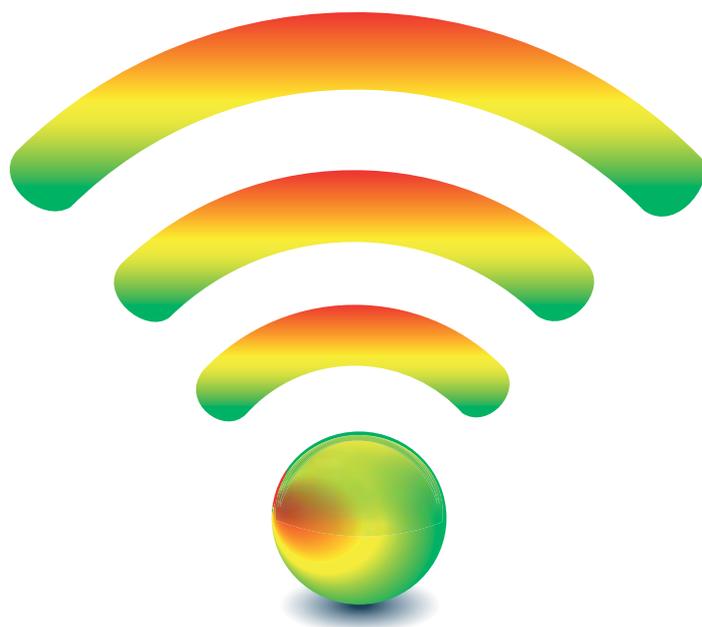




EPANOUIR LES IMAGINAIRES ET
PROTÉGER LA JEUNESSE



Un nouveau rapport à l'audiovisuel

Les esprits de nos enfants ont besoin de nourriture, de rêve et de protection.

SOMMAIRE

Un nouveau rapport à l'audiovisuel

Les rôles doivent évoluer

Par Babacar Touré, Président

- 4 & 5 -

Les conseils sortant et entrant

- 6 & 7 -

La mission continue

- 8 & 9 -

L'imprégnation des nouveaux conseillers

- 10 & 11 -

Images de demain

L'enfant au risque des médias
L'index, l'écran, nos enfants et nous

- 14 à 16 -

Rapport d'activités

La supervision de la couverture des périodes électorales
La mission de contrôle et de supervision

- 20 à 33 -

Le CNRA, mission, prérogatives et publications

Un héritage institutionnel : 20 ans de contrôle et de régulation

- 36 & 37 -

L'air du temps, vision et défis

Une vision contemporaine : partager la culture de la régulation

- 40 & 41 -

Transition vers le numérique

- 42 & 43 -

Le défi collectif : négocier le virage numérique

- 44 & 45 -

Les acteurs, un espace public à partager

Les radios, les télévisions, des faits et des chiffres

- 48 & 49 -

Les audiences, les publics, les partenaires

- 51 -

Planète Terre numérique

La présence à l'international et la coopération

- 52 & 53 -

Les rôles doivent évoluer

Par Babacar Touré, Président



Un homme de médias à la présidence du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel. Une aspiration déjà ancienne d'hommes et de femmes de l'art. C'est chose faite depuis septembre 2012. Le Président de la République a placé sa confiance en ma personne, mais aussi dans l'expérience et la vision que portent aujourd'hui la presse, les médias dans leur ensemble, pour baliser les nouveaux sentiers de la communication.

Un nouveau Conseil a pris fonction en novembre 2012, succédant au collège présidé par Madame Nancy Ndiaye Ngom de 2007 à 2012. Il m'échoit donc le double privilège, à travers ce rapport annuel, d'une part, de vous présenter le nouveau Conseil et, d'autre part, d'exposer, au nom des conseils sortant et entrant, le bilan des activités conduites durant l'exercice 2012, marqué par une année électorale et la coopération internationale en vue de l'avènement du numérique.

Vous trouverez, à la lecture du rapport, l'expression de l'ambition apportée à la réalisation de la mission du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, du souci d'appréhender les enjeux du moment et prendre à bras le corps les défis qui se sont posés et continuent de nous interpeller. Ainsi, le fil de la continuité s'est déroulé, une équipe transmettant à l'autre les préoccupations et priorités concernant le respect des cahiers de charges, notamment dans la qualité des contenus, le respect de la diversité et la protection des jeunes téléspectateurs.

Concernant le respect de la diversité culturelle, le nouveau Conseil a voulu apporter une innovation en faisant traduire les avis trimestriels dans les six langues nationales, les premières codifiées et ayant fait l'objet de décret fixant leur orthographe et leur grammaire.

La transition entre conseils a été marquée et matérialisée par une réflexion approfondie sur ces questions et la mise en place d'un groupe de travail.

Le nouveau Conseil doit maintenant humer l'air du temps et formuler les nouveaux enjeux qui se posent à la collectivité des acteurs de l'audiovisuel : opérateurs, producteurs de contenus, citoyens consommateurs d'informations et de programmes divers, régulateurs et autres autorités publiques, partenaires.

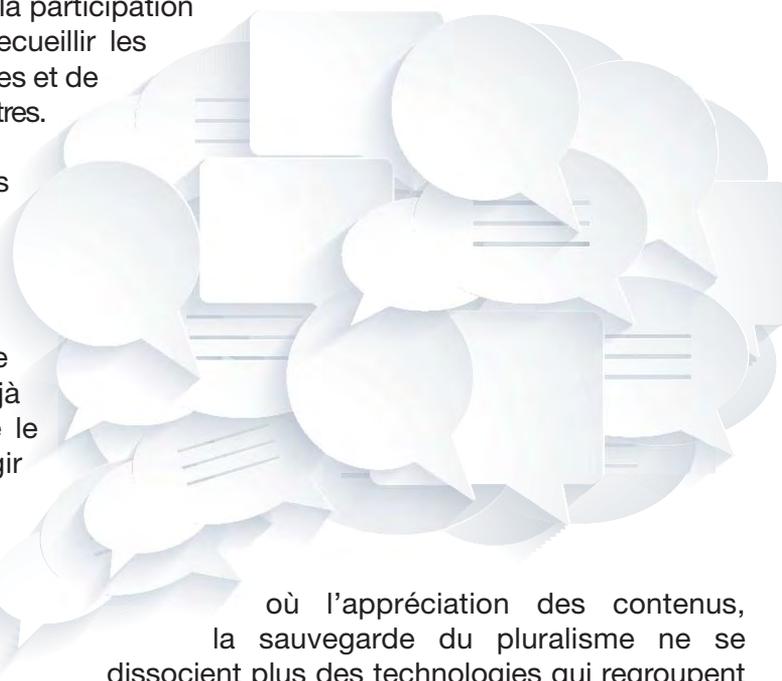
Nous pouvons constater l'existence d'un secteur médiatique plein de vitalité, animé par environ 200 radios et plus d'une quinzaine de télévisions. La créativité, la responsabilité, le professionnalisme ont permis un développement rapide qui commande aujourd'hui de doter le secteur d'une gouvernance capable d'accompagner autant que d'anticiper et nous éviter le risque réel du chaos médiatique

avec son cortège de conséquences sociales, voire sociétales, politiques et morales. Dans un contexte de démocratisation de la communication, la gouvernance doit cheminer vers une nouvelle régulation. Il est urgent de revisiter le concept et les modalités de la régulation, afin d'être en adéquation avec l'air du temps et instaurer une gouvernance concertée du secteur de l'audiovisuel.

Nous sommes, tous, debout devant les mêmes défis de la qualité des contenus, de l'invention d'un espace culturel à partager, d'une construction citoyenne à informer et, probablement plus que tout, devant la responsabilité d'éduquer et d'inculquer à notre jeunesse des valeurs positives. Défis aujourd'hui renchérissés et rendus urgents par l'échéance très prochaine de la transition au numérique qui devra être complétée à l'horizon 2015.

Le CNRA a résolument engagé la réflexion sur les nouvelles réalités et perspectives de l'audiovisuel sénégalais et travaille à aménager des espaces de concertation avec tous les acteurs. Nous sommes convaincus que non seulement l'élaboration de normes acceptées est nécessaire à leur respect futur, mais aussi que seule la participation de tous peut permettre de recueillir les apports féconds des rêves et de l'expérience des uns et des autres.

Les années à venir, les mutations sociétales, la convergence galopante des technologies de l'audiovisuel appelleront une évolution des rôles de chacun. Il s'impose déjà comme une évidence que le CNRA devra pouvoir élargir son champ de compétences et devenir un régulateur moderne dans la mesure



où l'appréciation des contenus, la sauvegarde du pluralisme ne se dissocient plus des technologies qui regroupent les opérateurs, associent les producteurs et font converger les technologies des récepteurs qu'acquiert désormais les usagers du téléphone-auditeurs-téléspectateurs-internautes. Tout comme s'impose aux femmes et hommes de médias, après la conquête de la liberté d'informer - consubstantielle de la quête démocratique - la conquête d'un rôle sociétal marqué au coin des quêtes d'identité culturelle et d'équité sociale.

Le temps est venu d'amener les aspirations anciennes à la maturité, afin d'épanouir les imaginaires et protéger notre jeunesse.

Le conseil sortant (2007 – 2012)

La preuve par neuf

Présidente



- **Madame Nancy NDIAYE NGOM,**
Magistrate
Elle a présidé le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel de 2007 à 2012.

Membres du Conseil

- **Monsieur Alioune Badara BEYE**
Ecrivain
- **Monsieur Gora MBODJ**
Professeur Agrégé en Sociologie
- **Monsieur Alioune LOUM**
Journaliste
- **Monsieur Modou NGOM**
Journaliste
- **Monsieur Baba KA**
Inspecteur de l'Enseignement Élémentaire
- **Monsieur Kalidou KASSÉ**
Artiste peintre
- **Madame Marième MBENGUE SEYE**
Administrateur civil
- **Monsieur El Hadji Malick DIOP**
Professeur

Secrétaire Exécutif

- **Madame Ndèye NDack Magatte Diakhaté DIAW**
Administrateur civil

Le nouveau conseil depuis septembre 2012

Le plan neuf

Président



- **Monsieur Babacar TOURE,**
Journaliste et entrepreneur de presse préside le Conseil depuis septembre 2012 en vertu du décret n°2012-957 du 7 septembre 2012.

Membres du Conseil

- **Monsieur Mohamed Fadel DIA**
Professeur à la retraite
- **Madame Jeanne LOPIS SYLLA**
Linguiste, Chercheur
- **Monsieur Jean Meïssa DIOP**
Journaliste
- **Madame Sokhna BENGA**
Ecrivain, Juriste, Administrateur des affaires maritimes
- **Monsieur Matar SALL**
Juriste, Spécialiste du droit des médias et des questions relatives à la liberté d'expression
- **Monsieur Aliou SOW**
Président du Conseil national de la Jeunesse du Sénégal
- **Madame Caroline Agathe THIAM**
Consultante en Genre
- **Monsieur Ibrahima MBAYE « SOPÉ »**
Comédien, Metteur en scène, Directeur de Casting

Secrétaire exécutif

- **Madame Marie Ndiaye NGOM**
Juriste



Le nouveau Conseil

Le paysage audiovisuel sénégalais continue de se construire et la société sénégalaise de se transformer. Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, soucieux d'accompagner les transformations et les acquis veille à réaliser une transition opérationnelle et capable de faire face aux défis et urgences présents et à venir.

Une équipe prend la suite de l'autre, à l'écoute des impératifs du moment :

- le besoin de régulation d'un paysage médiatique fourni, divers, en processus d'industrialisation;
- la prise en compte des évolutions technologiques dans la gouvernance ;
- la vigilance face aux transformations sociétales ;
- les dispositions à prendre face à l'exposition des publics les plus fragiles tels que les jeunes et les identités minoritaires ;
- la quête de responsabilité et d'équité lors d'élections maintenant qu'il faut compter avec des nouvelles sources d'information issues de formations citoyennes.

Les évolutions et l'avènement d'un contexte technologique radicalement différent ont amené le CNRA à transformer l'interaction avec le secteur de l'audiovisuel dès le dernier trimestre de 2012.

Les avis trimestriels émis par le CNRA à l'intention des radios et télévisions reflètent cette dynamique. Outre les notifications de manquements, les avis s'attachent à convoquer l'esprit et le sens de la responsabilité des diffuseurs quant aux principes légaux et éthiques fondamentaux qui doivent régir le secteur.

Dans la nouvelle approche, le Conseil poursuit l'objectif d'ouvrir un espace de dialogue afin d'amener le secteur, à travers tous ses acteurs, à bâtir un consensus autour d'axes de gouvernance en phase avec les nouvelles exigences contemporaines philosophiques, technologiques et professionnelles.



Le CNRA se trouve de fait chargé d'un rôle d'éclaireur sur les chemins et les nouveaux tournants, numérique, culturels et professionnels qu'ouvrent la société globale de l'information et la société démocratique que se forge le Sénégal.

La tâche n'est simple pour aucun acteur. Radiodiffuseurs, télévisions, producteurs, régulateurs sont au défi de repenser le rôle, les formats de l'information, les droits des citoyens à l'information. Les professionnels des médias sont appelés à penser et diffuser les savoirs nouveaux. Il leur faut donc évaluer leurs capacités et leurs besoins en formation continue. Les régulateurs devront adopter et institutionnaliser de nouvelles normes éthiques pour accompagner et respecter une société aux mœurs en redéfinition. Les entreprises médiatiques devront normaliser les pratiques commerciales et concurrentielles. Elles devront faire la part des choses entre la culture et le divertissement. C'est donc un rôle collectif plus prospectif de bâtisseur d'une société qui se cherche que les acteurs doivent assumer.

Le rôle premier du CNRA demeure bien sûr d'assurer la veille, avec le souci de modernisation des moyens et des procédures de contrôle des émissions. Mais aussi de susciter et motiver ce rôle de bâtisseur des médias audiovisuels.

Comme le stipule la loi portant création du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel, « Il s'agit, en somme [...], d'apporter des réponses pragmatiques face aux défis d'un nouveau paysage audiovisuel et d'anticiper sur l'évolution que notre système audiovisuel est appelé à connaître comme l'a annoncé, le 3 mai 2005, le Chef de l'Etat à l'occasion de la célébration de la Journée Internationale de la Liberté de la Presse ».

L'imprégnation des nouveaux conseillers

Un séminaire d'imprégnation a réuni les nouveaux conseillers le 28 novembre 2012. Plusieurs sujets et priorités y ont été abordés :

- la régulation des médias, du concept à la pratique, de l'Autorité Administrative Indépendante (AAI) et des regroupements d'instances de régulation en réseaux sur le plan international ;
- l'expérience du Sénégal en matière de régulation de l'audiovisuel ;
- les procédures de saisine et leur recevabilité devant le CNRA ainsi que les délibérations et les sanctions ;
- le monitoring des programmes diffusés par les médias audiovisuels pour veiller au respect des lois ;
- les aspects pratiques et moyens de ce monitoring, de la réception du signal à l'archivage, en passant par les enregistrements ;
- la démarche de proximité pour mieux faire connaître le CNRA par les tournées et rencontres sectorielles ;
- la problématique du passage de l'analogique au numérique, notamment le rôle de chacune des parties impliquées dans ce processus : l'Etat, les régulateurs, les opérateurs et les populations.



Babacar TOURE



Fadel DIA



Jeanne LOPIS SYLLA



Jean Meissa DIOP



Sokhna BENGA



Matar SALL



Aliou SOW



Caroline Agathe THIAM



Ibrahima MBAYE SOPÉ



Images de demain



L'enfant au risque des médias

Quel est l'impact des médias sur nos enfants ? Quel est l'impact des heures passées devant la télévision et les contenus questionnables ? Que signifie l'arrivée des multimédias dans les foyers et quels sont les effets de leur utilisation croissante par les jeunes ? Comment en tirer le meilleur bénéfice ? En ouverture de ce rapport, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel vous propose deux articles pour élargir et partager la réflexion.

Extraits de l'article de Serge Tisseron, psychiatre et psychanalyste, docteur en psychologie, Directeur de Recherches à Paris-X Nanterre, France.

Dès l'âge de 2 ans, un enfant est capable de se détourner de ce qui le dérange, notamment en quittant la pièce ou en changeant de chaîne quand il est plus grand. Cela dit, les scènes représentant des événements de la vie réelle sont celles qui présentent le plus de risques de le perturber. Cette catégorie comprend notamment les sujets d'actualité comme la guerre, les famines dans les pays étrangers, et les scènes dans lesquelles des animaux sont blessés ou tués.

Mais, autant que ce qui est montré, c'est son contexte émotionnel qui importe pour l'enfant petit. Pour lui, voir un soldat tirer au fusil mitrailleur est moins perturbant que de voir des gens hurler, pleurer, sortir de leurs maisons en courant. Et il est encore plus perturbé lorsqu'il ne sait pas quelle valeur attribuer à cette intensité émotionnelle, comme c'est le cas lorsqu'il voit des images pornographiques.

Certaines images – notamment les images violentes – peuvent provoquer chez l'enfant un stress émotionnel intense, sous la forme d'émotions massivement désagréables comme l'angoisse, la peur, la colère ou le dégoût. Et, pour se protéger contre ces impressions désagréables, il tente de les transformer. Il utilise pour cela trois moyens complémentaires : les mots, les scénarios intérieurs et la symbolisation sur un mode émotionnel, sensoriel et moteur.

Tout d'abord, les images violentes stimulent la mise en sens avec des mots. Les enfants qui ont vu des images violentes cherchent un interlocuteur, alors que ceux qui ont vu des images ne contenant pas de scènes de violence s'en détournent.

Un deuxième moyen qu'ils ont pour élaborer le choc émotionnel de ces images consiste à se raconter de petits scénarios dans lesquels les héros du film agiraient différemment, ou des scènes dans lesquelles ils s'imaginent eux-mêmes dans une situation identique. Ces petits scénarios intérieurs sont parfois racontés, mais certains enfants ont besoin de passer par la construction d'images matérielles pour les expliciter et les communiquer, comme des dessins, des story-boards, des photographies ou la réalisation d'un petit film. Enfin, un troisième moyen qu'ont les enfants pour élaborer la forte charge émotionnelle des images violentes consiste dans les manifestations non verbales. Certains d'entre eux présentent en effet des attitudes, des mimiques et des gestes qui évoquent ceux qu'ils ont vus représentés, mais il s'agit d'une imitation « pour de faux ». En fait, là encore, c'est une manière de prendre de la distance par rapport à ce qu'ils ont éprouvé et de le socialiser en se rassurant sur le fait que les autres ont éprouvé la même chose.

C'est pourquoi les parents qui voient leurs enfants jouer à imiter des scènes pénibles qu'ils ont vues au cinéma ne doivent pas les en empêcher, bien au contraire ! C'est une façon pour eux de prendre de la distance et d'éviter que le choc émotionnel qu'ils ont ressenti se transforme en traumatisme durable.

Ces trois moyens – les mots, les scénarios intérieurs et l'imitation ludique – nécessitent bien entendu un interlocuteur. Et quand il n'y en a pas, les enfants vont utiliser un autre moyen pour tenter de reconstruire leurs repères : ils adhèrent un peu plus fortement aux repères du groupe dont ils font partie !

Peut-on mesurer l'impact sur le comportement futur ?

Une importante étude américaine a montré que les enfants qui regardaient la télévision plus de quatre heures par jour aux alentours de 5 ans avaient cinq fois plus de chances d'avoir recours à la violence, une fois devenus adultes, que ceux qui la regardaient moins d'une heure [...]

D'un côté, les images violentes semblent bien avoir des effets statistiquement néfastes : elles augmentent le recours à des comportements agressifs, elles rendent la violence « ordinaire » en désensibilisant les spectateurs à ses effets, et elles augmentent la peur d'être soi-même victime de violences, même s'il n'y a pas de risque objectif à cela. Mais, d'un autre côté, aucun de ces effets n'est systématique sur personne. Dans tous les cas, c'est l'intrication des images violentes avec de nombreux autres facteurs qui est décisive. Il n'y a jamais « l'enfant et les images », mais il y a toujours l'enfant, les images, sa famille, son environnement, ses copains, l'école... et c'est tout cela qui organise ses attitudes futures.

Les images dangereuses

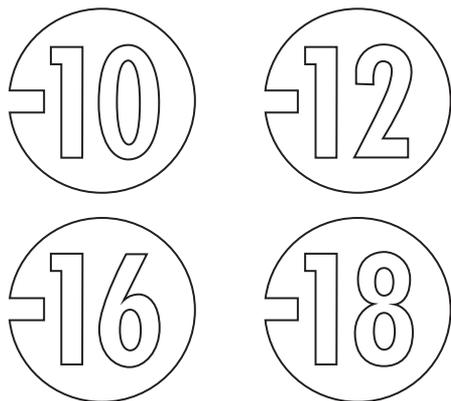
Il existe dans les médias deux catégories d'images particulièrement pernicieuses. Tout d'abord, celles qui se donnent pour être le « vrai ». Les images qui se donnent comme des représentations construites de la réalité encouragent en effet les activités de transformation psychique des enfants, tandis que celles qui se présentent comme un pur reflet de la réalité dissuadent cette activité. Or il y a deux domaines où les images se donnent pour « être la vérité vraie » : la pornographie et les informations télévisées !

Une autre catégorie d'images susceptibles d'avoir des conséquences graves sur les jeunes sont celles mettant en scène des criminels pervers. En effet, c'est le bénéfice qu'un personnage de fiction semble tirer de sa situation qui peut pousser un spectateur à l'imiter en escomptant le même bénéfice. C'est l'intensité de la jouissance que le héros a tirée de sa violence que l'enfant retient, et c'est elle qui peut l'inciter à une violence proche dans sa propre vie. Tel est le plus grand problème posé aujourd'hui par la mise en scène de la violence.

C'est pourquoi, quels que soient les dangers présentés par certaines images, il vaut mieux que les parents évitent de créer autour d'elles des rapports de force qui fassent oublier à l'enfant qu'elles sont celui avec lequel il aura à négocier toute sa vie, et cela bien après qu'il n'a plus affaire à ses parents ! Les parents ne peuvent pas tout contrôler, et il n'est même pas sûr qu'ils doivent le faire. Il vaut bien mieux qu'ils essaient d'établir un climat de confiance dans lequel chacun évoque, en famille, les images qu'il a vues la journée et qui ont retenu son attention, que ce soit pour le réjouir, l'attrister, le scandaliser... ou le laisser incrédule. Le plus terrible, pour un enfant, n'est pas d'avoir vu une image qui l'a bouleversé, mais d'imaginer qu'il est coupable de l'avoir vue puisque ses parents n'auraient pas voulu qu'il la voie, ou même qu'ils ne le lui pardonneraient pas s'ils l'apprenaient !

L'index, l'écran, nos enfants et nous

A partir d'extraits de l'article « Les enfants de l'écran » de Natalie Bevan, de Médiamétrie, France.



« Il est courant d'entendre déplorer la dépendance des enfants vis-à-vis des écrans. Celui de la télévision, depuis longtemps, ceux aussi, désormais, de la console de jeux, de l'ordinateur, du portable, du baladeur mp3. Les parents s'en plaignent. Les éducateurs et les psychologues prennent le relais et dénoncent ce qui leur paraît relever d'une véritable addiction. Il est temps d'y voir clair ». A défaut d'instruments de mesure et de résultats d'enquêtes, il est temps de poser quelques bonnes questions avant d'être surpris par les effets des écrans.

L'observation de la vie courante semble montrer que les tout-petits sont les plus exposés à la multiplication d'écrans : d'une part, parce qu'ils sont livrés à eux-mêmes et « confiés » à la télévision pendant de longues heures, en attendant le retour ou la disponibilité des parents, d'autre part, parce qu'ils ont de plus en plus tôt accès aux téléphones et ordinateurs portables de leurs parents ou frères et sœurs aînés.

Dans la région de Dakar, nombreux sont les foyers où l'on peut recenser quatre, cinq voire plus d'écrans : l'équipement télé, l'abonnement au bouquet numérique, la connexion à Internet et le(s) téléphone(s) portable(s).

« L'usage et l'ordre d'importance du temps passé face à chacun de ces écrans varie selon de nombreux facteurs » qui restent à recenser et mesurer. Selon que l'enfant est ou non propriétaire. Selon l'endroit où l'écran est installé. Selon sa mobilité. Selon l'âge et le niveau scolaire. Selon le niveau de surveillance familial. Selon le rapport des parents aux écrans. Selon le rapport de l'enfant à la lecture...

La télévision qui trône dans le salon familial reste-t-elle reine ? Quelle est la place des autres écrans ? Que regardent nos enfants ? Ne sont-ils pas plus attirés par les technologies interactives et le web 2.0 ? Que regardent-ils ? A quels moments de la journée ? Quelle est la somme d'heures d'écrans ? Quel impact sur la scolarité ? Sur les apprentissages ? Sur l'attention et la concentration ? Les garçons et les filles ont-ils les mêmes comportements ? Quel impact des programmes disponibles sur la construction psychologique et sociale des enfants ? Sur la construction de l'identité culturelle ? Les adultes qui les éduquent se comportent-ils différemment ?





Rapport d'activités

CHAPITRE I : LA SUPERVISION DE LA COUVERTURE DES PERIODES ELECTORALES

« Les élections, en soi, ne sont pas la marque de la démocratie, pas plus qu'elles ne l'instaurent. Elles ne sont pas une fin en soi, mais une simple étape, si importante soit-elle, sur la voie qui mène à la démocratisation de nos sociétés », déclarait en 1991 l'ancien Secrétaire général de l'ONU, Monsieur Xavier Perez de Cuellar.



Toutefois, force est de reconnaître que les consultations électorales, aussi inéluctables qu'elles soient génèrent le plus souvent, hélas, instabilité, frustrations, contestations, violences et troubles post électoraux. Voilà, sans doute, pourquoi Chateaubriand appelait à « *la nécessité du devoir correctif et régulateur de l'instinct démocratique* ». Car, postuler à la direction des affaires publiques est un droit essentiel, fondamental pour un homme politique.

Pour réguler le jeu démocratique, il importe d'avoir des institutions indépendantes, fiables, acceptées et respectées de tous. Ces structures ont pour mission de surveiller la diffusion des informations et émissions politiques, des programmes d'éducation citoyenne, l'attribution des temps d'antenne aux différents partis politiques et autres candidats. Ainsi, elles pourront « *arbitrer les tensions et maintenir l'équilibre entre les aspirations concurrentes dans le but de renforcer la cohésion sociale* ». Il revient aussi à ces institutions le devoir de favoriser la participation populaire pour sauvegarder la diversité, le pluralisme et le droit à la différence dans un climat de tolérance.

Ces missions sont, au terme du Code électoral et de la loi n°2006-04 du 4 janvier 2006, dévolues au Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel. Cette institution veille à contrôler la couverture médiatique du processus électoral.

En 2012, le Sénégal a connu deux consultations populaires majeures : l'élection présidentielle du 26 février et les élections législatives du 1^{er} juillet.

A - L'élection présidentielle

En période électorale, les compétences du CNRA sont élargies à tous les médias de la presse écrite ou utilisant tout autre support. Mais, entre les deux tours, en raison du vide juridique, des dysfonctionnements se sont fait jour, consécutifs à la supervision de la précampagne. A cela s'ajoute un contexte de violences et de contestations qui ont sérieusement hypothéqué la démocratie sénégalaise et le scrutin présidentiel du 26 février 2012. Finalement, la sérénité a prévalu. Et un nouveau Président de la République a été élu et reconnu par tous les acteurs, marque de sagesse de notre peuple.

Pour jouer pleinement son rôle et contribuer à pérenniser la paix sociale, le CNRA a mis l'accent sur la sensibilisation et la veille.



La sensibilisation

Le CNRA est le maître d'œuvre en période électorale. A cet effet, l'accent a été mis sur la sensibilisation et sur la mise en place d'un dispositif de veille. Ainsi, le CNRA a :

- émis dix-neuf communiqués ;
- publié deux circulaires portant sur la précampagne, la campagne et la couverture médiatique ;
- effectué une série de rencontres sectorielles avec les principaux acteurs du processus électoral.

Séance de travail avec le COSCE

Le Collectif des Organisations de la Société civile pour les Elections (COSCE) créé en 1999 et composé de onze organisations de la Société civile, a souhaité rencontrer le CNRA pour s'imprégner de ses actions en vue d'établir un partenariat. Le COSCE comptait organiser l'audition des candidats à la présidentielle durant la campagne électorale. Les discussions ont porté sur la neutralité du COSCE, le rôle du CNRA pendant l'audition des candidats et la conformité des auditions aux règlements.

Au terme d'échanges riches et fructueux, des espaces de collaboration ont conduit à la signature d'un protocole d'accord.

Rencontre avec les responsables de la presse

C'est une rencontre était destinée à consolider la nécessaire collaboration entre l'instance de régulation et les responsables des médias. Plusieurs aspects ont été évoqués au cours de la séance :

- l'opportunité de cette initiative du CNRA propre à favoriser une couverture médiatique professionnelle, apaisée et sereine du processus électoral ;
- les difficultés liées à la couverture correcte des activités de tous les candidats, compte tenu de la faiblesse des ressources disponibles ;
- la mutualisation des moyens en vue d'une couverture médiatique efficiente de la période électorale par tous les médias ;
- les sanctions en cas de violation des dispositions légales et réglementaires en vigueur (le rétablissement des droits du candidat lésé, la mise en demeure, la suspension de tout ou partie des émissions, l'amende ou le retrait de la licence) ;
- la presse en ligne qui entre dans le champ de compétence du CNRA ;
- la responsabilité des rédactions appelées à veiller au respect des règles d'équité et d'équilibre dans le traitement quotidien des activités des candidats, l'obligation d'égalité ne pesant que sur les médias publics ;
- la publicité commerciale à des fins de propagande électorale, une pratique proscrite ;
- l'interdiction pour les radios communautaires de traiter de questions politiques, particulièrement en cette période électorale. Elles peuvent, toutefois, s'investir dans l'éducation citoyenne.

Rencontre avec les coalitions de partis politiques et les représentants des candidats

Cette rencontre d'échanges visait à sensibiliser les partis politiques et les candidats déclarés à l'élection présidentielle pour un respect strict des dispositions législatives et réglementaires régissant la campagne électorale. Les sujets abordés ont porté sur :

- l'élargissement des compétences du CNRA à tous les médias, quel que soit le support de diffusion utilisé ;
- les inquiétudes concernant la réalisation des messages audiovisuels des candidats diffusés par les médias ;
- l'engagement des patrons de presse impliqués dans le scrutin à veiller à la neutralité de leur organe dans le traitement des activités des différents candidats ;
- les revues de presse des radios et les « Une » des journaux pouvant constituer une forme de propagande déguisée ;
- les difficultés de la « noble mais périlleuse mission » de supervision de la couverture médiatique du processus électoral incombant au CNRA ;
- les activités du Chef de l'Etat en cette période pouvant être assimilées à de la propagande déguisée ;
- la confection d'un manuel opérationnel ou bréviaire. Pour le CNRA, le bréviaire guidant son action demeurent le code électoral, la loi n°2006-04 du 04 janvier 2006 et toutes les dispositions législatives et réglementaires régissant l'audiovisuel de manière générale.

Rencontre avec les représentants de la Société civile

Cette rencontre était destinée à aménager des espaces d'intervention aux acteurs de la Société civile tout au long du processus électoral. Cela devait permettre de contribuer au bon déroulement du processus électoral, gage de transparence, de paix et de stabilités post-électorales. Il était question au cours de la rencontre :

- du partenariat entre le CNRA et la Société civile dont les modalités devaient être définies ultérieurement ;
- des encouragements et des notes de satisfecit au CNRA pour son rôle joué sur le paysage audiovisuel sénégalais ;
- de la campagne déguisée en cours, relayée par certains médias malgré les dispositions pertinentes de l'article L.63 du code électoral ;
- de l'éthique, fondement de toute activité professionnelle ;
- du cas des radios communautaires, médias de proximité qui, conformément aux dispositions de l'article 18 de leur cahier de charges, ne peuvent organiser des débats politiques. Elles peuvent participer au processus électoral en sensibilisant les populations sur certains aspects de cette élection comme l'inscription sur les listes électorales, le retrait des cartes d'électeurs, le vote.

LA PRECAMPAGNE

Rappel des dispositions réglementaires

Pendant cette période, la mission du CNRA consiste à veiller au respect strict des dispositions de l'article L.63 du nouveau Code électoral qui précise :

« Durant les trente (30) jours précédant l'ouverture officielle de la campagne électorale, est interdite toute propagande déguisée ayant pour support les médias nationaux publics et privés.

Sont considérées au sens de la présente loi comme actes de propagande électorale déguisée, toute manifestation ou déclaration publique de soutien à un candidat ou à un parti politique ou coalition de partis politiques, faite directement ou indirectement par toute personne qu'elle qu'en soit la qualité, nature ou caractère.

Sont assimilées à des propagandes ou campagnes déguisées, les visites et tournées à caractère économique, social ou autrement qualifiées, effectuées par toutes autorités de l'Etat sur le territoire national et qui donnent lieu à de telles manifestations ou déclarations.

L'organe chargé de la régulation des médias est chargé de veiller à l'application stricte de cette interdiction.

En cas de contravention à cette interdiction, l'organe chargé de la régulation des médias doit proposer des formes appropriées de réparation au bénéfice de tout candidat, de tout parti politique ou coalition de partis politiques lésés. Ces derniers peuvent saisir directement l'organe de régulation des médias d'une plainte en cas de contravention à cette interdiction.

Cette interdiction ne fait pas obstacle à l'exercice normal des fonctions administratives, gouvernementales et parlementaires.

Les médias publics ou privés de l'audiovisuel, de la presse écrite ou utilisant tout autre support qui traitent de la campagne sont tenus au respect rigoureux des règles d'équité et d'équilibre dans le traitement des activités des candidats ou listes de candidats pendant la campagne électorale. »

En outre, les organes de presse fautifs s'exposent également aux sanctions prévues par l'article 26 de la loi n°2006-04 du 04 janvier 2006, qui vont d'une amende de deux à dix millions, à une suspension de tout ou partie des programmes, jusqu'au retrait définitif de l'autorisation d'émettre.

Actions entreprises

A la veille de la précampagne, le CNRA privilégiant la pédagogie, la sensibilisation et l'information, a entrepris les actions suivantes :

- la publication de plusieurs communiqués pour rappeler aux candidats et aux professionnels de la communication les dispositions de cet article ;
- le rappel des formes appropriées de réparation au bénéfice de tout candidat, de tout parti politique ou coalition de partis politiques lésés ;
- l'appel des différents médias, par un autre communiqué en date du 19 janvier 2012, à une stricte observance des dispositions du Code électoral relatives à la couverture médiatique de la précampagne et de la campagne électorales, sous peine de sanctions prévues par les lois et règlements à la suite de violations de l'interdiction de la propagande déguisée.



LA CAMPAGNE ELECTORALE

Aux termes de l'article L.O 124, la campagne électorale est ouverte vingt et un jours (21) avant le scrutin et prend fin la veille du scrutin à zéro heure. Pour le premier tour de cette élection présidentielle, La campagne électorale a démarré officiellement le dimanche 05 février 2012 à zéro heure. Elle a pris fin le samedi 25 février 2012 à zéro heure. La campagne électorale pour le second tour a démarré officiellement le mardi 6 mars 2012 et a pris fin le vendredi 23 mars 2012 à minuit.

Le service de veille

Il a toujours existé au niveau du CNRA un dispositif de veille permettant de superviser les programmes diffusés par les radios et télévisions nationales. Ce dispositif a fonctionné de manière efficace grâce à la mobilisation de toutes les ressources humaines du CNRA, au concours des correspondants régionaux recrutés pour la durée de la campagne électorale et à l'utilisation judicieuse du service technique de la salle d'écoute et de visionnage.

La mission de veille du CNRA s'est exercée par :

- le contrôle et la supervision d'émission ;
- le monitoring des médias ;
- les délibérations de l'Assemblée du CNRA.

Rappels de quelques règles

Le CNRA a rappelé aux différents médias les dispositions suivantes :

- la campagne en vue de l'élection du Président de la République est fondée sur le principe général de l'égalité entre les candidats, institué par l'article 32 de la Constitution et repris par le Code électoral en son article LO.125 ;
- la loi LO. 125 prévoit l'obligation, à compter du début de la campagne officielle, de réserver un traitement égalitaire aux candidats dans leur accès aux médias publics ;
- le CNRA veille à ce que les principes d'égalité ou d'équité soient respectés dans tous les programmes d'information du service public de la radiotélévision en ce qui concerne la reproduction et les commentaires des déclarations, des écrits, des activités des candidats et la présentation de leur personne (art. LO 130) ;
- conformément aux dispositions de l'article L.O 125 alinéa 3 du nouveau Code électoral, « tout organe, toute entreprise privée de la presse écrite, audiovisuelle ou utilisant tout autre support, qui traite de la campagne est tenu de veiller au respect des règles d'équité et d'équilibre entre les candidats dans le traitement des activités de campagne ».
- le secteur privé de la presse est soumis à moins de contraintes que les chaînes publiques. Il n'est pas, en effet, obligé de mettre à la disposition des candidats des créneaux horaires destinés à la propagande électorale ;
- si la presse privée choisit de traiter de la campagne électorale, elle est alors placée sous le contrôle du CNRA qui veille quotidiennement au respect des règles d'équité, d'équilibre et de pluralisme dans le contenu des programmes consacrés à la campagne électorale.

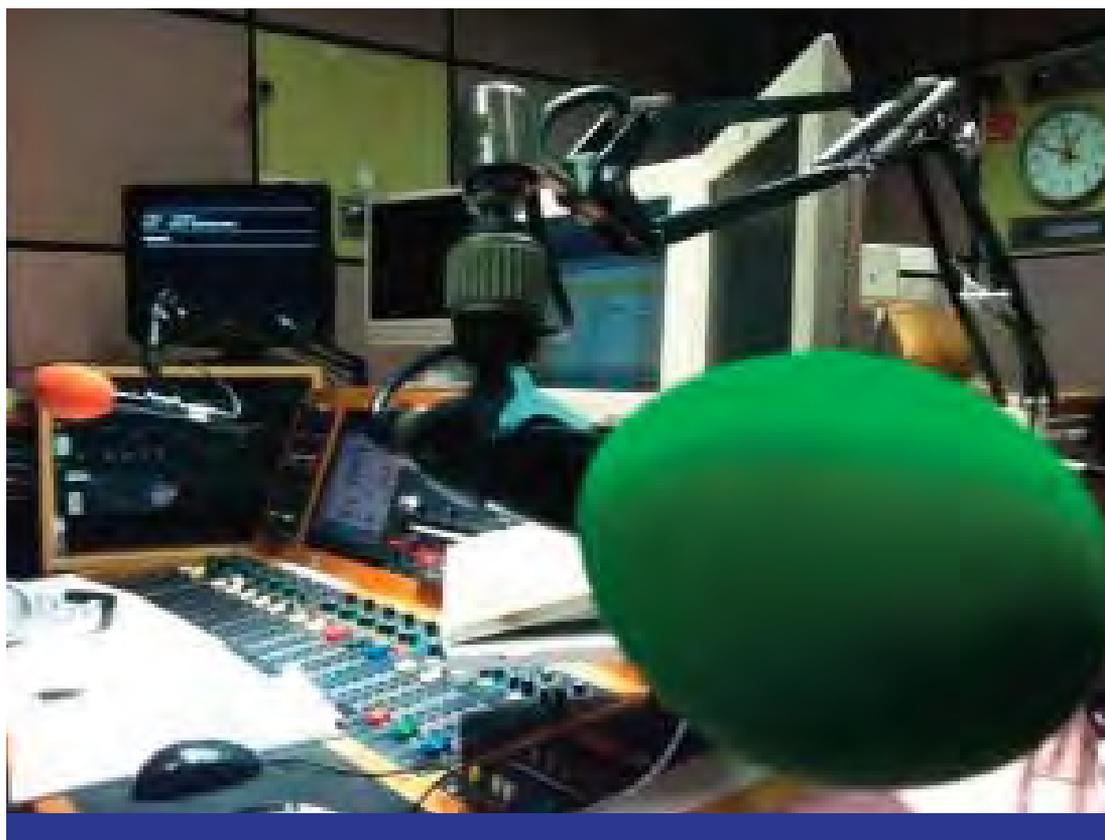
Contrôle et supervision des émissions

Après avoir recueilli l'avis de la CENA, des organes de la presse, de l'audiovisuel public et des mandataires des candidats, le CNRA a fixé les temps d'antenne mis à la disposition des candidats au premier et au second tour de la présidentielle à 5 et 7 minutes par jour et par candidat.

L'instance de régulation délivre un « bon à diffuser ». Mais, elle s'assure auparavant, au cours de séances de visionnage quotidiennes, que l'ensemble des éléments de campagne à diffuser respectent, comme prescrit par la Constitution et le Code électoral, les principes suivants :

- le caractère de l'Etat républicain, laïc et démocratique ;
- les institutions de la République, de leur statut et de leurs compétences ;
- l'indépendance nationale, de l'intégrité du territoire et de l'unité nationale ;
- les libertés publiques.

Les déclarations des candidats et autres éléments de campagne contrevenant à ces principes ont fait l'objet de délibérations de l'Assemblée du CNRA.



Monitoring des médias

1- Objectif

Le monitoring des médias consiste à observer et à analyser les activités des médias de l'audiovisuel et de la presse écrite. Il s'agit, ici, de vérifier la conformité aux dispositions du Code électoral et de la loi n°2006-04 du 04 janvier 2006. En effet, le CNRA veille au respect des règles :

- d'égalité entre les candidats par le service public de l'audiovisuel ;
- d'équité, d'équilibre et de pluralisme dans le traitement des activités des candidats par les médias privés.

2- Réalisations

Pour réussir ce monitoring des médias, le CNRA produit des rapports quotidiens fondés sur des faits avérés, observés sur la couverture médiatique des activités des candidats durant le processus électoral, la répartition des temps de passage pour chaque parti politique, le contenu des messages délivrés, les commentaires faits par les journalistes durant la période électorale.

Il a été institué au sein du CNRA le dispositif suivant :

- un groupe de travail qui assure le suivi de la presse écrite en période électorale ;
- pour les médias audiovisuels, la salle d'écoute qui permet l'enregistrement 24h/24 de tous les programmes audiovisuels diffusés à Dakar et environs. Ces programmes étaient ensuite analysés par les techniciens d'écoute du CNRA ;
- les correspondants régionaux du CNRA recrutés pour la durée des périodes de précampagne et campagnes électorales qui assurent la supervision des médias émettant dans les autres régions du Sénégal ;
- les fiches de suivi qui étaient régulièrement transmises au secrétariat du CNRA pour exploitation.

3- Résultats

Grâce au monitoring, le CNRA est parvenu, au cours de ces délibérations, à :

- à relever les violations des lois et règlements en vigueur dans le secteur audiovisuel, permettant à l'Assemblée du CNRA de délibérer pour apporter des correctifs en temps réel ;
- à faire l'évaluation de la couverture médiatique des candidats par les organes de presse, ensuite à signaler les traitements différenciés et enfin à adresser des injonctions aux organes de presse incriminés pour un meilleur respect des règles d'égalité, d'équité, d'équilibre et de pluralisme ;
- à adresser neuf (9) mises en demeure ;
- à prendre sept (7) décisions.

En définitive, l'élection présidentielle s'est déroulée dans un climat apaisé. Les médias ont joué un rôle fondamental par le respect de l'équilibre, de l'équité et du pluralisme.

Du 10 au 18 avril 2012, le CNRA a entrepris une tournée à Thiès, Mbour, Kaolack, Diourbel et Saint-Louis.

B- Les élections législatives

Initialement prévues le 17 juin 2012, les élections législatives se sont déroulées deux semaines plus tard. Un report essentiellement dû aux délais d'organisation entre les Législatives et la Présidentielle, jugés trop courts.

Vingt-quatre listes étaient en lice, soit 7 200 candidats et 150 députés à élire. Le scrutin est le premier à appliquer la règle de la parité absolue, imposée par la loi adoptée en mai 2010. Lors de la Législature sortante, 33 des 150 députés étaient des femmes.

Le dispositif de veille

Il a toujours existé au niveau du CNRA un dispositif permettant de superviser les programmes diffusés par les radios et télévisions nationales. En période électorale, ce dispositif est renforcé par la mise en place d'un service de veille soutenu et les délibérations de l'Assemblée du CNRA.

1) Composition

Afin d'organiser l'opération de suivi de la campagne électorale, le CNRA a mis en place « une cellule de veille » composée de toutes les ressources humaines de l'institution renforcée par des correspondants régionaux recrutés pour la durée de la campagne électorale. Tout ce dispositif fonctionne sous la supervision de l'Assemblée générale du CNRA.

Les performances de ce service de veille qui ont contribué de manière significative à maintenir le nombre des plaintes des partis politiques participant aux élections dans des proportions raisonnables auraient pu être améliorées à l'avenir par l'acquisition d'un matériel d'écoute performant.

2) Recommandations

Un matériel d'écoute de pointe permettrait d'obtenir les résultats suivants :

- comptabiliser tous les temps d'intervention des personnalités politiques dans les programmes des radios et chaînes de télévision nationales ;
- classer les temps d'intervention portant sur l'élection par formation politique, par listes ou candidat suivant la nature de l'élection, les temps d'interventions de ces candidats portant sur des sujets non liés directement aux élections ;
- aménager les temps d'antenne dans les journaux télévisés, les temps de commentaires ou d'analyses de journalistes consacrés à chaque candidat, à une formation politique ou à une liste ;
- réduire au maximum l'écart de temps entre la diffusion des émissions et leur visionnage, afin de disposer rapidement d'une comptabilisation des temps de

parole ou d'antenne et permettre aux chaînes, à qui ces relevés sont régulièrement communiqués, de procéder en temps réel aux rééquilibrages nécessaires.



La supervision médiatique

Durant vingt jours, les téléspectateurs ont suivi l'émission de propagande du service public de l'audiovisuel.

La radio et la télévision publique jouent un rôle très important dans la formation de l'opinion publique lors des campagnes électorales. De ce fait, elles doivent assurer aux électeurs une information libre, équitable et honnête afin qu'ils puissent exercer leur libre choix. Pour ce faire, une réglementation spécifique a été mise en place pour permettre à chaque candidat de s'exprimer, librement et gratuitement, sur les antennes du service public de la radio et de la télévision.

Cette réglementation en période de campagne officielle est stricte pour le secteur public. Les radios et les télévisions publiques se voient imposer le respect absolu des principes d'égalité ou d'équité de traitement des candidats devant la réalisation, la programmation et la diffusion de leurs émissions.

Avant l'ouverture de la campagne officielle législative, le CNRA doit soumettre à la signature du Président de la République un projet de décret déterminant le nombre, la durée et les horaires ainsi que les modalités de leur réalisation.

RECOMMANDATIONS GENERALES

Au terme de la supervision des deux élections qui ont fortement marqué notre pays en cette année 2012 et après étude de tous les rapports sectoriels, certaines recommandations aptes à améliorer le déroulement de la couverture médiatique du processus électoral ont été formulées. Il s'agit :

1. de la mise en place d'antennes décentralisées du CNRA pour un meilleur suivi des médias audiovisuels au niveau local, à l'image des antennes régionales et départementales de la CENA ;
2. de la formation des professionnels de la communication, les candidats et leurs mandataires sur le dispositif juridique de la couverture médiatique des élections ;
3. du renforcement des ressources humaines et matérielles de la salle d'écoute et de visionnage du CNRA ;
4. de l'adoption de réformes au Code électoral pour combler le vide juridique constaté entre les deux tours de l'élection présidentielle et raccourcir les délais de procédure du CNRA en cas de violations flagrantes des lois et règlements ;
5. de l'invite à une réflexion pour le choix de l'élément de campagne électorale à diffuser le dernier jour de diffusion du « Journal de la campagne » pour permettre au CNRA et à la RTS de respecter l'ordre de passage des candidats tel qu'établi par le tirage au sort ;
6. de la poursuite de la réflexion sur l'encadrement juridique de la presse en ligne, particulièrement en période électorale.



CHAPITRE II : LA MISSION DE CONTROLE ET DE SUPERVISION DU PAYSAGE AUDIOVISUEL SENEGALAIS

Le service de veille

La mission de veille et de contrôle s'exerce par l'exploitation des rapports de la salle de monitoring et l'examen des plaintes reçues des citoyens. Le CNRA est valablement saisi ou s'autosaisit lui-même, pour statuer sur toute violation des dispositions législatives et réglementaires relatives.

Lorsque les faits incriminés sont suffisamment graves, et après une mise en demeure restée vaine, l'Assemblée du CNRA se réunit pour prononcer une sanction qui peut être une suspension d'un à trois mois, de tout ou partie des émissions, une sanction pécuniaire de deux à dix millions de francs CFA avec une pénalité quotidienne de retard de cent mille francs CFA en cas d'inexécution d'une décision du CNRA. Cela peut consister en une réduction de six mois à un an de la durée de l'autorisation, ou même le retrait définitif de celle-ci. Ces sanctions pécuniaires bénéficient au Trésor public qui procède à leur recouvrement.

Les décisions du CNRA peuvent faire l'objet d'un recours en annulation ou d'une demande de sursis à exécution devant la Cour Suprême. Ce recours n'est toutefois pas suspensif.

En outre, les sanctions prononcées par le CNRA ne donnent droit à aucun dédommagement.

L'émission légale de débats contradictoires

Le CNRA a pour mission générale de garantir le pluralisme de l'expression des courants de pensée et d'opinion dans tous les programmes proposés par les chaînes de télévision. Son rôle n'est pas de produire des émissions.

Au terme de l'article 15 de la loi n°2006-04 du 04 janvier 2006, la RTS doit diffuser toutes les deux semaines, séparément à la Radio et à la Télévision publiques, une émission de débats contradictoires sur les questions d'actualité nationale et internationale, réservée aux partis politiques légalement constitués.

Les dispositions combinées des articles 7 alinéa 4 et 15 de la loi 2006-04 du 04 Janvier 2006 portant création du CNRA garantissent l'accès équitable des partis politiques aux médias audiovisuels et fixent les modalités de sa mise en œuvre à la Radio et à la Télévision publiques.

A travers l'obligation de programmation d'une émission, à la fois à la Radio et à la Télévision, toutes les deux semaines, exclusivement réservée aux partis politiques, la loi assigne à la télévision publique la mission d'aménager les modalités d'application du principe d'accès équitable.

Le pluralisme, la vitalité du débat démocratique, exigent le respect strict de la périodicité de cette émission.

Le rôle de l'autorité de régulation est d'y veiller, tout en supervisant cette production, pour la sauvegarde des principes qui la gouvernent, l'organisation pratique relevant des missions traditionnelles de la rédaction de la RTS.

Les avis trimestriels

Selon l'article 14 de la loi N°2006-04 du 04 janvier 2006, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel publie à la fin de chaque trimestre un avis donnant des indications sur les déséquilibres et/ ou sur le non respect du pluralisme dans le secteur de l'audiovisuel sur la période écoulée. Il propose, le cas échéant, les mesures et actions requises pour corriger les dysfonctionnements constatés.

a) Manquements

Au cours de l'année 2012, les dysfonctionnements relevés par les différents avis ont trait à :

1. la diffusion en boucle de la publicité de produits supposés avoir des vertus aphrodisiaques en des termes qui offensent les mœurs et la morale ;
2. la publicité commerciale déguisée à travers des émissions;
3. la diffusion d'images dévalorisantes porteuses d'une vision dégradante de la femme dans la publicité de certains produits;
4. la persistance de la publicité au profit de prétendus guérisseurs à travers des émissions diffusées par certains médias audiovisuels en violation des dispositions de l'article 10 du décret n°67-147 du 10 février 1967 instituant le code de déontologie médicale qui interdit toute forme de publicité dans le domaine médical ;
5. l'utilisation des enfants dans la publicité ;
6. l'atteinte aux institutions de la République, la forte médiatisation des propos irrévérencieux, la violence verbale des politiques ainsi que la diffusion en boucle d'images de manifestations violentes durant les périodes de précampagne et de campagne électorales et entre les deux tours ;
7. la diffusion de propos « ethnicistes », stigmatisant des catégories sociales ou faisant appel aux confréries dans certaines émissions et discours politiques ;
8. la diffusion en boucle d'images de violence, d'invectives et de propos ethnicistes notée lors des préparatifs de certains combats de lutte, véhiculant ainsi des messages négatifs et des contre valeurs ;
9. la diffusion de propos grossiers et choquants dans certaines émissions de faits divers ;
10. la persistance de la diffusion d'émissions interactives de voyance en direct sur une longue plage horaire, sans indications sur le coût des appels téléphoniques.

b) Recommandations

Face à de tels manquements, qui constituent une violation des dispositions des textes législatifs et réglementaires en vigueur au Sénégal dans le domaine de l'audiovisuel, le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel a recommandé :

1. le respect des dispositions de la loi n° 83-20 du 28 janvier 1983 relative à la publicité, notamment :
 - l'article 9 qui proscrit « toute déclaration ou présentation visuelle qui offense les mœurs et la morale en général » ;
 - l'article 11 prescrivant : « la publicité doit pouvoir être clairement distinguée comme telle, quels que soient sa forme et le support utilisé » et que « lorsqu'elle est diffusée dans des médias qui comportent également des messages rédactionnels, la publicité doit être présentée de telle sorte que le consommateur puisse la distinguer facilement de ces messages » ;
 - l'article 14 qui dispose : « La publicité, lorsqu'elle fait appel à la femme, ne doit pas, pour quelque motif que ce soit, porter atteinte à sa dignité ou la déconsidérer » ;
2. le respect strict des dispositions du décret n°67-147 du 10 février 1967 instituant le code de déontologie médicale qui interdit toute forme de publicité dans le domaine médical ;
3. le respect des dispositions des cahiers de charges applicables aux médias audiovisuels qui précisent que : « La publicité ne doit, en aucun cas exploiter l'inexpérience ou la crédulité des enfants et adolescents. Ces derniers ne peuvent être les prescripteurs du produit ou du service faisant l'objet de la publicité. Ils ne peuvent être acteurs principaux que s'il existe un rapport direct entre eux et le produit ou le service concerné. » Pour ce faire, le CNRA en appelle à la responsabilité parentale pour la protection de l'enfant en rapport avec le principe de l'intérêt supérieur de l'enfant ;
4. de faire preuve de plus rigueur et de professionnalisme dans la conduite d'émissions interactives, de débats et de faits divers pour éviter la diffusion de propos portant atteinte aux institutions, à la morale et à la dignité de la personne humaine ;
5. de veiller à ce que les émissions de voyance n'exploitent la crédulité des populations et qu'elles indiquent le coût des appels téléphoniques ;
6. de faire preuve de plus de vigilance dans la couverture médiatique et la diffusion d'émissions ou de programmes ayant trait à la lutte, notamment en ce qui concerne les images de violences et les propos irrespectueux.



©Photo Plan International



Le CNRA, mission, prérogatives et publications

Un héritage institutionnel : 20 ans de contrôle et de régulation

Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) est l'autorité indépendante de « régulation de l'espace médiatique audiovisuel », créée par la loi n°2006-04 du 4 janvier 2006.

Le motif de la loi était « ...d'instituer un nouvel organe de régulation plus adapté au nouveau paysage audiovisuel sénégalais, marqué par l'avènement de plusieurs stations de radios commerciales, communautaires et la perspective de nouvelles chaînes de télévisions ».

Le développement rapide du secteur de l'audiovisuel qui présage de l'ampleur des mutations à venir rend nécessaire la mise sur pied d'un organe chargé d'assurer sa cohésion et de faire respecter les règles de pluralisme, d'éthique, de déontologie, les lois et règlements en vigueur ainsi que les cahiers de charges et les conventions régissant l'audiovisuel au Sénégal.

Pour ce faire et compte tenu de l'expérience antérieure, aussi bien du Haut Conseil de la Radio Télévision (HCRT) créé en 1991, que du Haut Conseil de l'Audiovisuel (HCA) créé en 1998, il y a lieu de conférer au nouvel organe de régulation de l'audiovisuel une autorité renforcée reposant notamment sur la mise à sa disposition d'une panoplie de sanctions et mesures pouvant être prises dans le strict respect des droits de la défense.

Le nouvel organe est également marqué par une représentation étendue aux jeunes et personnes du troisième âge avec une mission permanente de veille en ce qui concerne le respect des diversités culturelles et linguistiques du Sénégal, qui doit se refléter dans les différents programmes destinés au public.

Enfin, en ce qui concerne les émissions interactives dont la multiplication est sans cesse croissante, le nouvel organe de régulation est chargé de veiller à ce que les stations de radios et de télévisions disposent, pour leur organisation, d'un équipement technique permettant d'éviter les dérapages jusque là constatés et qui, pour l'essentiel, portent atteinte aux institutions ou à l'honneur et à la réputation des personnes.

Les missions essentielles : la régulation et le contrôle

- assurer le contrôle de l'application de la réglementation sur l'audiovisuel ;
- veiller au respect des dispositions de la présente loi et de celles des cahiers de charges et conventions régissant le secteur.

Ainsi, le CNRA veille :

- à l'indépendance et à la liberté de l'information et de la communication ;
- au respect de la loi et à la préservation des identités culturelles, à l'objectivité et au respect de l'équilibre dans le traitement de l'information ;
- à la sauvegarde de l'enfance et de l'adolescence ;
- au respect de l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations reconnues de la société civile ;

-
- au respect des cahiers de charges applicables aux titulaires de concession ;
 - à la libre et saine concurrence entre les entreprises ;
 - au respect des règles d'éthique et de déontologie dans le traitement de l'information et dans la programmation notamment en assurant le respect des institutions de la République, de la vie privée, de l'honneur et de l'intégrité de la personne humaine ;
 - au respect de l'unité nationale, de l'intégrité territoriale et du caractère laïc de la République
 - au respect de l'application stricte des dispositions des cahiers de charges relatives à la diffusion d'émissions interactives ;
 - Le CNRA veille au respect des principes d'équité et d'équilibre entre tous les partis en tenant compte des contraintes du service public de la radiotélévision.

Le CNRA est arbitre en période électorale

Dans le cadre de ces missions essentielles, notamment en période de campagne électorale, le CNRA fixe les règles concernant les conditions de productions, de programmation et de diffusion des émissions

Sanctions et recours

En cas de manquement aux obligations, le CNRA fait des observations ou une mise en demeure publique aux contrevenants. En cas d'inobservation de la mise en demeure, le CNRA peut prendre une sanction dans le cadre des dispositions prévues par la loi.

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

Le CNRA dispose d'un délai maximum d'un mois pour rendre une décision motivée et la notifier à l'intéressé.

Les décisions du CNRA portant sanction peuvent faire l'objet d'un recours en annulation ou d'une demande de sursis à exécution devant le Conseil d'Etat. Ce recours n'est toutefois pas suspensif.

Publications : avis trimestriels et rapport annuel

Le CNRA publie à la fin de chaque trimestre un avis donnant des indications sur les déséquilibres et/ou sur le non-respect du pluralisme dans le secteur de l'audiovisuel durant la période écoulée. Il propose, le cas échéant, les mesures et actions requises pour corriger les dysfonctionnements ou les manquements constatés.

Chaque année, le CNRA publie un rapport sur ses activités, où il expose également la situation d'ensemble du secteur de la communication audiovisuelle, du point de vue de l'application des lois et règlements régissant ledit secteur.

Ce rapport est remis au Président de la République. Il est rendu public dès sa remise au Chef de l'Etat.



L'air du temps, vision et défis

Une vision contemporaine :
partager la culture de la régulation

Un cadre juridique et une régulation socioprofessionnelle

Les instances de régulations des médias sous toutes les latitudes sont confrontées à des défis communs face aux évolutions technologiques et à la mondialisation. Elles ont adopté une stratégie de coopération internationale. D'où des séries de rencontres, voyages d'études et échanges d'expérience. L'année 2012 a été



marquée par les échanges dans le cadre de plusieurs activités notables.

L'essence de la mission du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel est de réguler le secteur national de l'audiovisuel. La fonction de régulation est, dit-on, de maintenir dans un état constant le milieu intérieur d'un organisme vivant.

Le philosophe idéaliste Emmanuel Kant défendait que « *le principe de finalité n'est pas constitutif, mais régulateur* ». Le théoricien de la communication Marshall McLuhan, pour sa part, affirmait que « *le média est le message* ». La création et la multiplication des médias audiovisuels dans notre espace national témoignent de la volonté d'exprimer la diversité de cultures, d'opinions, de situations. Autant de

messages donc que de radios et de télévisions. C'est ce pluralisme même, constitutif du paysage médiatique national, que le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel s'évertue à accompagner et encadrer au sein de la République. La régulation étant à la fois un précieux outil et un instrument de mesure, dans la construction de l'Etat de droit.

Le corps social et médiatique doit contrôler sa propre expression et se réguler avec la médiation institutionnelle du Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel. La vision est donc celle d'une quête de pondération dans l'activité audiovisuelle, une stabilité sociale, une sérénité citoyenne.

Cette vision s'adosse à un droit-valeur : le droit du public à l'information. Certains diront le droit du citoyen à la communication. L'existence d'un tel droit se base sur les textes nationaux et internationaux portant sur le droit à l'information du public, la liberté pour le public de rechercher et recevoir les informations. Il en est ainsi de la Déclaration universelle des Droits de l'Homme de 1948 ou du Pacte international relatif aux Droits civils et politiques de 1966, l'article 9 de la Charte africaine des Droits de l'Homme et des Peuples et l'article 8 de la Constitution sénégalaise qui permettent d'assurer la libre communication des pensées et des opinions. Même si ce droit humain reste à consacrer en droit positif exigible, l'esprit de la loi et l'état de fait en font un principe essentiel, une réalité dans notre vécu collectif et notre pratique démocratique. En effet, en consacrant comme objectif à valeur constitutionnelle le pluralisme de l'information politique et générale, l'Etat du Sénégal reconnaît le droit du public à recevoir une information diversifiée et un accès à un certain nombre de médias de tendances et de caractère différents, cela dans le but de s'assurer que le citoyen, qui est le destinataire essentiel de la liberté de l'information, puisse exercer son libre choix.

Le citoyen consommateur d'informations est ainsi placé au cœur des préoccupations pluralistes. Mais, afin de pouvoir assurer auprès du public cette conception, il va falloir inventer les moyens de cette protection. Ces moyens sont à trouver autant dans l'intervention étatique que dans l'existence de devoirs à la charge des professionnels. Et, enfin, dans la vigilance et la participation citoyenne.

Le Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel engage une approche qui veut revisiter la connaissance sur les phénomènes réglementaires dans le domaine des technologies de l'information et des entreprises culturelles, en vue de formulation ou révision des stratégies de régulation assurant le respect des valeurs inhérentes au droit à l'information. Il importe d'accompagner l'émergence de concepts, de normes et de modalités de régulation qui prévalent désormais dans les environnements de communication numérisés et dans lesquels convergent des médias qui fonctionnaient autrefois selon leurs logiques propres. Pour cela, quelques grands axes :

- un cadre juridique adéquat ;
- un cadre normatif consensuel et une régulation socioprofessionnelle ;
- la prise en compte de l'avènement du numérique et d'Internet.

Transition vers le numérique

Modalités de mise en œuvre de la stratégie

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel et le Comité national pour le Passage de l'Audiovisuel de l'Analogique au Numérique du Sénégal (CNN) ont collaboré pour la consolidation et la finalisation du document de synthèse de la stratégie de passage au numérique du Sénégal, dans le cadre d'un séminaire tenu les 3 et 4 décembre 2012.

Le Président du CNN a souligné la dimension donnée par le Président Macky SALL lors du colloque du REFRAM (Réseau francophone des Régulateurs de Médias) (voir p. 24) : « *le document d'orientation stratégique du Comité national pour le Passage de l'Audiovisuel de l'Analogique au Numérique du Sénégal (CNN) en cours de validation, constituera l'épine dorsale de notre politique nationale pour une transition réussie* ».

Le séminaire a formulé des recommandations notables dont la liste suit :

- la mise à jour du cadre législatif et réglementaire ;
- le plan de communication auprès des acteurs et du public ;
- les mesures d'accompagnement ;
- le fonds de financement de la production audiovisuelle nationale ;
- le coût du passage au tout numérique évalué à 64 milliards ;
- la création d'une structure pérenne qui succédera au CNN pour gérer ce passage ;
- la création d'un 2^e dividende numérique a été évoquée (voir encadrés).

Enjeux du dividende numérique

La modernisation de la diffusion audiovisuelle et l'avènement prochain de la télévision numérique conduisent naturellement à l'extinction de la télévision analogique, libérant ainsi une partie du spectre hertzien que ses caractéristiques techniques rendent propices à de multiples usages. C'est ce que l'on appelle « le dividende numérique ». Il est composé de l'ensemble des fréquences qui seront libérées suite au passage à la télévision numérique terrestre et à l'arrêt de la télévision analogique.

« Le dividende numérique ne relève pas que d'un débat d'experts et ne se limite pas à une simple question technologique. C'est une ressource publique rare

– une précieuse portion du spectre hertzien - qui va redevenir disponible, et l'usage de cette ressource concerne chacun d'entre nous dans son quotidien : [...] les options qui seront retenues pour valoriser ce « dividende numérique » auront un impact sur notre vie de tous les jours. [...] Ce débat mérite d'être aussi ouvert que possible. C'est parce que ses enjeux doivent être mieux mesurés que nous avons souhaité permettre à tous les acteurs qui le souhaiteront – citoyens, collectivités territoriales, entreprises ou associations – de faire connaître leurs attentes afin d'éclairer le travail de la commission du dividende numérique » (Bruno Retailleau, Sénateur, Président de la Commission du dividende numérique, France).

Quelle utilisation du dividende ?

Chaque Etat décide de l'affectation des ressources spectrales rendues disponibles en coordination avec d'autres États. Les usages envisagés pour l'utilisation du dividende se divisent en deux catégories :

- les réseaux de radiodiffusion, comme ceux de la télévision (TNT),
- les réseaux de téléphonie mobile (3G et 4G).

1^{er} et 2^e dividendes

Le passage au numérique concernait initialement la bande comprise entre les 470 MGH et 862 MGH, la bande allant de 470 MGH à 790 MGH était réservée exclusivement à la télévision numérique terrestre (TNT) et celle comprise entre 790 MGH et 862 MGH constituait le 1^{er} dividende numérique bien qu'occupée actuellement par un opérateur téléphonique privé, l'Agence de l'informatique de l'Etat (ADIE) et le Ministre de l'Intérieur. Récemment, le Sénégal, soutenu par l'Egypte et le Nigéria, a négocié et obtenu un 2^e dividende numérique dans la bande comprise entre, probablement, 750 MGH et 790 MGH. A noter que ce 2^e dividende numérique ne met pas en péril le déploiement de la TNT dans la mesure où la bande restante fournira 6 fréquences pouvant offrir plus de 83 canaux de diffusion en SD (définition standard) et en HD (haute définition).

Cette question donne lieu à de multiples concertations et travaux dans l'intérêt des consommateurs, des opérateurs audiovisuels et du secteur des télécommunications. Ces perspectives feront l'objet d'une décision par les autorités compétentes, qui fixera le schéma national de réutilisation des fréquences libérées.

Le défi collectif : négocier le virage numérique

Planifier, préparer et soutenir le secteur

Accompagner les populations

Le monde des médias évolue au rythme des innovations technologiques. Depuis sa création et pendant plus d'un siècle, la radiodiffusion et la production audiovisuelle se sont faites sur la base de la technologie analogique. Devancée par la téléphonie, le principe de la radiodiffusion (pour la radio et la télévision) est depuis quelques années face à la révolution technologique qui impose le numérique. Le saut dans cette nouvelle modernité est désormais incontournable. L'horizon est fixé à 2015 pour les télévisions et 2020 pour les radios : transiter vers le numérique ou disparaître du paysage audiovisuel.

Technologiquement, une information numérique est une suite de caractères et de nombres qui constituent une représentation d'un objet que des dispositifs informatiques ou d'électronique numérique peuvent traiter. Des logiciels indiquent aux machines la façon dont elles doivent traiter ces différents types de données, qui sont dans tous les cas des séquences de chiffres binaires. Le terme « numérique » est employé en électronique, notamment pour le son numérique, la photographie numérique, la vidéo numérique, le cinéma numérique, pour les distinguer de leurs versions plus anciennes fonctionnant avec des signaux électriques analogiques.

Le terme numérisation, qui signifie transformation en données numériques, peut désigner :

- la conversion d'un signal électrique analogique en un flux numérique ;
- la description d'un document physique (écrit, audio ou vidéo) par un fichier numérique.

Questions clés, enjeux

En octobre 2012, réuni à Dakar pendant deux jours, le REFRAM (Réseau francophone des Régulateurs de Médias) se penchait sur la problématique de la transition vers le numérique dans le domaine de la diffusion de la télévision. L'objectif était d'accompagner le processus de transition au bout duquel, à l'horizon du 17 juin 2015, date butoir pour le basculement de l'analogique au tout numérique, fixée par l'Union internationale des Télécommunications (UIT), le paysage audiovisuel présentera un visage complètement différent avec la multiplication de chaînes accessibles sur un nombre réduit de fréquences.

Dans ce contexte, le rôle des autorités de régulation prend une dimension majeure et toute particulière.

Les bouleversements rapides et les mutations profondes que ne manquera pas d'engendrer l'ère du tout numérique, impacteront fortement notre vivre ensemble, nos équilibres précaires, nos fragilités structurelles, nos particularismes mondialisés.

Les nouvelles ambiguïtés fusionnelles entre infrastructures technologiques et superstructures civilisationnelles, les interférences dans la chaîne des valeurs entre transporteurs, télédiffuseurs et multiplexeurs, d'une part, et producteurs, éditeurs

et diffuseurs de contenus, d'autre part, seront à l'origine de situations à la fois complexes et si l'on y prend garde, également inextricables et préjudiciables.

Les importantes fractures sédimentées entre nos sociétés, nos pays et nos peuples par la révolution industrielle se sont trouvées accentuées par la logique de marché, la financiarisation des économies dominantes, la marchandisation des cultures qui sont autant de facteurs de vulnérabilité et de source de fragmentation de nos pays.

Avec le foisonnement des bouquets télévisuels, la possibilité de faire passer quatre, cinq ou six chaînes sur une même fréquence, qui, auparavant ne pouvait en héberger qu'une, nous courrons le risque majeur d'être relégués à la périphérie de la périphérie du modèle d'un nouveau monde en marche sur un mode numérique désintégrateur en puissance.

Par contre, le versant positif de la randonnée numérique réside dans les capacités, pour ceux qui savent en prendre la mesure, d'anticiper afin d'être au diapason des mutations annoncées.

C'est pourquoi il nous est impératif, ensemble dans un esprit de partage et de responsabilité, de préserver notre humanité, de nous soucier d'abord de l'humain, de mettre le public, les téléspectateurs, citoyens et consommateurs au cœur de notre démarche.

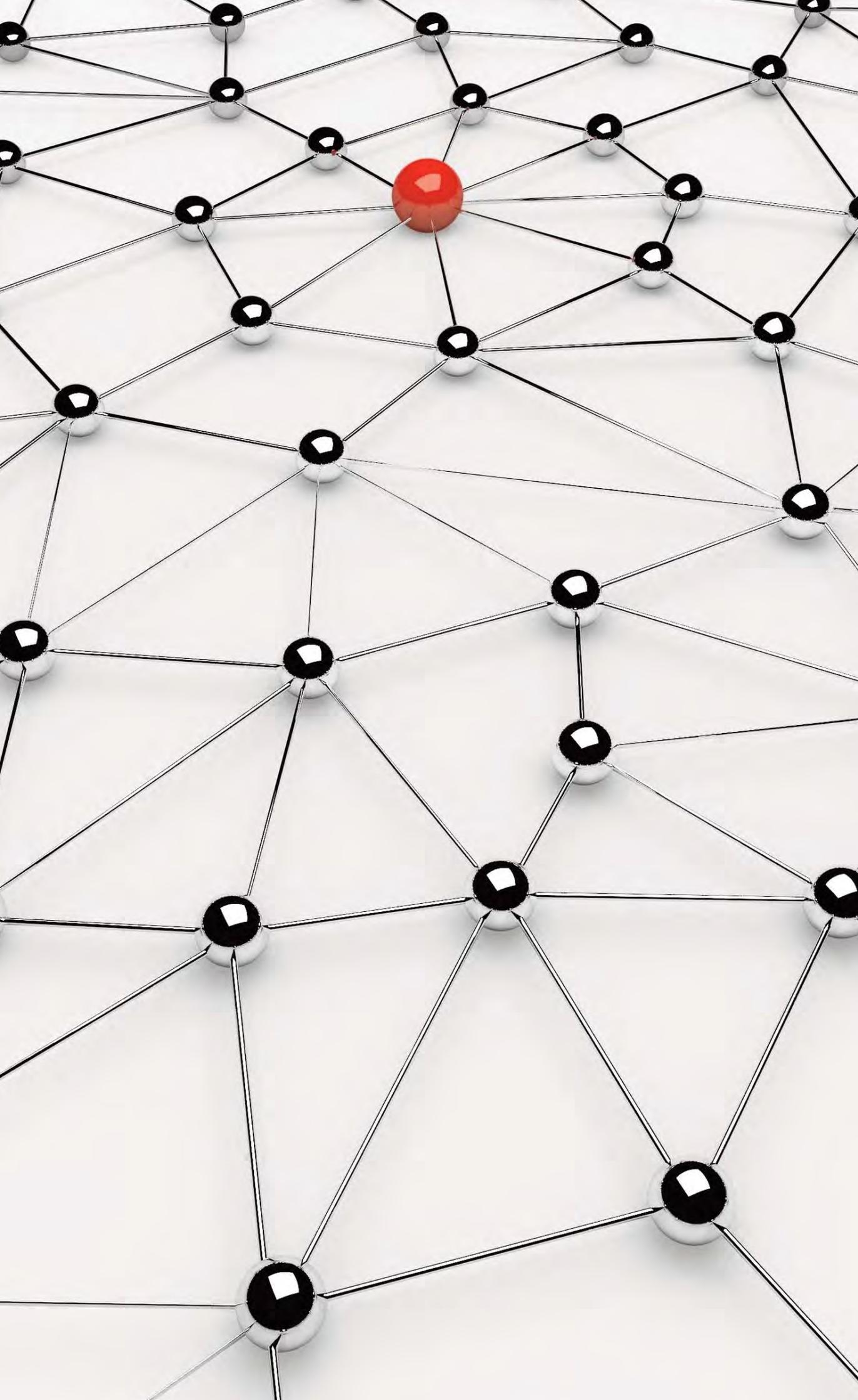
En tant que régulateurs des médias, ce bouleversement est certainement pour nous une formidable opportunité de mettre à niveau le cadre juridique et organisationnel du secteur de l'audiovisuel, et de l'adapter ainsi aux évolutions technologiques, particulièrement au phénomène de la convergence.

Dans cette optique, il faudra ainsi non seulement **asseoir une politique de financement de la production audiovisuelle nationale**, mais aussi **accroître et perfectionner les outils de contrôle des contenus**.

En tant que régulateur, il nous faut planifier, préparer et soutenir ce virage en outillant les diverses autorités publiques impliquées afin qu'elles puissent mettre en œuvre des politiques pertinentes, opérer des choix technologiques judicieux, renforcer et rationaliser des modes de régulation performants, respectueux des libertés et totalement dédiés à la protection de nos sociétés, des citoyens et de l'Etat de droit.

« La régulation ne porte pas sur des médias indifférenciés, ni neutres. Ces médias véhiculent des pulsions, des émotions, des sensibilités, des visions, des représentations en un mot du vécu et du ressenti dont l'expression – ou plutôt les expressions – peuvent être sources d'incompréhension, de malentendus, voire de stigmatisation, de divisions et de conflits, interpelle Monsieur Macky SALL, Président de la République. Une attention particulière doit ainsi être portée à la production, à la coproduction, et à la circulation de contenus en quantité et en qualité suffisamment importantes et à la portée du plus grand nombre. L'appât du numéraire ne doit pas dévoyer les bénéfices du numérique pour tous.

C'est une expérience unique qui ouvre une nouvelle ère pour les médias et les services de communications, nous devons alors mettre toutes les chances de notre côté pour passer cette étape de transition avec succès ».



Les acteurs, un espace public à partager

LES RADIOS, LES TÉLÉVISIONS DES FAITS ET DES CHIFFRES

Un paysage divers et riche de potentiels

Le Sénégal est un pays qui compte aujourd'hui avec un paysage audiovisuel conséquent, relativement équilibré et mature. En effet, à la veille du passage au numérique, le paysage audiovisuel du Sénégal, en décembre 2012, est constitué d'une radio et une télévision de service public dotées chacune de plusieurs chaînes ; une quinzaine de chaînes de télévision privées ; quatre distributeurs de services audiovisuels ; et plus de deux cents stations de radios privées commerciales et communautaires. Une dizaine de promoteurs de télévisions disposent de fréquences hertziennes mais n'ont pas encore démarré l'exploitation. Enfin, une vingtaine de médias en ligne existe. Tous ces médias sont regroupés en organisations professionnelles qui permettent des actions collectives structurées.

La marche démocratique du Sénégal a cheminé de façon indissociable avec l'expansion des moyens de mise en œuvre du droit fondamental de la liberté d'expression. Du premier émetteur de radiodiffusion installé au Port maritime de Dakar dans les années 40, faisant du Sénégal le premier pays d'Afrique noire francophone à disposer d'une radio, à la télévision introduite en 1963 avec l'assistance de l'UNESCO, jusqu'à la naissance de stations de radio privées, des évolutions remarquables ont été notées. Elles sont autant la marque de l'initiative privée, citoyenne, que l'expression de la volonté politique d'ouverture médiatique ou encore dans l'encadrement juridique de ce secteur.

La libéralisation progressive du secteur de la télévision à partir de 1991, pour les chaînes de télévision par satellite et de la radio à partir de 1994, a permis à des groupes de communication privés de se positionner sur ces nouveaux marchés. Profitant des évolutions technologiques rapides, ils ont connu une forte croissance. Les chaînes de télévision étrangères et stations de radio privées sénégalaises ont conquis une large partie du public sénégalais.

Ces dix dernières années, le secteur s'est considérablement élargi, le nombre de chaînes de télévision a augmenté et leur couverture s'est renforcée. Elles émettent sur toute l'étendue du territoire national grâce à une vision volontariste de couverture de toutes les régions du pays, autant de la part du service public que des promoteurs privés.

La Radio Télévision Sénégalaise (RTS) dispose d'un réseau d'une vingtaine de stations à travers le pays. Trois groupes multimédias privés sont implantés dans la capitale, avec chacun une dizaine, voire une quinzaine, de stations relais dans pratiquement toutes les régions.

Diverses radios privées commerciales ont vu le jour dans les régions autres que Dakar et y développent leurs activités depuis des années. Une centaine de radios communautaires et Centres multimédias Communautaires (CMC) pourvoit à un maillage et

une couverture réels du territoire national. Une radio de jeunes en banlieue de Dakar et une radio de femmes à Dakar opèrent depuis une dizaine d'années.

Un paysage, fut-il audiovisuel, n'est pas qu'un territoire. Il est un espace vivant qui abrite et croise des perspectives, des points de vue. Ceux des promoteurs audiovisuels, ceux des auditeurs et téléspectateurs, ceux des gouvernants. Seule la sensibilité à l'esthétique d'un paysage apaisé peut favoriser le concert des points de vue.

Un panorama

Et pourtant, à l'esthétique d'un paysage, il nous faudra préférer la réalité vivante, turbulente et féconde d'un panorama. Car le panorama médiatique sénégalais impose aux acteurs une vision dynamique des choses, le paysage étant en constante évolution chargé de son passé, sage de sa propre écologie et déjà riche de son devenir. Or, le paysage s'apparente à tantôt à un jardin, tantôt à une savane épineuse, tantôt à une brousse féconde et désordonnée. Dans un tel enchevêtrement, le consommateur d'information a besoin de repères.

L'environnement du secteur souffre de carences liées à l'organisation de la programmation audiovisuelle, la production, la formation, la définition et l'accès aux métiers de l'audiovisuel, l'organisation approximative du marché publicitaire. L'environnement économique peu favorable, l'écologie propre du secteur ont donné cours à une sélection naturelle qui pourrait être moins féroce. Réorganiser la régulation du marché publicitaire dans l'audiovisuel est devenu un impératif. Ces différents aspects méritent une réflexion approfondie et inclusive.

Les conditions d'assignation de fréquences relèvent de l'appréciation discrétionnaire du ministère en charge du secteur de la communication. Les cahiers de charges, brevaires des obligations et engagements des titulaires d'autorisation d'exploitation et de diffusion de programmes audiovisuels sont élaborés par l'autorité publique en charge du secteur de l'audiovisuel. Le contenu de ces cahiers de charges peine à connaître une application correcte par les opérateurs audiovisuels.

L'autorité de régulation est chargée de veiller au respect par tous les acteurs des règles, principes et stipulations contractuelles prévus pour encadrer l'activité du secteur audiovisuel. Pourtant, elle n'intervient dans aucune étape du processus d'assignation de fréquence, de la signature de la convention de concession et l'élaboration des cahiers de charges. Son rôle est limité au contrôle et à la sanction. Des passerelles de communication et d'échanges avec les autres acteurs institutionnels attendent d'être formalisés, éprouvés pour offrir un cadre harmonisé de développement de l'audiovisuel. La radio et la télévision sur Internet, et même sur les téléphones portables, sont déjà là, ce qui induit nécessairement un réajustement de la réglementation et une réorientation de la politique de régulation, tant du point de vue de la concurrence que des contenus programmatiques.



LES AUDIENCES, LES PUBLICS

L'audiovisuel, un miroir fidèle ?

Les publics sont la raison d'exister des médias et du CNRA. Ils sont nombreux, divers et la loi leur commande de veiller à la cohésion sociale et nationale.

Le traitement de l'information, la diffusion des programmes doivent se faire dans le souci et la quête d'équité ; l'équité entre diverses catégories à représenter : le genre, l'âge, les régions, les ethnies, les langues, l'urbain, le rural, la confession religieuse, la sensibilité politique, le profil socioéconomique, le profil socioprofessionnel.

L'équité de représentation dans la diffusion audiovisuelle se mesure par la quantité (nombre de programmes où la catégorie est représentée et volume horaire subséquent). L'équité s'apprécie aussi par la qualité (présence de la catégorie dans des émissions valorisées par l'audience ; images valorisantes des individus de la catégorie).

La loi est claire et explicite quant à la volonté et à l'exigence politique sur cette question. Toutefois, l'exercice est difficile. Il relève de la quête et de l'effort concerté, cela d'autant que les outils et les indicateurs restent à forger pour mesurer cette exigence.

En attendant, chaque média a l'obligation d'informer, éduquer, cultiver, divertir, protéger chaque segment. L'exigence de protéger, le consommateur, la jeunesse, la famille, la nation, les électeurs, la diversité, la dignité, l'avenir.

Droits et recours du public

Le CNRA peut être saisi de toute violation des dispositions législatives et réglementaires réagissant les médias audiovisuels ainsi que l'accès équitable des partis politiques, des syndicats et des organisations reconnues de la société civile aux médias d'Etat.

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

Le CNRA est saisi en la personne de son Président par toute personne physique ou morale. La requête ou réclamation est formulée par écrit, datée et signée par une personne ayant qualité à agir dans ce sens.

Elle doit sous peine d'irrecevabilité énoncer avec suffisamment de précision les griefs articulés.

Les partenaires du CNRA

Le Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel travaille en partenariat avec des intervenants techniques, professionnels des médias, sociaux et financiers.

Les partenaires techniques sont principalement des agences de l'Etat qui interviennent et gouvernent dans les champs de l'Informatique, des télécommunications ou encore des de la propriété intellectuelle.

Les partenaires professionnels sont nombreux et comptent parmi les radios et les télévisions, la presse écrite en période électorale, mais aussi parmi les centres de formation, les organisations professionnelles.

Le CNRA collabore avec des institutions homologues dans les espaces africain et international.

PLANÈTE TERRE NUMÉRIQUE

La présence à l'international et la coopération

Les instances de régulation des médias sous toutes les latitudes sont confrontées à des défis communs face aux évolutions technologiques et à la mondialisation. Elles ont adopté une stratégie de coopération internationale, d'où des séries de rencontres, voyages d'études et échanges d'expérience. L'année 2012 a été marquée par des échanges dans le cadre de plusieurs activités notables.



Séminaire du REFRAM sur « La transition numérique »

Les autorités de régulation des médias membres du Réseau francophone des Régulateurs des Médias (REFRAM) se sont réunis en séminaire, à Dakar (Sénégal), les 5 et 6 novembre 2012, sur le thème : « La transition vers le numérique ».

Cette rencontre a enregistré la présence d'une centaine de participants venant d'une vingtaine de pays membres et d'organisations internationales, régionales et nationales.

La cérémonie d'ouverture a été présidée par le Premier Ministre du Sénégal, Monsieur Abdoul MBAYE et marquée de la présence de Monsieur Babacar TOURE, Président du Conseil national de Régulation de l'Audiovisuel (CNRA) du Sénégal, Monsieur Marc JANSSEN, Président sortant du REFRAM, Monsieur Michel BOYON, Président du Conseil supérieur de l'Audiovisuel (CSA) de France, assurant le Secrétariat permanent du REFRAM, Monsieur Hervé BARRAQUAND, Représentant de l'Organisation internationale de la Francophonie porteur d'un message du Président Abdou DIOUF, Secrétaire général de la Francophonie.

Trois thèmes ont été abordés lors de ce séminaire :

- état des lieux du passage de la diffusion analogique à la diffusion numérique dans l'espace francophone ;
- panorama des expériences des autorités de régulation audiovisuelle : expériences achevées, ou en cours du passage de la diffusion analogique à la diffusion numérique ;
- présentation des normes de diffusion, accompagnement des populations lors du passage de la diffusion analogique à la diffusion numérique et enjeux des contenus.

A l'issue des travaux, il a été retenu que :

- les membres du REFRAM ont manifesté leur convergence de vue pour assurer toute leur place aux autorités de régulation de l'audiovisuel dans le processus de transition de l'analogique vers le numérique en cours ;
- les membres du REFRAM soulignent l'importance d'une régulation des contenus permettant de répondre aux enjeux sociétaux ;
- les membres du REFRAM s'engagent à poursuivre les partages d'expériences en leur sein et à répondre à toute demande d'accompagnement d'un des leurs.

Mission du Président du CNRA en France

Cette mission avait pour objectifs :

- de promouvoir et de confirmer auprès des partenaires, l'organisation de la rencontre des Régulateurs francophones des Médias (séminaire du REFRAM de novembre 2012 à Dakar) sur les enjeux du passage au numérique, une dynamique amorcée sous l'ancienne mandature
- de prendre contact avec les différents organismes et institutions partenaires stratégiques du CNRA, en l'occurrence l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), le Conseil supérieur de l'Audiovisuel (CSA), les services de l'Audiovisuel extérieur de la France (regroupant RFI et France 24, Radio Monte Carlo), TV5 Monde, Canal France international (CFI) et des opérateurs privés : Europe 1 pour le Groupe Lagardère Interactive et Canal+ Afrique.

Missions d'échanges de délégations d'homologues africains

- Conseil supérieur de la Communication (CSC) du Burkina Faso
- Haute Autorité de la Presse et de l'Audiovisuel de la Mauritanie (HAPA)

Une délégation du Conseil Supérieur de la Communication du Burkina Faso (CSC) conduite par sa Présidente, Madame Béatrice DAMIBA, a effectué une visite de travail au Sénégal en janvier 2012 le cadre du renforcement de la coopération entre le CSC et le CNRA.

Une délégation de la Haute Autorité de la Presse et de l'Audiovisuel de la Mauritanie a séjourné au Sénégal en décembre 2012.

Ces visites ont notamment coïncidé avec la période de la précampagne électorale au Sénégal et ont été l'occasion pour les deux délégations d'échanger sur les dispositions particulières prises par le CNRA pour la supervision de cette période.

Conformément aux orientations définies par le Réseau des Instances africaines de Régulation de la Communication (RIARC) et le REFRAM qui recommandent fortement la coopération bilatérale, la Présidente du CNRA et son homologue du Burkina Faso ont procédé à la signature d'un protocole d'accord de coopération.

Au cours de leurs séjours, les délégations burkinabé et mauritanienne ont également visité des entreprises de la presse audiovisuelle publique et privée.







Immeuble Tamaro - 10^{ème} Etage
Rue Mohamed V X Jules Ferry
Boîte Postale : 50059 - DAKAR RP
Tel. : +221 33 849 52 52 - Fax : +221 33 821 86 14
cnra@cnra.sn
www.cnra.sn