

Conseil constitutionnel de **Mauritanie**

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 compréhension par le public en général et des acteurs politiques en particulier des missions de régulation ainsi que des attributs de juge du contentieux électoral dévolues au Conseil constitutionnel sont indispensables au renforcement d'une vie démocratique apaisée. C'est dire que toutes les institutions publiques impliquées dans la consolidation de la démocratie et de l'État de droit doivent promouvoir et s'investir dans une relation de qualité avec les médias qui sont eux-mêmes un pilier essentiel de la démocratie et soumis à une déontologie dont le strict respect préserve la liberté d'expression.

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

- informer l'opinion publique sur les enjeux de la démocratie en relation avec le respect des délais, des règles et des procédures en vigueur ainsi que du respect des décisions prises par les institutions habilitées à le faire ;
- promouvoir les voies de recours prévues par la loi en vue de freiner la tentation d'une contestation violente des résultats des élections ;
- contribuer à la sensibilisation du public sur les valeurs de citoyenneté notamment en période électorale ;
- rendre compte des décisions et actions du Conseil avec objectivité ;
- faire émerger suffisamment à temps les préoccupations majeures de citoyens en vue de leur examen par les décideurs politiques.

Quelles sont les publics ciblés par la Cour ?

- tout public en âge de voter ;
- acteurs politiques ;
- étudiants et jeunes scolaires ;
- syndicats, organisations de la société civile.

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

La connaissance du Conseil constitutionnel et de ses procédures reste faible et traduit assez bien le déficit démocratique chez les acteurs politiques qui ont tendance à pointer le rôle partisan du Conseil.

Il y a donc besoin de communiquer pour :

- faire mieux connaître le Conseil constitutionnel auprès du public ;
- mettre en lumière la place et le rôle du Conseil dans le paysage institutionnel ;

- accroître la transparence du mode de fonctionnement et de prise de décisions du Conseil ;
- expliquer la contribution du Conseil dans l'édification de l'État de droit ;
- aider à lever la controverse sur la légitimité du Conseil du fait du mode de désignation de ses membres.

Quels en sont selon vous les risques ?

- une probable interférence dans le processus de décision pouvant altérer la sérénité des débats et décisions ;
- une interprétation inexacte des décisions par l'opinion conditionnée par des campagnes médiatiques partisans ;
- une préparation tendancieuse et anticipée de l'opinion notamment en période électorale ;
- une possibilité de dérive vers la « tribalisation » et « l'éthnisation » du débat politique.

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 communication peut combler les tares précitées en faisant preuve à la fois de plus de professionnalisme et de pédagogie ;
- le renforcement de la culture de la tolérance, du civisme et de la saine compétition entre acteurs.

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

Le Conseil communique en fonction de l'actualité mais envisage d'adopter une stratégie de communication dans les meilleurs délais.

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

Régulièrement et singulièrement en période électorale, le Conseil est l'objet dans la presse de commentaires de toutes natures visant à influencer ses membres pour une prise de décision favorable à telle ou telle partie, soit dans le sens de faire subir des « représailles médiatiques » aux membres du Conseil en fustigeant une décision déjà prise qui leur est défavorable, soit dans le sens d'exercer sur eux « des pressions » en vue d'anticiper une décision à venir.

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...)?

Les évolutions législatives et réglementaires adoptées entre 2010 et 2013 ont totalement changé le paysage des médias dont les statuts et les rapports avec le public ont été profondément modifiés. Les dispositions nouvelles portent entre autres sur :

- la libéralisation de l’espace audiovisuel et la fin du monopole d’État ;
- la dépenalisation du délit de presse ;
- l’ouverture des médias d’État aux acteurs politiques y compris ceux de l’opposition ;
- l’octroi d’une aide financière à la presse indépendante ;
- la réglementation de la presse électronique...

La loi allège les entraves à la liberté de la presse en supprimant les peines d’emprisonnement pour injure et diffamation à l’encontre des particuliers tout en prévoyant des amendes dans le souci de protéger les victimes d’actes diffamatoires.

La loi va plus loin en supprimant le délit d’offense au chef de l’État.

Seuls les crimes portant atteinte ou incitant à la haine, au racisme ou portant atteinte aux valeurs humaines font désormais exception dans cette loi qui est arrivée à maintenir l’équilibre entre les exigences de la liberté de la presse avec celles du respect du droit des individus.

Au plan institutionnel, il revient à la HAPA (Haute autorité de la presse et de l’audiovisuel) de prendre en charge la régulation du secteur en contribuant au règlement non judiciaire des conflits pouvant naître entre les médias et entre ceux-ci et le public.

Pour l’application des principes du pluralisme et d’indépendance, des membres sont nommés sur proposition de l’opposition au sein de la Hapa dans la même proportion que celle des députés de l’opposition à l’Assemblée nationale.

Ces réformes ont donné plus de vigueur et de liberté à la presse dont les organes de plus en plus nombreux et différents assurent le droit du citoyen à l’information dans un environnement plus ouvert aux valeurs démocratiques.

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

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

L’effervescence de la presse en période électorale est une donnée que prend en compte le Conseil constitutionnel dans le but d’éclairer le public – non pas sur les excès, inexactitudes ou dérapage des acteurs politiques en campagne – mais sur les recours introduits et les délais prescrits par la loi pour leur examen.

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 Conseil publie ses décisions au *JO* et ses communiqués dans les médias.

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 ?

Les moyens sont ceux inscrits dans le budget de fonctionnement.

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

Le secrétariat général est chargé de la communication.

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 ?

SG et ses collaborateurs.

Comment est-il composé ?

Quelle est sa place dans l'organisation interne de la Cour ?

Le SG est à la 2^e place.

Quelle est son activité ?

Gestion administrative et financière de l'institution par délégation.

La consultation de ce service est-elle ponctuelle ou systématique ?

Les outils de communication avec les médias font-ils préalablement l'objet d'une procédure de circulation au sein d'autres services de votre Cour ?

La consultation du SG est systématique et n'exige aucun formalisme.

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 ?

Le secrétaire général, sur instruction du président du Conseil peut être amené à intervenir dans les médias notamment en période électorale.

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

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?

Le Conseil publie des communiqués de presse depuis sa création en 1992. Le secrétaire général s'en charge. Il n'y a pas de texte organisant cette pratique.

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.)?

La majorité des décisions sont résumées dans les communiqués initialement publiés dans les médias d'État et ensuite repris par les organes de la presse indépendante et sont relatives :

- la conformité des règlements des assemblées parlementaires avec la Constitution ;
- la conformité du statut de la magistrature avec la Constitution ;
- les recours en annulation de certaines élections ;
- l'adoption de textes réglementaires complémentaires en matière des élections législatives et présidentielle.

Les activités extérieures du président du Conseil constitutionnel ainsi que ses entretiens ou séance de travail avec des partenaires étrangers sont aussi couverts par ces communiqués.

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

Toutes les décisions du Conseil constitutionnel sont publiées au *Journal officiel*.

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

Oui.

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

Leur rédaction incombe au secrétariat général du Conseil. La validation avant publication est assurée par le président.

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?

Les communiqués sont de brefs résumés des décisions prises par le Conseil et interviennent avant la publication au *Journal officiel*.

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

Ils sont publiés dans les médias d'État en direction de tout public. La presse indépendante diffuse également ses communiqués.

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 ?

Ces communiqués donnent aux médias une information qui sert de support aux débats.

Les conférences de presse et déclarations

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

En règle générale le Conseil n'organise pas de conférence de presse et s'abstient de faire de déclaration à l'exception toutefois de la déclaration donnée par le secrétaire général sur le nombre et la nature des recours en annulation de certains résultats du premier tour des élections législatives de novembre 2013.

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 ?

Rien ne s'oppose à une telle éventualité dans un cadre de concertation préalable. Dans la pratique, le SG est le seul habilité à communiquer.

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 ?

Le Conseil traduit en français ses décisions et communiqués de presse.

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 ?

Les questions constitutionnelles ; en ce qu'elles sont au cœur des processus d'accès, d'exercice et de conservation du pouvoir politique, sont des sujets très largement médiatisés qui intéressent tous les segments de la société en quête de démocratie par le biais des élections.

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

L'intérêt des médias traduit les vœux du public de voir tous les aspects essentiels à une démocratie apaisée se traiter en toute transparence par le Conseil constitutionnel, dernier rempart institutionnel en ce domaine.

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

Les médias s'intéressent au Conseil en fonction du calendrier électoral ou de l'examen des textes de loi qui ont un impact significatif sur la vie publique.

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

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

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

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

Il n'y a pas de journalistes spécialisés en la matière. Toutefois en période électorale, des constitutionnalistes interviennent dans les différents médias et apportent des éclairages de spécialistes.

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

En règle générale, l'opinion des médias vis-à-vis du Conseil est fluctuante, elle est fonction des décisions prises par l'institution que d'aucuns perçoivent comme une institution qui a su affirmer progressivement son indépendance. D'autres médias plus ou moins affiliés aux formations politiques ont une opinion différente.

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) ?

La décision.

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

En matière électorale, les gagnants comme les perdants d'un recours devant le Conseil se donnent souvent le droit d'expliquer aux électeurs le sens de leur victoire ou de leur défaite. Selon les cas, le Conseil sera ainsi pour les uns une institution indépendante et pour les autres une institution aux ordres.

Face à ce débat partisan, le Conseil n'interfère pas et ne prend pas d'action.

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 ?

Le Conseil réalise pleinement la place et le rôle des médias dans la construction de l'État de droit, aussi elle envisage la mise en place d'une politique plus dynamique de communication.

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

- La mise en place d'un site web fonctionnel.
- La mise en place d'une unité chargée de la communication.
- L'organisation d'un partenariat d'échange avec les médias et les institutions spécialisées.

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

Le Conseil voudrait mettre à profit la 7^e conférence de l'ACCPUF pour nouer des partenariats en ce domaine.