

Haute Autorité de la Presse et de l'Audiovisuel

Résultats du monitoring médiatique de la campagne électorale

COMMUNIQUE

La couverture médiatique de l'élection présidentielle s'est distinguée par la prédominance des valeurs de pluralisme et de liberté dans les productions médiatiques, les médias publics et privés tout en jouant un rôle majeur dans l'accès des candidats, à l'information, à l'éducation des électeurs et l'organisation de débats constructifs.

La Haute Autorité de la Presse et de l'Audiovisuel (HAPA), dans l'exercice de ses rôles de régulation médiatique, notamment en période électorale, a veillé à garantir le pluralisme et à assurer un accès équitable aux médias pour tous les candidats et ceci afin d'assurer le professionnel, l'indépendance et la fluidité des moyens de communication.

Avant le démarrage de la campagne, la HAPA a pris des mesures préliminaires pour renforcer les valeurs de justice et d'égal accès pour tous les candidats.

Ainsi, dans les médias publics, la diffusion des initiatives de soutien politique et des programmes pouvant contenir des publicités déguisées a été suspendue.

De nouveaux mécanismes ont été mis en place pour garantir un accès équitable des candidats aux médias publics dans les bulletins d'information, avec une augmentation des tranches gratuites offertes aux candidats et la mise à disposition de studios gratuits pour enregistrer leurs émissions.

Des équipes ont été désignées pour l'accompagnement des candidats et des formations organisées pour ces équipes afin de garantir l'accomplissement de leurs rôles professionnels.

Lancement des rencontres de concertation

Deux semaines avant le début de la campagne, la HAPA a organisé des rencontres de concertation préalables avec les journalistes et les politiciens afin de définir les mécanismes de couverture médiatique de la campagne électorale. Elle a mis en place des comités de monitoring et accrédité des représentants des partis politiques pour faciliter l'accès aux médias et traiter les plaintes.

Dans le cadre de la préparation de la campagne, la HAPA a également rencontré les organismes responsables de la gestion du processus électoral, dont la Commission Electorale Nationale Indépendante et l'Autorité de la Publicité. Elle a aussi tenu des réunions avec les directeurs généraux des médias publics et privés, des associations de journalistes, des représentants des candidats et des correspondants internationaux.

La HAPA a aussi renforcé ses ressources humaines et ses moyens logistiques pour assurer une régulation continue du flux médiatique.

De nombreuses sessions de formation ont été organisées pour renforcer les compétences des journalistes ainsi que de nombreux séminaires sur les garanties de l'intégrité des élections, ce qui a abouti à la signature d'un code de bonne conduite entre les représentants des candidats, les journalistes et les acteurs de la société civile. Une plateforme de monitoring a été lancée, un code d'éthique pour la couverture professionnelle des élections élaboré et des formations sur la lutte contre les fausses nouvelles.

Un observatoire a aussi été mis en place par la HAPA pour faire face aux fausses nouvelles et aux discours de haine.

La HAPA a également organisé des forums de sensibilisation sur les garanties de l'intégrité des élections. Ces forums ont réuni des politiciens, des représentants des candidats, des journalistes et ceux de la société civile. Les rencontres ont été couronnées par la signature d'un code de bonne conduite, constituant un engagement volontaire des candidats et de leurs partisans à réguler le rythme de la campagne électorale et à maintenir les discussions dans l'espace public conformément aux dispositions en la matière.

La décision de la HAPA relative à la couverture de la campagne électorale, issue des rencontres consultatives, a permis de définir les règles de la couverture médiatique de la campagne et les engagements des différentes parties. Elle a également encouragé ces dernières à remplir leurs rôles selon les dispositions légales et réglementations.

En outre, la désignation de délégués des candidats auprès de la HAPA a facilité la fluidité des communications, la réception immédiate des tranches gratuites médiatiques, ainsi que la réception et le traitement rapide des plaintes.

Monitoring

Dès le début de la campagne électorale et pendant deux semaines, la HAPA a lancé un monitoring médiatique élargi à tous les médias audiovisuels publics et privés, ainsi que les sites web, les plateformes numériques et la presse écrite. Ce monitoring vise à assurer une information objective, un accès équitable et une éducation électorale appropriée.

La HAPA a publié un rapport intermédiaire sur la première semaine de la campagne électorale, afin de corriger les déséquilibres. Le rapport a fait état de la nécessité d'approfondir le débat, de renforcer l'éducation électorale et d'exploiter les tranches gratuites dans le strict respect des exigences légales et régler les déséquilibres constatés au niveau de la HAPA.

Le monitoring quantitatif et qualitatif a porté sur deux semaines de la campagne électorale à travers les médias publics et privés audiovisuels, électroniques et les plateformes numériques.

Les médias publics :

- Radio Mauritanie,
- Télévision de Mauritanie
- Agence Mauritanienne d'Information (AMI)
et ses journaux, "Chaab" et "Horizons"
et son site web.

Les médias audiovisuels privés :

- El Mourabitoun tv
- Sahel tv
- Chinguitt tv
- El Wataniya tv
- Dava tv
- El Médina tv
- Sahara tv
- Ghimam tv

Les radios privées :

- Mauritanides
- Koubeni
- Tanouir

Presse électronique et médias numériques :

- 50 sites web
- 10 plateformes numériques.



Résultats du monitoring des deux semaines de campagne électorale

-Le monitoring a permis d'enregistrer un total de 987 heures, 3 minutes et 17 secondes de diffusion télévisée et radiophonique, ainsi que 1834 articles sur les sites web et des milliers de publications.

En matière d'accès équitable aux médias publics

-Les quotas gratuits alloués aux candidats dans les médias publics constituent des espaces suffisants et appréciables permettant aux candidats de communiquer avec leurs partisans et de présenter leur discours à l'électorat.

-Le cumul des tranches gratuites mises à disposition des candidats dans les médias publics durant les deux semaines de la campagne électorale a atteint 186 tranches sur Radio Mauritanie et Télévision de Mauritanie, représentant un total de 27 heures, 44 minutes et 45 secondes, ainsi que huit espaces gratuits dans les journaux "Chaab" et "Horizons".

Des programmes dédiés aux débats politiques entre les candidats ont été diffusés sur la télévision, offrant à chaque candidat 80 minutes, soit un total de 576 minutes.

-En dehors du temps consacré à l'information et à la publicité, les médias publics et privés ont consacré un temps suffisant aux organismes concernés par l'organisation des élections : la Commission électorale nationale indépendante, à la HAPA, à la Commission nationale des droits de l'homme et

-Les médias privés audiovisuels et électroniques et les plateformes ont accompagné la campagne électorale offrant une opportunité d'accès des candidats aux médias une couverture interactive et des occasions d'accès aux différents candidats. Plusieurs sites privés ont mis en place des programmes de débats pour que à chaque candidat puisse présenter son programme.

-Les médias numériques ont joué un rôle majeur en raison de leur instantanéité et interactivité, et malgré un flux médiatique important, les irrégularités relevées sont restées limitées.

La régulation

-Toutes les tranches gratuites soumises pour diffusion par les candidats à la télévision mauritanienne, Radio Mauritanie, et les journaux "Chaab" et "Horizons" ont été approuvées, par la HAPA, représentant un total de 186 tranches gratuites, 27 heures, 44 minutes et 45 secondes de diffusion, ainsi que huit espaces gratuits dans les journaux "Chaab" et "Horizons".

-La HAPA a reçu huit plaintes provenant de représentants de candidats relatives à l'accès aux médias publics, au manque de professionnalisme de certains médias. Ces plaintes ont été légalement et rapidement traitées.

-Malgré la saine concurrence, le calme et la cohésion qui ont marqué la campagne électorale, le monitoring a détecté et traité convenablement 15 cas de fausses nouvelles, des discours de haine et deux cas de violations du silence électoral,



Conclusion

À l'issue du monitoring électoral, et compte tenu des acquis obtenus et des irrégularités relevées,

- Selon les résultats, du monitoring et du suivi rigoureux de l'ensemble des données de la campagne médiatique de l'élection présidentielle,
- A vu des résultats du monitoring qui a démontré l'intérêt des médias pour l'accompagnement de l'élection présidentielle, et la concurrence saine et les discours médiatiques apaisés des candidats, des journalistes et du débat,
- Compte tenu des résultats du suivi du monitoring qui confirment l'égalité d'accès des candidats aux médias publics, Radio Mauritanie, l'Agence Mauritanienne de Presse et la Télévision Mauritanienne, aux trois niveaux de l'information, de la programmation et des publicités gratuites,
- Considérant la garantie d'un accès équitable aux candidats dans le domaine de l'information par les médias privés, et de l'existence de disparités dans la couverture médiatique et d'une grande disparité dans l'aspect publicitaire,
- Sur la base du nouvel intérêt observé,
- Au regard des grilles des programmes de médias électroniques et numériques publics et privés pour les programmes de l'éducation électorale et des débats constructifs pendant la campagne électorale,

La Haute Autorité de la Presse et de l'Audiovisuel :

- Enregistre avec satisfaction l'atmosphère de compétitivité positive et les valeurs de pluralisme qui ont marqué la campagne électorale, organisée dans une atmosphère de saine concurrence, diversifiée et calme, reflétant les valeurs de liberté et de pluralisme.
- Considère que tous – candidats, électeurs et médias – sont partenaires dans la réussite de la campagne électorale, reflétant l'attachement des Mauritaniens au choix démocratique et la maîtrise des mécanismes de gestion des campagnes électorales présidentielles.
- Enregistre avec satisfaction l'accomplissement par les médias publics de leurs engagements en terme d'égalité entre les candidats pour toutes les informations, publicités gratuites et programmes, ainsi que l'assurance par les médias privés de l'accès pour tous les candidats, et d'un accès équilibré pour tous.
- Note l'exploitation par les candidats des espaces médiatiques disponibles, la qualité, la diversité et la liberté des productions médiatiques dans les tranches offertes, conformément aux exigences de liberté et au respect total des lois régissant le processus
- Apprécie la création de nouveaux programmes d'éducation électorale et d'assurance du débat entre les candidats dans les médias publics et privés, ce qui a permis d'intensifier les grilles des programmes de sensibilisation électorale et la présence des émissions débat participatives.
- Salue l'esprit de collaboration de plusieurs médias privés en facilitant l'accès des différents candidats à leurs services publicitaires, réduisant ainsi les disparités constatées dans le domaine publicitaire.
- Remercie les autorités publiques, les médias publics et privés, les candidats, leurs sympathisants et délégués pour leur réactivité et leur interaction pendant le monitoring de la campagne électorale, et valorise le rôle des partenaires dans le soutien au processus électoral.



Invite à :

- Consolider ces acquis en matière de couverture professionnelle des élections pluralistes et à la garanti d'un accès équitable aux candidats.
- Travailler à l'amélioration continue de la complémentarité des instances chargées de l'organisation des élections par l'échange des expériences et des compétences et pour la garantie d'un accès équitable de tous les candidats aux médias et la formation de tous les acteurs politiques, médiatiques, responsables de la communication des partis et activistes de la société civile.
- Intensifier l'éducation électorale et citoyenne dans les grilles des programmes pour assurer la participation active des citoyens et leur appropriation du processus électoral.
- Appelle à un renforcement de la production médiatique pour promouvoir l'information de proximité et l'utilisation des langues nationales dans l'information, le débat et la sensibilisation et faciliter l'accès des jeunes, des femmes et des personnes en situation d'handicap aux programmes de la campagne électorale et assurer la couverture mettant en avant les aspirations des électeurs, à l'intérieur comme à l'extérieur du pays.
- Invite les médiats à une couverture médiatique active et professionnelle du jour du scrutin.
- Encourage les activistes des réseaux sociaux à suivre de près la journée de vote tout en s'abstenant de diffuser de fausses informations ou des discours de haine, afin que les citoyens puissent voter librement dans une ambiance sereine et paisible.
- Exhorte les candidats et les médias à maintenir en veille l'esprit démocratique et professionnel qui a marqué leur performance tout au long de la campagne électorale, ainsi qu'à observer les règles légales et professionnelles lors des jours de silence et de vote, et du dépouillement jusqu'à l'annonce des résultats..

Nouakchott le ; 29 / 06 / 2024

Le conseil de la HAPA