



Ateliers de renforcement des capacités

Professionnels de la presse et des médias

Juillet-Août-Septembre 2018

*Ampefy • Toliara • Fianarantsoa • Antsirabe • Toamasina
Mahajanga • Antsiranana • Antananarivo*



Ce guide a été réalisé grâce au soutien financier des partenaires du projet SACEM, le PNUD, l'Union européenne, l'USAID, la Norvège, l'Allemagne, la France, la Corée du Sud, l'Australie et la Suisse. Les opinions exprimées ne doivent en aucun cas être considérées comme reflétant la position officielle de ceux-ci.

TABLE DES MATIÈRES

RENFORCEMENT DES CAPACITÉS PROFESSIONNELS DES MÉDIAS

INTRODUCTION 04	PLAN DE COUVERTURE 16/19
CARTE DES ATELIERS 05	RHÉTORIQUE DE CAMPAGNE 26
MOTS DE BIENVENUE 06/07	L'ENTREVUE ÉLECTORALE 31/31
LE CADRE LÉGAL 08/15	PRÉVENIR LES CONFLITS 36/37
CHRONOGRAMME 14/15	RÉSEAUX SOCIAUX 42/43
COUVRIR LES ÉLECTIONS 16/45	DIX ENGAGEMENTS 46/49

Certains passages sont tirés du *Guide pratique du journaliste en période électorale de l'OIF et Reporters sans Frontières* et du *site aceproject.org*. License CC. Oeuvre publiée en libre accès sous la licence Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>).

Les parties prenantes au processus électoral de Madagascar s'accordent à reconnaître le rôle central des médias dans le bon fonctionnement d'une démocratie. Considérés à juste titre comme le quatrième pouvoir dans l'architecture institutionnelle d'un pays, les médias peuvent jouer un rôle important en facilitant la pleine participation de tous aux élections et en promouvant la gouvernance électorale.

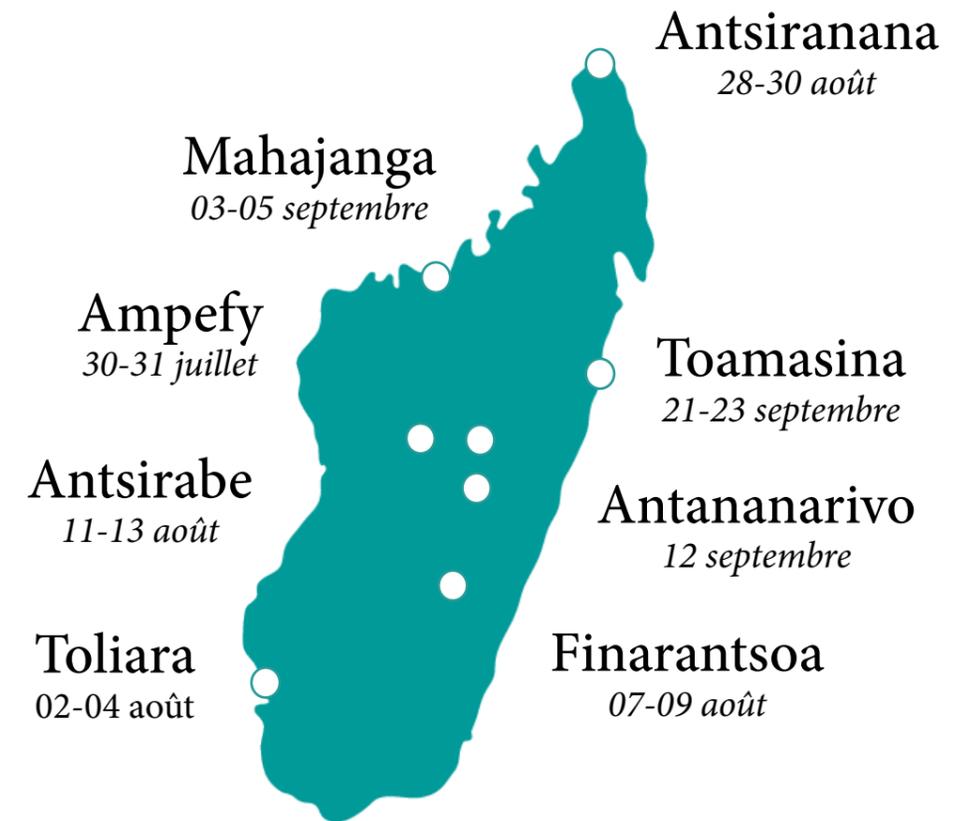
Les médias ne sont pas la seule source d'information des électeurs, mais dans un monde dominé par la communication de masse, ils déterminent de manière exponentielle l'actualité politique, y compris dans des régions les plus reculées. Les équipes d'observation électorale ont ainsi pris l'habitude d'utiliser le degré d'accès et de couverture des élections par les médias comme un critère d'évaluation de la crédibilité des scrutins.

Le Système des Nations Unies (SNU) a apporté son soutien aux médias lors du dernier processus électoral, en 2013, dans le cadre du projet PACEM. Le soutien de cette année, fruit de la collaboration entre le SNU, le projet de Soutien Au Cycle Electoral de Madagascar

et la Commission Electorale Nationale Indépendante (CENI), s'inscrit dans la continuation de ces engagements, afin que les médias puissent contribuer à l'instauration d'un climat de consolidation de la paix et à l'intégrité du processus électoral.

L'intervention, portée par le projet SACEM (Soutien au Cycle Electoral de Madagascar), la CENI, l'UNESCO, le PNUD, le CINU et l'Ordre des Journalistes Malgaches, mettra l'accent sur la sensibilisation au processus électoral et permettra aux journalistes de se familiariser avec le calendrier et les exigences des opérations pré-électorales, électorales et post-électorales. D'autre part, les ateliers viseront le renforcement de capacités en matière d'éthique et la déontologie professionnelle, en prenant en compte des outils développés pour renforcer la responsabilité professionnelle des médias.

La formation dédiera également une introduction à la prévention du conflit et à une utilisation raisonnée des réseaux sociaux, pour contribuer à la promotion d'un processus électoral apaisé en 2018.





"Le journaliste aide à renforcer la démocratie."

Violette Kakyomya,
Coordinatrice Résidente
des Nations Unies à Madagascar

Cette formation à laquelle nous avons tenu à vous inviter s'inscrit dans le cadre de la mission d'accompagnement du Système des Nations Unies à la tenue d'élections libres et apaisées à Madagascar. En tant qu'hommes et femmes des médias, vous jouez un grand rôle dans notre société. Cela implique aussi de grandes responsabilités. La liberté d'informer et la liberté d'expression sont très chères aux Nations Unies. Cela ne signifie pas liberté de dire et d'écrire absolument tout, mais bien d'exprimer, avec responsabilité, ce qui peut contribuer au bien et au développement de nos communautés.

Le journaliste doit être un agent de paix ; il doit exposer des faits susceptibles d'aider le public à accéder à la vérité ; il doit contraindre les autorités politiques à la transparence. C'est ainsi qu'il aide à construire et à renforcer la démocratie. Particulièrement en période électorale, vous, journalistes, devez plus que jamais observer les règles éthiques et déontologiques qui s'appliquent à votre profession.

Je vous partage mon espoir que l'intervention de cette année, portée par le projet SACEM (Soutien au Cycle électoral de Madagascar), la CENI, l'UNESCO, le PNUD, le CINU et l'OJM, vous permettra de contribuer à la promotion d'un processus électoral apaisé. La sensibilisation au processus en cours, le calendrier et les exigences des opérations pré-électorales, électorales et post-électorales ; les questions d'éthique, de déontologie et de prévention du conflit ; autant de modules susceptibles de vous appuyer dans le renforcement des compétences et de la responsabilité professionnelle de vos médias respectifs.

Ce que vous raconterez et qui sera publié par vos soins va façonner la perception et l'analyse qu'auront les citoyens malgaches de ces élections. C'est donc bien un engagement civique que vous avez pris en participant à ces ateliers : celui de donner le meilleur de vous-même sur les plans professionnel et éthique. Bons ateliers à tous.



"Un journalisme d'apaisement."

Hery Rakotomanana
Président de la CENI
Madagascar

Chers amis de la presse,

Cordon communicatif, vous l'êtes ! Et votre rôle, ô si important, ne peut être négligé pour le pays. Notre Constitution stipule d'ailleurs dans son article 11 que « *Tout individu a droit à l'information et que toute information n'est soumise à aucune contrainte sauf celle portant atteinte à l'ordre public et aux bonnes mœurs* ».

Madagascar est actuellement, à partir du décret de convocation des électeurs, en période électorale. Cette période électorale est, comme nous le savons tous, une période fragile. Et votre rôle, tout comme le notre durant tout le processus, ne sera guère de tout repos avec un exercice si difficile. Il nécessite plus de professionnalisme et de responsabilité, afin de faire vivre le pays dans un apaisement total, car la liberté d'information comporte des devoirs et des responsabilités.

Aussi, nous pensons que les formations et ateliers comme dispensés actuellement vous seront plus que bénéfiques. Certes, la CENI, ne peut prétendre connaître en détail votre tâche mais nous ne faisons que vous partager notre humble connaissance quant à ce métier si ardu. Elles vous serviront de guide pour votre tâche quotidienne et durant tout votre avenir professionnel.

Alors, chers amis, nous vous convions à prendre plus de responsabilités et à prôner l'apaisement durant cette période difficile de la vie de notre Nation. Car c'est de vos écritures, de vos récits, de vos reportages, de vos publications que l'on vous jugera et que le peuple se forgera dans la démocratie.

Nous vous présentons nos vifs remerciements pour votre prise de responsabilités et votre engagement pour la démocratie et l'apaisement, et nous vous souhaitons, à tous, une bonne formation.

1 Une prise de connaissance rapide du cadre légal à Madagascar

La Démocratie et l'Etat de Droit supposent des élections régulières à travers lesquelles les citoyens choisissent librement leurs dirigeants parmi ceux qui leur ont fait une offre politique selon un cadre légal consensuel.

Le rôle des médias est essentiel à cet effet, car pour que ces élections puissent être équitables, il faut que les médias véhiculent, dans les meilleures conditions, les offres politiques et veillent à la transparence de l'application du cadre légal par l'Organe de Gestion et les structures impliquées (administration, société civile notamment), de même qu'au respect de ce cadre par toutes les parties prenantes.

La Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, reprise par le Pacte international relatif aux droits civils et politiques (PIDCP) en son article 19, est considérée comme le fondement de la liberté des médias, comprise comme forme de mise en œuvre de la liberté d'expression individuelle :

« Toute personne a droit à la liberté d'expression; ce droit comprend la liberté de rechercher, de recevoir et de répandre des informations et des idées de toute espèce, sans considération de frontières, sous une forme orale, écrite, imprimée ou artistique, ou par tout autre moyen de son choix. »

Cet instrument juridique adopté à New York le 19 décembre 1966, qui se veut obligatoire pour les Etats, a été signé et ratifié par la plupart des pays ; pour Madagascar le 17 septembre 1969 et ratifié le 21 juin 1971.

1.1. De la protection juridique des médias

La Constitution de 2010

Article 10. *Les libertés d'opinion et d'expression, de communication, de presse, d'association, de réunion, de circulation, de conscience et de religion sont garanties à tous et ne peuvent être limitées que par le respect des libertés et droits d'autrui, et par l'impératif de sauvegarde de l'ordre public, de la dignité nationale et de la sécurité de l'Etat.*

Article 11. *Tout individu a droit à l'information. L'information sous toutes ses formes n'est soumise à aucune contrainte préalable, sauf celle portant atteinte à l'ordre public et aux bonnes mœurs.*

La liberté d'information, quel qu'en soit le support, est un droit. L'exercice de ce droit comporte des devoirs et des responsabilités, et est soumis à certaines formalités, conditions, ou sanctions prévues par la loi, qui constituent des mesures nécessaires dans une société démocratique. Toute forme de censure est interdite. L'exercice de la profession de journaliste est organisé par la loi.

La Loi 2016-029 du 14 juillet 2016

Appelé Code de la Communication médiatisée, cette loi comporte 209 articles répartis en dix titres.

- **Le Titre I** se rapporte aux dispositions générales et comprend deux chapitres : le premier chapitre donne les définitions des termes techniques relatifs au secteur de la communication médiatisée et le second détermine le champ d'application du Code.

- **Le Titre II** se rapporte au principe de la libre circulation de l'information qui consacre la liberté d'informer et de communiquer par voie médiatisée.

- **Le Titre III** détermine les infractions par voie de communication médiatisée et comprend huit chapitres : le premier concerne les publications interdites et les publications nécessitant une autorisation préalable, le second l'atteinte à la vie privée, le troisième l'atteinte

au droit à l'image, le quatrième les délits contre les personnes, le cinquième la provocation aux crimes et aux délits, le sixième fixe la responsabilité des médias, le septième indique la procédure et le huitième les peines complémentaires, la récidive et les prescriptions.

- **Le Titre IV** se rapporte à l'organisation générale en matière de communication médiatisée et comprend deux chapitres : le premier énonce les rôles de l'Etat et le second met en place l'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée.

- **Le Titre V** se rapporte aux droits, devoirs et obligations des professionnels de la communication médiatisée et comprend six chapitres : le premier traite de l'exercice du métier de journaliste professionnel, le second des devoirs et obligations du journaliste professionnel, le troisième des droits et avantages du journaliste professionnel, le quatrième des droits de réponses et de rectifications, le cinquième des organisations professionnelles de la communication médiatisée et le sixième des droits des journalistes et du personnel de l'audiovisuel public.

- **Le Titre VI** se rapporte aux publications et aux agences de presse et comprend cinq chapitres : le premier chapitre traite de la constitution d'une entreprise de presse, le second du dépôt légal, le troisième des organes de presse, le quatrième des activités de groupage, de distribution et de vente et le cinquième de l'aide de l'Etat aux publications de presse.

- **Le Titre VII** se rapporte aux services audiovisuels et comprend cinq chapitres : le premier chapitre traite des dispositions générales communes, le second des services de radio et télédiffusion privés, le troisième du service public de radio et télédiffusion, le quatrième des conditions d'installation et d'exploitation des stations terriennes à usage privé et le cinquième de la communication médiatisée sur la toile.

- **Le Titre VIII** se rapporte à la publicité et assimilés et comprend trois chapitres : le premier chapitre pose les principes généraux, le second énonce le régime juridique et l'organisation des entreprises de publicité et le troisième prévoit les modalités d'insertion de la publicité, la publicité extérieure et le parrainage dans



les médias de masse.

- **Le Titre IX** traite de la cinématographie.
- **Le Titre X** se rapporte aux dispositions transitoires, diverses et finales.

Création de l'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée (ANRCM)

C'est l'objet de trois articles insérés au Chapitre II de la Loi 2016-029 du 14 juillet 2016.

Article 51. Est instituée une autorité administrative indépendante dénommée « Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée » ou ANRCM chargée au nom de l'Etat de :

- Réguler l'exercice des activités de communication médiatisée ;
- Déterminer et contrôler le respect des cahiers de charges ;
- Arbitrer les litiges nés des activités de la communication médiatisée ;
- Assurer l'égalité de traitement entre les opérateurs de presse, de communication, de publicité et de cinématographie ;
- Garantir le caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion ;
- Veiller à la promotion de la langue et de la culture malagasy ;
- Garantir les conditions de la libre concurrence entre opérateurs ;
- Promouvoir la qualité et la diversité des programmes ainsi que le développement de la production et de la création audiovisuelle nationale ;
- Faire respecter les droits de diffusion en matière audiovisuelle ;
- Faciliter les implantations et les relations entre les organes de presse sur tout le territoire afin de maintenir le caractère pluraliste de l'information et de la communication et veiller à ce qu'ils ne fassent pas l'objet de concentration ;
- Saisir les autorités compétentes si besoin est ;
- Prendre des mesures administratives à caractère préventif ;

préventif ;

- Recevoir et traiter les doléances des citoyens face aux agissements de la presse.
- Etablir un rapport annuel sur l'état de la communication médiatisée à Madagascar.

Article 52. L'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée est composée de 11 membres dont :

- Un représentant du Ministère chargé de la Communication ;
- Un représentant du Ministère chargé des Télécommunications ;
- Un représentant du Ministère chargé de la Culture ;
- Un représentant du Ministère chargé des Finances ;
- Un représentant de l'Autorité de Régulation des Télécommunications ;
- Un représentant du secteur des médias publics ;
- Trois représentants des organes de presse privée ;
- Un représentant de l'Ordre des Journalistes de Madagascar ;
- Un magistrat élu par le Conseil Supérieur de la Magistrature.



Article 53. L'organisation et le fonctionnement de l'Autorité Nationale de Régulation des Communications Médiatisées sont fixés par décret pris en Conseil des Ministres.

Jusqu'à la date de ce jour, l'ARCM n'est pas fonctionnelle d'où l'intervention de l'article 240 de la LO relative au Régime Général des Elections et des Référendums.

La loi Organique relative au régime général des élections et des référendums

Celle-ci doit être connue par les journalistes car elle prétend détenir quatre axes d'amélioration sur lesquels se base le dispositif normatif régissant les élections et les référendums :

- L'amélioration du cadre juridique et institutionnel du processus électoral ;
- Le renforcement de l'effectivité du droit de vote et de l'éligibilité dans le droit électoral ;
- Le renforcement de la qualité des opérations électorales ;
- La garantie d'une meilleure gestion du contentieux électoral.

Nous y reviendrons dans les aspects dynamiques de médias dans les élections puisque :

- C'est elle qui règlemente spécifiquement les activités électorales dans lesquelles les journalistes vont baigner dans le cadre de l'élection présidentielle,
- Qui fixe en son article 57 les dix principes fondamentaux de la campagne électorale,
- C'est sur son fondement que la CENI, organe de gestion des élections, va gérer la régulation des médias pendant la prochaine période transitoire.

Article 240. À titre transitoire, la Commission Electorale Nationale Indépendante exerce la plénitude des attributions qui sont conférées à toute Autorité de régulation prévue par la présente Loi organique, jusqu'à leur mise en place.

Jurisprudence malgache

La Haute Cour Constitutionnelle a rendu une importante

décision suite à la saisine en constitutionnalité préalable du Code de la Communication.

La Décision n° 30-HCC/D3 du 12 août 2016 relative à la loi n°2016-029 portant Code de la communication médiatisée est un important hub de considérants juridiques qui clarifie la vision que les Malgaches doivent avoir des principes et limites de la liberté d'expression et de la liberté de la presse. S'agissant du contexte électoral actuel, ces considérants prennent tout leur sens.

Le 10^e Considérant cite les instruments juridiques comme « la Charte internationale des droits de l'homme », qui comprend la Déclaration universelle des droits de l'homme, le Pacte international relatif aux droits civils et politiques du 19 décembre 1966 et la Charte africaine des droits de l'homme et des peuples, partie intégrante de l'ordre juridique malgache par application de l'article 137 alinéa 4 de la Constitution et pose que « toute personne a droit à la liberté d'expression ; ce droit comprend la liberté de rechercher, de recevoir et de répandre des informations et des idées de toute espèce, sans considération de frontières, sous une forme orale, écrite, imprimée ou artistique, ou par tout autre moyen que ce soit ».

La HCC relève cependant que si « Tout individu a la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considération de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit »...

Considérant 36, cette liberté de la presse ne peut se concevoir sans limite, on doit accepter, conformément à l'article 29 alinéa 2 de la DUH des « limitations établies par la loi exclusivement en vue d'assurer la reconnaissance et le respect des droits et libertés d'autrui et afin de satisfaire aux justes exigences de la morale, de l'ordre public et au bien-être général dans une société démocratique ».

Considérant 37, en sorte que c'est à bon droit que l'article 20 du Code de la Communication, sans violer la Constitution, interdit au journaliste de « porter atteinte à la vie privée ».

La HCC fait la promotion du droit à la vérité issu de la Charte de Munich dont le devoir n°1 impose de « *respecter la vérité, quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même et, ce en raison du droit que le public a de connaître la vérité* » et le n°6 de « *rectifier toute information publiée qui se révèle inexacte* ».

Qu'ainsi l'article 30 de la loi sanctionne à bon droit, « *La publication, la diffusion ou la production par quelque moyen que ce soit de fausses nouvelles, de pièces ou faits trafiqués, altérés, falsifiés ou mensongèrement attribués à des tiers et laquelle aura induit le public en erreur, troublé la paix publique ou aura été susceptible de la troubler, d'une amende de 3 000 000 à 6 000 000 Ar...* »

Enfin la HCC valide l'ANRCM comme une Institution dont l'indépendance doit être réaffirmée et inscrite dans la loi et non dans un décret d'application.

La HCC a soutenu divers autres thèmes que les journalistes gagneraient à mieux connaître pour améliorer leur travail en particulier dans le contexte électoral actuel.

1.2. Le cycle électoral

Le processus électoral est une séquence d'activités suivies de manière cyclique plutôt qu'une série d'événements organisés de façon discontinue. La figure de droite illustre la complexité du cycle électoral divisé en huit phases, elles-mêmes regroupées en périodes préélectorale, électorale, et postélectorale, et un nombre d'activités transversales.

Evaluations et réformes: réalisation des missions d'audits, actualisation des listes électorales, renforcement institutionnel et développement personnel, travail

d'archivage et de recherche.

Cadre juridique: révision, si nécessité il y a, du cadre légal et réglementaire, des systèmes électoraux et des délimitations, des structures électorales et des codes de bonne conduite.

Planification stratégique et mise en œuvre: calendrier électoral, budgétisation, mobilisation des ressources et du financement, recrutement du personnel, achat, logistique et sécurité.

Formation et éducation: information des électeurs, vulgarisation du cadre légal et réglementaire, développement des capacités des organes de gestion électoral tels que la CENI, des juges du contentieux (la HCC) et des autres parties prenantes, renforcement des activités de sensibilisation électoral, développement des cadres de concertation.

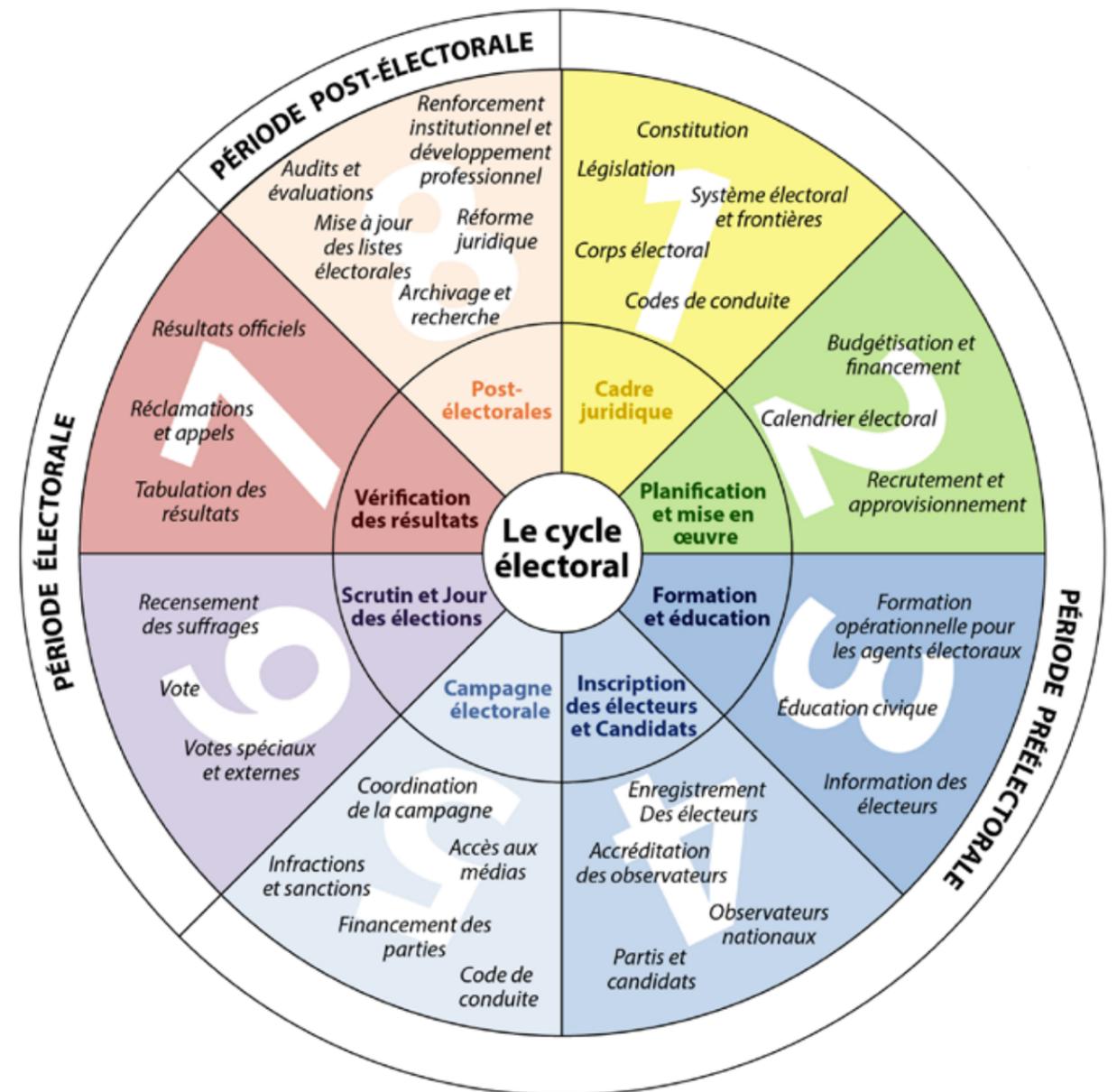
Enregistrement et nominations: Enregistrement des électeurs et des candidats, accréditation des témoins et des observateurs et liaison avec les partis politiques.

La campagne électorale: règles d'accès aux médias, régulation des médias et des campagnes électorales, suivi des affiches électorales, signature des codes de conduite, gestion des infractions et sanctions, financement des partis politiques.

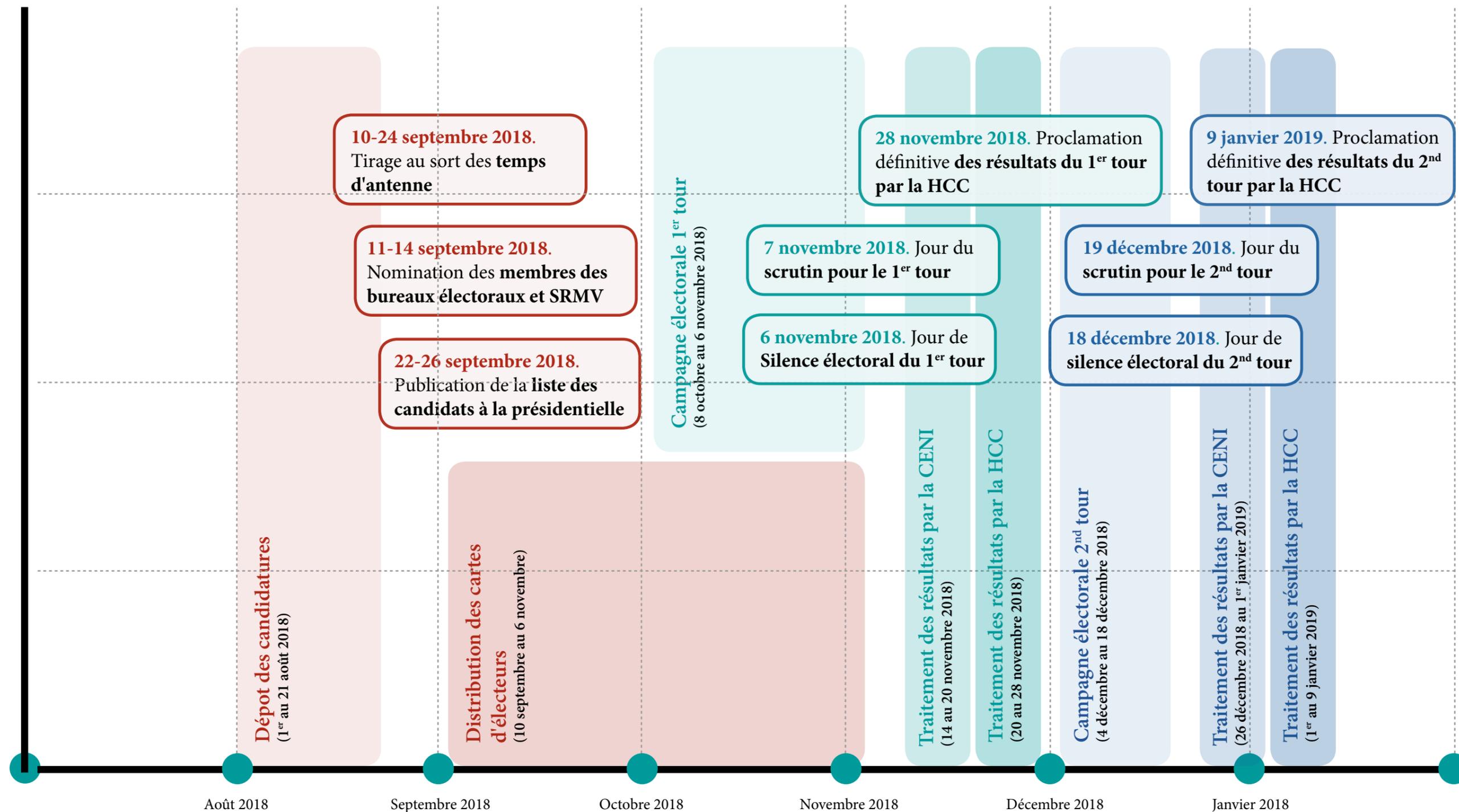
Opérations de vote et jour des élections: vote spécial et à l'étranger, vote du jour de scrutin, dépouillement du vote.

Vérification des résultats: agrégation des résultats, annonce des résultats provisoires, contentieux électoraux, annonce des résultats définitifs.

Le cycle électoral à Madagascar les activités du cycle électoral avant, pendant et après les élections



Le chronogramme électoral des dates à retenir (susceptibles d'évoluer)



Juillet 2018 à janvier 2019

TRAVAIL
D'ÉQUIPE

BONNES
PRATIQUES

ORGANISATION
DE LA RÉDACTION

PRÉPARATION

LE PLAN DE COUVERTURE

Tous les médias ont besoin de planifier leur couverture électorale, qu'il s'agisse d'organiser une opération à grand déploiement ou de maximiser l'emploi de ressources limitées. La préparation d'un plan de couverture est un véritable travail d'équipe, qui mobilise de nombreux moyens humains - rédacteurs, photographes, cameramen, preneurs de son, monteurs, infographes ou encore chefs d'édition et secrétaires de rédaction - et matériels. Tous doivent partager les mêmes bonnes pratiques professionnelles.

Des questions essentielles à se poser

Un bon plan de couverture électorale doit tenir compte de nombreux éléments. Les organes de presse et journalistes doivent se poser une série de questions essentielles pour être certains de couvrir tous ses aspects.

• **Les ressources.** *Quelles ressources sont disponibles ? Un budget spécial est-il prévu pour la couverture des élections ou faut-il puiser dans le budget normal ? Combien de journalistes sont disponibles ? Y a-t-il un budget pour l'embauche d'autres employés, pigistes ?*

• **Le calendrier.** *Quel est le calendrier de la campagne ? Quels sont les temps forts et dans quelle mesure sera-t-il possible de préparer leur couverture à l'avance ?*

• **Les enjeux.** *Quels sont les enjeux de cette campagne et dans quelle mesure cela influencera-t-il la façon dont le*

média concerné organisera sa couverture ?

• **L'innovation.** *De quelle façon la couverture du média sera-t-elle innovatrice ? En quoi sa couverture se distinguera-t-elle des autres ?*

Les réponses à ces questions varieront énormément selon que le média en question est un grand groupe de presse national ou un journal local. L'ampleur des opérations peut varier beaucoup, mais les points essentiels de la planification restent les mêmes.

Le rôle du rédacteur en chef

Avant toute campagne électorale, le rédacteur en chef doit s'occuper des tâches suivantes :

- Noter les dates clés du processus électoral : inscription, mise en candidature, période de campagne, jour du scrutin, proclamation des résultats, etc.
- S'assurer d'être bien au courant des lois et règles sur la couverture électorale.

- Établir un budget de couverture électorale.
- Désigner l'équipe chargée de couvrir l'élection – outre les journalistes politiques, d'autres reporters auront à couvrir des aspects particuliers de la campagne.
- Désigner l'équipe chargée de superviser cette couverture, les cadres de la rédaction qui trancheront toute question sensible au cours de la campagne.
- Planifier tout arrangement nécessaire sur le plan technique et opérationnel.
- Recruter du personnel additionnel.
- Contacter des personnes-ressources (experts électoraux, commentateurs politiques, etc.) capables de vous conseiller en matière électorale.
- Contacter une entreprise pour mener des sondages.
- Vérifier les ressources photos et vidéos.
- Prévoir des mesures en cas d'urgence.

L'organisation pratique est importante, mais il est tout aussi important de penser à son optique de couverture selon l'étape du cycle électoral. Le média qui trouve de nouveaux angles rend la couverture plus intéressante pour son public. Les médias doivent tout particulièrement déterminer ce qu'ils considèrent comme les enjeux cruciaux de la campagne électorale. Les médias devraient cerner ce qu'ils considèrent comme les enjeux les plus importants pour les électeurs et suivre ces enjeux indépendamment des stratégies des candidats.

Programmation et pagination

Le directeur des programmes d'une radio ou d'une télévision doit concevoir des programmes spécifiques : débats contradictoires entre les candidats, tables rondes avec experts et politiques, émissions interactives, etc.

Dans un organe de presse écrite, le rédacteur en chef doit déterminer l'emplacement et le nombre de pages réservées aux tribunes d'expression libre, aux reportages, aux éditoriaux et aux commentaires.

Organisation de la rédaction

Les conférences de rédaction sont essentielles en période électorale. Cet espace d'échanges et de prises de décision, constitué d'autant de sensibilités que de journalistes, permet de maintenir le pluralisme nécessaire à une couverture complète et équilibrée tout au long de la campagne. Il assure la solidarité de tous en cas de difficultés, et évite les comportements trop personnels, qui prêtent à des tentatives de corruption.

Tous les médias n'ayant pas les mêmes ressources, la polyvalence s'impose lorsque les effectifs sont réduits. Mais la répartition des tâches et la concertation restent essentiels et doivent être quotidiens.



La préparation du journaliste en six étapes clés



Vérifier la validité de ses documents professionnels : carte de presse, badge, accréditation et/ou ordres de mission pour accéder aux lieux de déroulement de la campagne, aux bureaux de vote, aux bureaux de la CENI, etc.



S'informer auprès de la Commission Electorale Nationale Indépendante (CENI) des éventuelles règles spécifiques à appliquer par les médias pendant la période électorale, et se procurer toute la documentation utile et nécessaire pour la couverture des scrutins dans les règles.



Dresser une liste des grands enjeux de la campagne en cours et des problèmes importants que les électeurs souhaitent voir traiter par les différents candidats et partis politiques pour pouvoir répondre au mieux aux attentes des lecteurs/auditeurs.



Etablir une liste d'experts à consulter pour obtenir des commentaires avisés sur la campagne. Pour un média national, constituer un réseau d'informateurs locaux de qualité qui permettront d'avoir une couverture optimale des opérations.



Rassembler un maximum d'informations et de documentation sur les partis et les candidats : structures, fonctionnement, sources de financement, implantation géographique, poids politique, thématiques traitées, alliances actuelles et passées, positions lors des dernières élections de route, résultats aux précédents scrutins, principaux leaders nationaux et régionaux, etc.



Identifier les porte-parole autorisés de chaque formation politique, les hommes et femmes clés de l'organigramme, et nouer avec eux des relations professionnelles, pour obtenir en temps utile des informations sur leurs initiatives, pour négocier une entrevue, pour pouvoir disposer de réactions à chaud sur des événements de campagne, etc.

Des questions clés à se poser avant publication

1. Ce reportage est-il précis ?

Les faits et noms sont-ils tous exacts ? Suis-je convaincu de la véracité des informations ? Ai-je fourni suffisamment d'efforts pour confirmer l'exactitude de ces informations ?

2. Le reportage est-il juste et impartial ? Est-il équilibré ?

Comporte-t-il tous les faits de l'histoire sans accorder une faveur particulière à un parti ou un candidat ?

3. Mon travail est-il du journalisme responsable ?

Mes informations ont-elles été obtenues sans corruption ou activités illégales ? Le reportage protège-t-il ses sources et respecte-t-il les lois électorales et de la presse ?

4. Le reportage reflète-t-il la voix des électeurs ?

Comporte-t-il des informations importantes pour les électeurs ? Communique-t-il les inquiétudes des électeurs aux politiciens ?

5. Le reportage traite-t-il de l'événement dans son intégralité ?

Les mots, les photos, les séquences audiovisuelles reflètent-ils la véritable histoire de l'événement ?

6. Les élections me semblent-elles libres et équitables ?

Y-a-t-il d'autres informations sur les élections qu'il faudrait publier ?



2 La couverture des élections par le journaliste à Madagascar

Il est essentiel que le journaliste qui assure la couverture des élections maîtrise les différentes phases du cycle électoral et se pose les bonnes questions à l'approche de celles-ci. Ces différentes étapes sont examinées de façon plus détaillée dans les pages suivantes.

2.1. L'accès des médias au processus électoral

Le journaliste qui veut accéder aux lieux clés du processus, notamment les sites des élections le jour du scrutin doit respecter les règles établies par la CENI pour son accréditation.

L'accréditation du journaliste

- Le journaliste doit être mandaté par un organe de presse (journaliste agréé) ;
- Le journaliste doit déposer une demande de badge avec indication des circonscriptions ou bureaux de votes ciblés ;
- Ces pièces doivent être déposées auprès du service compétent de la CENI ou aux CED 20 jours au plus tard avant la date du scrutin, soit **le jeudi 18 octobre 2018** ;
- Le journaliste qui a rempli ces conditions se voit attribuer un badge « PRESSE » qui lui confère le droit d'accès aux bureaux de vote, 7 jours au moins avant la date du scrutin, soit **le mercredi 31 octobre 2018**.

2.2. Le fichier électoral

L'inscription des électeurs consiste à recenser tous les citoyens en droit de voter afin de dresser les listes électorales qui seront utilisées le jour du scrutin.

Le recensement des électeurs a lieu du **1^{er} décembre au 15 mai**, avant stabilisation du fichier électoral et gel de la liste. L'arrêtage définitif du registre électoral national par la CENI a lieu le 15 mai.

Le registre arrêté définitivement le 15 mai dont les extraits ont fait l'objet des avis de dépôt affichés aux bureaux des services publics et des principaux points de rassemblement, est le seul valide pour toutes les opérations électorales de l'année en cours jusqu'au 15 mai de l'année suivante.

NB : La liste électorale arrêtée définitivement le 15 avril 2018 est la seule valide pour l'élection présidentielle anticipée de 2018 (Article 4 du Décret 2018-641).

Le principe applicable à la retouche de la liste électorale, c'est le principe de gel de la liste électorale. Elle fait l'objet d'une révision annuelle (art 10 L.O 2018-008 du 11 mai 2018) ou d'une Refonte totale tous les dix ans (art 11 L.O 2018-008 du 11 mai 2018). Cependant une refonte totale ou partielle peut être décidée lorsque les circonstances l'exigent (exemple de passage à la biométrie ou changement du système de carte d'électeur).

La mise à jour régulière du fichier électoral est un moyen de lutter contre les risques de fraudes tel que le vote multiple d'électeurs inscrits sur plusieurs listes. Au 15 avril 2018, le nombre de personnes inscrites pour les scrutins cette année s'élève à 9 903 319, parmi lesquelles 4 560 534 femmes (46,05%), 5 342 785 hommes (53,95%) et 4 108 214 jeunes de 18 à 34 ans (41,48%).

Le journaliste peut donc évaluer avec soin le recensement des électeurs. Il doit vérifier, avec le concours de la CENI ainsi que des organisations de la société civile, si l'opération est transparente et régulière, tant au niveau de la définition du corps électoral que de la mise à jour des listes.

Le corps électoral : qui peut voter ?

- **Ont le droit de voter**
Tous les citoyens malgaches sans distinction de sexe,

Comment se fait la révision annuelle du registre électoral ? (Article 33-article 42 L.O 2018-008 du 11 mai 2018)

Période : du 1^{er} décembre au 15 mai (Article 33 L.O 2018-008 du 11 mai 2018)

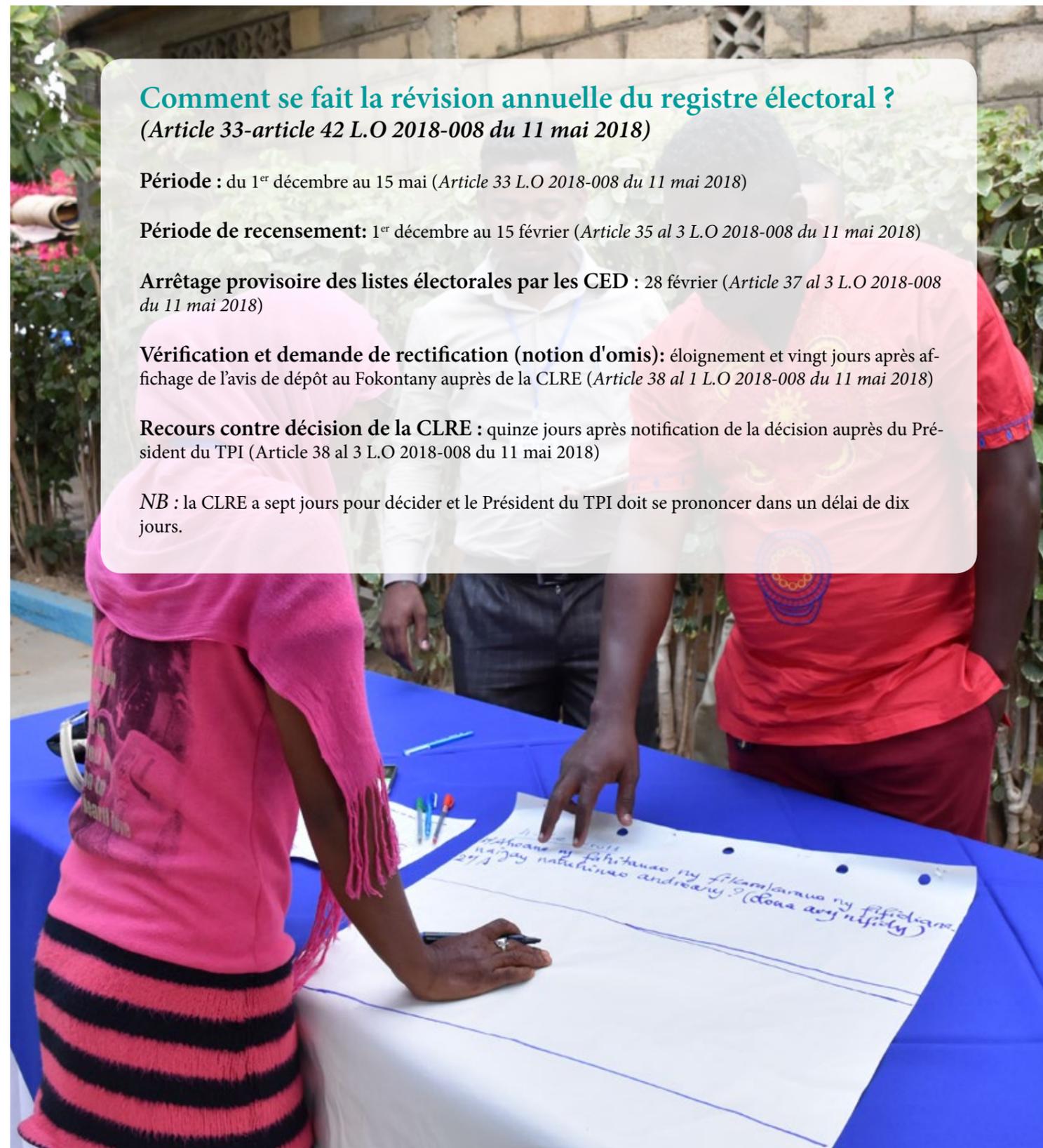
Période de recensement: 1^{er} décembre au 15 février (Article 35 al 3 L.O 2018-008 du 11 mai 2018)

Arrêtage provisoire des listes électorales par les CED : 28 février (Article 37 al 3 L.O 2018-008 du 11 mai 2018)

Vérification et demande de rectification (notion d'omis): éloignement et vingt jours après affichage de l'avis de dépôt au Fokontany auprès de la CLRE (Article 38 al 1 L.O 2018-008 du 11 mai 2018)

Recours contre décision de la CLRE : quinze jours après notification de la décision auprès du Président du TPI (Article 38 al 3 L.O 2018-008 du 11 mai 2018)

NB : la CLRE a sept jours pour décider et le Président du TPI doit se prononcer dans un délai de dix jours.



âgés de 18 ans révolus à la date du scrutin, jouissant de leurs droits civils et politiques et inscrits sur la liste électorale.

• Sont privés du droit de voter

Les individus condamnés pour crimes et délits, les individus condamnés lorsque la condamnation empêche d'une manière définitive leur inscription sur la liste électorale, les personnes pourvues d'un casier judiciaire, les interdits et les aliénés internés, les individus privés par décision judiciaire de leur droit d'éligibilité.

? Les questions à se poser

Le journaliste doit porter une attention particulière aux éléments suivants :

- **Textes de loi.** Quelles sont les lois régissant l'inscription des citoyens sur les listes électorales ? Quel est le calendrier de la RALE ?
- **Exhaustivité.** Tous les noms des citoyens aptes à voter figurent-ils sur les listes ?
- **Mise à jour.** Les personnes décédées ou ayant changé de fokontany sont-elles radiées des listes ? Qu'en est-il des additions de nouveaux majeurs ?
- **Doublons/erreurs.** Des électeurs figurent-ils sur plusieurs listes ? Des erreurs de saisie ont-elles été constatées ?
- **Consultation.** Les listes peuvent-elles être consultées au fokontany en temps utile, et la population en est-elle informée ? Quels sont les recours possibles pour le citoyen qui constate qu'il n'est toujours pas inscrit ?
- **Chiffres.** La proportion d'inscrits est-elle normale ? Le nombre d'électeurs dans les différentes circonscriptions est-il plus ou moins le même ?
- **Minorités.** Quelle est la proportion de jeunes (18-35 ans) et de femmes sur la liste ? Quels efforts ont été faits, et par qui, pour améliorer le taux d'inscription de ces publics cibles ?
- **Variations.** Les taux d'inscriptions sont-ils très différents d'un district ou d'une province à l'autre ? Pour quelles raisons ?
- **Causes.** Qu'est ce qui a pu empêcher des citoyens volontaires d'aller s'inscrire sur les listes électorales ? L'insécurité ? La période de l'année ? Le climat ?

2.3. Déclarations de candidatures

Ce qu'en dit la loi

Article 46 - alinéa 1^{er} de la constitution :

Tout candidat aux fonctions de Président de la République doit :

- Être de nationalité malagasy,
- Jouir de ses droits civils et politiques,
- Avoir au moins trente-cinq ans à la date de clôture du dépôt des candidatures,
- Résider sur le territoire de la République de Madagascar depuis au moins six mois avant le jour de la date limite fixée pour le dépôt des candidatures.

Article 6 et 7 de la Loi Organique n° 2018-009 du 11 mai 2018 relative à l'élection du Président de la République :

- Être en règle vis-à-vis des lois et règlements relatifs à l'inscription sur la liste électorale et justifier d'une inscription effective sur cette liste ;
- Avoir rempli ses obligations fiscales et s'être acquitté de tous les impôts et taxes exigibles des trois dernières années ;
- N'avoir jamais été condamné pour crimes ou délits par une décision de justice devenue définitive ;
- Avoir rempli ses obligations en matière de déclaration de patrimoine, pour toute personne concernée.
- Être investi par un parti politique légalement constitué ou par une coalition de partis politiques légalement constituée, ou parrainée par une liste de cent cinquante (150) élus membres du Sénat, de l'Assemblée nationale, des conseils communaux, municipaux, régionaux et provinciaux, maires, chefs de Région et chefs de Province provenant au moins de trois Provinces (Article 7)

Le Candidat potentiel dépose à la Haute Cour Constitutionnelle du 1^{er} au 21 août un dossier complet comprenant environ 14 pièces établies suivant un modèle prescrit par l'Administration. La HCC vérifie le respect des conditions d'éligibilité des candidats et de recevabilité de leur dossier et délivre le cas échéant un récépissé définitif d'enregistrement de candidature valant autorisation de faire campagne.

Liste officielle des candidats

La liste officielle des candidats avec indication de leurs caractéristiques respectives sera arrêtée et affichée au plus tard cinq jours après la date limite de dépôt des dossiers de candidature.

Les conséquences de la candidature

• **Démission.** Le Président de la République qui se porte candidat démissionne de son poste soixante jours avant la date du scrutin Présidentiel.

• **Neutralité de l'Etat.** Tout agent de l'Etat et des Collectivités Territoriales Décentralisées, tout fonctionnaire civil ou militaire, toute personne nommée aux hautes fonctions et hauts emplois civils et militaires de l'Etat déclarés candidats à l'élection présidentielle, doivent adopter des positions administratives prévues par l'article 6 de la Loi organique relative au régime général des élections et des référendums (autorisation d'absence spéciale pour le fonctionnaire, démission pour ceux qui sont aux hautes fonctions de l'Etat et au Gouvernement) pour assurer la neutralité de l'Etat.

Disqualification

La disqualification du candidat peut être demandée par :

- Tout électeur inscrit sur la liste électorale de la circonscription concernée (article 209, alinéa 1^{er}) ;
- Les candidats et leurs délégués qui ont le droit de dénoncer l'inobservation des conditions requises ou des prescriptions légales ;
- Les observateurs nationaux, qui jouissent de la plénitude du droit de réclamation, et de dénonciation reconnus aux électeurs, aux candidats et à leurs délégués, dans les bureaux de vote dans lesquels ils exercent leurs mandats.

Les médias doivent faire en sorte d'accorder une attention particulière aux problèmes propres à la désignation des candidats. Ils peuvent jouer un rôle de relais d'information auprès des électeurs à propos des plateformes des candidats à ce stade, mais représentent également une source d'information pour les candidats

potentiels.

? Les questions à se poser

Les médias devront se familiariser avec le processus de cette phase et devraient être en mesure de répondre aux questions suivantes :

- **Règles.** Quelles sont les règles applicables à l'éligibilité des candidats ou des partis concernant leur désignation, telles qu'elles ont été établies par la loi électorale et constitutionnelle ?
- **Conditions.** Quelles sont les conditions pour que la candidature soit recevable ? Ces conditions sont-elles justes ? Excluent-elles un candidat en particulier ?
- **Normes internationales.** Les conditions fixées par la loi conformes aux normes internationales ? Comparaison ?
- **Déroulement.** Comment se déroule le dépôt des candidatures (quelle institution, quelles dates, combien de pièces) ?
- **Liste officielle.** Quand est arrêtée et affichée la liste officielle des candidats ?
- **Conséquences.** Quelles sont les conséquences pour le Président de la République et les fonctionnaires ?
- **Disqualification.** Qui peut demander la disqualification des candidats ?
- **Profils.** Qui a déjà déposé sa candidature ? Qui ne l'a pas encore fait, et pourquoi ? Qu'en est-il des déclarations de soutien ? Quels sont les profils et les plateformes des candidats et des partis souhaitant se présenter ? Au-delà de leurs différences, qu'est ce qui les réunit ?
- **Tendances.** Quelles sont les tendances relatives aux désignations des candidats par rapport aux années précédentes ? Y a-t-il de grands absents ?
- **Minorités et nouveautés.** Y a-t-il plus ou moins de femmes, de jeunes, de minorités, etc. pour ces élections ? Y a-t-il beaucoup de nouveaux partis ?

Au cours de cette période, d'autres questions centrales devraient également être abordées par les médias, telles que l'état d'avancement des travaux de la CENI concernant l'achèvement des plans opérationnels, le choix de l'implantation des centres et des bureaux de vote et les campagnes d'information et d'éducation des électeurs.



2.4. La campagne électorale

La loi a défini dix principes pour encadrer la campagne électorale. Elle est attentive à la neutralité de l'Administration et à l'impartialité des services publics. Elle a précisé les moyens de propagande électorale et pris des dispositions pour le contrôle de la régularité du financement de la campagne électorale en accordant à la CENI le droit à la gestion de la période transitoire.

Dix principes d'encadrement de la campagne

Les 10 principes d'encadrement de la campagne sous contrôle de l'ARCM (*Article 92 alinéa 2 de la Loi Organique relative au Régime Général et aux référendums*) :

1. Le respect de l'unité nationale et de l'esprit du Fihavanana Malagasy ;
2. La neutralité de l'Administration et l'impartialité des services publics ;
3. L'impartialité du service public de la communication audiovisuelle assurée par les services de radiodiffusion et de télévision publics ;
4. La neutralité des lieux de culte ;
5. L'équité et l'égalité des chances entre tous les candidats ;

6. La transparence des sources de financement des campagnes électorales et de l'utilisation des fonds y affectés ;

7. Le respect de l'intégrité physique, de l'honneur et de la dignité des candidats et des électeurs ;

8. Le respect de l'intégrité de la vie privée et des données personnelles des candidats ;

9. La non-incitation à la haine et à la discrimination ;

10. La préservation de l'ordre public.

Les moyens de la campagne électorale

- Réunions publiques électorales ;
- Affiches, tracts et circulaires électoraux ;
- Toutes activités publicitaires dans les médias (audio-visuels, écrits et électroniques) ;
- Toute autres activités visant le soutien ou le vote des électeurs.

En tant que journaliste, il est important de savoir que la Loi organique régleme tout : autorisation préalable pour les réunions, défilés et cortèges, interdiction de la couleur blanche réservée à la CENI, interdiction des couleurs du drapeau national, respect des emplacements d'affichage fixés par la CENI et ses démembrements, interdiction de pose d'affiches sur les clôtures et murs

des bâtiments publics, des édifices culturels et culturels ; sur les monuments naturels et dans les sites classés de caractère historiques, scientifiques, légendaires ou pittoresques ; sur les emplacements publicitaires fixes, etc...

Sont interdits en particulier :

- L'usage comme moyens de propagande électorale, de marques ou des produits commerciaux,
- La publication d'un élément nouveau de polémique électorale à un moment tel qu'il est impossible aux adversaires d'y répondre avant la fin de la campagne (*Article 116*),
- La diffusion de résultats de sondage ainsi que les études et commentaires journalistiques s'y rapportant pendant la campagne et la période de silence (*Article 118*). Sanction ? De 2 à 5 millions d'ariary d'amende (*Article 228*).

Le contrôle du financement de la campagne

La Loi Organique a institué une surveillance particulière sur le financement de la campagne électorale. L'argent joue désormais un rôle tellement déterminant dans la vie politique et dans la conduite des processus électoraux qu'il est devenu un outil problématique dans

le système politique, capable d'introduire les mauvaises pratiques, notamment de corruption.

Pour plus de transparence dans le financement de la vie politique, la Loi organique a mis en place un dispositif pour organiser le financement et un autre pour le contrôler. Pour l'organisation, chaque candidat est tenu de nommer un Trésorier de campagne personne physique qui reçoit et garantit la traçabilité des recettes perçues et des dépenses engagées six mois avant le premier jour du mois de l'élection, soit le 1^{er} mai 2018.

Ce trésorier doit soumettre les comptes de campagne dans les trois mois qui suivent les résultats définitifs de l'élection au contrôle par une Commission de Contrôle du financement de la vie politique. Celle-ci est composée de magistrats et des experts comptables qui examinent les comptes et publie l'état des candidats à jour de ces obligations de transparence.

Le grand public et les médias s'intéressent de plus en plus au financement des campagnes depuis quelques années en raison, entre autres, de l'accroissement des dépenses relatives à ces opérations et des difficultés liées à la réglementation équitable de ce soutien.

RÉTHORIQUE

Des conseils pour faire face aux stratégies et aux rhétoriques de campagne

- Ne pas se contenter de reprendre simplement les informations fournies par un parti ou candidat, mais essayer d'en **expliquer les enjeux**.
- Ne jamais se contenter d'afficher les **communiqués des partis ou candidats en campagne**. Les comparer avec ce que les candidats ont déjà dit ou fait lorsqu'ils étaient au pouvoir, les engagements qu'ils ont pris dans des campagnes précédentes. Faire intervenir des experts pour évaluer l'adéquation de leurs propositions aux besoins réels du pays ou de la communauté.
- En matière de chiffres, **être vigilant et procéder à des vérifications systématiques**.
- Mettre toujours entre guillemets et **bien attribuer à leurs auteurs les phrases choc** d'un communiqué ou d'une conférence de presse
- **Etre réactif** pendant les conférences de presse. Ne pas se contenter d'écouter. Demander des explications, des précisions, des exemples, des justifications, etc.
- Ne pas se fier aux statistiques fournies par un parti sur le **nombre de personnes réunies dans un rassemblement**. Prendre les moyens de l'évaluer soi-même. Comparer avec les évaluations des autres journalistes, des habitants du quartier. Comparer avec les évaluations antérieures sur d'autres événements: si tel stade était comble avec 10 000 personnes pour un concert, il est peu probable que 30 000 personnes puissent y rentrer pour un meeting politique.
- Apprendre à **reconnaître les événements considérés comme « fabriqués »** pour mettre en valeur les candidats. Être attentif à l'attitude des personnes présentes lors de la visite dans une école ou un hôpital. Y a-t-il eu des réactions particulières ? Les applaudissements étaient-ils spontanés, forcés ou financés ?
- Vérifier que le message véhiculé correspond bien aux **convictions du candidat**. Tel candidat qui se découvre une passion pour un sujet porteur était-il aussi passionné avant de solliciter les suffrages ?
- Distinguer clairement les **activités officielles des responsables gouvernementaux** de leurs activités en tant que candidats ou membres de partis.

Obligation de l'administration	Acte prohibé, constitutif de l'infraction	Peine applicable
Neutralité, Assiduité, Plein emploi Honnêteté	Participation à la campagne, distribution des professions de foi et des circulaires pour le compte d'un candidat, diffusion de slogans discours de propagande électorale.	Amende Ar 2 000 000 à Ar 5 000 000. (Articles 219 et 227 LO Rég.Gen. Elect. Référ.)
Impartialité Équité Égalité des candidats	<ul style="list-style-type: none"> • Les inaugurations officielles, annonces majeures par l'État et ses Administration de nature à créer une perception favorable à un candidat • Usage de ressources administratives, notamment l'accès à des équipements publics dont les véhicules et les bâtiments administratifs 	<ul style="list-style-type: none"> • Laisser à l'appréciation du juge. • Prison 2 à 5 ans et annulation des voix obtenues dans les circonscriptions électorales où l'infraction a été constatée. (Article 220 LO Rég.Gen. Elect. Référ.)

La régulation des médias

Les médias audiovisuels sont d'une grande importance dans la campagne électorale pour les candidats mais aussi pour les électeurs. C'est pourquoi pour respecter les principes d'équité et d'égalité de chances des candidats la loi a prévu une nouvelle régulation en ses *Articles 110 à 115*.

Elle fixe deux périodes dans le traitement du droit d'accès à la radiodiffusion et télévision publiques :

- **Pendant la première période qui s'étend de la publication de la liste officielle des candidats à l'ouverture officielle de la campagne électorale (du 26 août au 08 octobre)**, les services de la radiodiffusion et télévision publics doivent s'assurer que les candidats bénéficient d'une présentation et d'un accès équitable à l'antenne dans des conditions de programmation comparables. Et ce aussi bien pour le temps d'antenne que pour le temps de parole.

- **Pendant la seconde, qui concerne la phase de la**

campagne électorale officielle (du 08 octobre au 06 novembre), les candidats ont droit à des temps de parole et des temps d'antenne égaux (*Article 111*) dans des conditions de programmation comparables, auprès des tous les services de la radiodiffusion et télévision publics. En outre, ils y bénéficient également de temps d'antenne gratuits (*Article 112*).

La répartition et la programmation des temps d'antenne gratuits auprès de la Radio nationale et la télévision nationale se font par tirage au sort organisé par l'ANRCM (ou la CENI pendant la période transitoire), au début de la campagne, et en présence des candidats ou des comités de soutien ou leurs représentants.

Afin de s'assurer du respect des *Article 111 et 112*, le service de la radiodiffusion et télévision public doit tenir un décompte des temps de parole et d'antenne par candidat et le transmettre à l'ANRCM (ou la CENI pendant la période transitoire) tous les vendredis dès la publication de la liste officielle des candidats (*Article 113*).

Enfin l'Article 115 prévoit que l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par tout moyen de communication audiovisuelle est interdite.

L'Autorité nationale de régulation de la communication médiatisée peut, selon la gravité du manquement aux dispositions de la Loi organique, adresser des observations publiques au directeur de publication de la station concernée, ou enjoindre au premier responsable de l'entreprise de presse audiovisuelle de prendre les mesures nécessaires pour mettre un terme à ce manquement dans un délai qu'elle fixe (Article 114).

? Les questions à se poser

Les journalistes qui couvrent la campagne électorale devront être parfaitement informés de la législation pertinente. Ils devront également examiner les problèmes importants pour le public.

- **Règles.** Quelles sont les principales dispositions légales qui régissent l'encadrement ?
- **Moyens.** Quels sont les moyens autorisés pendant la campagne ?
- **Financement.** Quel dispositif est fixé par la loi (organisation et contrôle) ? Y-a-t-il un plafonnement ? Les acteurs respectent-ils les dispositions ?
- **Régulation des médias.** Quelles sont les dispositions légales ? Sont-elles respectées par les acteurs ? Si ce n'est pas le cas, quelles sont les sanctions prévues ?
- **Programmes.** Quels sont les programmes des candidats en lice ? En quoi se démarquent-ils ? D'anciens candidats ont-ils de nouvelles priorités ?

Stratégies médiatiques des campagnes des candidats et des partis politiques

Les partis et les candidats utilisent souvent différentes techniques de campagne et les journalistes devraient être familiarisés avec celles-ci et porter un regard critique à leur égard afin de garantir une couverture équilibrée et lucide. Ce point est particulièrement important pour éviter toute manipulation des médias et expliquer ces stratégies aux publics visés.

Certaines approches couramment employées pendant les campagnes par les partis et les candidats peuvent

être résumées comme suit :

- **Dictier le programme.** En général, les candidats ou les partis politiques en compétition préfèrent mener leur campagne dans des domaines qui leur sont familiers. Les journalistes devraient être conscients de ces manœuvres et couvrir de manière équilibrée chaque thème des participants ainsi que les préoccupations des électeurs.
- **Utiliser des événements légers pour gagner la sympathie des électeurs.** Cette stratégie est vieille comme le monde. Les responsables politiques se livrent à des activités culturellement appropriées pour montrer aux électeurs qu'ils pourraient être leur ami ou leur voisin. Les électeurs reconnaissent généralement le côté artificiel de ces événements, mais ces approches restent concluantes dans leur intention. Elles constituent également un moyen d'éviter les questions potentiellement préjudiciables pour la plateforme du parti ou du candidat. Par conséquent, les journalistes se retrouvent souvent confrontés à un dilemme. Ces événements ne sont pas de véritables nouvelles, mais les médias risquent de se faire damer le pion par leurs concurrents s'ils ne les couvrent pas. Cela explique en partie pourquoi la couverture électorale est parfois superficielle et non informative.
- **Changer de sujet.** Cette stratégie est étroitement liée aux deux précédentes. Lorsque survient un événement potentiellement préjudiciable vis-à-vis d'une plateforme, le candidat ou le parti s'empresse de diriger l'attention des médias ailleurs, en pointant du doigt par exemple les lacunes de l'opposition ou en annonçant d'autres promesses électorales.
- **Faire circuler des informations préjudiciables pour l'opposition.** L'attitude du public concernant les campagnes politiques négatives varie énormément selon les cultures politiques. En général, cependant, les attaques verbales contre les candidats et les partis rivaux sont beaucoup moins efficaces que des reportages négatifs habilement placés. Devant toute nouvelle négative, le journaliste doit se poser les questions suivantes : « Qui en est l'auteur et quelles sont ses motivations potentielles ? »

(Suite p.32)



SE
DOCUMENTER

ÊTRE
PERTINENT

ÊTRE
PRÉPARÉ

PRÉPARATION

L'ENTREVUE ÉLECTORALE

L'entrevue des candidats ou chefs de parti est un moment-clé de la couverture de la campagne électorale. Elle permet au journaliste d'aller dans le détail des programmes et de mieux cerner les personnalités. C'est un art difficile, qui exige un sens aigu des rapports humains, une forte capacité de discernement, et une bonne préparation. Être bien renseigné et préparé permet au journaliste de poser des questions pertinentes, et de rester très attentif et concentré pendant l'entretien. Des conseils tirés du Guide pratique du journaliste en période électorale de l'OIF et Reporters sans Frontières.

1. Préparer l'entrevue

Se documenter. rassembler le plus grand nombre d'informations possibles sur la personne rencontrée. Faire des recherches sur son parcours, son environnement, ses sources de financement, ses alliances et ses inimitiés.

Fixer le cadre. savoir de combien de temps on disposera, soit en direct, soit en différé ; choisir un lieu et un moment propices à un entretien réellement personnel ; éviter que la personne soit entourée de ses partisans ; être installé confortablement pour faire face à l'interlocuteur, ne pas avoir le soleil dans les yeux, pouvoir prendre des notes, etc.

2. Préparer des questions

- **Dresser une liste de questions** avec l'ordre des thèmes à aborder et le temps approximatif consacré à chacun, sans pour autant être contraint et négliger de rebondir sur un propos nouveau tenu pendant l'entrevue.

- **Hiérarchiser ses questions** par ordre décroissant d'intérêt. Si la durée de l'entrevue est abrégée, on aura ainsi abordé l'essentiel.
- **Préparer des questions brèves, simples et ciblées.** Si une question est trop longue, trop compliquée et générale, un politicien habile prendra facilement le contrôle de l'entrevue, et ne répondra qu'aux parties de la question qui lui conviennent.

3. Type de questions à poser

Sur les problèmes de fond plus que sur les péripéties et manœuvres politiciennes ; sur les programmes plus que sur les aspects « people » ; à partir des préoccupations exprimées par les citoyens lors des reportages, par exemple :

- *Quelles mesures concrètes prendrez-vous pour apaiser le jeu démocratique ? Et Pour mettre fin aux trafics de bois de rose, aux vols de zébus ?*
- *Quels moyens avez-vous de tenir vos promesses ?*
- *En quoi le parti ou candidat se distingue-t-il des autres ?*
- *En quoi votre crédibilité est-elle supérieure à celle de vos*



concurrents ?

- *Quelle est votre expérience internationale ?*
- *Quelles alliances en cas de victoire ?*
- *Votre bilan parle-t-il pour vous ? Expliquez-vous sur les engagements précédents non tenus.*
- *S'agissant d'élections locales, à quels problèmes de la zone concernée allez-vous vous attaquer en priorité ?*

4. Mener l'entrevue

Enregistrer l'entrevue. Demander systématiquement à enregistrer l'entretien. Expliquer à l'interlocuteur que cela permet de conserver une reproduction fidèle de ses paroles, et ainsi de ne pas déformer ses propos. Enregistrer permet également de se libérer d'une prise de notes trop importante, et de se concentrer sur les réponses pour établir des relances adaptées à la tournure de l'entretien. S'il n'est pas possible d'enregistrer, écrire rapidement les éléments majeurs, relire et compléter ses notes immédiatement après l'entrevue.

Privilégier l'entrevue semi-directive. Alternier les questions ouvertes à champ large, les questions semi-ouvertes et les questions fermées exigeant une réponse par oui ou par non. Reformuler une question si l'interlocuteur n'y a pas répondu. Demander des exemples. Être suffisamment attentif pour rebondir sur un mot ou une idée au vol, afin de faire évoluer l'entretien avec des questions spontanées.

Exercer le droit de suite. C'est même un devoir. Une affirmation manifestement erronée ou exagérée doit

être reprise pour demander explications ou précisions. Un chiffre manifestement faux doit être contesté, une erreur historique grave rectifiée. Dans tous ces cas, une relance précise de l'interlocuteur doit être effectuée.

Garder le contrôle. C'est le journaliste qui dirige l'entretien, pas l'interviewé. Un politicien futé peut lui même aborder une question de son propre chef. Moins grave dans un entretien en aparté que dans une entrevue en direct, la manœuvre doit être contrée si la question n'a pas d'intérêt et vise seulement à se mettre en valeur sur un terrain favorable. Interrompre poliment mais sûrement si nécessaire. Rester courtois mais être opiniâtre sur les questions esquivées.

5. Utiliser l'entrevue

Cet exercice n'est pas un piège. A défaut de la lettre, il s'agit donc de respecter l'esprit et le sens des propos de l'interviewé. Cette question ne se pose pas si l'entrevue est en direct ou reproduite en intégralité. Si elle donne lieu à un montage ou une sélection, ceci doit être réalisé dans la plus grande fidélité possible au message essentiel de la personne.

Si l'entrevue est utilisée pour rédiger un article, le journaliste doit se mettre à l'œuvre immédiatement après l'entretien, en réunissant ses idées et en rédigeant un plan ou un brouillon d'article. Les notes prises pendant l'entretien serviront également à compléter l'enregistrement (s'il existe), à relever ou vérifier une citation.



La couverture d'événements politiques

Dans la plupart des pays, les événements politiques organisés restent des instruments importants des stratégies médiatiques des partis et des candidats, qu'il s'agisse de réunions en mairie, de rassemblements ou de débats publics. Ces événements présentent trois principaux intérêts :

- Maintenir les candidats sur le devant de la scène ;
- Donner au parti ou au candidat l'opportunité d'informer directement les électeurs à propos de ses positions politiques sans qu'elles soient remises en cause ;
- Devenir une présence familière pour les électeurs.

Les rassemblements politiques peuvent également servir à d'autres fins. Ils permettent souvent de mettre en avant le soutien d'une vedette du monde de la chanson, du cinéma ou de la télévision pour accroître la sympathie du candidat grâce à sa proximité avec des personnalités populaires. À ce titre, le soutien de personnalités connues est une pratique répandue dans les campagnes politiques.

Chacun de ces objectifs nécessite, dans une certaine

mesure, la coopération des médias. Les candidats restent uniquement sur le devant de la scène si les médias couvrent ces événements. Leurs positions ne seront pas contredites si les médias ne présentent pas d'autres points de vue. Les journalistes et les rédacteurs en chef se trouvent ainsi devant un véritable dilemme.

Les rassemblements sont des événements majeurs et sont, de ce fait, dignes de couverture. En revanche, le contenu de ces rencontres est en général hautement prévisible et, par conséquent, ne présente pas d'intérêt journalistique. C'est le comportement de troupeau qui finit souvent par l'emporter – on présume que le média concurrent va couvrir l'événement, donc on le couvre aussi.

Toutefois, l'analyse critique des plateformes des responsables politiques reste nécessaire pour la couverture électorale. La simple reproduction sténographique de leurs déclarations ne constitue pas du bon journalisme. Il faut aussi de l'équilibre, qu'on obtient en citant des réactions aux déclarations des responsables politiques et en veillant à ce que les événements politiques des différents partis et candidats soient couverts de façon équitable.

? Les questions à se poser

Un reportage complet et équilibré sur un rassemblement politique ou un autre événement devrait permettre de répondre à toutes les questions suivantes :

- **Rassemblements.** Combien de personnes étaient présentes à l'événement (l'estimation du journaliste, pas celle du parti ou du candidat qui organisait l'événement, ni celle de ses adversaires) ?
- **Réactions.** Quelle a été la réaction du public aux discours, collectivement et individuellement ? Quelle a été la réaction des autres partis, candidats ?
- **Contexte.** Quelles sont les autres informations importantes entourant cet événement, quel était son contexte (en mentionnant par exemple les perturbations, les actes de violence et les sources de financement ou de soutien) ?

Le journalisme à l'écoute du citoyen

Le recours à des experts, des universitaires ou des responsables de la société civile peut aider le journaliste à identifier les grands enjeux qui devraient être abordés durant la campagne dans tous les domaines : économie, gouvernance, aménagement du territoire, santé, éducation, justice, droits de l'Homme, politique étrangère, etc.

Mais le journaliste doit aussi s'intéresser à la vie des citoyens pour connaître, comprendre, et relayer leurs préoccupations. Certains organes de presse réalisent ainsi des sondages thématiques, indiquant les questions qui intéressent le plus l'électorat. D'autres ont recours à des panels - associant citoyens, chefs de quartier et responsables associatifs - pour mieux cibler les attentes des individus et des communautés. Un des moyens les plus simples reste encore d'aller sur le terrain à la rencontre de la population.

Différentes techniques permettent au journaliste de placer les préoccupations réelles des citoyens au cœur du débat électoral :

- **Raconter des histoires individuelles** pour illustrer l'importance et l'ampleur des grands enjeux de la campagne, ou pour mettre l'accent sur les conséquences des solutions proposées par chaque candidat. De plus, le journaliste augmente ses chances d'attirer l'attention

des partis sur un thème qui n'a pas encore été abordé pendant la campagne, s'il sait l'« humaniser » par le récit vivant et détaillé des problèmes de vie qui se posent à une personne ou une communauté.

- **Effectuer des reportages sur les thèmes signalés par les citoyens eux-mêmes :** prix du carburant, manque de professeurs dans les écoles, absence d'hôpitaux dans une région, etc.
- **Donner aussi la parole aux représentants des minorités,** aux syndicats, groupements professionnels, mouvements féminins et associations de droits de l'Homme. Ils représentent des intérêts collectifs dont les points de vue et les revendications méritent d'être relayés par les médias.
- **Ouvrir un canal d'accès au public,** pour qu'il puisse faire remonter facilement des informations aux journalistes par écrit, par téléphone ou par courriel, notamment sur les irrégularités du processus électoral et éventuellement ouvrir à son audience des canaux d'expression directe : libre antenne (appels d'auditeurs en direct), blog, réseaux sociaux (en veillant à la crédibilité des sources, et en assurant le contrôle).

2.5. Sondages

Dans la plupart des pays, les sondages fleurissent au moment des compétitions électorales. Ils visent, soit à mesurer les aspirations des citoyens sur les enjeux électoraux, soit à mesurer la popularité des candidats et les intentions de vote en leur faveur. Ils peuvent être commandités par un média, mais aussi et surtout par des partis ou candidats, qui les gardent pour eux s'ils sont mauvais, les répercutent s'ils pensent en tirer avantage. Selon le vieil adage « qui paie commande », la vigilance la plus extrême doit être portée sur l'identité du commanditaire. Certains sondages aux questions (ou réponses) orientées peuvent n'être là que pour manipuler l'opinion ou les médias.

Interdiction des sondages pour la campagne

À Madagascar où les distances, les inégalités d'accès au téléphone (a fortiori à l'Internet) sont immenses, le législateur a décidé d'interdire les sondages pendant la campagne électorale.

La diffusion de résultats de sondage ainsi qu'études et



Les sondages fleurissent au moment des compétitions électorales. Ils visent, soit à mesurer les aspirations des citoyens sur les enjeux électoraux, soit à mesurer la popularité des candidats. A Madagascar, ils sont interdits pendant la campagne et les jours de scrutins.

commentaires journalistiques s'y rapportant pendant la campagne et la période de silence sont interdits, *Article 118*. La sanction ? De 2 à 5 millions d'ariary d'amende, *Article 228*.

En tout état de cause, il faut rappeler que :

- Les sondages ont une valeur informative limitée, car ils reposent sur un échantillon dit « représentatif », et ne valent éventuellement que pour un moment de campagne, souvent éphémère.
- Les sondages peuvent influencer, voire fausser le jeu démocratique: leur impact peut conduire à des effets de « suivisme » (voter pour le candidat en tête) ou de « révolte » (se mobiliser contre lui);
- Les sondages peuvent poursuivre des fins illégitimes au détriment de la démocratie.

2.6. Le(s) jour(s) du scrutin

À l'ouverture des centres de vote, le rôle des médias évolue par rapport à celui qui leur était dévolu pendant la période de campagne électorale.

Il s'agit de la période de plus grande effervescence dans les salles de presse et pour les journalistes, car chacun essaye de recueillir des informations sur l'avancée du scrutin et sur les résultats probables des élections. La forte présence de journalistes peut jouer un rôle essentiel pour garantir une conduite pacifique, libre et équitable des élections pendant les jours du scrutin.

Le bureau de vote

• **Article 124 LO.** *Le vote se déroule dans une salle d'un bâtiment public (sauf édifices culturels ou rituels, casernes et hôpitaux), appelée Bureau de Vote (BV).*

• **Liste des bureaux de vote.** La liste est fixée par délibération de la CENI 60 jours au plus tard avant le scrutin (susceptible de modification au plus tard deux jours avant le scrutin pour cas de force majeure) et publiée au JO.

(Suite p.38)

MÉCANISMES
DE SÉCURITÉ

PLANS
D'ACTION

CONSEILS
DE SÉCURITÉ

PRÉPARATION

PRÉVENIR LES CONFLITS

Si les journalistes sont parfois la cible du conflit, ils ont également un rôle crucial de prévention à jouer. La responsabilité citoyenne des journalistes reste un maillon important dans le dispositif de l'installation de la paix. Le journaliste ne doit pas se limiter à collecter, traiter et diffuser l'information. Il doit aider à la pacification du processus électoral, dans le strict respect de l'éthique.

Causes de conflit dans les élections

- Un accès inégal aux ressources critiques comme les médias, le financement des campagnes et les électeurs.
- Le manque de communication entre groupes concurrents. Par exemple, le manque de mécanismes de dialogue entre les partis ;
- De fausses informations, souvent propagées par la propagande, y compris dans les médias ;
- Les problèmes non résolus au fil du temps, par exemple l'incapacité de régler les problèmes liés à une loi électorale inéquitable ;
- La répartition inégale du pouvoir entre les groupes concurrents, en particulier dans les contextes où les partis au pouvoir ont un contrôle écrasant du pouvoir dans les organes décisionnels, tels que les commissions électorales, la législature, la magistrature.

Les médias jouent un rôle important pour identifier les causes communes de conflit, les acteurs clés, leurs

demandes, leurs besoins et leurs appréhensions. Grace à cette analyse, les médias peuvent identifier les points communs des parties présence lors d'un conflit et jouer un rôle d'apaisement. Cela peut passer par la correction des idées fausses propagées pendant le processus ou le traitement des mythes véhiculés pendant les élections.

Quelques consignes...

- Encadrez le conflit, faites des choix conscients sur les éléments à inclure dans l'article, le reportage ;
- Évitez de faire dévier les informations vers un objectif particulier, généralement un agenda caché ;
- Utilisez un langage et des images positives qui évitent sensationnalisme, victimisation et diabolisation ;
- Contester le discours de haine, comme lorsqu'il s'agit de sources d'information ;
- Évitez les stéréotypes, par exemple sur le genre.

Prévenir la violence contre les médias

La période électorale peut soulever les affects de divers groupes et s'avérer dangereuse pour les journalistes. Ces derniers peuvent devenir la cible de ceux qui s'opposent à un processus équitable. Il est donc nécessaire de mettre en place des mécanismes et des mesures de sécurité pour protéger les journalistes et les maisons de presse.

Une approche multipartite pour prévenir la violence contre les médias est préconisée par Le plan d'action des Nations Unies. L'approche multipartite inclut les responsabilités des médias et journalistes, de la société civile, des universités, des institutions publiques, des acteurs politiques, des agences des Nations Unies et organisations internationales. Le Plan d'Action des Nations Unies sur la sécurité des journalistes et la question de l'impunité est un plan méthodique développé à l'échelle des Nations Unies, qui vise à créer un environnement libre et sûr pour les journalistes, les professionnels des médias et les médias sociaux.

Le rôle des entreprises médiatiques

- Adopter des mesures spécifiques pour protéger la sécurité des journalistes, par exemple en fournissant des contrats appropriés, en mettant en place une évaluation des risques et des politiques de sécurité et en proposant des formations aux journalistes ;
- Prendre des mesures spécifiques pour promouvoir la sécurité des journalistes, notamment en préconisant un environnement de travail sûr et en mettant en place des programmes de sécurité pour les femmes journalistes ;
- Être conscient de la sécurité sur Internet.

Le rôle des journalistes

- Connaître les règles et procédures électorales ;
- Comprendre leurs droits et responsabilités lors des reportages électoraux ;
- Ne jamais porter des couleurs, insignes ou slogans de partis politiques ;
- Toujours porter une pièce d'identité prouvant que vous êtes journaliste ;
- Les journalistes ont le droit de refuser une affectation considérée dangereuse ;
- Disposer d'un équipement et assurance appropriés dans des missions dangereuses ;
- Signaler les attaques contre les journalistes comme des nouvelles ;

- Signaler aux éditeurs, collègues ou famille les missions sur le terrain ;
- Consulter immédiatement un professionnel de santé suite à des sentiments de stress ou de traumatisme.

Protocole de sécurité pour les médias

Les Forces de défense et de sécurité d'un pays sont des acteurs essentiels dans l'exercice et la défense de la liberté fondamentale de la « personne » en tant que « protecteur et défenseur du peuple et de ses biens ». Les journalistes bâtissent leur univers professionnel sur la base de la liberté d'expression et de la liberté de la presse. Dans ce sens, les Forces de défense et de sécurité, les journalistes et les médias partagent des devoirs nobles et complémentaires envers la société.

En conséquence un protocole de sécurité pour les médias a été développé afin de disposer d'un cadre officiel de collaboration entre journalistes et Forces de défense et de sécurité (FDS) en matière de prévention du conflit. Des responsabilités mutuelles sont identifiées pour le Ministère de la Défense Nationale, le Ministère de l'Intérieur et de la Décentralisation, le Ministère de la Sécurité Publique, le Secrétariat d'Etat auprès du Ministère de la Défense Nationale chargé de la Gendarmerie, le Ministère de la Communication et des Relations avec les Institutions et l'Ordre des journalistes.

Objectifs du Protocole

- Améliorer les échanges et le partage d'information entre Journalistes et FDS ;
- Concrétiser la complémentarité du travail des Journalistes et FDS dans la protection des populations ;
- Renforcer la confiance mutuelle entre les Journalistes et les FDS ;
- Prévenir les conflits et malentendus qui pourraient survenir entre les Journalistes et les FDS devant des faits de société critiques ;
- Créer une dynamique entre les Journalistes et les FDS pour instaurer un climat de paix au sein de la société ;
- Permettre aux instances représentatives de mener des poursuites en cas de non-respect des lois en vigueur, après que des démarches de médiation et des pourparlers ont été épuisées.

- **700 électeurs.** Le bureau de vote est établi dans le Fokontany, compte 700 électeurs au maximum, géré par un bureau électoral désigné par le démembrement de la CENI (dont un Président, un Vice-Président, deux assesseurs, un secrétaire, inscrits en principe sur la liste du Fokontany), trente jours avant le jour du scrutin.

- **Pas d'appartenance politique.** Ils n'appartiennent à aucun parti politique (leur lettre d'engagement déposée auprès du démembrement communal de la CENI avant leur désignation en fait foi).

Déroulement du vote

- **Le vote a lieu de 6 h à 17 h.** Il se poursuit jusqu'au vote du dernier électeur présent et attendant de voter. La Loi Organique prévoit des matériels de vote obligatoires (recueils de textes, extraits de liste, urne, encre indélébile, bulletin unique, isoloir, stylo ou cachet X, liste pour émargement, formulaire de remplissage des irrégularités etc.) avec des règles de gestion des bulletins uniques pour garantir leur authenticité (signatures au dos des bulletins de vote de deux membres du bureau électoral tirés au sort).

- **Tout électeur inscrit sur la liste électorale a le droit de prendre part au vote (Article 154 LO) ;** il présente sa carte nationale d'identité et sa carte d'électeur pour justifier de sa qualité d'électeur. Toutefois, s'il a perdu sa carte d'électeur, il lui suffit de justifier de son identité par la présentation de sa carte nationale d'identité et d'une attestation d'inscription sur le registre de recensement délivrée par la Commission locale de recensement des électeurs du Fokontany (Article 50 LO).

Après vérification de son inscription sur la liste électorale, l'électeur prélève un exemplaire du bulletin unique, se rend aussitôt dans l'isoloir et y fait son choix (celui-ci est exprimé par l'apposition du signe X) ; il présente à son retour son seul bulletin au président du bureau électoral et l'introduit lui-même dans l'urne. Après quoi il appose sa signature ou l'empreinte de ses deux index à l'aide d'une encre indélébile (s'il ne sait pas écrire) sur la liste d'émargement. Enfin avant de quitter le bureau de vote, un membre du bureau électoral marque son pouce gauche à l'encre indélébile.

Contrôle de la transparence du vote

Pour assurer la transparence du processus, chaque candidat peut assister, sans aucune formalité préalable, aux opérations électorales. En outre, il peut nommer, quinze jours avant la date du scrutin, pour chaque bureau de vote, un délégué (titulaire ou suppléant) pour observer les opérations du scrutin.

Le délégué fait enregistrer gratuitement un spécimen de sa signature auprès du Maire ou du Représentant de l'Etat territorialement compétent cinq jours avant le scrutin et le candidat notifie la désignation au bureau électoral dans le même délai. Les droits du délégué sont garantis dès qu'il est muni de la déclaration de notification au Bureau électoral émanant du candidat (Article 136 LO).

Identification des acteurs dans les bureaux de vote

Les membres de la CENI, les candidats, leurs délégués, les autorités administratives, les journalistes accrédités sont astreints au port de badge durant le scrutin, fournis par la CENI sept jours au moins avant la date du scrutin.

Dépouillement du scrutin

A la clôture du scrutin, il est procédé immédiatement et sans désenclaver au dépouillement, obligatoirement dans le bureau de vote.

Les délégués des candidats peuvent, une heure avant la clôture du scrutin, désigner des scrutateurs ; à défaut, le bureau électoral désigne parmi les électeurs présents un nombre suffisant de scrutateurs sachant lire et écrire.

Les membres du bureau électoral arrêtent et proclament le nombre des votants sur la liste d'émargement, l'ouverture de l'urne et le nombre des bulletins qui s'y trouvent ; s'il est plus élevé ou moindre que celui des émargements, il en est fait mention au procès-verbal.

Le président répartit les bulletins à traiter entre des

groupes de scrutateurs qui s'agencent ainsi qu'il suit : un des scrutateurs prend le bulletin, le déplie et le passe déplié à un autre scrutateur ; ce dernier lit à haute voix les noms marqués ou la mention blanc /nul sur les bulletins ; deux autres scrutateurs relèvent ces noms et mentions sur les feuilles de dépouillement et de pointage prévues à cet effet ; deux autres scrutateurs reportent sur un tableau prévu à cet effet les noms et mentions lus à haute voix. Les bulletins blancs et nuls sont contresignés par les membres du bureau électoral et annexés au procès-verbal.

Lorsque le nombre de bulletins trouvés dans l'urne est supérieur au nombre des émargements correspondants, on retranche au hasard un nombre de bulletins égal à l'excédent constaté, (Article 174) lesquels sont contresignés et annexés au procès-verbal.

- **Les bulletins nuls (Article 171)** ne sont pas considérés comme suffrages exprimés lors du dépouillement. Sont considérés comme bulletins nuls : le bulletin comportant plusieurs choix ; le bulletin sur lequel le choix de l'électeur n'est pas clairement exprimé ; le bulletin déchiré ou comportant des mentions griffonnées ; le bulletin non réglementaire ; le bulletin entièrement ou partiellement barré ; le bulletin non signé au dos par les membres du bureau électoral désignés à cet effet.

- **Les bulletins blancs.** Est considéré comme blanc le bulletin dont aucun choix n'a été marqué (Article 172). Si ces bulletins (blancs, nuls et retranchés) ne sont pas annexés, les opérations de ces bureaux sont annulées s'il est établi que l'objectif de la non annexion a eu pour but et conséquence de porter atteinte à la sincérité du scrutin.

Les procès-verbaux

A la fin des opérations, le président du bureau électoral proclame sur le champ les résultats du dépouillement et en dresse immédiatement et publiquement le procès-verbal (Article 176), en plusieurs exemplaires ayant valeur d'original en fonction du nombre des destinataires. La CENI ou ses démembrements territoriaux, la Haute Cour Constitutionnelle et les

délégués présents et ayant participé aux opérations de dépouillement en sont destinataires.

Un exemplaire original est obligatoirement affiché à l'extérieur du bureau de vote (Article 180, alinéa 3). Chaque délégué et chaque observateur agréé présents au moment du dépouillement ont droit à une copie du procès-verbal, signée par deux membres du bureau électoral au moins.

Transmission des résultats du bureau de vote

Avec l'appui des forces de l'ordre affectées pour sécuriser les opérations électorales, le président du bureau électoral, le représentant du démembrement de la CENI au niveau de la Commune et le premier responsable du Fokontany, sous la coordination d'un responsable désigné par le Représentant de la CENI ou de ses démembrement au niveau territorial, doivent faire diligence pour acheminer, un exemplaire du procès-verbal accompagné des listes d'émargement, bulletins exprimés, les bulletins blancs et nuls, les bulletins contestés, les bulletins retranchés, les feuilles de dépouillement et de pointage, éventuellement les mandats des délégués, les attestations des observateurs et les ordres de missions visés aux Articles 133, 145, 179 et 180 et 195 de la Loi Organique, sous pli fermé et par la voie la plus rapide, à l'organe chargé du recensement matériel des votes auprès de la Commission Electorale Nationale Indépendante ou de ses démembrements au niveau territorial.

Le recensement général des votes et la proclamation des résultats

Il est établi par décision de la CENI et porté à la connaissance du public, des Sections chargées du recensement matériel des votes (SRMV) au plus tard un mois avant la date du scrutin. La SRMV Section de recensement matériel des votes du démembrement de la CENI du District, procède immédiatement et publiquement, de manière contradictoire, au recensement matériel des votes à la réception du pli contenant les documents électoraux.

- **Son rôle consiste à vérifier entre autres :** le contenu

des plis fermés, les divers calculs effectués et les bulletins déclarés blancs et nuls ou contestés issus des bureaux électoraux. (Article 56 LO relative à l'élection du Président de la République).

• **La SRMV n'a pas qualité pour redresser ou rectifier des résultats.** Elle se contente de dresser procès-verbal de ses constatations, notamment des erreurs ou des irrégularités relevées par bureau de vote, de tout fait, élément, ou anomalie qu'elle a pu relever sur les documents, par bureau de vote. Si pour des raisons majeures, les résultats d'un ou de plusieurs bureaux de vote n'ont pas pu être acheminés dans un délai de cinq jours suivant la date du scrutin elle dresse un procès-verbal de carence (Article 57 LO relative à l'élection du Président de la République).

Après réception du dernier pli émanant du bureau électoral ou de la date du procès-verbal de carence, elle doit transmettre sous pli fermé, dans un délai de vingt-quatre heures, à la CENI tous les documents ayant servi aux opérations électorales accompagnés de son procès-verbal (Article 58 LO relative à l'élection du Président de la République). Un exemplaire de son procès-verbal et celui des éventuels procès-verbaux de carence sont adressés à la Haute Cour Constitutionnelle et à tout candidat ou son représentant.

Les questions à se poser et conseils

Avant la tenue du scrutin :

- **Sensibilisation.** Les électeurs ont-ils été sensibilisés sur les procédures de vote ? Sur l'emplacement des différents bureaux de vote ?
- **Liste des bureaux de vote et affiches.** La liste est-elle disponible dans les temps ? Des modifications y ont-elles été apportées ? Si oui ont-elles été communiquées ? Les affiches des candidats sont-elles bien en vue ?
- **Bulletins.** Les bulletins sont-ils facilement compréhensibles pour les personnes illettrées ?
- **Technique.** S'assurer de pouvoir enregistrer les déclarations le soir des élections.
- **Déploiement.** Un plan est-il prévu pour le déploiement des journalistes dans les bureaux des partis, de vote, des OSC. Est-il possible de mettre en

place un multiplex ?

- **Veille des élections.** Silence électoral. Aucune déclaration publique n'est permise.

Pendant le scrutin :

- **Composition du bureau de vote.** La composition du bureau électoral est-elle conforme à la loi ? Les membres du bureau appartiennent-ils à des partis politiques ?
- **Nombre d'électeurs et horaires.** Combien d'électeurs ont voté dans le bureau de vote (fixé à 700) ? Les horaires de vote ont-ils été respectés ?
- **Accès aux bureaux.** Les personnes en situation de handicap peuvent-ils voter ?
- **Matériel et gestion.** Les matériels de vote obligatoire sont-ils présents dans les bureaux, aux normes ? Gestion des bulletins est-elle conforme ? Les fonctionnaires demandent-ils documents supplémentaires pour voter ?
- **Transparence et secret du vote.** Des délégués des partis sont-ils présents dans les bureaux ? Y a-t-il un nombre suffisant de scrutateurs ? Le secret du vote est-il respecté ?
- **Badges.** Les acteurs sont-ils tous bien identifiés ?
- **Sécurité.** Les conditions de sécurité sont-elles respectées ? Y a-t-il eu des tentatives d'intimidation ?
- **Apaisement.** Possibilité de diffuser des messages ou extraits d'interviews des candidats enregistrés à l'avance et appelant à l'apaisement.
- **Ambiance.** Réaliser des reportages d'ambiance dans la rue, après le vote des candidats (apaisement).

Après le scrutin :

- **Observateurs.** Suivre les communiqués émanant des observateurs nationaux et internationaux sur la régularité du scrutin.
 - **Impossibilité de voter.** Des électeurs n'ont-ils pas été en mesure de voter ? Pourquoi ?
 - **Excédent, bulletins nuls, blancs.** Quelle est la procédure si le nombre de bulletins dans l'urne est supérieur au nombre des émargements ? Qu'est-ce qu'un bulletin nul, un bulletin blanc ?
 - **Transmission.** Comment sont acheminés les bulletins des bureaux de vote vers les SRMV ?
- (Suite p.44)



IDENTITÉ
EN LIGNE

PRINCIPES
ÉTHIQUES

LIGNES
DIRECTRICES

PRÉPARATION

RÉSEAUX SOCIAUX ET JOURNALISME

Les nouveaux médias et les anciens ne sont pas opposables, mais au contraire complémentaires. Les nouveaux diffusent des informations non traitées, issues d'un réseau plus ou moins vaste, les anciens relaient et traitent avant d'informer. À l'ère des nouveaux médias et des réseaux sociaux, le professionnel des médias a donc un rôle majeur de trier, vérifier, mettre en perspective et donner du sens aux informations qui peuvent intéresser son public, quel que soit le support, en appliquant les standards et bonnes pratiques du journalisme professionnels.

Différents supports, mêmes consignes

Lorsque la télévision est arrivée, on a pleuré la mort de la radio qui est pourtant toujours là. Les nouveaux médias et les anciens ne sont pas opposables, mais au contraire complémentaires. Les nouveaux diffusent des informations non traitées, issues d'un réseau plus ou moins vaste, les anciens relaient et traitent avant d'informer.

Il convient donc de "donner du sens au bruit". En effet, le journaliste a un rôle majeur à jouer pour trier, vérifier, mettre en perspective et donner du sens aux informations qui peuvent intéresser son public.

Des lignes directrices pour les journalistes en ligne

Dans la plupart des cas, les opinions ou expressions des journalistes sur les espaces numériques publics seront

généralement considérées comme représentatives de leur identité journalistique.

Pour cette raison, lorsqu'ils sont présents sur les médias sociaux, les journalistes doivent être guidés par les mêmes principes éthiques qui les guident dans les médias traditionnels : équité, exactitude, équilibre et indépendance.

Les consignes de l'Agence France Presse (AFP)

L'AFP a élaboré des lignes directrices spécifiques sur les médias sociaux pour ses journalistes. Certaines de ces directives fournissent un aperçu des principes généraux que les autres organisations de médias utilisent pour guider leurs journalistes en matière d'utilisation des médias sociaux.

• **Avertissement.** Les journalistes utilisant les comptes de médias sociaux doivent inclure un avertissement sur

leur compte, par exemple : "Les opinions exprimées ici sont les miennes".

• **Informer.** Les journalistes devraient informer leurs directeurs directs ou leurs chefs de bureau de leur présence sur les médias sociaux. Ils ont besoin de l'approbation directe de leur supérieur hiérarchique (chef de bureau ou chef de bureau)

• **Exclusivité.** Les journalistes ne doivent pas publier en ligne des informations exclusives obtenues dans le cadre de leur travail pour l'AFP ou des alertes.

• **Équilibre.** Les journalistes doivent veiller à ce qu'ils restent justes et équilibrés lorsqu'ils commentent des thématiques sensibles, ou les actions des acteurs qu'ils couvrent.

• **Actualités.** Aucun journaliste ne devrait publier ou tweeter le développement d'actualités qu'il couvre, à moins d'avoir l'autorisation écrite explicite du superviseur concerné.

• **Prendre son temps.** Évitez tout commentaire vulgaire ou ouvertement critique. S'abstenir de réagir dans la précipitation.

• **Opinions.** Dans les publications sur les réseaux sociaux, les journalistes ne doivent pas exprimer d'opinions partisans, promouvoir des opinions politiques, favoriser des candidats, faire des commentaires offensants ou out ce qui peut nuire à la réputation journalistique du Times.

• **Objectivité.** Nos journalistes devraient être particulièrement attentifs à ne pas paraître prendre parti sur des questions que le journal cherche à couvrir objectivement.

• **Privé/public.** Nous considérons que toutes les activités menées sur les médias sociaux par nos journalistes relèvent de cette politique. Même si vous pensez que votre page Facebook, votre compte Twitter, Instagram, Snapchat ou d'autres comptes de médias sociaux sont des zones privées, distinctes de votre rôle au Times, tout ce que vous publiez ou aimez en ligne est en quelque sorte public. Et tout ce que vous faites en public est susceptible d'être associé au Times.

Le New York Times va plus loin



- **Résultats locaux.** Préciser que ces résultats ne sont pas officiels et de quel bureau ils proviennent. Le journaliste doit être témoin direct de ces résultats pour les relayer. Correspondent-ils bien aux résultats annoncés en centre de dépouillement ?
- **Recensement des votes.** À quel niveau se fait le recensement matériel des votes ? Quel est le rôle de la SRMV ? A-t-elle rectifié les résultats ? En a-t-elle le droit ? Qu'est-ce qu'un procès verbal de carence ?
- **Délais.** Quels sont les délais de transmission des résultats à la SRMV ?
- **Copies.** Les copies des procès verbaux ont-ils bien été transmis à la HCC ? Aux candidats et leurs représentants ?

2.7. Les résultats du vote

Les Résultats provisoires de la CENI

La CENI arrête et publie les résultats provisoires dans un délai de sept jours après l'envoi du dernier pli fermé par les Sections chargées du recensement matériel des votes ou l'établissement du procès-verbal de carence.

Le Président de la CENI transmet immédiatement à la Haute Cour Constitutionnelle les résultats par bureau de vote, accompagnés des documents ayant servi aux opérations électorales et ayant fait l'objet de contestations et/ou de recours (Article 60 LO relative à l'élection du Président de la République).

Les résultats définitifs de la Haute Cour Constitutionnelle

Conformément à l'Article 61 de la LO relative à l'élection du Président de la République, la Haute Cour Constitutionnelle procède à la proclamation officielle des résultats définitifs dans un délai de neuf jours à partir de la date de la publication des résultats provisoires par la CENI.

- **Elle spécifie par bureau de vote :** le nombre total des électeurs inscrits ; le nombre total des votants ; le nombre des bulletins blancs et nuls ; le nombre total des suffrages exprimés ; le nombre des suffrages exprimés

recueillis par chaque candidat

- **Elle proclame élu au premier tour du scrutin** le candidat qui a obtenu la majorité absolue des suffrages exprimés. A défaut de majorité absolue, elle proclame les résultats acquis et indique les noms des deux candidats qui, ayant recueilli le plus grand nombre de suffrages, sont seuls admis à se présenter au second tour du scrutin.
- **Est proclamé élu au second tour du scrutin** le candidat qui a obtenu le plus grand nombre de suffrages exprimés. En cas d'égalité des voix, est proclamé élu le candidat le plus âgé (Article 64 LO relative à l'élection du Président de la République).

? Les questions à se poser et conseils

Avant la tenue du scrutin :

- **Résultats provisoires.** Quand sont arrêtés et qui a la charge de déclarer les résultats provisoires (sept jours après réception dernier pli) ?
- **Résultats définitifs.** Quand sont arrêtés et qui a la charge de déclarer les résultats définitifs (neuf jours) ?
- **Spécifications.** Que doit spécifier la HCC par bureau de vote ?
- **1^{er} et 2nd tour.** Quelles sont les conditions pour être élu au premier tour de scrutin (majorité absolue) ? Au second tour ?
- **Déclarations.** Diffuser ou synthétiser les déclarations (réactions politiques, nationales, internationales, etc.).
- **Encadrés sur les vainqueurs.** Composer des portraits, des papiers de fonds sur leurs programmes, etc. Leur élection représente-t-elle un changement politique majeur ?
- **Candidats non élus.** Faire parler aussi les perdants du scrutin, expliquer les raisons de leur échec.
- **Taux de participation faible.** Qu'est ce que cela signifie ?
- **Bilan.** Tirer les enseignements du scrutin avec des spécialistes. Quels sont les chiffres de la participation des femmes, des jeunes ?
- **Point sur la couverture des élections.** Faire des sujets sur les élections vécue du point de vue des journalistes.

- **Préparer la suite.** Expliquer quelles seront les premières mesures, la date de l'investiture, quand aura lieu l'attribution des portefeuilles ministériels.
- **Responsabilisation des acteurs politiques.** Au cours d'émissions ou d'interviews, les journalistes peuvent rappeler aux acteurs politiques les engagements qu'ils ont pris au début ou au cours de la campagne. Rappeler, une fois l'élection terminée et les résultats annoncés, leurs engagements aux différentes forces politiques qui ne les respecteraient pas, ainsi qu'à l'ensemble de la population.

- Réformation (rétablissement d'une erreur matérielle, par exemple si les chiffres et les résultats sont non concordants) ;
- L'annulation (partielle ou totale) du scrutin.

Les personnes recevables pour porter des réclamations sont (Art 202, Loi organique 2018-008 du 11 mai 2018) les suivants :

- Tout électeur inscrit sur la liste électorale de la circonscription concernée et ayant participé au vote;
- Tous candidats ;
- Les délégués des candidats;
- Les observateurs nationaux.

2.8. Du contentieux de l'élection présidentielle

Il est de la compétence de la HCC La Haute Cour Constitutionnelle qui peut procéder soit à :

- Confirmation des résultats émanant des bureaux de vote ;



DIX ENGAGEMENTS

des professionnels de la presse et des médias malgaches

Ces dix engagements des professionnels de la presse et des médias sont indicatifs. Il s'agit d'une proposition qui sera discutée avec les différentes composantes de la profession lors des ateliers organisés dans les six provinces de Madagascar. Un cadre de concertation aura lieu avant les élections, qui verra les différents acteurs, journalistes, rédacteurs en chefs et responsables d'entreprises médiatiques, débattre sur son contenu, avant l'adoption d'un code de bonne conduite consensuel.

Préambule

Considérant que comme 4^e pouvoir dans l'architecture institutionnelle d'un pays, les médias jouent un rôle important dans le bon fonctionnement des institutions,

Considérant, plus spécifiquement en matière électorale, que les médias peuvent promouvoir la bonne gouvernance électorale, en facilitant la participation libre et consciente de tous aux élections, notamment :

- En informant largement les électeurs sur les règles applicables aux élections et sur la manière d'exercer leurs droits démocratiques,
- En relayant de manière objective à l'électorat l'offre politique, les messages des candidats et partis politiques,
- En permettant aux candidats, aux partis politiques et aux électeurs, de débattre entre eux,
- En participant à l'observation du processus électoral de bout en bout, dans le but d'évaluer et de contribuer à son équité, son efficacité et son intégrité.
- En relayant l'information des organes en charge de la gestion des scrutins ou de la proclamation des résultats provisoires ou définitifs, y compris les informations relatives au droit des partis politiques, candidats et citoyens d'exercer les recours légaux dans le cadre du règlement pacifique des différends,

Considérant que Madagascar, sorti de la crise politique

de 2013, est engagé dans un processus électoral en vue des élections de 2018 ; que nonobstant et/ou en raison de diverses contestations nées dans la classe politique à l'occasion de la définition du cadre légal, il y a lieu de redoubler d'efforts dans le renforcement de la culture démocratique engagée depuis la sortie de crise ; Que pour ce faire, les élections, seule modalité d'accès au pouvoir démocratique doivent être libres, transparentes et crédibles, et à cet effet doivent se tenir dans un climat apaisé, de respect mutuel et de maturité politique,

Nous, directeurs de publication, directeurs de rédaction, rédacteurs en chef, et journalistes, conscients de notre rôle majeur, primordial et déterminant dans la mise en œuvre efficiente et apaisée du processus électoral, de notre influence sur l'opinion publique et de notre responsabilité dans la préservation et la consolidation de la cohésion nationale et de la paix sociale, nous engageons, de manière libre et souveraine, à respecter les dix engagements ci-après, des médias et des journalistes, définis par nous-mêmes et en notre sein.

Les dix engagements des professionnels de la presse et des médias malgaches

1 Défendre le devoir et le droit d'informer dans le cadre des textes réglementaires

Les médias et les journalistes doivent maîtriser et respecter le contenu de la loi électorale et des principaux textes législatifs et réglementaires se rapportant aux élections. Ils considèrent de leurs droits et de leur devoir d'informer le public sur les différentes étapes du processus électoral et de vulgariser les dispositions permettant au citoyen de faire valoir ses droits et respecter ses devoirs en matière électorale.

2

Assurer une couverture électorale équitable et sans discrimination, en donnant à tous (citoyens, organisateurs des élections, OSC, candidats...) le droit de s'exprimer

Les journalistes et les médias veillent à ce que les citoyens, les organes de gestion des élections, les organisations de la société civile, les candidats et tous les autres acteurs impliqués dans les élections puissent s'exprimer librement, dans un souci d'impartialité. Les médias de service public s'engagent à assurer un accès équitable à l'ensemble des formations politiques en lice et à maintenir l'équilibre dans la couverture des activités des forces en présence. Les médias privés veillent à assurer un traitement équilibré de l'information et à ouvrir leurs espaces éditoriaux à toutes les sensibilités. Le droit de réponse et le droit de réplique sont garantis à tous les acteurs et ne peuvent s'exercer que dans l'organe qui a publié l'information contestée.

3

Soutenir les initiatives visant à promouvoir la sensibilisation et l'éducation citoyenne

Les médias publics ont le devoir d'œuvrer continuellement à l'éducation des citoyens sur le processus électoral et les dispositions légales y afférentes. Les médias publics, privés et communautaires s'engagent à améliorer l'information sur le processus et encourager la participation de tous aux différentes activités électorales, afin de renforcer la confiance du public dans l'organisation d'élections crédibles, démocratiques, inclusives et apaisées dans le pays. Les journalistes et médias veillent à relayer les initiatives des autres acteurs œuvrant à l'éducation citoyenne, tels que l'organe de gestion des élections et les organisations de la société civile.

4

Prêter une attention particulière à la visibilité des femmes et aux problématiques de genre

Les médias et les journalistes doivent faire

preuve d'une sensibilité particulière en ce qui concerne les problèmes se rapportant aux stéréotypes sexuels et de genre dans la couverture des élections. Ils doivent encourager la participation des femmes au processus électoral et à la vie politique, y compris à des postes de responsabilité, et veiller au renforcement de leur visibilité dans les médias.

5

S'abstenir durant la période électorale de diffuser des informations mensongères ou pouvant provoquer des conflits

- Les médias et les journalistes s'engagent à ne publier aucun propos qui incite à la haine ou fragilise la cohésion nationale ; ils refusent de produire ou partager toute information mensongère, erronée, trompeuse ou inexacte. Ils s'interdisent la promotion de la violence sous toutes ses formes, notamment l'incitation à la révolte, à la xénophobie, au racisme et à la rébellion. Ils refusent de relayer les réactions de lecteurs, d'auditeurs, de téléspectateurs ou d'internautes qui nourrissent la haine, les discriminations ou les préjugés à l'égard des personnes ou de groupes.
- Les journalistes s'abstiennent également de diffuser des informations diffamatoires ou de tenir des propos injurieux portant atteinte à la dignité d'un candidat ou d'un groupement politique. Les professionnels des médias s'engagent à respecter la vie privée des acteurs et à ne pas produire de contenu sur le sujet.

6

Observer les principes d'éthique et de déontologie de la profession au nombre desquels l'exactitude, l'équité, l'équilibre et l'impartialité

- Les journalistes et médias doivent observer les principes d'éthique et de déontologie de la profession au premier rang desquels se trouvent l'exactitude, l'équité, l'équilibre et l'impartialité. Les responsables d'entreprises médiatiques et rédacteurs en chefs s'engagent à

fournir les moyens nécessaires aux journalistes pour que le respect de ces différents principes soit effectif.

- Les professionnels des médias respectent la déontologie de la profession quel que soit le support, y compris dans l'utilisation professionnelle des réseaux sociaux, sites personnels et blogs comme sources d'information et comme vecteurs de diffusion de l'information. Pendant le processus électoral, les organes de presses et les journalistes ne présentent pas de signes distinctifs d'appartenance à un parti ou des candidats. Compte tenu de leur fiabilité incertaine à Madagascar, les journalistes s'engagent à ne pas utiliser les résultats des sondages politiques, comme l'impose la loi.

7

Résister à toutes formes de pression et de manipulation

- Les journalistes assurent leur engagement pour protéger la liberté d'information face aux pressions de toute nature. Ils refusent et combattent, comme contraire à leur éthique professionnelle, toute confusion entre journalisme et propagande politique. Ils s'engagent à refuser tout avantage en numéraire ou en nature, quelles qu'en soient la valeur et la provenance, pour services rendus ou attendus. Ils s'interdisent de subir toute corruption active ou passive. Le journaliste n'accepte de directives rédactionnelles que des responsables de la rédaction. Il ne peut être contraint à accomplir un acte professionnel ou à exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction ou sa conscience.
- Les responsables d'entreprises médiatiques proclament leur attachement à l'indépendance éditoriale de leurs publications. Ils n'assistent aux conférences de rédaction que sur invitation de la direction du journal ou de la rédaction, mais n'y interviennent pas. Ils s'interdisent en outre de commander un article et de donner des instructions pour modifier un article ou empêcher sa publication.

8

Entretenir la solidarité professionnelle sur la base des fondamentaux du métier

L'esprit d'équipe, de collaboration et de confraternité doit guider les journalistes dans leur travail au quotidien. Le respect mutuel entre confrères doit être encouragé, y compris dans un contexte concurrentiel. Le journaliste n'utilise pas les colonnes des journaux ou des antennes à des fins de règlement de compte avec des confrères. Les responsables des médias doivent encourager les journalistes, sur la base d'une rotation des effectifs, à participer à toutes formes de formation visant à leur intégration dans la profession au renforcement des leurs capacités et à la promotion de leurs droits.

9

Coopérer avec tous les acteurs impliqués dans l'organisation du processus électoral, et les interpeller si nécessaire

- Formés à l'appropriation du cadre légal, les journalistes attirent l'attention des organes de gestion des élections sur tout risque de dérive afin qu'ils y apportent les solutions correctives nécessaires ; ils interpellent le cas échéant les candidats et les partis politiques pour y contribuer.
- Les journalistes s'engagent à ne relayer que les chiffres transmis par les organes habilités, la CENI et HCC. Ils sont vigilants quant au respect des règles du jeu électoral et de la pertinence des procédures d'arbitrage mises en place. En cas d'incident le jour du vote, le journaliste rapporte les anomalies constatées après vérification. Les principes de responsabilité sociale et de précaution doivent prévaloir en cas d'anomalies observées.

10

Utiliser le mécanisme de régulation existant en s'appuyant sur les organes compétents en la matière

Les journalistes doivent connaître les différentes attributions de l'organe chargé de la régulation de la communication médiatisée, l'ANRCM, dont la mission est de protéger la liberté d'expression et de veiller aux bonnes pratiques dans les médias. Ils s'appuient sur les mécanismes de régulation existant et s'engagent au respect des règles de la couverture médiatique en période électorale.

