



RAPPORT ANNUEL 2017



MONITORING ET REGULATION :
REGARDS SUR LES MÉDIAS



« Un nouveau regard sur l'audiovisuel »

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

D. Wolton

Sommaire

ÉDITORIAL.....4

RECHERCHE & PROSPECTIVE.....91

MOT DU PRÉSIDENT.....9

COUVERTURE MÉDIATIQUE
DES ÉLECTIONS.....95

PRÉSENTATION DU CNRA.....15

PAROLES D'ACTEURS SUR LA
PROFESSIONNALISATION.....96

ACTIVITÉS STATUTAIRES.....27

ANNEXES.....103

MONITORING DES MEDIAS.....71

RESSOURCES WEB.....104

MONITORING FAITS ET CHIFFRES.....79

TABLE DES MATIÈRES.....105

Monitoring, le nécessaire rendez-vous entre parties liées

Par l'Assemblée du Conseil

Durant cinq années d'un travail collectif, accompli dans un esprit de collégialité, à travers ses rendez-vous statutaires bimensuels - moments de visionnage, de confrontation des idées et des convictions, puis de la décision au nom des Sénégalais et pour le bien de la collectivité, notamment des plus jeunes, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) s'est penché sur les contenus qu'en ce début du 21^e siècle les télévisions sénégalaises, soir après soir, jour après jour, véhiculent et proposent à nos concitoyens, en s'introduisant dans leurs foyers. Quelle est la valeur et, surtout, quel est le degré d'innocuité de ce qui est donné à voir aux enfants, aux adolescents, aux familles qui se retrouvent devant ou autour d'un écran chaque soir, aux communautés qui se regardent dans le miroir qu'est un peu la « lucarne magique », aux étudiants qui voudraient appréhender le monde qu'ils façonneront et dirigeront peut-être demain, aux électeurs et hommes politiques engagés dans un dialogue pour la gouvernance de leur pays ?

Depuis cinq ans, l'actuel Conseil, nommé en 2012, est en charge du paysage audiovisuel qui a évolué comme partout dans le monde, mais probablement de façon peu perceptible par les non-avertis et surtout par le grand public qui est donc un peu livré à la force de ces outils magnifiques, puissants et, si l'on n'y prend garde, potentiellement dangereux, en raison de la réalité de leur intrusion dans les foyers et les esprits, de la puissance de leur impact psychique et collectif.

Ces outils sont également dangereux, parce que peu de garde-fous leur sont opposables, toutes considérations qui nous concernent ou doivent nous interpeller tous, car les médias jouent un rôle important dans la socialisation des populations, en façonnant activement les images et les idées parties intégrantes de leur vie quotidienne.

Les appels à la vigilance ne sont en rien une remise en question de la liberté d'expression, un acquis fondamental certes, mais qui ne dispense pas les professionnels de l'audiovisuel de l'obligation de veiller à la moralité, à la valeur éducative, informative de leurs contenus.

Dans sa mission essentielle de veiller à ces différents aspects, au respect de la diversité et du pluralisme, de veiller à la protection du jeune public, le CNRA dispose d'un système de monitoring qu'en 2014 il a décidé de renouveler. La modernisation était nécessaire et nous l'avons réalisée, aidés en cela par la vision du Président Babacar Touré.

Le nouveau système, particulièrement performant, permet au monitoring exercé par le Conseil de porter sur une centaine de radios si plurielles et une vingtaine de télévisions et, désormais, des télévisions en ligne dont l'existence témoigne de l'inventivité des Sénégalais et de leur capacité à enfourcher la modernité, à s'engager dans la société de l'information, sans peur, quitte à essayer quelques reproches.

Pour donner une mesure d'appréciation, prenons, par exemple, la période du dernier trimestre 2017. Le service de monitoring a procédé à un échantillonnage portant sur 1545 contenus audiovisuels selon les critères de la langue utilisée, du format des programmes, de la thématique abordée, de l'utilisation de la signalétique.

Le monitoring a suivi 578 émissions diffusées sur les stations de radio en mode FM.

Ces espaces et activités sont autant de défis de régulation, face auxquels le CNRA a la responsabilité de poser clairement les enjeux de société, mais n'a pas toujours en main les pouvoirs et lois idoines pour suggérer l'ordre et l'arbitrage ultime des usagers. Les questions sont aussi réelles que la diffusion d'images ayant un caractère particulièrement violent, à des heures de grande écoute, qui sont de nature à heurter la sensibilité du public, en particulier celle des jeunes. Il peut aussi s'agir de la publicité faite à l'avantage de "guérisseurs traditionnels" supposés, qui est devenue une pratique récurrente, désormais systématisée dans certaines émissions de télévision, en violation manifeste de la réglementation en vigueur.

Le monitoring a fait apparaître une prédominance et une répartition des manquements qui requièrent notre attention et mobilisation. Parmi les manquements observés : 40,91 % portent sur la protection de l'enfance et de l'adolescence, dans le travail de programmation horaire, dans le caractère violent des contenus et le non-respect de la signalétique ou encore des commentaires et/ou plaisanteries inappropriés ; 36,36 % tordent le cou à l'éthique et à la déontologie par le non-respect de la vie privée, de l'honneur et de l'intégrité de la

personne humaine ; 18,8 % interviennent dans le champ de la publicité, avec une profusion d'émissions télévisées dédiées à la publicité en faveur de prétendus guérisseurs, en violation du code de déontologie médicale qui interdit toute forme de publicité dans le domaine médical, de la loi relative à la publicité et des cahiers des charges ; 4,55 % portent atteinte à l'image de la femme en diffusant des images dévalorisantes, ce notamment dans les séries télévisées.

La question des ressources humaines qualifiées et en nombre, pour la prise en charge de la dimension prospective de la régulation des médias s'appuyant sur des études scientifiques, afin d'anticiper les défis qui ne manqueront pas de surgir au fil du temps, s'avère indispensable et doit être résolue au plus tôt.

La performance des outils, la qualité des ressources humaines seront à même de fournir au régulateur les éléments les plus complets, les plus pertinents et scientifiques pour l'aider dans sa réflexion, sa prise de décision objective et son action.

Du point de vue de sa méthode, la pierre angulaire de l'action du Conseil est essentiellement la pédagogie. Face à chaque saisine, à chaque autosaisine engendrée par une dérive par rapport à la loi, au cahier des charges ou à une préoccupation particulière, le Conseil a délibéré en partant du principe de responsabilité et d'une invitation à la responsabilité sociétale des médias. Ce que le CNRA souligne, à chaque occasion, est la puissance d'impact des médias aujourd'hui, d'où l'importance de l'éducation aux médias pour le public et pour des relais et garde-fous. C'est, en effet, l'éducation aux médias qui créera un monitoring citoyen ou,

mieux encore, un monitoring parental, et alors se complèteront le monitoring du régulateur investi de pouvoirs dans l'espace public et le monitoring familial investi de toute la légitimité du pouvoir que lui confère la sphère privée.

En cinq ans de monitoring, notre cap a été l'avènement d'une relation plus construite en termes d'utilité et de responsabilité entre les éditeurs et les usagers, au quotidien dans la vie des Sénégalais.

En cinq ans de régulation et, plus particulièrement, depuis trois ans que l'outil de monitoring a été installé, notre boussole a été une combinaison d'observation du quotidien, de saisines, d'application de l'esprit de la loi par nos autosaisines.

Mais la gageure est demeurée, comme une obsession, à chaque réunion, chaque rendez-vous de l'Assemblée, d'identifier toujours l'enjeu supérieur et la capacité de préservation de la société qui doit se structurer, s'exercer et s'affirmer, maintenant et en face des défis qui nous relancent, nous inquiètent et nous taraudent ; davantage le régulateur, mais différemment les éditeurs et diffuseurs de contenus ou les usagers qui y voient plus souvent opportunités et matière culturelle. Ce qui conciliera les deux appréciations, pour un équilibre - et c'est bien le principe de la régulation- c'est de savoir, de connaître l'industrie, ses enjeux et impacts, la manière d'interagir pour ne pas subir. Régulateur, familles et éditeurs doivent, en cette ère du numérique, conquérir la connaissance par l'éducation aux médias, par le professionnalisme

et, par-dessus tout, la responsabilité. De la connaissance et de la responsabilité devraient découler les monitorings et les points d'entente entre parties.

En cinq ans, une série d'activités a pris corps, dans une démarche moderne, scientifique qui permettra à chacun de l'appréhender, de s'y insérer ou de la reproduire. L'intégration du monitoring comme pierre désormais angulaire d'un édifice déjà existant était une gageure, mais cet outil scientifique s'est immédiatement révélé un instrument précieux sur divers enjeux et sujets constitutifs du pluralisme.

Nous avons expérimenté et documenté notre démarche. Notre regard, en vertu de ceux que nous représentons au Conseil, s'est efforcé de garder en ligne de mire l'enjeu de diversité. Restent les textes qui pérenniseront une manière de faire de la régulation dans des temps complexes, compliqués, exaltants. Mais dans la mesure où ces temps nouveaux sont notre création collective, nous devons contribuer collectivement à la quête de solution.

Le monitoring technologique est un outil et résulte d'une démarche. Il est utile, efficace et adapté à notre temps numérique. Il ne saurait être performant sans le monitoring social, familial. Un rendez-vous doit s'instituer entre la société sénégalaise et ceux qui lui proposent son « miroir », par la régulation, l'autorégulation, les médiations diverses de professionnels tels que les critiques médias, les initiatives d'éducation et de protection des usagers par les associations, les écoles, les familles....





Mot du Président



Questions d'engagement

« *Avoir foi en une intelligence divine inspire une certaine tranquillité. Mais elle ne nous libère pas de nos responsabilités humaines* »

Woody Allen, cinéaste américain.

Par Babacar Touré

Ce rapport sur notre paysage médiatique audiovisuel est un nouveau regard porté au terme d'un mandat de six années sur un corps vivant. Ce corps existe par sa réalité matérielle et par son inspiration qu'il distille, épanche et vaporise dans la société. Dans le monde moderne, les corps vivants sont soumis à monitoring de leurs rythmes divers : pulsations cardiaques, activité neuronale, force musculaire... Tout pour mesurer la santé et la vitalité du corps. C'est à peine différent aujourd'hui pour la métaphore du corps médiatique.

Les enjeux de vitalité du corps médiatique et donc de régulation, sont aujourd'hui la réalité des missions d'informer, d'éduquer et de divertir, le pluralisme, la diversité et la qualité des contenus et genres disponibles à la consommation, la protection du jeune public, l'éducation aux médias, l'émergence d'une industrie de l'audiovisuel viable, le comportement averti et responsable des usagers. Autant de défis du temps présent. Face à ces enjeux et défis multiples, l'Assemblée du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel a élaboré une doctrine au cours des cinq dernières années. Nous avons produit un corpus de pensée dans le mode recherche-action et dans un esprit de pédagogie. Cela s'est exécuté dans la quête du concept contemporain de co-régulation, dans l'esprit moderne de gouvernance, c'est-à-dire fondé sur une pensée rationnelle, une approche scientifique et un rapport démocrate aux protagonistes. Ces deux mamelles ont nourri la doctrine de la régulation en élaboration et trouvé corps dans le système de monitoring tel que nous avons voulu le pratiquer.

Le périmètre de sens que le CNRA a tracé pour la machinerie de monitoring est essentiellement celui du pluralisme. Qu'il s'agisse de l'information, des programmes destinés à la jeunesse, de la représentation de la diversité ethnique, culturelle et linguistique, de la diversité politique, de la présence des femmes, **le pluralisme est la clé.**

Ainsi, d'une part, la démocratisation de la communication et le foisonnement de médias qui s'en est suivi ne peuvent faire fi, plus longtemps, de la nécessité de professionnalisation. Il s'agit de sérieux et d'engagement dans la profession, de la responsabilité des éditeurs, des rédactions et des diffuseurs.

Il s'agit du contexte et de l'interpellation du numérique aux gouvernants, de la responsabilité d'anticiper.

Il s'agit de l'évolution et de l'engagement du régulateur pour « *le monitoring du pluralisme politique, de la communication institutionnelle, du pluralisme social avec une attention particulière prêtée aux minorités et aux relations interethniques et interreligieuses, du monitoring des discours de haine et d'autres propos incendiaires, du monitoring de la représentation des femmes et des questions de genre, du monitoring des standards journalistiques, du monitoring de la représentation des mineurs et ultimement du monitoring de l'agenda des médias* » comme proposent les nouveaux modules de formation à la régulation audiovisuelle ailleurs dans le monde. En effet, la participation professionnelle de tous ces acteurs mus par cette vision requiert désormais

une formation et, à terme, une certification de la capacité à contextualiser, approfondir les cadres juridiques nationaux et internationaux relatifs au sujet.

D'autre part, s'imposent la nécessité et l'urgence de mettre la société et l'utilisateur au cœur de l'activité, lui donner plus de pouvoir de critique et de décision.

Les chercheurs réunis par la conférence du Réseau des Instances Africaines de Régulation de la Communication (RIARC), à Rabat au Maroc en novembre 2017, autour du thème de l'éducation aux médias et à l'information, ont partagé des résultats mis en évidence plus spécifiquement dans les pays du Nord mais qui s'observent de manière similaire dans les pays d'Afrique. Il s'agit des menaces qui pèsent sur la citoyenneté, sur la participation, sur la créativité et donc sur la justice sociale, du besoin de protection de l'enfance, du besoin urgent d'éducation au risque lié aux contenus.

Plus rassurant, il est aussi apparu que la société civile a été, à ce jour, fournisseur de solutions et de formation, sur le sujet. Elle affiche donc une compétence avérée qui reste

à être mise à contribution. Ils ont souligné le caractère paradoxal des situations dans le sens où ces réponses efficaces et de bonne valeur sont très locales et contextuelles alors même que le diagnostic montre un problème universel. D'où le besoin d'analyser les réponses apportées, certes de qualité dans chaque contexte, souvent très localisé, afin de pouvoir en extraire des pistes de gouvernance à échelle nationale et même régionale.

Dans les espaces d'échanges que sont les conférences, les observateurs de divers pays décrivent des expériences liées au taux de pénétration de l'Internet. La plupart font la distinction entre les enjeux liés à la télévision et les enjeux liés à l'Internet. Il ressort que la pierre angulaire de toute stratégie repose sur la volonté de changement et la bienveillance, la dimension multi acteurs, le partage de la maîtrise du sujet, la réalité du numérique, la place mal appréciée de la radio, l'existence de sujets communs (numérique, climat, parentalité, intergénérationnel...), le partage des expériences, le développement d'approches et de curricula qui remettent « *l'acquisition et le développement de la pensée critique* » au début et au cœur de toute éducation aux médias.

« Les rivaux se surveillent souvent, au point de ne plus se surveiller eux-mêmes »

La réalisation d'une stratégie demande une concertation et une coopération entre les diverses parties prenantes : opérateurs médias et télécommunication, institutions de gouvernance, Education nationale, famille, etc. Une telle stratégie demande des données objectives, statistiques, fondées sur un monitoring professionnalisé et orienté vers une bienveillance agissante.

Face au corps vivant, turbulent et en croissance des médias, de la déferlante de contenus dans le contexte de la mondialisation, toute stratégie qui

prétendra à l'efficacité devra se bâtir sur la claire conscience des limites et freins existants à l'adoption d'une stratégie concertée et efficace. Il s'agit essentiellement de l'affrontement entre deux logiques de protection : la logique défensive, de fermeture aux influences extérieures non maîtrisées et la logique offensive de production et diffusion de contenus locaux de qualité. Ainsi la fameuse règle de 60% de contenus locaux et 40% de contenus importés devraient pouvoir s'appliquer et se refléter dans des guides des programmes.

Il faut également tenir compte de la nouveauté du champ et donc de la pluralité de doctrines. Ainsi, la réflexion conduite par le CNRA pour une nouvelle doctrine de la régulation nous semble appropriée pour diverses raisons :

1. Le fil conducteur du travail des cinq dernières années montre que la philosophie de régulation par la pédagogie que nous avons impulsée et imprimée a donné des débuts de résultats que le monitoring a permis de documenter
2. Le CNRA et ses diverses entités partenaires et prestataires se sont prêtés à l'exercice en travaillant la réflexion sur divers dossiers de régulation, théorique et également appliquée à la réalité de la pratique dans le secteur (protection du jeune public, passage au numérique, qualité dans la création des sketches, etc.)
3. Des espaces de communication avec les acteurs du secteur ont été aménagés qui ont produit de la réflexion et des repères sur la réalité
4. Les thèmes des cinq dernières années montrent une montée logique et en puissance vers cette nouvelle étape
 - a. **2012** : la transition avec l'administration précédente, la continuité de l'action de l'Etat – **Profession du credo prioritaire de la nouvelle équipe : la protection du jeune public**
 - b. **2013** : la réflexion et la mise en place d'outils méthodologiques – **Groupes de travail ; sondages ; monitoring ; sujets de monitoring (pluralisme ; économie des télévisions ; co-régulation)**
 - c. **2014** : le démarrage des grands chantiers – **Enjeux divers de régulation - Défi du passage au numérique**
 - d. **2015** : le défi et la bataille du contenu.

Les conditions nécessaires sont réunies pour aborder l'enjeu et le thème du monitoring.

Le monitoring de l'audiovisuel s'est donné pour objectif de prendre la mesure du niveau d'attachement des médias aux règles professionnelles et déontologiques.

Dans les pays démocratiques, le monitoring des médias a pour but de fournir aux professionnels du secteur et aux décideurs des outils et des instruments objectifs pour identifier les tendances en matière de couverture des événements.

Le monitoring vise aussi à assurer les conditions propices à l'exercice de la profession journalistique, dans le cadre de la transparence et de la responsabilité.

Le travail du monitoring a été fait de manière à offrir une base pour évaluer le fonctionnement, le rendement et le comportement des médias et élaborer les Avis trimestriels du CNRA. Les opérations de monitoring ont pris

davantage d'importance pendant les périodes électorales, compte tenu du rôle déterminant des médias et de leur influence sur le vote des électeurs.

Notons que les initiatives de monitoring des médias sont diverses. Certaines relèvent de l'instance de régulation, d'autres de projets universitaires ou encore de la société civile.

Même si les rubriques de critique médias qui se forgent sont des embryons souvent valables d'initiatives privées de monitoring des programmes diffusés par les médias audiovisuels du Sénégal, la fonction reste, à ce jour, essentiellement assurée par l'Etat, d'autant que les conclusions de ces observations issues du privé n'atteignent que très peu les usagers et l'opinion publique.

Pourtant, ces études ou observations quotidiennes devraient permettre aux médias d'améliorer leur rendement, leur impact sociétal et leurs méthodes de travail.

Cette activité multiple de monitoring nous dote, depuis quelques années, des éléments encore épars d'une doctrine et d'un système potentiellement performant qui ne demande qu'à être consolidé. Les sujets sur lesquels elle interpellent, au-delà de la surveillance quotidienne, dans sa capacité à fournir des données pour des analyses et de la prospective sont :

- a. La régulation aujourd'hui : existence juridique et institutionnelle, expérience, moyens, réflexion prospective
- b. L'auto-régulation à travers les organisations professionnelles ou tout simplement les bonnes pratiques au sein des rédactions : existence socio-professionnelle formelle, expérience, initiatives, statut juridique et institutionnel, réflexion
- c. La co-régulation entamée entre le CNRA et les organisations professionnelles : initiatives et réflexion
- d. Les bases philosophiques et culturelles : garanties constitutionnelles et culture citoyenne du Droit à l'Information, Droit à la Communication, attachement à la liberté d'expression
- e. Les bases légales et le cadre institutionnel
- g. Le recul qui permet l'analyse après 20 ans de régulation par l'Etat (l'expérience depuis le HCRT), 10 ans d'auto-régulation par le secteur.

Des questions ont émergé : la réflexion et l'attention doivent-elles porter sur l'industrie matérielle, opérationnelle des médias ou sur l'offre de contenus ? Sur l'information et le journalisme ? Ou plus urgemment sur les valeurs et principes tels que l'accès aux moyens de communication et la régulation du marché de l'audiovisuel devenu tributaire du poids de l'histoire et d'habitudes de gouvernance du secteur qui ont permis à des monopoles naturels et moins naturels de s'installer souvent en défiance des normes professionnelles, l'équité, la dignité due à tous ceux qui sont représentés, la protection des plus vulnérables, la transmission des valeurs et du patrimoine, les intérêts des parties et l'intérêt général.

Enfin, parce qu'il n'est ni possible ni souhaitable de dissocier contenu et contenant, le dynamisme du secteur doivent être appréciés conjointement. Dès lors, à la régulation de la communication doit s'associer la régulation de la création de contenu, c'est-à-dire la régulation culturelle. Dans certains pays, celle-ci est laissée au marché. Dans d'autres contextes, l'Etat continue de défendre que la culture et l'audiovisuel ne sont pas des objets neutres à livrer au tout marché. Ces biens communs très particuliers, produits et échangés tant à partir d'initiatives privées que par l'usufruit du patrimoine commun doivent être régulés au nom et au bénéfice ultime de la société et de chacun dans le respect de son droit d'accès à l'information, à la création, à la diversité et l'innocuité culturelle.



The background features a complex geometric pattern of overlapping translucent shapes in shades of light blue and white. A prominent dark blue rectangular band spans the width of the page, containing the title. On the left side, a vertical strip of dark blue contains a trail of bright blue particles, suggesting a dynamic or technological theme.

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*



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



Marie Ndiaye NGOM

*Juriste
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 médiats 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 médiats audiovisuels.
- Au respect de l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations reconnues de la société civile aux médiats 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 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 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.

Article 10

- Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel veille à ce que toute station de radiodiffusion dispose, obligatoirement, d'un système de retardement de la voix d'au moins trois secondes pour ses émissions interactives.

Article 11

- Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel peut être saisi pour avis au sujet de propositions ou de projet de textes législatifs ou réglementaire concernant la communication sur des questions relevant de sa compétence.

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.

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 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.
Il peut également se saisir de toute question relevant de sa compétence et en délibérant.

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.

Dispositions relatives aux contrôles et aux sanctions

Article 26

En cas de manquement aux obligations prévues par la présente loi, ainsi que par les Conventions et Cahiers de charges, le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel fait des observations ou une mise en demeure publique aux contrevenants.

En cas d'inobservation de la mise en demeure, le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel peut prendre une sanction qui peut consister en la suspension totale ou partielle d'un programme.

Il est tenu, en fonction de la gravité des griefs, de procéder aux sanctions suivantes :

- suspension d'un à trois mois de tout ou partie des émissions ;
- sanction pécuniaire de deux millions de francs ;
- pénalité quotidienne de retard de cent mille francs à cinq cent mille francs CFA en cas d'inexécution d'une décision du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel.

Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel peut également proposer à l'autorité ayant délivré l'autorisation une réduction de six mois à un an, de sa durée ou un retrait définitif de ladite autorisation.

Les sanctions pécuniaires bénéficient au Trésor public qui procède à leur recouvrement.

Les sanctions se prennent dans le respect des droits de la défense après notification des faits qui ne peuvent remonter à plus de trois mois. L'intéressé dispose, pour répondre, d'un délai maximum de quinze jours, et en cas d'urgence décidée par le Conseil, de sept jours. Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel dispose d'un délai maximum d'un mois pour rendre une décision motivée et la notifier à l'intéressé.





Présentation du Conseil et Secrétariat exécutif

Présentation du Conseil et Secrétariat exécutif

- Monsieur Babacar Touré, Président de l'institution, journaliste, entrepreneur de presse
- Madame Caroline Agathe Thiam, consultante en genre, représentante des mouvements des associations féminines ;
- Monsieur Jean Meissa DIOP, journaliste, représentant du milieu des professionnels de la communication ;
- Monsieur Ibrahima MBAYE, comédien, metteur en scène, directeur de casting, représentant du milieu des arts ;
- Madame Sokhna BENGA, écrivaine, juriste, administrateur des affaires maritimes, représentante du milieu des lettres ;
- Madame Jeanne LOPIS-SYLLA, linguiste, chercheur, représentante de la communauté universitaire ;
- Monsieur Matar SALL, juriste spécialiste du droit des médias, représentant des mouvements des droits de l'homme ;
- Monsieur Aliou SOW, président du Conseil national de la Jeunesse du Sénégal, représentant du Conseil National de la jeunesse ;
- Monsieur Mohamed Fadel DIA, professeur à la retraite, représentant des personnes du Troisième Age.

Les services du CNRA :

- ⊙ Président
- ⊙ Collège des Conseillers
- ⊙ Secrétaire exécutif
- ⊙ Responsable monitoring
- ⊙ Responsable informatique et technique
- ⊙ Agent comptable particulier
- ⊙ Assistant Administratif
- ⊙ Gestionnaire
- ⊙ Assistantes
- ⊙ Poste de Sécurité
- ⊙ Responsable de la Logistique
- ⊙ Techniciens du monitoring

Les évolutions envisagées

Outre l'expansion du paysage audiovisuel sénégalais constaté en 2015, une nouvelle frontière se définit à l'heure de la transition vers le numérique depuis le 17 juin 2015. L'enjeu du pluralisme et de l'accès à l'information est majeur. Pour mieux conduire les missions qui lui sont confiées dans un tel contexte, le CNRA a besoin de développer des capacités et compétences nouvelles qui lui procureraient une administration adaptée aux enjeux actuels :

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

Au-delà de l'élargissement des compétences du CNRA, il faudrait une réorganisation interne structurelle et un renforcement des capacités. L'exemple de la France est illustratif : le Conseil supérieur de l'Audiovisuel (CSA) compte 9 membres et une équipe de 300 personnes.

Constats sur l'évolution de la mission du CNRA

Outre l'expansion du paysage audiovisuel sénégalais constaté en 2015, une nouvelle frontière se définit à l'heure de la transition vers le numérique depuis le 17 juin 2015. L'enjeu du pluralisme et de l'accès à l'information est majeur. Face à un tel enjeu de société, une évolution de la régulation s'impose à l'heure des convergences technologiques, pour encadrer la production et la diffusion des contenus médiatiques par des nouveaux canaux et technologies, d'où la nécessité d'adapter et d'élargir le champ de compétences de l'autorité de régulation.

Des propositions ont été formulées et soumises au gouvernement, portant sur :

- l'implication du CNRA dans le processus d'octroi des licences d'exploitation de service audiovisuel ;
- la révision des cahiers des charges : la question de la protection du jeune public devrait être intégrée dans les cahiers des charges, notamment la question de la signalétique et l'impérieuse nécessité de mise sur pied de commissions de programmation et de visionnage dans les chaînes de télévision ;
- dans le schéma de la sanction tel qu'il existe dans les textes, l'autorité de régulation est obligée d'agir en coordination avec le ministère de la Communication pour l'effectivité de certaines sanctions. Dans les nouvelles dispositions proposées, l'autorité de régulation doit exercer la plénitude de sa mission, notamment en ce qui concerne les sanctions.

Au-delà de l'élargissement des compétences du CNRA, il faudrait une réorganisation interne structurelle et un renforcement des capacités. L'exemple de la France est illustratif : le Conseil supérieur de l'Audiovisuel (CSA) compte 9 membres et une équipe de 300 personnes.



The background features a complex geometric pattern of overlapping translucent shapes in shades of light blue and white. A prominent dark blue rectangular area is positioned on the left side, containing a trail of bright blue particles that appear to be moving upwards and to the right. The overall aesthetic is clean, modern, and professional.

Activités 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. Si ce quorum n'est pas atteint, la réunion suivante pourra délibérer valablement, quel que soit le nombre des membres présents.

Sur convocation de son Président, ces rencontres représentent une occasion pour les membres de l'Assemblée de prendre des décisions de manière consensuelle ou à la majorité simple des membres présents. En cas de partage égal des voix, celle du Président est prépondérante. Le Conseil a tenu 24 réunions statutaires au cours de l'année écoulée.

LES ACTIVITES DU CNRA AU PLAN NATIONAL

Présentation du projet des assises de la publicité – Ministère du Commerce, Lundi 09 janvier 2017

Depuis 2016, le CNRA a initié et lancé le projet de tenue d'assises sur la gouvernance du secteur de la publicité au Sénégal. L'idée du projet est d'aborder la problématique de

réglementation ou de régulation sur les questions relatives à la production et à la diffusion des contenus audiovisuels dans le champ de la publicité.

Il découle d'une part d'un constat dans le milieu de la publicité caractérisé par :

- l'importance croissante du secteur qui pèse aujourd'hui plusieurs milliards de francs ;
- les dérives constatées dans les contenus des publicités et leur impact sociétal ;
- la dimension économique du secteur et l'impact sur la structuration du commerce ;
- l'imbrication des différentes dimensions de la problématique qui ne devraient pas être abordées séparément (contenu, commerce).

D'autre part, inspiré par le modèle de la Côte d'Ivoire, le CNRA qui a procédé à des recherches et enquêtes sur le terrain dans le courant des années 2016 et 2017, pose le contexte et la justification de ce projet dans une démarche de *benchmarking*. Les informations collectées ont permis de mettre en lumière des problèmes tels que :

- la nocivité des modèles que véhiculent des spots publicitaires et le caractère pernicieux de l'exposition sans filtre notamment du jeune public ;
- la désorganisation de la chaîne de valeurs par des abus de position dominante d'annonceurs ou d'agences ;
- la pratique du dumping des tarifs et commissions, entres autres.

De ce *benchmarking*, des premiers constats et de postulats, émane la nécessité de la tenue d'assises impliquant tous les acteurs de la publicité.

Ainsi, bien qu'il existe quelques dispositions

qui régissent la publicité sur le tabac, l'alcool ou encore la publicité mensongère, il est devenu important et urgent de remédier à l'absence de cadre législatif et de bases définitionnelles de ce qui est acceptable ou non.

Les assises auront pour objectif d'élaborer un cadre de gouvernance actualisé sur :

- la publicité mensongère et les cas de tromperie ;
- la publicité dans le domaine de la santé ;
- la publicité et les médias publics ;
- le contrôle du contenu en général ;
- l'intérêt du public, du citoyen ou du consommateur.

À cet effet, le CNRA entreprend ce chantier avec le Ministère du Commerce qui est, dans l'architecture institutionnelle de l'Etat du Sénégal, responsable du secteur de la publicité. Précisons que, dans cette collaboration, le rôle et la compétence du CNRA

portent sur la dimension du contenu et son impact sociétal. La dimension économique devra impliquer les différents ministères compétents, d'où la formation d'un comité interministériel de pilotage par la Primature.

Atelier de validation des rapports d'Analyse de Situations de Travail (AST) Dakar le 28 février 2017 à Sun

Sous l'égide du Ministère de la Formation professionnelle, l'atelier de validation des rapports d'Analyse de Situations de Travail (AST) pour les métiers de Techniciens supérieurs en production audiovisuelle, Techniciens supérieurs en Infographie, Techniciens supérieurs en Webmaster et réseaux sociaux, s'est tenu le 28 février 2017 à Sun Tech3 Education. Cet atelier avait pour objectif d'élaborer des programmes de formation dans les trois domaines précités, dans la perspective de réaliser l'adéquation des profils de formation avec les compétences recherchées par le marché du travail.

Pour le Ministère de la Formation professionnelle, l'objectif principal est de contribuer à l'amélioration de la qualité des enseignements /apprentissage dans les structures de formation professionnelle et à la diversification de l'offre de formation.

Pour atteindre cet objectif, il faudrait réaliser l'Analyse de Situation de Travail (AST) et élaborer le rapport d'AST du métier.

Pour ce faire, une description monographique de chaque métier a été faite par les praticiens, afin d'aboutir à un référentiel qui définit et décrit de manière précise le

métier. C'est à partir du référentiel de métier qu'un référentiel de compétences sera élaboré. Le référentiel de compétences décrit les compétences techniques et générales requises pour exercer le métier, en précisant que les conditions de réalisation et les critères de performance et toutes ces compétences décrites sont opérationnalisées dans le référentiel de formation.

Le référentiel de formation permet de structurer, de planifier le processus intégré d'acquisition progressive et méthodique des compétences et de cibler pour chacune d'elles les ressources (les connaissances, les habiletés et les attitudes) à mobiliser et à intégrer pour faire face à une situation. Le référentiel de formation peut aussi servir de guide du formateur dans la conception, l'organisation et la planification des activités d'enseignement-apprentissage. C'est à partir de ce référentiel que les modules de formation seront conçus. La méthodologie

utilisée sera APC (Approche par Compétence), d'où le choix de méthodologues qui maîtrisent la méthodologie d'écriture selon l'APC. Dans tous les métiers où la réglementation sur l'audiovisuel sera prise en compte, il n'y avait que le métier d'infographe qui n'avait pas intégré ce volet mais il a été finalement rajouté et l'infographe devrait aussi à la fin de sa formation connaître et respecter la législation en vigueur dans les domaines de la publicité et de l'audiovisuel. Avec le numérique, tous ces techniciens supérieurs doivent être polyvalents et bénéficier de renforcement de capacités sous forme de formation diplômante.

L'absence des organes de presse et de beaucoup d'autres structures de formation à cette rencontre avait été relevée et l'équipe de supervision fera l'effort de mobiliser d'autres acteurs et professionnels du milieu bien que des invitations eussent été envoyées.

Installation du Comité de Pilotage du PPNEMM – Siège du CNRA Jeudi 09 avril 2017

Une journée de travail s'est tenue le jeudi 06 avril 2017 au siège du CNRA. La rencontre avait pour but la mise en place du

Comité de suivi du Projet pilote national d'éducation aux médias et par les médias (PPNEMM).

Les objectifs généraux de ce Comité de pilotage sont :

- opérationnaliser le PPNEMM ;
- créer une plateforme des acteurs de l'éducation pour les médias et par les médias.

Quant aux objectifs spécifiques, ils consistent à :

- analyser les différents axes du PPNEMM, en définir les priorités ;
- identifier et présélectionner les familles de référence, les Daaras et les écoles partenaires ;
- cartographier les espaces d'implantation ;
- planifier les activités du PPNEMM ;

- structurer les communautés de pratique ou de pairs ;
- identifier les ressources d'accompagnement ;
- identifier et mobiliser les outils pédagogiques et didactiques ;
- décider des orientations stratégiques de mise en œuvre du PPNEMM ;
- coordonner les activités de différentes commissions du PPNEMM avec la description des besoins et des moyens ;
- examiner les modalités de numérisation des jeux traditionnels sénégalais ;
- élaborer un plan d'action ;
- identifier et évaluer les besoins de la mise en œuvre du projet ;
- assurer la mise en œuvre et le suivi du PPNEMM.

Pour rappel, le PPNEMM a été initié par le Réseau des Acteurs et des Professionnels des Entreprises et Industries Culturelles de l'Afrique de l'Ouest (RAPEICAO), avec

l'accompagnement institutionnel et opérationnel du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA).

Rencontre des télévisions sur la qualité des contenus et la responsabilité des télévisions – CNRA le 19 avril 2017

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel a réuni une douzaine de responsables des programmes des télévisions du Sénégal pour discuter d'un diagnostic des programmes offerts aux Sénégalais et pour se projeter dans les exigences de normes éthiques et techniques. Dix des 12 télévisions nationales

en opération ont pris part à ce débat de haute facture.

Le thème de la rencontre était : « **Invitation à une prospective sur les enjeux des contenus télévisuels** ».

L'objectif était de discuter de l'importance de la programmation et de la manière de l'améliorer, notamment dans le nouveau contexte de passage au numérique. Entre autres points concrets, la rencontre a été une opportunité pour partager des informations et des expériences sur :

- les conditions d'opération, de programmation et de production des télévisions confrontées à des impératifs de rentabilité ;
- les besoins en formation des équipes techniques ; donc la démarche vers plus de professionnalisation ;
- la fonction de direction artistique si importante dans la qualité des images, du son, des décors, des maquillages et de bien d'autres choix ;
- l'implication des divers acteurs de l'industrie culturelle nationale tels que les acteurs, les publicitaires.

En guise d'illustration, les participants ont souligné que, si des séries telles que *Tundu Wundu* ou encore *Dinama Nekh* sont aujourd'hui reconnues, primées au Fespaco, achetées et diffusées sur la TNT, c'est bien

parce que les producteurs de ces émissions respectent les normes techniques de la création audiovisuelle et investissent dans la professionnalisation de leurs équipes qui doivent négocier le virage numérique.

L'urgence de professionnaliser

Toutefois, ont-ils conclu, il ne s'agit pas que des séries. Il s'agit plutôt de tous les contenus, qu'ils soient fiction, reportage ou publicité. La qualité et l'éthique, la responsabilité vis-à-vis de la société, constituent un impératif. Cet impératif est encore plus vrai en ce qui concerne les jeunes enfants, l'image de la femme ou le pluralisme religieux que les contenus véhiculent.

C'est de façon consensuelle qu'ils ont déploré la pratique trop bien installée de production rapide de contenus qui « *foulent au pied* » la qualité, les valeurs et les sacrés de la société sénégalaise, allant jusqu'à diffuser des images indécentes, pornographiques, violentes, crues ou taboues simplement parce que la loi ne les interdit pas.

Cet échange entre pairs a été marqué par une franchise intellectuelle qui a débouché sur des recommandations fondamentales : le besoin d'un plan de formation pour les différents profils professionnels qui

interviennent dans la production et la programmation : écriture de scénario, réalisation ; technique de son, de l'image...

Enfin, le groupe a discuté en profondeur de l'obligation - pratiquement jamais respectée - de soumettre les productions, avant diffusion, à une commission de visionnage qui assume le rôle du juge interne de responsabilité et décide ce qui peut être montré à la société et aux jeunes. La question de l'adaptation du système de signalétique aux réalités sociétales sénégalaises a été abordée, sachant que c'est un chantier actuel du CNRA. Cette dernière partie de la discussion est arrivée à la conclusion qu'il existe un besoin de former et de sensibiliser les responsables de contenus au cadre réglementaire que représente le cahier des charges fourni par le CNRA ; ou encore le besoin de les former à une meilleure lecture et maîtrise des conventions que les télévisions signent et qu'ils doivent mettre en œuvre et surveiller.

L'importance des commissions de visionnage

Les participants ont reconnu que la télévision gagnerait à faire de la qualité, car l'enjeu aujourd'hui est de conquérir le marché international avec la transition vers le numérique. Ainsi, ils ont bien accueilli le rappel sur la nécessité d'instaurer des commissions de visionnage au sein des télévisions pour jouer le rôle de filtre. Certaines ont demandé un accompagnement pour mettre cette structure en place.

Comme l'ont rappelé les officiels du CNRA « *la commission de visionnage est une des dispositions de la loi contenue dans les cahiers de charges. Elle permet d'avoir une première appréciation sur les contenus avant diffusion. Ce qui n'est pas un vœu, mais plutôt une obligation pour les télévisions* ».

Les participants ont exhorté le CNRA à poursuivre le travail de création d'espaces

de rencontre, d'échanges et de conscientisation par rapport aux contenus diffusés, de meilleure appropriation des cahiers des charges, de professionnalisation de la chaîne de valeurs de production de contenus audiovisuels. En bref, instaurer un dialogue permanent avec les télévisions.

Pour rappel, cette rencontre s'est inscrite dans un processus que le CNRA a initié, en novembre 2015, comme une consultation prospective sur les enjeux des contenus télévisuels. Le processus a démarré lors de l'atelier sur le thème « *Le défi de la qualité face à la tentation de la quantité* », tenu les 4 et 5 novembre 2015, auquel avaient

participé des représentants des télévisions, de studios de production et des artistes comédiens.

L'engouement et la participation avaient produit des idées sur les défis nouveaux, des ébauches de solutions aux difficultés, une série de recommandations et une procédure de suivi.

Cette démarche permet de capitaliser les informations, les statistiques et les expériences dans le secteur audiovisuel et les divers secteurs qui interviennent dans l'industrie culturelle.

Séminaire des Cadres de la RTS (ACARTS) sur les Programmes Radios et Télévisions RTS – Saly : du 08 au 10 septembre 2017

Les 8, 9 et 10 septembre 2017 à Saly, le CNRA a participé au séminaire de l'Amicale des cadres de la Radio Télévision sénégalaise (ACARTS) sur les programmes radios et télévisions de la RTS.

Le séminaire entre dans le cadre du plan de repositionnement de la RTS dans le paysage audiovisuel sénégalais et international.

Il s'agissait de répondre à la question : comment l'audiovisuel public peut-il proposer des programmes attrayants sans céder à la tentation de faire comme les concurrents et sans s'écarter de sa vocation d'être l'audiovisuel aux productions « socialement utiles » ?

Après avoir listé les faiblesses à corriger, les participants aux ateliers ont formulé des propositions/recommandations qui s'énoncent comme suit :

- la création de stations radios dans les régions de Kaffrine et Kédougou pour disposer de stations dans toutes les régions ;
- la suppression de certaines émissions ;
- la création dans les antennes régionales des radios, d'émissions mensuelles sur l'éducation, la santé, l'environnement, l'agriculture, la pêche, le tourisme, le sport et l'économie. Chaque émission sera présentée dans la langue locale dominante dans la région d'implantation de la chaîne, en s'appuyant essentiellement sur les services déconcentrés de l'Etat, avec la possibilité de remonter les émissions régionales à succès pour rediffusion par la chaîne mère ;

- le changement de certains animateurs ou des concepts de certaines émissions ;
- l'exploitation maximale du site web pour en faire le prolongement de la radio et de la télévision. Le site devrait comporter un compte Twitter et une page Facebook pour annoncer la programmation et l'heure d'émissions phares susceptibles de faire de l'audience ;
- le respect du pluralisme de l'expression des courants de pensée et d'opinion ;
- le respect de l'accès pluraliste des formations politiques, des syndicats et des organisations de la société civile à l'antenne.

A ce niveau, l'atelier radio a proposé de prévoir des émissions politiques dans les stations régionales à compter de janvier 2018.

Dans le même sens, le CNRA a rappelé, face à l'omission d'un magazine politique dans la matrice proposée, que dans la grille-cadre qui doit déterminer les orientations et la nature des programmes à la télévision, il faut prévoir clairement ce magazine que la loi prévoit de diffuser une fois tous les quinze jours. Ce rappel du CNRA a été immédiatement pris en compte. L'émission « PLURIEL » sera alternée avec une émission littéraire et sera diffusée un mercredi sur deux.

Le CNRA a également rappelé la réglementation, chaque fois que de besoin, pour que les programmations soient faites dans le respect des dispositions des cahiers des charges, notamment la partie relative à la signalétique.

Clôurant le séminaire, le Directeur général de la RTS a vivement remercié la SODAV et le CNRA ainsi que l'ensemble des cadres de la RTS pour leur implication effective et leur contribution qui ont permis d'avoir des propositions fortes, non sans affirmer son accord pour la matérialisation et l'exécution des propositions, dont certaines comme l'organisation d'un séminaire sur l'information, seront exécutées dans les meilleurs délais.

Séminaire du SYNPICS et du CORED sur le Code de la Presse après son adoption – Saly du 21 au 23 septembre 2017

Les 21, 22 et 23 septembre, à Saly, le CNRA a pris part au séminaire du SYNPICS et du CORED sur le Code de la presse après son adoption.

Ce séminaire s'inscrit dans la volonté pour ces deux structures de prendre les devants afin que les textes réglementaires à adopter prennent en considération des préoccupations majeures de la presse après le constat que le Code de la presse adopté n'agrée pas,

dans tous ses aspects, les professionnels du secteur.

L'objectif du séminaire était de faire des propositions concrètes à soumettre dans les concertations sur l'élaboration des décrets d'application et des arrêtés.

Les travaux se sont ouverts par une présentation sur les opportunités pour le SYNPICS et le CORED.

Sur les opportunités pour le SYNPICS, il y a notamment :

- une définition claire du journaliste et du technicien ;
- la Commission de la Carte nationale de presse présidée par un professionnel des médias ;
- la Commission de la validation des acquis de l'expérience ;
- la reconnaissance claire du statut d'entreprise de presse ;
- le financement des entreprises de presse, FADP ;
- les droits et devoirs des professionnels des médias clairement identifiés.

S'agissant des opportunités pour le CORED, il s'agit entre autres de :

- la reconnaissance de l'organe d'autorégulation ;
- la reconnaissance de sa compétence sur toutes les entreprises de presse ;
- le bénéfice d'une subvention du Fonds d'Appui pour le Développement de la Presse ;
- le statut de Membre de la Commission de Carte nationale de Presse ;
- le renforcement de ses prérogatives.

Après la présentation des opportunités qu'offrent le Code, les participants du séminaire se sont penchés sur les textes réglementaires à adopter. Une liste de treize textes réglementaires a été répertoriée dont

huit décrets d'applications et cinq arrêtés. Sur chaque texte, des propositions ont été retenues pour être versées dans les concertations pour l'adoption des textes réglementaires.

Concernant les décrets d'application, les propositions portent sur :

- la répartition de la publicité entre le secteur public et le secteur privé au profit du dernier, en contrepartie d'un financement suffisant de l'Etat aux entreprises du secteur public ;
- l'élargissement des critères d'éligibilité au Fonds d'Appui et de Développement de la Presse (FADP) et aux autres avantages économiques consentis par l'Etat aux entreprises de presse pour faire respecter tous les droits que le Code confère aux professionnels ;
- la participation de l'ensemble des bénéficiaires du FADP dans son administration ;
- des propositions sur les modalités d'organisation et de fonctionnement du Fonds ;
- des propositions sur la composition, l'organisation et le fonctionnement de l'opérateur de diffusion ;
- la garantie de paiement pour six à 12 mois doit être fournie avant l'ouverture de l'entreprise de presse.

S'agissant des arrêtés, il faut prévoir :

- lorsque la Commission de la carte nationale de presse statue en commission de validation des acquis de l'expérience, tous les membres n'ont pas voix délibérative, la validation des acquis doit essentiellement revenir aux professionnels des médias ;
- l'élargissement de la mission de la Commission de validation des acquis de l'expérience à la validation des acquis de l'expérience des techniciens des médias, dans l'arrêté relatif à ses attributions, sa composition et son fonctionnement.

LISTE DES DECRETS D'APPLICATION

- 1 - Décret portant application de l'article 41 du Code de la presse relatif aux avantages et obligations attachés aux statuts d'entreprise de presse ;
- 2 - Décret portant application de l'article 45 du Code de la presse relatif aux modalités d'octroi des avantages économiques consentis par l'Etat aux entreprises de presse ;
- 3 - Décret portant application de l'article 46 du Code de la presse relatif aux modalités d'organisation et de fonctionnement du Fonds d'appui et de développement de la presse ;
- 4 - Décret portant application de l'article 50 du Code de la presse relatif aux sources de la redevance audiovisuelle à verser aux entreprises publiques de communication audiovisuelle et son pourcentage dans la structure de financement, ainsi que les modalités de sa collecte et de son reversement ;

- 5 - Décret portant application de l'article 66 du Code de la presse relatif au régime juridique applicable à l'entreprise de presse écrite ;
- 6 - Décret portant application de l'article 68 du Code de la presse relatif aux avantages et obligations inhérents au statut d'entreprise de presse écrite ;
- 7 - Décret portant application de l'article 148 du Code de la presse relatif à la composition, l'organisation et le fonctionnement de l'opérateur de diffusion, créé par une loi ;
- 8 - Décret portant application de l'article 216 du Code de la presse relatif à la nature des informations que les personnes physiques et les dirigeants de droit ou de fait des entreprises de communication audiovisuelle sont tenus de fournir.

LISTE DES ARRETES

- 1 - Arrêté relatif au montant de la redevance, aux modalités de son recouvrement et de sa répartition ;
- 2 - Arrêté de nomination des membres de la Commission de la carte nationale de presse ;
- 3 - Arrêté d'approbation du règlement intérieur de la Commission de la carte nationale de presse ;
- 4 - Arrêté fixant les modalités de communication des résultats des ventes et des tirages des entreprises de presse écrite ;
- 5 - Arrêté fixant le nombre et la répartition des chaînes publiques.



The background is a solid blue color with faint, light blue geometric patterns of lines and squares. A dark blue rectangular area is positioned on the left side, containing a cluster of small, bright blue particles. A prominent red banner with a white border is located in the center, containing the text.

Les Activités du CNRA

LES ACTIVITES DU CNRA AU PLAN INTERNATIONAL

Colloque sur le Droit d'Auteur et la Régulation de l'Audiovisuel à l'Ere du Numérique Abidjan Côte d'Ivoire, les 15 et 16 mai 2017

Le Réseau francophone des Régulateurs des Médias (REFRAM) a organisé un Colloque sur « **le Droit d'Auteur et la Régulation de l'Audiovisuel à l'Ere du Numérique** », les 15 et 16 mai 2017, à Abidjan.

Les travaux du Colloque ont porté sur les thèmes suivants :

- le droit d'auteur appliqué à l'audiovisuel ;
- les technologies numériques dans l'audiovisuel : l'impact juridique ;
- le droit d'auteur et les nouveaux modèles économiques ;
- l'importance du droit d'auteur pour le secteur de l'audiovisuel : le rôle des régulateurs.

A l'issue des travaux, les participants, membres du REFRAM, ont formulé les observations suivantes. Le basculement au numérique constitue une nouvelle chance d'investir dans le savoir et la créativité. Le REFRAM dispose de sérieux atouts pour :

- favoriser les investissements dans le développement de l'industrie locale de l'audiovisuel ;
- stimuler la compétitivité du secteur ;
- soutenir une culture de la créativité et de l'innovation qui favorisent le progrès socio-économique des pays et l'identité nationale.

Les échanges ont aussi permis de souligner l'importance de l'encadrement juridique pour accompagner l'essor de l'industrie audiovisuelle à l'ère du numérique. Une prise en compte de la propriété intellectuelle constitue, en effet, une composante importante pour atteindre certains objectifs essentiels de la régulation, de la communication audiovisuelle tels que la promotion de contenus locaux et diversifiés et la mise en place de conditions propices à assurer la production, la diffusion et l'accès à ces contenus ainsi que la concurrence loyale entre les opérateurs.

Les recommandations formulées :

Les instances de régulation de communication audiovisuelle sont invitées à adopter des réglementations qui répondent aux enjeux de l'environnement numérique et à intégrer dans la définition de leurs mandats et missions essentielles des principes et dispositions visant à :

- reconnaître la contribution de la radiodiffusion à l'écosystème numérique de l'audiovisuel ;
- promouvoir la diversité et la valorisation de la créativité audiovisuelle à travers la promotion de contenus locaux et diversifiés reflétant l'identité collective ;
- mieux définir les œuvres audiovisuelles et les œuvres d'expression nationale pour faciliter l'application des quotas de diffusion ;
- assurer le respect des règles de propriété intellectuelle ;
- s'assurer que les législations et les conventions établissant les droits et obligations des radiodiffuseurs comportent des dispositions relatives au respect de la propriété intellectuelle ;
- mettre en place les outils et mécanismes permettant de veiller à la mise en œuvre et au respect de ces principes par les opérateurs de la communication audiovisuelle et à agir de manière effective et dissuasive contre les manquements au respect de ces principes ;
- mettre en œuvre des programmes de formation sur les questions de propriété intellectuelle, en coopération avec les organisations spécialisées telles que l'OMPI.

Aux sociétés de gestion collective de droits d'auteur représentant les titulaires de droit, il est demandé :

- d'agir efficacement en vue d'assurer une rémunération équitable des ayants droit à travers la conclusion d'accords de représentation réciproque avec les sociétés de gestion des pays membres du REFRAM ;
- d'adapter leur gestion en vue de faciliter l'accès légal aux contenus audiovisuels.

Le REFRAM est appelé à :

- développer et garantir les modalités d'une coopération et d'une solidarité renouvelées et actives avec les organismes de radiodiffusion, les bureaux de droit d'auteur et les organisations représentatives des titulaires de droit ;
- évaluer le suivi de toutes ces recommandations lors de sa prochaine réunion à Genève en octobre 2017.

Des échanges, il ressort qu'il faut envisager que la régulation soit bien assurée aussi bien *a priori* qu'*a posteriori*. Ce qui est bien le cas en Côte d'Ivoire où le Conseil

supérieur de la Publicité (CSP) exerce un contrôle *a priori* et la HACA se charge du contrôle *a posteriori* quand la diffusion se fait dans les médias audiovisuels.

Sur le contrôle *a priori*

Le CSP délivre un quitus avant la diffusion d'une quelconque publicité. Les médias audiovisuels exigent toujours la présentation du visa du CSP avant diffusion. Les agences, régies et coursiers/commerciaux

disposent d'un agrément du CSP et la carte est renouvelée chaque année.

De même, il est interdit de passer une publicité non signée par l'agence qui l'a réalisée.

Sur le contrôle *a posteriori*

Le travail, en amont, du CSP, rend plus facile la régulation *a posteriori* qui est essentiellement du ressort de la HACA, sur

les médias audiovisuels.

Le CSP est chargé de la régulation *a posteriori* des panneaux publicitaires.

Il est recommandé :

- d'aller vers une organisation des acteurs qui interviennent dans la publicité et l'Etat doit veiller à ce que cela se réalise. Il faut pour ce faire, les convaincre en insistant sur l'intérêt qu'ils ont à être ensemble et prévoir des sessions de formation en leur faveur. En Côte d'Ivoire, les acteurs de la publicité n'étaient pas d'accord au début, mais aujourd'hui, il existe l'Association des agences-conseils et l'Union des Annonceurs.
- veiller à ce que l'organe de régulation et de contrôle de la publicité soit indépendant et paritaire. Par exemple, au CSP sont représentés la HACA, le ministère de la santé, le Ministère de l'Intérieur et des Collectivités locales, les agences, les régies, etc.

Réunion du Comité d'Orientation préparatoire de la sixième réunion annuelle du Forum des Autorités de Régulation de l'Audiovisuel dans les Etats membres de l'Organisation de la Coopération Islamique (IBRAF) – Istanbul, Turquie le 29 septembre 2017

Le CNRA a pris part, le 29 septembre, à la réunion du Comité d'orientation, préparatoire à la sixième (6^{ème}) réunion annuelle du Forum des Autorités de Régulation de l'Audiovisuel dans les Etats membres de l'Organisation de la Coopération Islamique (IBRAF).

(IFTV 2017), organisé par l'Association des Professionnels des Organismes de Radio-Télédiffusion (RATEM), du 28 au 30 septembre 2017.

C'était dans le cadre du Forum international de l'Industrie du Film et de la Télévision

Les représentants de treize (13) instances de régulation de l'audiovisuel des pays membres de l'IBRAF se sont réunis pour discuter de la prochaine réunion annuelle.

Présidée par M. Hamit Ersoy, Secrétaire général de l'IBRAF, la réunion s'est penchée sur plusieurs questions relatives à la vie de l'IBRAF, dont :

le protocole entre IBRAF et RATEM

Le Secrétaire général de l'IBRAF dira qu'il entre dans le cadre d'une coopération voulue par RATEM qui lui permettrait d'avoir une bonne présence de son industrie audiovisuelle dans les pays membres de l'IBRAF. Ce point n'a pas fait l'objet de discussions

parce qu'aucun document n'a été remis aux participants ou envoyé, en consultation, aux instances de régulation membres de l'IBRAF qui seules, décident souverainement de la signature d'un protocole.

l'élargissement de l'adhésion à l'IBRAF

Il est proposé que l'IBRAF, constitué de 32 membres, s'ouvre à tous les pays membres de l'OCI, y compris ceux qui n'ont pas

encore d'instances de régulation afin de les aider à en disposer ;

la mise en place d'un « Observatoire des Médias audiovisuels des pays membres de l'OCI »

L'objectif est de faciliter la communication entre régulateurs et entre les radios et télévisions des pays membres de l'OCI. Il est envisagé d'aller vers la constitution d'une base de données complète sur le paysage audiovisuel des différents pays. Cette

connexion entre médias pourrait, à terme, servir de contrepoids à l'influence des médias occidentaux ; l'Union des Radiodiffusions islamique (IBU) pourrait jouer un rôle dans ce sens et se renforcer davantage.

la planification des actions futures

Il est retenu l'idée qu'IBRAF se prononce toujours sur les questions de l'heure à l'occasion des déclarations finales des réunions annuelles. De même, des thématiques

pertinentes de discussions peuvent être retenues dans le cadre de l'élaboration de l'ordre du jour de la sixième (6^{ème}) réunion annuelle du Forum.

Deuxième Réunion du Comité d'Orientation du Réseau des Instances Africaines de Régulation de la Communication (RIARC) – Rabat le 22 novembre 2017

Le Comité d'Orientation du Réseau des Instances Africaines de Régulation de la Communication (RIARC) a tenu sa deuxième réunion au titre du biennium 2017 – 2018 le mercredi 22 novembre à Rabat, au siège de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA) du Maroc. Il s'agissait de discuter sur les points suivants :

- le suivi des décisions prises lors du Comité d'orientation tenu à Accra en juillet 2017 ;
- la réflexion sur les activités et actions à identifier dans le cadre des célébrations du 20^{ème} anniversaire du RIARC au Cameroun en 2018 à l'occasion de la 9^{ème} CIRCAF ;
- le lancement de la réflexion sur la mise en œuvre opérationnelle du groupe de travail Genre du RIARC ;
- la réflexion sur le projet d'une Charte Ethique afin de renforcer les mécanismes internes du RIARC pour la protection contre toute forme d'instrumentalisation politique et/ou économique du réseau.

Après l'adoption de l'ordre du jour, le Secrétariat exécutif a procédé à la présentation du rapport de la mise en œuvre du Plan d'actions 2017 – 2018 et des recommandations issues de la rencontre d'Accra.

Les participants à la deuxième réunion du Comité d'Organisation du Réseau des Instances Africaines de Régulation de la Communication (RIARC) au titre du biennium 2017 – 2018, ont adopté :

- 1 - une déclaration unanime qui souligne le caractère urgent de la situation d'exposition des enfants et l'importance de la stratégie d'éducation aux médias.
- 2 - le lancement d'un premier projet dans le cadre du RIARC.

LES PLAINTES, SAISINES ET AUTOSAISINES

Les manquements et violations constatés

Au cours de l'exercice 2017, le CNRA a constaté à travers des communiqués que des radios et des télévisions ont manqué à certaines de leurs responsabilités, en violation du cahier des charges applicable aux titulaires d'une autorisation de diffusion de programmes de télévision privée de droit sénégalais. Parmi ces manquements, on peut noter :

- la violation de la loi interdisant la publicité ou la promotion du tabac dans certains médias audiovisuels ;
- le non-respect, dans la programmation audiovisuelle, de la réglementation qui assujettit particulièrement le traitement de sujets sensibles ou d'affaires, objet de procédures judiciaires en cours à un sens profond de la responsabilité et d'une préparation particulière de la part d'intervenants sur Walf TV et Sen TV ;
- La violation par la radio SAPHIR FM de l'article L.61 du code électoral qui « **interdit toute propagande déguisée ayant pour support les médias nationaux publics ou privés** » durant la période des trente (30) jours précédant la campagne électorale lors des législatives du 30 juillet 2017.

Les observations et injonctions

L'une des missions essentielles du CNRA est de veiller 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.

C'est ainsi que, durant l'exercice 2017, le CNRA a adressé ses observations et mises en gardes à WALF TV et à la SEN TV, respectivement le 14 mars et le 15 mars 2017.

Ces notes ont attiré l'attention des responsables de ces deux chaînes de télévision privées sur les exigences liées à la conception de la programmation audiovisuelle qui doit se faire dans le respect de la réglementation sur le traitement de sujets sensibles ou d'affaires, objet de procédures judiciaires en cours, à un profond sens de la responsabilité et une préparation particulière de la part des intervenants à l'antenne.

Il a été relevé :

- des attaques outrancières à l'encontre de personnalités qui incarnent des institutions de la République, particulièrement le Président de la République et le Président de l'Assemblée nationale et une annonce de manifestation devant le Palais présidentiel avec un appel à peine voilé aux populations à se joindre à cette initiative ;
- Des propos qui expriment des sentiments personnels sur des sujets à caractère politico-judiciaire concernant Monsieur Khalifa SALL et Monsieur Bamba FALL, respectivement maires de la ville de Dakar et de la commune de la Médina, en violation des articles 17 et 18 du cahier des charges.

Mise en demeure

L'une des missions du CNRA est de fixer les règles concernant les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions réglementées des médias audiovisuels pendant les campagnes électorales.

Dans l'exercice de cette mission et par communiqué de presse, en date du 07 juin 2017, le CNRA a rappelé à tous les organes de presse et aux acteurs concernés par les élections législatives du 30 juillet 2017, l'article L.61 du Code électoral qui dispose, en son alinéa premier, que : « ***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*** ».

Malgré ce rappel précis et formel, le CNRA a constaté une violation récurrente des dispositions susvisées. Tirant les conséquences de tels actes, le CNRA a mis en demeure SAPHIR FM, d'arrêter immédiatement ces violations graves du Code électoral et de se conformer strictement au communiqué du 07 juin 2017, aussi bien en période de précampagne, de campagne et à la fin de celle-ci, non sans rappeler à la radio mise en cause que « *le non-respect de cette mise en demeure expose la radio à des sanctions, notamment celles prévues à l'article 26 de la loi 2006 -04 du 4 janvier 2006* ».

Les rappels et recommandations

Sur les élections législatives du 30 juillet 2017

En direction des élections législatives du 30 juillet 2017, le CNRA a fait des recommandations relatives au traitement de l'information durant les périodes de précampagne, de campagne et à la clôture de celle-ci pour le scrutin du 30 juillet 2017.

L'objectif visé par l'instance de régulation, était de faciliter une couverture médiatique responsable et équitable des activités des différentes listes de candidats.

Concernant la couverture médiatique de la campagne pour les élections législatives, le CNRA a rappelé que le service public de l'audiovisuel est assujéti à l'obligation de respect du principe d'égalité, dans le temps d'antenne mis à la disposition des listes. Tandis que les médias privés qui traitent de la campagne sont tenus au respect des règles d'équité et d'équilibre dans le traitement des activités des candidats ou listes de candidats.

Sur la CAN 2017

En perspective de la Coupe d'Afrique des Nations (CAN) 2017, le CNRA a tenu à rappeler que : « *la retransmission ou la diffusion des compétitions sportives internationales est conditionnée par l'acquisition de droits qui y sont relatifs* ».

En conséquence, les chaînes ne bénéficiant pas d'autorisation de commercialisation et de diffusion, doivent respecter les droits des opérateurs qui ont l'exclusivité de distribution et/ou de diffusion des matchs.



The image is a cover for 'Avis Trimestriels'. It features a light blue background with a pattern of overlapping, semi-transparent geometric shapes, primarily triangles and quadrilaterals, creating a sense of depth and movement. A prominent dark blue horizontal band runs across the middle of the page. On the left side, there is a vertical dark blue rectangular area. Within this area, there is a cluster of small, bright blue particles or dots, and a small, glowing red and white object, possibly a car's headlight or a similar mechanical part, is visible near the bottom left corner. The overall aesthetic is modern and professional.

Avis Trimestriels

Diffusion des Avis trimestriels

En vertu de la loi portant sa création, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel publie à la fin de chaque trimestre un Avis trimestriel 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 formulées lors du référendum et de l'élection du Haut Conseil des Collectivités territoriales

(HCCT), le CNRA est revenu, dans ses Avis trimestriels, sur les contenus de programmes des médias les exhortant à ne pas exacerber les travers et nuisances dans la société et se penser davantage comme un secteur audiovisuel au service d'une société plurielle. Les quatre Avis trimestriels diffusés en 2017 sont repris in extenso dans ce rapport.

Avis trimestriel

(Janvier-février-mars 2017)

A l'aune de la libéralisation de l'audiovisuel, tout inventaire objectif des initiatives démontrerait un désordre généralisé, pourvoyeur de situations inextricables. L'absence de planification préalable pour optimiser la mise en valeur de notre spectre, aussi, l'inexistence d'une politique structurante pour guider les conditions d'attribution et d'exploitation des fréquences, ont provoqué de fortes incertitudes qui perturbent l'environnement juridique, économique et social des médias.

Sans projet éditorial véritable, ni projet d'entreprise viable, de nombreux opérateurs privés, aujourd'hui détenteurs de fréquences, sont devenus des acteurs importants de l'écosystème médiatique à l'échelle locale, régionale ou communautaire. La majorité d'entre eux, échappant à toute régulation, semble ignorer les principes et valeurs auxquels ils ont librement souscrits à travers les cahiers de charges et conventions qui régissent l'audiovisuel.

Les médias servent de plus en plus de caisse de résonance aux drames quotidiens des populations en situation de détresse. Ils font la promotion d'une forme «d'esthétique de l'insoutenable» particulièrement dans le traitement des faits divers. Certains contenus audiovisuels exposent des consciences innocentes et portent souvent atteinte à la cohésion nationale, à l'intégrité du territoire et au respect des institutions républicaines.

Le Collège du CNRA, réuni en sa séance du 11 mai 2017 et après en avoir délibéré, rend public le présent avis sur les faits constatés et répertoriés au cours du premier trimestre de l'année 2017.

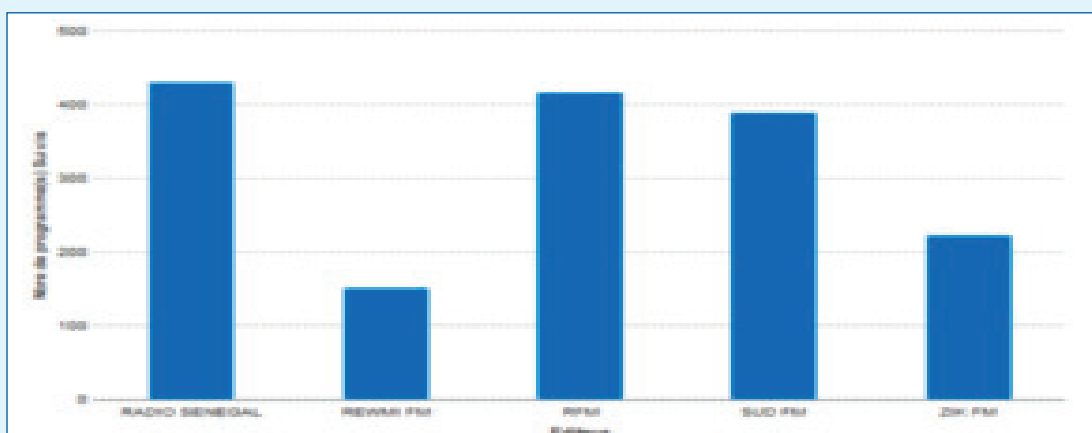
I. ECHANTILLONNAGE

Durant la période du 1er janvier au 31 mars 2017, le service de monitoring a procédé à un échantillonnage portant sur 3587 contenus audiovisuels diffusés par 5 Radios et 10 Télévisions, selon les critères suivants : langue utilisée, format des programmes, thématique abordée, signalétique.

Les Radios

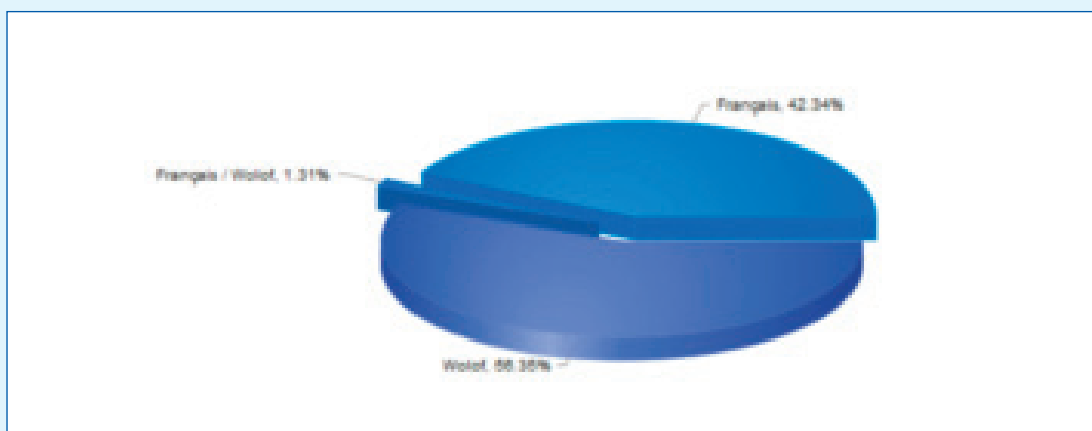
Le monitoring a suivi 1606 émissions diffusées sur les stations de radio en mode FM. L'échantillon est ainsi composé : RADIO SENEGAL, REWMI FM, RFM, SUD FM, ZIK FM.

a) Nombre d'émissions de radio suivies



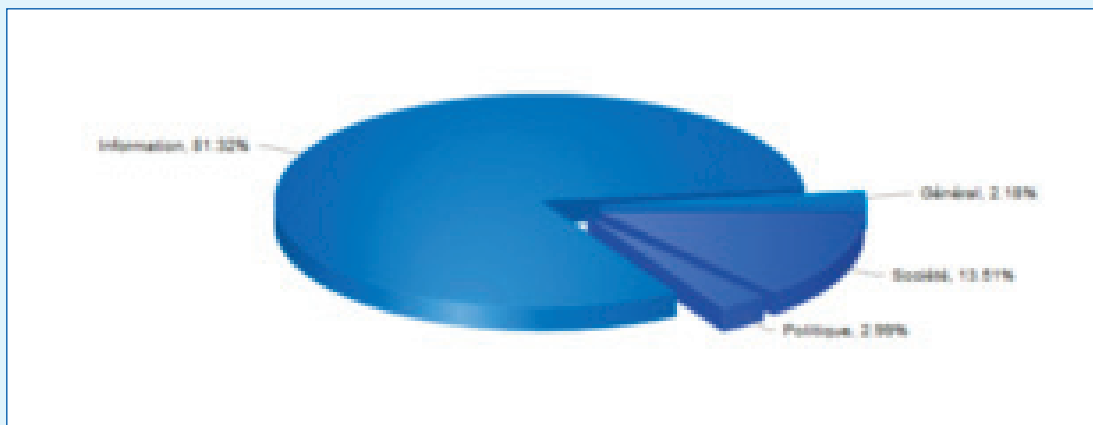
Ce graphique informe sur le nombre d'émissions radiophoniques suivies en fonction des éditeurs appartenant à notre échantillon.

b) Répartition des langues dans les émissions de radio



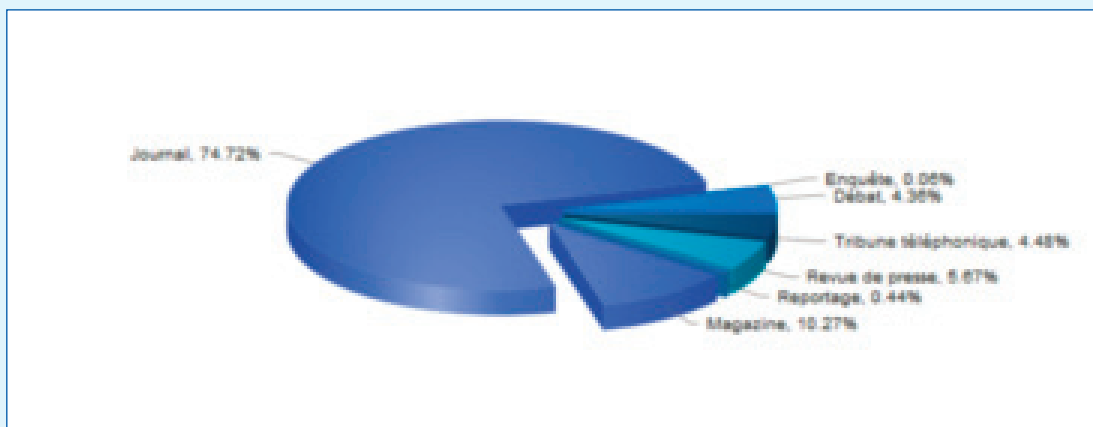
Sur l'ensemble des radios de notre échantillon, le wolof est la langue la plus usitée. Il est le support de 56,35 % des programmes, devant le français qui fait 42,34 %. Certaines émissions, cependant, se servent des deux langues, wolof et français.

c) Répartition des émissions de radio suivies, selon le thème



Les émissions d'information sont les plus représentées avec 81,32 % des thématiques considérées. Le terme « politique », dans notre classification, indique qu'il s'agit d'émissions strictement et entièrement dédiées à cette thématique, même si, dans les autres thématiques, il arrive que soient abordées des questions politiques.

d) Répartition des émissions de radio suivies, selon le format

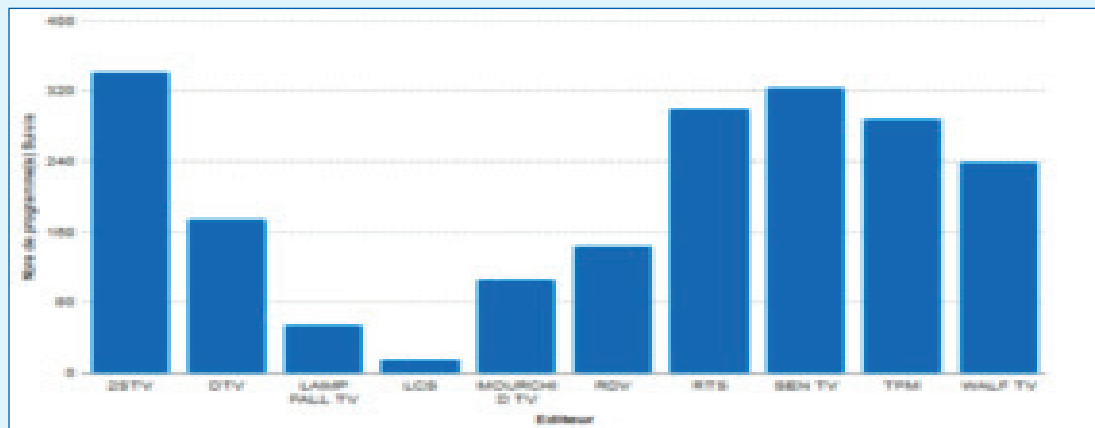


Le « Journal » représente 74,72 % de l'ensemble des formats des émissions constituant notre échantillon. Ce format est une source d'indications statistiques sur la popularité, la diversité et le pluralisme qui sont des fondamentaux essentiels pour la régulation.

Les Télévisions

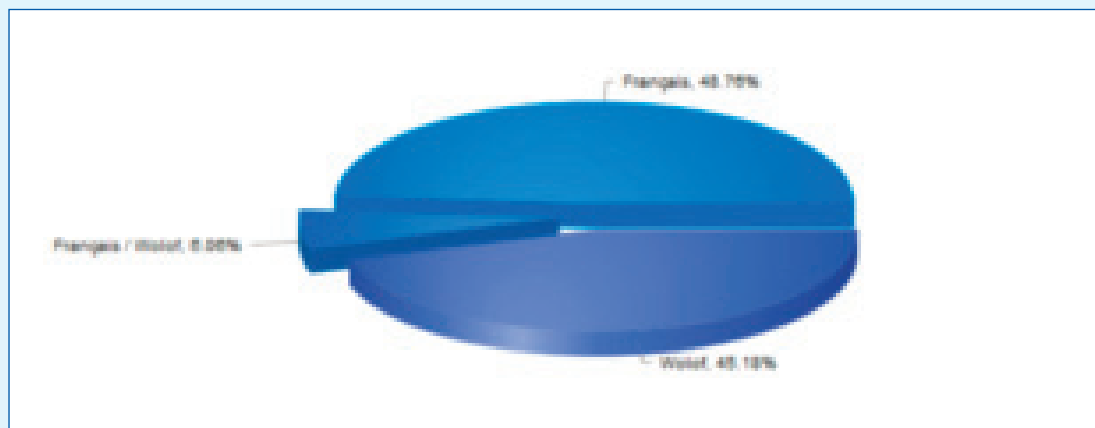
Les services du monitoring ont suivi 1981 émissions de télévision sur les chaînes suivantes : 2STV, DTV, LAMP FALL TV, LCS, MOURCHID TV, RDV, RTS, SEN TV, TFM, WALF TV.

a) Nombre d'émissions de télévision suivies



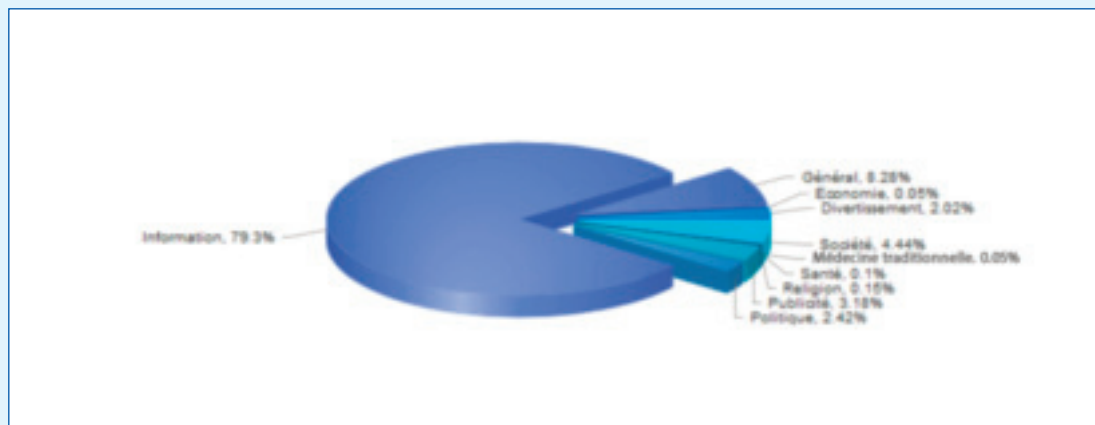
A l'instar de la Radio, nous avons là une indication sur le nombre d'émissions télévisées qui ont été suivies durant le 1er trimestre 2017.

b) Répartition des langues dans les émissions de télévision



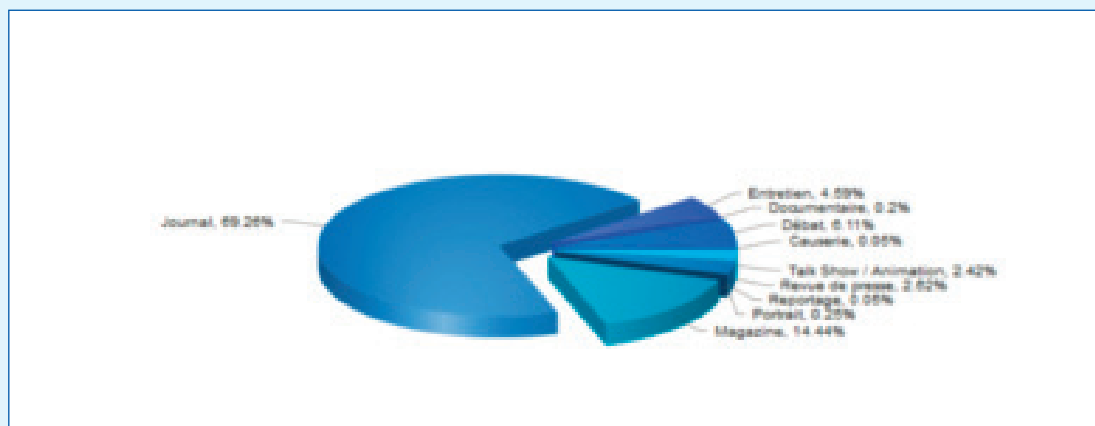
A l'inverse de ce qui a été observé pour les radios, le « français » est la langue la plus utilisée dans les émissions de télévision, avec un pourcentage de 48,76 %, devant le « wolof » qui est le support de 45,18 % des émissions. Concernant certains programmes, nous remarquons un mix des deux langues (wolof et français), avec un taux sensiblement plus important à la télévision (6,06 %) qu'à la radio (1,31 %).

c) Répartition des thèmes dans les émissions de télévision



Les émissions d'information représentent 79,3 % des thématiques représentées dans le volume des émissions de télévision suivies.

d) Répartition des émissions de télévision suivies, selon le format

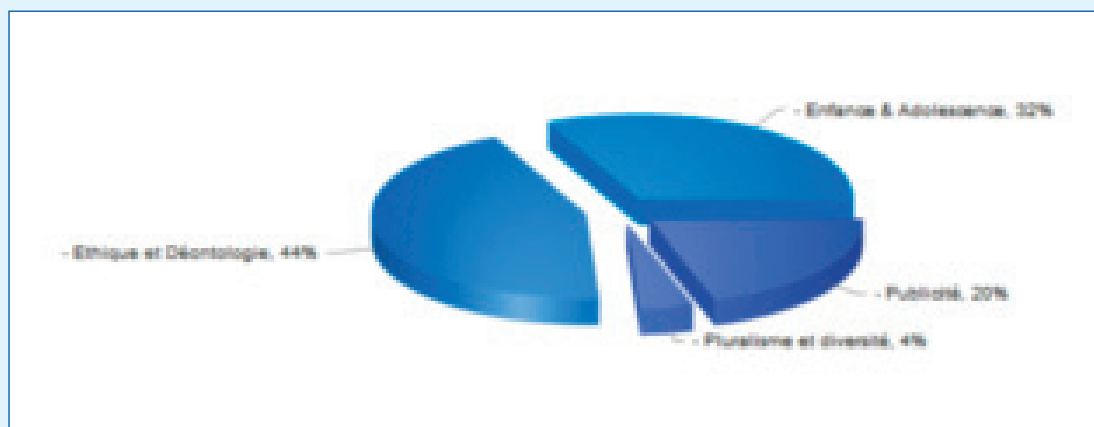


Sur les chaînes de télévision, tout comme à la radio, le « Journal » occupe une place importante, avec 69,26 % de l'ensemble des émissions.

II. DYSFONCTIONNEMENTS ET MANQUEMENTS

Au cours du premier trimestre de l'année 2017, les dysfonctionnements et manquements constatés ont trait aux points ci-dessous énumérés, concernant en particulier : la place de l'éthique et de la déontologie, de la protection du jeune public, du pluralisme et de la diversité et, enfin, de la publicité.

• Manquements en fonction des catégories



1. Éthique et Déontologie (44 %)

Concernant l'éthique et la déontologie, plusieurs manquements ont été relevés, au cours de ce 1er trimestre de l'année 2017.

- Non-respect de la vie privée, de l'honneur et de l'intégrité de la personne humaine.

L'invité principal d'une émission politique diffusée à la télévision dit ouvertement qu'il n'accorde aucun crédit à une personnalité qui représente une haute juridiction de notre pays.

- L'évocation de thèmes graves, difficiles et sensibles comme le viol et l'infanticide, sans précautions ni compassion. Certains animateurs n'ont cure de l'impact que peut avoir l'évocation de scènes ou de situations insoutenables et, sans hésiter, se livrent à des commentaires et/ou plaisanteries déplacés, destinés au public.

Dans une émission radiophonique de faits divers, on livre aux auditeurs l'histoire d'une jeune femme accusée de relation extra-conjugale et de grossesse, sans preuve de sa culpabilité ni précisions sur le déroulement des faits, sans tenir compte des conséquences psychologiques que pourraient avoir, sur elle ou sur ses proches, ces déclarations concernant sa vie privée.

- Incitation à des pratiques ou comportements délinquants ou inciviques.

Lors d'une émission « matinale », certains participants appellent à la justice populaire contre les personnes accusées d'agressions physiques envers les populations.

- Non-respect de la présomption d'innocence.

Une personnalité invitée sur un plateau de télévision qui traite un homme public de « voleur » sans aucune retenue alors que l'affaire concernant celui-ci est encore pendante devant la justice.

2. Enfance & Adolescence (32 %)

- Programmation à des heures indues de contenus à caractère violent et/ou inapproprié sans signalétique. L'évocation de la drogue, du suicide, de l'inceste, de la violence conjugale, de la violence envers les enfants, les infanticides, les meurtres, les actes sexuels.

Certains programmes audiovisuels pouvant troubler les enfants de -12 ans, ne doivent pas être diffusés avant 22h, notamment lorsque le scénario recourt à la violence physique ou psychologique, à la représentation d'actes sexuels.

3. Pluralisme et diversité (4%)

- Non-respect de l'équilibre dans le traitement de l'information.

Lorsque l'on met en doute la moralité ou l'honnêteté d'un tiers, celui-ci doit avoir la possibilité de défendre, par les mêmes canaux, son intégrité ou sa réputation.

- Non-respect du pluralisme de l'expression des courants de pensée et d'opinion, de l'accès pluraliste des formations politiques, des syndicats et des organisations de la société civile à l'antenne.

À l'occasion de la retransmission en direct d'une journée de lutte, un animateur-commentateur s'est servi du plateau comme tribune, pour relayer des propos personnels, faire valoir ses sentiments sur des sujets à caractère politico-judiciaire concernant des hommes politiques.

4. Publicité (20 %)

- Non-conformité aux exigences de vérité, de décence, de respect de la personne humaine et de sauvegarde de la santé des populations.

La persistance de la publicité mensongère qui, au profit de soi-disant guérisseurs, de professionnels de la voyance, viole la loi n° 83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité.

La persistance de la publicité incitant à l'usage de produits destinés à la dépigmentation (éclaircissants).

II. RECOMMANDATIONS

Face à de tels 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 énumérés ci-dessous.

1. Observer strictement **les règles d'éthique et de déontologie dans le traitement de l'information**. Concernant les revues de presse, le CNRA insiste sur le respect strict des institutions de la République.
2. Veiller à respecter **une présentation honnête, impartiale et objective des questions** et sujets traités et assurer l'expression des différents points de vue.
3. **Arrêter la diffusion de scènes de violence** aux heures de grande écoute. La mise en place de comités internes de visionnage au niveau des télévisions est une obligation pour éviter les scènes de violence et les images obscènes dans les films et clips diffusés.
4. Veiller à l'équilibre dans le traitement de l'information, dans le strict respect du pluralisme et de la diversité.
5. **Veiller au respect des dispositions des lois, règlements et cahiers des charges** interdisant la publicité servant les intérêts de soi-disant guérisseurs et, plus globalement, à la conformité des messages publicitaires aux exigences de vérité, de décence, de protection des consommateurs et des couches vulnérables, de même qu'au souci de la santé des populations en ce qui concerne la publicité des produits destinés à la dépigmentation.
6. **S'assurer de l'intégrité technique et de la sécurité fonctionnelle de l'ensemble des installations de diffusion audiovisuelle exploitées chez chaque éditeur**, concernant notamment :
 - l'acheminement des signaux de l'ensemble des éditeurs de télévision vers le centre multiplexage ;
 - les conditions du transport des faisceaux hertziens vers les émetteurs analogiques encore en cours d'exploitation.

Le Collège des Conseillers du CNRA

AVIS TRIMESTRIELS

2^e et 3^e Trimestres 2017

(Avril - Septembre 2017)

La tenue des élections législatives du 30 juillet 2017, à cheval sur deux trimestres puisqu'elles étaient précédées par une période de précampagne qui avait débuté le 9 juin, nous a conduits, par souci de cohérence et de continuité, à regrouper en un seul avis, consacré principalement à cet événement qui représente un moment important de la vie de la nation, les observations faites par le CNRA sur le respect des obligations des médias dans leur travail quotidien. Ces observations sont appuyées et illustrées notamment par les relevés effectués par le service monitoring du CNRA pendant la précampagne et la campagne électorale ainsi que le jour des élections.

Les médias sont dans l'obligation de veiller à la moralité, à la valeur éducative, informative des programmes audiovisuels qu'ils véhiculent à destination des populations, particulièrement de certaines couches vulnérables. La liberté d'expression ou d'opinion n'est pas opposable à l'exigence de protection de l'intérêt public, de la sauvegarde de l'enfance et de l'adolescence. Tous les acteurs de la chaîne de valeur audiovisuelle doivent faire preuve d'un sens aigu des responsabilités, afin de prévenir tous actes préjudiciables à la stabilité sociale.

Les médias participent à la formation et à l'expression de l'opinion publique. La préparation, puis la tenue des élections législatives durant les mois de juin et juillet 2017 ont marqué d'une empreinte forte l'offre programmatique. Le manque d'indépendance ou de neutralité des médias, voire une mauvaise couverture médiatique des processus électoraux, peut être préjudiciable à la démocratie, à la cohésion sociale.

Les faits identifiés et répertoriés dans le présent avis sont le produit d'un échantillonnage des activités de monitoring sur les programmes audiovisuels proposés par les médias.

Le Collège du CNRA, réuni en sa séance du « 02 novembre 2017 » et après en avoir délibéré, rend public le présent avis sur les dysfonctionnements constatés au cours du deuxième et du troisième trimestre de l'année 2017, ainsi que les recommandations formulées pour y apporter des correctifs.

I. ECHANTILLONNAGE

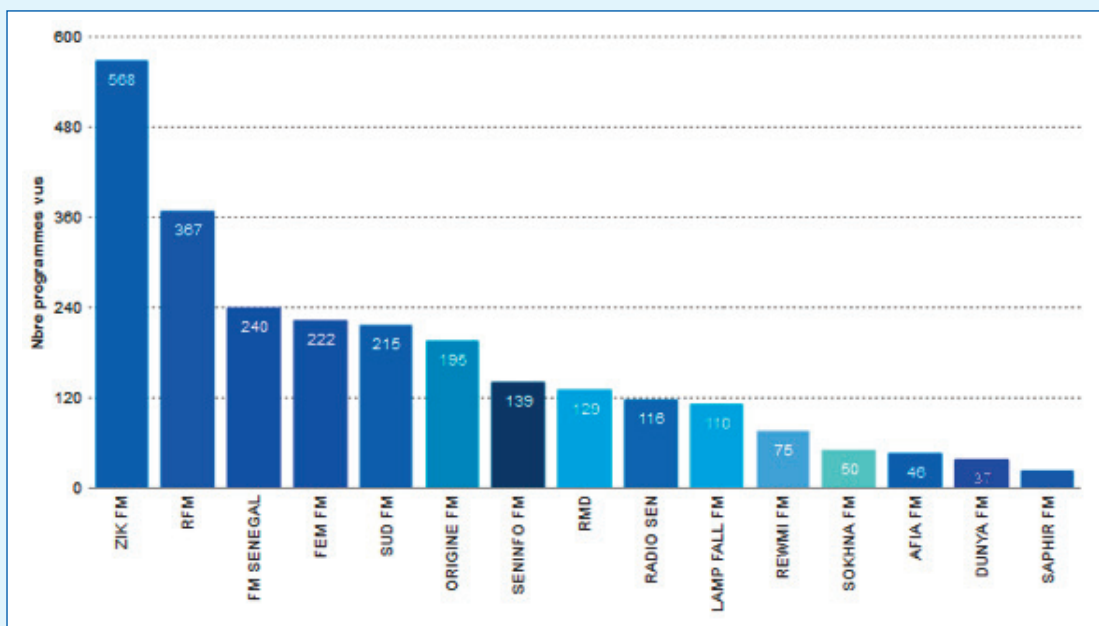
Durant les périodes du 1^{er} avril au 30 juin et du 1^{er} juillet au 30 septembre 2017, le service de monitoring a procédé à un échantillonnage portant sur 186 programmes de radios et de télévisions sur lesquels 3587 relevés ont été effectués en fonction de la langue utilisée, du format des programmes, de la thématique abordée et de la signalétique.

Dans le cadre de la couverture médiatique des élections législatives (précampagne et campagne), sur 158 programmes audiovisuels répartis entre radios et télévisions, 3305 relevés ont été effectués entre le 08 juin et le 30 juillet 2017, correspondant à la période de la précampagne, soumise à une législation particulière.

1. Les Radios

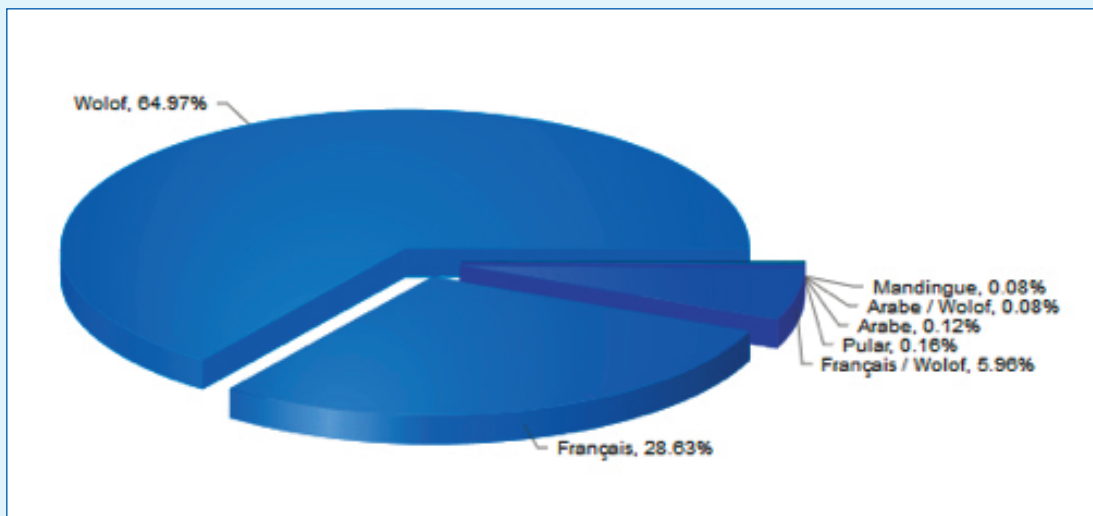
Le monitoring a suivi 1606 émissions diffusées sur les stations de radio en mode FM. L'échantillon est composé des stations suivantes : ZIK FM, RFM, FM SENEGAL, FEM FM, SUD FM, ORIGINE FM, SENINFO FM, RMD, DAIO SENEGAL, LAMP FAL FM, REWMI FM, SOKHNA FM, AFIA FM, DUNYA FM, SAPHIR FM.

a) Nombre d'émissions de radio suivies



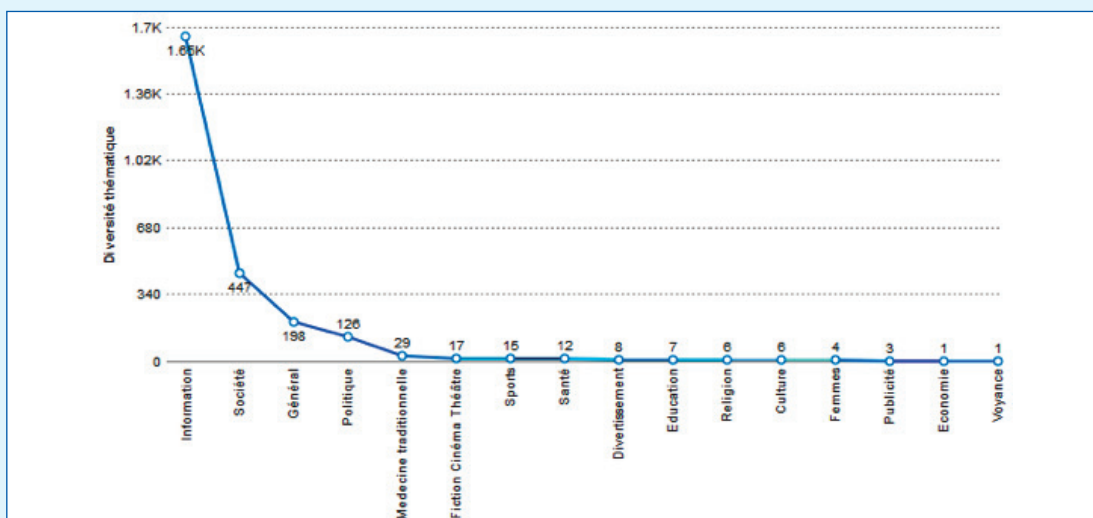
Ce graphique informe sur le nombre d'émissions radiophoniques suivies sur les stations de l'échantillon.

b) Répartition des langues dans les émissions de radio



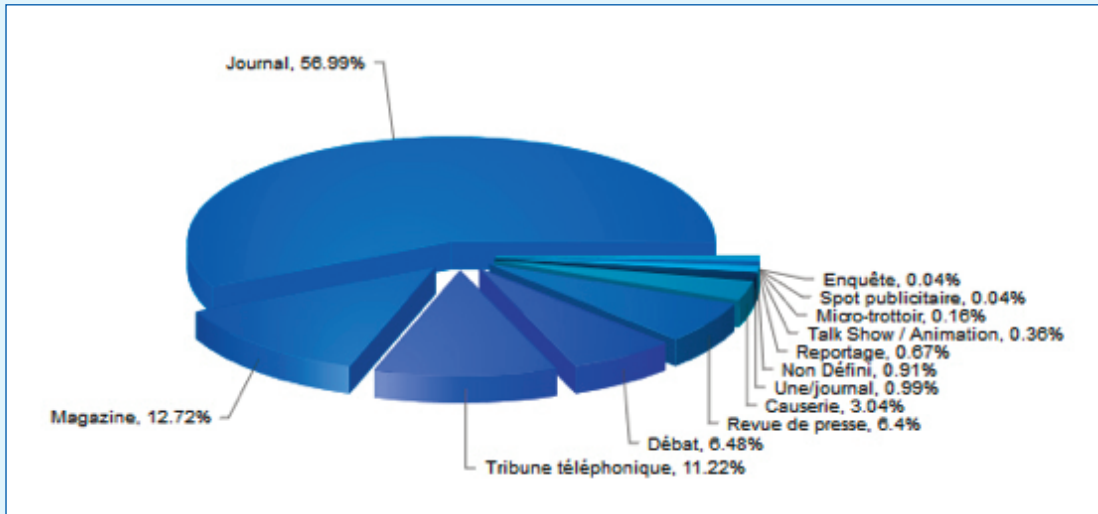
Sur l'ensemble des radios de notre échantillon, le wolof est la langue la plus usitée. Il est le support de 64,97 % des contenus, devant le français qui fait 28,63 % de la programmation. On peut remarquer une faible présence des autres langues nationales qui sont surtout présentes sur les chaînes du service public qui offre une plus grande diversité linguistique.

c) Répartition des émissions de radio suivies, selon le thème



Les émissions d'information sont les plus représentées avec 1650 relevés. Le terme « politique », dans notre classification, indique qu'il s'agit d'émissions strictement et entièrement dédiées à cette thématique, même si, dans les autres thématiques, il arrive que soient abordées des questions du même ordre.

d) Répartition des émissions de radio suivies, selon le format

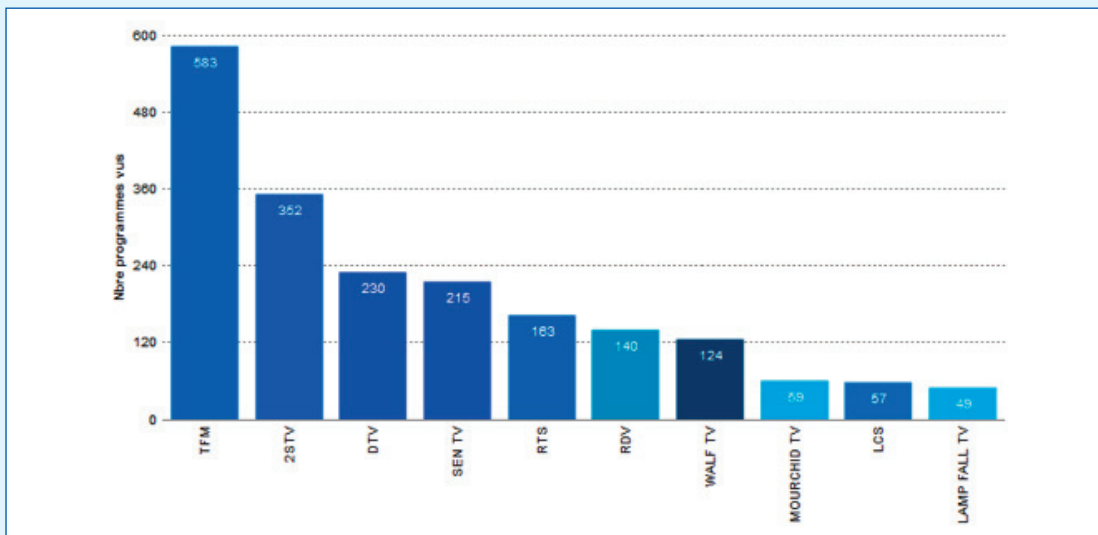


Le format « Journal » représente 56,99 % sur l’ensemble des émissions ayant fait l’objet d’un monitoring quotidien. Ce format reste une source d’indications statistiques sur la popularité, la diversité et le pluralisme qui sont des éléments essentiels en matière de régulation.

2. Les Télévisions

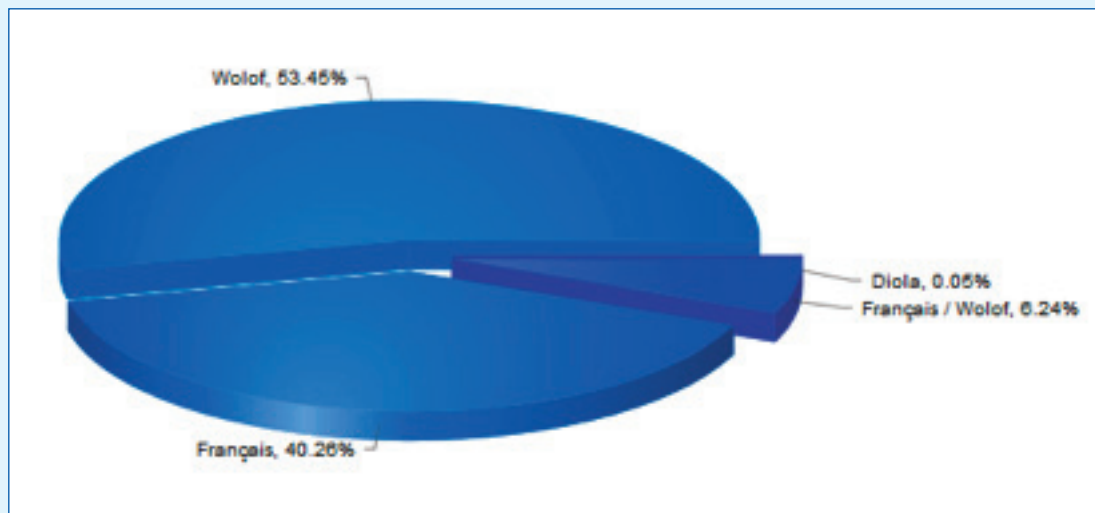
Les services du monitoring ont suivi 2101 émissions de télévision sur les chaînes ci-après : TFM, 2STV, DTV, SEN TV, RTS, RDV, WALF TV, MOURCHID TV, LCS, LAMP FALL TV.

a) Nombre de programmes de télévision suivis



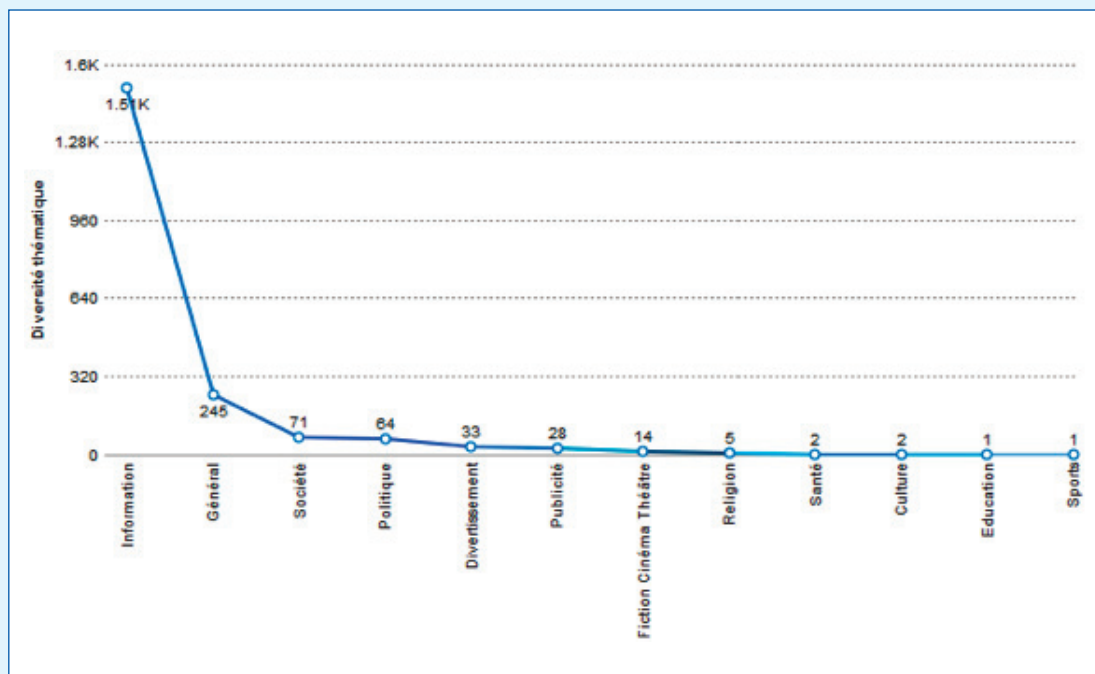
A l’instar de la Radio, nous avons là une indication sur le nombre d’émissions télévisées qui ont été suivies durant les 2e et 3e trimestres 2017.

b) Répartition des langues dans les émissions de télévision



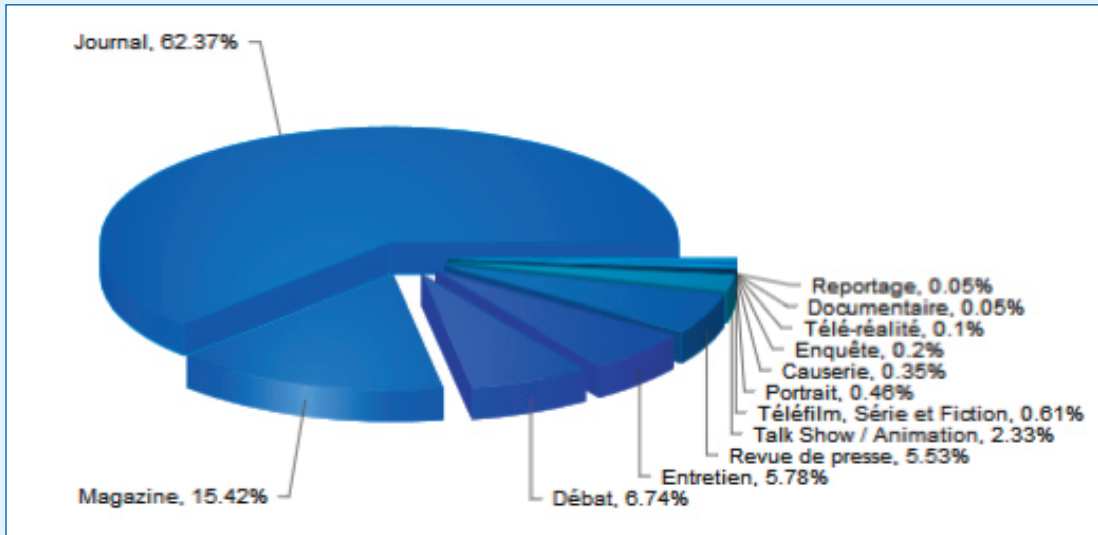
A l'instar de ce qui a été observé pour les radios, le « wolof » reste la langue la plus utilisée dans les émissions de télévision, avec un pourcentage de 53,45 %, devant le « français » qui est le support de 40,26% des émissions. Concernant certains programmes, nous remarquons un mix des deux langues (wolof et français), avec un taux sensiblement plus important à la télévision 6,24 % qu'à la radio 5,96 %.

c) Répartition des thèmes dans les émissions de télévision



L'observation des programmes audiovisuels proposés par les éditeurs a surtout porté sur les émissions d'information qui représentent 1510 relevés sur l'ensemble des thématiques ainsi projetés.

d) Répartition des émissions de télévision suivies, selon le format

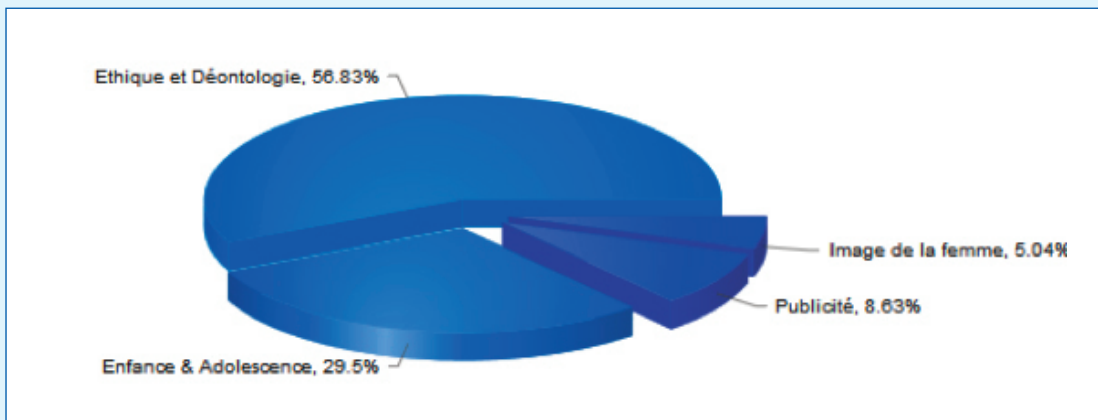


Sur les chaînes de télévision, tout comme à la radio, pour ce qui est des programmes, le format « Journal » occupe une place prépondérante, avec 62,37 % de l'ensemble des émissions.

II. MANQUEMENTS

u cours de ces deux trimestres 2017, ayant aussi coïncidé dans une large mesure avec les périodes de précampagne et de campagne électorales en direction des élections législatives du 30 juillet 2017, les manquements ci-dessous ont été notés.

• Manquements en fonction des catégories



1. Éthique et Déontologie (56,83 %)

- L'atteinte à l'honneur, à la dignité et à la vie privée de citoyens dans certaines émissions, sans que leur soit donnée la possibilité d'y apporter une réplique.

Sur les antennes d'une radio, on a pu entendre un homme public porter des accusations graves concernant l'intégrité et l'honnêteté de personnes.

Les revues de presse, quant à elles, continuent et persistent à se faire l'écho des propos, formules qui ne respectant ni la vie privée ni l'honneur d'autrui, précisément de personnalités publiques dans ce contexte électoral.

Les débats politiques sont, pendant la campagne électorale, relayés par les médias audiovisuels qui entretiennent ainsi un climat pollué par des propos discourtois et irrévérencieux.

- Violation de l'article 9 de la loi n°2006-04 du 04 janvier 2006 et de l'article 20 du cahier des charges applicable au titulaire d'une autorisation de diffusion de programmes de télévision privée.

Dans les phases de préparation des élections législatives, certains médias ont servi de relais à des propos inconvenants tenus contre des personnes ou des Institutions.

La forte médiatisation de manifestations et mouvements d'humeur suite à des litiges sociaux, véhiculent des actes de violence et de défiance vis-à-vis des Institutions

- Comportements inciviques et irresponsables.

Pendant les festivités liées à la célébration de la Fête de l'Indépendance, un animateur, sur une station de radio, livre allègrement des informations sensibles pouvant porter atteinte à la sécurité intérieure du pays. Il indique avec une incroyable légèreté, des adresses d'installations liées à la défense nationale.

2. Enfance & Adolescence (29,50 %)

- En violation de l'article 7 de la loi n°2006-04 du 04 janvier 2006 et de l'article 24 du cahier des charges applicables aux titulaires d'autorisation de diffusion de programmes audiovisuels, l'instance de régulation a pu relever la diffusion de contenus audiovisuels choquants et difficilement soutenable pour le public jeune.

L'évocation systématique de thèmes comme la drogue, l'inceste et les actes de violence envers les enfants sont aussi à noter.

Certains cas de viol sont traités, dans lesquels les victimes, malgré leur consentement, sont exposées au public. Il arrive que des auditeurs portent des jugements sur des faits qu'ils découvrent à l'antenne.

Certains reporters se prêtent avec générosité à des récits détaillés sur des faits de violence, de viol sur des catégories vulnérables, souvent difficiles à entendre pour un jeune public.

La tendance à la diffusion de clips et de danses obscènes est appliquée par pratiquement toutes les chaînes de télévision.

- L'absence d'une signalétique destinée à prévenir les téléspectateurs de la diffusion de séquences ou de scènes déconseillées pour certaines catégories de public constitue une violation de l'article 7 de la loi N°2006-04 du 04 janvier 2006 et de l'article 24 du cahier des charges applicables aux titulaires d'autorisation de diffusion de programmes audiovisuels.

3. Publicité (8,63 %)

- Non-conformité aux exigences de vérité, de décence, de respect de la personne humaine et de sauvegarde de la santé des populations.

La profusion de programmes commerciaux sur la médecine traditionnelle pouvant détourner les consciences les plus exposées du fait de leur détresse, en véhiculant des fausses promesses de guérison basées sur de prétendues connaissances autorisant la prescription de produits qui seraient des remèdes efficaces contre certaines pathologies.

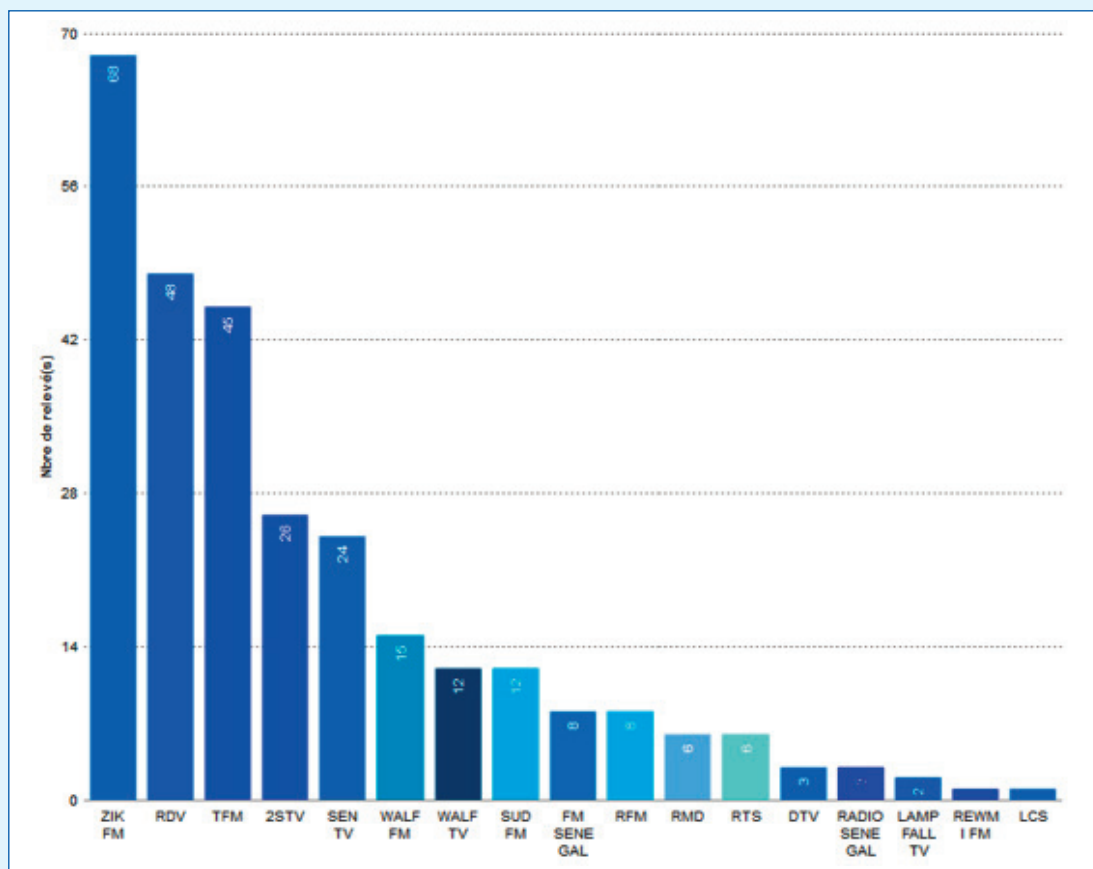
- Ces comportements constituent une violation des dispositions des articles 9 et 14 de la loi N°83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité notamment, des dispositions du décret N°67-147 du 10 février 1967 instituant le Code de déontologie médicale ainsi que des stipulations des articles 18 à 24 du Cahier des charges applicables aux radios privées commerciales et 34 à 40 du Cahier des charges applicables aux télévisions privées. Pour rappel, la diffusion de programmes, offrant une tribune à des personnes qui seraient capables de guérir toutes sortes de pathologies, constitue une violation grave du code de déontologie médicale et de la loi sur la publicité.

La diffusion de spots faisant la promotion de certains produits alimentaires, sans précaution d'utilisation et dont l'usage pourrait avoir des effets néfastes sur la santé des consommateurs.

La diffusion d'images dévalorisantes porteuses d'une vision dégradante de la femme dans la publicité de certains produits, notamment « Jini Ginger », heurte la décence.

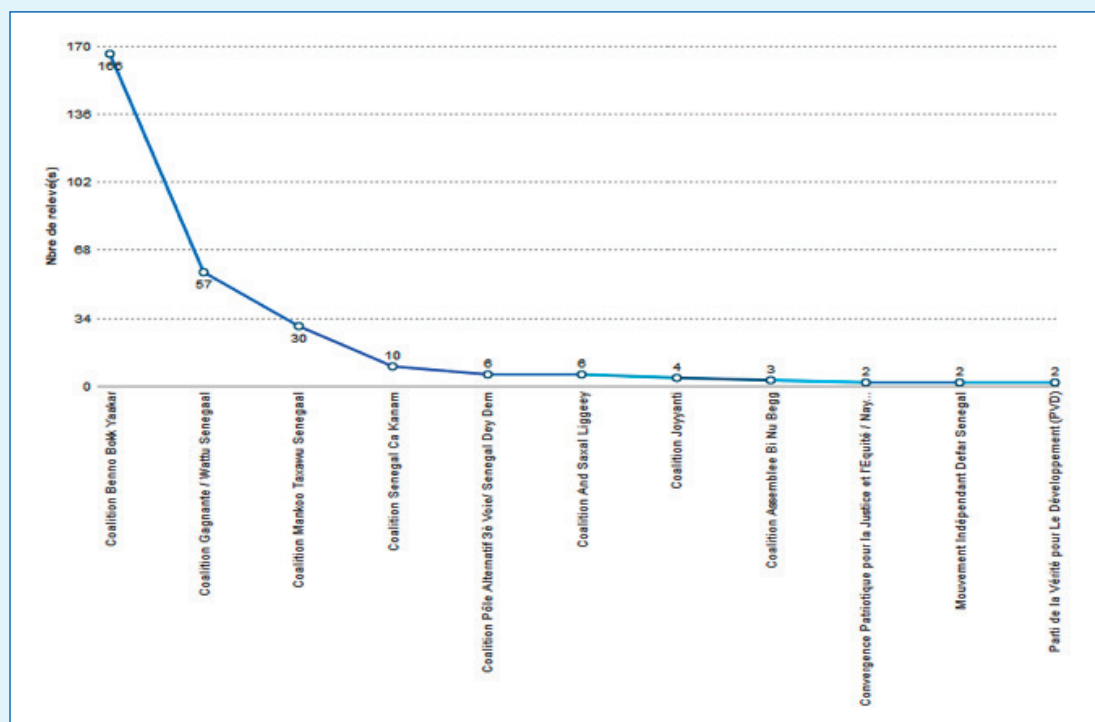
La persistance de la diffusion d'émissions interactives de voyance, en direct sur une longue plage horaire, par certaines stations de radiodiffusion, sans indications sur le coût des appels téléphoniques.

• Manquements liés à la couverture des législatives de juillet 2017



Le troisième trimestre de cette année a été marqué par la tenue du scrutin pour les législatives de juillet 2017 (Cf. graphique ci-dessus). Durant la précampagne, période de trente (30) jours précédant la campagne électorale, certaines dispositions du code électoral n'ont pas été respectées, notamment l'Article L61 du code électoral qui interdit toute propagande déguisée ayant pour support les médias nationaux (publics ou privés).

Le CNRA a relevé des manquements à cette disposition, caractérisés par la diffusion de programmes sous forme de manifestations et/ou déclarations publiques à l'avantage ou au détriment de certains candidats ou à un parti politique ou coalition de partis politiques. Comme on peut le voir sur le graphique ci-dessus, la coalition au pouvoir a fait l'objet d'une importante couverture, largement au-dessus de celle consacrée aux autres parties prenantes.



La violation de l'interdiction de propagande clairement identifiée ou déguisée a été relevée pendant les trente jours précédant l'ouverture officielle de la campagne électorale.

La violation de 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 radio diffusion et de la télévision (article L. 61 du code électoral).

- L'immixtion de certaines radios communautaires dans la campagne électorale en violation manifeste du cahier des charges les régissant qui prévoit en son article 18 que « la radio communautaire ne peut diffuser des informations, messages ou débats à caractère politique » a été relevée aussi.
- Le non-respect des dispositions du code électoral applicables à la fin de la campagne électorale : certains médias se sont permis de diffuser des éléments de campagne le samedi 29 juillet 2017, veille des élections et lendemain de la clôture de la campagne électorale.

II. RECOMMANDATIONS

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

1. Respecter les **principes éthiques et déontologiques**, qui déterminent le périmètre de l'exercice du métier de journaliste, d'animateur, et faire preuve de **rigueur et de professionnalisme** dans la vérification, le traitement et la diffusion de l'information.
2. **Satisfaire à l'obligation de protection du jeune public, la sauvegarde de l'image de l'enfant et de la dignité des couches vulnérables.** La diffusion de certaines émissions par les médias audiovisuels doit être programmée à des heures qui permettent de préserver cette catégorie importante de la population.
3. Programmer des clips musicaux en tenant compte de la nécessité de veiller au respect de la sensibilité des téléspectateurs et à la protection du jeune public.
4. Respecter les dispositions de la loi N°83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité, notamment :
 - l'article 9 qui proscrit « toute déclaration ou présentation visuelle qui offense les mœurs et la morale en général » ; le respect strict des dispositions de l'article 9 de la loi N°83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité qui proscrit « toute déclaration ou présentation visuelle qui offense les mœurs ou la morale en général, ou qui soit susceptible directement par voie d'omissions ou d'ambiguïté, de mensonge délibéré d'abuser de la confiance du consommateur ou de son manque d'expérience » ;
 - l'article 14 qui dispose : « La publicité, lorsqu'elle fait appel à la femme, ne doit pas, pour quelque motif que ce soit, porter atteinte à sa dignité ou la déconsidérer ».
5. **Arrêter la diffusion de la publicité au profit de prétendus guérisseurs.** Les responsables des médias se doivent de respecter les dispositions des lois, règlements et cahiers des charges **interdisant la publicité au profit de prétendus guérisseurs.**

Le Collège des Conseillers du CNRA

FAITS ET CHIFFRES

Le paysage médiatique audiovisuel sénégalais en 2017

Pluralisme, faible diversité, profils des radios et des télévisions

Taille et offre de pluralisme

Le paysage médiatique sénégalais est relativement fourni et couvre le territoire national, à l'heure du passage vers le numérique. Il s'est significativement démocratisé. Le secteur public cohabite depuis plusieurs années avec le secteur privé, doté de radios et de télévisions commerciales. Les radios communautaires et les médias en ligne occupent également une place importante dans le paysage médiatique national.

Le paysage audiovisuel sénégalais, selon les statistiques transmises par l'Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes en fin 2017, se présente comme suit :

- plus de 200 radios commerciales ont été concédées à des opérateurs radio nationaux
- Près de 200 radios associatives et communautaires.
- Plus de 90 fréquences de télévision à divers opérateurs, d'ailleurs peu nombreux.
- 19 licences de radiodiffusion étrangère.

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

Offre de diversité

- Cette profusion de canaux et d'éditeurs interpelle le CNRA. 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, les mutations rapides, l'environnement concurrentiel, engendrent des transgressions des dispositions légales et réglementaires, exposant le public à des dérives préjudiciables à la société, notamment au jeune public.





Monitoring des MEDIAS

MONITORING DES MEDIAS EN PERIODE ELECTORALE

CAS PRATIQUE : LES ELECTIONS LEGISLATIVES DE JUILLET 2017

Le monitoring durant cette période est indispensable sachant que l'univers médiatique joue un rôle crucial dans l'information des populations et dans la formation de leurs opinions et choix électoraux. Rappelons qu'en période électorale, la mission et l'autorité du CNRA s'étend à la presse écrite.

OBJECTIFS

- Mesurer durant tout le processus — précampagne, campagne, jour du vote — le respect des dispositions du Code électoral (ex : l'interdiction de toute propagande déguisée ayant pour support les médias nationaux publics ou privés pendant la précampagne, le respect des principes liés à l'éthique et à la déontologie dans le traitement de l'information) ;
- Créer et valoriser une base de connaissances sur le pluralisme politique, la représentation des langues, la répartition hommes/femmes dans la couverture médiatique des élections.

METHODOLOGIE

Le service de monitoring a procédé à un échantillonnage constitué de :

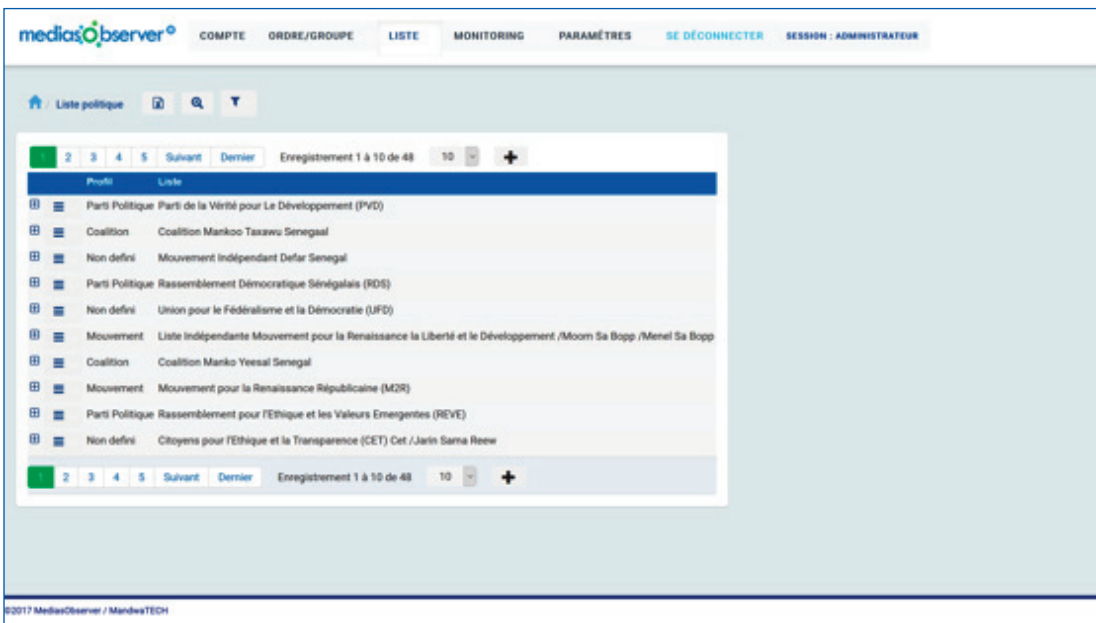
- neuf (9) chaînes de télévision ;
- huit (8) radios ;
- dix-sept (17) quotidiens ;
- douze (12) plateformes d'information en ligne.

L'exercice a été mené selon les étapes suivantes :

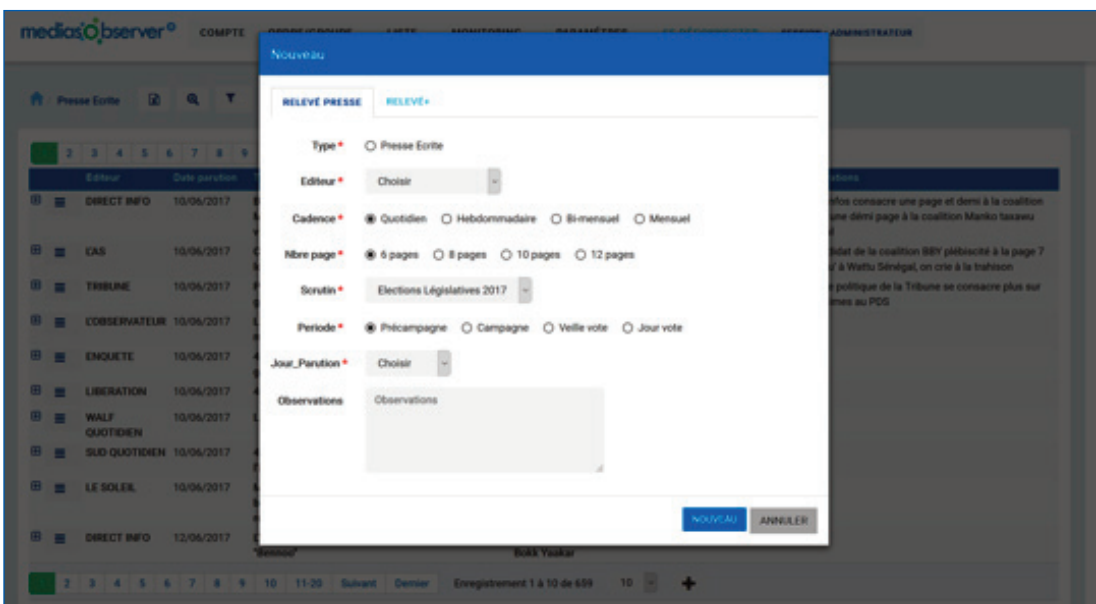
- le suivi et le relevé systématique des passages des différentes listes/coalitions en compétition pour cette élection dans les diverses émissions (journaux, revues de presse, reportages, émissions dédiées, etc.) présentées par les médias audiovisuels ;
- pour la presse écrite, un suivi des parutions au jour le jour de certains quotidiens ;
- pour les sites d'information en ligne, le CNRA a suivi quotidiennement les articles, vidéos, photos, insertions publicitaires ;
- pour l'acquisition des données audiovisuelles, le CNRA, dispose du système « HMS Médias », développé par la HACA du Maroc.

COLLECTE ET EXPLOITATION

La collecte et l'exploitation des données sont des étapes fondamentales dans l'exercice du monitoring. Pour recueillir et analyser les données de l'audiovisuel, de la presse écrite et de la presse en ligne, le CNRA a utilisé « MEDIASOBSERVER », un autre progiciel web dédié à la gestion et au suivi de la couverture médiatique des élections.



- Capture « MEDIASOBSERVER »: Interface data Partis/Coalitions



- Capture « MEDIASOBSERVER »: Interface insertion relevé

Il s'agit, en l'occurrence, d'un espace collaboratif en ligne associant les équipes dédiées au monitoring, l'administration, les membres du conseil du CNRA et certains intervenants externes.

Id	Scrutin	Tranche	Groupe	J/semaine	Journée	Jour/Diff
1	Elections Législatives 2017	1e	G_1	Dimanche	J 1	09/07/2017
2	Elections Législatives 2017	1e	G_2	Dimanche	J 1	09/07/2017
3	Elections Législatives 2017	1e	G_3	Dimanche	J 1	09/07/2017
4	Elections Législatives 2017	2e	G_4	Dimanche	J 1	09/07/2017
5	Elections Législatives 2017	2e	G_5	Dimanche	J 1	09/07/2017
6	Elections Législatives 2017	2e	G_6	Dimanche	J 1	09/07/2017

- Capture « MEDIASOBSEVER »: Vue exportation liste de diffusion

Remarque : Sur ce panel de médias constitué lors de ces élections, nous avons relevé :

- *Trois mille six cent soixante-deux* (3662) articles pour la presse écrite,
- *Deux mille cent cinquante et un* (2151) publications (Art, Vidéos, Visuels) pour la presse en ligne,
- *Trois mille trois cent cinq* (3305) programmes pour la radio et la télévision.

LA SUPERVISION DES « TEMPS D'ANTENNE »

Le CNRA a fait face à une situation inédite depuis sa création. Sous la supervision de l'instance, le service public, avait l'obligation d'assurer aux 47 coalitions et/ou listes en compétition, quotidiennement et pendant toute la durée de la campagne, le même temps d'antenne, qui était de deux minutes par participant. Sur deux tranches horaires (18h et 21h) avec des principes de rotation relativement complexes, le régulateur devait gérer les temps et aussi l'ordre de passage des candidats pendant une vingtaine de jours.

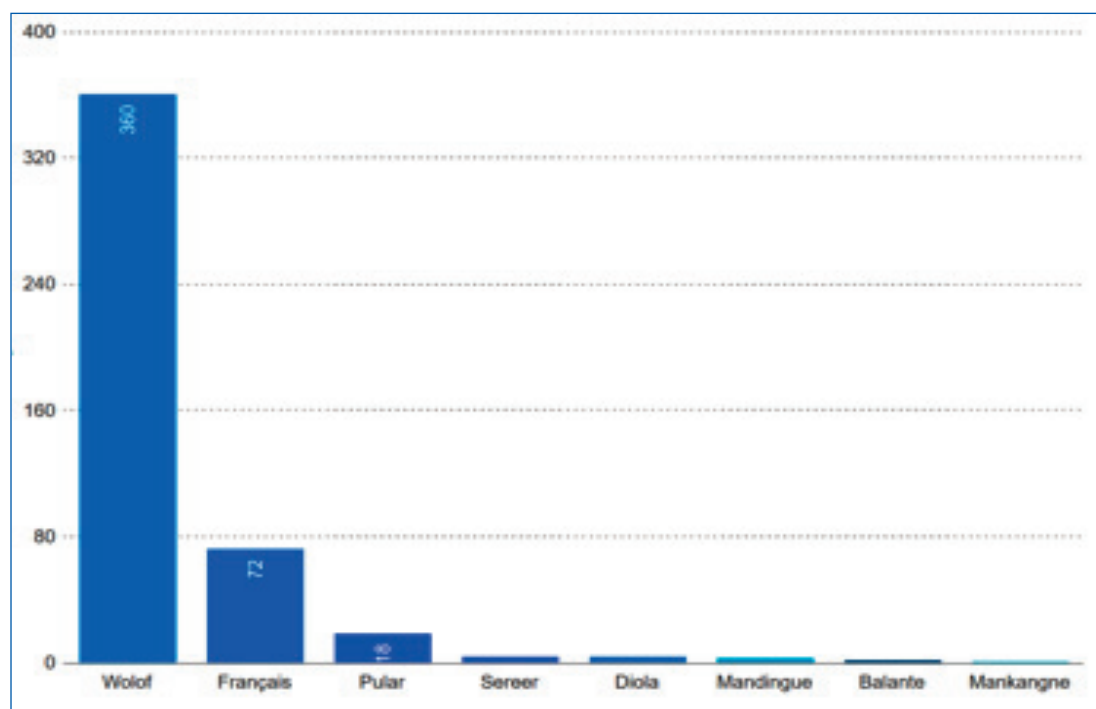
Pour remplir sa mission de veille et de contrôle des passages radiotélévisés, l'Assemblée du CNRA a visionné bien plus que les « 940 » messages, si l'on tient compte des correctifs qui ont dû être apportés et encore revus pour vérification, à la suite des observations issues de ses séances de visionnage quotidiennes ou des problèmes techniques liés à la diffusion.

METHODOLOGIE

- Classement des listes par tirage au sort de 1 à 47 ;
- Création de 5 groupes comptant chacun 8 listes et d'un groupe de 7 listes ;
- Définition de 2 tranches de diffusion (Tranche 1 / à 18h00 et Tranche 2/ à 21h00) ;
- Mise en place d'un système de rotation par groupe mais aussi de rotation par liste au sein de chaque groupe.

Grâce à un modèle informatique, le CNRA a pu gérer avec la plus grande fiabilité possible l'ordre de passage à chaque journée de campagne. Le progiciel « MEDIAOBSERVER » a permis de faire une simulation complète des 940 passages pendant les vingt journées de la campagne.

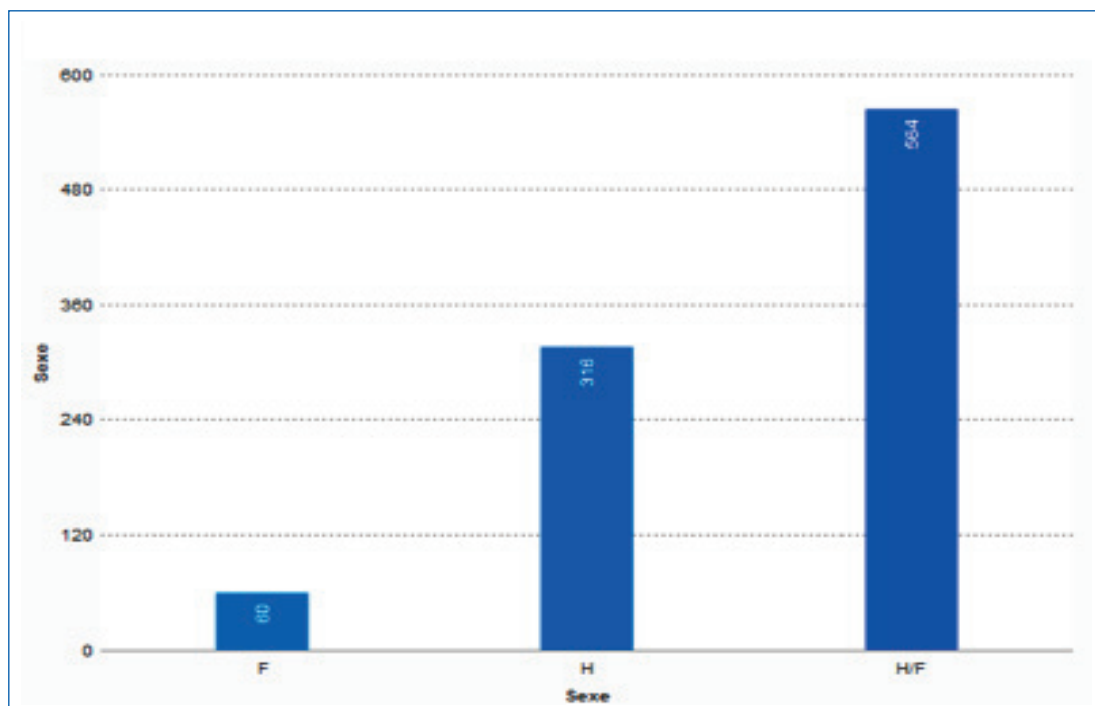
APERÇU STATISTIQUES¹ : LES PRINCIPALES LANGUES UTILISEES



Durant la campagne électorale, l'expression sur le terrain s'est faite le plus souvent dans les langues du terroir. Cependant, le wolof en particulier et aussi le français ont été les langues les plus régulièrement utilisées par les candidats, tout au long de leurs déplacements.

¹ Extraits du rapport du CNRA sur la couverture médiatique des législatives de juillet 2017

RÉPARTITION HOMMES/FEMMES



D'une manière générale, plusieurs orateurs, hommes, femmes, jeunes et personnes âgées, se sont prêtés à l'exercice. A l'exception de quelques têtes d'affiche « femmes », le plus souvent, à l'antenne, ce sont des hommes qui se sont le plus exprimés. Les femmes, dans le cadre de groupes mixtes, disposaient aussi d'un certain temps de parole.



The background features a light blue and white geometric pattern of overlapping triangles and lines. A dark blue rectangular area on the left side contains a trail of bright blue particles, suggesting a data stream or network activity.

Monitoring : faits et chiffres

MONITORING DES MEDIAS

LES CONTENUS AUDIOVISUELS

Dans une société de la communication où les entreprises audiovisuelles figurent en bonne place dans la dynamique collective, les médias remplissent plusieurs fonctions de nature cognitive et socio-affective.

Les producteurs-diffuseurs renouvellent constamment leur offre de contenu pour subsister dans un écosystème régulièrement redessiné par les mutations technologiques.

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, conformément à sa mission, s'assure quotidiennement de la qualité des programmes proposés aux populations, mais aussi des réalités structurelles du secteur.

La protection du jeune public, l'intégrité des messages publicitaires, la diffusion de débats à caractère politique, les questions de santé, de religion servent, entre autres paramètres d'évaluation de la pertinence de la production audiovisuelle qui, grâce à un monitoring objectif, permet d'interroger ou de réinterroger les représentations des uns et des autres dans les médias.

PROFESSIONNALISATION DE LA REGULATION

A l'instar du CNRA, la plupart des instances, ressentent l'impact fort de la convergence technologique sur le paradigme de la régulation audiovisuelle, mais aussi sur leur structure et leur mode de fonctionnement. Pour le Président du CNRA, il faut construire le futur du secteur sur la base du respect des populations autant que des opérateurs appartenant à l'écosystème audiovisuel. Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) fonde sa doctrine de la régulation sur un monitoring structurant des contenus programmatiques dans un paysage médiatique pluriel où la norme, c'est la liberté.

MODERNISATION DE LA DEMARCHE

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) a entrepris de restructurer son système de monitoring mais aussi son approche fonctionnelle et organisationnelle, dans un contexte où l'exercice de la régulation revêt une nouvelle dimension avec la poussée de la digitalisation et de l'internationalisation des contenus audiovisuels.

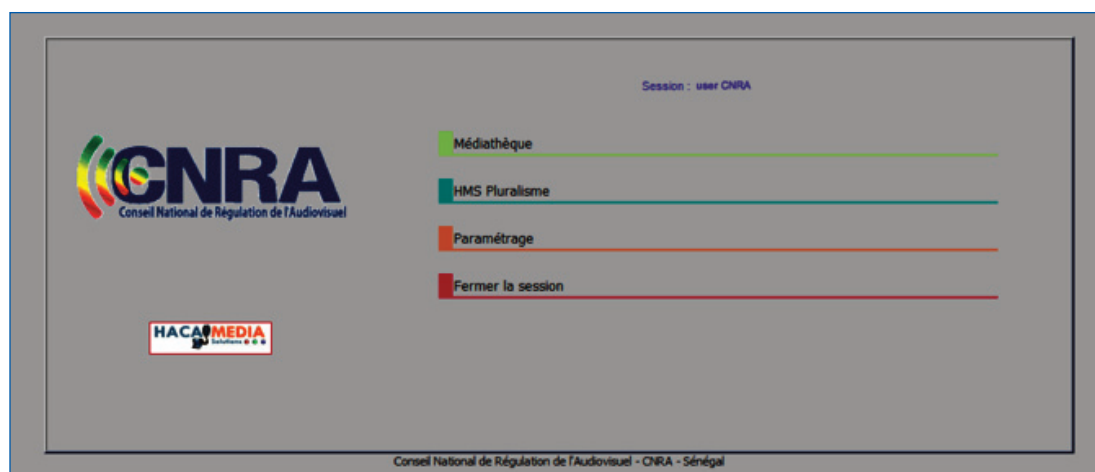
Dans une société où l'information et la connaissance se libèrent inévitablement de toutes formes d'emprise, il faut réinventer une approche pratique et pragmatique du monitoring

des médias qui doit désormais accompagner la dynamique programmatique et/ou permettre de mesurer les équilibres nécessaires concernant la représentation et le temps de présence de tous les acteurs conformément à leur égal droit à l'information.

La refonte du système et des procédures de monitoring s'inscrivent logiquement dans le renforcement de la démarche scientifique que le CNRA s'essaie à mettre en œuvre pour mieux réguler un secteur dans le sens de l'intérêt des publics réceptacles mais aussi de la sauvegarde de l'écosystème audiovisuel.

COTE PRODUCTION

En 2014, le CNRA a déployé un nouveau système d'acquisition et de production pour le monitoring des programmes audiovisuels. Cette installation permet l'exploitation en temps réel et en mode différé de l'ensemble des contenus audiovisuels pour s'assurer du respect par les éditeurs de service de leurs engagements contractuels. L'infrastructure qui a été mise en place est extensible et permet l'enregistrement et l'indexation en temps réel des programmes de 24 télévisions et de 36 radios. Il s'agit, en l'occurrence, d'une étape importante de la professionnalisation du métier de régulateur dans la construction de la régulation de demain.

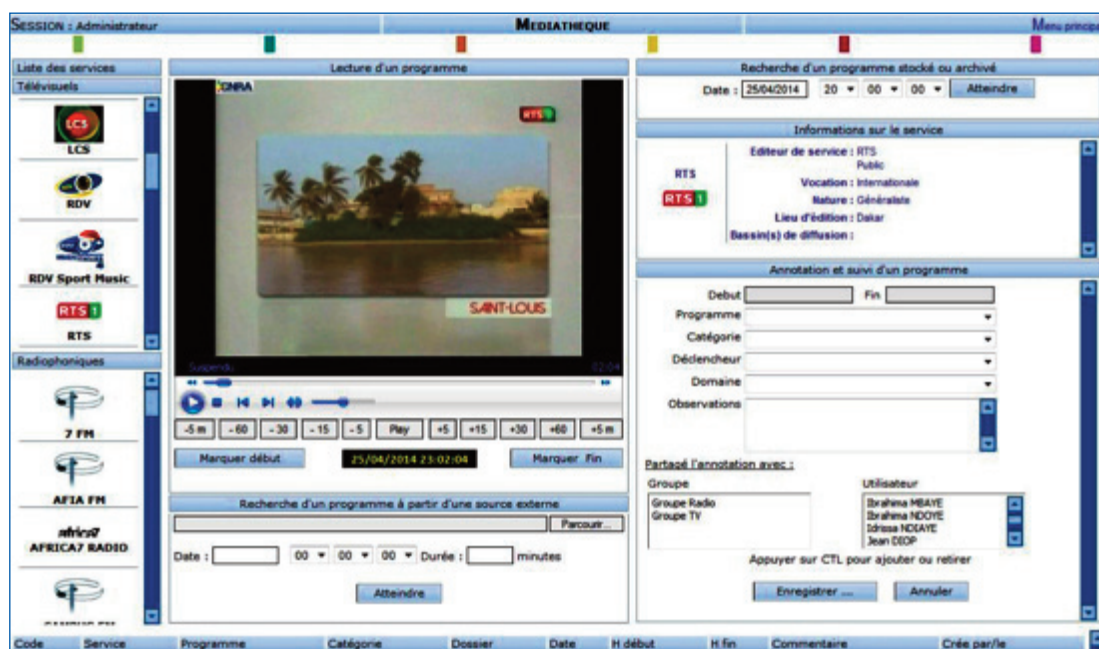


- Capture : Le système installé, « HACA Média Solutions HMS ».

Cette solution a été développée sous l'égide de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA) du Maroc en 2007 et partagée dans le cadre de la coopération internationale.

Elle est composée de trois modules :

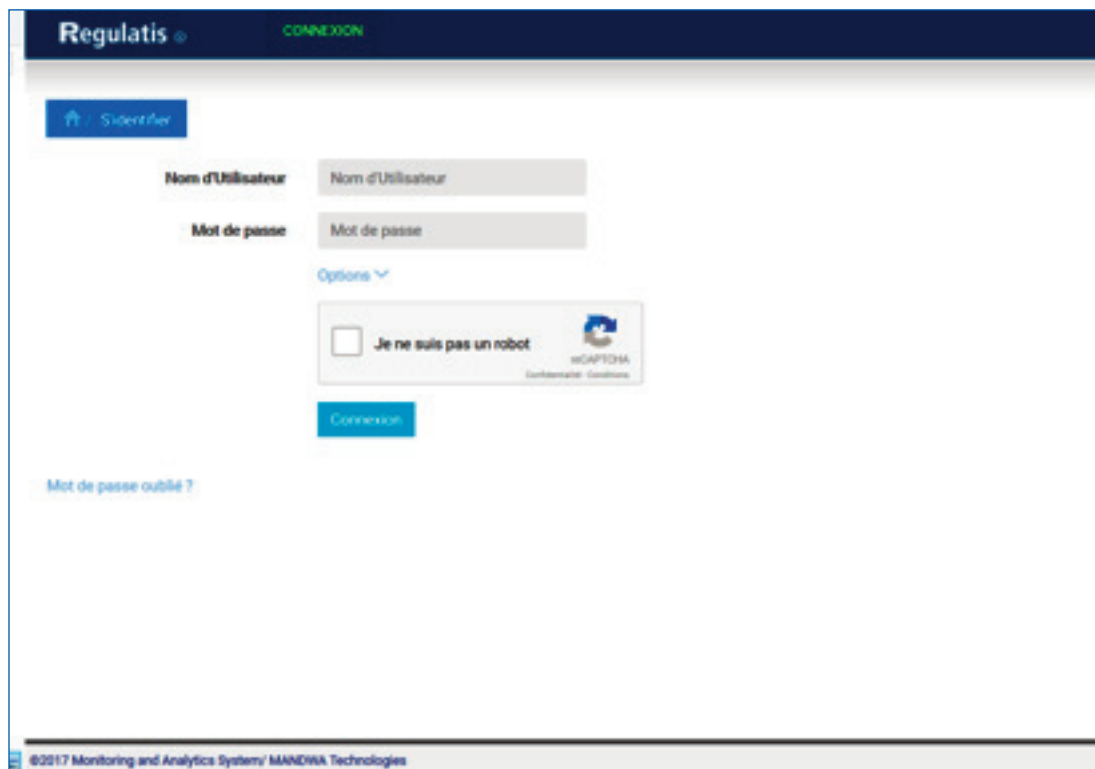
- Le module « HMS Acquisition » qui permet l'acquisition des signaux, la numérisation et l'archivage des programmes radiophoniques et télévisuels 24h/24 et 7j/7.
- Le module « HMS Médiathèque » qui permet d'accéder aux programmes en direct ou en différé, avec moteur de recherche par le nom du média, la date et l'heure de diffusion.
- Le module « HMS Pluralisme » qui permet de comptabiliser les temps de parole et le temps d'antenne, notamment en périodes électorales.



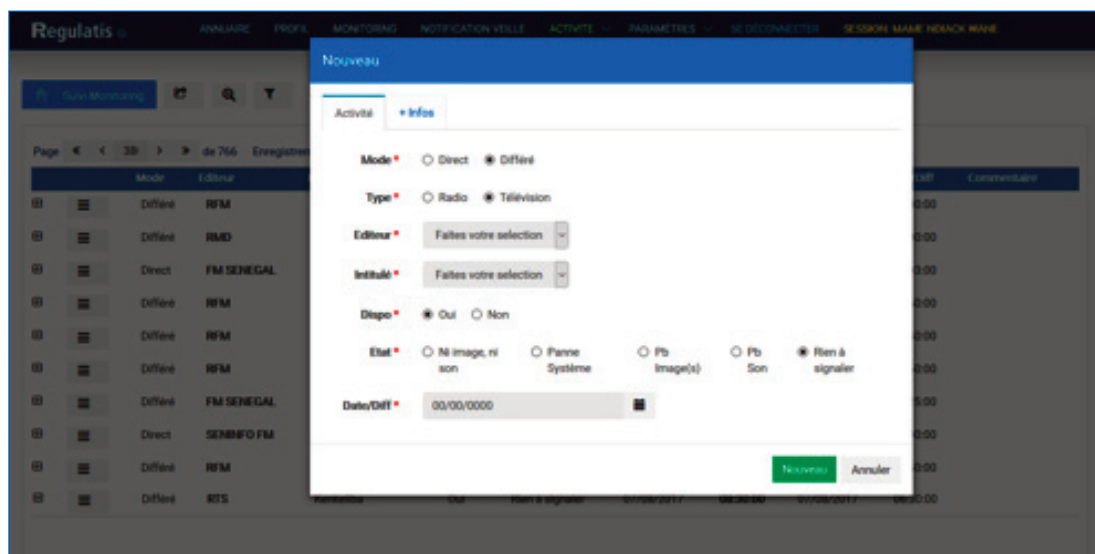
- Capture : Interface Médiathèque « HACA Média Solutions HMS ».

COTE OPERATIONNEL

Après l'acquisition d'un dispositif de production, l'autre défi pour le CNRA consistait à la mise en place d'un système d'information adapté dédié à l'exploitation et la supervision des données enregistrées par le système. Avec l'appui d'un partenaire, le service de monitoring dispose désormais de la solution « REGULATIS », orientée métier, distribuée en mode SAAS (Software as a Service), qui permet de gérer, d'organiser et d'analyser tous les flux de données générées ainsi (thématique, typologie, grille des programmes, acteurs du secteur, manquements etc.).



- Capture : Login utilisateur « REGULATIS ».



- Capture : activités utilisateur « REGULATIS ».

Dans le domaine de la régulation audiovisuelle, « REGULATIS » fait partie des premiers progiciels de gestion et de reporting dédié à l'exploitation du monitoring des médias. Cette technologie permet de répondre au besoin de suivi quantitatif et qualitatif des contenus audiovisuels.

La solution « REGULATIS » permet de disposer à tout moment d'une cartographie précise et représentative des caractéristiques du paysage audiovisuel. Elle fournit des informations pertinentes qui participent à la motivation et à la qualification matérielle de certaines décisions du Conseil, accompagne la dynamique quotidienne de la régulation dans toutes ses formes d'expression.

Le progiciel a permis de procéder à un état des lieux représentatifs de la dynamique programmatique du paysage médiatique en établissant des grilles de diffusion, des fiches techniques détaillées sur les programmes, la fiche d'identité des journalistes, présentateurs et animateurs etc.

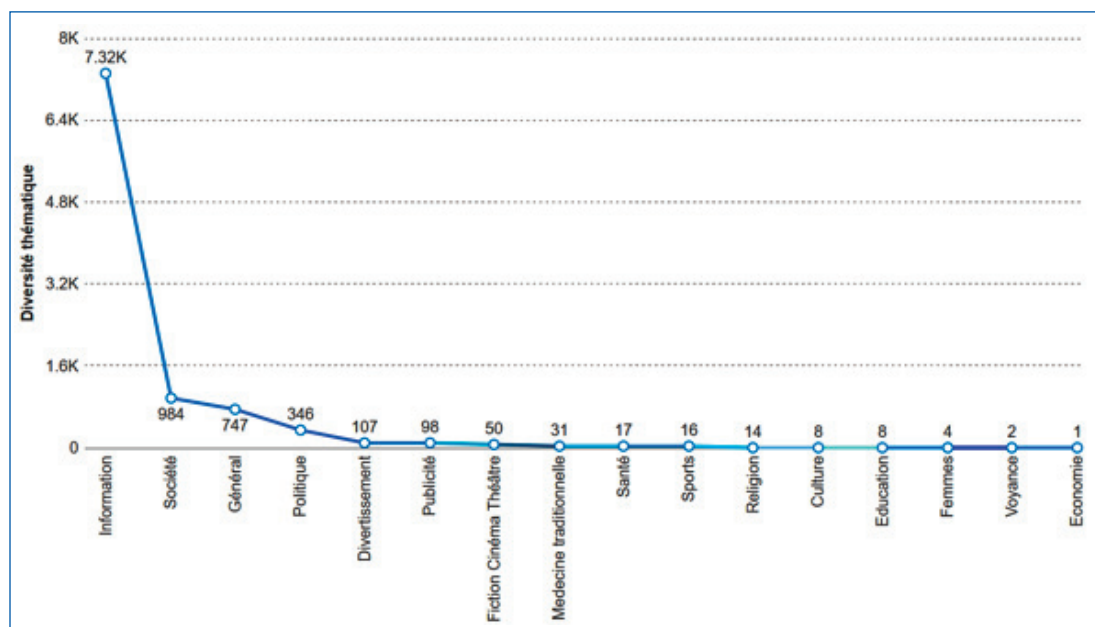
Tous les trimestres, le CNRA émet un avis enrichi de statistiques automatiquement générées par l'outil sur la base des informations quotidiennement enregistrées par les agents du service.

Entre autres fonctions, le progiciel est aussi programmé pour alerter via email (option d'envoi de SMS disponible) un ou plusieurs responsables (Membres du Conseil, Staff) lorsque certains contenus problématiques ont été diffusés ou font l'objet d'une programmation ultérieure dans les médias audiovisuels.

QUELQUES CHIFFRES SUR L'ANNEE 2017

Les caractéristiques mises en évidence par les sondages commandités par le CNRA, sur les audiences et les usages des médias, ont permis de formuler une base cognitive sur l'accès des publics à la télévision et à la radio. L'action au sein du service de monitoring se fonde sur une méthodologie systématique d'observation, d'analyse quantitative et qualitative des programmes selon un échantillonnage représentatif composé de profils d'éditeurs audiovisuels sélectionnés en fonction des études statistiques qui ont été faites sur le secteur.

Durant l'année 2017, le département de monitoring a traité *neuf mille sept cent quarante-neuf* (9749) programmes de télévision et de radio. Ces contenus audiovisuels ont été répertoriés en fonction de l'éditeur, du type de média, de la typologie de programmes, de la thématique, de la fréquence de diffusion entre autre variables.

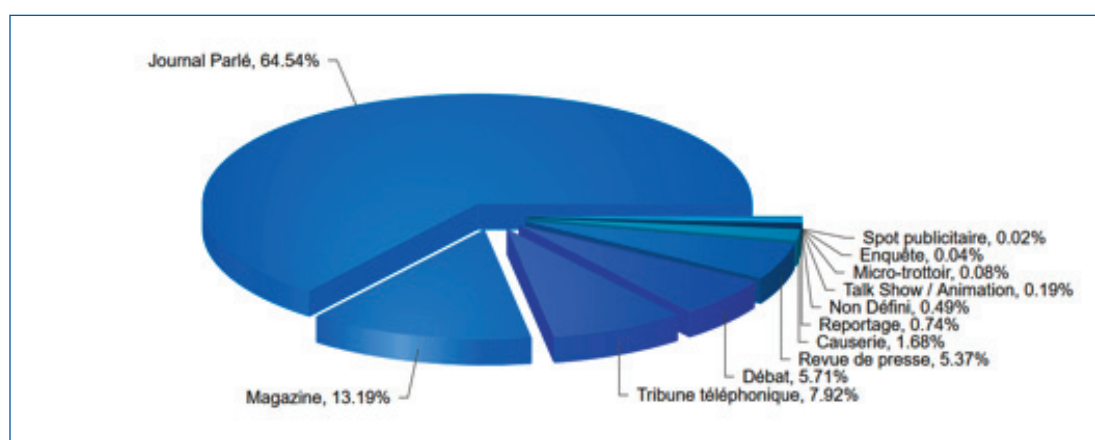


- Graphique sur la thématique des contenus radios et télévisions confondues

Remarque : Les journaux télévisés, les magazines d’information, les articles de presse écrite, en ligne, vidéos et insertions publicitaires et les débats font l’objet d’un suivi systématique au niveau du service de monitoring.

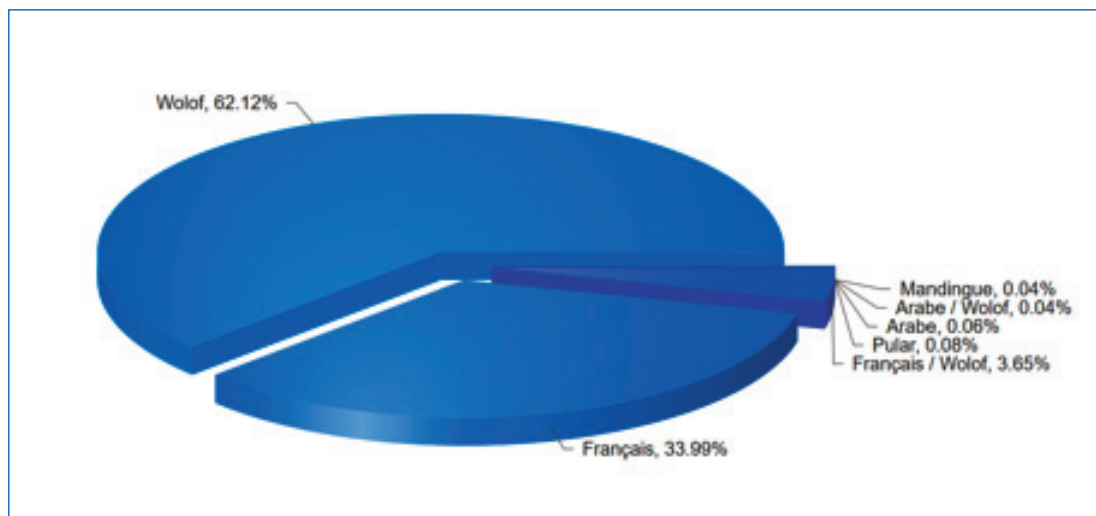
RADIOS

Sur la base de notre échantillonnage, quatre mille sept cent sept (4707) émissions de radios ont fait l’objet d’un suivi régulier en 2017.



- Graphique sur le format des émissions de radio

Le « Journal parlé » est le format le plus suivi avec un pourcentage relatif à 64,54%, ensuite nous avons les « Magazine » à 13,19 %.

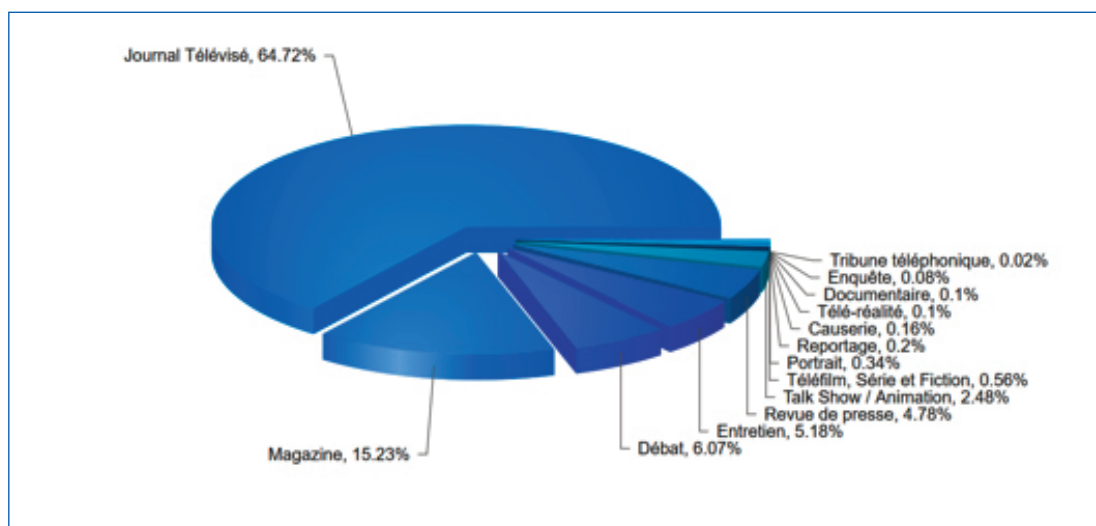


- Graphique sur le Langues dans les émissions de radio

Pour les langues utilisées, le « Wolof » avec taux relatif à 62,12% est la plus présente dans les programmes ensuite nous avons le « Français » avec 33,99%. Les langues locales sont très peu présentes dans les contenus.

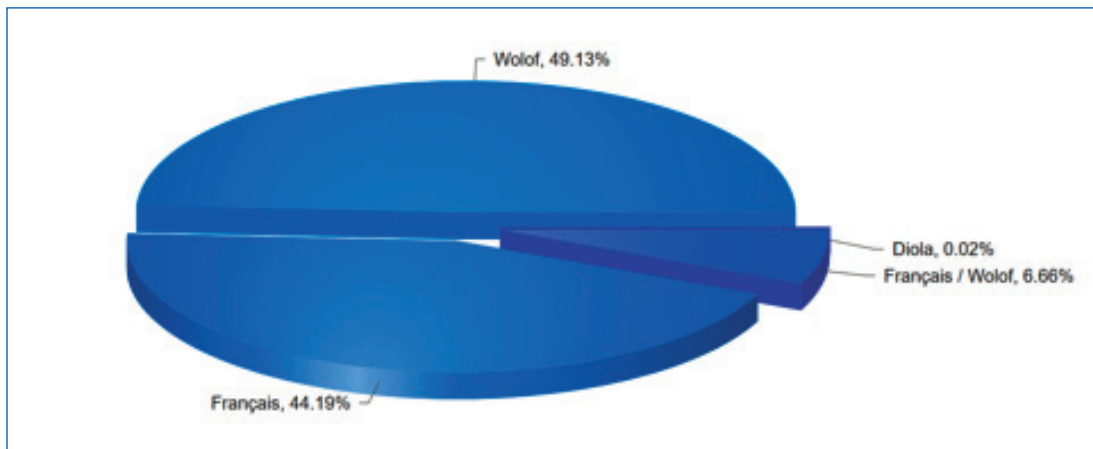
TELEVISIONS

Le monitoring a suivi cinq mille quarante-deux (5042) programmes de télévision.



- Graphique illustrant le format des émissions de Télévision.

A l'instar des observations faites sur la radio, les émissions d'information notamment « Le Journal télévisé » sont plus présentes dans le plan de suivi des programmes avec un pourcentage relatif de 64,72%, suivi des « Magazine » avec 15,23 %.

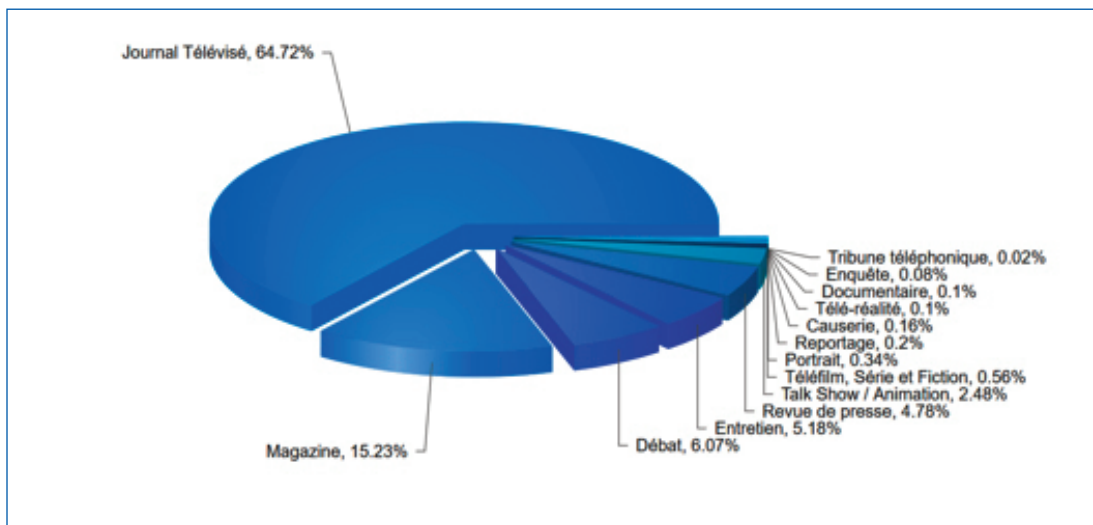


- Graphique illustrant les langues utilisées à la Télévision.

A la télévision, le « Wolof » avec taux relatif à 49,13 % en recul par rapport à son usage à la radio (62,12 %) est la langue la plus représentée suivie du « Français » qui remonte sensiblement avec 44,19 % contre 33,99 % lorsqu’il s’agissait des émissions radio. Comme pour la diffusion radiophonique, les langues locales restent encore très peu présentes dans les contenus.

MANQUEMENTS

Deux cent cinquante (250) violations ont attiré l’attention du service de monitoring durant cette année.



- Graphique illustrant les Manquements/Violations.

Les relevés du monitoring à la base de ce graphique, nous montrent que les manquements liés à l’éthique et à la déontologie sont les importants avec 53,6 % de représentation. Les violations liées à la catégorie « Enfance et Adolescence » représentent 31,6 % des cas dans notre échantillon.

DEFIS DU MONITORING DES MEDIAS

ADAPTATION ET LEGITIMITE SCIENTIFIQUE

L'activité de monitoring des médias ne peut pas se résumer à une action binaire consistant simplement à juger selon les dispositions juridiques et réglementaires du caractère approprié ou inapproprié des contenus audiovisuels. Le monitoring peut permettre de déterminer et d'expliquer la dynamique programmatique des médias qui reste fortement influencée par certaines tendances sociales. Les observations et analyses effectuées à partir de la supervision des programmes diffusés sont une partie très importante de la matière qui conditionne et/ou appuie quotidiennement la régulation notamment pour structurer le secteur.

La question de ressources humaines et matérielles est critique, la plupart des instances sont dépourvues de personnels qualifiés pour prendre en charge au-delà des aspects techniques, la dimension prospective inhérente à la régulation des médias, qui doit se fonder aussi sur des études pour anticiper et encadrer sur les défis futurs.

Les considérations juridico-politiques restent malgré tout, les fondements de la majeure partie des modèles de régulation mis en place pour encadrer le pluralisme médiatique dans certaines jeunes « démocraties ». Cependant la mission de monitoring, c'est aussi de proposer des projections sociologiques sur la vie des médias. La pertinence du monitoring est fortement liée aux compétences mobilisées qui doivent être d'un niveau affirmé et légitimant dans une pluridisciplinarité organisée en unités de valeurs, notamment les sciences de l'information et de la communication, le droit, l'économie, la sociologie, les technologies de l'information et de la communication et bien d'autres domaines des sciences sociales.

ENJEUX TECHNOLOGIQUES

Le brouillage des frontières sectorielles subséquentes à l'apparition de « nouveaux type de services audiovisuels à forte valeur ajoutée », remet fortement en cause le cadre réglementaire et opérationnel du monitoring des médias. Quelles sont nos options en tant que régulateurs pour l'adaptation des réglementations dans l'audiovisuel, les télécommunications désormais associées par l'expérimentation universelle de la convergence technologique.

L'internet relève-t-il en partie de la réglementation audiovisuelle pour certains des contenus qu'il véhicule en tant que média et de celle des télécommunications en tant que réseau, bien que n'étant explicitement régi par aucune des deux (la neutralité du Net). Voilà la une problématique qui devrait être prise en charge pour l'intérêt et la pertinence de la régulation.

La multiplication et la standardisation des modes de distribution et de consommation des services audiovisuels (mode linéaire vs mode non linéaire), favorise l'enrichissement régulier de l'offre de services audiovisuels, d'où l'obligation pour le régulateur de comprendre et d'accompagner ces mutations pour pleinement jouer son rôle sociétal.

Cette tendance inéluctable qui favorise l'émergence des nouveaux modes de diffusion désormais « hybrides » alliant l'audiovisuel et les télécommunications va accentuer les difficultés inhérentes aux fonctions du monitoring, dans un sens plus large que celles de la régulation des médias. Le monitoring des médias devra s'adapter à la réalité technologique dans un contexte de « super-interactivité » autour du réseau Internet.

Le monitoring devra être constamment « ajusté » pour fournir à la réflexion et au décisionnel, les éléments les plus pertinents, les plus objectifs qui devront alimenter la réflexion et guider l'action de la régulation dans le but de structurer objectivement la dynamique audiovisuelle.

Dossier préparé par
Mame Ndiack **WANE**
Conseiller du Président du CNRA
Chef du service de monitoring





Recherche & Prospective

RECHERCHE ET PROSPECTIVE

QUALITÉ DE LA CRÉATION ET DE LA PRODUCTION DES SÉRIES TÉLÉVISÉES

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) poursuit l'initiative visant l'amélioration de la qualité de création et de production des séries télévisées. Mis sur pied, le comité de suivi s'est réuni le 31 janvier 2017, pour préparer l'organisation de deux événements : une réunion avec les directeurs de programme avant le début du mois de Ramadan et un atelier avec les producteurs.

Pour rappel, les 4 et 5 novembre 2015, le CNRA avait réuni quelque 80 acteurs de l'audiovisuel autour des enjeux de qualité des contenus diffusés par les télévisions. Le thème de l'atelier était « *Le défi de la qualité face à la tentation de la quantité* ». Les objectifs assignés à l'atelier étaient de réunir les conditions pour :

- améliorer la qualité technique et artistique des productions culturelles dans l'audiovisuel ;
- sensibiliser à propos de l'impact sociétal de ces productions ;
- renforcer la responsabilité sociétale des diffuseurs ;
- poser les bases d'un cadre normatif.

La participation, la mobilisation et les contributions avaient été au rendez-vous et avaient permis une production intellectuelle de qualité, des échanges francs et engagés. Le premier résultat avait consisté en une série de 29 recommandations formulées au cours des deux journées. Le cabinet NEXUS Groupe avait été mandaté pour faciliter l'élection de recommandations prioritaires à prendre en compte dans un plan d'action réalisable.

A cet effet, trois recommandations avaient été retenues par les participants :

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.

REUNION AVEC LES DIRECTEURS DE PROGRAMME

Le 19 avril 2017, le CNRA a réuni les directeurs de programme des chaînes de télévisions sénégalaises. L'objectif principal de la réunion était d'échanger sur l'offre actuelle de contenus, les conditions actuelles de production et les perspectives.

Cette session a permis aux professionnels de formuler quelques recommandations fortes :

- Les conditions d'opération, de programmation et de production ;
- Les besoins en formation des équipes techniques ;
- La fonction de direction artistique ;
- L'implication de divers acteurs de l'industrie culturelle nationale.

ATELIER TECHNIQUE DE FORMULATION DE NORMES DE CREATION ET PRODUCTION DE CONTENUS

A la suite de la rencontre avec les directeurs de programme des chaînes de télévisions sénégalaises, un atelier technique de formulation de normes de création et production de contenus » a été tenu, les 25 et 26 avril 2017.

Les participants ont adopté la résolution suivante :

1. que le processus entamé et le Comité de suivi priorisent et travaillent aux conditions de la professionnalisation, notamment en élaborant un plan de formation inclusif pour tous les métiers de création et de production audiovisuelle. Que ce plan projette la création, à terme, d'une grande école de formation aux métiers de l'audiovisuel, comme il en existe dans de nombreux pays de la région.
2. que les télévisions privées du Sénégal se réunissent au sein d'un collectif pour créer un cadre d'échanges sur les réalités des télévisions, aider à structurer le secteur et gérer leurs intérêts.
3. que le CNRA facilite la tenue de la prochaine réunion qui permettra au collectif de retenir les solutions à mettre en œuvre.
4. que les compétences du CNRA soient élargies pour renforcer l'accompagnement des télévisions dans le processus de professionnalisation.



The background features a complex geometric pattern of overlapping translucent shapes in shades of light blue and white. A prominent dark blue rectangular area is positioned on the left side, containing a trail of bright blue particles that appear to be moving upwards and to the right. The overall aesthetic is modern and digital.

Couverture médiatique des élections

PAROLES D'ACTEURS

Pr **KALIDOU SY-UGB** - Chef de Section Lettres, Arts et Communication-Responsable du laboratoire GRADIS - UGB

1 - Quelles devraient être les critères d'analyse sur lesquels le Conseil devra s'appesantir pour amener les médias à améliorer leurs contenus ?

Dans le cas d'espèce, il me semble important de prendre en considération d'abord des critères techniques liés aux équipements exigibles, ensuite des critères professionnels liés à la formation des ressources humaines (la professionnalisation, les compétences requises) et enfin des critères socioculturels liés aux contextes, aux environnements (de production, de diffusion et de réception/consommation). Cela signifie alors que l'analyse part du principe suivant lequel les contenus médiatiques ne se réduisent pas seulement à une question de produits, ils sont le résultat d'interactions complexes. Donc, si on veut les modifier de quelque manière que ce soit, il faut agir sur l'ensemble de la chaîne. Le contenu est une variable : pour lui affecter une valeur significative, il faut le réintroduire dans une logique de sens. Donc, le Conseil, pour aider les médias à améliorer leurs contenus, doit pouvoir indiquer un niveau minimal d'équipement requis, l'impact de la professionnalisation sur la qualité et le poids des environnements (physiques et symboliques) sur le processus de production du sens (il n'y a pas de sens a priori, le sens résulte d'une négociation, c'est une résultante). Le Conseil, au-delà de l'incrimination d'un contenu, propose une boîte à outils pour construire des solutions avec les inter-actants. Ce qui implique enfin que l'analyse doit être la plus ouverte possible à des expertises plus pertinentes et plus profitables au domaine.

2 - Selon vous, quels sont les enjeux d'une professionnalisation de l'activité du monitoring dans les stratégies de contrôle des contenus ?

La professionnalisation de l'activité du monitoring est fondamentale d'abord parce qu'elle transforme le contrôle des contenus en une logique d'articulation procédurale. Cela signifie dans un premier temps que le contrôle est une activité complexe qui mobilise plusieurs compétences adjacentes pour évaluer des contenus résultant eux-mêmes de pratiques complexes. Mais cela signifie aussi que l'activité de monitoring, en se professionnalisant, crée les conditions qui rendent possible l'élaboration de normes minimales de qualité des contenus médiatiques. Il sera donc possible de soumettre les contenus à des procédures d'évaluation à partir d'indicateurs objectifs et partagés par les partenaires. La professionnalisation permet d'objectiver les règles de contrôle d'une part et d'autre part d'exiger du contrôleur un minimum de qualification pertinente pour légitimer son exercice. Ainsi, de nouveaux profils sont à définir et même de nouvelles fiches de postes à construire pour rendre plus crédibles les avis du Conseil. Il y a donc un enjeu de crédibilité fondée sur l'expertise, de légitimité fondée sur l'institutionnalisation et de confiance fondée sur le partage de règles du jeu.

Parce que la question des médias est inséparable de la question de la médiation — médiation symbolique et médiation sémiotique, j’entends. Elle requiert un traitement particulier (expertise et volonté politique) dans la société et plus singulièrement dans une société en développement comme la nôtre.

.....

Monsieur Samba Sarr - Président du Réseau des Acteurs et des Professionnels des Entreprises et Industries Culturelles de l’Afrique de l’Ouest - RAPEICAO

1 - La protection des usagers à l’exposition à certains contenus médiatiques figure parmi les obligations les plus récurrentes des réglementations audiovisuelles du Régulateur. Pour accomplir convenablement ses missions, le CNRA s’est doté depuis 2014 d’un système moderne de monitoring. En tant que Président du RAPEICAO, sentez-vous l’apport de cet outil dans le suivi et le contrôle du contenu médiatique audiovisuel au Sénégal ?

Oui, s’agissant des télévisions et des radios sur lesquelles la pratique de veille médiatique permanente du CNRA, combinée aux mises en demeure, s’est avérée dissuasive pour des récidives de non-respect des termes des cahiers des charges. Cependant, ce résultat risque d’être circonscrit à ces seuls médias « statiques », compte tenu de la migration des pratiques illicites sur Internet où on retrouve les contenus des médias traditionnels, et où la mise en réseau d’usagers a permis la création de nouveaux espaces et de nouvelles formes de partage de données et de communication.

Cette modification de l’écosystème médiatique, favorisée par les principaux vecteurs de la révolution numérique que sont les industries culturelles, les médias et Internet, offre un terrain à la communication commerciale qui y crée un environnement concurrentiel, dans lequel les logiques marchandes se déploient sur des supports hors de portée des instances de la régulation. Ceux-ci exposent aux sollicitations du marché, les couches les plus vulnérables des consommateurs multimédias que sont les enfants et les adolescents.

A cette situation, s’ajoutent les réseaux sociaux qui reconfigurent la société et déconstruisent tout le système éducatif parental. Les enfants et les adolescents, du fait de leur possibilité de connexion directe sur Internet, sont livrés à eux-mêmes.

Ce contexte permet-il aux instances de régulation, dans les limites actuelles de leurs compétences, de protéger les usagers exposés à certains contenus médiatiques illicites ? Ne faudrait-il pas repenser le monitoring de contrôle des contenus, ainsi que le champ de compétence des instances de régulation à l’ère du numérique ?

2 - Selon vous, quels sont les enjeux d'une professionnalisation de l'activité du monitoring dans les stratégies de contrôle des contenus ?

Les enjeux sont éducatifs pour le RAPEICAO, dont l'un des objectifs est de contribuer à la restitution du primat de la Famille et de l'École dans la transmission des connaissances, des savoirs et des valeurs, articulés sur un bon usage des technologies nouvelles et des nouveaux outils de communication de masse.

C'est dans ce cadre qu'a été élaboré le Projet pilote national d'éducation aux médias et par les médias (PPNEMM).

L'éducation aux médias, dans son processus de développement, passe nécessairement par l'observation de la manière dont les usagers s'approprient les médias et Internet. Il faut, dès lors, former et accompagner les éducateurs et les autres acteurs de la Communauté éducative, à l'analyse et au monitoring des médias, à des fins de supports pédagogiques et de production de ressources éducatives multimédias.

Dans ce contexte, acquérir une compétence en monitoring dans les stratégies de contrôle des contenus, devient un enjeu majeur.

Madame Cousson TRAORE SALL - Directrice du Centre d'Etudes des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI) - UCAD.

1 - Quel regard portez-vous sur le monitoring, notamment son importance dans la qualité des contenus médiatiques, en tant que directrice d'une école publique de formation en journalisme, le CESTI ?

Le pluralisme médiatique et l'information de qualité fournie aux citoyens sont un des piliers de la démocratie ; le monitoring des médias en constitue le baromètre. Le monitoring permet d'évaluer le rôle voire l'impact des médias dans le processus démocratique en cours dans notre pays à travers la pertinence des thèmes qu'ils abordent, le professionnalisme des journalistes et leur contribution à la consolidation de la démocratie par la formation d'une opinion citoyenne bien éclairée.

En tant qu'institut de formation en journalisme, nous sommes conscients que le journaliste ne peut assurer son rôle que s'il a reçu, au préalable, une formation de qualité. Le monitoring, en tant que baromètre du professionnalisme des acteurs de l'information, nous permet d'évaluer en même temps la qualité des journalistes que nous formons et le cas échéant de réaménager nos enseignements.

2 - Le CESTI prend-il en compte le monitoring dans son offre de formation ? Si oui, quels modules de formation en la matière sont dispensés ? Si non, envisagez-vous dans le futur, d'inscrire dans l'offre programmatique des modules en monitoring ?

Jusqu'après les élections législatives de juillet 2017 au Sénégal, le CESTI était très peu impliqué dans les activités de monitoring. Mais en partenariat avec le Gorée Institute, notre établissement s'est pleinement impliqué dans l'activité de monitoring des médias durant la campagne des législatives de 2017 initiée par ledit institut. Cela a été une occasion pour former les 25 étudiants de première année du CESTI en techniques de monitoring et de faire des rapports sur les médias respectifs pour lesquels ils étaient désignés. Des enseignants ont été désignés pour l'analyse des résultats et la rédaction du rapport final.

L'expérience que nous en avons tirée nous amène à être conscients de la pertinence d'un module de monitoring dans notre formation. La période et les modalités restent à définir.

.....

Bacary Domingo MANE - Président du Conseil pour l'Observation des Règles d'Ethique et de Déontologie dans les médias au Sénégal (CORED)

1 - Quels apports du système de monitoring dans le cadre de l'initiative de co-régulation entre le CNRA et le CORED, lors du Référendum du 20 mars 2016 ?

Le rôle du CORED était de faire de la veille. Je me souviens que ce travail avait démarré à la veille du référendum. Nous avons appelé des confrères des radios mais surtout des télévisions après avoir constaté, qu'en prélude du scrutin, des gens publiaient des vidéos, pour leur dire que le temps de la campagne était terminé et qu'ils n'avaient pas le droit de faire ces genres de diffusion.

Le même travail a été poursuivi le jour même de l'élection. Une équipe du CORED s'était rendue au siège du CNRA. Certains se sont intéressés à la presse en ligne, d'autres à la radio et à la télévision. Donc, nous avons des gens qui suivaient pas à pas le travail que les confrères faisaient sur le terrain.

Pour me résumer, l'apport était un apport de veille et le travail fait par nos membres ce jour-là a été déterminant dans le résultat final.

2 - Le suivi et le contrôle du contenu médiatique audiovisuel au Sénégal sont-ils de plus en plus soutenus ?

Oui, je pense qu'il y a eu une évolution quand même et il faut s'en féliciter. Il faut reconnaître que le CNRA est en train de faire un excellent travail même si la perfection n'est pas de ce monde. J'en veux pour preuve, le monitoring que ses membres font et qui permet de suivre pas à pas le travail des journalistes.

Ce qui est intéressant et que j'ai applaudi à l'époque ce sont les données que le CNRA met à la disposition du public. Ces données vont permettre aux chercheurs par exemple de prendre des positions avisées parce qu'elles sont documentées. Ça, on ne l'avait pas avant. Il faut s'en féliciter.

3 - Envisagez-vous d'autres formules de surveillance conjointe afin de rééquilibrer les contenus audiovisuels basés sur trois piliers à savoir : l'indépendance, l'objectivité et le pluralisme ?

Oui bien sûr. Je pense que ce sont des choses qu'on peut envisager. Aujourd'hui, le CORED est dans un cadre beaucoup plus élargi qui s'appelle la CAP. C'est la Coordination des Associations de Presse du Sénégal qui regroupe 99,9 % des organisations des journalistes. Je pense qu'élargir le travail à ce niveau-là et en plus du CNRA notamment, pour ce qui est des élections, peut-être une formule qui pourrait être reconduite.

Le monitoring limite les dégâts et apaise le climat de tension au cours d'une élection. Je pense donc que c'était une bonne chose que le CORED et le CNRA prennent cette initiative de travailler ensemble lors du référendum. Mais malheureusement, la formule n'avait pas été reconduite pendant les législatives alors qu'on aurait pu le faire. Vivement pour la présidentielle 2019 qui s'annonce que le CNRA et le CORED se retrouvent et réfléchissent sur une formule de monitoring beaucoup plus adaptée et performante.

Certes, il y a des choses à améliorer mais si les gens se retrouvent pour échanger, je pense que d'excellents résultats pourraient en sortir pour l'apaisement du climat politique et social mais surtout pour renforcer, une fois de plus, le professionnalisme des membres du CORED.

Pape Ndiaye - Président la Convention des Jeunes reporters du Sénégal (CJRS)

1 - Le CNRA a acquis depuis 2014 un système moderne de monitoring. En tant que Président de la Convention des Jeunes Reporters du Sénégal, quelle appréciation faites-vous de ce progrès notamment dans la prise en charge et le suivi du contenu médiatique ?

Le système moderne de monitoring du CNRA est venu à son heure, en ce sens qu'il permet, en tant qu'instance de régulation du secteur des médias, de disposer d'un outil nécessaire pour jouer pleinement son rôle dans un paysage médiatique marqué par une forte explosion. Il fallait impérativement en disposer pour avoir une lecture soutenue et professionnelle des contenus audiovisuels et écrits.

On se rend compte qu'avec ce nouveau système moderne de monitoring, le CNRA exerce mieux ses prérogatives en tant que « gendarme de l'audiovisuel ». En atteste les Avis trimestriels qui recensent les dérives et les manquements constatés dans les organes de communication sociale. Mais le CNRA va, désormais, au-delà en formulant des recommandations allant dans le sens de faire respecter les termes de référence du cahier de charges applicable aux entreprises de presse. Ce qui n'était pas le cas avant 2014, si je ne m'abuse.

2 - Que faites-vous à votre niveau pour inciter les écoles de formation en journalisme à prendre en compte ce métier de monitoring dans leurs offres de formation, mais aussi les jeunes reporters à s'intéresser davantage à cette activité ?

Pour la cible jeunes reporters, c'est à travers la formation continue et initiale que ces derniers sont sensibilisés à l'impérieuse nécessité de se conformer aux règles dans la pratique du métier, sous peine de s'exposer aux sanctions prévues par les dispositions de la loi, en cas de récidive.

Même s'il n'appartient pas à la CJRS de définir, ni de participer au processus de validation des contenus des écoles de formation, il n'en demeure pas moins que l'enjeu de monitoring est devenu une nécessité à l'aune des questions d'analyse des contenus médiatiques.





Evolution et alternatives

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)

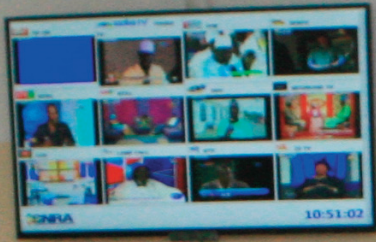
www.itu.int

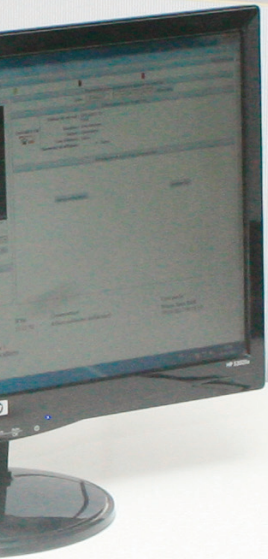
ARTICLE 19

www.article19.org

TABLE DES MATIERES

SOMMAIRE	3
EDIOTORIAL :	4
MOT DU PRÉSIDENT	9
• Présentation du Conseil.....	15
• L'Assemblée du CNRA.....	16
• Compétences, mission, attributions.....	18
ACTIVITÉS STATUTAIRES	27
• Activités du Conseil.....	28
• Synthèse des plaintes, saisines, auto-saisines.....	45
• Avis trimestriels.....	49
MONITORING DES MEDIAS	71
PAROLES D'ACTEURS SUR LE METIER DE REUGULATION	96
ANNEXES	103
• Ressources web.....	104







MONITORING ET REGULATION : REGARDS SUR LES MÉDIAS



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