

Niamey, le 22 décembre 2020

Rapport d'étape du CSC sur le monitoring des élections locales, législatives et Présidentielle 1^{er} tour

RAPPELS PRELIMINAIRES

Conformément aux dispositions la loi 2012-34 modifiée et complétée par la loi, le conseil supérieur de la communication a pour mission de :

- Garantir l'accès équitable des partis politiques et des candidats aux medias publics et privés au cours des différents scrutins ;
- Assurer un monitoring efficace de la couverture par les médias des activités des partis politiques et des candidats grâce à un mécanisme dynamique et transparent de collecte, de traitement et de diffusion de l'information électorale ;
- Garantir les droits des citoyens à l'information sur le processus électoral et sur les programmes des partis politiques et des candidats ;
- Renforcer les capacités des journalistes sur le traitement de l'information en période électorale ;

C'est dans cette optique que le CSC, dans le cadre de la mission constitutionnelle a réalisé le monitoring des médias, afin de garantir l'accès égal et équitable des citoyens nigériens aux moyens de communication.

Le monitoring des médias est réalisé en vue de relever la conformité de la couverture médiatique de la campagne électorale, sur la base les dispositions réglementaires édictées par le régulateur pour les élections 2020-2021 (locales, législatives et présidentielle).

Il convient de noter que l'accès égal est particulièrement surveillé pour les candidats à l'élection présidentielle, alors que l'accent a été mis sur l'accès équitable selon le proportionnel pour les autres types de scrutins (élections locales et législatives).

Le monitoring est fait par le CSC sur les médias audiovisuels et la presse écrite.

Cette année, Le CSC a commencé un projet pilote de monitoring des réseaux sociaux.

DISPOSITIF DE MONITORING DES MEDIAS EN PERIODE ELECTORALE

- Toutes les équipes du CSC mobilisées (mise en place de groupes de travail) pour l'enregistrement des messages de 94 candidats aux locales, 83 candidats aux législatives et 30 candidats à la présidentielle premier tour;
- 25 agents de monitoring de la presse audiovisuelle et écrite, encadrées par 1 groupe de travail et d'encadrement des équipes de monitoring
- Un dispositif récemment renforcé en équipements de dernière génération avec l'appui de l'Union Européenne, couvrant environ 80 télévisions et radios à Niamey et à l'intérieur du pays
- 9 Télévisions, 10 radios et 10 journaux de presse publiques et privés ont été monitorées pour les locales. Rappelons que ce nouveau dispositif permet désormais au CSC de faire le monitoring en direct de 160 radios et télévisions

PRINCIPAUX CONSTATS DES ELECTIONS LOCALES

TV

Au niveau des messages, 49 partis politiques ont vu leurs messages enregistrés et diffusés pour une durée totale de 4 H 51 mn 52 secondes sur les organes publics (télé sahel et voix du sahel).

La plupart des messages de campagne en vue des élections régionales, municipales et des villes ont été diffusées dans un journal spécial appelé « journal des élections ».

Les débats, magazines et autres ne représentent que 52 minutes 19 secondes.

Le temps signalé comme payant représente 48 minutes 18 secondes.

En termes de nombre de diffusions

Conformément à la décision n°038/P/CSC fixant les conditions de production, de programmation et diffusion des messages et déclarations des partis politiques, groupement de partis politiques ou candidats indépendants sur medias publics dans le cadre de la campagne électorale pour les élections régionales et municipales du 13 décembre 2020, il est dit que tout parti politique, groupement de partis politiques, candidats indépendants ayant déposé

- Plus de 200 listes bénéficie de 5 diffusions à la radio et à la télévision
- De plus 150 listes à 200 listes 4 diffusions
- De plus 100 listes à 150 listes : 3 diffusions
- De 50 à 100 : 2 diffusions
- Et moins de 50 : une diffusion ;

A cet effet :

- Le PNDS : 5 diffusions
- Le MNSD : 4 diffusions
- Le RDP : 3 diffusions
- ADN FUSAHA, ANDP, MPR : 2 diffusions chacun

Au niveau de la RADIO

Au niveau des messages : 49 partis politiques ont vu leurs messages diffusés pour une durée totale de 03 heures 55minutes 43 secondes.

La majorité de ces partis ont bénéficié d'une diffusion chacun.

En termes de diffusion :

- 3 partis ont bénéficié de 3 diffusions (ADN FUSAHA, RPP FARILLA)
- 2 partis ont bénéficié de 4 diffusions (MNSD NASSARA, MPR JAMHURIYA) I
- Un parti, le PNDS 5 diffusions.
- Il n'y a pas de temps payant

PRESSE ECRITE

Médias publics : « Le Sahel et Sahel Dimanche »

Les journaux « Le Sahel et Le Sahel Dimanche » ont à travers 7 numéros rapportés les activités des partis politiques et publié les messages parrainés par le CSC.

Par contre il est constaté au niveau de certains messages le non-respect de la police, de l'interligne et du caractère.

Médias privés : Le Courrier, L'Enquêteur, Niger Times, La roue de l'histoire

« Le Courrier » : publication d'une publicité du parti politique Moden FA Lumana et respect du pluralisme politique car la parole est donnée à 3 autres partis politiques.

- D'une façon générale le Pluralisme politique a été observé car la parole a été donnée à plusieurs partis politiques.
- Le ton est neutre dans les médias publics et certains médias privés mais partisan dans d'autres.
- Enfin il n'a pas été constaté un discours ou des propos haineux dans ce numéro analysé.
- Un rapport exhaustif des temps d'antenne et de parole sera produit par les services du CSC.

RAPPEL DES REGLES DU JEU ELECTORAL POUR LA PRESIDENTIELLE ET LES LEGISLATIVES

Chaque candidat bénéficie d'un accès égal et gratuit aux médias audiovisuels publics dans les conditions ci-dessous :

- Un portrait d'une durée maximale de trois (3) minutes à la radio et à la télévision nationales.
- La couverture d'un rassemblement populaire (meeting) dans chaque Chef-lieu de région pour une durée de trois (3) minutes à la radio et à la télévision nationales ;
- L'enregistrement et la diffusion d'un (1) message de campagne d'une durée de dix (10) minutes à la télévision et à la radio nationales, dans une ou plusieurs langues au choix du candidat.

Ce message sera diffusé trois (3) fois à la radio et à la télévision nationale au cours de la campagne.

- La réalisation d'un entretien radiotélévisé de quinze (15) minutes dans la langue officielle. L'entretien portera sur le programme du candidat.
- Les médias privés peuvent diffuser ou publier à titre payant, dans les mêmes conditions fixées à l'article 4 ci-dessus et sous leur responsabilité, les messages et communiqués des candidats autorisés par la Cour constitutionnelle dans le cadre de la campagne pour l'élection présidentielle premier Tour.
- L'achat de temps d'antenne et de colonnes par les candidats doit se faire sans discrimination et dans les mêmes conditions d'égalité tarifaire. **Dans ce cadre les médias privés doivent transmettre au CSC leur grille tarifaire 72 heures avant l'ouverture de la campagne électorale.**
- En cas d'achat de temps d'antenne, les médias privés doivent obligatoirement indiquer la mention « publi-reportage ».

Ces règles du jeu ont été largement communiquées aux partis politiques, par la publication d'un guide et lors des missions de vulgarisation à Niamey et dans les régions. Le CSC a également renforcé sa communication et son interaction avec les partis politique via Whatsapp.

A cet effet :

- Un groupe whatsapp pour les locales a été créé comprenant l'ensemble des partis politiques et candidats pour les locales
- Un groupe législatives a été aussi créé comprenant tous les candidats et partis politiques dont les listes ont été validées par la cour constitutionnelle pour les législatives
- Et un groupe whatsapp pour les présidentielles ou les 30 candidats sont représentés

Ces groupes ont permis de communiquer largement avec les partis politiques et candidats et ont permis de mieux informer ces derniers sur les modalités d'accès aux médias.

CONSTATS TENDANTIELS DES ELECTIONS LEGISLATIVES ET PRESIDENTIELLE1er TOUR

Il est constaté que la plupart des partis ou candidats n'ont pas déposé leurs programmes de meeting qui seront tenus dans les chefs-lieux. Ce qui ne permettait au CSC d'instruire les médias publics pour les couvrir. Ainsi à la date du 18 décembre, seuls 3 sur les 30 ont déposé. Mais depuis le samedi 19 décembre, les autres candidats ont commencé à déposer leurs programmes de meeting.

25 candidats ont été au total enregistrés et sont en cours de diffusion sur les medias publics, et privés. Ils bénéficient tous de manière égale, de la diffusion de meeting de 3 minutes tenus dans les chefs-lieux de région, d'un portrait de 3 minutes, d'un message de 10 minutes et d'un entretien de 15 minutes. Ces productions

peuvent être rediffusées à titre payant sur les médias publics et privés deux fois au maximum par le candidat qui le souhaite selon le format défini par le CSC

APPEL AUX PARTIS POLITIQUES ET AUX MEDIAS

Les partis qui n'ont pas encore déposé peuvent le faire pour profiter de la diffusion de leur meeting avant la fin de la campagne le 25 décembre 2020

Je vous remercie de votre aimable attention.