

Cour constitutionnelle des Comores

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 conçoit les relations avec les médias comme un investissement.

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

Faire connaître le rôle de la Cour et diffuser ses arrêts.

Quels sont les publics ciblés par la Cour ?

Les politiciens et les intellectuels.

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

Que les arrêts de la Cour soient bien compris.

Quels en sont selon vous les risques ?

Une mauvaise interprétation.

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 formant les journalistes sur la justice constitutionnelle.

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

La Cour constitutionnelle de l'Union des Comores n'a pas de stratégie.

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

Parfois.

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

Oui.

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.

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...) ?

Oui.

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

Oui.

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

Oui, elle est spécifique, dans la mesure où tous les médias s'y intéressent et de temps en temps des communications sont faites par le Conseil constitutionnel.

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 ?

Elle se fait à travers des dépliants.

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

Le Secrétaire général et le Greffier en chef assurent 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 ?

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 ?

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 ?

Oui, mais il n'y a aucun texte juridique.

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.) ?

Elle dépend de la portée politique de la loi ou du recours.

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

Oui.

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 ?

Oui.

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 ?

Moyen de clarification ou d'interprétation des décisions.

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

La population et les politiciens.

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 ?

Elle n'a jamais été critiquée et elle répond à nos attentes.

Les conférences de presse et déclarations

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

Non.

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 ?

Non.

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

La Cour n'a jamais organisé de conférence de presse.

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

Intervenir sur une décision relevant d'une loi organique.

Les dossiers de presse

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

Oui, depuis 2005, après prononcés des arrêts de la Cour.

Quelles sont les services / les personnes chargées de préparer le dossier de presse ?

Le service du greffe.

Sont-ils avalisés par les juges constitutionnels eux-mêmes ?

Oui.

Comment sont-ils diffusés ? Auprès de qui ?

Les journalistes et les médias viennent à la Cour.

Quel est le contenu des dossiers de presse ?

Les arrêts.

Quelles sont leurs objectifs (didactique, argumentatif, interprétatif, exhaustif, etc.) ?

Faire connaître les décisions de la Cour.

Leur utilisation par les médias est-elle satisfaisante ?

Oui.

La Cour a-t-elle abandonné certaines pratiques de communication ?

Non.

Si oui, pour quelles raisons ?

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.) ?

Oui.

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

Rarement.

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 ?

Oui, des étudiants en Master.

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 ?

Il n'y a pas d'action spécifique.

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 ?

Elles occupent une place très importante.

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

Les arrêts de la Cour sont toujours à la une des médias.

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

Très passionnée.

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.) ?

Pas de relation particulière.

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

Non.

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

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) ?

Oui.

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

Oui, la Cour ne réagit pas.

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 ?

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

En formant certains spécialistes des médias sur le rôle de la Cour.

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

RAS.

Il serait souhaitable de former certains *leaders* de médias à se spécialiser sur le domaine juridictionnel afin de mieux pouvoir appréhender les décisions de la Cour. Cela permettrait d'être mieux diffusé dans les médias.