



**POINT DE PRESSE DU PRESIDENT DU CONSEIL SUPERIEUR DE LA COMMUNICATION SUR LE MONITORING DES MEDIAS TRADITIONNELS ET DES RESEAUX SOCIAUX DES 10 PREMIERS JOURS DE LA CAMPAGNE ELECTORALE POUR LE 2EME TOUR DE L'ELECTION PRESIDENTIELLE**

Avant d'aborder la substance proprement dite de cette rencontre, je dois rappeler que le CSC, dans le souci de transparence et d'inclusivité qui l'ont toujours caractérisées, a organisé, dans le cadre de l'élection présidentielle 2<sup>ème</sup> tour du 21 février, une séance de tirage au sort, le 02 février 2021, en présence des représentants dûment mandatés des candidats, pour déterminer l'ordre d'enregistrement, de montage et de diffusion des messages.

Cette séance a été suivie d'une réunion de concertation avec les représentants des candidats sur les modalités d'accès aux médias publics et privés et les différents formats déterminés par le CSC.

La diffusion de ces formats a été monitorée par nos services, et dans un souci de transparence, nous avons estimé vous livrer les données relatives à la couverture des premiers jours de la campagne électorale par les médias publics et privés, dans le cadre de l'élection présidentielle 2<sup>ème</sup> tour.

Le présent rapport d'étape porte sur la période du 31 janvier au 09 février 2021.

**L'exercice du Monitoring des médias audiovisuels a porté sur le suivi de :**

- 11 télévisions publiques et privées et 9 radios publiques et privées. Ces médias sont ceux qui ont traité des activités politiques ainsi que l'information en lien avec les élections.
- Les formats ayant fait l'objet de monitoring sont :
  - Les émissions gratuites édictées par le CSC dans ses directives électorales, enregistrées et diffusées à égal accès et dans les mêmes conditions par l'ORTN, à travers la Voix du Sahel et Télé Sahel pour les 2 candidats (couverture meeting et déclarations de soutien aux candidats) ;
  - Le journal télévisé et les débats ;

- La publicité politique (publi-reportages et autres temps payés par les candidats pour communiquer dans les médias).
- Le temps d'antenne est la somme du temps de prise de parole directe de chaque candidat (temps de parole) et du temps pendant lequel le candidat est évoqué par les journalistes, militants politiques, groupes de soutien ou toute autre intervenant dans les médias.

**NB :** *En plus des formats gratuits, il n'est pas interdit à ces 2 médias de diffuser des reportages/ émissions payants ou Publi reportage.*

**En ce qui concerne la Presse écrite, Le monitoring mené par l'équipe du CSC a porté sur le suivi de:**

- 10 journaux de la presse écrite publique et privée dont 3 quotidiens (1 public et 2 privés) et 8 hebdomadaires (1 public et 7 privés), paraissant essentiellement à Niamey.
- L'espace accordé aux candidats et le respect de la déontologie dans le traitement des informations relatives aux candidats.
- Les formats monitorés sont l'actualité politique, l'entretien, la publicité politique et les déclarations de soutien aux candidats.

Aussi bien pour la presse audiovisuelle qu'écrite, **les tons monitorés sont ceux adoptés par les médias sur les candidats.** Le ton préconisé, d'un point de vue professionnel et déontologique est le ton Neutre.

## **SYNTHESE DES DONNEES DE MONITORING PRESSE AUDIOVISUELLE ET ECRITE**

Pour l'ensemble des formats d'émissions observées sur les télévisions, le candidat Bazoum Mohamed a bénéficié de 22 heures 47 minutes 53 secondes de diffusion, soit **57,68 %** de temps d'antenne. Le candidat Mahamane Ousmane a bénéficié de 16 heures 43 minutes 33 secondes soit **42,32 %** de temps d'antenne.

Pour les radios, le candidat Bazoum Mohamed a bénéficié de 13 heures 33 minutes 05 secondes de diffusion soit **62,90 %** de temps d'antenne. Le candidat Mahamane Ousmane a bénéficié de 07 heures 59 minutes 35 secondes soit **37,10 %** de temps d'antenne.

Il faut rappeler que pour le 2<sup>ème</sup> tour de la présidentielle, les directives du CSC octroient la diffusion de 10 déclarations de soutien de 3 minutes chacune respectivement pour chaque candidat sur Télé Sahel (télévision) et sur la Voix du Sahel (radio).

### **A la date du 09 février 2021, le monitoring relève la diffusion :**

- Sur Télé Sahel, de 10 déclarations de soutien et 2 meetings (Tillabéry et Dosso) en faveur du candidat Bazoum Mohamed soit **80,66%** de temps d'antenne, contre 01 déclaration de soutien et 1 meeting (Tillabéry), soit **19,34%** de temps d'antenne pour le candidat Mahamane Ousmane. Les meetings des deux candidats à Tillabéry ont été rediffusés une fois pour chaque candidat.

Le nombre limite de diffusion gratuite de déclarations de soutien au candidat Bazoum Mohamed a été atteint pour la diffusion sur Télé Sahel.

- Sur la Voix du Sahel, de 5 déclarations de soutien et 1 meeting (Tillabéry) en faveur du candidat Bazoum Mohamed soit **84,03%** de temps d'antenne, contre Zéro (0) déclaration de soutien et 1 meeting (Tillabéry) pour le candidat Mahamane Ousmane, soit **15.97 %** de temps d'antenne.

En termes de publicité politique payante, le candidat Mahamane Ousmane a bénéficié de 2 heures 20 minutes 19 secondes soit **59,63%** de temps d'antenne et le candidat Bazoum Mohamed 1 heure 35 minutes soit **40,37%** de temps d'antenne.

Le suivi relève aussi que le candidat Mahamane Ousmane a utilisé uniquement les médias privés pour sa publicité politique tandis que le candidat Bazoum Mohamed a utilisé les médias privés et publics.

En termes de publicité politique radio, Il n'a pas été constaté de diffusion avec la mention «Publi reportage».

## **S'agissant de la Presse écrite :**

Sur les 11 journaux publics et privés monitorés :

- Deux (2) journaux (dont le quotidien Le Sahel) ont respecté l'équilibre dans le traitement de l'information relative aux deux candidats et 9 ne l'ont pas respecté.
- Neuf (9) ont respecté le pluralisme politique (dont le quotidien Le Sahel) et 2 ne l'ont pas respecté.

Le candidat Bazoum Mohamed a bénéficié de **82%** de couverture dans l'ensemble des journaux monitorés contre **18%** pour le candidat Mahamane Ousmane.

Les déclarations de soutien ont été également monitorées dans le quotidien Le Sahel. Huit (8) ont été publiées pour le compte du candidat Bazoum Mohamed et deux (2) pour le compte du candidat Mahamane Ousmane.

Le candidat Mahamane Ousmane a utilisé la publicité politique dans la presse écrite et non le candidat Bazoum Mohamed.

Il faut préciser que les messages et déclarations de soutien ne sont diffusés que quand ils sont transmis au CSC par les Directions de campagne des candidats.

En ce qui concerne la presse écrite, le journal Le SAHEL a publié dans l'égal accès tous les messages transmis par lesdites directions de campagne et validés par le CSC.

A ce stade, **les disparités des temps d'antenne et d'espaces presse écrite entre les deux candidats** sont essentiellement liées au retard accusé par les directions de campagne dans la transmission de certains formats au CSC et à l'indisponibilité des candidats ou des mandataires pour la réalisation de certains enregistrements. Le CSC rappelle que les formats de communication des candidats doivent lui être transmis pour diffusion sur les médias publics.

Actuellement les enregistrements des différents formats sont complètement terminés et les diffusions sur les médias publics sont programmés et s'achèveront dans les normes édictées par le CSC avant la fin de la campagne électorale. Le CSC se fera fort de communiquer les données.

Les données des relais régionaux du CSC sont en phase de vérification et de croisement. Elles seront publiées également dans notre prochaine communication.

## MONIROTING DES RESEAUX SOCIAUX

Parallèlement au monitoring des médias audiovisuels et écrits, le CSC a mené un monitoring pilote des réseaux sociaux au cours de ces élections, avec un accent sur la présidentielle.

Il est vrai que le monitoring des Réseaux Sociaux ne fait pas partie des prérogatives du Conseil. Toutefois, le CSC ayant en charge la régulation des moyens de communication au Niger, il est de son devoir d'avoir une vue d'ensemble sur l'information diffusée sur le territoire national pendant cette période importante et sensible des élections.

Pour ce projet pilote, l'objectif était d'observer les dynamiques en cours dans la communication digitale des candidats à la présidentielle, des groupes, plateformes de soutien desdits candidats et de certains influenceurs qui commentent l'actualité électorale.

Facebook a été choisi comme plateforme de monitoring pour ce projet pilote. D'autres réseaux comme whatsapp ont été énormément utilisés pendant ces élections mais leur monitoring nécessite des préalables légaux.

Facebook pour ce projet pilote dans la mesure où une étude du CSC a montré que c'est le réseau social le plus utilisé pour la diffusion de l'information politique au Niger.

Les données de la première phase de monitoring sont celles du 31 janvier au 09 février 2021, et ont couvert essentiellement les pages Facebook des candidats et leurs groupes de soutien ainsi que celle des influenceurs ayant plus de 80.000 abonnés. Il ressort les constats essentiels suivants :

- Le candidat Bazoum Mohamed a 1.770.000 millions d'abonnés et 41 groupes /pages de soutien.
- Le candidat Mahamane Ousmane a 25.444 abonnés et 7 groupes /pages de soutien.
- Globalement, les pages officielles des 2 candidats sont neutres en termes de ton des publications.
- Toutefois, des invectives sont constatées dans les groupes de soutien et les publications des alliés des 2 candidats, ainsi que sur les pages d'internautes communément appelés influenceurs. Les propos diffamatoires et injures sont essentiellement identifiés dans ces différents groupes.

- Il y'a peu de communication sur les offres politiques et programmes des candidats ainsi que sur les modalités de vote
- Il a été constaté le non-respect, dans plusieurs publications, de la présomption d'innocence, de la vie privée et la dignité des personnes, notamment des acteurs politiques en compétition.
- Il y a eu des publications contenant des accusations sans preuves.
- Au niveau des influenceurs FB, il a été constaté dans leurs publications des partis-pris en faveur de l'un ou l'autre candidats et des invectives et accusations sans preuves.

Voilà, Mesdames et Messieurs, le suivi effectué par le CSC sur la période allant du 31 janvier au 9 février 2021.

Le monitoring se poursuit et les prochaines données seront communiquées.

C'est le lieu de féliciter et d'encourager toute l'équipe du CSC qui assure le contrôle, le suivi, l'enregistrement, le montage et le monitoring de cette campagne électorale, souvent dans des conditions difficiles.

Permettez-moi également de remercier de vive voix, nos partenaires, notamment l'Union Européenne pour l'appui financier et l'Institut Electoral pour une Démocratie Durable en Afrique (EISA) pour l'assistance technique.

**JE VOUS REMERCIE**

**Fait à Niamey le 15 février 2021**

**Dr Kabir Sani**

