

Cour suprême de Maurice

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 les conçoit comme un investissement dans la mesure où de bonnes relations avec les médias peuvent permettre au grand public de mieux comprendre les fonctions exercées par la Cour et la portée de ses décisions.

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

La Cour s'attend à ce que les médias s'assurent que les jugements ont été bien compris avant de les rapporter. La Cour s'attend aussi à ce que les médias rapportent fidèlement toutes les informations relatives à la Cour.

Quelles sont les publics ciblés par la Cour ?

(1) Les professions juridiques ; (2) Le grand public.

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

Promouvoir une meilleure compréhension par les médias des informations à rapporter.
Éducation des médias.

Quels en sont selon vous les risques ?

Abus de la facilité de communication par les médias.
Utilisation du matériel obtenu par les médias à des fins de propagande ou sensationnalisme.

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 ?

En évitant ou diminuant la désinformation.
En assurant la transparence.

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

Une stratégie de communication n'a pas encore été établie par la Cour suprême de Maurice mais nous avons commencé à y penser.

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

Non.

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 ?

Oui, occasionnellement.

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

La Cour suprême à Maurice n'a pas encore commencé à développer une telle stratégie.

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, la question ne s'est pas posée.

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

Je pense que la réponse est affirmative, généralement parlant, mais qu'il faudrait répondre à cette question dans une situation concrète plutôt que dans l'abstrait.

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

Pas de changement dans les relations en cette occasion spécifique ; non.

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.) ?

Non.

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.

Quelles sont les procédures élaborées pour organiser les relations avec les médias ?

Aucune.

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.

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 ?

Occasionnellement, le juge en chef; oui.

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 ?

Non.

Les conférences de presse et déclarations

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

La Cour n'organise pas de conférences de presse mais occasionnellement le juge en chef fait une déclaration sur un événement spécifique ou suite à la requête d'une presse spécifique.

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?

Le président peut le faire, mais la faculté pour les autres membres de la Cour de le faire est un sujet de polémique.

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

L'obligation de réserve s'applique à l'occasion d'une déclaration spécifique sur requête d'une presse spécifique.

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

En l'absence d'organisation de telles conférences par la Cour, les sollicitations proviennent invariablement des médias.

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

Les seules relations tenues sont celles relatives à un entretien accordé à une presse spécifique.

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?

Oui, depuis le 1^{er} mars 2002.

Quelles informations sont rendues publiques?

Les informations relatives à l'organisation de la Cour.

Le calendrier de la Cour.

Les jugements rendus.

Les nouvelles relatives à l'administration de la Cour et aux cours/conférences organisés à l'intention des juges.

Les statistiques annuelles.

Quelles informations demeurent exclusivement internes ?

Celles relatives à la répartition des affaires aux juges.

Celles concernant les absences des juges (congé, mission, etc.).

La Cour retransmet-elle les audiences publiques ?

Non.

Quelle est la fréquentation du site ?

Il est régulièrement fréquenté par les membres de la profession légale et les étudiants en droit mais très peu fréquenté par les non-juristes.

Quelles sont les perspectives d'évolution ?

Minimes.

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) ?

Oui.

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

Oui, mais c'est un rôle qu'il n'exerce que très occasionnellement.

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?

Aucune.

Comment se répartissent ces différentes actions?

(Pas applicable).

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

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

Minime.

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

Moyen, généralement, mais accru à l'occasion des affaires ayant une portée politique ou susceptibles de soulever les passions dans le grand public.

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

Moyenne.

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

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

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

Minimes.