

## **Cour constitutionnelle du Burundi**

### **I. Les enjeux des relations entre les cours constitutionnelles et les médias**

#### ***La Cour conçoit-elle les relations avec les médias comme une contrainte ou un investissement ?***

La Cour constitutionnelle du Burundi conçoit les relations avec les médias comme un investissement dans la mesure où ces derniers contribuent à la vulgarisation de son activité dans la consolidation d'un État de droit.

#### ***Quelles sont les attentes de la Cour à l'égard des médias ?***

La Cour attend que les médias l'aident à informer la population sur son rôle dans l'État de droit et à l'informer de son droit de saisine sur des questions de sa compétence.

Elle attend des médias qu'ils portent à la connaissance de la population des décisions rendues par la Cour.

#### ***Quelles sont les publics ciblés par la Cour ?***

La Cour a pour cible d'abord les acteurs politiques, ensuite les acteurs de la société civile, et en fin la population dans son ensemble.

#### ***Quels sont selon vous les intérêts pour la Cour d'avoir une politique communication avec les médias ?***

Une communication avec les médias a pour intérêt principal l'information de l'opinion tant nationale qu'internationale de l'activité de la Cour dans son rôle de régulateur du jeu politique et de garant des droits fondamentaux.

#### ***Quels en sont selon vous les risques ?***

Les risques se trouvent être les tentatives de pressions médiatiques sur la Cour dans certains dossiers où les médias ont un intérêt. Les médias risquent aussi de manipuler l'opinion sur les positions de la Cour.

#### ***Selon vous, en quoi une politique de communication institutionnelle avec les médias peut-elle contribuer à consolider la justice constitutionnelle et l'État de droit ?***

Une telle politique permet à la population d'être informée en temps utiles de l'activité de la Cour et lui permet de juger les responsables politiques par rapport au respect de la Constitution. Elle donne

aussi une possibilité à la population d'évaluer le souci de ses représentants de voter et de promulguer des lois qui renforcent et respectent les droits fondamentaux.

***Si votre Cour a une stratégie de communication, celle-ci a-t-elle permis de renforcer la position de la Cour ?***

La Cour n'a pas encore de stratégie de communication.

***La Cour, ses juges ou ses services ont-ils subi des attaques à travers les médias ?***

Quelques fois.

***La Cour a-t-elle dû intervenir – faire intervenir – en réaction à une controverse diffusée par les médias ?***

Non.

***La Cour a-t-elle déjà menée des actions en justice pour diffamation (ou autre) ?***

Non.

***La Cour a-t-elle été confrontée à la gestion d'une crise institutionnelle dans les médias ?***

Non.

***La Cour a-t-elle été confrontée à des erreurs dans l'interprétation de ses décisions ?***

Non.

***La Cour développe-t-elle une stratégie de communication avec les médias ? Comment la définiriez-vous ?***

Non.

***La communication avec les médias a-t-elle évolué pour prendre en compte certaines évolutions juridiques (par exemple, une nouvelle compétence de la Cour...) ?***

Non.

***Peut-on distinguer la communication institutionnelle de la communication décisionnelle ?***

Oui. La communication institutionnelle se conçoit comme visant à porter à la connaissance de l'opinion l'activité de la Cour alors que celle décisionnelle est celle visant à porter à la connaissance de l'opinion une décision spécifique. Elle vise à satisfaire une attente de l'opinion sur une question posée.

***Quelles sont les relations avec les médias lors du contentieux des élections ? La communication de la Cour en matière électorale est-elle spécifique ?***

## **II. L'organisation des cours constitutionnelles en matière de communication**

***L'action de communication est-elle directement ou indirectement prévue par un texte (texte relatif à l'organisation de la Cour, règlement intérieur, etc.)? Comment est-elle encadrée juridiquement (fondements juridiques, valeur des textes, réglementation spécifique, etc.)?***

Le règlement intérieur prévoit que les décisions de la Cour sont publiées au *Bulletin Officiel du Burundi* «B.O.B» en sigle.

***Est-elle soumise à des contraintes juridiques spécifiques?***

Non.

***Quels sont les moyens matériels et financiers mis en œuvre par l'institution pour sa communication destinée aux médias?***

Aucun.

***Quels sont les moyens humains mis en œuvre par l'institution pour sa communication destinée aux médias?***

Aucun.

***Existe-t-il, au sein de votre Cour, un service spécialisé dans les relations avec les médias («service de presse», «service de relations extérieures», «bureau technique», «correspondant», etc.)? Quand a-t-il été institué?***

Non.

***Votre Cour a-t-elle (ou a-t-elle eu) recours à la collaboration d'une entreprise extérieure? De façon ponctuelle ou régulière? À quelles occasions?***

Non, pas encore.

***Existe-t-il un «porte-parole» de votre Cour (ou une autorité qui assure une fonction équivalente)? Quel est son statut?***

Non.

***À défaut de service spécialisé, qui assure les relations avec les médias? Envisagez-vous d'institutionnaliser un service de relations avec les médias?***

Pour le moment, la communication au nom de la Cour est assurée par le président de la Cour. Toutefois, la Cour envisage de se doter d'un Secrétariat général qui assurera également le rôle de porte parole de la Cour.

### **III. Les méthodes employées par les cours constitutionnelles en matière de communication**

#### **Les communiqués de presse**

***La Cour diffuse-t-elle des « communiqués de presse » (ou un procédé équivalent)? Depuis quand? Cette pratique est-elle organisée par un texte?***

La Cour n'a pas du tout cette habitude de communiqué de presse. Cependant, lorsqu'il y a un sujet sur lequel la Cour veut faire une sortie médiatique, elle le fait comme dit ci-haut par l'intermédiaire du président de la Cour à travers un point de presse.

***Toutes les décisions sont-elles concernées ou seulement certaines d'entre elles en raison de leur objet (contrôle de constitutionnalité de la loi par exemple) ou de leur importance (sujet médiatique, caractère médiatique des parties, évolution de la jurisprudence de la Cour, importance juridique de la décision, etc.)?***

Cela se fait pour certains dossiers suivant leur importance.

***Pour les cas concernés, cette pratique est-elle habituelle?***

Non elle est occasionnelle.

***D'autres questions (nomination, fonctionnement, rapport annuel, statistiques, cérémonies, etc.) peuvent-elles faire l'objet d'un communiqué de presse?***

Non.

***Quand et comment sont-ils préparés et rédigés? Les juges constitutionnels participent-ils à leur confection ou à leur validation?***

***Quel est le contenu de ces communiqués? Quelle est la structure type d'un communiqué? Peuvent-ils servir de moyen de clarification ou d'interprétation des décisions prononcées par la Cour?***

***Comment et à qui sont-ils diffusés? Quelle en est l'audience?***

***Comment sont perçus ces communiqués de presse? La pratique a-t-elle été critiquée? Est-elle étudiée dans la doctrine universitaire? Répond-elle aux attentes des médias?***

#### **Les conférences de presse et déclarations**

***La Cour organise-t-elle des conférences de presse ou des déclarations? Depuis quand? Selon quelle fréquence?***

D'abord ces sorties médiatiques de la Cour sont très rares et elles sont ponctuelles.

***Le président, les membres de la Cour, le juge rapporteur ou d'autres autorités qui appartiennent à l'institution (secrétaire général, chef de service, membre du service juridique, greffe, etc.) peuvent-ils accorder des rencontres, des interviews ou des entretiens aux journalistes ?***

Pour le moment, nous n'avons pas de secrétaire général qui ferait ce travail de porte parole. Sinon les autres ne donnent pas ce genre de rencontre.

***Quels sont les intervenants, au sein de votre Cour, qui participent à la conférence ?***

Seul le président qui accorde des interviews est présent.

***Comment est-elle annoncée ?***

Les médias sont invités par téléphone.

***Quels médias y sont conviés ? Y a-t-il une procédure d'accréditation ?***

Tous les médias sont invités et il n'y a pas d'accréditation.

***Quels types de questions peuvent être présentés lors de ces conférences ?***

Ce sont souvent des questions en rapport avec la décision prise par la Cour pour telle ou telle autre question.

***Dans quelle mesure les sujets abordés sont-ils délimités (obligation de réserve notamment) ?***

La Cour évite évidemment de communiquer sur des questions qui peuvent ébranler son indépendance ou qui peuvent présager la décision à venir.

***Comment sont perçues ces conférences par les médias ? Sollicitent-ils eux-mêmes des rencontres ou conférences ?***

Souvent, ce sont les médias qui demandent ces rencontres.

***En dehors des conférences, tenez-vous d'autres relations ou activités avec les médias ? si oui, lesquelles ?***

**Les dossiers de presse**

***Des dossiers de presse sont-ils constitués à l'attention des médias ? Depuis quand ? À quelles occasions ?***

Non.

**Le site Internet de la Cour**

***La Cour dispose-t-elle d'un site internet officiel ? Depuis quand ?***

Non.

## **Les actions de promotion et de valorisation**

***Votre Cour organise-t-elle des opérations de promotion ou de valorisation (cérémonie anniversaire de la Constitution ou de l'Institution, diffusion de brochures, ouvrages de vulgarisation, «salon du livre juridique», attribution de prix de recherches, etc.)?***

Non.

***Votre Cour apparaît-elle comme une force de proposition (par exemple, lors de débats sur des projets de changements institutionnels)?***

Non.

***Le président de votre Cour a-t-il un rôle prévalent en matière de communication avec les médias (émissions audiovisuelles notamment)?***

Non.

***Existe-t-il des publications officielles de la Cour constitutionnelle (revue, journal, etc.)?***

Non.

***Votre Cour organise-t-elle des visites de l'Institution? Dans quel but?***

Non.

***Votre Cour accueille-t-elle des colloques? Dans quel but?***

Non.

***La Cour traduit-elle ses décisions? Dans quel but? À quelles occasions? Quelles langues sont retenues?***

Non.

***La Cour diffuse-t-elle régulièrement une «newsletter» ou un bulletin? Quel en est le contenu? Quel est le nombre d'abonnés?***

Non.

***Quelles sont les autres actions permettant de promouvoir l'Institution ou sa jurisprudence?***

***Comment se répartissent ces différentes actions?***

## **IV. La portée de l'action médiatique des cours constitutionnelles**

***Comment jugeriez-vous la place que les questions constitutionnelles occupent dans les médias?***

Insuffisant.

**Comment évaluez-vous l'intérêt des médias pour les questions sur lesquelles votre Cour se prononce ?**

Les interventions de notre Cour permettent aux médias d'équilibrer leur information.

**Comment qualifieriez-vous l'audience de la Cour auprès des médias ?**

Non approprié.

**L'actualité de votre Cour trouve-t-elle régulièrement des échos :**

- dans la presse écrite ?
- dans les médias audiovisuels (radio, télévision, etc.) ?
- dans les réseaux sociaux ?
- dans les médias étrangers ?
- ou autre ?

Non.

**Quelles sont les relations de votre Cour avec les médias spécialisés (revues juridiques, édition juridique, etc.) ?**

Nous avons une relation privilégiée avec le *Bulletin officiel du Burundi* qui a le rôle de diffuser tous les actes législatifs et réglementaires. Ce médium publie aussi les arrêts de la Cour.

**Quelle est la place des spécialistes du droit constitutionnel dans la presse ? Certains journalistes sont-ils clairement identifiés à cet égard ?**

Non. Il n'y a pas de journaliste spécialiste du domaine. Pour des sujets relatifs au droit constitutionnel, les médias font appel aux spécialistes académiques pour des avis juridiques.

**Quelle est l'image médiatique de la Cour constitutionnelle ? Comment la qualifieriez-vous ?**

Nous dirions que notre Cour n'a pas d'image médiatique.

**La Cour fait-elle évaluer son impact médiatique (« clipping » ou autre) ? Comment ? Quels sont les résultats obtenus ?**

Non.

**Les médias accordent-ils plus d'importance à la décision ou à d'autres éléments (« opinions dissidentes » par exemple) ?**

**Observez-vous que la publicité est parfois accordée volontairement par les parties ? Comment ? Quelles sont les actions de la Cour à cet égard ?**

Les partis au procès accordent volontairement des interviews au média après les audiences de la Cour. La Cour reste à l'écart de ce débat pour ne peut tomber dans le piège des médias voulant souvent avoir des échos de la décision à venir.

**Quel est, selon vous, l'impact du regard médiatique sur la Cour? Favorise-t-il des évolutions dans les méthodes de travail de la Cour?**

La carence des émissions sur la Cour font qu'il n'y a pas vraiment d'impact.

**Quelles mesures permettraient, selon vous, de rendre l'action médiatique de la Cour plus efficiente?**

La création d'un service de la communication relèverait sensiblement l'action médiatique et nous permettrait d'être tout prêt des bénéficiaires de nos services.

**V. Avez-vous des observations particulières ou des points spécifiques que vous souhaiteriez évoquer?**

Non.

**Charles Ndagijimana**  
*Président de la Cour constitutionnelle*