ? » C'est le thème du panel de la Coordination des associations de la presse au Sénégal, à l'occasion de la journée mondiale de la liberté de presse, le 3 mai 2016.

La communication du CNRA est portée sur « Quelles orientations donner à la régulation pour un milieu plus assaini ? ». L'instance de régulation a décliné le mode d'accompagnement de la dynamique enclenchée pour la mise en place d'une politique de structuration et d'assainissement du secteur.

Pour un meilleur usage de la liberté d'expression dans le paysage médiatique, les participants ont retenu quelques démarches, notamment en attirant l'attention sur :

- la liberté d'expression avec le devoir de professionnalisme et de respect des lois et règlements en vigueur ;
- les dérives et manquements notés ;
- la nécessité de préservation du droit à la communication avec une politique de renforcement de la dynamique médiatique, favorisant la mise en œuvre de nouvelles normes juridiques et réglementaires, pertinentes pour la régulation et pour l'économie des médias en général ;
- l'initiation et l'accompagnement de bonnes pratiques pour une co régulation mutualisée entre autorités et acteurs du secteur.

Conférence sur le thème « Terrorisme et Droits Humains »

27 mai 2016 - Dakar

Echanger sur les nécessités de lutter contre la corruption et de respecter en même temps les droits fondamentaux des citoyens. C'est l'objectif de cette conférence sur le thème « Terrorisme et Droits Humains », le 27 mai 2016, tenue à la salle « ISEG » de la Faculté des sciences juridiques

et politiques de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar. C'est à l'initiative de l'ONG Amnesty International, en partenariat avec la Faculté des sciences juridiques et politiques et l'Institut des Droits de l'Homme de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar.

Les interventions et débats ont porté essentiellement sur le contexte d'insécurité que vit le monde. Non sans souligner l'urgence de prendre des mesures sécuritaires pour protéger la société contre les actes terroristes. Déplorant la restriction des libertés

d'expression des citoyens qui passe par l'apparition de nouveaux délits, le contrôle des réseaux sociaux, des médias, l'écoute des communications téléphoniques, les participants ont dégagé des recommandations aux États. Il s'agit :

- d'établir un équilibre entre la lutte contre le terrorisme et le respect des droits humains parce que souvent les nombreuses radicalisations sont le fruit des violations des droits humains ;
- de lutter contre la discrimination, l'exclusion, la pauvreté, le chômage des jeunes, entre autres.

Revue du Code électoral

9 juin 2016 - Dakar

Le CNRA a été installé officiellement, le 16 juin 2016, comme organe de gestion, de contrôle et suivi médiatique du processus électoral dans le cadre des travaux de la Commission technique de revue du Code électoral (CTRCE).

Cette implication du CNRA, en sa qualité d'Organe de gestion électorale (OGE) dans le processus électoral, pour participer aux rencontres d'échanges et de concertation entre les partis politiques, les représentants

de l'Administration, les organismes de contrôle et de suivi du processus électoral, la société civile et même parfois des institutions invitées et des experts électoraux.

Au cours des travaux sur la revue du Code électoral, en privilégiant, sans rien occulter, les dispositions permettant l'organisation des prochaines élections législatives, le CNRA avait soumis quelques propositions de modification du Code électoral.

Les propositions du CNRA étaient les suivantes :

- Interdire la publication ou la diffusion de chiffres ou résultats ne provenant pas des instances habilitées ;
- Interdire la diffusion, le jour de l'élection ou du referendum, de propos ou d'éléments de nature à porter atteinte à la sincérité, à la tenue ou à la poursuite du vote ou appelant ou encourageant au boycott ou à l'abstention ;
- Préciser à l'alinéa 4 de l'article L.61 que l'organe de régulation des médias peut prononcer les sanctions prévues dans la loi portant sa création.

Ces propositions, malgré les réactions des acteurs politiques qui estimaient que le Code électoral donne suffisamment de moyens au CNRA et malgré le fait que certains membres de la Commission les ont ressenties quelque peu comme des velléités de censurer la presse, ont été

retenues suite aux éclaircissements du Représentant du CNRA qui n'a pas manqué de déplorer le fait que les réactions n'aient pas porté sur le contenu même du document remis aux participants depuis longtemps. Il a été suggéré de les reformuler au besoin.

Atelier de partage et de validation du projet pilote d'Éducation aux médias et par les médias

18 et 19 juin 2016 - Dakar

L'atelier de partage et de validation du projet pilote d'Éducation aux médias et par les médias s'est déroulé les 18 et 19 juin 2016, l'initiative du Réseau des Acteurs et des Professionnels des Entreprises et Industries Culturelles de l'Afrique de l'Ouest (RAPEICAO), avec l'appui du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA). Le but final est de réunir les différents acteurs pour fédérer les initiatives et mutualiser les moyens pour la prise en

charge de ce projet structuré autour des expériences en méthodes d'éducation active et des compétences des partenaires institutionnels, techniques et pédagogiques.

Un tel exercice permet de prendre en charge la problématique de l'encadrement et de la protection des enfants et des adolescents dans leurs usages et pratiques des outils numériques et de l'Internet.

Au terme des travaux, les participants ont formulé des recommandations à trois niveaux :

1 - Autorégulation :

- la prise en compte de la protection des jeunes publics par rapport aux contenus en ligne dans les règles de déontologie et d'éthique qui encadrent la profession

2 - Réglementation :

- La prise en compte du particularisme des données personnelles des mineurs dans les dispositifs de protection du jeune public.
- L'amélioration de la spécialisation des opérateurs de Police Judiciaire et les Magistrats en matière de traitement de la cybercriminalité
- Le recours aux sanctions et procédures d'urgence notamment le référé pour faire cesser les troubles en ligne préjudiciable aux médias
- Une meilleure prise en charge réglementaire du rôle de l'éditeur de contenus en ligne et aussi celui du fournisseur d'accès Internet dans la lutte contre les contenus préjudiciables.

3 - Stratégies et politiques publiques

- Intégration de la protection des mineurs dans la stratégie nationale de protection de l'enfance face aux risques liés aux médias.
- Adoption d'un cadre de consolidation du partenariat public /Privé dans la prévention et la lutte contre les préjudices au détriment de populations mineures.
- Instaurer une coordination objective des actions et interventions en matière de protection de l'enfance
- La promotion de la culture de la « cyber-sécurité » par l'éducation et la formation aux médias numériques.
- Former et sensibiliser les parents concernant les risques intrinsèques à un usage non averti des médias numériques.
- Mettre en place des outils de mutualisation, de pérennisation des initiatives et projets dans le cadre de la protection de l'enfance (des mineurs).

Atelier sur le financement des partis politiques au Sénégal

28 juin 2016 - Dakar

L'ONG Article 19, en partenariat avec Africa Freedom of Information Center (AFIC) basé en Ouganda et avec l'appui du National Endowment for Democracy, a organisé le 28 juin 2016 un atelier d'échange autour d'une étude pilote sur le financement des partis politiques au Sénégal et en Ouganda. L'atelier avait pour objectifs de partager les résultats de l'étude, générer des connaissances et sensibiliser sur la nécessité d'adoption de lois et stratégies concernant l'accès à l'information qui guident la transparence du financement des candidats et des partis politiques aux élections en Afrique.

Pour les organisateurs, il s'agit de dégager les pistes pour améliorer les réflexions sur la transparence et la recevabilité des processus électoraux au Sénégal et en Ouganda, à permettre à la société civile, aux médias, aux partis politiques et aux organismes gouvernementaux de se livrer à la surveillance du financement des partis politiques.

L'étude a fait ressortir qu'il n'y a que des mécanismes de financement public indirect. L'étude révèle également qu'à ce jour ; il n'y a pas encore de financement public direct des partis politiques au Sénégal.

Les financements indirects passent notamment l'intervention de l'Etat lors des jogs électoraux en prenant en charge certaines opérations électorales. De même, lors des campagnes électorales, les pouvoirs publics organisent les moyens de diffusion des informations, notamment les affichages. Dans ce sillage, la législation organise l'accès aux médias lors des campagnes électorales. A titre illustratif lors de l'élection présidentielle, l'organe en charge de la régulation des médias assure l'égalité entre les candidats dans l'utilisation du temps d'antenne, dans l'audiovisuel public.

L'étude recommande d'aller vers le financement public direct qui est souhaitable dans une démocratie qui s'organise et qui se développe, afin de respecter le principe d'égalité surtout lors des compétitions électorales.

Visite de travail du Président en exercice du RIARC et du Président du CSC du Niger

18 juillet 2016 - Dakar

Le Président en exercice du Réseau des instances africaines de régulation de la communication (RIARC), Abdourahamane OUSMANE, et Président du Conseil supérieur de la Communication (CSC) du Niger, étaient en visite au Sénégal qui rentre dans le cadre de la mise en œuvre de la feuille de route du RIARC. Devant l'équipe du CNRA, le Président du RIARC a souligné son souhait,

avant la fin de son mandat à la tête de l'instance, de confectionner une boîte à outils sur la régulation des médias en période électorale. En conséquence, il souhaiterait recueillir l'expérience du CNRA dans ce domaine, en termes de bonnes pratiques.

Le Conseiller Matar SALL a présenté l'expérience du CNRA en matière de

supervision de la couverture médiatique en période électorale. Ses informations ont été complétées par le Directeur du Cabinet du Président, M. Cheikh Mouhamadou Bamba NIANG. Au terme de ces exposés, le Président du RIARC a fait le parallélisme

entre le CNRA et le CSC. Il a notamment souligné que les expériences sont presque similaires, à la différence que le CSC dispose d'antennes, de relais formés en monitoring dans chacune des 6 régions du Niger.

Atelier de l'Association des Editeurs et Professionnels de la presse en ligne (APPEL) 11-13 août 2016 - Dakar

L'Association des Éditeurs et Professionnels de la presse en ligne (APPEL) a initié, les 11,12 et 13 août 2016, un atelier sur « la Labellisation et l'Élaboration d'un Cahier des Charges pour la Presse en Ligne ».

L'objectif de l'atelier était de réunir tous les acteurs des médias pour approfondir le travail d'assainissement et de professionnalisation de la presse en ligne et, par ricochet, mettre un terme à l'inflation des dérives qui entachent considérablement la crédibilité et l'essor de la presse en ligne.

Face aux dérives de la presse en ligne en plein essor, les participants se sont accordé sur la nécessité de renforcer le dispositif répressif en l'accompagnant toutefois de mécanismes incitatifs positifs, d'où l'importance de mettre sur pied un organe chargé de la labellisation qui devra inviter la presse en ligne à obéir différentes étapes et respecter des critères prédéfinis. En plus, un groupe de travail sur le cahier des charges a été formé pour, d'une part, auditer le Titre 4 du projet de code de la presse et, d'autre part, élaborer un cahier des charges pour la presse en ligne.

Atelier de formation en photojournalisme 19 au 23 septembre 2016 - Dakar

L'Union nationale des Photojournalistes du Sénégal, en partenariat avec l'Ambassade des États Unis a organisé du 19 au 23 septembre 2016, à Dakar, une session de renforcement des capacités destiné à ses membres, dans les locaux du CESTI.

Monsieur Matar SALL, représentant le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel du Sénégal (CNRA), a fait la présentation de l'instance de régulation en rappelant le rôle de celle-ci dans la diffusion des images.

Cet atelier de renforcement d'une durée de cinq jours a permis aux participants de mieux maîtriser, d'une part les aspects professionnels à savoir :

- place et rôle du photojournaliste dans les médias
- photojournalistes et nouvelles technologies
- conception d'un reportage photojournalistique
- qualités et facteurs limitant dans l'exercice du métier du photojournalisme

d'autre part, le volet technique suivi de pratique sur les aspects suivants :

- compétences du Photojournalisme
- utilisation des fichiers RAW, TIFF ou JPEG
- zone system ?
- code déontologique
- règle des tiers
- stockage et Archivage
- utilisation du Base de DSLR
- maîtrise des matériels et des supports et une culture générale indispensable à une bonne pratique de leur profession,
- une initiation aux réglages de l'appareil photographique numérique,
- acquisition des notions de base de la photographie numérique,
- renforcement des notions de composition, d'éclairage, de cadrage ainsi que la psychologie et la signification des couleurs,
- connaissance des pouvoirs de l'image d'information,
- place de l'éthique et de la déontologie dans le travail des photographes,
- capacités juridiques des participants sont renforcées, au droit à l'image et au droit de l'image,



Atelier de restitution de l'étude portant évaluation des besoins de renforcement des capacités des Organes de Gestion électorale (OGE)

30 novembre 2016 - Dakar

L'atelier de restitution de l'étude portant évaluation des besoins de renforcement des capacités des Organes de Gestion Électorale (OGE) a été organisé par One World en partenariat avec l'USAID, le 30 novembre 2016. L'étude portait sur les systèmes de

collecte, de traitement et de transmission des résultats. Le but recherché est de permettre une amélioration significative de la technologie électorale et le renforcement du système à travers un meilleur usage de la Technologie de l'Information et de la Communication.

L'étude a recommandé :

- de mener un travail de sensibilisation et de plaidoyer pour engager tous les acteurs en faveur de l'amélioration de la technologie électorale ;
- de réviser la loi électorale pour permettre à la Commission nationale de Recensement des Votes (CNRV) d'annoncer les résultats sur la base des PV scannés ;
- d'améliorer le système actuel de gestion des données électorales ;
- de définir une vision pour l'utilisation des TIC dans les élections.

Les discussions ont permis de montrer quelques limites et insuffisances de l'étude comme la non-implication de tous les organes de gestion électorale. A ce niveau, il a été signalé qu'une telle étude ne peut

se faire sans intégrer et prendre en compte le CNRA qui participe aux différentes phases du processus électoral et même aux travaux de revue du code électoral.

I.2. Activités à l'international

Visite en Turquie – Ankara et Istanbul

1^{er} au 06 février 2016 - Dakar

Une délégation sénégalaise composée par des journalistes et un membre du Conseil national de la Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) s'est rendue, sur invitation de la Direction Générale de la Presse et de l'Information de la République de Turquie, à Ankara et Istanbul, du 1^{er} au 06 février 2016.

En visitant diverses structures, notamment à la Radio Télévision Turque (TRT), à la Direction Générale de la Presse et de l'Information, la délégation sénégalaise a constaté l'expansion du secteur de la presse est très dynamique. Un secteur très dynamique et fourni.

Le secteur public, notamment la Radio Télévision Turque (TRT) compte 16 chaînes de télévision, 10 chaînes de radio et les nouveaux médias (web), en plus des chaînes thématiques : information, enseignement, religion, enfant, divertissement, documentaire, sport, en arabe, en anglais (TRT World), TRT Avast qui est diffusée en Asie. Cette palette de chaînes attache une importance à la qualité des contenus.

Elle ne met plus les objectifs commerciaux en avant plan ; ce qui lui a valu la place de deuxième chaîne la plus regardée dans le pays ces deux derniers mois, alors qu'il y a un an elle n'était pas sur les dix premières chaînes.

La TRT a un budget d'1,5 milliard de dollar dont les 2/3 proviennent des redevances perçues sur les factures d'électricité (chaque citoyen paie 2% de sa facture à la TRT) et des revenus de la vente des banderoles

dans les radios et télévisions. Le 1/3 restant vient des publicités et de la vente de production.

Il n'y a pas de subventions directes de l'État à la TRT. Le Personnel de la TRT tourne autour de 8.000 agents. En ce qui concerne les chaînes de télévisions privées, la Turquie compte 55 chaînes nationales, 23 régionales et plus de 1000 chaînes de télévision locales (municipales). Elles ne reçoivent pas directement une subvention de l'Etat. Elles bénéficient toutefois des annonces réparties par un comité en fonction de l'importance des médias et de leur audience.

Face à cette expansion médiatique, un Conseil supérieur de la radiodiffusion télévision a été mis sur pied pour contrôler les diffusions sur le territoire turc.

Tous les médias, publics comme privés, sont au même statut et donc ont les mêmes responsabilités. Le Conseil prononce des sanctions en cas de manquements. En cas de suspension d'un programme ou d'une émission, soit la chaîne ne propose rien (écran noir), soit il diffuse un programme d'intérêt général ou un documentaire.

Ces dispositions juridiques pour réglementer ce secteur ne portent pas atteinte à la liberté d'expression. Pas de journalistes détenus en prison pour des délits de presse. Environ 300 journalistes qui travaillent pour les chaînes étrangères en toute liberté sans courir le risque de voir leur permis de travail retiré. Mieux, en un jour, un journaliste étranger peut avoir son autorisation.

Audience accordée à son Excellence Alberto VIRELLA, Ambassadeur d'Espagne au Sénégal

11 février 2016 - Dakar

Le Président du CNRA, Monsieur Babacar Touré, a reçu une délégation de l'Ambassade d'Espagne, composée de Monsieur Alberto Virella, Ambassadeur et de Monsieur Ignacio Garrido Antonio, Premier Secrétaire, le jeudi 11 février 2016. Les échanges ont porté sur la dynamique du CNRA, son autonomie institutionnelle, son approche « capacitante » et responsable pour le renforcement des professionnels du secteur de l'audiovisuel au Sénégal. Le Président est revenu sur le rôle du Conseil de promouvoir une offre médiatique plurielle favorisant la cohésion sociale comme reflet d'une société équitable, avec plus de visibilité pour les minorités vulnérables, une meilleure protection pour l'enfance.

Selon lui, les médias se doivent d'aider à faciliter la cohabitation inter-religieuse, interculturelle quelques soient les croyances et/ou les ignorances que l'on pourrait attribuer à certaines franges de la population qui malgré tout appartiennent à notre société.

Par ailleurs, il a soulevé la grande préoccupation de l'institution pour la sécurité nationale, A l'heure où le terrorisme mondial se nourrit de la pauvreté, du désespoir de certains groupes sociaux et s'essaie à

travers les médias, à infiltrer, à envahir les imaginaires et les rêves de ceux-ci.

Le Président a expliqué les grandes lignes de la démarche « capacitante » et pédagogique prônée par le CNRA, selon lui, la régulation se doit de comprendre son cadre d'exercice avant d'orienter, de décider conformément à ses prérogatives.

Si certains manquements persistent malgré les recommandations et les orientations, le président souligne que le CNRA, dans sa dynamique actuelle n'est pas favorable à toute décision visant la fermeture de services audiovisuels. Car, selon lui, il ne faut pas « brider » la création et/ou la liberté d'expression, la démarche se situe véritablement dans la gestion des équilibres sur l'offre programmatique, tout en prenant à témoin l'opinion par le partage systématique de nos réflexions, de notre démarche.

Monsieur Alberto Virella, Ambassadeur de la République d'Espagne, estime que ce type d'échange permet à son pays de mieux s'informer en s'ouvrant à tous les qui jouent un rôle important dans la gouvernance sociale des pays dans lesquels son pays a une représentation diplomatique.

Audience de Madame Félicity Thompson de l'ONG Human Rights Watch 21 juin 2016 - Dakar

L'état des Droits Humains au Sénégal a été l'objet de la visite de Madame Felicity Thompson, en mission de recherche à Dakar, le 21 juin 2016, au CNRA. La chercheuse de l'ONG chargée de l'Afrique de l'Ouest a dit avoir été particulièrement attirée et intéressée par les rapports annuels du CNRA, particulièrement les aspects en relation avec les droits humains comme l'interdiction des déclarations xénophobes et de toute discrimination. Non sans signaler que sa visite s'inscrivait dans le cadre d'un projet de recherche sur les droits de l'homme. Selon le Conseiller Matar Sall, le rôle du CNRA consiste à veiller au respect de l'image, la réputation, l'honneur et de la dignité de la personne

humaine mais également à la préservation des identités culturelles. Dans le sens de faire respecter ce droit fondamental, le CNRA s'autosaisit souvent lorsqu'il constate des violations flagrantes dans les contenus médiatiques. C'est d'ailleurs dans ce sillage que Matar Sall a notamment rappelé la position du CNRA sur le procès Hissène HABRE, en précisant que l'institution s'était opposée à la volonté des Chambres africaines extraordinaires de retransmettre en direct et en intégralité les audiences.

Madame Thomson a exprimé toute sa satisfaction et a renouvelé toute l'attention de l'ONG Human Rights Watch pour le travail du CNRA.

Séminaire sur la conservation des archives audiovisuelles 30 octobre au 1er novembre 2016 - Maroc

La HACA du Maroc en partenariat avec la HACA de Côte d'Ivoire a organisé un séminaire consacré à « La conservation des archives audiovisuelles », du 30 octobre au 1^{er} novembre 2016, conformément à la mise en œuvre de la Feuille de route tracée par la 4^{ème} Conférence des Présidents du REFRAM tenue à Abidjan les 14 et 15 juin 2015. Objectifs majeurs :

- développer un fort plaidoyer à l'adresse des décideurs politiques et des médias concernés ;
- mener une profonde réflexion sur les meilleurs choix à recommander en matière de systèmes d'archivage, de mode de gestion de ces fonds et de formation des ressources humaines qualifiées.

Les participants se sont penchés, durant ces deux jours, sur les dispositifs institutionnels et les systèmes techniques et numériques d'archivage des fonds de l'audiovisuel et du film des politiques publiques. Le but final est de consolider davantage la sensibilisation,

dans tous les pays représentés, des décideurs dépositaires ou en charge de la gestion et de la protection de ce pan crucial et précieux des mémoires collectives, tout particulièrement en Afrique.

Séminaire de la HAICA de Tunisie

16 - 18 novembre 2016 - Tunis

Le Réseau francophone des Régulateurs des Médias (REFRAM), en partenariat avec la Haute Autorité indépendante de la Communication audiovisuelle (HAICA) a organisé du 16 au 18 novembre 2016 à Tunis un séminaire sur « Les médias audiovisuels de service public : quelles mutations, pour quel avenir ? ».

Ce cadre de réflexion et de partage d'expériences qui s'inscrit dans le cadre de la feuille de route 2016/2017 du REFRAM, est une occasion pour les participants de mieux appréhender les nouveaux enjeux

technologiques et économiques de la communication audiovisuelle, de mener des réflexions autour de l'évolution de la régulation des médias dans un environnement convergent et d'entrevoir des relations de coopération.

Les représentants d'une quinzaine d'instances africaines et européennes de régulation de l'audiovisuel ainsi que de représentants d'organisations professionnelles, mais aussi d'experts ont dégagé quelques recommandations au terme des travaux du séminaire.

Il s'agit de :

- élaboration d'un cadre juridique approprié pour garantir l'indépendance des médias de service public ;
- établissement de critères transparents pour la nomination des dirigeants en vue de permettre une gouvernance de ces médias pour s'acquitter de leurs missions de service public ;
- élaboration de cahiers des charges applicables aux médias de service public.

En plus, des mesures ont été retenues, dans la Déclaration de Tunis, pour les pouvoirs publics, les autorités de régulation et les médias de service public.

D'abord, il est attendu de l'Etat de :

- garantir l'indépendance des instances de régulation particulièrement dans leurs efforts de réguler les médias de service public en conformité avec la mission qui leur échoit ;
- garantir l'indépendance des médias de service public en leur octroyant les moyens adéquats pour remplir pleinement leurs missions ;
- aider à un meilleur positionnement des médias de service public dans un contexte de plus en plus concurrentiel ;
- mettre en place un cadre juridique pour permettre une meilleure gestion des ressources humaines et financières et de leur affecter des moyens techniques nécessaires à leur développement ;

8^{ème} Conférence des Instances de Régulation de la Communication d'Afrique (CIRCAF) 06 au 08 décembre 2016 - Cotonou

La 8^{ème} Conférence des Instances de Régulation de la Communication d'Afrique (CIRCAF) s'est tenue du 06 au 08 décembre 2016, à Cotonou au Bénin, sur le thème : « Régulation des supports de diffusion numérique et des médias en ligne : opportunités et défis. ». Le Sénégal a prononcé la communication introductive de

la conférence sur « Le rôle des régulateurs africains face à l'avènement de numérique ». La communication insiste sur le brouillage des frontières sectorielles à l'heure de la convergence des technologies, de l'information et de la Communication, remettent en cause les compétences et l'autorité des acteurs de la régulation.

M. Matar Sall a fait observer qu'à l'ère de la convergence technologique, l'Internet relève en partie de la réglementation audiovisuelle pour certains des contenus en tant que média et de celle des télécommunications en tant que réseau et n'est gouverné par aucune des deux. Selon lui, l'exercice de la régulation devra prendre en charge la distinction entre les services audiovisuels linéaires (programmés) et non linéaires (service à la demande des téléspectateurs). La communication a insisté sur le rôle fondamental du Régulateur audiovisuel qui jouera un rôle important dans :

- la préservation du droit à la communication et à la liberté d'information ;
- la promotion d'une régulation sectorielle des contenus des fournisseurs de médias audiovisuels ;
- l'identification de la responsabilité éditoriale des fournisseurs de programmes audiovisuels mis à part l'Internet ;
- la construction d'espaces d'inclusion et de régulation ;
- la mise en œuvre de nouvelles juridictions, nouveaux outils pertinents pour la régulation ;
- le renforcement des capacités des acteurs ;
- la mise en place d'un système de monitoring fiable.

Pour ce faire, M. Matar Sall a insisté sur le renforcement des moyens financiers et des prérogatives des instances de régulation de même que le développement des capacités et compétences nouvelles

pour la régulation des nouveaux médias. Non sans appeler à une plus grande visibilité des instances de régulation et un renforcement des réseaux de réflexion et d'échanges d'expérience comme le RIARC.

Revenant sur la 8ème CIRCAF, les participants ont formulé quelques recommandations pratiques :

1. replacer la liberté de la communication audiovisuelle au cœur de la transition numérique dans les pays membres du RIARC en créant les facilités nécessaires pour la liberté d'expression, l'accès aux sources d'information, le respect de la dignité humaine, l'égalité des genres ;
2. renforcer la coopération interinstitutionnelle entre d'une part, les membres du RIARC et d'autre part, entre les instances membres du RIARC et les instances membres des autres plateformes de régulation de l'audiovisuel et des télécommunications ;
3. mettre en place, à travers les politiques publiques, les cadres juridiques adaptés ainsi que les moyens techniques, financiers et humains idoines.

Réunion des partenaires FLOW

Pour mettre en œuvre un projet intitulé « Women : Occupy the Media ! » en Côte d'Ivoire, au Mali, au Niger et au Sénégal, l'IPAO a bénéficié d'une subvention du Ministère des Affaires étrangères des Pays-Bas dans le cadre de FLOW.

D'une durée de cinq ans, ce projet vise à accroître la représentation politique des femmes ainsi que leur autonomisation dans la lutte contre les violences basées sur le genre, cible les professionnels des médias,

les organisations de femmes et de jeunes filles, mais également d'autres acteurs comme les décideurs et les leaders religieux modérés.

Dans la recherche de partenariats stratégiques et opérationnels dans les différents pays, l'IPAO a identifié un certain nombre d'organisations, parmi lesquelles le CNRA au Sénégal. C'est ainsi qu'une rencontre d'information et de mise à niveau s'est tenue du 18 au 21 octobre 2016 à Dakar sur ledit projet.

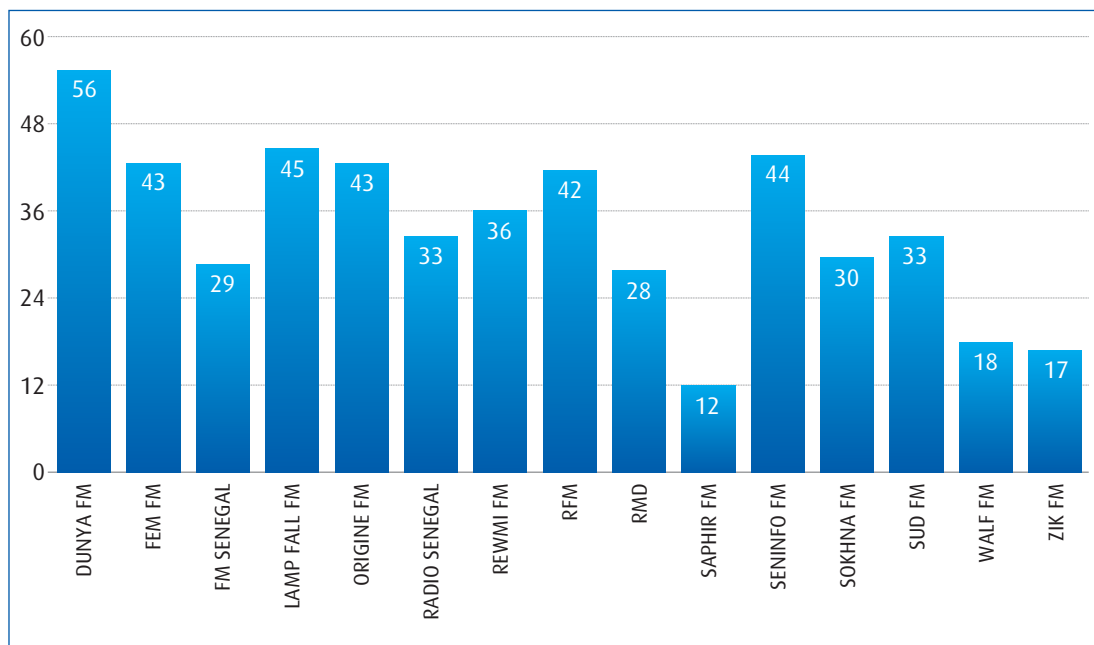
LE MONITORING : QUELQUES CHIFFRES SUR L'OFFRE AUDIOVISUELLE

Le paysage audiovisuel du Sénégal a beaucoup évolué suite au passage à la Télévision numérique terrestre (TNT), on compte aujourd'hui pas moins de 17 télévisions et plus de 200 radios opérationnelles. Cet exercice sur l'offre programmatique audiovisuelle du Sénégal se base sur un échantillon (16 éditeurs Radio FM et de 10 éditeurs de Télévision) non exhaustif, mais non moins représentatif de la dynamique nationale.

1. Les Radios

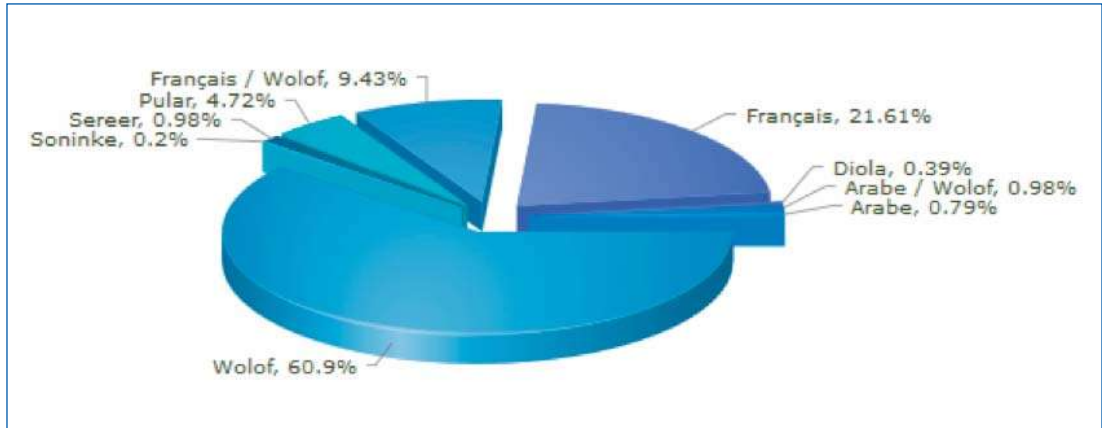
Le monitoring a recensé 509 programmes diffusés en continu sur quinze stations de radiodiffusion en mode FM. Ce sont, par ordre alphabétique : DUNYA FM, FEM FM, FM SENEGAL, LAMP FALL FM, ORIGINE FM, RADIO SENEGAL, REWMI FM, RFM, RMD, SAPHIR FM, SENINFO FM, SOKHNA FM, SUD FM, WALF FM, ZIK FM.

• Densité programmatique par éditeur radio



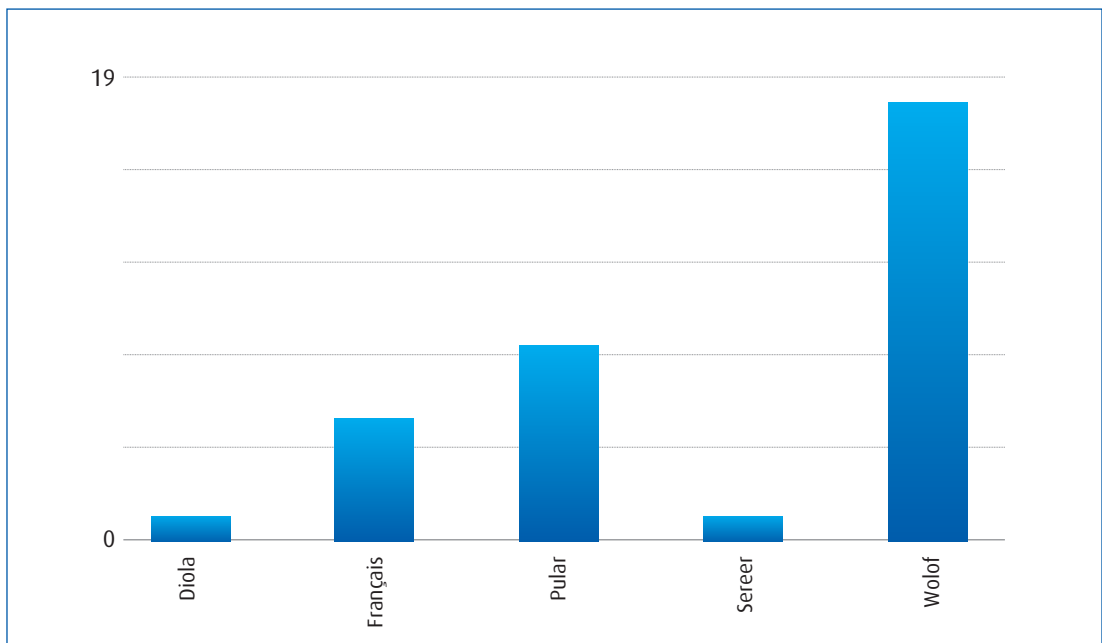
Le graphique ci-dessus, nous donne un aperçu quantitatif du nombre de programmes (émissions) diffusés au quotidien par chacun de ces éditeurs de radiodiffusion. Il ne s'agit en aucun cas d'un classement qualitatif.

• Les langues locales dans les programmes radiophoniques



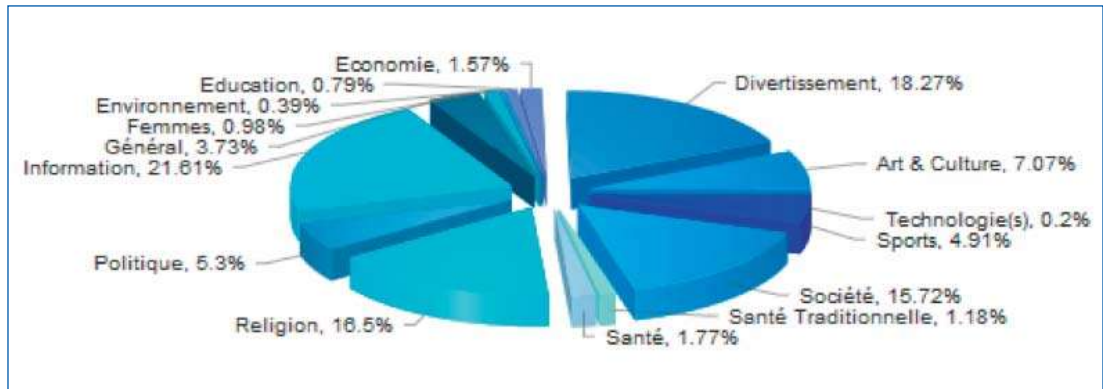
Le graphique ci-dessus, nous édifie sur la présence des langues locales dans les programmes. Sur l'ensemble de ces radios, le wolof apparaît comme la langue la plus courante dans les émissions, avec un pourcentage de **60,9 %** devant le français qui représente **21,61 %** des programmes radiophoniques.

• Les langues utilisées dans les émissions de Radio Sénégal (Service public)



Ce graphique renseigne sur la présence des langues locales dans les programmes du service public. Sur Radio Sénégal notamment, on remarque une plus grande représentativité des langues locales même si le wolof, une fois de plus, domine les autres langues car sur 33 programmes recensés, 18 sont diffusées en Wolof.

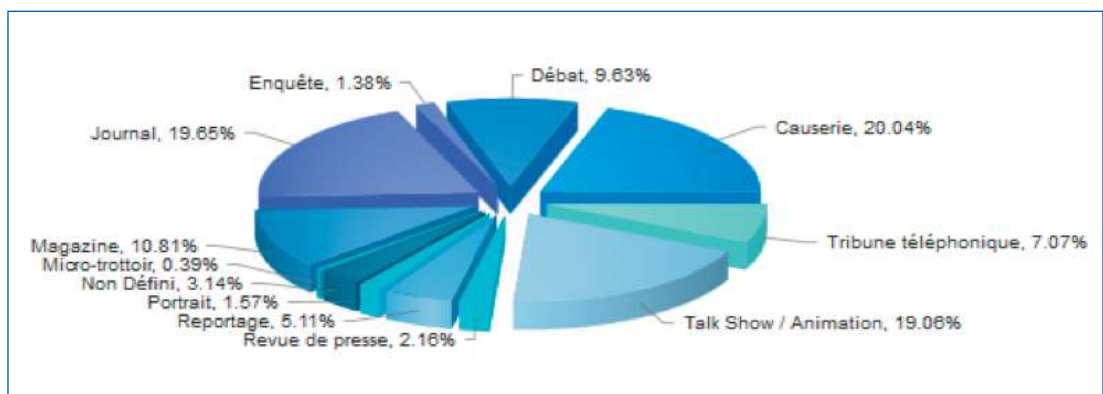
• La répartition des thèmes de l'offre programmatique radio



Ce graphique donne une idée de la diversité thématique de l'offre de contenus radiophoniques. Les programmes d'information (Emission d'information, JT) plafonnent à **21,61 %**, les émissions de divertissement représentent **18,27 %** de l'offre, la religion qui occupe une place importante avec pratiquement **16,5 %** des temps d'antenne.

Remarque : la politique est aussi présente dans les émissions d'information, les **4,9 %** relevés pour cette thématique concernent des formats de diffusion, notamment les Magazines et Débats, exclusivement dédiés à ce thème.

• Les formats utilisés pour la diffusion des programmes radiophoniques

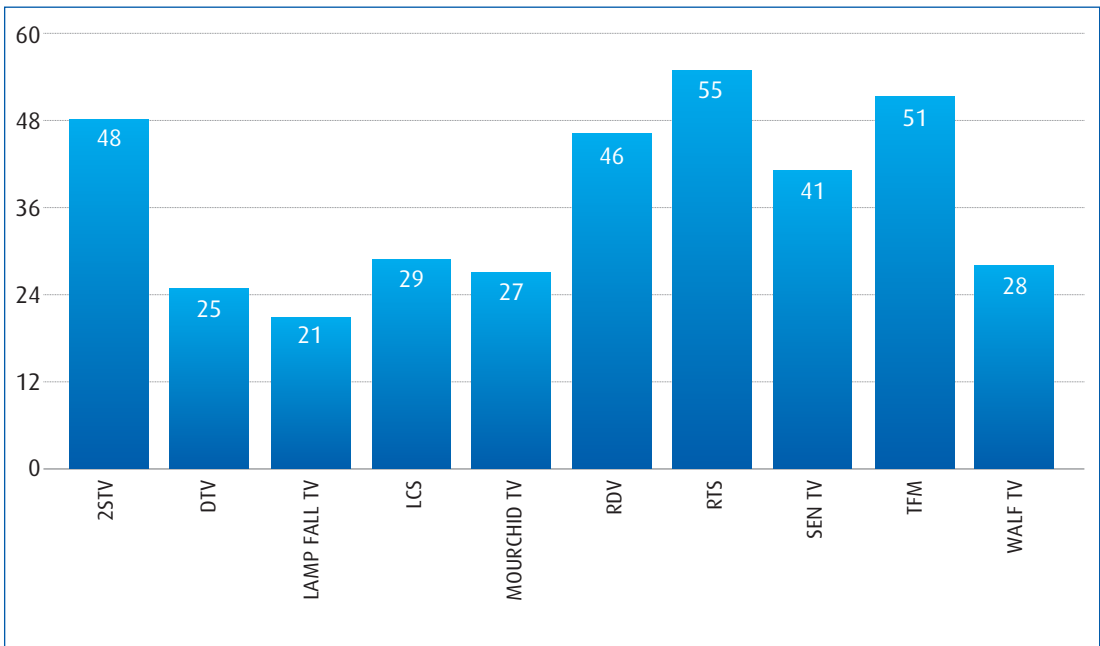


Le graphique ci-dessus donne des indications statistiques sur les formats de diffusion selon la typologie des contenus. La prédominance des émissions religieuses explique le taux de **20,04 %** attribué au format « **Causerie** » caractéristique des émissions portant essentiellement sur cette thématique. Le format « **Journal** » avec **19,65 %**, qui concerne la plupart des contenus d'information, le format « **Magazine** » avec une représentation de **10,81 %**.

2. Les Télévisions

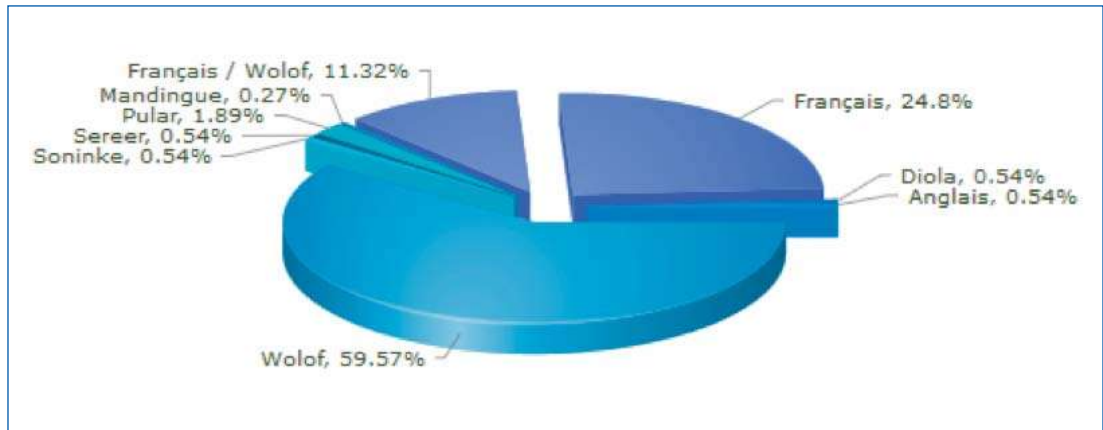
Le service de monitoring a relevé 373 programmes diffusés en continu sur la TNT par une dizaine d'éditeurs de télévision. Par ordre alphabétique, il s'agit de : 2STV, DTV, LAMP FALL TV, LCS, MOURCHID TV, RDV, RTS, SEN TV, TFM, WALF TV.

• Densité programmatique pour chaque Télévision.



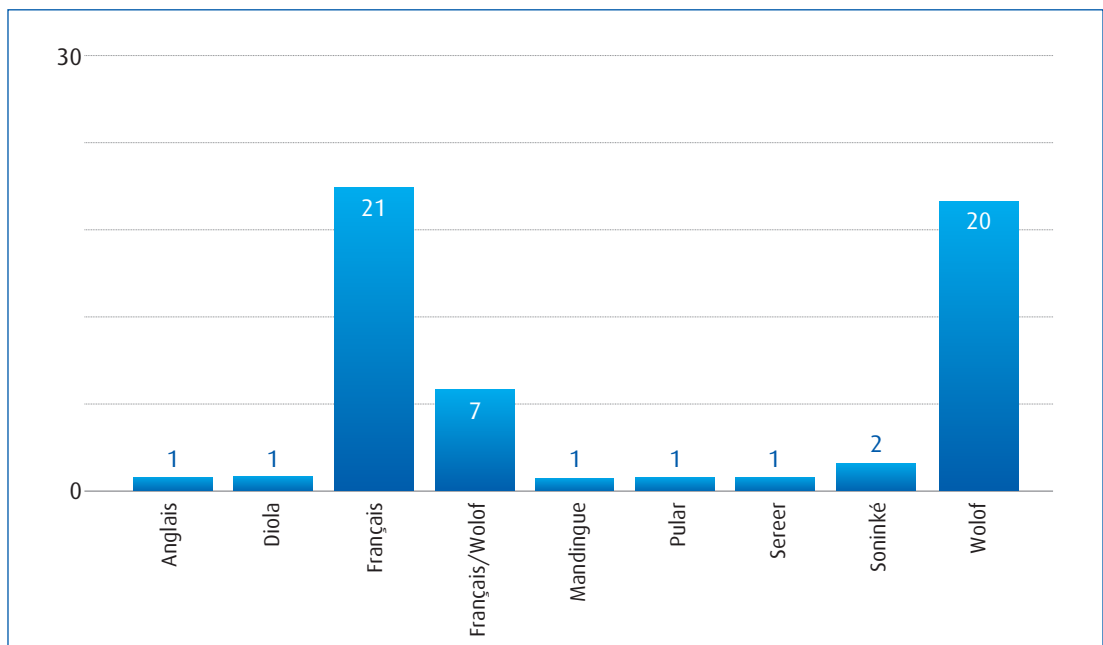
Le graphique ci-dessus présente un aperçu du nombre de programmes (émissions) diffusés au quotidien par chaque éditeur de télévision de notre échantillon. Sur le plan quantitatif, au moment où nous faisons le recensement, la RTS offrait plus de contenus avec 55 programmes répertoriés, suivait la TFM avec 51 programmes et enfin la 2STV qui proposait 48 programmes.

• Les langues locales dans les programmes de télévision



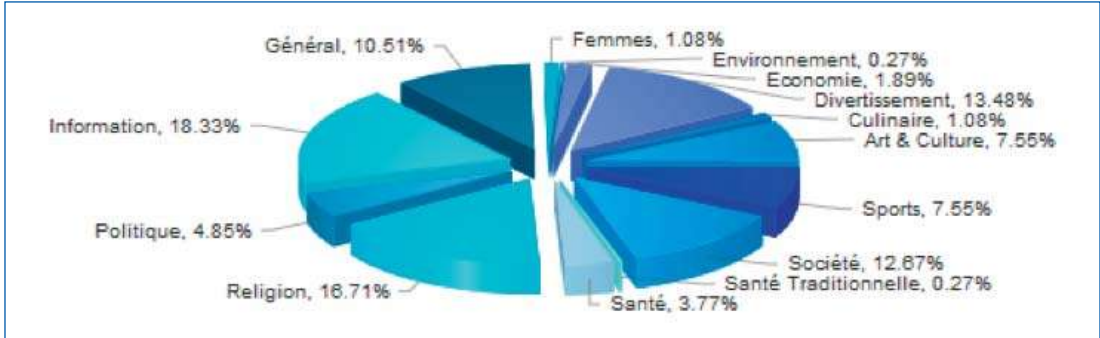
Le graphique ci-dessus indique que la langue wolof est la plus parlée avec un pourcentage de **59,57 %** devant le français qui représente **24 %** des programmes radiophoniques.

• Les langues locales dans les programmes de la télévision nationale, la RTS (Service public).



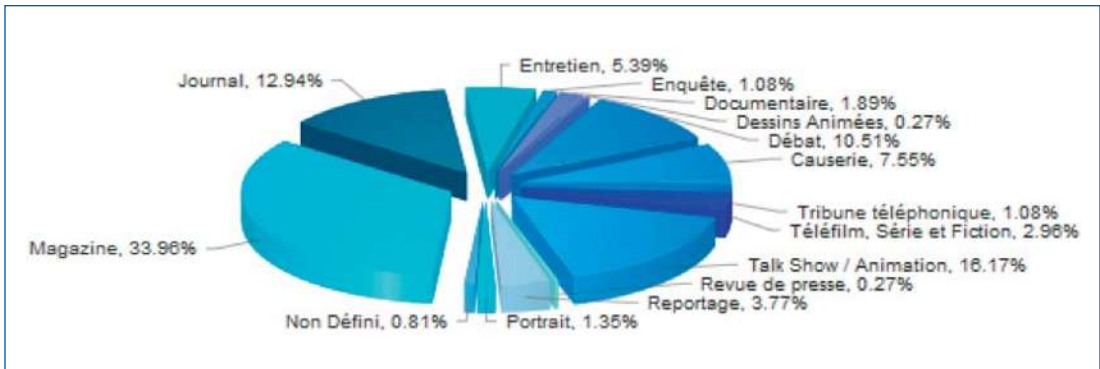
En étudiant ce graphique, on remarque, comme pour la radio, que les langues locales sont mieux représentées. Cependant, le français, avec 21 programmes recensés, domine légèrement le wolof qui compte 20 unités sur l'ensemble des 55 programmes recensés.

• La répartition des thèmes des programmes de télévision



Après les émissions d'information (journaux télévisés, magazines) qui constituent **18,33 %** de l'offre sur notre échantillon, la religion occupe une place importante à la télévision avec pratiquement **16,71 %** des temps d'antenne pas très loin des **16,5%** relevés pour les contenus radiophoniques. Nous avons deux chaînes, MOURCHID TV et LAMP FALL TV, qui consacrent une bonne partie de leur programme à la religion, ce qui peut expliquer cette forte présence de la religion à la télévision.

• Les formats utilisés pour la diffusion des programmes de télévision



Synthèse des plaintes, saisines, auto-saisines

Les dernières statistiques transmises par l’Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes (ARTP) au Conseil établissent que :

- quelque 308 fréquences FM ont été concédées à des opérateurs radio nationaux et 19 à des opérateurs radio étrangers ;
- plus de 50 fréquences de télévision ont été concédées à divers opérateurs.

Pour un paysage médiatique sénégalais relativement fourni, l’instance de régulation s’est dotée d’un système de monitoring pour renforcer ses moyens de surveillance des programmes audiovisuels.

Le monitoring des émissions a permis d’identifier et de répertorier un certain nombre de dérives dans les médias, notamment lors du référendum du 20 mars 2016 et du Haut Conseil des Collectivités territoriales (HCCT) du 4 septembre 2016. Grâce au service de monitoring, le Conseil a constaté :

- 1 - La rupture de l’équilibre entre les courants, pour des raisons essentiellement pécuniaires, par plusieurs médias, qui ont diffusé de la publicité politique payante, en particulier au profit du « Courant du OUI ».
- 2 - Les propos inappropriés sur le Président de la République, tenus par la présentatrice du « Journal Afrique » sur TV5 Monde, le 22 février 2016 ;
- 3 - Un article programmé sur le site d’informations « Jeuneafrique.com » le 19 mars 2016, veille du référendum, et consacré à une personnalité politique appartenant au « Courant du NON » ;
- 4 - Un certain nombre de médias a laissé persister des appels et images en faveur du courant du OUI ou du NON ;
- 5 - Les radios communautaires se sont également engagées dans la couverture du référendum, ce qui constitue une violation manifeste des cahiers des charges ;
- 6 - Dans sa veille médiatique, le comité conjoint CNRA-CORED a constaté qu’au cours des deux journées - la veille et le jour du référendum où il est interdit la diffusion de toute propagande électorale - un certain nombre de médias a laissé persister des appels et images en faveur du courant du OUI ou du NON.

C’est ainsi que les manquements ci-dessous ont été relevés durant durant cette période.

Le 19 mars 2016, veille du référendum

Sur les chaînes de télévision

- **SEN TV** : l'émission « Tribune Presse », 13h00, a invité un ministre-conseiller à la Présidence de la République et un journaliste sur le sujet ;
- **TFM** : l'édition « Journal en wolof, Xibaar yi » de 13h00, a diffusé des propos de Me Ousmane NGOM qui s'est exprimé sur le « camp du NON » ;
- **DTV** : les éditions de 8h30 et de 13h30 du « Bulletin d'information » ont diffusé des éléments de campagne pour les courants du OUI et du NON ;
- **2STV** : le Journal de 19h00 a diffusé des éléments sur la déclaration d'un membre du camp du OUI ;
- **WALF TV** : 18:38:10 18:52:25 - .M. Sidy Lamine NIASSE appelle à voter « NON ». 14:16:14 14:20:36 - diffusion d'images de campagne des courants du OUI et du NON. (wolof) 00:43:08 00:46:00 - diffusion d'un élément publicitaire sur le meeting du camp du OUI, organisé à Patar ;
- **MOURCHID TV** : 12:23:19 – 12 :24:01 - diffusion du meeting d'une figure de proue du camp du NON.

Le 19 mars 2016, veille du référendum

Sur les chaînes de télévision

- **WALF TV** : 14h00 - diffusion de l'émission « Spécial référendum », avec l'intervention en direct de M. Sidy Lamine NIASSE déclarant la fermeture en cours du groupe Walfadjri sur décision de l'Etat du Sénégal ;
- **LAMP FALL TV** : 12 :04 - Emission « Penc Mi », avec comme invité une figure en vue appartenant au « courant du NON » ;
- **MOURCHID TV** : 10:45:17, 12:16:36 - émission « Jangate », sur le thème "Les gouvernants, la Constitution et nous", débat politique ;
- **2STV** : 19h00 - Journal avec diffusion d'éléments sur la déclaration d'un leader du « NON ».

Sur les chaînes de télévision

- **WALF FM** : 10h13 - diffusion en direct de l'émission « Couverture Référendum », de propos inappropriés d'un des leaders du camp du NON contre le Président de la République ;

- **RFM** : 10 h 13 - émission « Couverture Référendum », diffusée en direct, avec une explication des différents points de la réforme ainsi que des propos inappropriés d'un leader du camp du NON à l'encontre du Président de la République. 12:01:21 12:02:18 – Journal de 12h, diffusion des propos inappropriés d'un homme politique à l'encontre du camp du NON ;

Sur les radios communautaires

Les radios communautaires se sont également engagées dans la couverture du référendum, ce qui constitue une violation manifeste des cahiers des charges les régissant qui, en leur article 18 stipulent : « la radio communautaire ne peut diffuser des informations, messages ou débats à caractère politique ». Le CNRA a même été saisi d'une plainte contre la radio Bambey FM qui aurait privilégié le « courant du NON ».

Dans la presse écrite

Pour ce qui est de la presse écrite, les manquements avaient essentiellement trait à des cas de propagande politique, avec des insertions publicitaires appelant à voter « OUI ». Les pages réservées aux contributions, aux tribunes libres et autres entretiens exclusifs ont souvent été utilisées à des fins plus ou moins partisans et/ou commerciales.

Dans la presse en ligne

La présence intempestive de bandeaux publicitaires de différentes tailles, d'insertions en arrière-plan, surtout en faveur du courant du OUI a été relevée et, cela avant, pendant et bien après la campagne électorale et sa clôture officielle. Les sites Seneweb.com, Leral.net et Dakaractu.com ont diffusé dans la journée du 20/03/2016 des articles et des vidéos sur les propos.

- 7 - L'absence de la signalétique ou une mauvaise interprétation de son usage, en violation des stipulations des cahiers des charges relatives aux catégories d'émissions, aux heures de diffusion, à l'avertissement préalable du public avant la diffusion d'images pouvant heurter sa sensibilité ;
- 8 - la récurrence de la publicité et de la propagande, particulièrement par les présentateurs sur les chaînes de télévision, en violation manifeste de la réglementation en vigueur et la diffusion d'émissions de téléachat, de reportages commerciaux en violation des principes qui les régissent ;
- 9 - l'exposition des téléspectateurs et des auditeurs, particulièrement du jeune public, à certains programmes qui se caractérisent par l'utilisation d'un langage grossier et outrancier ;
- 10- l'amplification de propos ou d'attitudes de nature à entraîner des comportements violents et/ou débordements au préjudice de paisibles citoyens ;

- 11- La programmation et la diffusion d'émissions contraires aux lois et règlements, à l'ordre public, aux mœurs, à la sécurité publique et au respect de la dignité humaine. La persistance de la programmation par une majeure partie des acteurs audiovisuels de séries/fictions télévisées, caractérisées par l'expression de plusieurs formes de violence (physique, morale), aux heures où les familles, les enfants et les adolescents, particulièrement sensibles et vulnérables, sont en général devant la télévision ;
- 12- Une légèreté avérée dans certains cas, concernant le traitement, la vérification et la présentation et la diffusion de l'information ;
- 13- L'exposition persistante et répétée de certaines couches de la population aux jeux d'argent dont il est à craindre qu'il sera plus tard difficile de se libérer, avec des conséquences sociales néfastes, tant pour le joueur que pour son entourage familial ou professionnel ;
- 14- La conduite soutenue d'émissions thématiques, diffusées en direct avec appels téléphoniques, sans aucune précaution face au risque de dérapages inacceptables et outranciers, pouvant porter atteinte à l'équilibre social ;
- 15- La programmation de films comportant des séquences obscènes et violentes à des heures de grande écoute. Il est noté une persistance de la programmation par la majeure partie des acteurs audiovisuels de séries/fictions télévisées, caractérisées par l'expression de plusieurs formes de violence (physique, morale) ;
- 16- La diffusion de séries télévisées mettant en scène des victimes ensanglantées. De telles images qui banalisent la violence, diffusées aux heures où les familles sont en général devant la télévision, posent problème, surtout pour le jeune public particulièrement sensible et vulnérable et très attaché à ces séries ;
- 17- La diffusion par certaines télévisions de publicité autour de thématiques dédiées aux praticiens de la médecine traditionnelle. Ces pratiques constituent une violation des dispositions des articles 8 à 14 de la loi n°83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité et celles du décret n°67-147 du 10 février 1967 instituant le Code de déontologie médicale ainsi que des stipulations des articles 17 à 22 du cahier des charges applicables aux radios privées commerciales et 34 à 40 du cahier des charges applicables au titulaire d'une autorisation de diffusion de programmes de télévision privée de droit sénégalais ;
- 18- Le placement systématique de produits ou publicité commerciale sauvage pendant des émissions télévisées ;
- 19- La persistance des dérives verbales, la diffusion de propos grossiers et choquants, notées lors d'émissions radiophoniques. Ces dérives sont notées principalement dans les émissions concernant des faits divers, qui sont diffusées quotidiennement le matin ;
- 20- Le non-respect de la diffusion et de la tenue régulière d'émissions ou de débats contradictoires dans les grilles de programmes du service public de l'audiovisuel.

Traitement des manquements et violations des dispositions législatives et réglementaires

Traitement des plaintes des usagers et opérateurs

En vertu de la loi portant sa création, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel peut être saisi sur toute violation des dispositions législatives et réglementaires régissant les médias audiovisuels ainsi que l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations reconnues de la société civile aux médias d'État. Il peut

également se saisir de toute question relevant de sa compétence et en délibérer. C'est le cas de l'auto-saisine du Conseil sur les manquements notés dans l'émission « Teuss ». Saisi, le Groupe D-MEDIA affirme avoir fait les mêmes constats et mis en demeure le concerné.

En 2016, le Conseil a reçu un certain nombre de plaintes portant sur les programmes audiovisuels. Les motifs invoqués par les téléspectateurs portaient essentiellement sur :

- l'interdiction de l'utilisation d'un enfant comme personnage publicitaire pour mettre fin à « *l'exploitation mercantile de la naïveté infantile* » ;
- la diffusion d'une publicité du produit « Nicoteen » qui fait penser à « Nicotine » ;
- la diffusion en gros plan d'images de parties intimes d'une femme ;
- la diffusion à la radio et à la télé du clip « Coller la petite » avec images et paroles obscènes ;
- la diffusion d'émissions déplacées et de programmes sans aucune dimension instructive ;
- les propos inappropriés de la présentatrice du Journal Afrique de TV5 Monde le 22 février 2016 sur un sujet concernant la durée du mandat présidentiel ;
- le traitement discriminatoire de l'accès à l'antenne des deux courants par Bambey FM 98.8 ;
- l'affichage intempestif et agressif du courant du « OUI » ;
- la propagande médiatique du courant du « OUI » ;
- l'atteinte aux institutions de la République ;
- la violation des dispositions du Code électoral ;
- les invectives, appels à l'insurrection et à la désobéissance civile ;
- l'utilisation d'images personnelles de jeunes sans autorisation, ce qui constitue une violation du droit à l'image ;
- le retrait des images en question ou de l'intégralité de la vidéo utilisée par le rapport de Abdou Karim GUEYE alias « Karim KhrumKhad » ;

- la transmission de la plainte de Souleymane Mbengue pour non prise en compte de chaîne télé la RTS par le bouquet SONATEL ;
- la distribution à Excaf Télécom pour distribution et diffusion illicite au Sénégal de chaînes du Groupe TF1 au sein des offres TNT et/ou MMDS d'Excaf ;
- la diffusion par Walf TV d'un élément faisant l'objet du départ du Maire et du Sous-préfet de Labgar ;
- l'information et plainte contre le Groupe Excaf Télécoms pour retransmission des chaînes Cartoon Network, Boomerang, TCM Cinéma, Boing et CNN International en Afrique ;
- le piratage massif des chaînes du Groupe par des opérateurs de rediffusion terrestres au Sénégal ;
- la crainte d'une recrudescence du piratage à l'occasion de la Copa America et de l'Euro 2016 ;
- le piratage massif de contenus par certains opérateurs de rediffusion terrestres au Sénégal ;
- la diffusion en boucle sur Sen TV d'un spot générique choquant du sketch « Kooru Keur gui », constituant un outrage manifeste à la foi religieuse ;
- l'alerte sur les agissements de certains opérateurs persistant à diffuser les chaînes du Groupe TF1 sans autorisation ;
- la concurrence déloyale et piratage par Excaf Télécoms et les câblo-opérateurs ;
- les observations suite à des manquements notés dans l'émission « Teuss ».

Le chapitre 3 de la loi 2006-04 du 04 janvier 2006 relative à la procédure devant le CNRA, l'autorité de régulation, stipule en son article 17, qu'il « *peut être saisi de toute violation des dispositions législatives et réglementaires régissant les médias audiovisuels ainsi que l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations reconnues de la société civile aux médias d'Etat. Il peut également se saisir de toute question relevant de sa compétence et en délibérer* ».

En 2016, le CNRA a encore accordé un traitement particulier à chacune de ces interpellations, notamment des plaintes et réclamations en rappelant la disposition légale ou réglementaire qui s'applique et à laquelle les médias doivent se conformer, sous risque de sanction prévue. Le Conseil a rendu publics un certain nombre de communiqués, d'observations et injonctions pour notifier sa décision. Interpellés, les responsables des entreprises de médias ont, pour la plupart, affirmé avoir fait les mêmes constats et mis en demeure les principaux concernés.

Mises en demeure

En cas de manquement aux obligations prévues par la loi portant sa création ainsi que par les Conventions et cahiers des charges, le Conseil peut prendre une sanction en se référant aux dispositions relatives aux contrôles et aux sanctions.

Le CNRA peut prononcer une suspension, une sanction pécuniaire, des observations ou une mise en demeure publique aux contrevenants, en fonction de la gravité des griefs, pour enjoindre aux opérateurs de veiller au respect des dispositions de la loi,

des cahiers des charges et conventions régissant le secteur. Le Conseil a mis en demeure des opérateurs audiovisuels pour arrêt immédiat de diffusion ou de rediffusion d'émissions dont les images sont contraires aux bonnes mœurs. Pour d'autres, le Conseil a suggéré un arrêt immédiatement de l'intégration des programmes audiovisuels et de retirer de leur bouquet toutes les chaînes pour lesquelles les médias ne disposent pas de droits de diffusion.

Observations et injonctions

Le CNRA a rendu public des observations pour déplorer les propos offensants et également choquants pour le public relevés dans certaines émissions en 2016. C'est le cas de l'émission « Tall Rek Show » diffusée en direct sur la chaîne *Vibe Radio* le jeudi 10 novembre 2016. L'un des invités, un rappeur, a proféré de graves insultes et tenu des propos aussi violents qu'inconvenants à l'endroit de deux autres rappeurs invités également sur le même plateau. Cette forme de joute entre rappeurs, qui serait dénommée « *clash* » par les tenants de ce style musical, est devenue si habituelle qu'elle ne semble plus ni scandaliser ni même émouvoir leur auditoire composée majoritairement de jeunes. L'incident qui a

eu pour cadre *Vibe Radio*, n'est que le point culminant de cette avanie entre rappeurs que l'on peut observer sur d'autres radios et télévisions. Face à cette prolifération de comportements inacceptables, le CNRA appelle à plus de vigilance les chaînes qui ouvrent leurs programmes à ces rappeurs qui ne se limitent pas à exprimer leur art mais profèrent des injures d'une rare violence contre leurs rivaux. Il invite instamment les radios et télévisions, par ailleurs responsables des propos tenus sur leurs ondes et sur leurs plateaux, à prendre toutes les dispositions visant à prévenir ces dérives et à exiger de leurs invités le respect du public et celui des valeurs qui fondent notre société.



**AVIS
TRIMESTRIELS
2016**

Avis Trimestriels 2016

Diffusion des Avis trimestriels

En vertu de la loi portant sa création, le CNRA publie à la fin de chaque trimestre un Avis donnant des indications sur les déséquilibres et/ou sur le non-respect du pluralisme dans le secteur de l'audiovisuel sur la période écoulée. Outre les observations faites lors des élections du référendum et du HCCT, le CNRA est revenu, dans ses Avis trimestriels, sur les contenus de programmes des médias qui doivent éviter de contribuer à l'exacerbation des vices et nuisances dans la société et un secteur audiovisuel au service d'une société plurielle.

Les quatre Avis trimestriels diffusés en 2016 sont repris dans ce rapport.

Avis Trimestriel

(Janvier, Février, Mars 2016)

Sur la couverture médiatique du référendum du 20 Mars 2016

Le premier trimestre de l'année 2016 a été marqué, principalement, par l'annonce, le 16 février, du référendum, par sa préparation et sa tenue le 20 mars 2016. Durant toute cette période, l'activité des médias a été essentiellement consacrée à cet important événement de la vie de la nation, avec un foisonnement des productions médiatiques. Face à ce constat, l'Assemblée du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) a pris la décision de réserver le présent avis trimestriel à l'évaluation de la couverture médiatique de cette consultation. Le CNRA, après en avoir délibéré en sa séance du 28 avril 2016, rend public le présent avis trimestriel.

Le CNRA a procédé à la supervision de la couverture médiatique du référendum du 20 mars 2016, tant par les médias audiovisuels, par la presse en ligne que par la presse écrite.

Conformément aux dispositions du Code électoral, de la loi 2006-04 du 04 janvier 2006 et du décret 2016-262 du 19 février 2016, le CNRA a pris soin d'attirer l'attention des médias sur leur rôle, afin qu'ils en aient une claire compréhension, par des communiqués publiés par voie de presse avant chaque phase du processus référendaire, pour leur rappeler l'obligation qui leur est faite de respecter la réglementation, en particulier les principes d'équité et d'équilibre dans le traitement des activités des différents courants, pendant ces périodes légalement fixées.

Quatre communiqués ont ainsi été rendus publics.

COMMUNIQUE DU 1^{er} MARS 2016

Ce communiqué précise que le décret portant organisation d'un référendum ne prévoit pas de temps d'antenne. Aussi, la couverture médiatique du processus - qui commence depuis la publication dudit communiqué jusqu'à la tenue du référendum - doit-elle se faire dans le respect scrupuleux de l'équité et de l'équilibre, conformément à l'article L.61 du code électoral. Cet article, non cité dans le décret portant organisation du référendum, a été invoqué par le CNRA en ce qu'il prévoit le respect des principes cités dans la couverture des différentes phases du processus électoral.

COMMUNIQUE DU 4 MARS 2016

Le CNRA salue la nette amélioration de l'application des principes d'équité et d'équilibre notée dans la plupart des médias, depuis la diffusion du premier communiqué. L'autorité de régulation relève, cependant, quelques violations de ces principes.

Par ailleurs, le communiqué fait mention de la lettre d'observation adressée par le CNRA au Directeur général de TV5 Monde, suite aux propos désobligeants de la journaliste Linda GIGUERE qui, dans le Journal Afrique du 22 février 2016, pour lancer le sujet sur le référendum au Sénégal, a utilisé des termes inappropriés en parlant du Président de la République du Sénégal. Le CNRA, dans sa lettre, a demandé au Directeur général de le tenir informé de la suite réservée à cette observation.

COMMUNIQUE DU 11 MARS 2016

Ce communiqué a été publié principalement après le constat suivant :

La rupture de l'équilibre entre les courants, pour des raisons purement pécuniaires, par plusieurs médias, qui diffusent de la publicité politique payante, en particulier au profit du « Courant du OUI ».

Dans ce même communiqué, le CNRA, en perspective de l'ouverture officielle de la campagne fixée au samedi 12 mars 2016 à zéro heure appelle :

d'une part les médias privés, tous supports confondus, à éviter la discrimination par l'argent, qui pourrait porter un lourd préjudice au traitement équitable et équilibré des activités des courants reconnus ;

d'autre part la RTS et les médias publics, à respecter les droits reconnus aux parties prenantes au processus électoral à un égal accès aux médias du service public.

Le CNRA y rappelle que, conformément à l'article L 61 du Code électoral, pendant la période électorale, est interdite l'utilisation à des fins de propagande de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse, de la radiodiffusion et de la télévision.

COMMUNIQUE DU 18 MARS 2016

Le quatrième communiqué rappelle, à l'intention des médias publics comme privés, de la presse écrite ou utilisant tout autre support, que, selon l'article 6 du décret 2016 – 262 du 19 février 2016 portant organisation d'un référendum, la campagne électorale pour le référendum du 20 mars 2016 est close le vendredi 18 mars 2016 à minuit.

En conséquence, est interdite aux médias la diffusion de toute propagande électorale la veille et le jour du scrutin, dans les conditions définies par l'article L.61 du code électoral.

Il y est également précisé que l'interdiction concerne tout élément relatif à la campagne électorale, y compris les débats, interviews, communiqués et revues de presse, à compter du vendredi 18 mars 2016 à minuit.

Ces diverses actions n'ont pas empêché la survenue ou la persistance des manquements à cet article, dont l'ampleur varie selon les médias.

Ces manquements sont notés aussi bien pendant la période de précampagne que pendant la campagne et même après la clôture.

L'attention du CNRA a, par ailleurs, été retenue par deux faits intervenus dans le cadre de la couverture du référendum faite par des médias internationaux :

- sur TV5 Monde, le 22 février dernier, les propos inappropriés sur le Président de la République, tenus par la présentatrice du « Journal Afrique » ;
- un article programmé sur le site d'informations « Jeuneafrique.com » le 19 mars 2016, veille du référendum, et consacré à une personnalité politique appartenant au « Courant du Non ».

Concernant ces deux faits, le CNRA a noté des réactions positives :

- la correspondance du Directeur général de TV5 Monde, M. Yves Bigot, en réponse à l'interpellation de l'Institution de régulation de l'audiovisuel sénégalaise, dans laquelle ce dernier présente ses excuses au Président de la République Macky SALL et rappelle que son organisation tenait très chèrement à sa réputation de professionnalisme et d'impartialité et a assuré, au Président Macky SALL et au CNRA, non seulement de leur profond respect, mais surtout leur engagement à veiller à ce que ce type d'extrapolation ne se reproduise pas.
- la décision du site d'information « Jeuneafrique.com » de ne pas publier, le samedi 19 mars 2016, l'article consacré à l'homme politique sénégalais, conformément à l'interdiction rappelée dans le communiqué du CNRA de diffuser toute propagande la veille ou le jour du scrutin et pouvant influencer, d'une manière ou d'une autre, le vote dans le cadre de ce référendum.

I. MANQUEMENTS EN PERIODE DE PRECAMPAGNE

Conformément à l'article L 61 du code électoral, durant la période des trente (30) jours précédant la campagne électorale, est interdite toute propagande déguisée ayant pour support les médias nationaux publics ou privés. Sont considérées comme des actes de propagande électorale déguisée :

les manifestations ou les déclarations publiques de soutien à un candidat ou à un parti politique ou coalition de partis politiques faites directement ou indirectement par toute personne ou association ou groupement de personnes quelle qu'en soit la qualité, nature ou caractère ;

les visites et tournées à caractère économique, social ou autrement qualifiées, effectuées par toutes autorités de l'État sur le territoire national et qui donnent lieu à de telles manifestations ou déclarations.

Aucun média n'a respecté, à la lettre, les dispositions précitées durant la précampagne. Il faut, cependant, signaler le cas particulier de la RTS qui s'est le plus illustrée par ce manquement, en limitant son obligation de couverture des activités liées au référendum au « Courant du OUI » exclusivement.

II. MANQUEMENTS EN PERIODE DE CAMPAGNE

Conformément à l'article L 61 du Code électoral, pendant la période électorale, est interdite :

l'utilisation à des fins de propagande de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse, de la radiodiffusion et de la télévision ;

les médias publics ou privés de l'audiovisuel, de la presse écrite ou utilisant tout autre support qui traitent de la campagne sont tenus au respect rigoureux des règles d'équité et d'équilibre dans le traitement des activités des courants pendant la campagne électorale.

A ce niveau également, la plupart des médias ont violé les dispositions de cet article et, cela, malgré le Communiqué publié par le CNRA.

III. MANQUEMENTS APRES LA CLOTURE DE LA CAMPAGNE

Après la clôture de la campagne également, le vendredi 18 mars 2016, des violations des dispositions du Code électoral ont été constatées par le Comité de veille mis en place, dans un partenariat entre le CNRA et le Conseil pour le Respect des Règles d'Éthique et de Déontologie dans les Médias (CORED).

Ce comité de veille CNRA-CORED avait pour objectif de :

- veiller au respect de la loi et des règles déontologiques dans la couverture du référendum ;
- s'assurer du respect de l'équilibre, de la diversité et de la pluralité ;

- suivre en temps réel le travail des journalistes sur le terrain, à travers un monitoring conjoint ;
- relever les dérives et proposer des mesures correctives en temps réel ;
- agir ensemble avec les médias si les manquements sont moins graves, en utilisant une démarche pédagogique.

Dans sa veille médiatique, le comité conjoint CNRA-CORED a constaté qu'au cours des deux journées (la veille et le jour du référendum où il est interdit la diffusion de toute propagande électorale), un certain nombre de médias a laissé persister des appels et images en faveur du courant du OUI ou du NON.

Le 19 mars 2016, veille du référendum

Sur les chaînes de télévision

SENTV

L'émission « Tribune Presse », 13h00, a invité un ministre-conseiller à la Présidence de la République et un journaliste sur le sujet.

TFM

L'édition « Journal en wolof, Xibaar yi » de 13h00, a diffusé des propos de Me Ousmane NGOM qui s'est exprimé sur le « camp du NON ».

DTV

Les éditions de 8h30 et de 13h30 du « Bulletin d'information » ont diffusé des éléments de campagne pour les courants du OUI et du NON.

2STV

Le Journal de 19h00 a diffusé des éléments sur la déclaration d'un membre du camp du OUI.

WALF TV

18:38:10 18:52:25 - .M. Sidy Lamine NIASSE appelle à voter « NON ».

14:16:14 14:20:36 - diffusion d'images de campagne des courants du OUI et du NON. (wolof)

00:43:08 00:46:00 - diffusion d'un élément publicitaire sur le meeting du camp du OUI, organisé à Patar.

MOURCHID TV

12:23:19 - 12 :24:01 - diffusion du meeting d'une figure de proue du camp du NON.

Le 20 mars 2016, jour du référendum

Sur les chaînes de télévision

WALF TV

14h00 - diffusion de l'émission « Spécial référendum », avec l'intervention en direct de M. Sidy Lamine NIASSE déclarant la fermeture en cours du groupe Walfadjri sur décision de l'Etat du Sénégal.

LAMP FALL TV

12 :04 - Emission « Penc Mi », avec comme invité une figure en vue appartenant au « courant du NON ».

MOURCHID TV

10:45:17, 12:16:36 - émission « Jangate », sur le thème "Les gouvernants, la Constitution et nous", débat politique.

2STV

19h00 - Journal avec diffusion d'éléments sur la déclaration d'un leader du « NON ».

Sur les chaînes de radio

WALF FM

10h13 - diffusion en direct de l'émission « Couverture Référendum », de propos inappropriés d'un des leaders du camp du NON contre le Président de la République.

RFM

10 h 13 - émission « Couverture Référendum », diffusée en direct, avec une explication des différents points de la réforme ainsi que des propos inappropriés d'un leader du camp du NON à l'encontre du Président de la République.

12:01:21 12:02:18 – Journal de 12h, diffusion des propos inappropriés d'un homme politique à l'encontre du camp du NON.

Les radios communautaires se sont aussi engagées dans la couverture du référendum, ce qui constitue une violation manifeste de cahiers des charges les régissant qui, en leur article 18 stipulent : « la radio communautaire ne peut diffuser des informations, messages ou débats à caractère politique ». (Le CNRA a même été saisi d'une plainte contre la radio Bambey FM qui privilégierait le « courant du NON »).

Dans la presse écrite

Pour ce qui est de la presse écrite, les manquements avaient essentiellement trait à des cas de propagande politique, avec des insertions publicitaires appelant à voter « OUI ». Les pages réservées aux contributions, aux tribunes libres et autres entretiens exclusifs ont souvent été utilisées à des fins plus ou moins partisans et/ou commerciales.

Dans la presse en ligne

La présence intempestive de bandeaux publicitaires de différentes tailles, d'insertions en arrière-plan, surtout en faveur du courant du OUI ont été relevés et, cela, avant, pendant et bien après la campagne électorale et sa clôture officielle.

Les sites Seneweb.com, Leral.net et Dakaractu.com ont diffusé dans la journée du 20/03/2016 des articles et des vidéos sur les propos inconvenants d'un leader du camp du NON et d'un dirigeant d'une entreprise de presse.

IV. RECOMMANDATIONS ET PERSPECTIVES

La veille et le jour du scrutin, le Comité conjoint est intervenu, à chaque fois qu'il y a eu manquement, pour faire corriger et demander aux médias de se conformer à la réglementation en vigueur et au respect des principes d'éthique et de déontologie.

Une fois ces manquements constatés, les médias ont été rappelés à l'ordre par le comité conjoint de veille CNRA-CORED et, dans l'ensemble, ils ont interrompu immédiatement les diffusions qui violaient la réglementation.

La sensibilisation des responsables des entreprises de presse doit se poursuivre. Mais il faut absolument réviser les instruments qui doivent permettre à la régulation de mener à bien l'application des règles contraignantes qui régissent le secteur.

La perspective des élections à venir oblige à tirer les leçons des événements médiatiques qui ont été vécus lors de ce référendum.

L'Assemblée du CNRA

Avis Trimestriel

(Avril, Mai, Juin 2016)

N°0002/2016/CNRA

Dakar, le 04 Août 2016

Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel souligne l'importance de la liberté d'expression, en particulier dans le processus de création audiovisuelle, l'expression de la diversité des genres, des formats et des codes audiovisuels. Le CNRA, rappelle, que cette liberté doit s'exprimer tant dans le contenu des idées et informations exprimées que dans les modes et formes de leur expression.

L'éducation aux médias joue un rôle indispensable dans la maîtrise et la connaissance par les publics réceptacles des conditions spécifiques de production et de diffusion de l'offre programmatique. Cette dynamique peut participer aussi à une meilleure compréhension des langages médiatiques à l'aune des enjeux sociétaux inhérents à la chaîne de valeurs audiovisuelle dans toute l'étendue de son activité. La sauvegarde nécessaire de la moralité, des valeurs éducatives, informatives des contenus audiovisuels, oblige les éditeurs audiovisuels à ne pas diffuser des programmes dont l'impact est ou peut être négatif sur certains publics, non préparés à les recevoir.

Les médias audiovisuels doivent respecter l'exigence de protection du collectif social, de la sauvegarde des minorités vulnérables, mais ils doivent aussi et surtout rester attachés à la préservation des valeurs fondatrices et principes intangibles qui gouvernent notre vie en société.

Dans un contexte technologique assurément changeant, amorce de difficultés implacables pour la plupart des médias, la recherche d'audimat ne devrait pas servir de prétexte à un recours à outrance à la publicité, en violation de la réglementation en vigueur.

Les faits constatés et répertoriés dans le présent avis qui couvre la période du 1er avril au 30 juin 2016, proviennent d'un échantillonnage des activités de monitoring des services du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel.

I. DYSFONCTIONNEMENTS ET MANQUEMENTS

Au cours de la période, les dysfonctionnements et manquements constatés ont trait à :

1. l'absence de la signalétique ou une mauvaise interprétation de son usage, en violation des stipulations des cahiers des charges relatives aux catégories d'émissions, aux heures de diffusion, à l'avertissement préalable du public avant la diffusion d'images pouvant heurter sa sensibilité.
2. la récurrence de la publicité et de la propagande, particulièrement par les présentateurs sur les chaînes de télévision, en violation manifeste de la réglementation en vigueur et à la diffusion d'émissions de téléachat, de reportage commerciale en violation des principes qui les régissent.

3. l'exposition des téléspectateurs et des auditeurs, particulièrement du jeune public, à certains programmes qui se caractérisent par l'utilisation d'un langage grossier et outrancier.
4. l'amplification de propos ou d'attitudes de nature à entraîner des comportements violents et/ou débordements au préjudice de paisibles citoyens.

II. RECOMMANDATIONS

Face à de tels dysfonctionnements et manquements qui constituent une violation des dispositions des textes législatifs, réglementaires et des cahiers des charges en vigueur au Sénégal dans le domaine de l'audiovisuel, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel recommande de :

1. veiller au respect des dispositions de la loi n°2006-04 du 04 janvier 2006 et des stipulations des cahiers des charges applicables au titulaire d'une autorisation de diffusion de programme audiovisuel notamment celles relatives :
 - à la protection des mineurs, dans les contenus des programmes audiovisuels ;
 - au respect de la dignité humaine ;
 - à la signalétique jeunesse et à la classification des programmes, en accordant une attention particulière au choix des images diffusées à l'antenne ;
2. se conformer aux principes qui régissent la promotion des produits, marchandises et marques dans les programmes audiovisuels. La publicité, le parrainage, le sponsoring relèvent de régimes juridiques différents qui en précisent la place dans les grilles de programmes des radios et télévisions. De même, les messages publicitaires doivent être clairement annoncés comme tels. Cette obligation résulte des dispositions de l'article 11 de la loi n°83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité selon lesquelles « la publicité doit pouvoir être clairement distinguée comme telle, quels que soient sa forme et le support utilisé. Lorsqu'elle est diffusée dans des médias qui comportent des messages rédactionnels, la publicité doit être présentée de telle sorte que le consommateur puisse la distinguer facilement de ces messages » ;
3. veiller à ne pas servir de tribune à la profération d'invectives et propos grossiers pouvant porter atteinte à l'honneur, à la respectabilité et à la dignité des personnes. Certains dérapages dans les émissions de radio et de télévision exposent tant leurs auteurs à des poursuites judiciaires que les éditeurs qui offrent ces tribunes sans s'entourer des précautions nécessaires. A cet égard, les nombreuses rediffusions constituent un facteur particulièrement aggravant. Les animateurs de ces émissions sont invités à ne pas céder à la surenchère, ni à encourager certaines dérives verbales ;
4. s'abstenir de relayer des propos ou attitudes susceptibles de porter atteinte à la cohésion sociale et à la stabilité du pays.

Avis Trimestriel

(Juillet, Août, Septembre 2016)

N°0003/2016/CNRA

Dakar, le 10 Novembre 2016

Du numérique, des valeurs et de la diversité

L'avènement du numérique expose irrémédiablement les populations à des usages différents, individualisés. L'audiovisuel se caractérise désormais par sa forte aptitude à véhiculer un nombre illimité de signaux, d'où son rôle important dans le développement d'une pensée et d'une vision universelles.

Soumis à la convergence des offres multiples, les usagers construisent leurs propres pratiques médiatiques en fonction de leur environnement.

L'omniprésence de l'expression politique et religieuse, la publicité intempestive, ces courants culturels « empruntés ailleurs » que les médias imposent au public récepteur, sont renforcés par l'attractivité et la prééminence de l'image. L'influence constante qu'ils exercent sur ce public peut se révéler destructrice pour notre projet de société. Le défi, dès lors, consiste à répondre par une offre programmatique équilibrée, visant à développer, conforter une pluralité fonction d'intégration, de préservation et de promotion de notre exception culturelle.

Face à ces bouleversements permanents, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, plaide pour la promotion responsable de l'égalité, de la diversité et des valeurs. Le Collège du CNRA, réuni en sa séance du 10 novembre 2016 et après en avoir délibéré, rend public le présent avis sur les faits constatés et répertoriés dans la période du 1er juillet au 30 septembre 2016.

I. DYSFONCTIONNEMENTS ET MANQUEMENTS

Au cours du troisième trimestre de l'année 2016, les dysfonctionnements et manquements constatés ont trait aux points ci-dessous énumérés.

1. La programmation et la diffusion d'émissions contraires aux lois et règlements, à l'ordre public, aux mœurs, à la sécurité publique et au respect de la dignité humaine. La persistance de la programmation par une majeure partie des acteurs audiovisuels de séries/fictions télévisées, caractérisées par l'expression de plusieurs formes de violence (physique, morale), aux heures où les familles, les enfants et les adolescents, particulièrement sensibles et vulnérables, sont en général devant la télévision.

2. Une légèreté avérée dans certains cas, concernant le traitement, la vérification et la présentation et la diffusion de l'information.
3. L'exposition persistante et répétée de certaines couches de la population aux jeux d'argent, dont il sera plus tard difficile de se libérer, avec des conséquences sociales néfastes, tant pour le joueur que pour son entourage familial ou professionnel.
4. La conduite soutenue d'émissions thématiques, diffusées en direct avec appels téléphoniques, sans aucune précaution face au risque de dérapages inacceptables et outranciers, pouvant porter atteinte à l'équilibre social.

II. RECOMMANDATIONS

Face à de tels dysfonctionnements et manquements, qui constituent une violation des dispositions des textes législatifs, réglementaires et des cahiers des charges en vigueur au Sénégal dans le domaine de l'audiovisuel, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel fait les recommandations énumérées ci-dessous.

1. Veiller rigoureusement à la moralité, aux valeurs éducatives, informatives dans la définition des lignes programmatiques. Le CNRA, appelle les éditeurs audiovisuels à plus de discernement et de mesure dans leur offre audiovisuelle pour préserver la paix et la cohésion sociale. Il leur recommande de bannir la diffusion à la radio ou à la télévision de contenus violents, discriminatoires et dévalorisants pouvant susciter le désordre, l'exclusion et porter atteinte à la paix sociale, à l'unité nationale ou à l'intégrité du territoire.
2. Faire preuve de rigueur et de professionnalisme dans la vérification, le traitement, la présentation et la diffusion de l'information. Les médias, dans leurs activités quotidiennes, doivent scrupuleusement rester attachés aux principes éthiques et déontologiques, qui gouvernent l'exercice du métier de journaliste.
3. Faire mention, à l'intention du public, de la manière la plus précise possible, des risques d'accoutumance (dépendance psychique) liés aux jeux de hasard, d'informer clairement les auditeurs et les téléspectateurs sur les coûts des SMS et des appels téléphoniques vers des numéros surtaxés lors de la diffusion des jeux.

L'Assemblée du CNRA

Avis Trimestriel

(Octobre, Novembre, Décembre 2016)

N°0004/2016/CNRA

Dakar, le 09 Février 2017

Les médias remplissent plusieurs fonctions de nature cognitive et socio-affective, dans une « société de communication » où les entreprises audiovisuelles peuvent jouer un grand rôle.

La multiplication des écrans et la concurrence des chaînes amènent souvent les producteurs-diffuseurs à renouveler constamment leur offre de contenus pour remporter des parts de marché, dans un écosystème dont les contours économiques se redessinent régulièrement, au rythme des mutations qui interviennent dans les technologies de l'information et de la communication.

Le public réceptacle, en « consommateur souverain », se nourrit du développement des dispositifs numériques interactifs, de plus en plus présents dans les programmes audiovisuels.

Ces bouleversements notés dans les modes de consommation favorisent de fortes incertitudes qui déteignent, parfois, sur le respect des stipulations contractuelles des cahiers des charges et de la réglementation qui garantissent une activité des médias conforme aux attentes des populations.

Le CNRA travaille à la sensibilisation des acteurs de la dynamique audiovisuelle, pour faire valoir une culture citoyenne de l'innovation qui sert leur activité, enjeu essentiel dans l'exercice de la liberté de l'information.

Le Collège du CNRA, réuni en sa séance du 02 février 2017 et après en avoir délibéré, rend public le présent avis sur les faits constatés et répertoriés dans la période du 1er octobre au 31 décembre 2016.

I. DYSFONCTIONNEMENTS ET MANQUEMENTS

Au cours du quatrième trimestre de l'année 2016, les dysfonctionnements et manquements constatés ont trait aux points ci-dessous énumérés.

1. La programmation de films comportant des séquences obscènes et violentes à des heures de grande écoute. Il est noté une persistance de la programmation par la majeure partie des acteurs audiovisuels de séries/fictions télévisées, caractérisées par l'expression de plusieurs formes de violence (physique, morale).
2. La diffusion de séries télévisées mettant en scène des victimes ensanglantées. De telles images qui banalisent la violence, diffusées aux heures où les familles sont en général devant la télévision, posent problème, surtout pour le jeune public particulièrement sensible et vulnérable et très attaché à ces séries.

3. La diffusion par certaines télévisions de publicité autour de thématiques dédiées aux praticiens de la médecine traditionnelle. Ces pratiques constituent une violation des dispositions des articles 8 à 14 de la loi n°83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité et celles du décret n°67-147 du 10 février 1967 instituant le Code de déontologie médicale ainsi que des stipulations des articles 17 à 22 du cahier des charges applicable aux radios privées commerciales et 34 à 40 du cahier des charges applicable au titulaire d'une autorisation de diffusion de programmes de télévision privée de droit sénégalais.
4. Le placement systématique de produits ou publicité commerciale sauvage pendant des émissions télévisées.
5. La persistance des dérives verbales, la diffusion de propos grossiers et choquants, notées lors d'émissions radiophoniques. Ces dérives sont notées principalement dans les émissions concernant des faits divers, qui sont diffusées quotidiennement le matin.

II. RECOMMANDATIONS

Face à de tels dysfonctionnements et manquements, qui constituent une violation des dispositions des textes législatifs, réglementaires et des cahiers des charges en vigueur au Sénégal dans le domaine de l'audiovisuel, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel fait les recommandations énumérées ci-dessous.

L'arrêt de la diffusion de scènes obscènes ou de violence et de propos grossiers et choquants aux heures de grande écoute, où le jeune public est susceptible d'être le plus présent devant l'écran. A cet effet, le CNRA réitère sa recommandation de mise en place, au sein des télévisions, conformément au cahier des charges, de commissions de visionnage qui seront chargées de recommander aux chaînes une classification des programmes.

Le respect des dispositions des lois, des règlements et des stipulations des cahiers des charges relatives à la publicité.

Dans le même ordre d'idées, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel a adressé une observation à la 2STV, suite à la diffusion, le 20 janvier 2017, de l'émission « Le Grand rendez-vous » consacrée ce jour-là, à l'esclavage en Mauritanie.

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel appelle les médias audiovisuels à une préparation particulière et une attention soutenue, lorsque des questions sensibles sont abordées, afin d'éviter des dérapages, confusions, prises de positions inappropriées, de nature à entraîner des conséquences préjudiciables.

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel accordera une attention particulière à la mise en œuvre de ces recommandations par les acteurs du secteur, en vue de corriger les manquements constatés et d'éviter qu'ils ne se reproduisent.

Faits et chiffres

Le paysage médiatique audiovisuel sénégalais en 2016

Pluralisme, faible diversité, profils des radios et des télévisions

Taille et offre de pluralisme

L'audiovisuel compte, selon les dernières statistiques transmises par l'Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes (ARTP) au Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, aujourd'hui :

- **Quelque 308** fréquences FM ont été concédées à des opérateurs radio nationaux, **19** à des opérateurs radio étrangers.
- **Plus de 50** fréquences de télévision ont été concédées à divers opérateurs, d'ailleurs peu nombreux.

Ces chiffres doivent être cependant pondérés, puisqu'ils englobent des fréquences « activées » et des fréquences « dormantes ».

Le paysage médiatique sénégalais est relativement fourni et couvre le territoire national. Les défis de l'utilité et de la responsabilité sociétale des médias sont

majeurs. Etat, entrepreneurs et communautés peuvent légalement prétendre à l'accès aux moyens de communication. Ce nouvel environnement a motivé le CNRA à travailler sur la mise en place de structures capables de faire face aux nouveaux enjeux qui exposent les usagers des médias à des dangers.

Organisation

Le paysage audiovisuel se répartit en :

- un service public télé et radio qui couvre l'ensemble du territoire national ;
- une offre privée commerciale télé et radio qui couvre le territoire national ;
- une offre par des opérateurs privés étrangers sous forme de chaînes cryptées ;
- une offre en radios communautaires qui couvre le territoire national ;
- l'Internet, dont le taux de pénétration a atteint 25% chez les adolescents (10-17 ans) ;

Offre de diversité

- L'offre massive de contenus divers et de qualité inégale interpelle le CNRA et son système de monitoring. L'article 7 de la loi portant création du CNRA lui fait obligation de veiller particulièrement à la sauvegarde de l'enfance et de l'adolescence dans les contenus des programmes.

Impact sur le public

- La convergence technologique à la faveur de la transition vers le numérique, les mutations rapides dans les supports technologique et leur accessibilité, la mutation significative, voire débridée dans la sémiologie des contenus, la multiplication des chaînes, l'environnement concurrentiel, engendrent des transgressions des dispositions légales et réglementaires, exposant le public à des dérives préjudiciables à la société, notamment pour le jeune public.
- Le passage de l'analogique vers le numérique conduit à un accroissement du volume d'informations, de connaissances, mais aussi des dérives. Les avantages du pluralisme sont réels en termes d'opportunité de meilleure représentation de la diversité. Pour autant, les risques qui constituent le revers de la médaille sont devenus des dangers avérés.

Constats sur l'évolution de la mission du CNRA

Le passage vers le numérique impose une nouvelle approche de la régulation. Pour permettre au CNRA de mieux contrôler la production et la diffusion des contenus médiatiques par des nouveaux canaux et technologies, il est urgent d'élargir son champ de compétences. La mise en place d'une Autorité de Régulation de l'Audiovisuel a été préconisée dans ce nouvel environnement marqué par le paradigme de la démocratisation de la communication, par les nouveaux procédés technologiques, par l'accessibilité d'une offre de contenu sans frontières nationale et internationale-, par l'appétence des usagers pour des contenus de plus en plus en décalage avec nos repères culturels.

La mise en place de cette nouvelle institution permettra un travail de veille des principes et loi édictés par la régulation à travers tout

le territoire national grâce à des antennes locales. Car, le contrôle de l'évolution de l'offre d'information et de programmation devrait être une affaire de tous. D'où l'urgence de promouvoir une alliance responsable avec tous les acteurs des médias audiovisuels pour impulser et d'accompagner les mutations technologiques et leur impact sur les populations.

En outre, le CNRA propose son implication dans le processus d'octroi des licences d'exploitation de service audiovisuel pour lui mettre d'exercer la plénitude de sa mission, notamment en ce qui concerne les sanctions.

Enfin, le CNRA préconise une révision des cahiers des charges des médias dans le sens de plus de respect du pluralisme et de la diversité.

Perspectives

Pour mieux conduire les missions qui lui sont confiées, le CNRA a besoin de développer des capacités et compétences nouvelles qui lui procureront une administration adaptée aux enjeux actuels :

- un pôle juridique
- un pôle informatique
- un pôle d'archivage numérique
- un pôle protection des personnes vulnérables
- un pôle dédié à la publicité
- un pôle administratif et financier.

MEDIA ET ELECTIONS

MEDIA ET ELECTIONS

Introduction : Philosophie et Enjeux

La philosophie à la base du cadre légal de la médiatisation des élections et campagnes électorales peut se résumer au principe que la démocratie ne peut exister sans liberté de presse et sans pluralisme médiatique. Soulignons que la liberté de la presse n'est qu'un aspect de la liberté d'expression par l'article 19 de la Déclaration universelle

des Droits de l'Homme. Enfin, elle s'applique en tout temps, pendant et hors période électorale.

Ce sont les dispositions présentes dans le Code électoral et qui portent précisément sur les responsabilités et liberté de la presse qui interpellent acteurs et régulateur.

Les enjeux de liberté en périodes électorales sont :

- le pluralisme dans les médias
- le libre accès à l'information nécessaire
- la protection contre la censure
- la protection contre les attaques arbitraires et l'ingérence

Et les responsabilités et rôles résident dans :

- le droit de l'électeur à l'information et aux moyens de formuler un choix éclairé
- le droit des candidats de faire connaître leurs programmes
- le rôle des médias de collecter, traiter les informations et proposer des perspectives sur des questions d'intérêt public
- le rôle de facilitation du débat contradictoire.

Pour la régulation, la question du pluralisme est au cœur des enjeux. La couverture médiatique doit refléter un « *marché d'idées* ».

Presse et Démocratie

Par Matar SALL, juriste, spécialiste du droit des médias et membre du CNRA

La liberté de presse est fondamentale, à la fois comme un droit à part entière et un outil indispensable pour la défense des autres droits. Elle est également une composante essentielle de la démocratie au point d'en être l'un des instruments de mesure les plus importants.

En effet, un Etat démocratique protège la presse et à travers elle, la liberté d'information, particulièrement en période électorale.

Par contre, dans les pays où la culture démocratique n'est pas bien enracinée, les journalistes n'exercent pas librement leurs missions, la presse qui se veut libre ou indépendante fait souvent l'objet, en période électorale, de menaces ou d'intimidations, si elle n'est pas suspendue ou fermée ou si sa licence n'est pas retirée ou son signal coupé.

Au Sénégal, la presse joue un rôle important dans le processus électoral. C'est d'ailleurs l'absence de restrictions indues ou le libre exercice de la profession pendant toutes les étapes du processus électoral qui fait qu'il est souvent admis que, dans notre pays, il ne saurait y avoir de fraudes.

En effet, de par leur mobilisation, les médias permettent aux auditeurs et téléspectateurs d'avoir, en temps réels, les résultats publiés ou communiqués par les instances habilitées.

Mieux, la volonté de permettre aux médias de jouer pleinement leur mission d'information et de couverture du processus électoral,

fait que les professionnels de ce secteur bénéficient d'un traitement spécial le jour du scrutin.

A ce titre, le code électoral permet aux journalistes en mission de reportage le jour du scrutin, régulièrement inscrits sur une liste électorale, de voter sur n'importe quel bureau de vote, sur simple présentation de leur carte d'électeur et de leur carte d'identité nationale.

Pour ce faire, il présente un ordre de mission spécial, comportant les références de la carte d'électeur ou accompagné de celle-ci, délivré par le Ministère chargé des élections visé par le responsable de l'organe de presse ou du chef de service ainsi que par l'autorité administrative et le démembrement de la CENA du lieu de destination.

Seulement, le manque d'indépendance ou de neutralité des médias voire une mauvaise couverture médiatique des processus électoraux, peut être préjudiciable à la démocratie et même constituer parfois un facteur de conflits ou de violences.

C'est ce qui fait, qu'au nom de la stabilité et d'une couverture médiatique responsable du processus, des mécanismes sont mis en place pour la gestion du processus électoral.

Dans ce sens, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) est créé et doté de prérogatives lui permettant de veiller sur la bonne couverture médiatique des joutes électorales.

Selon l'article 8 de la loi portant sa création : « Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel fixe les règles concernant les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions réglementées des médias audiovisuels pendant les campagnes électorales ».

De même, conformément aux dispositions du Code électoral, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel veille au bon déroulement de la couverture médiatique du processus électoral, de la précampagne à la proclamation des résultats.

De telles dispositions se justifient par le fait que le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, au-delà de la mission de veiller au respect strict des principes d'équilibre, d'équité et de pluralisme dans le contenu des programmes diffusés ou publiés par les médias, de la précampagne à la proclamation des résultats, en passant par la campagne électorale, est appelé à jouer un rôle important dans la prévention de violences électorales qui découleraient du comportement de la presse.

Selon toujours le code électoral, l'organe de régulation des médias peut s'opposer à la diffusion d'une émission de la campagne électorale en cas de contravention aux règles posées par la constitution notamment en ce qui concerne le respect des caractères de l'Etat républicain, laïc et démocratique, le respect des institutions de la République, de l'indépendance nationale, de l'intégrité du territoire, de l'unité nationale et des libertés publiques

Il faut cependant noter que l'instance de régulation des médias privilégie le dialogue ou la concertation sur la sanction.

Le CNRA accorde une attention particulière à la sensibilisation des différents acteurs des élections (Administration, médias, partis politiques, société civile, etc.) pour leur permettre de jouer pleinement leur rôle, leur permettre de comprendre les règles gouvernant la couverture de la campagne et surtout de connaître ses prérogatives. Durant cette phase, un accent particulier est mis sur la nécessité d'éviter les discours violents, injurieux, ethnicistes, xénophobes, etc.

Médias et élections, quelle régulation ?

Constats et enseignements

L'impartialité des médias pendant les joutes électorales est une question qui traverse les campagnes de façon récurrente. Les candidats demeurent très préoccupés alors même que la diversité, l'expression pluraliste des courants de pensée et opinions est garantie par les textes et les instances de contrôle comme le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA). A l'approche de chaque élection, le CNRA publie une « recommandation » à l'intention des services de radio, de télévision, de presse écrite et de presse en ligne.

Le CNRA porte ici un regard analytique sur le travail d'instance de régulation, sur le comportement des vecteurs de l'information et l'expression plurielle des points de vue pendant les consultations électorales des quatre années écoulées.

Cette revue porte sur la couverture des élections des conseillers départementaux et municipaux du 29 juin 2014, du referendum du 20 mars 2016 et de l'élection des hauts conseillers des collectivités territoriales du 4 septembre 2016.

1. Constats sur le cadre légal et réglementaire

En période électorale, la mission du CNRA portant sur la couverture médiatique s'étend, au-delà des médias audiovisuels

pour couvrir tous les médias, donc la presse écrite et la presse en ligne.

Élections des conseillers départementaux et municipaux - 29 juin 2014

Le deuxième trimestre de l'année 2014 a été marqué par la préparation et la tenue des élections des conseillers départementaux et municipaux. Pendant cette période, l'activité des médias a été fortement consacrée à cet important événement de la vie de la nation.

Dans la période précampagne de trente (30) jours précédant l'ouverture officielle de la campagne électorale et située entre le 16 mai à 00 heure et le 14 juin à minuit, est interdite toute propagande déguisée ayant pour support les médias nationaux publics et privés.

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA), par un communiqué

en date du 14 mai 2014, avait attiré l'attention de l'ensemble des médias publics et privés ainsi que celle des acteurs politiques sur les dispositions légales relatives à la couverture médiatique de ces élections.

Le CNRA avait également publié, le même jour, une recommandation sur le traitement de l'information par les médias durant les périodes de précampagne et de campagne, afin de faciliter une prise en charge équitable des différents candidats et listes de candidats.

Au regard de l'enjeu, l'Assemblée des Conseillers du CNRA avait pris la décision de dédier un Avis trimestriel à l'évaluation de la couverture des élections.

Monitoring de la campagne

Pendant la campagne électorale, l'organe de régulation s'était acquitté de cette tâche de faire le monitoring des médias, malgré certaines difficultés liées à la complexité et à la spécificité de ces consultations populaires, notamment :

- le nombre important des listes en compétition (plus de 2.700), réparties dans les 602 collectivités locales du territoire national ;
- l'inexistence de temps d'antenne organisés pour les listes de candidats en compétition.

Le travail de suivi des médias audiovisuels a été facilité par le système de monitoring acquis en avril 2014, doté des capacités techniques suivantes :

- réception et enregistrement de 24 chaînes de télévision ;
- réception et enregistrement de 36 chaînes de radio.

Conformément aux dispositions du Code électoral, la période concernée par la couverture médiatique de ces élections va du vendredi 16 mai 2014 à 00 heure au dimanche 29 juin 2014, correspondant aux périodes de précampagne, de campagne et de scrutin.

Referendum - 20 mars 2016

Le décret portant organisation d'un referendum ne prévoit pas de temps d'antenne. Aussi, la couverture médiatique du processus - qui commence depuis la publication dudit communiqué jusqu'à la tenue du referendum - doit-elle se faire dans le respect de l'équité et de l'équilibre, conformément à l'article L.61 du code électoral. Cet article, non cité dans le décret portant organisation du referendum, a été invoqué par le CNRA en ce qu'il prévoit le respect des principes cités dans la couverture des différentes phases du processus électoral.

Le quatrième communiqué rappelle, à l'intention des médias publics comme privés, de la presse écrite ou utilisant tout autre support, que, selon l'article 6 du

décret 2016 - 262 du 19 février 2016 portant organisation d'un referendum, la campagne électorale pour le referendum du 20 mars 2016 était close le vendredi 18 mars 2016 à minuit.

En conséquence, était interdite aux médias la diffusion de toute propagande électorale la veille et le jour du scrutin, dans les conditions définies par l'article L.61 du code électoral.

Il y était également précisé que l'interdiction concernait tout élément relatif à la campagne électorale, y compris les débats, interviews, communiqués et revues de presse, à compter du vendredi 18 mars 2016 à minuit.

Ces diverses actions n’ont pas empêché la survenue ou la persistance des manquements à cet article, dont l’ampleur variait selon les médias.

Ces manquements étaient notés aussi bien pendant la période de précampagne que pendant la campagne et même après la clôture.

Le CNRA a pris la décision de réserver l’Avis trimestriel de Janvier-février-mars 2016 à l’évaluation de la couverture médiatique du referendum du 20 mars 2016. Le CNRA a procédé à la supervision de la couverture médiatique de cette consultation, tant par les médias audiovisuels, par la presse en ligne que par la presse écrite.

Conformément aux dispositions du Code électoral, de la loi 2006-04 du 04 janvier 2006 et du décret 2016-262 du 19 février 2016, le CNRA a pris soin d’attirer l’attention des médias sur leur rôle, afin qu’ils en aient une claire compréhension, par des communiqués publiés par voie de presse avant chaque phase du processus référendaire, pour leur rappeler l’obligation qui leur est faite de respecter la réglementation, en particulier les principes d’équité et d’équilibre dans le traitement des activités des différents courants, pendant ces périodes

2. Pratiques des médias

L’environnement audiovisuel sénégalais : absence des principes d’équité, d’égalité

Pratiques des médias pendant les élections

Par un communiqué publié le 13 juin 2014, le Conseil national de Régulation de l’Audiovisuel avait rappelé les dates limites

de la période de campagne électorale et les dispositions légales en vigueur en matière de couverture médiatique.

Ainsi, pour favoriser un bon déroulement de ladite campagne et la tenue d’un scrutin apaisé, le CNRA avait tenu à préciser que :

- l’ensemble des médias publics ou privés de l’audiovisuel, de la presse écrite ou utilisant tout autre support, y compris l’internet, qui traitent de la campagne sont tenus au respect rigoureux des règles d’équité et d’équilibre dans le traitement des activités des candidats ou listes de candidats pendant la campagne électorale ;
- l’utilisation, à des fins de propagande électorale, de tout procédé de publicité commerciale par les médias publics ou privés de l’audiovisuel, de la presse écrite ou utilisant tout autre support est interdite pendant toute la durée de la campagne électorale ;
- les collaborateurs des services de télévision et de radiodiffusion qui sont candidats à ces élections doivent s’abstenir de paraître à l’antenne ou de s’exprimer sur les ondes dans l’exercice de leurs fonctions, à compter de l’ouverture officielle de la campagne électorale et ce, afin de préserver l’égalité des candidats devant les moyens de propagande.

Malgré ce communiqué invitant les organes de presse au respect des dispositions légales, le service de monitoring et de veille du CNRA a constaté des violations manifestes du Code électoral. Ces manquements étaient entre autres une offre publicitaire

commerciale de promotion et de propagande électorale pour les candidats aux élections locales ; diffusion de publi-reportage en direct du meeting d'ouverture de campagne et des insertions publicitaires (photos et slogans) au profit des candidats.

Ces organes ont fait l'objet, le 18 juin 2014, chacun en ce qui le concerne, d'une mise en demeure conformément aux dispositions légales applicables.

1. Un communiqué de presse intitulé : "L'argent ne doit pas rompre l'équité et l'équilibre, entre les candidats dans les médias" a également été publié le même jour par le CNRA.

Enfin, le 26 juin 2014, un autre communiqué a été rendu public pour rappeler aux médias que la campagne devait prendre fin le 27 juin à minuit et que le jour de l'élection, une interdiction totale leur est faite de verser dans toute propagande électorale.

Si certains médias mis en cause se sont conformés à la réglementation, notamment Walfadjri, d'autres ont persisté dans les violations constatées, particulièrement AFIA FM, la SEN TV, la 2STV et le site d'information Leral.net.

Pratiques des médias pendant le referendum

4 communiqués ont été rendus publics allant dans le sens des de l'application des principes d'équité et d'équilibre des médias pendant la période de couverture du referendum du 20 mars 2016.

Dans son communiqué du 11 mars 2016, le CNRA salue la nette amélioration de l'application des principes d'équité et d'équilibre notée dans la plupart des médias, depuis la diffusion du premier communiqué. L'autorité de régulation relève, cependant, quelques violations de ces principes.

- Sur TV5 Monde, le 22 février 2016, les propos inappropriés sur le Président de la République, tenus par la présentatrice du « Journal Afrique » ;
- Un article programmé sur le site d'informations « Jeuneafrique.com » le 19 mars 2016, veille du referendum et consacré à une personnalité politique appartenant au « Courant du Non ».

Le communiqué fait mention de la lettre d'observation adressée par le CNRA au Directeur général de TV5 Monde, suite aux propos désobligeants de la journaliste Mme Linda Giguere qui, dans le Journal Afrique du 22 février 2016, pour lancer le sujet sur

le referendum au Sénégal, a utilisé des termes inappropriés en parlant du Président de la République du Sénégal. Le CNRA, dans sa lettre, a demandé au Directeur général de le tenir informé de la suite réservée à cette observation.

Concernant ces deux faits, le CNRA a noté des réactions positives :

- la correspondance du Directeur général de TV5 Monde, M. Yves Bigot, en réponse à l'interpellation de l'institution de régulation de l'audiovisuel sénégalais, dans laquelle ce dernier présente ses excuses au Président de la République, Macky Sall, et rappelle que son organisation tenait très chèrement à sa réputation de professionnalisme et d'impartialité et a assuré le Président Macky Sall et le CNRA, non seulement de leur profond respect, mais surtout leur engagement à veiller à ce que ce type d'extrapolation ne se reproduise pas.
- la décision du site d'information « Jeuneafrique.com » de ne pas publier, le samedi 19 mars 2016, l'article consacré à l'homme politique sénégalais, conformément à l'interdiction rappelée dans le communiqué du CNRA de diffuser toute propagande la veille ou le jour du scrutin et pouvant influencer, d'une manière ou d'une autre, le vote dans le cadre de ce referendum.

Manquements en période de précampagne

Conformément à l'article L 61 du Code électoral, durant la période des trente (30) jours précédant la campagne électorale, est interdite toute propagande déguisée ayant pour support les médias nationaux publics ou privés. Sont considérées comme des actes de propagande électorale déguisée :

- les manifestations ou les déclarations publiques de soutien à un candidat ou à un parti politique ou coalition de partis politiques faites directement ou indirectement par toute personne ou association ou groupement de personnes quelle qu'en soit la qualité, nature ou caractère ;
- les visites et tournées à caractère économique, social ou autrement qualifiées, effectuées par toutes autorités de l'État sur le territoire national et qui donnent lieu à de telles manifestations ou déclarations.

Aucun média n'a respecté, à la lettre, les dispositions précitées durant la précampagne. Il faut, cependant, signaler le cas particulier de la RTS qui s'est le plus illustrée

par ce manquement, en limitant son obligation de couverture des activités liées au referendum au « Courant du OUI » exclusivement.

Conformément à l'article L 61 du Code électoral, pendant la période électorale, est interdite :

- l'utilisation à des fins de propagande de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse, de la radiodiffusion et de la télévision ;
- les médias publics ou privés de l'audiovisuel, de la presse écrite ou utilisant tout autre support qui traitent de la campagne sont tenus au respect rigoureux des règles d'équité et d'équilibre dans le traitement des activités des courants pendant la campagne électorale.

A ce niveau également, la plupart des médias ont violé les dispositions de cet article et, cela, malgré le communiqué publié par le CNRA.

Dans la plupart des médias privés, la pratique constatée quelques jours avant l'ouverture officielle de la campagne

électorale et consistant à faire des publi-reportages, s'est accentuée pendant cette période où il est interdit la diffusion de la publicité politique payante au profit d'un courant. Dans les médias du service public, il y a eu la persistance de l'ostracisme contre le courant du NON.

Manquements après la clôture de la campagne

Après la clôture de la campagne également, des violations des dispositions du Code électoral ont été constatées par le comité de veille mis en place, dans un partenariat entre le CNRA et le Conseil pour le Respect des Règles d'Éthique et de Déontologie dans les Médias (CORED).

Ce comité de veille CNRA-CORED avait pour objectif de :

- veiller au respect de la loi et des règles déontologiques dans la couverture du referendum ;
- s'assurer du respect de l'équilibre, de la diversité et de la pluralité ;
- Suivre en temps réel le travail des journalistes sur le terrain, à travers un monitoring conjoint ;
- relever les dérives et proposer des mesures correctives en temps réel ;
- agir ensemble avec les médias si les manquements sont moins graves, en utilisant une démarche pédagogique.

Dans sa veille médiatique, le comité conjoint CNRA-CORED a constaté qu'au cours des deux journées (la veille et le jour du referendum où il est interdit la diffusion de toute propagande électorale), un certain nombre de médias a laissé persister des appels et images en faveur du courant du OUI ou du NON.

Les radios communautaires se sont aussi engagées dans la couverture du referendum, ce qui constitue une violation manifeste de cahiers des charges les régissant qui, en leur article 18, stipulent : « la radio communautaire ne peut diffuser des informations, messages ou débats à caractère politique ». Pour ce qui est de la presse écrite, les manquements avaient essentiellement trait à des cas de propagande politique, avec des

insertions publicitaires appelant à voter « OUI ». Les pages réservées aux contributions, aux tribunes libres et autres entretiens exclusifs ont souvent été utilisées à des fins plus ou moins partisans et/ou commerciales.

Dans la presse en ligne, la présence intempestive de bandeaux publicitaires de différentes tailles, d'insertions en arrière-plan, surtout en faveur du courant du OUI ont été relevés et, cela, avant, pendant et bien après la campagne électorale et sa clôture officielle.

Malgré la clarté des dispositions de l'article L.61 et le rappel du CNRA, plusieurs cas de

violations ont été relevés. Des déclarations et manifestations de soutien à des candidats, à des listes de candidats ou à des responsables de partis politiques ont été diffusées sur les différents supports médiatiques.

3. Initiatives de régulation et innovation du CNRA : réponse du secteur et résultats

Dans sa démarche, le CNRA privilégie la concertation et la pédagogie, notamment dans le contexte de grand changement et bouleversement des usages en période électorales.

A. Initiative co-régulation

Le pluralisme médiatique et la concurrence, font que le presse peine aujourd'hui à maintenir l'équilibre dans la recherche et la diffusion de l'information. C'est pour cela que le CNRA et le CORED ont mis en place système de co-régulation des contenus médiatiques, pendant le referendum du 20 mars 2016. Cette nouvelle formule de surveillance conjointe permet à l'organe de régulation (CNRA) d'inclure les médias dans une dynamique de contrôle de leurs propres contenus, par le biais du Tribunal des Pairs (CORED). Tout ceci est entrepris dans la logique de tendre vers un meilleur respect de la réglementation.

Le rapport CNRA/CORED sur la couverture du referendum du 20 mars 2016 par les médias s'inscrit dans une démarche volontaire des acteurs de médias de rééquilibrer leurs

propres contenus. Il en va ainsi pour les journalistes dont l'exercice de la profession va en dehors de toute influence ou pression des pouvoirs publics.

Le CNRA a conduit l'activité selon une démarche basée sur des données précises, quantifiées, fiables et objectives. Cette initiative est donc une méthode pour permettre aux médias de jouer pleinement leur rôle démocratique basé sur trois piliers, à savoir : l'indépendance, l'objectivité et le pluralisme.

L'activité a consisté en un monitoring des journaux télévisés, des magazines d'information, des articles de presse écrite, en ligne, des vidéos, des insertions publicitaires et des débats qui ont eu lieu dans le cadre du referendum afin de tirer tous les enseignements possibles.

B. La régulation par la pédagogie

Depuis plusieurs années, le CNRA a fait le choix de la pédagogie : garantir le droit à l'information et limiter les dérives des médias, notamment en période d'élections en rappelant la loi et en maintenant un dialogue avec les acteurs. Une position entre pédagogie a priori et sanction a posteriori qui rend l'exercice de la régulation d'autant plus subtil.

Dans, une démarche d'anticipation des dérives, le CNRA publie des communiqués pour encourager l'observance des dispositions légales en période électorales par les médias. Ils vont aussi dans le sens de la tenue d'un scrutin apaisé et l'application des principes d'équité et d'équilibre des médias pendant la période de couverture.

Le contrôle a posteriori est matérialisé par les mises en demeure pour arrêt immédiat de diffusion ou de rediffusion d'émissions dont les contenus ne respectent pas la législation en période électorale. Les opérateurs saisis ont généralement donné une suite positive aux rappels à la légalité en suspendant sans délai la diffusion des contenus incriminés.

Le CNRA publie, à la fin de chaque trimestre, un Avis trimestriel qui donne des indications sur l'observance de la loi, sur les déséquilibres et/ou sur le non-respect des principes d'équité et d'égalité entre les candidats. Il propose, le cas échéant, les mesures pour corriger les dysfonctionnements constatés.

4. Recommandations et Perspectives

La veille et le jour du scrutin, le comité conjoint CNRA-CORED est intervenu, à chaque fois qu'il y a eu manquement, pour faire corriger et demander aux médias de se conformer à la réglementation en vigueur et au respect des principes d'éthique et de déontologie.

Une fois ces manquements constatés, les médias ont été rappelés à l'ordre par le comité conjoint de veille CNRA-CORED et, dans l'ensemble, ils ont interrompu immédiatement les diffusions qui violaient la réglementation.

La sensibilisation des responsables des entreprises de presse doit se poursuivre. Mais il faut, sans délai, réviser les instruments qui doivent permettre à la régulation

de mener à bien l'application des règles contraignantes qui régissent le secteur. La perspective des élections à venir oblige à tirer les leçons des événements médiatiques qui ont été vécus lors du referendum et les élections précédentes.

Les constatations qui résultent de l'observation du traitement médiatique de la période électorale par les différents supports révèlent des violations des dispositions légales et des stipulations des cahiers de charges.

La couverture médiatique de la pré-campagne électorale, des activités assimilables à de la propagande déguisée au sens de l'article L.61 du Code électoral ont été couvertes et diffusées, de même que

des commentaires de présentateurs ou d'animateurs d'émissions audiovisuelles faisant l'éloge de tel candidat ou de son bilan. Les manifestations sportives et culturelles ont la plupart servi de tribunes à la commission de ces actes.

Durant la campagne électorale, certains médias ne se sont pas conformés à l'interdiction de « *l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse, de la radiodiffusion et de la télévision* » telle que prévue par l'article L.61 du code électoral. Des candidats ou listes de candidats se sont offert les services de certains supports médiatiques pour la promotion de leurs activités au détriment du cadre légal qui exclut cette possibilité.

Certaines radios communautaires, nonobstant l'article 18 du cahier de charges auquel elles ont souscrit, et qui précise qu'elles ne peuvent « *diffuser des informations, messages ou débats à caractère politique* », ont procédé à la couverture de manifestations à caractère politique et organisé des débats de même nature.

Ces différents manquements exposent leurs auteurs aux sanctions prévues par l'article 26 de la loi 2006-04 du 04 janvier 2006

portant création du CNRA, dont l'application peut conduire à la suspension des programmes ou de la parution de l'organe en cause.

Les principes d'équité et d'équilibre dans le traitement médiatique des activités des candidats durant la campagne électorale doivent aussi prévaloir tout au long de la couverture du scrutin jusqu'à la proclamation des résultats provisoires.

C'est le lieu de rappeler l'urgence et la nécessité, à la fois, d'adopter une loi sur le financement de la vie publique, qui abordera la question du financement des partis politiques, et de réviser le Code électoral qui, dans son état actuel, ne réglemente pas le referendum. Les conditions dans lesquelles doivent être menées les campagnes des candidats, membres de partis ou de coalitions, et des candidats indépendants auxquels le referendum vient de conférer le droit de participer à tous les types d'élection, précises et transparentes, n'en seront que plus bénéfiques au renforcement de la démocratie.

Au regard de tout ce qui précède, des mesures doivent être mises en œuvre afin d'assurer une meilleure prise en charge de la supervision de la couverture médiatique du processus électoral.

Face aux nouveaux enjeux, le CNRA propose : (voir texte 29 sur Réorganiser le secteur) :

- a. La mise en place de l'Autorité de Régulation de l'Audiovisuel ;
- b. Cahier de charges applicables au titulaire d'une autorisation de diffusion de programmes de télévision privée de droit sénégalais ;
- c. Projet de Décret relatif au partage d'infrastructures de Télécommunication ;
- d. Statuts de la Société d'exploitation de la Télédiffusion au Sénégal ;
- e. Statuts de la Société Nationale des Infrastructures Numériques du Sénégal.

Question de responsabilités

Une élection ne peut être démocratique sans les médias. C'est un lieu commun. Les médias jouent un rôle primordial dans les processus électoraux. Ils garantissent la transparence et informent sur le processus électoral, sur les partis et leurs programmes, permettant ainsi aux électeurs de formuler des choix éclairés. A l'heure du passage vers le numérique, les sources d'information se sont encore multipliées. En plus des médias traditionnels -presse écrite, radio et télévision- il faut désormais prendre en compte la presse en ligne et les médias sociaux dans la conduite du processus électoral. Les médias sénégalais essaient de s'acquitter de leur mission principale d'information

des citoyens-électeurs. Toutefois, le maintien à niveau du professionnalisme, de l'exactitude et de l'impartialité dans la couverture et le traitement de l'information constitue une préoccupation majeure. Les enseignements tirés par le CNRA pendant les trois précédents processus électoraux relèvent une pratique médiatique parfois tendancieuse. L'accès équitable des partis politiques aux médias est un défi pour le régulateur, pour l'Etat en général, pour les professionnels de l'information, pour les organisations professionnelles et pour les citoyens usagers des médias. La solution se présente comme un faisceau de responsabilités entres tous ces acteurs.

La responsabilité de l'État

A travers le Ministère de l'Intérieur et la Commission électorale nationale indépendante (CENA), l'Etat du Sénégal a pour rôle primordial à chaque processus électoral, de faire respecter la loi électorale de manière à assurer la régularité, la transparence et la sincérité du scrutin en garantissant aux électeurs le libre et plein exercice de leurs droits. Dans le cadre de la pratique

médiatique, l'Etat doit promouvoir et garantir le respect de la démocratie par la liberté d'expression essentiellement articulée autour du droit à recevoir librement des informations et l'accès équitable des médias pour les protagonistes à la compétition électorale afin de leur permettre de communiquer librement.

Pour sauvegarder la sécurité nationale et maintenir l'ordre public, l'Etat est appelé, de manière générale, à prendre :

- des mesures qui répondent à un besoin social pressant ;
- des mesures qui ne doivent pas restreindre la liberté d'expression ;
- des mesures pour promouvoir un espace de respect des libertés d'expression, notamment l'accès aux médias publics des acteurs de l'opposition ;
- des mesures adéquates pour une couverture équilibrée et impartiale.

L'Etat a l'obligation de respecter la liberté de la presse. Il doit faciliter le pluralisme médiatique pour que le public ait accès à une variété d'information de sources différentes.

La responsabilité du CNRA à trois moments

1- La précampagne

Le Conseil rappelle que pendant la période précédant l'ouverture officielle de la campagne électorale, est interdite toute propagande déguisée ayant pour support les médias nationaux publics et privés (Article L 61 du code électoral).

Selon cet article, sont considérés comme actes de propagande électorale déguisée,

toute manifestation ou déclaration publique de soutien à un candidat ou à un parti politique ou coalition de partis politiques, faite directement ou indirectement par toute personne ou association ou groupement de personnes, quelle qu'en soit la qualité, nature ou caractère.

2- La campagne électorale

Le CNRA rappelle la date d'ouverture et de fermeture de la campagne électorale. L'instance invite les médias au respect de l'article L 129 du Code électoral est applicable (Article LO 190-20, alinéa 3) qui dispose que « Pendant la campagne électorale, est interdite l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse, de la radiodiffusion et de la télévision (Article L 61 du code électoral, alinéa 5). »

Les médias publics ou privés de l'audiovisuel, de la presse écrite ou utilisant tout autre support qui traitent de la campagne sont

tenus au respect rigoureux des règles d'équité et d'équilibre dans le traitement des activités des candidats ou listes de candidats pendant la campagne électorale (Article L 61 du code électoral, dernier alinéa). L'organe de régulation des médias veille à ce que le principe d'égalité entre les candidats soit respecté dans les programmes d'information du service public de radiodiffusion-télévision en ce qui concerne la reproduction et les commentaires des déclarations, écrits, activités des candidats et la présentation de leur personne (Article LO 129 du code électoral).

3- La fin de la campagne

Le Conseil interdit aux médias la diffusion de toute propagande électorale la veille et le jour du scrutin dans les conditions définies par l'article L.61 du code électoral. Le régulateur intervient lorsque les médias

présentent une couverture journalistique non équilibrée et empêchent ainsi la libre circulation de l'information vers l'électorat après la fin de la campagne.

Les restrictions spécifiques aux radios communautaires

Le CNRA signale, s'agissant du cas spécifique de la radio communautaire, qu'elle ne peut, en aucun moment, diffuser des informations,

messages ou débats à caractère politique (Article 18 du cahier des charges applicable aux radios communautaires).

Les organisations professionnelles

Les organisations professionnelles de la presse concourent à la tenue concrète d'élections crédibles et inclusives grâce, no-

tamment, au rappel des obligations professionnelles, normes et bonnes pratiques lors de couverture d'élection.

Etant à la fois destinataires et transmetteurs d'information, les médias sont invités à :

- une couverture médiatique équilibrée et équitable ;
- une couverture du déroulement du scrutin sur l'étendue du territoire national équidistante, rigoureuse et professionnelle.

Les organisations professionnelles sont une interface pour préserver un climat de paix et éviter confusions de rôles et confrontations entre candidats et médias.

Pendant les campagnes et consultations électorales, les organisations professionnelles réitèrent leur appel aux autorités pour la sécurité des journalistes. Ces rappels sont motivés par le fait que les professionnels de l'information subissent des pressions de la

part de certains politiques qui veulent une couverture médiatique favorable.

Les associations de presse rappellent les dispositions qui établissent et garantissent la liberté d'expression et d'opinion. Elles rappellent le droit de chercher, de recevoir et de transmettre librement l'information sans immixtion (du gouvernement) des autorités administratives et/ou des responsables politiques.

La liberté d'expression répond à des principes directeurs pour une bonne tenue des élections. Il s'agit pour les professionnels de l'information de :

- fournir aux partis politiques les moyens de communiquer et de débattre ;
- surveiller le dépouillement du vote et publier les résultats ;
- suivre de près le processus pour évaluer le respect de l'équité et le degré de pluralisme.

Normes légales en période électorale

En veillant à l'indépendance et à la liberté de l'information et de la communication dans le secteur de l'audiovisuel, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel promeut l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations reconnues de la société civile aux médias audiovisuels dans les conditions fixées par les lois et règlements en vigueur. Se référant à la loi portant sa création et au Code électoral, le Conseil fixe les règles concernant les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions réglementées des médias pendant les campagnes électorales.

En vertu de l'article 15 de la loi n° 2006-04, le Conseil supervise une émission programmée toutes les deux semaines, séparément à la radio et à la télévision publiques. Cette émission est réservée aux partis politiques légalement constitués pour leur permettre d'évoquer les questions d'actualité nationale et internationale, sous forme de débats contradictoires. Non sans veiller

au respect des principes d'équité et d'équilibre entre tous les partis en tenant compte des contraintes du service public de la radio-télévision.

En période électorale, les compétences du CNRA sont élargies à tous les médias de la presse écrite ou utilisant tout autre support. Le Conseil veille au respect des dispositions de la loi 92-57 du 3 septembre 1992 relative au pluralisme à la radio-télévision, notamment des articles 14 à 18 sur la propagande des partis politiques, la retransmission des débats parlementaires et le pluralisme de l'information.

En son article 17 de la loi portant sa création, l'instance peut être saisie de toute violation des dispositions législatives et réglementaires réagissant les médias audiovisuels ainsi que l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations reconnues de la société civile aux médias d'Etat. Elle peut également se saisir de toute question relevant de sa compétence et en délibérer.



Ce que dit le Code électoral d'avril 2014

En plus de la loi portant sa création, le CNRA fait appel aux dispositions du Code électoral pour signaler des dysfonctionnements ou manquements et rendre des décisions. Lors des élections locales de juin 2014, l'instance n'a de cesse de rappeler aux médias sur les dispositions prises par le Code. Quelques articles du Code électoral relatifs à la mission du CNRA et au rôle des médias.

L'article 61

Durant le trente (30) jours précédant l'ouverture de la campagne officielle électorale, est interdite toute propagande déguisée ayant pour support les médias nationaux publics et privés. Sont considérés au sens de la présente loi comme actes de propagande électorale déguisée, toute manifestation ou déclaration publique de soutien à un candidat ou à un parti politique ou coalition de partis politiques, faite directement ou indirectement par toute personne ou association ou groupement de personnes quelle qu'en soit la qualité, nature ou caractère. Sont assimilées à des propagandes ou campagnes déguisées, les visites et tournées à caractère économique, sociale ou autrement qualifiées, effectuées par toutes les autorités de l'Etat sur le territoire national et qui donnent lieu à de telles manifestations ou déclarations.

L'organe chargé de la régulation des médias est chargée de veiller à l'application stricte de cette interdiction.

En cas de contravention à cette interdiction, l'organe chargé de la régulation des médias doit proposer des formes appropriées de réparations au bénéfice de tout candidat, de tout parti politique ou coalition de partis politiques lésés. Ces derniers peuvent saisir directement l'organe de régulation des médias d'une plainte en cas de contravention à cette interdiction.

Pendant la campagne électorale, sont interdites :

1. L'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par voie de la presse, de la radio diffusion et de la télévision ;
2. L'utilisation des biens ou moyens publics aux fins de cette campagne sous peine de sanction pénales prévues par le présent Code. En cas de rupture de l'égalité entre les candidats du fait de l'utilisation des moyens publics, la Cour d'Appel est tenue de délibérer dans les quarante-huit (48) heures suivant la saisine.

Cette interdiction ne fait pas obstacle à l'exercice normal des fonctions administratives, gouvernementales et parlementaires.

Les médias publics ou privés de l'audiovisuel, de la presse écrite ou utilisant tout autre support qui traitent de la campagne sont tenus au respect rigoureux des règles d'équité et d'équilibre dans le traitement des activités des candidats ou listes de candidats pendant la campagne électorale.

Article L.108

En dehors des cas spécialement prévus par les dispositions des lois et décrets en vigueur, quiconque, soit dans une commission administrative, soit dans un bureau de vote ou dans les bureaux des mairies, des préfectures ou sous-préfectures ou en dehors de ceux-ci, avant, pendant et après le scrutin, a par inobservation volontaire de la loi ou des atteintes ou tenté de portée atteinte à sa sincérité, empêché ou tenté d'empêcher les opérations du scrutin ou qui a changé ou tenté de changer le résultat, sera puni d'une amende de 20 000 à 100 000 FCFA et d'un emprisonnement d'un mois à un an.

Si le coupable est un fonctionnaire de l'ordre administratif ou judiciaire, agent ou préposé au gouvernement ou d'une administration publique, la peine sera portée au double.

Article L.127

Pendant la durée de la campagne électorale pour le premier tour comme, le cas échéant, pour le second tour du scrutin, les candidats en lice à la Présidence de la République figurant sur la liste arrêtée et publiée par le Conseil Constitutionnel reçoivent un traitement égal dans l'utilisation des moyens de propagande de la tranche horaire quotidienne du service public de l'audiovisuel réservées aux candidats.

Le nombre, la durée et les horaires des émissions, ainsi que les modalités de leurs réalisations sont fixées par l'organe chargé de la régulation des médias après avis de la CENA, des organes de la presse, de l'audiovisuel public et des candidats ou de leurs mandataires. L'organe de régulation des médias peut s'opposer à la diffusion d'une émission de la campagne électorale en cas de contravention aux règles posées par la Constitution.

Sa décision doit être motivée et notifiée, immédiatement, au candidat concerné. Cette décision peut faire l'objet d'un recours pour excès de pouvoir devant la Cour Suprême qui se prononce en procédure d'urgence avant la fin de la campagne.

L'organe de régulation des médias peut saisir la Cour d'Appel préalablement à la diffusion d'une émission de la campagne officielle dans les vingt-quatre (24) heures à compter de la réalisation de cette émission, si les propos tenus par les candidats ou par les parties politiques relèvent un manquement grave aux obligations qui résultent de la Constitution, notamment en ce qui concerne le respect :

- des caractéristiques de l'État républicain, laïc et démocratique ;
- des institutions de la République : de leur statut ; de leur compétence ;
- de l'indépendance nationale, de l'intégrité du territoire et de l'unité nationale ;
- et des libertés publiques.

La saisine de la Cour d'Appel est suspensive de la diffusion de l'émission. La Cour d'Appel statue dans un délai de quarante-huit (48) heures à compter de sa saisine. Elle peut ordonner la non diffusion de tout ou partie seulement de l'émission.

Le candidat dont les propos sont incriminés est invité à présenter sa défense.

Si l'organe de régulation des médias ne saisit pas la Cour d'Appel dans les vingt-quatre (24) heures ou si la Cour d'Appel ne statue pas dans les délais ci-dessus prévus, l'émission doit être diffusée immédiatement.

Article L 216.....

La Cour d'Appel compétente veille à l'égalité entre les candidats. Saisie par le CENA ou par un candidat, elle intervient, le cas échéant, auprès des autorités compétentes pour que soient prises toutes les mesures susceptibles d'assurer sans délai cette égalité.

Est interdite toute activité assimilable à une campagne électorale dans les conditions définies par l'article L 61.

Est également interdit, toute propagande électorale le jour du scrutin.

Saisie d'une réclamation, la Cour d'Appel compétente peut en cas de besoin, adresser des injonctions aux autorités concernées ou aux candidats dont l'attitude est incriminée. Elle veille à la régularité de la campagne électorale. Ses arrêts en la matière ne peuvent faire l'objet d'aucun recours.

La campagne par voie d'affichage est régie par les dispositions des articles L.60 et L. 62 ainsi que par les dispositions réglementaires du Code électoral.

La tenue des réunions électorales est régie par les dispositions de l'article L.59 du présent code. Chaque liste de candidat peut faire imprimer et adresser aux électeurs avant le scrutin, un circulaire de propagande comprenant une page en recto et verso de format 21 x 27 cm. Cette circulaire est soumise à la formalité du dépôt légal.

Article L.217.....

Les électeurs sont convoqués par décret publié au Journal Officiel au moins quatre-vingt-dix (90) jours avant le la date du scrutin.

Article 128.....

L'organe de régulation des médias peut, en sus du temps d'émission dont dispose chaque candidat, organiser des débats radiodiffusés ou télévisés contradictoires à la condition que telles émissions permettent à chacun des candidats d'intervenir.

Article 129.....

L'organe de régulation des médias veille à ce que le principe d'égalité entre les candidats soit respecté dans les programmes d'information du service public de radiodiffusion – télévision en ce qui concerne la reproduction et les commentaires des déclarations, écrits, activités des candidats et la présentation de leur personne.

Article L.247.....

La Cour d'Appel compétente veille à l'égalité entre les candidats. Saisie par le CENA ou par un candidat, elle intervient, le cas échéant, auprès des autorités compétentes pour que soient prises toutes les mesures susceptibles d'assurer sans délai cette égalité.

Est interdite toute activité assimilable à une campagne électorale dans les conditions définies par l'article L 61.

Est également interdit, toute propagande électorale le jour du scrutin.

Saisie d'une réclamation, la Cour d'Appel compétente peut en cas de besoin, adresser des injonctions aux autorités concernées ou aux candidats dont l'attitude est incriminée.

Elle veille à la régularité de la campagne électorale. Ses arrêts en la matière ne peuvent faire l'objet d'aucun recours.

La campagne par voie d'affichage est régie par les dispositions des articles L.60 et L. 62 ainsi que par les dispositions réglementaires du Code électorales.

La tenue des réunions électorales est régie par les dispositions de l'article L.59 du présent code.

Chaque liste de candidat peut faire imprimer et adresser aux électeurs avant le scrutin, un circulaire de propagande comprenant une page en recto et verso de format 21 x 27 cm. Cette circulaire est soumise à la formalité du dépôt légal.

Les présents articles sus mentionnés sont tirés du Code électoral d'avril 2014. L'Assemblée national nationale a adopté en sa séance du lundi 02 janvier 2017 la loi n° 2017-12 portant Code électoral. Les réformes du Code de 2017 ont changé la nomenclature des articles.

La régulation des médias pendant les élections

En période électorale, les compétences du CNRA sont élargies à tous les médias de la presse écrite ou utilisant tout autre support. En plus d'assurer le contrôle de l'application de la réglementation sur l'audiovisuel, le CNRA surveille aussi le travail de la presse écrite et de la presse en ligne. Tous les médias entrent dans son champ de compétences. Par conséquent, son travail de régulation s'agrandit face au développement rapide du secteur de l'audiovisuel.

Rappel des mécanismes de régulation

Les mécanismes de régulation du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) ont une dimension plus élargie pendant les élections au Sénégal. Conformément à sa mission de régulation, le Conseil veille au respect des principes d'équité et d'équilibre par les médias publics et privés tout au long du déroulement des élections. Il est présent au niveau de tous les médias. Ce qui n'est pas le cas en période non électorale où la presse en ligne n'est pas dans son champ de compétences. Pour ce qui est des médias

publics, il faut au préalable l'autorisation de l'autorité de régulation avant de diffuser les programmes politiques.

Il faudrait au préalable l'onction de l'autorité de régulation pour tout ce qui concerne le traitement de l'information politique pendant la période préélectorale. Le Conseil fixe les règles concernant les conditions de productions, de programmation et de diffusion des émissions réglementées des médias audiovisuels pendant les campagnes électorales.

Processus de plaintes et traitement

En privilégiant la pédagogie, la sensibilisation et l'information, le CNRA offre à chaque citoyen l'opportunité de le saisir sur les contenus audiovisuels en cas d'éventuel manquement aux dispositions législatives et réglementaires réagissant les médias audiovisuels. Pendant la période électorale, les délais de traitement des interpellations sont raccourcis.

La décision du CNRA, après enquête, consultation des services juridiques et délibération, est rendue dans les plus brefs délais. Lors des élections, il y a une urgence des délais qui sont raccourcis dans les procédures de plainte et de traitement.

Procédures de sanction

Pendant la période électorale, le CNRA rappelle aux médias de se conformer à la réglementation en vigueur et au respect des principes d'éthique et de déontologie. Pour faire respecter les règles de pluralisme, d'éthique, de déontologie, d'équité et

d'équilibre, le CNRA. En cas de manquements, le CNRA prend contact avec la partie incriminée, lui signifie par courrier le grief formulé à son encontre, sous risque d'application de la sanction prévue.

Évolutions et alternatives

Dynamique de l'autorégulation et de Co régulation

En attendant que le Conseil ait une solide assise réglementaire pour fixer les dispositions dont les médias doivent prendre pour couvrir une campagne électorale, l'actuelle équipe a adopté une démarche participative dans sa veille médiatique. C'est ainsi qu'un comité conjoint CNRA-CORED a été mis sur pied pour surveiller les médias contre toute dérive et la diffusion de toute propagande électorale durant les élections référendaires. Le Comité conjoint a effectué un énorme travail de contrôle des médias dans le but de surveiller les activités des médias pendant la période de pré-campagne et de la campagne elle-même.

Lors du Référendum du 20 mars 2016, le Comité conjoint a constaté quelques dysfonctionnements sur entre autres :

- L'utilisation biaisée des médias par des patrons de groupes de presse eux-mêmes, à des fins propagandistes, qui se sont mis hors la loi L61 du Code électoral ;
- La diffusion d'émissions sur des plateaux de télévision ou sur des radios, animées par des journalistes ayant pour invités des tenants d'un courant, des jours où toute publicité électorale est proscrite.

Le Comité conjoint est intervenu, à chaque fois qu'il y a eu manquement, pour faire corriger et demander aux médias de se conformer à la réglementation en vigueur et au respect des principes d'éthique et de déontologie.

Dans cet environnement de Co régulation, le Conseil ne cesse de rappeler les responsabilités des médias clairement définies dans la loi. Pour la plupart, les responsables des médias se conforment à ces dispositions. L'initiative entre le CNRA et le CORED aide à asseoir une approche d'autorégulation.

Cette dynamique de Co régulation a permis au Comité, de manière concertée entre acteurs des médias, de rappeler et de vulgariser les pré-requis et les règles d'une couverture équilibrée qui s'imposent à tous. Toujours dans sa mission de faire respecter les principes de non-discrimination, d'impartialité, le CNRA est dans une démarche pédagogique depuis l'installation de la nouvelle équipe en 2012. Ce processus se veut objectif et scientifique, d'autant plus que les décisions du Conseil sont motivées par les chiffres et faits qui ressortent du service de monitoring.

Ainsi, le CNRA préconise de réviser les instruments qui doivent permettre à la régulation de mener à bien l'application des règles contraignantes qui régissent le secteur.

Toutefois, ce travail du CNRA de promotion d'équité et de liberté d'expression est freiné par un déficit de ressources humaines, compétentes et crédibles et l'absence d'un appui matériel et financier conséquent pour accompagner ce processus, du point de vue de la régulation des médias et de la sensibilisation des acteurs sur l'ensemble du territoire.

Le monitoring des médias en période électorale

Mame Ndiack WANE

Conseiller du Président du CNRA (Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel)
Responsable du Département d'Acquisition et de Suivi des Programmes audiovisuel

Les médias jouent un rôle important dans l'information des populations et la formation de leurs opinions. L'audiovisuel public conformément aux dispositions du code électoral, met à disposition, des espaces d'antenne gratuits, permettant aux différents candidats de débattre, de promouvoir leurs idées, leurs projets. Par ailleurs, l'audiovisuel privé offre des espaces d'antenne qui peuvent être payants dans certaines conditions avec le risque permanent de favoriser les acteurs politiques disposant de plus de moyens pour accéder à ces opportunités de communication. Dans ce contexte, le CNRA (Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel), veille au respect du pluralisme et de la diversité dans la couverture des différentes phases

électorales (la précampagne, la campagne et aussi le jour du scrutin) autant dans l'espace audiovisuel public que l'espace privé.

Pour préserver au mieux la liberté d'esprit et d'opinion des populations, il est donc essentiel pour le régulateur d'observer et d'analyser la couverture médiatique tout au long du processus électoral (élections locales, législatives et/ou présidentielles). Le CNRA, prend toutes les dispositions (communiqués de presse, réunions d'information et de partage) permettant aux professionnels des médias d'avoir une compréhension claire, précise et responsable des règles assignées au traitement de l'information électorale pendant les différentes phases du processus.

L'outil de supervision de la couverture des élections est le monitoring qui permet l'observation et l'analyse de l'ensemble de la dynamique médiatique. Pour l'audiovisuel, le régulateur, dispose d'un système de monitoring doté des capacités techniques suivantes :


- réception et enregistrement de 24 chaînes de Télévision ;
- réception et enregistrement de 36 chaînes de Radio.

Pour réguler la presse écrite et la presse en ligne, le CNRA dispose d'une plate-forme de supervision et d'analyse statistique qui lui permet d'avoir un aperçu en temps réel du traitement de l'information électorale.

Le monitoring des médias en période électorale est basé sur une méthodologie systématique d'observation, d'analyse quantitative et qualitative des contenus sur la base d'un échantillonnage objectif composé de plusieurs profils d'éditeurs audiovisuels, de la presse écrite et de la presse en ligne. Les résultats obtenus

permettent de mesurer le respect des principes d'équité et d'équilibre dans le traitement des activités des candidats, partis ou coalitions de partis qui sont en compétition. Le monitoring du pluralisme politique permet à l'instance de vérifier si les organes de presse, notamment les médias du service public, garantissent une couverture équitable (ou égale), selon les dispositions consignées dans le code électoral qui encadrent la campagne électorale pour l'ensemble des acteurs politiques.





CAPITALISATION DES ÉVOLUTIONS

Capitalisation des évolutions

Rappel - Capitalisation des trois (3) expériences

Le rôle fondamental des médias place le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) au cœur du processus électoral. Avec un système de réglementation, le Conseil veille sur tous les aspects de la couverture avant, pendant et après une élection en assurant la liberté de travail des médias. Ce rôle de supervision des médias en période électorale s'est renforcé grâce à l'acquisition d'un nouveau matériel de monitoring pour faire face aux défis de la convergence technologique. Sur la base des analyses fondées sur des statistiques fournies par le système de monitoring, le CNRA rappelle, sur des données scientifiques, l'importance d'une couverture équilibrée pour des élections libres et équitables. L'équipe du Conseil a trois expériences électorales depuis son installation, notamment les élections locales du 29 juin 2014, le Référendum du 20 mars 2016 et l'Élection des membres du Haut Conseil des Collectivités territoriales du 5 septembre 2016. Conformément aux dispositions du Code électoral et de la loi 2006-04 du 04 janvier 2006, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel veille au respect strict de cette recommandation.

Élections locales du 29 juin 2014

A la veille du démarrage des élections locales, le CNRA a rappelé que conformément au code électoral, notamment en ses articles L.215 et L.246, la campagne officielle en vue des élections des conseillers départementaux et municipaux du 29 juin 2014 démarre le samedi 14 juin 2014 à minuit et prend fin le vendredi 27 juin 2014 à minuit.

Pour favoriser un bon déroulement de la campagne électorale et la tenue d'un scrutin apaisé, le CNRA tient à préciser que :

- l'ensemble des médias publics ou privés de l'audiovisuel, de la presse écrite ou utilisant tout autre support y compris l'internet, qui traitent de la campagne sont tenus au respect rigoureux des règles d'équité et d'équilibre dans le traitement des activités des candidats ou listes de candidats pendant la campagne électorale ;
- l'utilisation à des fins de propagande électorale, de tout procédé de publicité commerciale par les médias publics ou privés de l'audiovisuel, de la presse écrite ou utilisant tout autre support est interdite pendant toute la durée de la campagne électorale ;
- les collaborateurs des services de télévision et de radiodiffusion qui sont candidats à ces élections doivent s'abstenir de paraître à l'antenne ou de s'exprimer sur les ondes dans l'exercice de leurs fonctions, à compter de l'ouverture officielle de la campagne électorale et ce, afin de préserver l'égalité des candidats devant les moyens de propagande.

Dans une note, le CNRA a formulé des recommandations relatives au traitement de l'information dans les médias durant les périodes de précampagne et de campagne du scrutin du 29 juin 2014 pour permettre de faciliter un traitement équitable des différents candidats et listes présents dans chaque circonscription.

I - la précampagne

Conformément à l'article L 61 du code électoral, durant la période des trente (30) jours précédant la campagne électorale, est interdite toute propagande déguisée ayant pour support les médias nationaux publics ou privés ;

Sont considérées comme des actes de propagande électorale déguisée :

les manifestations ou les déclarations publiques de soutien à un candidat ou à un parti politique ou coalition de partis politiques faites directement ou indirectement par toute personne ou association ou groupement de personnes quelles qu'en soit les qualité, nature et caractère ;

les visites et tournées à caractère économique, social ou autrement qualifiées, effectuées par toutes autorités de l'État sur le territoire national et qui donnent lieu à de telles manifestations ou déclarations.

- Au regard de cette loi, la période de précampagne s'étend du vendredi 16 mai 2014 à 00 heure au samedi 14 juin 2014 à minuit.
- La campagne électorale démarre officiellement le dimanche 15 juin 2014 00 heure, elle prend fin le vendredi 27 juin 2014 à minuit.

II - la campagne

- 1) Lorsqu'il est traité d'une circonscription électorale donnée, les services de télévision et de radio veillent à ce que les candidats ou listes de candidats, les personnalités qui les soutiennent, bénéficient d'une présentation et d'un accès équitables à l'antenne, en rendant compte de toutes les candidatures.

La notion d'équité est à distinguer de celle d'égalité dont le code électoral ne prévoit la stricte application qu'à l'occasion de l'élection présidentielle pour la période de campagne officielle.

Le Conseil National invite les responsables des rédactions à fonder leur appréciation de la notion d'équité notamment sur la représentativité des candidats et des forces politiques en présence, qui peut s'évaluer sur le plan national comme sur le plan local au regard des résultats des scrutins précédents, de la dynamique de la campagne électorale et des manifestations qui y sont liées (meetings, débats, tribunes).

Il importe que tous les candidats et les forces politiques puissent disposer d'un réel accès à l'antenne et veiller à ce qu'aucune n'en soit écartée.

- 2) Lorsque le traitement de ces élections dépasse le cadre des circonscriptions, les services de télévision et de radio veillent à une présentation et à un accès équitables à l'antenne des différentes forces politiques présentant des candidats ou des listes de candidats.

- 3) Les comptes rendus, commentaires et présentations auxquels donnent lieu ces élections, doivent être exposés par les rédactions avec un souci constant d'équilibre et d'objectivité. Les rédactions veillent à ce que le choix des extraits des déclarations et écrits des candidats, des représentants de listes ou de formations politiques ainsi que les commentaires auxquels ils peuvent donner lieu n'en dénaturent pas le sens général.
- 4) En ce qui concerne les magazines ou émissions spéciales, le CNRA invite à plus de vigilance quant au choix des intervenants afin que soient respectés les principes sus mentionnés.
- 5) S'agissant de la couverture de l'actualité nationale ou internationale, les services de radio et télévision doivent respecter un équilibre entre le temps d'intervention des membres du gouvernement, celui des personnalités appartenant à la majorité parlementaire et celui des personnalités appartenant à l'opposition parlementaire, et leur assurer des conditions de programmation comparables.

En outre, les éditeurs doivent veiller à assurer un temps d'intervention équitable aux personnalités appartenant à des formations ou listes non représentées au Parlement.

- 6) Jusqu'à la date d'ouverture de la campagne électorale officielle, les collaborateurs de l'ensemble des services de télévision et de radiodiffusion qui seraient candidats veillent à ce que leurs éventuelles interventions à l'antenne ou à l'écran ne puissent avoir aucune incidence électorale de nature à porter atteinte à l'égalité des candidats devant les moyens de propagande.

En outre, ces mêmes collaborateurs s'abstiennent de paraître à l'antenne ou de s'exprimer sur les ondes dans l'exercice de leurs fonctions à compter de l'ouverture officielle de la campagne.

- 7) Les services de communication audiovisuelle veilleront à ce que l'utilisation qui pourrait être faite des archives audiovisuelles comportant des images ou paroles de personnalités de la vie publique :
 - ne donne lieu à des montages ou utilisations susceptibles de déformer le sens initial du document ;
 - soit systématiquement assortie de leur source et de leur date.
- 8) Conformément à l'article L 61, pendant la période électorale, sont interdites :
 - l'utilisation à des fins de propagande de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse, de la radiodiffusion et de la télévision ;

- 9) Les services de radiodiffusion et de télévision devront pouvoir fournir au CNRA, à sa demande et dans les meilleurs délais, tous les éléments d'information nécessaires à l'instruction des saisines qui pourraient lui être adressées notamment des relevés de temps de parole de personnalités politiques et des bandes sonores et visuelles des diverses émissions concernant la campagne électorale.
- 10) le CNRA invite les différents responsables des organes audiovisuels et de la presse écrite et en ligne à communiquer à l'instance de régulation, dans des délais les meilleurs, leurs programmes de couverture de cette campagne électorale qui, en l'absence de temps d'antenne préétabli, repose essentiellement sur un traitement pluraliste et équilibré des activités des différents candidats et listes de candidats.

Référendum du 20 mars 2016

La campagne électorale pour le référendum du 20 mars 2016 s'est ouverte le samedi 12 mars 2016 à zéro heure et close le vendredi 18 mars 2016 à minuit, conformément au décret 2016 - 262 du 19 février 2016 portant organisation d'un référendum, notamment en son article 6. Les termes « candidat » ou « listes de candidats », « parti politique » ou « coalition de partis politiques » figurant dans le code électoral sont remplacés par « représentant du courant du OUI » ou « représentant du courant du NON ». Pour ces élections, il résulte des dispositions dudit décret qu'il n'y a pas de temps d'antenne réglementé en faveur des

acteurs intervenant dans les médias. Durant tout le processus qui va de la publication de ce communiqué à la tenue du référendum, les médias sont appelés au respect scrupuleux de l'équité et de l'équilibre dans le traitement de toute information relative au référendum.

Le dernier alinéa de l'article L.61 du code électoral, rappelle le CNRA, précise : « les médias publics ou privés de l'audiovisuel, de la presse écrite ou utilisant tout autre support, qui traitent de la campagne, sont tenus au respect rigoureux des règles d'équité et d'équilibre ».

LPour ce référendum, le CNRA et le Conseil pour le Respect des Règles d'Éthique et de Déontologie dans les Médias (CORED) ont décidé dans le cadre d'une Co-régulation, de mettre sur pied un Comité de veille qui pour objectif de :

- veiller au respect de la loi et des règles déontologiques dans la couverture du référendum ;
- s'assurer du respect de l'équilibre, de la diversité et de la pluralité ;
- suivre en temps réel le travail des journalistes sur le terrain, à travers un monitoring conjoint ;
- relever les dérives et proposer des mesures correctives en temps réel ;
- agir ensemble avec les médias si les manquements sont moins graves, en utilisant une démarche pédagogique.

Le comité conjoint a constaté des manquements essentiellement ayant trait à des cas de propagande politique, de la présence intempestive de bandeaux publicitaires de différentes tailles dans la presse en ligne et des propos inappropriés dans l'audiovisuel. Et ce, en dépit, des communiqués publiés par voie de presse avant chaque phase du processus référendaire, pour leur rappeler

l'obligation qui leur est faite de respecter la réglementation, en particulier les principes d'équité et d'équilibre dans le traitement des activités des différents courants, pendant ces périodes légalement fixées. Les médias rappelés à l'ordre par le comité conjoint de veille CNRA-CORED, ont, dans l'ensemble, interrompu immédiatement les diffusions qui violaient la réglementation.

Élection des membres du Haut Conseil des collectivités locales du 5 septembre 2016

Conformément aux dispositions du Code électoral et de la loi 2006-04 du 04 janvier 2006, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel veille au respect des règles relatives à la couverture médiatique des élections. Comme à chaque veille d'élection, le Conseil a rendu public un communiqué pour rappeler aux médias les dispositions pour couverture médiatique de l'élection des hauts conseillers des collectivités territoriales.

LA PRÉCAMPAGNE

Pendant la période précédant l'ouverture officielle de la campagne électorale, est interdite toute propagande déguisée ayant pour support les médias nationaux publics et privés (Article L 61 du code électoral). Selon cet article, sont considérés comme actes de propagande électorale déguisée, toute manifestation ou déclaration publique

Rappelant que la couverture de l'élection des hauts conseillers des collectivités territoriales se fait dans le respect du code électoral, de la loi organique n° 2016-25 modifiant le code électoral et relative à l'élection des hauts conseillers et du décret n° 2016-1005 fixant la date du scrutin et portant convocation du collège électoral pour l'élection des hauts conseillers, le CNRA souligne les dispositions de ce qui suit :

de soutien à un candidat ou à un parti politique ou coalition de partis politiques, faite directement ou indirectement par toute personne ou association ou groupement de personnes, quelle qu'en soit la qualité, nature ou caractère.

Concernant la couverture médiatique

Il n'y a pas de temps d'antenne dans les médias d'Etat (Article LO 190-20 de la loi relative à l'élection des hauts conseillers, alinéa 1).

En ce qui concerne la couverture médiatique de la campagne électorale, l'article LO 129 du code électoral est applicable (Article LO

190-20, alinéa 3).

Pendant la campagne électorale, est interdite l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse, de la radiodiffusion et de la télévision (Article L 61 du code électoral, alinéa 5).

Concernant la question de l'équilibre et de l'équité

Les médias publics ou privés de l'audiovisuel, de la presse écrite ou utilisant tout autre support qui traitent de la campagne sont tenus au respect rigoureux des règles d'équité et d'équilibre dans le traitement des activités des candidats ou listes de candidats pendant la campagne électorale (Article L 61 du code électoral, dernier alinéa).

L'organe de régulation des médias veille à ce que le principe d'égalité entre les candidats soit respecté dans les programmes d'information du service public de radiodiffusion-télévision en ce qui concerne la reproduction et les commentaires des déclarations, écrits, activités des candidats et la présentation de leur personne (Article LO 129 du code électoral).

LA FIN DE LA CAMPAGNE ÉLECTORALE

La campagne électorale en vue de l'élection des hauts conseillers prend fin l'avant-veille du scrutin à minuit (article LO 190-19 de la loi organique n° 2016-25 modifiant le code électoral et relative à l'élection des hauts conseillers).

En conséquence, est interdite aux médias la diffusion de toute propagande électorale la

veille et le jour du scrutin dans les conditions définies par l'article L.61 du code électoral.

Cette interdiction court à compter du vendredi 2 septembre 2016 à minuit jusqu'à la fin de l'élection. Elle concerne tout élément relatif à la campagne électorale y compris les débats, interviews, communiqués, et revues de presse.

CAS SPECIFIQUE : LA RADIO COMMUNAUTAIRE

S'agissant du cas spécifique de la radio communautaire, elle ne peut, en aucun moment, diffuser des informations, messages ou débats à caractère politique (Article 18 du cahier des charges

applicables aux radios communautaires). Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel en appelle à l'esprit de responsabilité de tous les acteurs pour le strict respect de ces dispositions.

Enseignements

Quels enseignements tirés des trois expériences électorales ? Appuyer par sa démarche pédagogique aidée en cela par données précises, quantifiées et fiables fournies par le service de monitoring, le CNRA, conformément à ses missions, à jouer un rôle fondamental d'essayer de maintenir les médias à un niveau élevé de

professionnalisme, d'exactitude et d'impartialité dans leur couverture. Les différents moyens de communication, ceux traditionnels que sont la presse écrite, les radios et les télévisions et ceux relevant des technologies de l'information et de la communication, ont tous été dans le champs de missions du Conseil.

Processus de traitement des données

Élections locales du 29 juin 2014

L'organe de régulation a procédé à la supervision de la couverture médiatique des élections des conseillers départementaux et municipaux mettant en compétition plus de 2.700 listes, réparties dans les 602 collectivités locales du territoire national.

Le travail de suivi des médias audiovisuels a été facilité par l'acquisition d'un nouveau système de monitoring doté des capacités techniques suivantes :

- réception et enregistrement de 24 chaînes de Télévision;
- réception et enregistrement de 36 chaînes de Radio.

Malgré la clarté des dispositions de l'article L.61 et le rappel du CNRA, plusieurs cas de violations ont été relevés.

Des déclarations et manifestations de soutien à des candidats, à des listes de candidats ou à des responsables de partis politiques ont été diffusées :

Sur la RTS1

- le 16/05/2014 de 01:45:10 à 01:52:52, diffusion, lors d'un Gamou, de propos d'intervenants appelant Podor à porter son choix sur Racine Sy ;
- le 23 /05/ 2014, dans Kenkéliba Infos, diffusion, lors de la pose de la 1^{ère} pierre de la maison des jeunes à Agnam Civol, d'une manifestation avec des pancartes favorables à des responsables locaux de l'APR.

Sur la TFM

- le 16/05/2014 de 13:22:26 à 13:22:51 avec Monsieur Ansou Danfa (Macky 2012) qui demande aux Sénégalais de voter pour la liste Alliance 2014 ;
- le 16/05/2014 de 07:32:28 à 07:34:18 avec la conférence de presse de Macky 2012 et Monsieur Mouhamadou L. B. Kâ qui demande aux Sénégalais de sanctionner Benno Bokk Yakaar et de voter pour la Coalition Alliance 2014 ;
- le 19/05/2014 de 10:04:40 à 10:05:04 dans l'émission « Yéwouleen » avec l'appel en direct d'une dame du nom de Madame Marie Ndour pour un soutien à Madame Khady Guèye en vue la conquête de la mairie de Yeumbeul ;
- le 21/05/2014 de 22:32:42 à 22:33:24, dans l'émission « Faram Facce », Monsieur Malick Noël Seck a lancé un appel pour un vote pour sa liste ;
- Le 27/05/ 2014, le candidat et ex maire de Ouakam, Samba Bathily Diallo, lance un appel pour un vote en faveur de sa liste lors de l'émission «gonal ».

Sur la 2STV

- le 18 /05/ 2014, un lutteur appelle la population de Djida Thiaroye Kao à voter pour un jeune candidat du nom de Modou Guèye ;
- le 21/05/2014 de 13:11:08 à 13:14:10, lors du meeting des jeunes responsables APR de Kolda de Dakar, des déclarations de soutien à Monsieur Mamadou Diao dit Mame Boye (banderole en fond d'écran) ;
- le 04/06/2014 de 19:38:01 à 20:04:51, diffusion d'une émission politique « Locales Sénégal 2014 » au cours de laquelle des manifestations et des déclarations publiques de soutien à l'invité Monsieur Ali Ngouille Ndiaye (tête de liste Benno Bokk Yakaar à Linguère) ont été constatées.

Sur la SEN TV

- le 27/05/2014 de 22:16:17 à 22:27:57, vaste tribune, en direction du combat du 1^{er} juin 2014 dont il est le parrain, pour Khalifa Ababacar Sall, candidat aux élections locales avec intervention de beaucoup d'orateurs qui appellent à soutenir le maire actuel de la ville de Dakar et sa Coalition pour les locales ;
- le 10/06/2014 de 21:14:12 à 21:30:41, diffusion de la rentrée politique de Monsieur Diop Sy de la « Coalition Joxante loxo jamm guen ayy ak Diop Sy » ;

Sur ZIK FM

- le 19/05/2014, déclaration de soutien à la Coalition 2014 par Ahmed Aïdara, lors de l'émission " Teuss ".
- le 04 /06/2014, déclaration de soutien à Malick Thiam d'Expresso, candidat à Dakar Plateau, par Ahmed Aïdara, lors de l'émission " Teuss ".

Sur le site d'information « Xalimasn.com »

- le 20/05/2014 : « Locales à Médina: El Hadji Diouf soutient Seydou Guèye » ;

Sur le site d'information « Leral.net »

- le 31/05/2014, le lutteur Gris Bordeaux, lors d'une causerie, a déclaré appuyer la candidature de Seydou Guèye et appelle l'assistance à porter son choix sur ce dernier.
- Dans le quotidien « Tribune » : le 04 juin 2014, la quasi totalité des leaders soutiennent l'actuel maire de Dakar, Khalifa Sall, en vue des prochaines élections locales de juin prochain. Le maire socialiste Khalifa Sall, candidat à sa propre succession, est quasiment plébiscité par ses pairs de la classe politique.

Pendant la campagne, le CNRA a constaté des violations manifestes du Code électoral :

- a Sen TV a lancé une offre publicitaire commerciale de promotion et de propagande électorales pour les candidats aux élections locales ;
- la 2S TV a diffusé un publi-reportage en direct de Louga du meeting d'ouverture de campagne du candidat, Monsieur Moustapha Diop, Membre de l'Alliance pour la République et tête de liste de la Coalition Benno Bokk Yakaar ;
- Walf TV a diffusé cinq publireportages au profit, respectivement, de Monsieur Mamadou Racine Sy de la liste « And defar Podor », de la Coalition « Leral » de Monsieur El Hadji Diouf, de la Coalition « Benno Bokk Yaakar » dirigée par Monsieur Oumar Guèye, de Madame Zahra Iyane Thiam d'UDS Innovation et de Monsieur Serigne Ndiaye, candidat APR à Mboss ;
- la radio communautaire « AFIA FM » a lancé une offre publicitaire commerciale de promotion et de propagande électorales pour les candidats aux élections locales ;
- le quotidien « Direct Infos » a publié une insertion publicitaire (photos et slogans) au profit des candidats, Monsieur Diogoye Faye, Secrétaire général de la fédération rurale du Parti Démocratique Sénégalais (PDS) du département de Mbour et Monsieur Serigne Amadou Amar, de la Coalition « Jaar Yeemu » ;

Sites d'informations

Le site d'informations « Leral.net » a diffusé des publireportages ou des papiers et a aussi affiché beaucoup de bandeaux au profit de candidats à ces élections locales, notamment :

- le 18/06/2014 : publication d'une lettre aux habitants de la Commune de Biscuiterie par le candidat Matar Sèye ;
- le 19/06/2014 : insertion d'un bandeau publicitaire de Khalifa Sall, publication d'une photo avec ce commentaire : « Locales à Dakar: Adiouza soutient Khalifa Sall » ;
- le 25 /06/2014 : publication de l'affiche de campagne de Racine Talla, candidat à la mairie de Wakhinane Nimzatt ;

- le 25/06/2014, un publiportage vidéo de plus de 32 mn, « les 5 années de Monsieur Barthélemy Dias, de la Coalition Taxawu Dakar à la tête de Sicap-Mermoz-Sacré-Cœur ;
- le 27/06/2014 : affichage d'un bandeau « Thiès ville nouvelle : votez la Coalition changer ak El Malick » ;
- le 28/06/2014, après la clôture de la campagne électorale, mise en ligne d'un exclusif intitulé « Talla Sylla, futur maire de Thiès! » au profit de Monsieur Talla Sylla, de la Coalition Rewmi ;
- le 28/06/2014, mise en évidence, après la clôture de la campagne électorale, de soutiens à des candidats ou coalitions avec comme titre : « *Elections locales : Kara soutient Mimi* » et « *Abdourahime Agne apporte son soutien aux jeunes candidats investis dans la Coalition Benno Bok Yakar à Ranérou* ».

Presse écrite

En dehors des médias qui ont été l'objet de mise en demeure, d'autres, particulièrement de la presse écrite, ont aussi violé les dispositions du Code électoral, notamment :

- Le Populaire, N°4369 du jeudi 19 juin 2014 en page 3 : insertion publicitaire « 7 bonnes raisons de voter Benno Bokk Yakaar » ;
- Le Quotidien, N°3416 du jeudi 19 juin 2014 en page 3 : insertion publicitaire « 7 bonnes raisons de voter Benno Bokk Yakaar » ;
- La Tribune N°817 du mercredi 25 juin 2014, propagande au profit du candidat sortant, Monsieur Bamba Fall, de la Coalition Taxawu Dakar, avec comme titre « *Bamba FALL, une vision futuriste au service de la Médina* » ;
- Enquête N°907 du 23 juin 2014, au profit du candidat sortant, Monsieur Khalifa Sall, tête de liste majoritaire de la Coalition Taxawu Dakar : insertion publicitaire « *Le Pourquoi Khalifa Sall va rempiler* » ;
- L'insertion en question est une reprise de la couverture du mensuel d'informations générales "Afrique Démocratie" de juin 2014 avec une image assez "parlante": la photo du maire, en toile de fond l'Hôtel de ville de Dakar et les différents chantiers en cours.

Référendum

Dans sa mission de régulation, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) a veillé au respect des principes d'équité et d'équilibre dans la couverture du courant du « Oui » et de celui du « Non » par les médias publics et privés tout au long du Référendum du 20 mars 2016.

En effet, pendant les élections le CNRA a comme mission : le respect de l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations de la société civile aux médias audiovisuels dans les conditions fixées par les lois et règlements en vigueur ; le respect des règles d'éthique et de déontologie dans le traitement de l'information et dans la programmation des différents médias audiovisuels ; notamment en assurant le respect des institutions de la République, de la vie privée, de l'honneur et de l'intégrité de la personne humaine ; le respect des principes d'équité et d'équilibre

entre tous les partis en tenant compte des contraintes du service public de la radiotélévision.

Aujourd'hui, le pluralisme médiatique et la concurrence, font que le presse peine aujourd'hui à maintenir l'équilibre recherché dans la diffusion de l'information. C'est en cela que le CNRA et le CORED ont initié un système de co-régulation des contenus médiatiques, pendant le référendum du 20 mars 2016. C'est une nouvelle formule qui permet à l'organe de régulation (CNRA) d'inclure les médias dans une dynamique de contrôle de leurs propres contenus, par le biais du tribunal des paires en occurrence le Conseil pour l'observation des règles d'éthique et de déontologie dans les médias (CORED). Tout ceci dans la logique de tendre vers un meilleur respect de la réglementation.

FAITS CHIFFRÉS ISSUS DU MONITORING

Cette surveillance des médias s'est fait pendant la période de pré-campagne du 07 au 11 mars 2016 (période précédant l'ouverture d'une campagne électorale) et pendant la campagne proprement dite du

12 au 17 mars 2016 (la période durant laquelle les candidats et leurs partis font la promotion de leurs programmes politiques dans le but de récolter le plus grand nombre de voix possible).

Presse écrite

Pendant la période de pré-campagne le monitoring du CNRA a montré que, sur l'ensemble des quotidiens d'informations générales, 52,63% des « Unes » ont été consacrés au « Courant du Oui » contre 26,32 % pour le « Courant du Non » et 21,05 % de représentation étaient neutres.

Pendant la campagne. Les 30,36 % des « Unes » ont été consacrés au courant du «

Oui », contre 7,14 % pour le courant du « Non » ; la majorité des « Unes » consacrées au référendum est identifiée comme neutre avec 62,5 % de représentation.

Le média public Le Soleil, a souvent mis le focus sur des éléments du bilan du Président Macky SALL alors que la « Une » des neuf (09) médias privés privilégie le référendum.

Sites d'information en ligne

Soixante-dix-huit (78) articles consacrés au référendum ont été recensés sur ces sites. Sur l'ensemble, 62,82 % des articles ont été consacrés au courant du « Oui » contre

34,62 % pour le « Courant du Non », enfin 2,56% des publications ont une orientation neutre plutôt dans le sens des explications des enjeux afférents au référendum.

Radio

En ce qui concerne la radio, le pourcentage de présence du « Courant du Oui » passe de 58,73 % durant la phase de précampagne à 51,27% durant la période de campagne. Pour le « Courant du Non », on note une évolution vers un équilibre dans le taux de présence sur les ondes, qui passe de 40,48 % à 47,68%.

Le courant du « Oui » est favorisé par la chaîne publique qui lui attribue une heure de plus qu'au courant du « Non ». Ce temps n'inclut pas les reportages sur les activités du Chef de l'Etat, membres du gouvernement, ni les focus sur les réalisations et bilans. Par contre, on constate un partage du temps assez équilibré sur les ondes privées.

Télévision

Pendant la précampagne, les télévisions privées dans leur ensemble ont offert 49 expressions pour le « Courant du Non », là où l'opérateur public, la RTS, compte 50 expressions pour le « Courant du Oui ». Les privés cumulés en présentent 46 pour ce même courant du « Oui ». Le « Courant du

Non » n'a eu aucun temps d'antenne sur la chaîne de télévision du service public.

Pendant la période de campagne, que 52,26 % des diffusions sont favorables au « Courant du Oui » contre 46% pour le « Courant du Non »

Bonnes pratiques et recommandations

L'analyse de la couverture du référendum par l'ensemble des médias révèle des tendances générales relativement proches d'un support à l'autre si l'on tient uniquement compte des médias traditionnels, c'est-à-dire la presse écrite, la radio et la télévision. Ces tendances générales montrent une évolution vers plus de respect des principes d'équité et d'équilibre.

En effet, pour ces trois types de support médiatique, le rapport entre la couverture des activités des deux courants (« OUI » et « NON »), durant la campagne proprement dite, présente des chiffres qui n'accusent

pas un écart exorbitant, surtout pour les deux derniers médias : 57,08% contre 35,32% pour la presse écrite, 51,27% contre 47,68% pour la radio et 52,26% contre 46% pour la télévision.

En effet, le comportement général des organes et des journalistes, dès la parution des différents communiqués du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA), puis avec les rappels à l'ordre durant la veille médiatique, a été de se conformer à la réglementation, en interrompant immédiatement les diffusions.

Le CNRA et le CORED, à la suite de certains manquements révélés par l'analyse du comportement général des organes et des professionnels des médias et du rôle de l'argent, recommandent :

- Aux directeurs de publication, responsables de différents organes et supports de communication de veiller à une couverture plus équitable des activités de campagne, qu'il s'agisse de référendum ou d'élection ;
- Aux professionnels et aux structures associatives du secteur des médias de favoriser en leur sein le principe de l'autorégulation et le renforcement des capacités des acteurs du secteur ainsi que la poursuite de la sensibilisation des responsables des entreprises de presse.

L'étude du CNRA/CORED a révélé le rôle de l'argent dans l'utilisation à outrance des médias. En effet, l'absence de réglementation des budgets de campagne est un facteur qui explique ce manque d'équilibre des temps d'audience entre le courant du « oui », le courant du « non » et les associations de la société civile. Cette situation démontre la pertinence de se pencher sur la loi portant le financement des partis politiques, car au-delà de la maîtrise de leurs sources de financement, cette loi va permettre, d'instaurer l'équilibre et l'équité dans le jeu électoral.

Enfin, on peut reconnaître que l'adoption d'un système de co-régulation modifie considérablement le rôle des diverses parties impliquées dans le processus électoral. Edicter et faire respecter la réglementation ne relève plus de la compétence exclusive des pouvoirs publics, comme c'était ordinairement et jusqu'à présent le cas. Avec un système de co-régulation, les professionnels du métier sont placés dans un nouveau contexte, de régulation et de surveillance de la pratique du journalisme dont, ils contribuent à définir les normes.



i. Adhésion des médias à appliquer les règles de ce nouvel exercice proposé

Si le traitement médiatique de la période électorale par les différents supports révèle des violations des dispositions légales et des stipulations des cahiers de charges, il n'en demeure pas moins que des mesures ont été prises afin d'assurer une meilleure prise en charge de la supervision de la couverture médiatique du processus électoral.

A la suite des manquements, plusieurs organes ont fait l'objet d'une mise en demeure conformément aux dispositions légales applicables.

Toutefois, le comportement général des organes et des journalistes, dès la parution

des différents communiqués du CNRA, puis avec les rappels à l'ordre durant la veille médiatique, a été de se conformer à la réglementation, en interrompant immédiatement les diffusions.

Le rôle de l'argent dans l'utilisation à outrance des médias, durant ce référendum, a été patent. Celle qui en a été faite par des institutions, structures, coalitions, partis ou associations, étant, selon l'observation du CNRA, fonction de leurs capacités financières, force est de constater que certains supports ou genres ont été à même de faciliter cette pratique.

Le CNRA insiste sur les recommandations qui suivent :

- aux directeurs de publication, responsables de différents organes et supports de communication de veiller à une couverture plus équitable des activités de campagne, qu'il s'agisse de référendum ou d'élection ;
- aux professionnels et aux structures associatives du secteur des médias de favoriser en leur sein le principe de l'auto-régulation et le renforcement des capacités des acteurs du secteur ainsi que la poursuite de la sensibilisation des responsables des entreprises de presse.

ii. Les contraintes d'un processus de régulation des médias et de la sensibilisation des acteurs

Malgré un personnel extrêmement réduit, les trois expériences électorales ont donné l'occasion pour le CNRA d'une exploitation maximale des équipements de son Service de Monitoring et de son Service de Documentation et d'Archives. Face à la convergence technologique, il est nécessaire que le Conseil se dote des ressources humaines, compétentes et crédibles pour accompagner les processus électoraux et

mener à bien sa mission de faire respecter les principes et loi édictés par la régulation.

Un appui matériel et financier

A l'aune de la transition vers le numérique, le CNRA se doit de conformer aux nouveaux enjeux de la régulation, conformément à ses missions. En plus d'un appui matériel et financier, le Conseil a besoin de développer de nouvelles capacités et compétences pour une meilleure gestion de la régulation.

Nouvelles directions pour le CNRA :

- un pôle juridique,
- un pôle informatique,
- un pôle d'archivage numérique,
- un pôle protection des personnes vulnérables,
- un pôle dédié à la publicité,
- un pôle administratif et financier.

Défis du contrôle

Le défi du contrôle des programmes audiovisuels est inéluctable pour l'instance de régulation. Car, nous assistons à un véritable changement de l'accès croissant aux services audiovisuels à la demande. Le choix des usagers des médias s'élargit au risque de s'exposer au danger permanent,

si l'on sait que les images entrent par infraction dans les foyers.

La quantité de programmation et d'information qui augmente de façon significative interpelle le Régulateur qui propose certaines nouvelles attributions pour effectuer convenablement sa mission.

En plus d'assurer le contrôle de l'application de la réglementation sur l'audiovisuel et la communication) et de veiller au respect des dispositions de la présente loi, de la loi sur la communication audiovisuelle et de celles des cahiers de charges et conventions régissant le secteur, le CNRA veut :

- contrôler l'effectivité de la production de programmes de qualité et veille au développement de la production nationale. Les exploitants de services audiovisuels établissent leurs programmes en affectant 60% de ceux-ci à la production nationale et 40% à la production africaine et internationale ;
- fixer les règles concernant les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions réglementées des médias audiovisuels pendant les campagnes électorales ;
- veiller à ce que toute station de radiodiffusion, tout éditeur de contenus et tout diffuseur de contenu audiovisuel disposent, obligatoirement, d'un système de retardement de la voix d'au moins trois secondes pour ses émissions interactives.
- contrôler, par tous moyens appropriés, sur le contenu et les modalités de programmation des émissions publicitaires diffusées par les sociétés nationales de programmes et par les titulaires des autorisations délivrées pour des services de communication audiovisuelle privés ;
- assurer l'égalité de traitement entre tous les opérateurs de service de communication audiovisuelle et veille à la qualité de l'information et à la diversité des programmes.

**NOUVEL
ENVIRONNEMENT,
NOUVEAUX
INSTRUMENTS**

Nouvel environnement, nouveaux instruments

Réorganisation du secteur

17 juin 2015. Le Sénégal répond au rendez-vous international de passage à la télévision numérique, avec une première zone qui couvre plus de 60 % de la population, qui sera suivie aussitôt de la couverture intégrale du territoire. Sous la présidence du CNRA, le Comité national de pilotage de la transition de l'analogique vers le numérique (CONTAN) assure cette transition de la télévision analogique vers le numérique. Le Sénégal s'ouvre à un large boulevard d'accès aux programmes de télévision.

Ce nouvel environnement oblige le CNRA à repenser l'ensemble des instruments applicables aux secteurs concernés. L'instance de régulation veut un cadre juridique et institutionnel pour faire face aux nouveaux enjeux. L'équipe s'est attelée à divers chantiers pour un environnement des médias qui contribue à l'organisation de la société et la promotion de la diversité culturelle. Différents textes ont été soumis à la présidence de la République pour réorganiser le secteur de l'industrie (production, diffusion). Il s'agit de :

1. Projet de Loi portant création de l'Autorité de régulation de l'Audiovisuel (ARA)

Le passage de la télévision analogique au numérique a poussé l'équipe du Conseil à travailler sur une loi qui instaure le cadre institutionnel de la régulation du secteur de l'audiovisuel. Elle est articulée autour des points suivants : du statut de l'autorité de

régulation de l'audiovisuel (ARA) ; de ses attributions ; de son organisation et de son fonctionnement.

Pour s'adapter à l'environnement actuel du secteur de l'audiovisuel,

L'ARA a pour mission essentielle :

- *d'assurer le contrôle de l'application de la réglementation sur l'audiovisuel et la communication) ;*
- *de veiller au respect des dispositions de la présente loi, de la loi sur la communication audiovisuelle et de celles des cahiers de charges et conventions régissant le secteur ;*
- *d'impulser et d'accompagner les mutations technologiques et leur impact sur les populations ;*
- *de proposer, au besoin, des modifications réglementaires ou législatives dans le sens de l'amélioration du cadre juridique du secteur régulé.*

L'ARA veille, également, à l'effectivité des principes de liberté, d'égalité et de pluralisme, dans le strict respect :

- *des droits humains et de la dignité de la personne humaine ;*
- *de la promotion et de la défense de l'égalité homme femme ;*
- *de la protection et de la sécurité de l'enfance et de l'adolescence ;*
- *de la sauvegarde de la paix ;*
- *de l'ordre public et de l'unité nationale ;*
- *des impératifs de la sécurité et de la défense nationale ;*
- *de la déontologie et de l'éthique en matière d'information et de communication ;*
- *du pluralisme de l'expression des courants de pensée et d'opinion ;*
- *de la liberté de culte et de la diversité culturelle et l'égal accès aux moyens d'expression et de communication ;*
- *du droit fondamental de l'information du public ;*
- *des besoins et contraintes du service public ;*
- *de la sauvegarde du bien-être, de la santé physique et mentale des populations, de l'environnement, du cadre de vie et des mœurs ; de la libre entreprise, de la concurrence saine et loyale et des intérêts des*

L'Autorité de Régulation de l'Audiovisuel veille :

- *à l'indépendance et à la liberté de l'information et de la communication dans le secteur de l'audiovisuel ;*
- *au respect de la loi et à la préservation des identités culturelles, à l'objectivité et au respect de l'équilibre dans le traitement de l'information diffusée par les médias audiovisuels ;*
- *à la sauvegarde de l'enfance et de l'adolescence dans les contenus des programmes*
- *au respect de l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations reconnues de la société civile aux médias audiovisuels dans les conditions fixées par les lois et règlements en vigueur ;*
- *au respect des cahiers de charges applicables aux titulaires de concession portant autorisation d'exploitation d'un service de communication audiovisuelle ;*
- *à la libre et saine concurrence entre les entreprises de communication audiovisuelle, sans préjudice des dispositions régionales applicables en matière de concurrence ;*
- *au respect des règles d'éthique et de déontologie dans le traitement de l'information et dans la programmation des différents médias audiovisuels, notamment en assurant*

le respect des institutions de la République, de la vie privée, de l'honneur et de l'intégrité de la personne humaine ;

- *du respect de l'unité nationale, de l'intégrité territoriale et du caractère laïc de la République dans les contenus des messages audiovisuels ;*
- *au respect de l'application stricte des dispositions des cahiers de charges relatives à la diffusion d'émissions interactives.*

Champ d'application de l'ARA

Tous les médias audiovisuels entrent dans son champ de compétence quel que soit leur statut juridique et le support utilisé. L'Autorité de Régulation de l'Audiovisuel fixe les règles concernant les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions réglementées des médias audiovisuels pendant les campagnes électorales.

Dans la rubrique compétence en matière d'attribution de licence, d'autorisation et d'attribution de fréquence, l'ARA instruit

les demandes d'exploitation des stations et sociétés audiovisuelles et délivre un avis favorable ou défavorable sur l'octroi, le refus, le renouvellement ou le retrait des licences et autorisations d'exploitation de services audiovisuels, signe les cahiers de charges y afférents.

Les demandes d'autorisation adressées au ARA sont accompagnées de fiches techniques et de formulaires dûment remplis dont les renseignements portent sur un certain nombre de dispositions.

2. Cahier des charges applicables au titulaire d'une autorisation de diffusion de programmes de télévision privée de droit sénégalais

Pour améliorer les contenus programmatiques des médias, l'équipe du CNRA a travaillé sur un projet de Cahier des charges applicables au titulaire d'une autorisation de diffusion de programmes de télévision privée de droit sénégalais.

Le projet de cahier des charges propose l'attribution d'une licence de création et d'exploitation d'une chaîne de télévision privée pour une période de dix (10) ans, à compter de la date de signature de la convention. Chaque attribution de nouveaux canaux de diffusion est organisée par appel à candidature, tel que défini par la Loi sur la Communication audiovisuelle. Les cahiers

des charges spécifiques seront définis par l'ARA mentionnée ci-dessus.

Le CNRA propose que tout titulaire d'une autorisation de diffusion de programmes de télévision privée s'engage à respecter les dispositions législatives et réglementaires relatives à la production et à la diffusion d'œuvres audiovisuelles au Sénégal. Le titulaire est responsable du contenu des émissions qu'il diffuse. Il crée en son sein une commission de visionnage qui recommande à la direction de la chaîne une classification des programmes. La composition de cette commission est portée à la connaissance de l'autorité de régulation de l'audiovisuel (ARA).

Le titulaire respecte la classification des programmes selon cinq degrés d'appréciation de leur acceptabilité, au regard de la protection de l'enfance et de l'adolescence, et leur applique la signalétique correspondante selon les modalités techniques définies par le présent cahier des charges : **Où est passée la Catégorie I ?????**

- *Catégorie I : les horaires de diffusion de ces programmes sont laissés à l'appréciation du titulaire, étant entendu que cette diffusion ne peut intervenir dans les émissions destinées aux enfants ;*
- *Catégorie II : ces programmes ne doivent pas être diffusés avant 22h. Les bandes-annonces des programmes de catégorie III ne doivent pas comporter de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public. En outre, elles ne peuvent être diffusées à proximité des émissions pour enfants ;*
- *Catégorie III : réservés à un public averti, ces programmes ne peuvent être diffusés qu'après 22h30. Les bandes-annonces de ces programmes ne doivent ni comporter de scènes susceptibles de heurter la sensibilité du jeune public ni être diffusées avant 20h30 ;*
- *Catégorie IV : ces programmes ne peuvent pas être diffusés en clair au Sénégal avant minuit.*

Pour ce qui est du Cahier des charges applicables à la procédure d'octroi d'un canal de télévision privée au Sénégal, les personnes candidates à l'octroi d'une licence de création et d'exploitation d'une chaîne de télévision privée sur le territoire sénégalais doivent constituer une société de droit sénégalais anonyme ou à responsabilité limitée (sous toutes ses formes), créée à cet effet en conformité avec les lois sénégalaises et situé sur le territoire sénégalais. Ces

dispositions s'appliquent aux chaînes de télévision privées généralistes ou thématiques, nationales ou locales.

Elles doivent soumettre un dossier de candidature qui doit comporter les orientations et caractéristiques de la programmation de la télévision.

Il doit également comprendre les caractéristiques techniques de la station d'émission que le candidat entend mettre en œuvre.

Le titulaire de la licence ou son délégataire dûment désigné à cet effet est le seul responsable du programme diffusé sur l'antenne de cette chaîne de télévision, quelles que soient les modalités de sa production. Il est soumis aux principes suivants :

1. *la liberté d'expression,*
2. *l'objectivité et la transparence,*
3. *l'égalité,*
4. *le respect des conventions et pactes internationaux relatifs aux droits de l'Homme et aux libertés publiques,*
5. *le pluralisme d'idées et d'opinions.*

Ces principes s'exercent dans le respect des règles suivantes :

1. *le respect de la laïcité,*
2. *la protection de la sécurité et de l'ordre publics,*
3. *la protection de la santé publique,*
4. *le respect de la dignité de l'individu et de la vie privée,*
5. *la protection de l'enfance,*
6. *l'encouragement de la culture et de la production audiovisuelle nationale.*

3. Projet de Décret relatif au partage d'infrastructures de Télécommunication

Le CNRA a initié aussi un projet de décret qui fixe le champ d'application et les principes applicables, définit la procédure de partage et détermine les conditions de règlement des différends y afférents. En effet, l'environnement de la convergence des secteurs présente des risques de pratiques anticoncurrentielles appelant une amélioration du cadre juridique du partage d'infrastructure.

Pour le développement de l'offre de contenus dans des réseaux à haut débit, le CNRA propose un partage dans des conditions objectives, transparentes et non discriminatoires des infrastructures. Le propriétaire d'une infrastructure disposant de capacité excédentaire doit la mettre à dispositions dans des conditions de concurrence loyale. Le partage d'infrastructure comprend l'accès d'un opérateur aux installations d'un autre opérateur, ainsi que l'interconnexion de leurs réseaux respectifs.

Le partage d'infrastructure s'effectue sur une demande préalable de l'opérateur souhaitant avoir accès à tout ou partie des équipements d'un autre opérateur, qui en accuse réception.

La demande contient une description détaillée des éléments d'infrastructure pour lesquels le partage est demandé, ainsi que toutes les questions précises relatives aux installations auxquelles le demandeur souhaite obtenir une réponse.

L'opérateur offreur s'efforcera de répondre dans un délai de trente (30) jours à compter de la réception de la demande, en proposant les termes et conditions du partage, notamment en ce qui concerne le prix, la durée, la responsabilité et l'organisation des travaux, tout en respectant les principes de transparence, de neutralité, de non-discrimination et d'égal accès.

4. Statuts de la Société d'exploitation de la Télédiffusion au Sénégal

Pour une bonne exploitation technique des infrastructures physiques numériques mutualisées (fibres optiques, faisceaux, émetteurs) mises à sa disposition, le CNRA prône la mise sur pied d'une Société

d'exploitation de la Télédiffusion au Sénégal. Son exploitation englobe notamment le multiplexage, le transport et la diffusion des produits audiovisuels.

Sous réserve des compétences propres aux ministres en charge des télécommunications, des postes et de l'audiovisuel, à l'Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes (ARTP), à l'Agence de l'Informatique de l'État (ADIE) et à l'Autorité de Régulation de l'Audiovisuel, la SETELES SA a spécifiquement pour objet, notamment :

- *l'organisation, l'exploitation, la maintenance et le développement des réseaux du service public de télédiffusion ;*
- *l'étude et le développement des structures et moyens techniques de télédiffusion (diffusion, transmission et réémission) ;*
- *la transmission des programmes TV à partir des studios de diffusion des opérateurs autorisés et des centres d'émission TV et des satellites ;*
- *l'évaluation, la spécification et la garantie des caractéristiques techniques affectant, à travers les divers réseaux et infrastructures assurant la diffusion de la communication audiovisuelle, la qualité technique des messages de toute nature des organismes du service public de radiodiffusion sonore et de télévision et des organismes bénéficiaires de concessions de service public.*

Les missions assignées à la SETELES SA s'étendent, en particulier, à :

- *l'exploitation et le maintien des équipements et installations techniques des centres d'émission ;*
- *la création, l'exploitation, l'entretien et l'extension des réseaux de diffusion des programmes radiophoniques et télévisuels ;*
- *la composition du premier multiplex ;*
- *le transport et la diffusion des programmes radiophoniques et télévisuels ;*
- *le contrôle et la protection de la qualité de la réception des émissions radiophoniques et télévisuelles ;*
- *la conduite des études et des recherches portant sur le matériel et les techniques de radiodiffusion et de télédiffusion ainsi que la participation à la mise au point des normes y afférentes ;*

- *la promotion de la coopération avec les organismes techniques internationaux et étrangers et ce, en concertation avec les institutions nationales concernées ;*
- *la mutualisation des ressources techniques des radiodiffuseurs actuels ;*
- *la gestion de la relation contractuelle avec les chaînes de télévision et la gestion du multiplexage, du transport et de la diffusion des produits audiovisuels dans le cadre d'une relation contractuelle avec les éditeurs de programmes ;*
- *la sécurisation, la protection et la surveillance des sites de télédiffusion sur tout le territoire national ;*
- *la prise des dispositions techniques pour la protection contre les contenus sensibles ou dangereux pour l'enfance et la sécurité publique.*

Article 5. - Relations contractuelles avec les entreprises audiovisuelles

Dans ses relations contractuelles avec les entreprises audiovisuelles ou assimilées, la **SETELES SA** fournit, notamment, les services ci-après :

- *Diffusion de chaînes de télévision et de radio ;*
- *Vidéo à la demande et télévision de rattrapage ;*
- *Mesure d'audience ;*
- *Publicité interactive ;*
- *Boutique d'achat – Commerce électronique ;*
- *Guides des programmes électroniques ;*
- *Offre de formation à distance ;*
- *Décodeurs/Enregistreurs ;*
- *Transport de données ;*
- *Fourniture de service internet ;*
- *Services d'informations pour la sécurité publique*

La **SETELES SA** peut fournir elle-même ses différents services, dans le cadre de son organisation interne, ou choisir de les externaliser à travers des procédures d'appels à concurrence.

5. Statuts de la Société nationale des Infrastructures Numériques du Sénégal

Après un passage réussi du passage de la télévision de l'analogique au numérique, le CNRA veut la mise en place d'une société nationale dénommée « Société nationale des Infrastructures numériques du Sénégal » dite SONINUM Sénégal. Il s'agit de mutualiser et de gérer l'ensemble du patrimoine des infrastructures numériques du Sénégal. A cet effet, elle reprend, dans son portefeuille, toutes les infrastructures numériques résultant d'investissements privés antérieurs, moyennant une juste compensation.

Pour le CNRA, SONINUM Sénégal est notamment chargée :

- *de mutualiser l'ensemble des infrastructures numériques du Sénégal, publiques comme privées ;*
- *de construire les infrastructures nationales partagées de transport et de connectivité dans le domaine de l'audiovisuel numérique ;*
- *d'acquérir les infrastructures de transport hertzien et satellitaire et les stations hertziennes existantes et les intégrer dans les infrastructures partagées ;*
- *de mener les analyses du spectre des fréquences en vue de son utilisation optimale ;*
- *de mettre en place les opérateurs chargés de l'infrastructure partagée de transport et de connectivité ;*
- *de coordonner l'implantation sur le territoire national des stations radioélectriques de toute nature, afin d'assurer la meilleure utilisation des sites disponibles ;*
- *de contribuer aux activités de recherche, de formation et d'étude afférentes aux radiocommunications, et d'une manière générale à tout autre activité dont elle peut être chargée par l'autorité de tutelle en relation avec son domaine d'intervention ;*
- *de veiller, en relation avec le Ministère en charge du secteur, à l'application des conventions et traités internationaux dans le domaine des radiocommunications ;*
- *d'assurer la coordination internationale des fréquences aux frontières et à la coordination des systèmes des télécommunications par satellites ;*
- *d'interconnecter les centraux téléphoniques de l'administration pour agréger le trafic voix et rationaliser l'usage des communications de l'État.*

Dans ce projet de décret, le CNRA propose les Apports-Capital-Social-Actions qui seront administrés par un Conseil d'Administration, un Comité de Direction et un Directeur général.

Les textes soumis à la présidence de la République

Au rendez-vous international de passage à la télévision numérique, le paysage audiovisuel sénégalais devra connaître un nouveau tournant, aussi bien dans le nombre que le foisonnement des contenus médiatiques. Nous sommes à l'ère de la convergence numérique. Les usagers des médias ont le choix des contenus. Un boulevard de contenus au moment où le Conseil national, conformément aux dispositions de la loi portant sa création, a un champ d'interventions très limité.

Le contrôle, la surveillance et le traitement de divers contenus voudraient que le CNRA ait plus de compétences et de moyens pour accomplir convenablement sa mission.

C'est ainsi que le CNRA engage des chantiers de refonte des textes et de proposition de

nouvelles structures pour faire face aux enjeux du passage vers le numérique. Car il faut désormais prendre en compte la presse en ligne et les médias sociaux dans la surveillance des médias. C'est dans ce sens qu'inscrivent les textes du CNRA soumis à la présidence de la République. Il s'agit de la mise sur pied de l'Autorité de régulation de l'Audiovisuel (ARA), de la Société nationale des Infrastructures numériques du Sénégal et de la Société d'Exploitation de la Télédiffusion au Sénégal.

Le CNRA a aussi travaillé sur le Cahier des charges applicables au titulaire d'une autorisation de diffusion de programmes de télévision privée de droit sénégalais. Voir article sur la réorganisation du secteur)

Doctrine sur la régulation à l'heure des convergences technologiques

A l'heure des convergences technologiques, quelle régulation au bénéfice de l'Etat, des opérateurs et des usagers des médias ? La question mérite réflexion et interpelle le Conseil qui a assuré la présidence du CONTAN, organe chargé du passage de l'analogie vers le numérique. Que faire face à quelques principes de la régulation, notamment l'équilibre, la neutralité et l'indépendance ? Le CNRA engage la réflexion pour repenser l'activité de régulation. Conformément aux dispositions que lui confèrent la loi portant sa création, le CNRA s'est inscrit dans une démarche

pédagogique en privilégiant la sensibilisation, le dialogue avec les différents acteurs et l'information. Toutefois, le Conseil sent l'urgence, après 4 ans de mise en œuvre des activités statutaires et des initiatives, de consolider les acquis sur la réflexion de divers sujets de société. Il s'agit de la protection du jeune public, du passage au numérique, les séries télévisées sketches, etc. En plus de promouvoir l'autorégulation et la co-régulation, le défi pour le CNRA est de contrôler la bataille des contenus médiatiques, avec l'appui du système de monitoring.

Évaluation de l'impact de la co-régulation

Sondage sur l'initiative de co-régulation des médias du référendum du 20 mars 2016

En période électorale, le paysage médiatique sénégalais doit relever des nombreux défis tels que maintenir l'équilibre dans la recherche et la diffusion de l'information, car des incidents incontrôlés peuvent à tout moment perturber le bon déroulement des élections.

Dans l'urgence de trouver une solution dans un contexte qui ne cesse d'évoluer, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) et le Conseil pour l'Observation des Règles d'Éthique et de Déontologie (CORED) ont initié une action de co-régulation à l'occasion du référendum du 20 mars 2016, une consultation citoyenne portant projet de révision de la Constitution de 2001 du Sénégal. Cette nouvelle formule de surveillance conjointe entre l'organe de régulation, le CNRA et, l'organe d'autorégulation, le CORED a montré la pertinence du rôle et de la modalité préventiviste de la régulation des médias en période électorale. Car, autant il faut veiller au respect des dispositions réglementaires -l'indépendance et pluralisme-, autant la protection en amont du public exposé à une offre devenue abondante et dynamique doit devenir une priorité.

Par l'initiative de co-régulation le CNRA et le CORED ont procédé au monitoring des médias le jour du vote et à l'interpellation, en temps réel, des médias contrevenants, pour l'observance des règles d'éthique et de déontologie. Grâce à cette démarche et méthode, ils ont obtenu l'adhésion de la quasi-totalité des médias et la non diffusion ou rediffusion d'éléments incriminés. À la suite de cette initiative, un sondage

d'opinion soumis à une quarantaine d'acteurs des médias, de la société civile et de la scène politique a permis au CNRA de tirer quelques appréciations sur la couverture du référendum par les médias. En effet, les questions portaient en grande partie sur une évaluation qualitative du travail de veille médiatique engagé par le CNRA et le CORED en tous temps.

Le questionnaire administré aux acteurs a montré que les organes de presse, de manière générale, ne souhaitent pas se mettre en porte-à-faux avec le régulateur et faire l'objet de condamnation de la part du CNRA. Le CORED, sans avoir les moyens institutionnels du CNRA, notamment en matière de sanction, est toutefois apparu, dans le contexte, respecté et ses actions bien accueillies. Ses initiatives ont un effet positif sur le comportement des médias.

Cependant, les sondés ont signalé des exceptions dans l'application des directives du CNRA sans que cela ne donne lieu à des mesures coercitives. Ce qui peut relever d'un cadre réglementaire inapproprié et insuffisant pour garantir une régulation efficace. En effet, les sondés déplorent que « *le CNRA émet[te] des avis pertinents sur les dérives observées sans que les organes concernés n'en tiennent compte pour rectifier le tir* ».

Les personnes sondées sont aussi convaincues que cette première initiative de co-régulation est positive et qu'il faudrait la reconduire, en renforçant le processus. C'est-à-dire l'entamer

bien avant la campagne électorale. En effet, l'initiative de co-régulation doit pouvoir réunir tous les acteurs afin de les sensibiliser sur l'importance du processus électoral et le rôle du comportement responsable des médias dans la bonne tenue des élections. Le système pourrait inclure une formation

préventive à l'intention des journalistes, notamment la presse en ligne qui mérite une attention particulière. De même le cadre légal devrait être revu et mis en relation avec les récentes mutations liées au numérique, la prolifération des sites d'informations et les réseaux sociaux.



Mise en œuvre des recommandations de l'atelier sur les séries télévisées

Le Comité de suivi dégage des axes

Constatant les multiples dérives dans les séries télévisées diffusées pendant le mois de ramadan – d'abstinence et de ferveur – où l'on assiste à un bouleversement de la programmation audiovisuelle, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel a organisé un atelier, en novembre 2015,

sur le thème « Le défi de la qualité face à la tentation de la quantité ».

Les professionnels du secteur – scénaristes, producteurs, responsables de programmes, patrons de chaînes, acteurs, ... – ont formulé 29 recommandations.

Une consultation subséquente auprès de tous les participants a permis d'élire trois recommandations prioritaires, retenues parmi les 29 :

1. organiser et offrir la formation adaptée, la professionnalisation et l'encadrement des différents acteurs du secteur ;
2. promouvoir la création de postes de directeurs artistiques dans les télévisions ;
3. mettre sur pied un comité de suivi des recommandations, composé du CNRA et de représentants des filières de l'industrie audiovisuelle.

Ainsi, un comité de suivi de ces recommandations a été mis sur pied pour poursuivre la réflexion et d'asseoir une stratégie de mise en œuvre des recommandations pour discuter sur des solutions en termes d'action avant le mois de ramadan 2017.

Le rôle essentiel du comité de suivi est d'approfondir les trois recommandations retenues en termes d'objectifs et modalités de mise en œuvre. Les membres du comité de suivi ont retenu comme besoins prioritaires :

- la formation et le renforcement de capacités des scénaristes, des équipes techniques : réalisateurs ; assistant-réalisateur ; script ; perchistes, cameramen, **preneurs de son...**
- La formation des directeurs artistiques et imposer leur présence au sein des télévisions ;
- Le CNRA doit demander aux chaînes de télévision de diffuser les produits qui respectent les normes de production ;
- Ecrire les scénarios pour éviter les dialogues inutiles et bannir l'improvisation ;
- Le CNRA doit créer les passerelles et faire que les acteurs soient informés des possibilités de formations ;
- Formation ou mise à niveau des directeurs des programmes dans les télévisions.

Quelles recommandations et actions de suivi

- Produire des modules de formations adéquats à tous les niveaux
- Définir les profils des formateurs
- Organiser un atelier de formation des formateurs
- Promouvoir la création de poste de directeur artistique
- Organiser une rencontre de haut niveau entre le CNRA et les patrons de presse
- Faire le plaidoyer pour que l'instance de régulation adopte formellement un paradigme de démarche préventive, afin de sensibiliser pour éviter la sanction
- Faire appliquer tous les points des cahiers de charges ; aller vers les télévisions pour les amener à respecter la réglementation
- Exiger le dépôt du guide des programmes ; le grille des programmes (périodicité à déterminer) de chaque télévision auprès du CNRA
- Accompagner la création de commissions –comités ou unités - de visionnage au sein des télévisions.



RÉORGANISATION DU SECTEUR PUBLICITAIRE

Réorganisation du secteur publicitaire

Le CNRA engage la réflexion

En plus de procéder à la modernisation de son système de monitoring face aux enjeux actuels de la convergence technologique et engager la réflexion sur la protection du jeune public, le CNRA engage un autre grand chantier : Restructurer le secteur de la publicité.

L'autorité indépendante de régulation de l'audiovisuel, en vertu de la loi portant sa création, exerce contrôle, par tous les moyens appropriés, sur le contenu et les modalités de programmation des émissions publicitaires diffusées par les sociétés nationales de programmations et par les titulaires des autorisations délivrées pour des services de communication audiovisuelle privés. Pour exercer convenablement sa mission de contrôle de l'application de la réglementation sur l'audiovisuel, le Conseil a engagé un grand chantier de restructuration du secteur de la publicité. Car, le constat reste amer. Selon les sources, l'assiette annuelle de la publicité au Sénégal se situe dans une fourchette allant de 17 à 47 milliards de FCFA, lui conférant un impact non négligeable sur l'économie nationale en général et l'économie du secteur des médias en particulier. Et, pourtant, le secteur est très désorganisé. Les violations des principes de la réglementation en vigueur sont manifestes.

La récurrence de la publicité et de la propagande, particulièrement par les présentateurs sur les chaînes de télévision, la publicité autour de thématiques dédiées aux praticiens de la médecine traditionnelle et le placement systématique de produits ou publicité commerciale sauvage pendant des émissions télévisées constituent des violations de la loi.

L'article 11 de la loi n°83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité dispose que

« la publicité doit pouvoir être clairement distinguée comme telle, quels que soient sa forme et le support utilisé. Lorsqu'elle est diffusée dans des médias qui comportent des messages rédactionnels, la publicité doit être présentée de telle sorte que le consommateur puisse la distinguer facilement de ces messages.

Face à de tels dysfonctionnements et manquements, le Conseil national engage une restructuration du secteur de la publicité pour un encadrement juridique adapté au contexte du passage vers le numérique.

D'où l'idée émise par le CNRA, d'organiser les assises de la publicité en vue de réguler et d'assainir le marché avec les acteurs concernés sous l'égide de l'Etat.

Un groupe de travail a été constitué afin de porter un regard sur ce qui se fait dans le milieu de l'audiovisuel et envisager les mesures à prendre en termes de régulation. Dans une démarche participative avec les acteurs du milieu (régies publicitaires, agences de publicité, créatifs, réalisateurs, photographes, diffuseurs...), le Conseil veut résoudre l'équation des errements de la publicité. Dans une démarche de benchmarking, le CNRA a décidé de s'inspirer du cas de la Côte d'Ivoire. En effet, le secteur de la publicité y est régulé de manière significative. Il existe, en Côte d'Ivoire, de nombreuses instances qui s'occupent du milieu publicitaire. Chacune de ces instances joue un rôle précis.

Objectifs poursuivis par le CNRA :

- régulation de la publicité/communication commerciale ;
- création des conditions de la régulation du secteur et de l'activité publicitaire, notamment dans l'audiovisuel ;
- connaissance du secteur de la publicité et compréhension des enjeux et déterminants de sa régulation (contenus ; économie ; organisation du secteur) ;
- description du fonctionnement de l'activité du secteur, de l'impact des modalités de fonctionnement sur l'économie du secteur ;
- organisation d'assises de tous les acteurs de la publicité ;
- mise en œuvre des décisions issues du processus, notamment des assises.

Pour avoir une démarche scientifique du projet, le Groupe de travail a décidé de commanditer une étude auprès de BDA pour la cartographie des acteurs du secteur de la publicité et cerner les nouveaux enjeux. Depuis décembre 2016, le projet a trouvé une direction plus forte grâce à une série de rencontres déterminantes qui a

conduit à une adhésion du projet initié par le CNRA par d'autres institutions clés, notamment le ministère du Commerce qui dans l'architecture institutionnelle du Gouvernement est en charge de la publicité. La création d'un comité interministériel de la publicité par la Primature à la demande du CNRA est en cours.



Protection du jeune public – RAPEICAO

Dynamiser la réflexion du CNRA

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel continue sa réflexion sur l'identification des enjeux et conséquences des images de la télévision et Internet sur le jeune public sur une base scientifique, conformément aux dispositions de la loi portant sa création. L'instance a appuyé le Réseau des Acteurs et des Professionnels des Entreprises et Industries Culturelles de l'Afrique de l'Ouest (RAPEICAO) à organiser un atelier de partage et de validation du

Projet pilote d'éducation aux médias et par les médias, les 18 et 19 juin 2016 à la Salle de Conférence du Cercle Mess des Officiers, Boulevard Djily MBAYE – Dakar.

Objectif : réunir les différents acteurs pour fédérer les initiatives et mutualiser les moyens pour la prise en charge de ce projet structuré autour des expériences en méthodes d'éducation active et des compétences des différents partenaires institutionnels, techniques et pédagogiques.

L'instance de régulation apportait un accompagnement technique aux participants sur les impacts de l'usage des outils numériques sur les enfants et les adolescents pour :

- d'une part, disposer d'une bonne information sur les différentes fonctionnalités de la télévision numérique terrestre ;
- d'autre part, accéder à une meilleure connaissance sur les responsabilités des diffuseurs de contenus, des fournisseurs de décodeurs et de télévisions numériques terrestres.

L'atelier a tenté de répondre à la question suivante : Quelles actions de la Famille et de l'École et avec quels Outils ?

En participant à la formulation d'un début de réponse, le président du CNRA, Babacar Touré, a rappelé deux cadres conceptuels importants dans la quête scientifique du conseil notamment, « l'Éducation par les Médias » et « l'Éducation aux Médias ».

Selon lui, le CNRA pourrait ainsi disposer de ressources supplémentaires, se nourrir de l'expérience ainsi mise à sa disposition pour dynamiser sa réflexion, diffuser son action pour mieux se révéler aux populations.

Quelle place pour les pratiques numériques au sein de la famille ? Comment réinventer la relation parents/enfants dans une société

cyber médiatique ? Comment accompagner les familles dans une démarche d'exercice de la parentalité ? Quel rôle de l'école ? Le président du RAPEICAO, Samba SARR, a mis l'accent sur ces questions qui interpellent tous, face à l'envahissement des espaces familiaux par la révolution numérique.

Madame Jeanne Lopis Sylla, membre du CNRA, a insisté sur les risques auxquels sont exposés les enfants dans leur usage des écrans multiples, problématique fortement présente dans les préoccupations de divers acteurs, catégories de la société, d'institutions et d'organisations. Elle a rappelé que « *la protection du jeune public, enfants et adolescents, est une des missions fondamentales assignées par la loi n° 2006-04 du 4 janvier 2006 portant création du CNRA.*

L'Institution doit veiller à empêcher toute dérive, dans l'offre télévisuelle, qui pourrait porter atteinte à l'intégrité du jeune public. »

Madame le Conseiller du CNRA a fait savoir que les enfants sont surexposés, via la télévision, l'ordinateur ou le Smartphone, et que les vulnérabilités engendrées sont diverses et les mécanismes de protection insuffisants.

Les médias numériques, indique-t-elle, fascinent et permettent d'apprendre beaucoup de choses, mais ils recèlent aussi de nombreux risques qui peuvent compromettre le développement et le bien-être des enfants et des adolescents. Selon elle, la protection des enfants et des jeunes face aux médias a pour but de promouvoir un usage des médias sûr, responsable et adapté à leur âge.

Au terme des communications articulées autour de la responsabilité sociale des professionnels des médias en passant par les obligations législatives de régulation des entreprises audiovisuelles, des fournisseurs de services d'hébergement et d'accès sur Internet et le dispositif juridique national de protection du jeune public, les participants ont retenu plusieurs recommandations. Il s'agit à divers ordres :

1. Autorégulation

- La prise en compte de la protection des jeunes publics par rapport aux contenus en ligne dans les règles de déontologie et d'éthique qui encadrent la profession

2. Réglementation

- La prise en compte du particularisme des données personnelles des mineurs dans les dispositifs de protection du jeune public ;
- L'amélioration de la spécialisation des opérateurs de Police Judiciaire et les Magistrats en matière de traitement de la cybercriminalité ;
- Le recours aux sanctions et procédures d'urgence notamment le référé pour faire cesser les troubles en ligne préjudiciable aux médias ;
- Une meilleure prise en charge réglementaire du rôle de l'éditeur de contenus en ligne et aussi celui du fournisseur d'accès Internet dans la lutte contre les contenus préjudiciables.

3. Stratégies et politiques publiques

- Intégration de la protection des mineurs dans la stratégie nationale de protection de l'enfance face aux risques liées aux médias ;
- Adoption d'un cadre de consolidation du partenariat public /Privé dans la prévention et la lutte contre les préjudices au détriment de populations mineures ;
- Instaurer une coordination objective des actions et interventions en matière de protection de l'enfance ;

- La mise en place d'une stratégie supranationale avec comme actes forts l'adhésion du Sénégal à la convention de Budapest et la ratification de la convention de Malabo ;
- La promotion de la culture de la « cyber-sécurité » par l'éducation et la formation aux médias numériques ;
- Former et sensibiliser les parents concernant les risques intrinsèques à un usage non averti des médias numériques ;
- Mettre en place des outils de mutualisation, de pérennisation des initiatives et projets dans le cadre de la protection de l'enfance (des mineurs) ;
- Création d'un réseau fédérant l'ensemble des acteurs évoluant dans la protection de l'enfance ;
- Mise en place d'un dispositif de veille technologique.

Pour une meilleure prise en charge de la problématique, les participants, en plus des recommandations, ont souligné la nécessité de la mise en place d'un Comité de pilotage du projet pour procéder à :

- l'identification et à la présélection des Familles de référence, des *daaras* et des écoles partenaires ;
- la cartographie des espaces d'implantation des structures ;
- la structuration des Communautés de pratique ou de pairs ;
- l'identification des ressources d'accompagnement d'une éducation aux médias et par les médias ;
- l'identification et la mobilisation des outils pédagogiques et didactiques ;
- l'examen des modalités de numérisation des jeux traditionnels sénégalais ;
- l'élaboration d'un plan d'action.

C'est dans cette perspective que le président Babacar TOURE a suggéré la mise en place d'une *Task force* pour étudier le type de partenariat à mettre en place et pouvant favoriser la réflexion sur la protection de l'enfance face à l'offre programmatique des médias. Non sans insister sur le rôle important d'une organisation comme le

RAPEICAO, qui est un vecteur d'opportunités pour le travail de collecte, de recherche et de traitement de la matière, au service de la régulation dans un contexte d'internationalisation et de démocratisation des technologies de l'Information et de la Communication.

Éthique journalistique et droits de l'Enfant L'exigence d'une éducation aux médias

La Cellule d'Appui à la Protection de l'Enfance (CAPE) de la Présidence de la République, en partenariat avec l'UNICEF et le Groupe de Travail sur les droits de l'Enfant de l'Organisation Internationale de la Francophonie, a organisé un atelier sur le thème « Éthique journalistique et droits de l'Enfant », les 24, 25 et 26 février 2016.

Les initiateurs ont constaté pour le regretter, des dérives dans le traitement de l'image de l'enfant dans les médias, notamment dans les chaînes de radio et de télévision.

Cette pratique, peu conforme aux droits de l'enfant, nuit grandement au développement harmonieux des enfants. Conformément à sa mission de veiller à empêcher toute dérive, dans l'offre télévisuelle, qui pourrait porter atteinte à l'intégrité du jeune public, le CNRA a participé à cet atelier pour les professionnels de l'information pour faire part à sa démarche pour *la protection du jeune public, enfants et adolescents, une des missions fondamentales assignées par la loi n° 2006-04 du 4 janvier 2006 portant création du CNRA.*



LES INITIATIVES DU CONSEIL

« La protection de nos enfants exige désormais une éducation aux médias »

Discours de M. Babacar Touré, Président du CNRA

Ouverture de l'atelier sur « Ethique journalistique et droits de l'enfant », organisé par la Cellule d'Appui à la Protection de l'Enfance (CAPE) de la Présidence de la République, en partenariat avec l'UNICEF et le Groupe de Travail sur les Droits de l'Enfant de l'Organisation Internationale de la Francophonie - 24, 25 et 26 février 2016

Mesdames, Messieurs,

C'est avec plaisir et espoir que je me joins à Monsieur le Ministre ce matin, pour donner le top et peut-être le *la* d'une action concertée de protection de l'enfance exposée aux médias. Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) que j'ai l'honneur de présider a depuis quelques années fait le constat, plus que préoccupant, des « dérives régulièrement notées » dans les médias, qui impactent et nuisent gravement, d'une part, aux enfants, aux adolescents, à leur développement psychologique, intellectuel, social et d'autre part, à la cohésion de la société qu'ils formeront demain. Fort de ce constat, le CNRA a fait de cet enjeu une priorité, en comptant sur la convergence et la synergie des initiatives et forces des institutions publiques, autant que des familles et des associations qui se mobilisent sur la question.

Nous sommes ici réunis pour penser et formuler la protection de nos enfants. C'est une bonne raison de se réunir. Probablement même la meilleure des raisons.

J'échangeais, il y a peu, avec deux doyens - presque centenaires - qui argumentaient que leur génération savait mieux aimer les enfants. Parce qu'au-delà de l'apparente rudesse dans les rapports, l'enfant était la richesse ultime voire unique, objet de l'attention au quotidien que nous appelons éducation. Ou protection. Avec un fort accent sur le bien-être social de cet être en construction.

Qu'en est-il aujourd'hui ?

Avant même de citer des études savantes, il est manifeste qu'un grand nombre de parents sont aujourd'hui inquiets pour leurs enfants, pour leur sécurité et leur devenir. L'idée de laisser un fils, une fille, de 10 ans traverser la rue, aller à la boutique, rejoindre le terrain de foot du quartier tracasse bien des parents dakarois. Il faut dire qu'il ou elle pourrait bien rencontrer un adulte mal intentionné. Ou encore – et cela est d'une certaine manière plus dérangeant – un enfant de la rue dont le comportement pourrait être imprévisible.

Mais au-delà des peurs, des fantasmes et des intuitions, des rapports nationaux et internationaux produits par les spécialistes des droits de l'enfant, nous indiquent que si, au Sénégal, culturellement, l'enfant est sacré et considéré comme un don de Dieu, force est de constater que dans la société dite moderne, il manque de protection et d'assistance. Selon les responsables de la mise en œuvre de la Convention Internationale des Droits de l'Enfant, la situation des enfants dans notre pays est classée comme « **situation difficile** », qui est le niveau 4 sur une échelle de 5, le niveau 5 étant le stade le plus grave. Alors quel est le problème aujourd'hui ? Qu'arrive-t-il à nos enfants ? Qu'arrive-t-il à notre société pour qu'elle ait tant de mal à prendre soin de ses enfants, les éduquer et les protéger ?

Les maux sont multiples, connus et répertoriés :

- **la question des talibés** devenue apparemment résistante aux thérapies est si ancienne que les premiers talibés ont aujourd'hui des cheveux blancs. Ils sont, dit-on, quelque 150.000, livrés à eux-mêmes, à l'indigence, la gale, à la prostitution, la violence, à un avenir plus qu'incertain ;
- des **enfants de la rue** dont les maigres espoirs résident dans la générosité d'initiatives venues d'ailleurs ;
- la réduction de la **mortalité infanto-juvénile** doit assurément être un chapitre aux ambitions de l'émergence de notre pays, car la Banque Mondiale nous apprenait en 2015 que 47 pour 1000 des enfants de moins de 5 ans ne connaissent pas leur 6^e anniversaire ; la lumière à ce sombre tableau est que ce taux est à la baisse ;
- les **violences des ascendants et des personnes en position d'influence** est un des sujets de société qui est resté trop longtemps et reste aujourd'hui encore un tabou, garant de la perpétuation de ces forfaitures ; le voile de fausse pudeur et de silences coupables sont des atteintes graves à la protection des enfants ;
- la **scolarisation, le niveau et taux d'abandon** interpellent sur les niveaux d'investissement pour l'éradication des causes profondes, au sein des familles et des communautés, au-delà des investissements consentis pour améliorer classes, enseignants et manuels scolaires ;
- environ 500 000 **enfants seraient soumis au travail précoce**, passerelle vers la **délinquance juvénile** ; alors se profile le cycle mal maîtrisé, voire vicieux, de la répression /rééducation en milieu ouvert ou carcéral ;
- et pour ceux de nos enfants que la vie a apparemment épargnés, les voici devenus des proies inattendues, mais faciles et bien réelles, des nouvelles tablettes de notre temps, les **écrans médiatiques** dont les parents ne savent guère plus quelles lois elles leur enseignent.
- Mais ceci relève de la part que le CNRA assume et nous y reviendrons.

Alors, devant ce sombre tableau et ces perspectives moroses, pour ne pas dire lugubres, comment renouer avec les utopies sociales du développement ? Comment faire rêver nos enfants -et leurs parents- d'égalité des chances et d'équité ?

Là encore, les cycles vertueux sont connus. Car la vie, les familles, les sociétés sont pleines de ressources vitales. **Face à ce qui menace la famille, trois étapes de solutions se succèdent inéluctablement.**

1. Chaque **famille** se débrouille et tente de trouver, dans la discrétion et l'autonomie, le remède au mal de son enfant.
2. L'expérience entrant, la fatigue se faisant sentir, l'entraide devient nécessaire. Les familles, les **associations** et les quartiers tentent des solutions, avec les limites qu'ils rencontrent rapidement, car leurs bras musclés ne peuvent arrêter l'océan de mal-développement.
3. Enfin, les regroupements interpellent la responsabilité de **l'État** et la seule vraie solution à cette échelle : **l'impérieuse nécessité de politique publique.**

Encore faut-il arriver à la troisième étape. Nous parlons de politiques capables, sincères, viables, avec toutes les forces jointes pour trouver l'issue **aux problèmes du dehors** que sont l'existence pathétique des talibés ou des enfants de la rue et, plus récemment, **les problèmes du dedans** que sont la télévision, les accès incontrôlés à l'Internet ou l'usage excessif des Smartphones par les enfants.

Le problème de l'enfant face aux médias, quel est-il ?

Celui d'une jeunesse, la nôtre, livrée à la société médiatique, à ses excès et ses dérives, sans véritable protection.

Sans véritable protection parce que leurs protecteurs naturels sont démunis. Au mieux, certains donnent un encadrement avec des limites éducationnelles de bon sens. Mais, là encore, ils se battent contre un océan.

Un jour, il y a un peu plus de 40 ans, la télévision est entrée dans nos foyers. Nous avons alors accueilli les atours et les confort de la modernité. **Mais nous sommes-nous donnés, depuis tout ce temps, les moyens de comprendre, mesurer et contenir ce nouvel « éducateur » dans la famille ?**

Autrefois, chaque famille racontait à ses enfants son histoire, sa généalogie, les événements qui la touchaient dans sa proximité et selon ses valeurs, inculquant repères, rêves communs de construction d'une mosquée, d'une chapelle et d'une école de la communauté, quête de paradis et crainte de Dieu.

L'audiovisuel sénégalais compte aujourd'hui 17 télévisions et plus de 200 radios en opération, plus d'une dizaine de sites d'information à l'intention du lectorat sénégalais qui racontent chaque jour à des milliers de familles qui vivent des réalités différentes, la même histoire. Cette marée de contenus apparemment divers et de qualité inégale interpelle le CNRA. L'article 7 de la loi portant création du CNRA lui fait obligation de veiller à la sauvegarde de l'enfance et de l'adolescence devant les contenus des programmes.

Le CNRA a commandité en 2014, un sondage national qui établit, sans appel,

- **que nos enfants sont surexposés aux écrans**
- **que les vulnérabilités engendrées sont diverses**
- **et que les mécanismes de protection très insuffisants.**

Les dérives des contenus médiatiques impactent le jeune public. Notons que près du tiers des enfants n'arrivent pas à distinguer entre images ou scènes réelles et images ou scènes fictives vues à la télévision. Et ce résultat est plus accentué auprès des 10-13 ans. Soit qu'ils demandent parfois si les images vues sont réelles, soit qu'ils prennent des risques en voulant reproduire des scènes vues dans des films.

Selon les enfants, les émotions les plus récurrentes déclenchées par les images sont la peur (84%), les troubles (50%) et les insomnies ou cauchemars (37%).

Du nourrisson à l'adolescent en passant par l'enfant en âge scolaire, les médecins et spécialistes de l'Hôpital Fann ou de Thiaroye ont documenté des signes comportementaux tels que l'instabilité motrice, l'évitement du regard, les difficultés langagières, les troubles de la mémoire, les difficultés d'accès à l'écriture, l'échec scolaire, les fugues...

Les parents interrogés sont nombreux à avouer leur incompetence à contrôler la consommation de télévision et d'Internet de leurs enfants.

Face à cette réalité des médias qui induisent des changements dans les comportements des usagers notamment chez le public jeune, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel a engagé une initiative pour **la protection du jeune public des écrans.**

La finalité du projet est de susciter l'amélioration de la qualité de l'offre que les jeunes reçoivent sur les divers écrans et mettre en œuvre des mécanismes de protection du jeune public, notamment l'application de la signalétique.

Pour cela, il faut forger une chaîne de responsabilités qui définit :

1. le rôle de la famille
2. le rôle des opérateurs télé et Internet
3. le rôle protecteur de la loi et de l'État

Tout ceci, Mesdames, Messieurs revient à trois incontournables :

1. éduquer les médias à leurs responsabilités sociétales
2. éduquer par les médias
3. éduquer aux médias, notamment les parents

Là est le rôle à nouveau des médias et plus précisément du journaliste, informer, documenter sur les sujets qui passent typiquement sous le radar de l'actualité soit parce qu'il touche à des personnes sans pouvoir, des personnes faibles -les enfants- soit parce que cela est perpétré dans les espaces d'ombre, tel que la famille.

Quelle chance à nos enfants ? Quelle part de rêve leur reconnaissons-nous ? Quelle représentation d'eux-mêmes ?

Quel rôle assignerons-nous à nos médias pour changer la société, le regard de la société sur elle-même et sur ses enfants ?

Nous touchons là à nos valeurs socio-culturelles et à notre représentation de l'enfance. Au fil des mutations sociétales, notre conception de l'enfant a subi des fluctuations. En raison de la forte mortalité infantile et de sa vulnérabilité, l'enfant n'a pas fait l'objet de projections claires et de renouvellement du projet de société. Pourtant le regard porté sur lui change et une idée moderne de l'enfant se fait jour.

Nous comptons sur vos travaux pour faire avancer la réflexion et la protection des générations futures.

REFLEXIONS ET CONTRIBUTIONS

Réflexions et Contributions

Rapport annuel du CNRA : Parole aux acteurs

Sokhna Dieng Mbacké, Députée

1 - Pensez-vous que les médias, publics et privés, jouent leur rôle d'information et d'éducation des électeurs sur les aspects fondamentaux des processus électoraux ?

Je ne le pense pas. En effet le credo de tout medium public ou privé repose sur le triptyque -éduquer-informer-divertir. Dans le cadre de leur mission de service public, les medias ont pour rôle essentiel de donner aux populations toutes les informations utiles. Le processus électoral étant fondamental dans la vie des citoyens, des tranches spéciales devraient lui être réservées dans les programmes radiophoniques et télévisuels. Ce qui n'est pas le cas. La presse audiovisuelle s'intéresse davantage au déroulement de la campagne électorale avec des débats contradictoires opposant les candidats ou les partis ainsi la proclamation à toute vitesse des résultats des élections. Par conséquent l'éducation citoyenne en matière électorale est laissée en rade. La plupart des citoyens sénégalais ne savent toujours pas comment voter et le nombre impressionnant de bulletins nuls en est la preuve.

2 - Le débat politique occupe une part importante du flux d'information dans les médias sénégalais. Le droit à l'information est considéré comme un droit fondamental, pensez-vous que les informations fournies sont de nature à influencer les électeurs dans leur choix politiques ?

L'importance accordée par les medias aussi bien publics que privés au débat politique crée une certaine cacophonie et une saturation telles que l'auditeur ou le téléspectateur ne se retrouve pas dans les propos ou programmes de campagne. S'il ne s'agit pas d'un citoyen averti et expérimenté en matière politique, il est difficile quasi impossible de faire un choix pertinent sur la base des discours prononcés sur les ondes ou les fréquences. Il faudrait accorder une plus grande attention au droit à l'information du public. Informer juste et vrai, donner une information de qualité, saine et équilibrée constitue le devoir premier des medias.

3 - La pratique journalistique sénégalaise dans les médias publics et privés est-elle équilibrée et équitable envers les différents acteurs ?

Il n'est point besoin de rappeler que les medias publics RTS-APS-SOLEIL ne fonctionnant qu'avec la subvention de l'état sont les principaux assujettis au devoir d'équilibre et d'équité envers toutes les couches de la société sénégalaise. Tous les citoyens se désolent

de constater que ces medias de service public soient la chasse gardée du régime au pouvoir et de la majorité présidentielle. Il est presque cocasse de remarquer que les medias privés prennent en charge cette mission de service public en ouvrant leur micro et en braquant leur camera sur tous les sénégalais sans distinctions politique, ethnique ou confessionnelle. C'est la raison pour laquelle nous pensons que **l'Aide à la presse** doit être renforcée et équitablement répartie entre les organes privés tous méritants. Bien sûr, compte tenu des nombreuses contestations sur l'utilisation de cette manne financière, il serait plus judicieux d'en changer la forme : pourquoi ne pas créer **un FONDS de soutien à la presse** pour aider les entreprises médiatiques souvent en difficultés à s'acquitter de leurs charges fiscales, salariales, sociales et autres. Ce n'est qu'une suggestion. Je me permets de recommander entre autre que le CNRA élargisse son domaine de compétence à la presse écrite.

.....

Aissatou Mbodji, Présidente du groupe parlementaire des Libéraux et Démocrates

1 - Pensez-vous que les médias, publics et privés, jouent leur rôle d'information et d'éducation des électeurs sur les aspects fondamentaux des processus électoraux ?

Nous n'avons pas senti une éducation au niveau des médias envers les électeurs. En fait, les médias d'Etat devraient s'activer à informer et éduquer. C'est une mission étatique d'inviter les électeurs à s'inscrire, à retirer leur carte d'électeur, par exemple. Il appartient à l'Etat, de sensibiliser et de conscientiser les populations pour qu'elles prennent la pleine mesure de leur responsabilité citoyenne. Mais les médias d'Etat ne sont là que pour la propagande de l'autorité étatique visant à s'imposer dans l'espace médiatique. Quand un responsable de média public est maire, membre du secrétariat politique d'un parti, il est évident qu'il fait la propagande de son parti sans tenir compte des aspirations de la population. Aujourd'hui par exemple, on devait disposer d'une plateforme qui pourrait être suivie par tout le monde et qui donnerait des informations sur l'emplacement des commissions d'inscription, sur le nombre d'inscrits. Cette mission est plus dévolue aux médias de service public. Les médias privés ne vont pas se charger de cela. Ils ont assez de problèmes. De plus, ce sont des commerciaux qui attendent qu'on leur donne de quoi diffuser. Ils ne le feront pas pour l'Etat gratuitement.

2 - Le débat politique occupe une part importante du flux d'information dans les médias sénégalais. Le droit à l'information est considéré comme un droit fondamental, pensez-vous que les informations fournies sont de nature à influencer les électeurs dans leur choix politiques ?

Bien sûr ! les médias peuvent influencer les électeurs qui sont des personnes conscientes de leurs devoirs. Les électeurs jugent les acteurs politiques, leur rhétorique et surtout quand celle-ci est diffusée par les médias. Cette rhétorique a le pouvoir d'atteindre les électeurs,

leur faire changer de position, les convaincre ou les motiver. Les médias occupent une place centrale dans le débat politique et le pouvoir l'a compris au point qu'il essaie d'avoir le maximum d'organes de presse de son côté. Il y a des journalistes qui de par leurs questions vous renseignent sur leur appartenance politique et c'est vraiment dommage.

3 - La pratique journalistique sénégalaise dans les médias publics et privés est-elle équilibrée et équitable envers les différents acteurs ?

Il y a des éditorialistes qui montrent carrément leur clan. Il arrive qu'on nous pose certaines questions où tu sens nettement qu'elle a été dictée au journaliste. Aujourd'hui, les journalistes ont des appartenances et leurs questions et leur ligne éditoriale nous renseignent sur leur camp. Le Sénégal est petit. On se connaît. Nous qui étions dans le gouvernement savons comment fonctionne la presse et les journalistes. Les médias gagneraient davantage à s'activer à l'éducation et à la formation des électeurs. C'est quand même leur rôle. Mais il faut aussi qu'ils équilibrent au maximum l'information. Il y a des journalistes qui savent le faire, de la même manière, il existe des mercenaires à côté.

Zahra Iyane Thiam, Secrétaire exécutif national de l'Alliance pour la République

1 - Pensez-vous que les médias, publics et privés, jouent leur rôle d'information et d'éducation des électeurs sur les aspects fondamentaux des processus électoraux ?

Réponse : Les médias de manière générale ont contribué pour beaucoup à l'avènement de la première alternance démocratique dans notre pays. En effet l'on se rappelle les premières tendances des résultats à l'élection présidentielle en 2000 délivrées alors par sud Fm et qui avait permis à non seulement sécuriser le suffrage du citoyen, et livrer des résultats, de manière transparente et de manière simultanée sur l'ensemble du territoire national.

Jouer sa partition avant pendant et après le scrutin est une chose, un autre est l'accompagnement en aval sur la formation, l'éducation et la sensibilisation sur le processus électoral. A ce niveau les médias aussi bien publics que privés doivent améliorer leur participation en termes d'objectivité, de recul, d'impartialité et de rigueur quant au traitement de l'information.

2 - Le débat politique occupe une part importante du flux d'information dans les médias sénégalais. Le droit à l'information est considéré comme un droit fondamental, pensez-vous que les informations fournies sont de nature à influencer les électeurs dans leur choix politiques ?

Réponse : Le but de l'information est de ne pas aider à avoir une position mais de donner aux lecteurs des éléments objectifs d'appréciation qui aident en toute objectivité à se forger une opinion.

Ce n'est pas le débat politique tel qu'il est livré aux lecteurs qui occupe une part importante du flux d'information mais plutôt les acteurs de ce débat. En effet le débat articulé autour des questions économiques, sociales, de développement, est différent du débat politicien auquel on assiste de plus en plus aujourd'hui. Les politiciens ont tendance à faire des glissements sur la vie privée des gens et favoriser les invectives et le déballeage. Malheureusement les médias tombent dans ce piège ou mu par l'instant de survie s'appesantissent plus sur la survie de leur médium ce qui biaise le jeu et conduit à une utilisation ciblée faussant les règles du jeu.

3 - La pratique journalistique sénégalaise dans les médias publics et privés est-elle équilibrée et équitable envers les différents acteurs ? Non et cela ne s'analyse pas en terme de majorité et opposition ou en terme de média publics ou privés

Réponse : La pratique journalistique au Sénégal, telle qu'on le vit, à quelques exceptions près, se mesure à l'aune de la ligne éditoriale ; de son rapport avec les acteurs (majorité ou opposition) ; ou même d'un sentiment de frustration ou d'une injustice que l'on veut réparer soi-même. Partant de ces postulats il est quasiment impossible d'avoir une pratique journalistique équilibrée, qui conformément à la déontologie doit informer juste et vrai avec toute la rigueur nécessaire.

Il s'y ajoute que l'influence du pouvoir financier est un aspect important à prendre en compte dans la prise en charge de cette pratique journalistique.

La démocratie sénégalaise, à l'image des pays développées est majeure, évolue et grandit de jour en jour certes mais n'a pas encore atteint à l'image de plusieurs pays, ce niveau de maturité qui permet d'effectuer le traitement de l'information en toute impartialité. La qualité du débat public n'aide pas en cela et nous constatons malheureusement pour le déplorer que de l'étape de participation au renforcement du processus démocratique et de consolidation de la démocratie et d'encadrement des droits et libertés, la pratique journalistique prend la rampe de parti pris et d'influence en fonction d'intérêts personnels au détriment de la vérité.

Fary Ndao, Parti Demain pour le République

1 - Pensez-vous que les médias, publics et privés, jouent leur rôle d'information et d'éducation des électeurs sur les aspects fondamentaux des processus électoraux ?

A mon avis, l'actualité politique domine un peu trop l'espace médiatique, privé notamment, au détriment des aspects plus didactiques concernant le fonctionnement des institutions ou le déroulement des processus électoraux. Les spots d'information et d'éducation sont le fait de l'Etat ou d'ONG et sont diffusés dans les medias, qui malgré tout, restent la première interface entre le monde politique et la population. Beaucoup d'émissions proposent du débat ou des interviews d'acteurs politiques, mais peu proposent des sujets non partisans ou non polémiques visant à mieux outiller le citoyen en termes de connaissances de ses droits, fonctionnement des institutions, signification des lois, esprit de la constitution etc. Il s'agit là, assurément, d'un manque à combler dans l'espace médiatique.

2 - Le débat politique occupe une part importante du flux d'information dans les médias sénégalais. Le droit à l'information est considéré comme un droit fondamental, pensez-vous que les informations fournies sont de nature à influencer les électeurs dans leur choix politiques ?

L'information, quelle que soit l'effort qu'elle fournit pour y arriver, n'est que très rarement objective. Tout choix éditorial a tendance à mettre en avance certains aspects ou certaines interprétations des faits plutôt que d'autres, notamment quand il s'agit de politique. Cependant, la prolifération des medias privés généralistes a permis au Sénégal d'atteindre une maturité démocratique appréciable en ce qui concerne les débats portant sur les affaires publiques. C'est une très bonne chose. Les citoyens sont plutôt demandeurs d'information(s) et avec la prolifération des sources ayant chacune une ligne éditoriale ou un angle d'attaque différents, ils peuvent, in fine, se faire une idée propre d'un évènement ou d'une actualité politique. Le spectateur ou auditeur sénégalais me paraît difficilement manipulable. Ainsi, c'est paradoxalement la multiplication des médias privés, potentiellement partisans, qui font de lui un observateur ayant du recul sur le jeu politique.

3 - La pratique journalistique sénégalaise dans les médias publics et privés est-elle équilibrée et équitable envers les différents acteurs ?

Les medias sénégalais présentent plusieurs paradoxes. On y déplore tout d'abord la prolifération de médias, notamment dans la presse, créés par et appartenant à des hommes politiques et qui donc, de fait, ne peuvent réellement être équilibrés lorsqu'ils traitent l'information politique. Le manque de neutralité des medias publics, qui semblent encore confondre « service public » et « service gouvernemental » à bien des égards, est déploré par beaucoup même si le quotidien national le Soleil effectue un travail d'information plutôt factuel et précis. Il y'a aussi certains medias privés historiques, bien

que détenus par des hommes d'affaires ou des patrons de presse proches du pouvoir ayant eux-mêmes été journalistes, qui se distinguent encore par une équidistance appréciable vis-à-vis des acteurs politiques. Le numérique, avec les réseaux sociaux, a également déplacé le centre de gravité des débats. Désormais, la vérité se « forme » sur le web, dans ces lieux de discussions, sortes d'agora virtuelles, où ce qui finit par importer est la défense de son champion aux yeux de l'opinion. Ainsi quelle que soit la manière dont l'information est traitée par les médias classiques, celle-ci a une deuxième vie dans l'espace numérique où chacun essaie de l'interpréter à sa manière tout en apportant d'autres arguments, tirés d'autres médias, pour justifier sa position. Enfin, il faudra trouver une solution (des sanctions ? des incitations ?) pour juguler le phénomène des couvertures médiatiques rémunérées. Celles-ci restent un tabou bien que les acteurs politiques y soient confrontés au quotidien, notamment par l'intermédiaire du « perdiem » versé aux journalistes venant couvrir les événements politiques (conférences de presse, déclarations etc). Cette « financiarisation » de la couverture de l'actualité politique risque de ne rendre visible, à la longue, que les partis politiques les plus fortunés, ce qui, évidemment, constitue un recul démocratique.



Le rôle et la responsabilité des médias pour les processus électoraux ?

Par Doudou DIA

Directeur Exécutif

Goree Institute

Centre pour la Démocratie, le Développement et la Culture en Afrique

« Les pays où l'on ne vote pas en Afrique sont devenus plus rares que ceux dans lesquels on ne boit pas de Coca-cola ». C'est dire que les élections sont de plus en plus régulièrement organisées en Afrique en dépit de leur caractère « libre » et « équitable » souvent contesté. De la vague de démocratisation dans les années 90 au « printemps arabe », nous assistons à une libéralisation du champs politique avec le passage du monopartisme au multipartisme, un bouleversement profond du paysage médiatique avec l'effondrement du monopole étatique sur les medias au profit de la multiplication des medias privés.

Pluralisme démocratique et diversité médiatique sont fortement liés. C'est une évidence que les medias jouent un rôle indispensable dans le bon fonctionnement de la démocratie. Aujourd'hui, les citoyens ne votent plus seulement mais commentent publiquement le vote, ils posent un regard critique sur les politiques publiques, exigent des comptes en partie grâce au medias qui informent sur l'efficacité de nos représentants mais aussi facilitent la pleine participation de tous par l'accès à l'information sur les programmes et partis politiques, les candidats et le processus électoral afin de permettre aux électeurs de faire un choix éclairé.

Faut-il le rappeler, les medias sont un moyen d'expression essentiel pour les acteurs démocratiques et les élections sont considérées comme un fondement de la démocratie. C'est dire que les medias jouent un rôle très important, un rôle majeur dans les processus électoraux ; en effet, une élection libre et équitable ne se résume pas seulement au seul fait de voter mais cela implique également de pouvoir avoir accès suffisamment à l'information. Sous ce registre, les medias constituent la première source d'information et d'analyse des programmes des candidats, le lieu principal de débat entre les acteurs politiques ainsi que le vecteur de toute une série d'informations sur le cycle électoral.

Au Sénégal, les élections de 2000 (alternance), de 2012 (élection présidentielle et élections législatives) et 2014 (élections locales) ont démontré non seulement le bon fonctionnement du système démocratique mais aussi confirmé le rôle primordial des medias dans la régularité, la transparence et la fiabilité du processus électoral. Les journalistes ont pu jouer le rôle de « chien de garde » en signalant des irrégularités, des fraudes et des menaces de violence, en cherchant à obtenir des réponses des autorités. Au delà de leur devoir d'informer, les medias au cours des différents processus électoraux au Sénégal ont joué le rôle d'alerte et de veille pour prévenir la fraude, la violence électorale et surtout dans la proclamation à temps réel des résultats issus des urnes le jour du vote posant ainsi un regard critique sur les élections.

Le niveau de professionnalisme et d'expérience des journalistes et autres praticiens des médias constitue un élément important de l'environnement médiatique et gage de crédibilité. C'est dire qu'il est de la responsabilité des médias pour les processus électoraux de développer leurs connaissances et compétences en matière électorale notamment sur les aspects liés au cadre juridique. Le meilleur moyen que peut adopter le CNRA pour favoriser des reportages équilibrés et exempts de déclarations provocantes est de s'assurer que les médias respectent des normes professionnelles. À cette fin, le CNRA devra compter sur la collaboration des organismes professionnels et des syndicats médiatiques. Il peut aussi offrir aux journalistes une formation en couverture électorale et sur le monitoring des médias mais aussi favoriser des consultations et concertations permanentes. Une relation d'ouverture s'impose entre l'organe de régulation, l'organe de gestion électorale et les professionnels des médias pour une couverture médiatique professionnelle des processus électoraux.

Etant un espace précieux de débat public, de forum au sein duquel les compétiteurs politiques luttent pour le pouvoir et confrontent leurs projets de société respectifs, il revient à l'organe de régulation dans le cas d'espèce le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel de procéder au contrôle et à l'évaluation de la couverture médiatique des processus électoraux dans le respect du code électoral. Il s'agit ici du respect de tous les aspects liés à la couverture éditoriale très souvent sous le contrôle des médias eux même, de la couverture à accès direct notamment la publicité politique sous le contrôle éditorial des partis ou des candidats, les débats entre candidats et interview mais aussi l'éducation électorale. Faut-il le rappeler, dans une démocratie, les médias sont un outil vital non seulement pour informer les électeurs sur les enjeux et les candidats, mais aussi pour véhiculer des renseignements de base sur la façon de voter ou sur l'objet du vote. C'est dire que l'organe de régulation notamment le CNRA doit veiller au respect des normes strictes d'impartialité tout en favorisant la liberté de la presse.

Il reste à voir de plus près l'influence progressive des nouveaux médias notamment Internet, la téléphonie mobile, les réseaux sociaux, les blogs, les vidéos et autres. Ces nouveaux médias tendent à brouiller les frontières entre communications publiques et communications personnelles. Ces nouveaux médias offrent de nouvelles opportunités aux acteurs des élections. Mais comme toute autre technologie, ils ont des limites et présentent certaines difficultés. Les organes de régulation des médias comme le CNRA doivent relever un défi : où et comment établir la limite de la réglementation ? Peut-on considérer les blogs d'opinion comme une campagne électorale tierce ? Des périodes d'interdiction peuvent-elles être appliquées au-delà des frontières du pays ou au sein même du pays ?

Par ailleurs, l'Internet transforme de plus en plus la manière dont les élections sont couvertes. En définitive, il a mis fin à la pratique des « embargos » ou « périodes de réflexion » puisqu'il échappe en grande partie au contrôle des organismes de réglementation.

Cependant, il importe tout au long du cycle électoral de mettre en place des programmes de monitoring des medias. Ce monitoring vise l'observation d'un certain nombre d'aspects, tous liés au déroulement des élections. Il consiste à analyser les contenus de différents supports d'information, afin de donner une photographie précise du traitement médiatique réservé à un sujet donné. Un monitoring efficace des medias permettrait entre autres de :

- Surveiller les activités des principaux médias électroniques et imprimés pour vérifier qu'ils agissent en conformité avec la législation nationale ainsi qu'avec les autres normes internationales relatives à la tenue d'élections démocratiques, tout au long de la campagne électorale ;
- Évaluer si les médias fournissent des informations suffisamment diversifiées et équilibrées afin de permettre aux électeurs de faire leur choix de manière éclairée ;
- Évaluer dans quelle mesure les partis politiques et les candidats ont un égal accès aux médias, ainsi que la qualité de cette couverture médiatique ;
- Contrôler si les médias, et en particulier les médias d'Etat ou publics, remplissent leur devoir en assurant une couverture équilibrée et neutre du processus électoral ;
- Analyser l'impartialité, l'équité, l'exactitude et l'efficacité de la couverture médiatique des élections ;

Sous ce rapport, la diversification des sources d'information serait un atout pour le CNRA à travers la collaboration avec certaines organisations ou institutions ayant développé une expertise réelle dans le monitoring des medias. Le Goree Institute en est un exemple pour avoir mis en œuvre avec succès des programmes de monitoring des medias en période électorale dans des pays de l'Afrique de l'Ouest et l'Afrique centrale.

En définitive, il est clair que les médias agissent comme gardiens de la transparence et des règles de bonne gouvernance, constituent le lieu du débat démocratique mais aussi constituent les organisateurs de l'agenda du débat démocratique. Une grande responsabilité incombe de ce fait aux medias pendant la période électorale : il est essentiel que la radio, la télévision accordent une place suffisante, raisonnable et juste, aux élections, et que leur couverture du processus électoral soit équitable et impartiale. Ce n'est point un hasard si l'émergence des medias en Afrique a coïncidé avec la généralisation du suffrage universel parce qu'ayant fortement contribué à l'émergence de citoyens plus informés, plus ouverts et plus conscients de leurs droits. Le défi en Afrique est de continuer à travailler à avoir des medias libres, diversifiés et conscients de leurs responsabilités gage d'une démocratie établie.

MEDIAS ET ELECTIONS : QUELLE REGULATION ?

Eugénie R. Aw

Journaliste

Ancienne Directrice du CESTI

Dans la période pré-électorale, les médias se devront donc d'informer sur la fiabilité des listes électorales, de suivre les campagnes de tous les candidats (tes) avec le défi de rester indépendants et éviter de dépendre des candidats, sur le plan matériel en particulier.

Les médias pluriels et pluralistes contribuent à forger l'opinion publique. Ils sont partie prenante de la démocratie par le biais de la liberté d'expression, ils permettent donc, par l'information, des élections transparentes et ce, à tous les stades de leur mise en œuvre, pré-électorale, électorale proprement dit, post électorale.

Mais, pour qu'ils puissent jouer pleinement leur rôle, ils doivent adhérer à des règles d'éthique et de déontologie qui garantissent des élections démocratiques. La régulation occupe donc une place centrale pour que les médias tiennent leur mission d'information, de surveillance, de questionnement critique.

Le Sénégal connaît un organe de régulation, le Conseil national pour la régulation de l'audiovisuel, qui connaît des violations des textes régissant la radiodiffusion et la télévision. En ce qui concerne la presse écrite cet organe n'est compétent qu'en période électorale et en particulier pendant les campagnes électorales.

Cet organe a une fonction pédagogique et avant qu'une sanction pécuniaire ne soit effective, le rappel à l'ordre peut permettre à un média de corriger une violation des règles de la régulation. L'aide de l'Etat à la presse privée est aussi un moyen de dissuasion. Ce rôle pédagogique prend un sens particulier lors des élections, moment important de la vie politique puisqu'ils se doivent de garantir le choix, par les populations de leurs représentants, de leur gouvernant.

L'organe de régulation définit des règles et met en place des mécanismes qui assureront que les médias soient par leur impartialité, autant qu'ils le peuvent et le veulent, l'une des interfaces du pouvoir avec les populations dans toutes leurs composantes. Comment leur "apprendre" la subtilité ?

Dans la période pré-électorale, les médias se devront donc d'informer sur la fiabilité des listes électorales, de suivre les campagnes de tous les candidats (tes) avec le défi de rester indépendants et éviter de dépendre des candidats, sur le plan matériel en particulier.

Il se pose souvent pour l'instance de régulation, dans l'audiovisuel public, la volonté de faire respecter le temps de parole des différents candidats, les privilèges accordés à certains d'entre eux sont aussi une invitation aux médias pour approfondir leur regard critique sur une forme d'équilibre dans le financement des campagnes électorales.

Dans la période électorale, l'instance de régulation et les médias ont un acquis toujours à consolider: en effet, les médias sont autorisés à diffuser systématiquement les résultats par bureau de vote le jour du scrutin à partir de 18h. Ils se sont donc donné la responsabilité de garantir la transparence et l'exactitude des résultats des élections contre la fraude qui reste une tentation.

Dans la période post électorale, les médias rendront compte de tout le processus concernant, entre autre le contentieux électoral.

Mais quelles que soient les différentes étapes, l'instance de régulation fera en sorte que les médias puissent porter le débat de manière équilibrée et critique, qu'ils soient un véritable forum. A toutes les étapes, il s'agira aussi pour les médias de prévenir et de rendre compte des violences potentielles et réelles.

Un mécanisme : l'Auto régulation

Mbaye Sidi Mbaye, enseignant au Centre d'Etudes des Sciences et Techniques de l'Information et ancien de la première structure d'autorégulation du Sénégal, le CRED, explique que l'autorégulation :

« [...] est à la charge d'instances mises en place par les professionnels des médias eux-mêmes avec pour objectif de contrôler le respect de l'éthique et de la déontologie. Il s'agit de véritables tribunaux de presse devant lesquels le citoyen peut se pourvoir lorsqu'il a à se plaindre d'une atteinte faite par voie de presse. »

Il ajoute :

« La presse s'autorégule pour se protéger individuellement et collectivement de la loi, mais aussi du doute pouvant mener à un rejet de la société. "La profession du journaliste obéit à des règles universelles qui rassurent et protègent le citoyen, la société. Ces règles balisent la pratique professionnelle, et leur maîtrise doit être obligatoire pour qui veut exercer ce métier".

Lors du dernier référendum au Sénégal, un travail s'est fait entre le Conseil national pour la régulation de l'audiovisuel (CNRA) et le Comité pour l'observation des règles d'éthique et de déontologie (CORED)

Les périodes électorales sont souvent un moment propice à une co-régulation car elle permet de combiner une application de la loi, voire une forme de répression » à une démarche pédagogique

Ce travail pourrait se développer autour du monitoring des médias. Par ailleurs, des mécanismes plus pérennes (Formation, etc.) devraient être offerts aux médias pour contrer la tendance aux discours discriminatoires, voire aux discours de haine.

Les périodes électorales sont souvent un moment propice à une co-régulation, car elle permet de combiner une application de la loi, voire une forme de répression à une démarche pédagogique

Une évaluation du travail des journalistes pourrait être faite de manière conjointe et déboucher sur des propositions concrètes pour l'amélioration de la régulation et pour développer des programmes visant à rendre les journalistes encore plus conscients du sens de leur profession.

Le travail de co-régulation assure une plus grande crédibilité et une plus grande force exécutoire des règles d'éthique et de déontologie des instances de régulation et de co-régulation.

Vers une vision nouvelle

Il nous semble important de poser la question d'une analyse différenciée des hommes et des femmes lors des élections. Les instances de régulation et de co-régulation devraient développer des outils pour vérifier, pour s'assurer qu'à ce niveau, les médias sont conscients de leur rôle d'information. Comment rendent-ils compte de cet aspect ?

Dans le nouveau contexte sécuritaire, il serait aussi important de rendre compte de la position des jeunes face aux élections. Comment les mouvements dits citoyens se positionnent-ils ?

Une évaluation du travail des journalistes intégrant les aspects traditionnels de la régulation mais aussi ces nouvelles questions pourraient offrir une image de notre société dans son dynamisme, dans son évolution et donc contribuer à dresser un portrait de notre société dans sa diversité.



ANNEXES

ANNEXES

Les règles et bonnes pratiques applicables aux journalistes en période électorale

Pour se protéger des multiples pressions auxquelles il peut être soumis en période électorale, le journaliste doit s'en remettre aux principes de base de son métier : l'éthique et la déontologie. Son information doit être exacte, vérifiée, équilibrée, neutre, respectueuse de la dignité humaine et privilégier l'intérêt supérieur des citoyens. Par exemple, le journaliste

A le droit et le devoir de parler de tous les partis et candidats, y compris les plus hostiles au gouvernement en place, et de tous les thèmes de campagne importants pour les citoyens et l'avenir de son pays. Le nombre limité de motifs légitimes, pouvant justifier certaines restrictions à la liberté d'expression, ne doit en aucun cas entraver sa capacité à présenter la pluralité des idées et des opinions.

A aussi un rôle à jouer en matière d'éducation électorale des citoyens. Il doit transmettre ces informations dans les formes de langage les plus simples afin qu'elles soient accessibles et comprises par tous.

Doit présenter des informations vérifiées et exactes afin que son reportage soit considéré comme fiable. Il doit exercer son esprit critique sans porter de jugement définitif et aborder son travail avec modestie et rigueur.

Doit rendre compte des programmes et des débats entre les partis ou candidats en leur donnant la parole de manière équitable et équilibrée et sans laisser transparaître directement ou indirectement ses opinions. Le compte-rendu professionnel d'une campagne ne doit jamais indiquer aux électeurs quel est le meilleur choix.

Doit garder son indépendance éditoriale et résister aux pressions politiques, sociales ou financières susceptibles d'infléchir sa rigueur dans le traitement de l'information. Il suit uniquement les directives des responsables de sa rédaction, et, lorsqu'il travaille seul, de sa morale et de son éthique. Il s'interdit d'utiliser des moyens déloyaux pour obtenir des informations, ne verse ni ne reçoit d'argent en échange d'informations et s'interdit tout plagiat.

Doit toujours avoir conscience des conséquences, positives ou négatives, des informations qu'il diffuse. Pour cela, il utilise les formes de langage les plus neutres et les plus sobres possibles et traite toujours, avec pondération et rigueur, les sujets susceptibles de nourrir des tensions au sein de la population.

Doit utiliser les médias sociaux avec la même éthique professionnelle que les autres sources d'informations, en vérifiant systématiquement les informations collectées, en se méfiant des conflits d'intérêts, et s'identifiant toujours comme journaliste.

Le journaliste ne doit pas se contenter de reprendre les informations fournies par un parti ou candidat mais essayer de les expliciter et de les mettre en perspective. Il doit aussi savoir distinguer clairement les activités officielles des responsables gouvernementaux de leurs activités en tant que candidat ou membre de parti.

Si la place du journaliste est centrale dans l'élargissement et l'approfondissement des processus démocratiques et de paix, son rôle est capital dans les contextes sensibles. En effet, le journaliste doit développer un sens aigu de l'observation et de l'analyse qui lui permette d'appréhender la complexité de la situation sociopolitique et des enjeux du scrutin électoral tout en faisant preuve de rigueur dans l'application des règles d'éthique et de déontologie. Il doit tout faire pour éviter d'alimenter la crise et tenter, au contraire, de l'apaiser. Cela passe, là encore, par un respect très scrupuleux des règles d'éthique.

Sources :

Guide pratique du journaliste en période électorale – édition 2015 – Reporters Sans Frontières et Organisation internationale de la Francophonie.

Lien : http://www.francophonie.org/IMG/pdf/guide_oif_franc_ais_web.pdf

Pas d'élections démocratiques sans médias libres et pluralistes

Les élections qui ont jalonné l'actualité africaine de 2011 (Voir repère *Afrique contemporaine*, n°239, 2011/3, p. 135) ont mis en lumière le rôle joué par les médias dans ces scrutins. Médias publics accusés de soutien massif au chef de l'Etat sortant, instances de régulation de la communication soupçonnées d'être partisans, violations importantes des droits des journalistes, en particulier ceux appartenant à la presse proche de l'opposition... Les griefs sont souvent redondants. Et pourtant, pour que des élections puissent être qualifiées de libres et démocratiques, non seulement elles doivent se dérouler dans des conditions politiques et administratives adéquates, mais il est fondamental que les citoyens disposent d'un accès suffisant à l'information relative aux partis, aux candidats et au déroulement des opérations de vote, afin de garantir que leur choix est posé en connaissance de cause. Pour que les scrutins soient qualifiés d'équitables et de transparents toutes les parties prenantes doivent avoir la possibilité de s'exprimer et les journalistes de se déplacer et d'enquêter dans le cadre de leur travail. En bref, des élections démocratiques sont tout simplement impossibles sans liberté de la presse (Howard, 2005).

Les médias africains sont, depuis vingt ans, les principaux témoins du déroulement des scrutins électoraux qui ont marqué le retour du multipartisme et des libertés politiques. Ils ont permis l'instauration d'un nouvel espace public de débat, au sein duquel la critique des pouvoirs en place, la dénonciation des abus et les confrontations d'idées trouvent à s'exprimer. En période électorale, les médias sont devenus des plates-formes permettant aux candidats et aux partis politiques, désormais diversifiés, de faire connaître leurs positions et leurs programmes. Ils jouent également un rôle d'éducation des électeurs, dont l'expérience du vote s'est longtemps limitée à des simulacres d'élections aux résultats connus d'avance. Lors des élections sénégalaises de 2000, les médias ont en outre démontré leur capacité à jouer un rôle de veille le jour du scrutin, contribuant à garantir la transparence des opérations de vote et de dépouillement. Cette expérience pionnière a inspiré de nombreux professionnels des médias dans d'autres pays qui ont pris conscience du fait que la vigilance médiatique pouvait contribuer à permettre l'alternance.

Toutefois, dans l'énorme majorité des pays africains, la capacité des médias publics et privés à jouer effectivement leur rôle dans le processus électoral a aussi été mise en question ces dernières années. En République démocratique du Congo (RDC) ou au Kenya, les médias ont même contribué à déstabiliser le processus électoral, allant jusqu'à encourager le déploiement de la violence. Si les médias ont démontré leur utilité en période électorale, plusieurs contraintes les empêchent de jouer pleinement leur rôle démocratique.

Médias et partis politiques en Afrique : des liaisons dangereuses

Ayant vu le jour de manière simultanée, au début des processus de transition à l'aube des années 1990, la nouvelle presse privée et les partis politiques entretiennent souvent des liens privilégiés. En RDC, au Cameroun ou en Côte d'Ivoire, circule l'adage « un parti, un journal », ou même « un ministre, un journal ».

Les radios privées, apparues en général à partir du milieu des années 1990, sont souvent nées dans le giron d'une personnalité politique, ou d'un homme d'affaire aux accointances politiques confirmées. Durant les élections de 2006 en RDC, 7 des 33 candidats aux élections présidentielles possédaient leur propre chaîne de radio et/ou télévision à Kinshasa, et des dizaines de candidats aux élections législatives ont créé leur propre station dans leur localité d'origine, dans le but de sécuriser leur bastion électoral. La politisation de la presse (en Côte d'Ivoire) et des radios locales émettant en langue « vernaculaire » (au Kenya) a montré son potentiel destructeur dans des contextes électoraux éminemment tendus. De tels médias ne sont pas simplement des médias d'information avec une ligne éditoriale favorable à un courant politique (ce qui n'est pas contestable dans quelque démocratie que ce soit) ; ce sont des instruments de propagande, plaçant la défense des intérêts de leur propriétaire (et le combat contre l'adversaire et ses militants) avant toute considération d'information.

Par ailleurs, l'instabilité politique, la guerre (au Burundi, Rwanda, Congo Brazzaville par exemple), les difficultés économiques et les menaces récurrentes sur la liberté d'expression ont parfois poussé des médias « indépendants » à rechercher la protection et l'appui financier de personnalités politiques ou d'hommes d'affaires influents, les deux milieux étant étroitement interconnectés (Frère 2005 ; Faye, 2009).

Dans un tel contexte, de nombreux médias ne peuvent se montrer équilibrés en période électorale : leur couverture de la campagne se fait forcément à l'avantage de leur parrain. Là où les médias sont à vendre au plus offrant, les candidats les plus nantis seront aussi les plus entourés de sympathies médiatiques. Et les médias neutres, qui ne font allégeance à aucune personnalité politique, se retrouvent souvent fragilisés financièrement, voire ostracisés par les candidats en lice. Cette situation, qui n'est pas sans rappeler celle de la France sous la III^{ème} République, n'a rien d'étonnant dans un contexte de réappropriation récente des libertés politiques et d'expression ; toutefois, ces « liaisons dangereuses » entre médias et partis politiques freinent les dynamiques de professionnalisation qui doivent beaucoup, en Occident, à une indépendance progressive des premiers vis-à-vis des seconds.

Frère M.-S., « Pas d'élections démocratiques sans médias libres et pluralistes », *Afrique contemporaine*, 4/2011 (n° 240), p. 152-155.

URL : <http://www.cairn.info/revue-afrique-contemporaine-2011-4-page-152.htm>

Ressources web

Réseau des Instances africaines de Régulation de la Communication (RIARC)

www.acran.org

Union économique et monétaire Ouest-africaine (UEMOA)

www.uemoa.int

Organisation de la Coopération Islamique (OCI)

www.oic-oic.org

Réseau francophone des Régulateurs des medias (REFRAM)

refram.org

Conseil supérieur de la Communication Burkina Faso (CSC)

www.csi.bf

Haute Autorité de la Communication audiovisuelle Maroc (HACA)

www.haca.ma

Conseil supérieur de l'Audiovisuel France (CSA)

www.csa.fr

Conseil de la Radiodiffusion et des Télécommunications canadiennes (CRTC) Canada

www.crtc.gc.ca

Observatoire sur les Systèmes d'Information, les Réseaux et les Inforoutes au Sénégal

www.osiris.sn

Groupe Expo Carrefour Afrique « EXCAF »

www.excaf.com

Organisation des nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO)

www.unesco.org

Union internationale des Télécommunications (UIT)

www.itu.int

ARTICLE 19

www.article19.org

Le Laboratoire des Crises, de la Réputation et des phénomènes d'Influence

www.reputatiolab.com

TABLE DES MATIERES

| | |
|---|------------|
| SOMMAIRE | 3 |
| MOT DU PRÉSIDENT | 4 |
| PRESENTATION DU CNRA | 9 |
| • Présentation du Conseil..... | 10 |
| • L'Assemblée du CNRA..... | 10 |
| • Extrait de la loi portant création du CNRA..... | 12 |
| ACTIVITÉS STATUTAIRES | 17 |
| • Activités nationales..... | 18 |
| • Activités à l'International..... | 27 |
| • Monitoring : Quelques chiffres sur l'offre audiovisuelle..... | 33 |
| AVIS TRIMESTRIELS | 48 |
| • Fais et chiffres..... | 61 |
| • Constats sur l'évolution de la mission du CNRA..... | 63 |
| MÉDIAS ET ÉLECTIONS | 65 |
| • Philosophie et Enjeux..... | 66 |
| • Presse et Démocratie..... | 67 |
| CAPITALISATION LES EVOLUTIONS | 90 |
| • Rappel des trois expériences électorales..... | 91 |
| • Enseignements..... | 97 |
| NOUVEL ENVIRONNEMENT, NOUVEAUX INSTRUMENTS | 109 |
| • Réorganisation du secteur..... | 110 |
| REORGANISATION DU SECTEUR PUBLICITAIRE | 123 |
| • Le CNRA engage la réflexion..... | 124 |
| LES INITIATIVES DU CONSEIL | 131 |
| • La protection de nos enfants exige désormais une éducation aux médias..... | 132 |
| REFLEXIONS ET CONTRIBUTIONS | 137 |
| • Paroles d'acteurs..... | 138 |
| • Médias et élections : Quelle régulation ?..... | 147 |
| ANNEXES | 152 |
| • Les règles et pratiques applicables aux journalistes en période électorale..... | 153 |
| • Ressources web..... | 155 |





Immeuble Tamaro - 10^{ème} Etage, Rue Mohamed V X Jules Ferry
Boîte Postale : 50059 - Dakar RP
Tel.: + 221 33 849 52 52 - Fax : +221 33 821 86 14
cnra@cnra.sn - www.cnra.sn