

**COMMUNALES 2020 AU BÉNIN**  
**GESTION D'UNE CAMPAGNE**  
**ÉLECTORALE EXCLUSIVEMENT**  
**MÉDIATIQUE**  
**LIVRE BLANC**

# PRÉFACE

Les élections communales du 17 mai 2020 se sont déroulées dans un contexte de crise sanitaire inédite et de grande envergure liée à la pandémie de la COVID-19. Pour réduire la propagation de ce virus et protéger les populations de notre pays, le Gouvernement a décidé d'une campagne électorale exclusivement médiatique. Conformément à sa mission de régulateur des médias, la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication (HAAC) a été chargée de mettre en œuvre cette décision, une Première au Bénin.

Comme pour les différentes élections depuis son installation, la HAAC a joué, lors des communales du 17 mai 2020, sa partition en régulant les médias comme cela se doit, mais cette fois-ci, en assurant de bout en bout l'organisation de la campagne électorale via les médias.

Au terme des articles 129 et 339 de la Loi N°2015-07 du 20 mars 2015 portant Code de l'Information et de la Communication en République du Bénin, « les périodes de précampagne et de campagne électorales donnent lieu à des mesures réglementaires spécifiques de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication » et « définit, conformément aux textes qui la régissent, les modalités d'accès aux médias du service public et du secteur privé ».

De même, l'article 45 de la Loi N° 2019-43 du 15 novembre 2019 portant Code électoral précise qu'«en période électorale, les candidats bénéficient d'un accès équitable aux organes de communication audiovisuelle publics ou privés. Pendant cette période, tout candidat ou liste de candidats dispose, pour présenter son programme aux électeurs, d'un accès équitable aux moyens publics et privés d'information et de communication dans le respect des procédures et modalités déterminées par la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication ».

Une régulation efficace et rigoureuse des médias pendant les élections est une nécessité impérieuse dans un contexte où les médias ne font pas toujours preuve du

professionnalisme attendu d'eux. Aussi le Code électoral et le Code de l'Information et de la Communication, s'appuyant sur la Loi organique, donnent-ils pouvoir à la HAAC pour intervenir dans les processus électoraux en République du Bénin.

Sur la base des dispositions citées supra et prenant la mesure de l'enjeu pour elle et pour tout le pays, la HAAC a pris des dispositions conséquentes, avec comme objectif principal de relever le défi de la régulation d'une campagne électorale exclusivement médiatique. L'organisation de la campagne médiatique officielle et de la régulation des médias lors des communales du 17 mai 2020 a appelé de la part de la HAAC des capacités à apporter des réponses innovantes à des problèmes inédits.

Cette expérience inédite a fait l'objet d'une évaluation qui a permis de relever les forces et les faiblesses de la HAAC et de définir des perspectives. La rédaction d'un "livre blanc" sur la gestion médiatique de ces élections est une recommandation de cette évaluation.

Le présent livre blanc passe au peigne fin le parcours trépidant de la HAAC pendant cette campagne inédite au Bénin et dans le monde. Il retrace et analyse les activités menées par la HAAC dans le cadre des communales de 2020, en pointant singulièrement la période de campagne électorale qui fut exclusivement médiatique. C'est un ouvrage de référence qui vise à faire la promotion des expériences de la HAAC en matière de gestion de campagne médiatique des élections, et notamment de cet aspect nouveau de campagne électorale exclusivement médiatique.

Cet ouvrage pourrait inspirer plus tard la HAAC elle-même et les instances de régulation des médias qui seraient amenées à faire face à des expériences similaires.

J'exhorte le lecteur à prendre connaissance de cet ouvrage pour tout savoir sur cette campagne électorale exclusivement médiatique.

A toutes et à tous, je souhaite une bonne lecture.

**Rémi Prosper MORETTI**

# INTRODUCTION

La Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication (HAAC) a pour mission de :

- veiller au respect de la déontologie en matière d'information et à l'accès équitable des partis politiques, des associations et des citoyens aux moyens officiels d'information et de communication ;
- garantir l'utilisation équitable et appropriée des organismes publics de presse et de communication audiovisuelle par les Institutions de la République, chacune en fonction de ses missions constitutionnelles et d'assurer le cas échéant les arbitrages nécessaires<sup>1</sup>.

Les prérogatives de l'instance de régulation des médias en période électorale trouvent leur fondement juridique dans cette mission, renforcée par le Code électoral et l'article 129 de la Loi portant Code de l'Information et de la Communication qui prévoit spécifiquement que « les périodes de précampagne et de campagne électorales donnent lieu à des mesures réglementaires spécifiques de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication ». Ces dispositions consacrent, pour la HAAC, le pouvoir de réglementation des activités des médias en période électorale.

Depuis l'avènement du renouveau démocratique en 1990, le Bénin organise des consultations électorales, chacune avec ses spécificités. Les élections communales ont ceci de particulier qu'elles sont des élections de proximité et visent à promouvoir la démocratie à la base. Après les élections communales de 2002, 2008 et 2015, celles du 17 mai 2020 sont la quatrième du genre pour élire les membres des conseils communaux. Le caractère local des communales complexifie la mission de la HAAC.

---

<sup>1</sup>Article 5 de la Loi Organique n°92-021 du 21 août 1992 relative à la HAAC.

Forte des expériences acquises en matière de gestion de la campagne médiatique des élections communales et municipales, la HAAC a pris, dès le début du mois de février 2020, les dispositions habituelles pour faire face à ce nouveau défi.

Mais c'est sans compter avec la crise sanitaire mondiale liée à la pandémie du coronavirus. En effet, malgré cette menace et les mesures sanitaires prises pour protéger les populations, le gouvernement, après avoir concerté les présidents des institutions de la République, a maintenu la date des élections, mais avec une mesure particulière, à savoir que la campagne électorale se déroulerait exclusivement dans les médias. Cette décision vise à limiter la propagation de la pandémie à l'occasion des meetings et autres rassemblements des électeurs.

Dans un environnement sociopolitique national tendu (le pays sort d'une crise post-électorale au lendemain des législatives de 2019), doublée d'une crise sanitaire mondiale, la décision du gouvernement a des implications pour un meilleur accomplissement de la mission de la HAAC. Sa responsabilité dans le bon déroulement du scrutin est engagée à double titre, à savoir :

- assurer l'égal accès des partis politiques à tous les médias, qu'ils soient du service public que du secteur privé ;
- préserver la santé des populations tout en permettant aux partis politiques en lice de faire de la propagande et d'atteindre leurs électeurs sans organiser meetings et autres rassemblements.

Pour gagner le pari d'organiser, pour la première fois en vingt-cinq ans d'existence, une campagne électorale exclusivement médiatique, l'instance de régulation des médias a mis un accent particulier sur la concertation, à travers notamment l'organisation de rencontres avec les différents acteurs, professionnels des médias et représentants des partis politiques. Elle a également déployé des équipes, composées de conseillers et de cadres, sur toute l'étendue du territoire national pendant la campagne électorale.

Le développement, qui suit, retrace et apprécie les péripéties de cette campagne électorale exclusivement médiatique. Il comporte trois chapitres. Le premier chapitre examine la phase préparatoire, le deuxième met le focus sur la campagne électorale proprement dite et le dernier chapitre évalue l'ensemble du processus et formule des recommandations à l'endroit des différents acteurs.

**CHAPITRE 1 :**  
**PHASE PREPARATOIRE DE LA GESTION DE**  
**LA CAMPAGNE MEDIATIQUE DES**  
**COMMUNALES DE 2020**

## CHAPITRE 1 :

### **PHASE PREPARATOIRE DE LA GESTION DE LA CAMPAGNE MEDIATIQUE DES COMMUNALES DE 2020**

La Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication a commencé l'organisation de la campagne médiatique dès le mois de février 2020, soit un peu plus de trois avant le scrutin. La phase préparatoire ainsi engagée a consisté à :

- mettre en place une commission temporaire chargée de l'organisation de la campagne médiatique ;
- élaborer un chronogramme approprié ;
- prendre les décisions réglementant les activités des médias pendant la période électorale ;
- préparer le déroulement de la campagne médiatique officielle.

#### **I. DE LA COMMISSION TEMPORAIRE CHARGÉE DE L'ORGANISATION DE LA CAMPAGNE MÉDIATIQUE**

Le 05 février 2020, la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication a créé, par Décision n°20-009/HAAC, une Commission Temporaire chargée de l'organisation de la campagne médiatique des élections communales du 17 mai 2020. Celle-ci est constituée de conseillers et de cadres. Placée sous la supervision générale du Président de l'institution, elle comprend deux (02) coordonnateurs, deux (02) rapporteurs et treize (13) membres.

Les missions de la Commission Temporaire sont :

- proposer les activités à mener ;
- élaborer un chronogramme des activités ;
- veiller à l'exécution des activités programmées ;
- superviser les différents groupes de travail ;
- coordonner les activités de terrain ;
- procéder à la reddition des comptes des élections.

Pour remplir ces missions, les membres de la commission ont travaillé d'arrache-pied de février à juin 2020. Le superviseur général et les coordonnateurs ont supervisé les différents groupes de travail et coordonné les activités de terrain.

## **II. ELABORATION DU CHRONOGRAMME DES ACTIVITES**

La Commission Temporaire a élaboré un chronogramme qui a pris en compte aussi bien les activités de la période électorale que celles de la période postélectorale.

Au total, une trentaine d'activités ont été identifiées et programmées. La première a consisté en l'adoption, le 05 février 2020, de la décision réglementant les activités des médias pendant la période de précampagne. La dernière est le séminaire d'évaluation tenu à Abomey du 22 au 24 juin 2020.

Le budget alloué à la HAAC pour ces élections ne pouvant permettre la mise en œuvre de toutes les activités programmées, elle a dû établir des priorités. Grosso modo, l'on peut retenir les activités prioritaires ci-après :

- l'élaboration et la prise des décisions ;
- la publication et la vulgarisation des décisions ;
- l'organisation de formations ;
- le recrutement d'analystes et correspondants régionaux occasionnels ;
- l'évaluation de l'impact des décisions et autres missions de supervision ;
- l'organisation et la mise en œuvre de la campagne médiatique officielle.

### III. MISE EN OEUVRE DU CHRONOGRAMME

La mise en œuvre du chronogramme s'est déroulée en deux phases, à savoir les activités menées avant la crise sanitaire de la COVID-19 et celles menées pendant la crise.

#### A. Les activités ante-crise sanitaire

Plusieurs activités ont été exécutées avant l'intervention des mesures gouvernementales visant à lutter contre la propagation du coronavirus. Il s'agit :

- de la publication, le 12 février 2020, de la décision réglementant les activités des médias pendant la période de pré-campagne ;
- du recrutement des analystes et correspondants régionaux temporaires ;
- de l'appropriation de la décision de précampagne par la HAAC ;
- de la vulgarisation de la décision N°20-008/HAAC du 05 février 2020 portant réglementation des activités des médias pendant la période de précampagne.

Le 17 mars 2020, soit deux (02) mois avant les élections et avant que la crise sanitaire mondiale n'atteigne le Bénin, les tâches urgentes contenues dans le tableau ci-dessous ont été répertoriées pour être exécutées en prélude à la campagne électorale.

**Tableau N°1 : Tâches urgentes avant la campagne électorale**

N°	ACTIVITES	DATES	RESPONSABLES
1	Animation du site web de la HAAC	Début : 10 mars Fin : 10 juin	CTNTC, CRPC Webmestre HAAC AP
2	Réalisation du générique des élections	Début : 16 mars Fin : 24 mars	CRPC
3	Réalisation et diffusion de microprogrammes de sensibilisation (sketchs, messages, bandes défilantes etc.) dans les médias.	Début : 16 mars Fin : 25 mai	CRPC

<b>4</b>	Réalisation d'un guide du reporter et d'une charte de bonne conduite pour les Partis Politiques.	Début : 17 mars Fin : 27 mars	CRPC, CMSPu, CMSPr
<b>5</b>	Invitation des organes de la presse écrite à effectuer le dépôt légal à la HAAC	Début : 17 mars Fin : 25 mars	- SG - DM
<b>6</b>	Délivrance des accréditations à la presse étrangère.	Début : 17 mars Fin : 13 mai	CCPED
<b>7</b>	Mise en réseau corporate des Conseillers et cadres de la HAAC.	Début : 18 mars Fin : 23 mai	CRPC
<b>8</b>	Publication du chronogramme des activités de la HAAC pour les élections communales de 2020	Mardi 24 mars	La Plénière des Conseillers
<b>9</b>	Évaluation de l'impact de la décision portant réglementation de la période de précampagne médiatique et identification des radios privées à retenir pour la campagne médiatique officielle.	Début : 24 Mars Fin : 28 mars	CLC, CTNTC
<b>10</b>	Organisation du séminaire préparatoire des activités de la période de campagne.	Début : 08 avril Fin : 10 avril	CFD

Certaines activités prévues dans le tableau ci-dessus n'ont pas été exécutées à cause de la crise sanitaire. Il s'agit notamment du séminaire préparatoire de la campagne médiatique.

#### **B. Les activités menées pendant la crise sanitaire**

Dans le contexte particulier de la crise de la COVID-19, les Présidents des Institutions, au cours d'une visioconférence le 08 avril 2020, ont décidé de la poursuite du processus électoral et du maintien de la date des élections communales au 17 mai 2020 comme prévu initialement. Pour protéger les populations des risques de contamination, il a été retenu que la campagne électorale soit exclusivement médiatique.

Les activités ont été menées dans le strict respect de cette décision :

- signature de la charte de bonne conduite des partis politiques ;

- tirage au sort des partis politiques pour le passage de leurs interventions dans les médias ;

- élaboration et diffusion de messages de sensibilisation, etc.

Certaines activités du chronogramme entrant dans le cadre de la campagne proprement dite ont connu des réaménagements. Il s'agit :

- de la rencontre avec la presse ;
- des rencontres avec les Partis Politiques ;
- de la prise de décisions organisant la campagne médiatique ;
- de la vulgarisation et de la mise en œuvre des décisions prises ;
- de la supervision de la campagne médiatique.

En particulier, la réalisation du guide du reporter a été supprimée, en raison de l'interdiction des meetings et autres regroupements politiques.

Certaines activités, prévues pour bénéficier de financements du Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD), n'ont plus reçu ce soutien à cause de la pandémie. Il s'agit :

- du séminaire préparatoire de la gestion de la campagne médiatique des communales et municipales de 2020 ;
- de la formation des correspondants régionaux et analystes ;
- du séminaire d'évaluation de la gestion de la campagne médiatique.

#### **IV. REGLEMENTATION, MISSIONS ET RENCONTRES AVEC LES ACTEURS**

Cette partie de la phase préparatoire expose les activités principales qui ont contribué à la réussite de la campagne électorale exclusivement médiatique.

## A- La réglementation des activités des médias

A l'occasion de chaque élection, la HAAC prend des décisions pour réglementer les activités des médias en période électorale. Ce faisant, elle joue sa partition en vue de l'enracinement de la démocratie au Bénin.

### *a. Les décisions*

#### ▪ *Réglementation de la période de précampagne*

La première décision prise est la décision n°20-008/HAAC du 05 février 2020 portant réglementation des activités des médias pendant la période de précampagne pour les élections communales de 2020. Cette décision fixe la période de précampagne ; celle-ci s'étend du 05 février au 30 avril 2020. Pendant cette période, il est interdit aux médias, conformément à l'article 47 du code électoral, « la diffusion de tout élément de campagne électorale relatif aux communales ».

#### ▪ *Réglementation de la période de campagne*

Trois (03) décisions ont été prises pour réglementer la période de campagne électorale. Il s'agit des décisions :

- ✓ n°20-022/HAAC du 22 avril 2020 portant réglementation de la campagne médiatique pour les communales de 2020 : pour la prendre, la HAAC a pris soin, comme ce fut le cas concernant celle réglementant la période de précampagne, de requérir l'avis de ses principaux partenaires que sont les associations professionnelles des médias et les responsables des médias du service public. Dans un contexte de pandémie, la décision impose aux partis politiques en lice une campagne exclusivement médiatique. Selon son article 4, seuls les organes de presse retenus par la HAAC sont habilités à couvrir ladite campagne qui s'étend du 1<sup>er</sup> au 15 mai 2020. Contrairement aux

élections antérieures, les médias privés comme publics, « doivent assurer l'accès égalitaire aux partis politiques qui prennent part auxdites élections ».

- ✓ n°20-21/HAAC du 21 avril 2020 portant sélection des radiodiffusions sonores et télévisions devant participer à la campagne médiatique des élections communales de l'année 2020 ;
- ✓ n°20-024/HAAC du 05 mai 2020 portant sélection des journaux et écrits périodiques devant participer à la campagne médiatique des élections communales de l'année 2020.

Au total, la HAAC a sélectionné soixante-sept (67) radios, cinq (05) télévisions cinquante-cinq (55) journaux privés du secteur privé d'une part, et tous les organes de presse du service public pour accompagner, de façon égalitaire, les partis politiques dans la campagne électorale exclusivement médiatique. En dehors des tranches horaires ou espaces autorisés par la HAAC pour diffuser des messages liés à la campagne électorale, les radios et les télévisions ne sont pas autorisées à diffuser ni publiereportages ni toutes autres formes de reportage portant sur les activités des partis politiques pendant cette période.

En contrepartie, le gouvernement s'est engagé à rétribuer les organes de presse réquisitionnés. Il faut noter que la réglementation n'a pas concerné les organes de presse en ligne.

#### *b. Les implications des décisions*

Les organes de presse de service public et du secteur privé sont astreints à un certain nombre d'obligations et au respect strict des textes législatifs et réglementaires régissant la presse et la communication ainsi que le code béninois d'éthique et de déontologie de la presse. Il revient à la HAAC de définir les modalités de la mise en œuvre de ces dispositions légales et réglementaires.

Le non-respect des dispositions des décisions expose les contrevenants à des sanctions pouvant aller jusqu'à la suspension immédiate de la participation à la campagne. La HAAC dispose d'autres instruments de contrôle, notamment les

articles 46, 47 et 48 de la Loi Organique relative à la HAAC et l'article 106 de la loi n°97-010 du 20 août 1997 portant libéralisation de l'espace audiovisuel. Ces instruments prévoient des sanctions telles que la mise en demeure, la mise en garde, l'amende, la suspension de l'autorisation d'exercer de l'organe de presse concerné et le retrait de l'autorisation. Elles habilent aussi la HAAC à réglementer l'usage des affiches électorales, les panneaux publicitaires et autres moyens de propagande en période électorale. Seule, la HAAC est compétente pour prendre des mesures à titre conservatoire contre les médias ; le cas échéant, elle engage des procédures appropriées conformément à la loi.

Il faut aussi relever que la HAAC a pour mission de garantir aux citoyens et aux listes de candidats en compétition l'exercice effectif du droit de réponse. En cas de refus d'un organe de presse de publier un droit de réponse, elle statue sans délai en période électorale.

Enfin, s'agissant des modalités pratiques de la mise en œuvre de ses différentes décisions, la HAAC organise des séances de sensibilisation et de vulgarisation à l'endroit des acteurs des médias et des partis politiques en compétition. Elle prend toutes dispositions pour s'assurer de leur respect.

## B- Missions de terrain et rencontres avec les acteurs

La HAAC a organisé des missions de terrain et des rencontres avec certains acteurs pendant la période.

### *a. Les missions de terrain de la phase préparatoire*

Les décisions réglementant la précampagne et la campagne médiatique ont fait l'objet de vulgarisation à l'endroit des professionnels des médias et des autres acteurs. Dans ce cadre, des équipes composées de Conseillers et de cadres ont visité les organes de presse sur toute l'étendue du territoire national, du 11 au 15 mars 2020, puis du 24 au 27 avril 2020. Les visites ont consisté en des séances de travail au cours desquelles il a été rappelé aux professionnels des médias les règles et principes

à observer pour instaurer et maintenir un climat social apaisé tout au long de la période électorale.

Ces missions ont permis aux acteurs des médias de s'approprier les décisions et de limiter les atteintes aux règles établies par les textes en vigueur en matière de presse et de communication.

En plus, du 24 au 28 mars 2020, des équipes composées de Conseillers et de cadres ont effectué une nouvelle mission dans les organes de presse sur l'ensemble du territoire national. Cette mission a permis d'évaluer l'impact de la décision portant réglementation de la période de précampagne médiatique, puis d'identifier les radios privées à retenir pour la campagne médiatique officielle.

#### *b. Les rencontres avec les acteurs pendant la phase préparatoire*

Quelques jours avant le démarrage de la campagne électorale, les Conseillers de la sixième mandature ont tenu, au siège de la HAAC, deux importantes séances de travail avec les représentants des partis politiques en lice.

La première séance a été une occasion pour les représentants des partis politique de prendre connaissance des dispositions prises par la HAAC pour une campagne médiatique réussie.

La seconde séance leur a permis de signer la Charte de bonne conduite et de participer au tirage au sort des dates et ordres de passage des messages des candidats ou de leurs représentants dans les médias retenus. Le générique de début et de fin pour la diffusion des messages de campagne a été également soumis à l'appréciation des partis politiques. Ce générique a été réalisé par la HAAC en collaboration avec les responsables de l'Office de Radiodiffusion et de Télévision du Bénin (ORTB).

Une troisième séance a permis d'échanger avec les responsables des organes de presse sur les modalités pratiques du déroulement de la campagne exclusivement médiatique.

En définitive, bien que toutes les activités prévues dans le chronogramme pour la phase préparatoire n'ont pas été exécutées, la HAAC a pris les dispositions idoines malgré le contexte, pour que celles qui sont indispensables à la bonne conduite du reste du processus soient mises en œuvre. Ce qui a permis d'aborder sans appréhension la réglementation des activités des médias pendant la campagne électorale. Cette préparation intense a contribué sans aucun doute à la réussite de la campagne exclusivement médiatique.

## V. REGLEMENTATION, MISSIONS ET RENCONTRES AVEC LES ACTEURS

Cette partie de la phase préparatoire expose les activités principales qui ont contribué à la réussite de la campagne électorale exclusivement médiatique.

### A- La réglementation des activités des médias

A l'occasion de chaque élection, la HAAC prend des décisions pour réglementer les activités des médias en période électorale. Ce faisant, elle joue sa partition en vue de l'enracinement de la démocratie au Bénin.

#### a. *Les décisions*

##### ▪ *Réglementation de la période de précampagne*

La première décision prise est la décision n°20-008/HAAC du 05 février 2020 portant réglementation des activités des médias pendant la période de précampagne pour les élections communales de 2020. Cette décision fixe la période de précampagne ; celle-ci s'étend du 05 février au 30 avril 2020. Pendant cette période, il est interdit aux médias, conformément à l'article 47 du code électoral, « la diffusion de tout élément de campagne électorale relatif aux communales ».

##### ▪ *Réglementation de la période de campagne*

Trois (03) décisions ont été prises pour réglementer la période de campagne électorale. Il s'agit des décisions :

- ✓ n°20-022/HAAC du 22 avril 2020 portant réglementation de la campagne médiatique pour les communales de 2020 : pour la prendre, la HAAC a pris soin, comme ce fut le cas concernant celle réglementant la période de précampagne, de requérir l'avis de ses principaux partenaires que sont les associations professionnelles des médias et les responsables des médias du service public. Dans un contexte de pandémie, la décision impose aux partis

politiques en lice une campagne exclusivement médiatique. Selon son article 4, seuls les organes de presse retenus par la HAAC sont habilités à couvrir ladite campagne qui s'étend du 1<sup>er</sup> au 15 mai 2020. Contrairement aux élections antérieures, les médias privés comme publics, « doivent assurer l'accès égalitaire aux partis politiques qui prennent part aux dites élections ».

- ✓ n°20-21/HAAC du 21 avril 2020 portant sélection des radiodiffusions sonores et télévisions devant participer à la campagne médiatique des élections communales de l'année 2020 ;
- ✓ n°20-024/HAAC du 05 mai 2020 portant sélection des journaux et écrits périodiques devant participer à la campagne médiatique des élections communales de l'année 2020.

Au total, la HAAC a sélectionné soixante-sept (67) radios, cinq (05) télévisions cinquante-cinq (55) journaux privés du secteur privé d'une part, et tous les organes de presse du service public pour accompagner, de façon égalitaire, les partis politiques dans la campagne électorale exclusivement médiatique. En dehors des tranches horaires ou espaces autorisés par la HAAC pour diffuser des messages liés à la campagne électorale, les radios et les télévisions ne sont pas autorisées à diffuser ni publiereportages ni toutes autres formes de reportage portant sur les activités des partis politiques pendant cette période.

En contrepartie, le gouvernement s'est engagé à rétribuer les organes de presse réquisitionnés. Il faut noter que la réglementation n'a pas concerné les organes de presse en ligne.

### *b. Les implications des décisions*

Les organes de presse de service public et du secteur privé sont astreints à un certain nombre d'obligations et au respect strict des textes législatifs et réglementaires régissant la presse et la communication ainsi que le code béninois d'éthique et de déontologie de la presse. Il revient à la HAAC de définir les modalités de la mise en œuvre de ces dispositions légales et réglementaires.

Le non-respect des dispositions des décisions expose les contrevenants à des sanctions pouvant aller jusqu'à la suspension immédiate de la participation à la campagne. La HAAC dispose d'autres instruments de contrôle, notamment les articles 46, 47 et 48 de la Loi Organique relative à la HAAC et l'article 106 de la loi n°97-010 du 20 août 1997 portant libéralisation de l'espace audiovisuel. Ces instruments prévoient des sanctions telles que la mise en demeure, la mise en garde, l'amende, la suspension de l'autorisation d'exercer de l'organe de presse concerné et le retrait de l'autorisation. Elles habilitent aussi la HAAC à réglementer l'usage des affiches électorales, les panneaux publicitaires et autres moyens de propagande en période électorale. Seule, la HAAC est compétente pour prendre des mesures à titre conservatoire contre les médias ; le cas échéant, elle engage des procédures appropriées conformément à la loi.

Il faut aussi relever que la HAAC a pour mission de garantir aux citoyens et aux listes de candidats en compétition l'exercice effectif du droit de réponse. En cas de refus d'un organe de presse de publier un droit de réponse, elle statue sans délai en période électorale.

Enfin, s'agissant des modalités pratiques de la mise en œuvre de ses différentes décisions, la HAAC organise des séances de sensibilisation et de vulgarisation à l'endroit des acteurs des médias et des partis politiques en compétition. Elle prend toutes dispositions pour s'assurer de leur respect.

## B- Missions de terrain et rencontres avec les acteurs

La HAAC a organisé des missions de terrain et des rencontres avec certains acteurs pendant la période.

### *a. Les missions de terrain de la phase préparatoire*

Les décisions réglementant la précampagne et la campagne médiatique ont fait l'objet de vulgarisation à l'endroit des professionnels des médias et des autres acteurs. Dans ce cadre, des équipes composées de Conseillers et de cadres ont visité les organes de presse sur toute l'étendue du territoire national, du 11 au 15 mars

2020, puis du 24 au 27 avril 2020. les visites ont consisté en des séances de travail au cours desquelles il a été rappelé aux professionnels des médias les règles et principes à observer pour instaurer et maintenir un climat social apaisé tout au long de la période électorale.

Ces missions ont permis aux acteurs des médias de s'approprier les décisions et de limiter les atteintes aux règles établies par les textes en vigueur en matière de presse et de communication.

En plus, du 24 au 28 mars 2020, des équipes composées de Conseillers et de cadres ont effectué une nouvelle mission dans les organes de presse sur l'ensemble du territoire national. Cette mission a permis d'évaluer l'impact de la décision portant réglementation de la période de précampagne médiatique, puis d'identifier les radios privées à retenir pour la campagne médiatique officielle.

#### *b. Les rencontres avec les acteurs pendant la phase préparatoire*

Quelques jours avant le démarrage de la campagne électorale, les Conseillers de la sixième mandature ont tenu, au siège de la HAAC, deux importantes séances de travail avec les représentants des partis politiques en lice.

La première séance a été une occasion pour les représentants des partis politique de prendre connaissance des dispositions prises par la HAAC pour une campagne médiatique réussie.

La seconde séance leur a permis de signer la Charte de bonne conduite et de participer au tirage au sort des dates et ordres de passage des messages des candidats ou de leurs représentants dans les médias retenus. Le générique de début et de fin pour la diffusion des messages de campagne a été également soumis à l'appréciation des partis politiques. Ce générique a été réalisé par la HAAC en collaboration avec les responsables de l'Office de Radiodiffusion et de Télévision du Bénin (ORTB).

Une troisième séance a permis d'échanger avec les responsables des organes de presse sur les modalités pratiques du déroulement de la campagne exclusivement médiatique.

En définitive, bien que toutes les activités prévues dans le chronogramme pour la phase préparatoire n'ont pas été exécutées, la HAAC a pris les dispositions idoines malgré le contexte, pour que celles qui sont indispensables à la bonne conduite du reste du processus soient mises en œuvre. Ce qui a permis d'aborder sans appréhension la réglementation des activités des médias pendant la campagne électorale. Cette préparation intense a contribué sans aucun doute à la réussite de la campagne exclusivement médiatique.

## **CHAPITRE 2 :**

# **LA GESTION DE LA PERIODE DE CAMPAGNE**

## CHAPITRE 2 :

### LA GESTION DE LA PERIODE DE CAMPAGNE

Ce chapitre est consacré à la campagne électorale, qui a été exclusivement médiatique. Il retrace les travaux des équipes déployées par la HAAC dans tous les départements du Bénin et met en lumière les opérations d'enregistrement, de montage et de diffusion des émissions de la campagne. Les acteurs principaux sont les Conseillers et cadres de la HAAC, les professionnels des médias et les représentants des partis politiques.

#### I- UNE CAMPAGNE ÉLECTORALE EXCLUSIVEMENT MEDIATIQUE

Sous la supervision générale du Président de la HAAC, huit (08) équipes composées chacune d'un Conseiller et de cadres ont été déployées sur toute l'étendue du territoire national, du 23 avril au 19 mai 2020, pour la mise en œuvre de la décision réglementant la campagne électorale, une campagne exclusivement médiatique.

Compte tenu du caractère local des élections et du nombre élevé de circonscriptions électorales que sont les arrondissements, il est apparu nécessaire de rapprocher la HAAC des médias retenus en vue de la supervision des opérations. Le territoire national a été subdivisé en huit (08) zones. Chaque superviseur de zone relaie en temps réel les informations nécessaires à l'équipe de supervision générale. Ce dispositif a permis d'aplanir les difficultés au fur et à mesure de l'évolution de la campagne électorale.

Les différentes zones constituées ainsi que les conseillers superviseurs se présentent comme suit :

**Tableau n°2: Les zones et les superviseurs**

<b>N° de zone</b>	<b>Zones</b>	<b>Conseillers superviseurs</b>
1	Littoral	Mohamed Ali Marcellin AMIDOU CAMAROU
2	Ouémé et Plateau	Bastien Rafiou SALAMI
3	Atlantique et Mono	Mme Bilikissou ALI MACHIFA
4	Zou et Couffo	Franck KPOCHEME
5	Collines et Bassila	Fernand GBAGUIDI
6	Borgou sans Bembèrèkè	Mme Cécile AHOUMENOU HOUNKPATIN
7	<b>Alibori + Bembèrèkè et Kèrou</b>	Armand HOUNSOU
8	Atacora sans Kèrou et Donga sans Bassila	Mme Marianne DOMINGO

Les missions des équipes sont :

- vulgariser les Décisions n°20-21/HAAC et n°20-22/HAAC du 22 avril 2020 portant respectivement réglementation de la campagne médiatique pour les élections communales de l'année 2020 et sélection des radiodiffusions sonores et télévisions devant participer à ladite campagne ;
- organiser et superviser les opérations de mise en boîte et de diffusion des messages des partis politiques ;
- suivre les organes de presse de leurs zones de couverture et
- s'assurer de la disponibilité et de la diffusion du débat national enregistré pour être diffusé le dernier jour de la campagne électorale sur toutes les radios et télévisions réquisitionnées.

## A- Enregistrement et diffusion des émissions de campagne

En vue de la campagne médiatique, la HAAC a réservé des tranches horaires aux partis politiques sur les radios et télévisions réquisitionnées. Conformément à la décision réglementant la campagne médiatique, ces tranches horaires sont les suivantes :

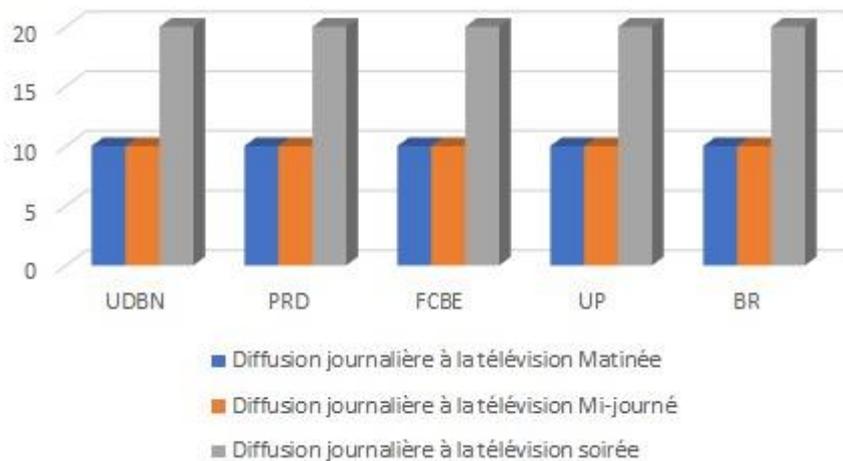
MEDIAS	RADIOS	TELEVISION
MATINEE	06H – 06H50	06H – 06H50
MI-JOURNEE	13H – 14H20	13H – 14H20
SOIREE	21H – 22H40	20H30 – 22H10

(VOIR LE TABLEAU DE PROGRAMMATION EN ANNEXE)

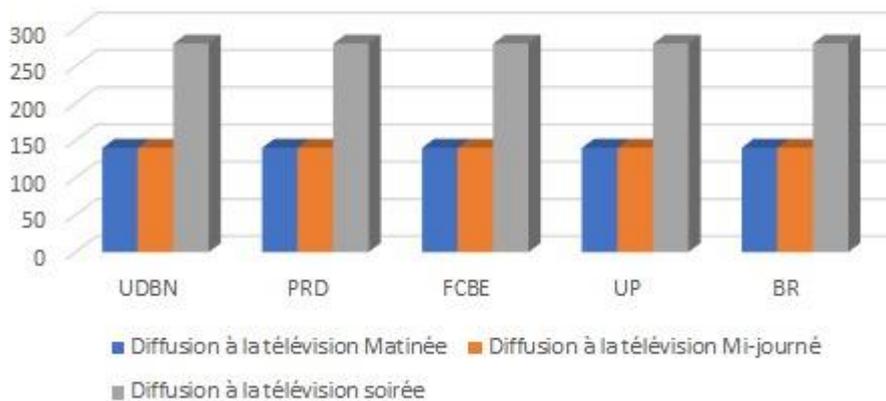
Les opérations d'enregistrement et de montage des messages des candidats ou de leurs représentants ont duré deux semaines. Elles ont démarré le mardi 28 avril 2020 sur toute l'étendue du territoire national et ont pris fin le 11 mai 2020. L'ordre d'enregistrement des émissions est celui issu du tirage au sort réalisé par la HAAC au plan national. Cet ordre est également le même lors de la prise de parole au cours de l'enregistrement du débat national qui a été diffusé le 15 mai 2020, dernier jour de la campagne en synchronisation sur tous les médias audiovisuels retenus sur le territoire national.

Les graphes aux pages suivantes font ressortir la proportion des temps d'antennes réservés à chaque parti politique pendant la période de campagne médiatique à la radio et à la télévision.

Graphe représentatif des temps d'antenne journalier des partis politiques dans la période de campagne électorale



Graphe représentatif des temps d'antenne des partis politiques durant toute la période de campagne électorale à la télévision



## B- Difficultés rencontrées et recommandations

### a. *Les difficultés*

La mise en œuvre de la campagne électorale a buté sur quelques difficultés :

- le retard ou l'absence des partis politiques aux séances de mise en boîte des émissions ;
- le manque de formation des représentants des partis politiques à la prise de parole sur les médias ;
- le défaut d'information des partis politiques à leur base ;
- les coupures fréquentes de l'énergie électrique et l'absence d'un groupe électrogène de relais dans certaines radios ;
- le défaut d'infrastructures techniques adéquates pour les mises en boîtes et la mauvaise organisation interne de certains médias ;
- les désaccords nés du retrait de certains propos contenus dans les messages ;
- la gestion de plusieurs langues dont certaines n'étaient pas parlées sur les radios ;
- l'insuffisance de véhicules pour le transport des cadres sur le terrain ;
- l'insuffisance de cadres dans certaines équipes ;
- la faible mobilisation du personnel dans certaines radios ;
- l'absence ou l'insuffisance de matériels adéquats pour l'enregistrement et le montage des émissions dans certaines radios.

### b. *Suggestions et recommandations*

Pour l'avenir, les suggestions et recommandations ci-dessous sont faites :

- définir dans les critères de sélection des organes de presse, le nombre de techniciens devant intervenir pour les travaux d'enregistrement et de montage en vue du respect du timing établi ;

- mieux communiquer sur les ordres de passage et la programmation établie ;
- prévoir un nombre suffisant de véhicules pour faciliter le transport des représentants de la HAAC pendant les opérations d'enregistrement et de montage des messages ;
- organiser une mission pour recenser les zones non couvertes par des stations de radios afin de corriger l'inégale répartition des radiodiffusions et d'élargir la couverture médiatique ;
- mettre en place une plate-forme d'archive numérique des données recueillies par toutes les équipes déployées sur le terrain ;
- sélectionner les organes de presse devant prendre part à la campagne médiatique sur la base de critères techniques rigoureux ;
- mettre à la disposition des équipes des ordinateurs et imprimantes portables au lieu d'ordinateurs et imprimantes de bureau ;
- vulgariser les décisions de la HAAC à la fois aux organes de presse et aux partis politiques ;
- renforcer l'effectif des cadres dans les équipes qui ont de longues distances à parcourir et les doter de moyens adéquats et de véhicules en bon état de marche ;
- programmer la diffusion des messages en fonction des heures d'émission des radios afin de mieux atteindre les populations ;
- organiser une séance de travail au niveau des départements avec les représentants des partis politiques pour les informer des dispositions prises par la HAAC.

Quelques recommandations spécifiques :

**A l'endroit de la HAAC :**

- déterminer les genres d'intervention dans la décision ;
- proscrire l'utilisation des attributs de l'Etat tels que le drapeau national, l'hymne national, le sceau et les armoiries lors de la campagne électorale;

- autoriser les pré-enregistrements des partis politiques au cours de l'opération ;
- limiter les langues d'intervention à celles parlées sur les radios retenues ;
- adresser une lettre de félicitation à tous les organes de presse ayant rempli de façon satisfaisante leurs cahiers des charges ;
- sanctionner les organes de presse qui ne respectent pas les décisions réglementant la campagne électorale.

#### **A l'endroit des partis politiques :**

- restituer les échanges des partis politiques avec la HAAC à leurs structures déconcentrées ;
- informer leurs représentants sur la conduite et la teneur des interventions ;
- former les personnes désignées pour intervenir sur les médias ;
- vulgariser les décisions de la HAAC et la charte de bonne conduite signée par eux au niveau de leurs organes déconcentrés.

## **II- LA REGULATION PENDANT LA PERIODE DE CAMPAGNE**

La régulation des médias pendant la période électorale revêt une attention particulière et soutenue. C'est une période d'alerte, et toute l'Institution qui est mobilisée pour la gestion médiatique. Cette année est davantage particulière, car toute la campagne électorale devrait se dérouler dans les médias. Pour ce faire la HAAC a renforcé ses dispositifs de contrôle des médias.

### **A- Un dispositif d'alerte en deux pôles**

Dans le cadre des communales de 2020 et pour des raisons d'efficacité dans le suivi des activités des médias pendant la campagne électorale, un dispositif de suivi, comprenant deux pôles, a été mis en place :

- le premier pôle est composé de correspondants régionaux permanents et temporaires qui rendent compte à une cellule mise en place et dirigée par le Président de la HAAC, Superviseur Général, pour des raisons de confidentialité.

- le second est basé à la Direction des Médias et est composé des analystes permanents et d'analystes temporaires venus renforcer les cadres.

## B- Le contrôle de contenus et les dérapages relevés

Ce bilan intègre les médias audiovisuels émettant dans le département du Littoral, les notes provenant des antennes régionales et les organes de la presse écrite paraissant à Cotonou et ses environs, plus particulièrement ceux qui ont été retenus pour participer à la campagne médiatique officielle.

Les résultats obtenus de l'exploitation du système de monitoring (la HAAC dispose depuis plusieurs années d'un système informatique de suivi des médias) durant la campagne électorale sont aussi exposés à travers une analyse des temps d'antenne.

### *a. Le suivi des médias du secteur privé*

Dans la catégorie des médias audiovisuels, onze (11) cas de dérapages ont été relevés durant toute la période électorale.

Pendant la période de campagne électorale proprement dite pour les élections communales de l'année 2020, le Service des Médias Audiovisuels de la HAAC a enregistré très peu de dérapages en raison de l'article 17 alinéa 3 de la décision N°20-22/HAAC du 22 avril 2020 qui proscriit « durant la période de la campagne électorale, en dehors des tranches horaires autorisées par la HAAC, les compte-rendu, les publi-reportages et les autres genres journalistiques sur les activités des partis politiques ».

Grâce à cette mesure inédite due à la crise sanitaire, les médias ont commis moins de dérives. Les quelques manquements observés portent sur la diffusion et la rediffusion des messages des partis politiques, notamment le non-respect du programme de diffusion et de rediffusion des messages des candidats. Ces manquements ont valu des mises en demeure au promoteur de la télévision privée « Golfe TV » et à celui de la radiodiffusion sonore privée « Planète ».

Dans la catégorie de la presse écrite, quelques neuf (09) dérives ont été observées dans les journaux parvenus au Service de la Presse Ecrite de la HAAC.

*b. Les médias de service public et la publication des temps d'antenne*

La gestion des temps d'antenne sur les chaînes de télévision et de radiodiffusion de service public pendant cette période a été assurée par le Service des Médias Audiovisuels qui a procédé, de façon hebdomadaire, au relevé des temps d'antenne des partis politiques. Ces travaux prennent en compte la durée d'intervention des cinq partis politiques retenus par la CENA pour prendre part aux élections. Ces relevés concernent les programmes d'information à la radio et à la télévision nationales et prennent en compte les messages des partis politiques.

Les temps d'antenne relevés ont tenu compte, pour la période du 01 au 14 mai 2020, des messages des partis politiques. Les heures de diffusion de ces messages sont : 06 heures 00, 13 heures 30 et 21 heures 00 pour la radio nationale, puis, 06 heures 00, 13 heures 30 et 20 heures 30 pour la télévision nationale. Le relevé des temps d'antenne a mis en exergue le cumul de la durée d'intervention et le nombre d'intervenants par parti politique en lice.

L'analyse des différents tableaux déduits de l'exploitation du système de monitoring a révélé que le principe de l'équité tel que le prescrit la décision N° 20-022/HAAC du 22 avril 2020 portant réglementation de la campagne médiatique pour les élections communales de l'année 2020 a été bien respecté.

Voir la liste condensée par partis des équilibres politiques issus du système de monitoring des médias de la HAAC sur la page suivante.

- **Liste condensée par partis des équilibres politiques (TELEVISION)**

**Critères** Liste éditée le : 16/06/2020 09:22:00 par la HAAC

**Période** : 01/05/2020 00:00:00 - 14/05/2020 23:59:59 **Support** : [ORTB TV] **Type émission** : [PAROLE AUX PARTIS POLITIQUES]

Institution	Durée	% Durée	Nb Interv.	% Total interv.
<b>PARTIS POLITIQUES</b>				
UNION DEMOCRATIQUE POUR UN BENIN NOUVEAU	08:30:26	20.43%	42	20.0%
PARTI DU RENOUVEAU DEMOCRATIQUE	08:28:55	20.37%	42	20.0%
FORCE CAURIS POUR UN BENIN EMERGENT	08:25:48	20.24%	42	20.0%
UNION PROGRESSISTE	08:07:51	19.53%	42	20.0%
BLOC REPUBLICAIN	08:05:26	19.43%	42	20.0%

**Durée totale pour PARTIS POLITIQUES** : 41:38:26 (100.0%), **Nb intervention(s)** : 168.0 (80.0%)

- **Liste condensée par partis des équilibres politiques (RADIO)**

**Critères** Liste éditée le : 16/06/2020 08:24:47 par la HAAC

**Période** : 01/05/2020 00:00:00 - 14/05/2020 23:59:59 **Support** : [Radio Nat ORTB] **Type émission** : [MAGAZINES, PAROLE AUX PARTIS POLITIQUES]

Institution	Durée	% Durée	Nb Interv.	% Total interv.
<b>PARTIS POLITIQUES</b>				
FORCE CAURIS POUR UN BENIN EMERGENT	09:06:10	20.64%	42	20.0%
UNION PROGRESSISTE	08:59:20	20.38%	42	20.0%
UNION DEMOCRATIQUE POUR UN BENIN NOUVEAU	08:52:14	20.11%	42	20.0%
PARTI DU RENOUVEAU DEMOCRATIQUE	08:39:01	19.61%	42	20.0%
BLOC REPUBLICAIN	08:29:47	19.26%	42	20.0%

**Durée totale pour PARTIS POLITIQUES** : 44:06:32 (100.0%), **Nb intervention(s)** : 168.0 (80.0%)

Les difficultés rencontrées dans le suivi des médias pendant la période sont notamment :

- la non disponibilité de la connexion à internet, le réseau étant surchargé et instable ;
- les coupures d'électricité ;
- les pannes récurrentes et répétées des ordinateurs du système de monitoring ;
- le non-respect par les journaux de la presse écrite des dispositions du Code de l'Information et de la Communication réglementant le dépôt légal, ce qui a rendu impossible l'examen et l'analyse de leurs contenus, échappant au dispositif de suivi et de contrôle mis en place par la HAAC ;
- l'impossibilité de recevoir certaines chaînes de radio : radio SOGEMA, Radio Planète, Golfe TV, la Voix de l'Islam et Maranatha sur le système de monitoring pour cause de détérioration des unités centrales qui devraient permettre l'enregistrement, le stockage et le traitement des informations ;
- la dégradation des images, voire l'inaccessibilité de certaines chaînes de télévision comme Canal 3, compte tenu de la forte présence des installations techniques de communication électronique dans la zone de l'annexe de la HAAC.

Il convient de conclure que malgré les difficultés rencontrées sur le terrain, chaque équipe en collaboration avec la supervision générale a pu organiser la campagne sur les médias de sa zone de compétence ainsi que le suivi déontologique des contenus des programmes diffusés pendant la période sensible de la campagne électorale. A la fin de cette nouvelle expérience en matière de gestion de campagne médiatique des élections, l'Institution de régulation des médias a fait une évaluation pour définir les forces et faiblesses du dispositif mis en place puis de définir des perspectives en la matière.

**CHAPITRE 3 :**

**EVALUATION DE LA GESTION DE LA  
CAMPAGNE ÉLECTORALE EXCLUSIVEMENT  
MEDIATIQUE**

## CHAPITRE 3 :

### **EVALUATION DE LA GESTION DE LA CAMPAGNE ÉLECTORALE EXCLUSIVEMENT MEDIATIQUE**

La Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication a procédé à l'évaluation de la gestion de la campagne électorale exclusivement médiatique des communales du 17 mai 2020 lors d'un séminaire, tenu du lundi 22 au mercredi 24 juin 2020 à BIS HOTEL d'Abomey.

Le séminaire a réuni les Conseillers et les cadres de la HAAC, des représentants de la Commission Electorale Nationale Autonome (CENA), du Ministère de la Justice et de la Législation en charge des relations avec les Institutions, des partis politiques ayant participé aux élections, des associations des professionnels des médias, des organes de presse publics et privés et de la société civile.

L'évaluation s'est déroulée en deux temps, à savoir :

- 1- évaluation de la participation des partis politiques et des médias à la campagne électorale ;
- 2- évaluation interne de la HAAC.

Elle a permis de dégager les forces et faiblesses de l'organisation mise en place et de faire des suggestions.

## I- FORCES ET FAIBLESSES

### A. Les forces

Il s'agit de :

- la mise en place d'une commission temporaire ;
- la disponibilité d'un budget pour les élections ;
- la prise de décisions pour encadrer les activités des médias ;
- les missions de vulgarisation ;
- les rencontres avec l'Exécutif, les partis politiques et les responsables et acteurs des médias ;
- la facilitation de la communication à travers le réseau corporate ;
- la présence sur le terrain des équipes de supervision ;
- le renforcement du dispositif d'alerte.

### B. Les faiblesses

En raison de la crise sanitaire, des activités très importantes de la phase préparatoire n'ont pas été réalisées. Il s'agit notamment du séminaire préparatoire au cours duquel les conseillers et cadres devraient réfléchir sur les décisions réglementant la campagne médiatique et le dispositif d'alerte maximum pendant ladite période.

Il faut noter aussi :

- la prise tardive des décisions réglementant la campagne et le vide juridique en ce qui concerne l'organisation d'une campagne électorale exclusivement médiatique ;
- la défaillance de certains médias audiovisuels sélectionnés dans le cadre de la campagne ;

- l'insuffisance de matériels roulants pour les membres des équipes de supervision ;
- le défaut d'information et de formation des représentants des partis politiques ;
- l'insuffisance des ressources mises à la disposition de la HAAC et le retard dans leur mise en place.

Il faut souligner que les pistes de réflexion, été ouvertes sur la régulation des affiches (contenant et contenu), des médias en ligne et des médias sociaux pendant la période électorale n'ont pas prospéré, en raison notamment de l'inexistence d'un cadre juridique pour les médias sociaux.

## **II- SUGGESTIONS ET RECOMMANDATIONS**

### **A. Les suggestions**

Les suggestions suivantes sont faites :

- 1- organiser un séminaire préparatoire avant les élections ;
- 2- prioriser les activités de renforcement de capacités ;
- 3- mettre en place un comité ad'hoc présidé par la Commission permanente de la HAAC chargée de la législation pour la rédaction des textes réglementaires ;
- 4- diversifier les sources de financement pour combler le déficit du crédit alloué par le gouvernement ;
- 5- faire un plaidoyer à l'endroit du gouvernement pour que la HAAC bénéficie d'un budget conséquent pour accomplir efficacement sa mission ;
- 6- donner de la visibilité à sa mission dans les élections et à ses activités pendant la période électorale.

### **B. Les recommandations**

A l'issue des travaux, plusieurs recommandations ont été formulées.

### *a. A l'endroit du gouvernement*

Mettre à disposition de la HAAC, un budget conséquent pour lui permettre de remplir efficacement sa mission pendant les élections.

### *b. A l'endroit de la HAAC*

- ❖ Recommandations d'ordre général :
  - donner de la visibilité à ses actions pendant la période électorale ;
  - diversifier les sources de financement afin de contribuer au financement des activités entrant dans le cadre de la gestion des campagnes médiatiques des élections ;
  - redéfinir et revoir la mise en œuvre du principe d'égalité et d'équité de l'accès aux médias des candidats aux élections ;
  - réaliser un document qui relate l'expérience de la HAAC dans le cadre de la campagne électorale exclusivement médiatique des communales de 2020 ;
  - inviter les partis politiques aux séances de vulgarisation de ses décisions ;
  - adresser une lettre de félicitation à tous les organes de presse ayant rempli de façon satisfaisante leurs cahiers des charges dans le cadre de la campagne électorale médiatique ;
  - rénover, équiper et améliorer la communication entre le secrétariat Général et les antennes régionales.
  
- ❖ Recommandations pour améliorer la décision réglementant la campagne médiatique :
  - préciser les spécificités techniques des Prêts à Diffuser (PAD) des candidats ou partis politiques en lice pour les élections ;
  - revoir le modèle des messages à publier dans les journaux ;
  - déterminer les genres journalistiques pour l'enregistrement des messages de campagne ;

- proscrire à travers la décision réglementant la campagne, l'utilisation des attributs de l'État tels que le drapeau national, l'hymne national, le sceau et les armoiries ;
- autoriser les messages pré-enregistrés des partis politiques au cours de l'opération ;
- limiter les langues à utiliser pour l'enregistrement des messages à celles parlées sur les radios retenues.

*c. A l'endroit des partis politiques :*

- former les militants en communication politique, en alphabétisation et en gestion du temps ;
- restituer les échanges avec la HAAC aux structures déconcentrées ;
- vulgariser les décisions de la HAAC et la charte de bonne conduite des partis politiques signée par eux au niveau de leurs structures déconcentrées.

Par ailleurs, la Société civile souhaite être associée en amont au travail de la HAAC pendant la période électorale.

Les partis politiques recommandent à la HAAC de commanditer une étude de l'audimat en vue de disposer d'une cartographie des médias.

## CONCLUSION

De l'organisation de la gestion d'une campagne médiatique des élections communales, la HAAC s'est retrouvée dans une situation inédite, à savoir organiser dans un laps de temps une campagne électorale exclusivement médiatique. Ce pari a été gagné, mais non sans difficultés. Un atelier d'évaluation a permis à l'institution de capitaliser les acquis de cette expérience inédite, à travers une analyse minutieuse du chemin parcouru afin d'identifier des mécanismes appropriés pour améliorer l'implication de la HAAC dans l'organisation des élections au Bénin.

Ce livre blanc a retracé le déroulement de la campagne. Certaines activités prévues au chronogramme n'ont pas pu être exécutées pour diverses raisons liées à la COVID-19, à la faiblesse des ressources financières mises à disposition de la HAAC et à d'autres facteurs. Ainsi en est-il, par exemple, du séminaire préparatoire de la campagne médiatique, des séances de formation et la réalisation et la diffusion de microprogrammes de sensibilisation dans les médias.

Le suivi déontologique de proximité, tel qu'organisé, s'est révélé très efficace. En effet, le déploiement des Conseillers et des cadres sur l'ensemble du territoire national, pendant la période de campagne électorale, a permis de dissuader certains professionnels de violer les décisions prises par la HAAC. Par ailleurs, en cas de violation des règles, le personnel de la HAAC se rendait immédiatement dans l'organe de presse concerné pour échanger avec les responsables afin de trouver des solutions concertées. Ce mécanisme a permis de rappeler à l'ordre les radios qui versaient dans la propagande au profit de leur « obédience politique » en violation de l'équilibre prôné par les décisions de la HAAC.

Les équipes déployées sur le terrain ont veillé à l'occupation des espaces et tranches horaires affectés aux partis politiques, en maintenant un contact permanent avec les représentants des partis politiques.

La HAAC a réussi l'organisation de cette campagne électorale exclusivement médiatique malgré son caractère inédit. Mission accomplie pour la HAAC, même si c'était difficile d'application pour les partis politiques.

L'une des difficultés majeures a été l'absence de base juridique, le code électoral en vigueur ne limitant pas les partis politiques à une campagne électorale de cette nature.

Comme perspectives en matière de régulation, la HAAC devra prendre en compte les affiches électorales, les panneaux publicitaires, les desseins ou gravures, conformément aux dispositions légales. Des réflexions doivent être menées aussi dans le sens de la régulation et des médias en ligne et des médias sociaux pendant la période électorale.

En outre, l'Instance de régulation des médias devra plaider à l'endroit du gouvernement pour bénéficier, les fois à venir, d'un budget conséquent lui permettant d'accomplir efficacement sa mission.

Elle doit aussi donner plus de visibilité à sa mission dans les élections et à ses activités pendant la période électorale.

## **ANNEXES**

- 1- LES DECISIONS REGLEMENTANT LES ACTIVITES DES MEDIAS.
- 2- LES DECISIONS RELATIVES AUX LISTES DES ORGANES DE PRESSE SELECTIONNES.
- 3- LE CODE DE BONNE CONDUITE.
- 4- LE RESULTAT DU TIRAGE AU SORT DU PASSAGE DES PARTIS EN LICE SUR LES ANTENNES.
- 5- PLANNING D'ENREGISTREMENT, DE MONTAGE ET DE DIFFUSION DES MESSAGES DES PARTIS POLITIQUES.