

# **LE MONITORING DE LA CAMPAGNE ELECTORALE DES MUNICIPALES 2018**

Du 14 avril au 4 mai 2018

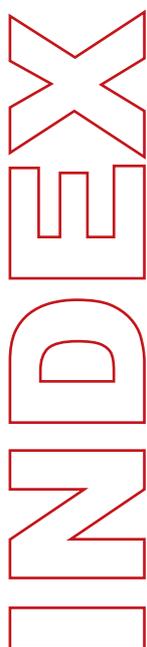
**RAPPORT ANALYTIQUE**



# **LE MONITORING DE LA CAMPAGNE ELECTORALE DES MUNICIPALES 2018**

Du 14 avril au 4 mai 2018

**RAPPORT ANALYTIQUE**



Remerciements .....	5
Avant-propos .....	6
Introduction .....	8
Note méthodologique .....	11
Analyse quantitative - Les résultats généraux .....	19
1. Ampleur de l'intérêt des médias audiovisuels pour les acteurs politiques pendant la campagne électorale des élections municipales 2018 .....	20
2. Temps alloué aux différentes typologies d'acteurs politiques par les différents médias .....	22
3. Couverture des politiques candidats et non candidats .....	24
4. Couverture des listes des candidats dans l'ensemble des médias ....	28
5. Respect des seuils de couverture pour les différentes listes de candidats .....	29
6. Couverture des listes indépendantes par gouvernorat .....	31
7. Couverture des non candidats par appartenance .....	33
8. Couverture des acteurs institutionnels .....	36
9. Répartition du temps alloué par genre parmi les candidats et les autres acteurs politiques par type de média .....	44
10. Bonnes et mauvaises pratiques observées .....	46
Analyse quantitative - Les résultats par Média .....	48
Wataniya 1 .....	50
Nessma .....	56
Hiwar Attounsi .....	60
Hannibal TV .....	64
Al Tassiaa .....	71
Radio Nationale .....	78
Gafsa FM .....	85
Kef FM .....	91
Monastir FM .....	96
Sfax FM .....	102
Tataouine FM .....	107
Mosaique FM .....	112
Shems FM .....	118
Jawhara FM .....	124
Analyse qualitative - Les résultats généraux .....	129
Analyse qualitative - Les résultats par Média .....	134
Analyse des infractions .....	150
Analyse des pages Facebook .....	152

# REMERCIEMENTS

*Je tiens tout d'abord à remercier les membres du Conseil de la HAICA ainsi que tout son personnel dont notamment les moniteurs pour les efforts investis pendant la période électorale (du 14 avril au 06 mai 2018) pour garantir une couverture médiatique équitable et impartiale. Mes remerciements vont également à tous les membres de l'équipe du Projet d'assistance électorale en Tunisie (PAET), du Programme des Nations-Unies pour le développement (PNUD) pour le soutien financier et l'accompagnement dont ils ont fait montre en faveur de la HAICA depuis les élections de 2014. Je tiens également à remercier les experts de l'«Osservatorio di Pavia» (Italie) qui ont pu assurer à nos moniteurs des formations en monitoring du pluralisme politique dans les médias audiovisuels, et nous ont été d'un soutien précieux tout au long de la période électorale.*

*Mes remerciements vont également aux services de la Coopération suisse qui ont apporté un soutien financier conséquent pour appuyer le centre d'étude et de recherche de la HAICA. Ce soutien a bénéficié notamment au projet relatif à l'extraction et l'analyse des données circulant sur les réseaux sociaux des médias traditionnels notamment en période électorale et dont les premiers résultats sont publiés dans le présent rapport.*

**Nouri LAJMI**  
**Président de la HAICA**



# AVANT-PROPOS

Attendues de longue date pour donner du crédit au processus de transition démocratique en cours en Tunisie, et surtout bien l'ancrer au niveau local, les élections municipales organisées le 06 mai 2018 sont en fait les premières élections démocratiques au niveau local depuis l'avènement de la Révolution de 2011. Elles marquent en effet la volonté d'implanter les bases d'une véritable démocratie locale qu'incarneront les Conseils municipaux dans les différentes régions du pays. De longs mois de préparation et de tergiversations furent nécessaires pour réussir la gageure d'accorder les différentes positions des acteurs politiques et réunir les conditions nécessaires pour l'organisation et la réussite de telles élections.

L'enjeu de ce scrutin a été crucial tant pour les citoyens que pour les partis politiques et les listes indépendantes.

En effet, à travers les mécanismes de démocratie participative, le citoyen a pu exercer son droit civique à travers le choix du parti ou du candidat qui le représente dans sa commune et par là même, participer au processus du développement local tant souhaité.

Les partis politiques, qu'ils soient au pouvoir ou dans l'opposition, ont vu, en ces élections, une occasion pour évaluer leur poids et mesurer leur popularité au niveau des différentes régions du pays. Ces indices leur seront en fait d'autant plus importants qu'ils cherchent à asseoir un ancrage renforcé au niveau local, en prévision des prochaines élections législatives et présidentielle de 2019.

Consciente du rôle crucial des médias, aussi bien publics que privés, en tant qu'acteurs essentiels dans le processus démocratique, notamment pendant la campagne électorale, la HAICA a œuvré à ce que les médias garantissent une couverture équitable et impartiale pour toutes les parties en compétition. Fidèle à ses engagements, la HAICA a en effet veillé à ce qu'il y ait un véritable débat démocratique afin que les électeurs aient accès à des informations pertinentes et un accès équitable aux différents protagonistes pour permettre aux citoyens d'effectuer un choix éclairé le jour du scrutin.

Pour pouvoir remplir cette mission, la HAICA a, pour sa part, compté sur le professionnalisme et l'engagement des membres de son équipe monitoring qui s'est préparée minutieusement et consciencieusement à cet événement. Des sessions de formation et de perfectionnement ont été en effet organisées au profit de toute l'équipe qui a pu mettre

en place une stratégie et une méthodologie adaptées à ces élections locales qui sont souvent complexes, ne serait-ce que par le nombre des candidats et des circonscriptions.

Le présent rapport présente et analyse les enseignements tirés du monitoring de la couverture médiatique de la campagne électorale. Il met en perspective les résultats de l'analyse quantitative et qualitative effectuée et présente les principaux résultats de l'exploration - pour la première fois - des données ayant circulé sur les pages des réseaux sociaux des médias audiovisuels tout au long de la campagne. Ainsi, chacun y trouvera des données relatives aux différentes problématiques que cet exercice soulève et qui sont susceptibles de nourrir la réflexion et permettre d'explorer de nouvelles possibilités d'amélioration et de progrès. La HAICA elle-même, continuera, avec l'ensemble des médias et toutes les parties prenantes, à affiner le cadre réglementaire et déontologique afin de consolider le travail de régulation et d'autorégulation et, au-delà, de renforcer et consolider le processus démocratique en cours.

Nouri Lajmi  
Président de la HAICA



# INTRODUCTION

## 1. L'importance du monitoring des médias pendant les périodes électorales

Les experts en matière d'élections, y compris au sein de la communauté internationale, sont unanimes à affirmer que les médias sont des acteurs essentiels et incontournables dans la mise en place de tout processus démocratique. Qu'ils soient du secteur public ou privé ou encore associatif, les médias peuvent en effet contribuer de diverses manières à la construction et à la consolidation de la démocratie : offrir aux citoyens une information complète, non tronquée, transparente et honnête, participer à la diffusion d'une culture pluraliste, alimenter le dialogue entre les différentes composantes de la société, sensibiliser les citoyens sur des questions d'intérêt public, faire participer les citoyens à la chose publique, le tout en créant des espaces d'échange et de débats pluralistes.

Cependant, pour que les médias puissent apporter effectivement une contribution positive dans ce sens, il faut que certaines conditions soient remplies : que les médias soient libres de s'exprimer et d'accomplir leur travail sans restrictions, que leurs droits soient respectés et leur libre accès à l'information assuré, qu'ils soient pluriels et diversifiés, qu'ils agissent avec professionnalisme et dans le respect de la déontologie, et qu'ils assument pleinement et éthiquement leur responsabilité sociale.

Faut-il rappeler à cet égard, que le rôle des médias est particulièrement crucial en période électorale. Ils sont en fait appelés à garantir une couverture équitable pour toutes les forces en compétition et à donner aux électeurs toutes les informations nécessaires pour connaître les propositions alternatives dans la perspective d'un choix éclairé le jour du scrutin. Ils jouent un rôle essentiel dans la diffusion de l'information et dans la formation des opinions, et participent à façonner le climat d'opinion qui entoure le processus électoral : ils peuvent soit contribuer à un climat apaisé, idéal pour que le scrutin se déroule dans le calme et dans le respect mutuel, soit devenir une caisse de résonance des tensions et des clivages existants (voire s'y impliquer directement) en contribuant à les aggraver.

Pour cette raison, les critères internationaux retenus pour qualifier des élections de libres et équitables incluent un accès équitable des partis et candidats aux médias ainsi qu'une couverture impartiale et correcte du processus par les médias. Pour le Conseil de l'Europe, « l'accès équitable aux médias pour toutes les forces politiques en lice constitue une condition préalable à une couverture équilibrée des élections et donc au caractère libre et équitable de celles-ci. »<sup>1</sup>

1. Systèmes électoraux : renforcer la démocratie au XXI<sup>e</sup> siècle, Forum pour l'avenir de la Démocratie, Direction générale de la démocratie et des affaires politiques, Edition du Conseil de l'Europe, 21/23 octobre 2009, Kiev (Ukraine).

Le monitoring des médias est ainsi devenu un outil incontournable pour évaluer la réussite d'élections démocratiques<sup>2</sup>. Les données qu'il permet de collecter permettent d'avoir des informations pertinentes pour évaluer la façon avec laquelle les médias remplissent leur mission d'informer objectivement et complètement les électeurs aux fins de participer, à leur niveau, à faire du scrutin le couronnement d'un processus électoral libre et équitable.

En Tunisie, un monitoring systématique des médias en période électorale a été introduit par l'Instance supérieure indépendante des élections (ISIE) en 2011, lors des élections des membres de l'Assemblée Constituante. Des expériences moins structurées avaient déjà été réalisées au sein de la société civile, avant cette date. Depuis, cette pratique s'est consolidée en devenant l'une des activités fondamentales et institutionnelles de la HAICA.

## 2. Le monitoring de la HAICA

L'unité de monitoring mise en place au sein de la HAICA fin 2013 et début 2014 a pu soumettre les principaux médias tunisiens à une analyse systématique lors du cycle électoral de l'automne 2014. L'élection du nouveau Président de la République et de la nouvelle Assemblée des Représentants du Peuple (ARP), organisée dans un contexte politique complexe, caractérisé par de forts clivages dans le champ politique et une grande floraison de partis, a représenté un moment très important dans l'histoire récente du pays.

Le monitoring effectué par la HAICA a été toujours accompagné de plusieurs rencontres formelles et informelles avec les représentants des médias et par de nombreuses formations ciblant les journalistes chargés de la couverture de la campagne électorale. Ce qui a permis d'évaluer l'effort déployé par les médias dans le cadre de l'exercice de pluralisme politique inhérent à toute velléité démocratique. Sans oublier que les résultats du monitoring, diffusés en cours de campagne (pour les résultats préliminaires) et après le scrutin (pour les résultats finaux) ont largement contribué à familiariser progressivement les médias avec les logiques du monitoring et ses règles normatives et à les inciter à intégrer ces logiques dans leurs propres mécanismes d'autorégulation.

L'unité de monitoring de la HAICA s'est beaucoup développée au cours des années suivantes en perfectionnant notamment son expertise grâce à de nombreuses formations et à des exercices de monitoring pratiqués de manière régulière. Elle a également intégré de nouveaux moniteurs, pour mieux se préparer au suivi et à l'observation des élections municipales de 2018 qui constituaient véritablement un nouveau test pour le processus démocratique en cours en Tunisie.

2. Depuis plus de 20 ans, le monitoring des médias a été intégrée comme un volet incontournable dans les missions internationales d'observation électorale, à commencer par celles de l'OSCE, de l'Union Européenne et des Nations Unies.

### 3. La spécificité des élections municipales

Attendues de longue date afin d'ancrer le processus démocratique au niveau local et consolider la transition démocratique dans le pays, les élections municipales se sont déroulées du 14 avril (jour de démarrage de la campagne officielle) au 6 mai 2018 (jour du scrutin)<sup>3</sup>. Elles constituèrent un tournant important : 53 668 candidats dont presque 50% de femmes, représentés dans 2 074 listes candidates dont 30,33% présidées par des femmes, se sont disputés les 350 circonscriptions disséminées à travers le pays.

Ces élections représentaient ainsi un défi important pour tous les acteurs impliqués dans le processus. Parmi ces acteurs, et comme évoqué préalablement, les médias audiovisuels prennent une place importante.

Le monitoring des médias s'est donc appliqué à vérifier dans quelle mesure les principaux médias audiovisuels tunisiens avaient réussi à rendre compte de la diversité de l'arène politique et électorale, s'ils avaient réussi à informer suffisamment et de manière équilibrée et impartiale le public sur les différents candidats et programmes électoraux, s'ils avaient en définitive respecté le cadre légal et déontologique de la couverture médiatique en période électorale afin de jouer un rôle positif dans le déroulement de la campagne et garantir ainsi des élections démocratiques.

Les résultats de ce monitoring qui a suivi et analysé la couverture médiatique tout au long de la campagne électorale, sont exposés dans les pages suivantes.

3 . Le rendez-vous des élections municipales devait avoir lieu initialement avant la fin de 2017. Mais, pour différentes raisons, l'ISIE et les différents acteurs politiques ont décidé de renvoyer ce rendez-vous au 14 avril 2018, date convenue pour le démarrage officiel de la campagne électorale.

Le comportement des médias audiovisuels tunisiens pendant la campagne électorale des élections municipales est principalement règlementé par des textes juridiques et décisions administratives dont notamment :

- a) **Le Décret-loi N°2011-116** du 2 novembre 2011, relatif à la liberté de la communication audiovisuelle et portant création d'une Haute Autorité Indépendante de la Communication Audiovisuelle (HAICA) ;
- b) **La loi organique n° 2017-7 du 14 février 2017** modifiant et complétant la loi organique n° 2014-16 du 26 mai 2014 relative aux élections et au référendum ;
- b) **La Décision conjointe** entre l'Instance supérieure indépendante pour les élections et la Haute autorité indépendante de la communication audiovisuelle **du 14 février 2018** (et son amendement du 13 avril), fixant les règles et procédures relatives à la couverture de la campagne électorale municipale et régionale par les médias audiovisuels.

L'analyse des médias menée par l'unité de monitoring de la HAICA tient compte de ce cadre normatif tunisien s'appliquant aux médias, ainsi que des normes et des standards internationaux en la matière.

Afin de vérifier le respect des normes et des principes en vigueur, le monitoring de la HAICA a mis au point une approche d'analyse qui se décline en trois volets :

- a) **L'analyse quantitative du pluralisme politique** permettant d'évaluer le respect des principes d'équilibre et d'impartialité dans la couverture des listes candidates et des autres acteurs politiques candidats et non candidats ;
- b) **L'analyse qualitative** permettant d'évaluer le respect des **principaux standards journalistiques** par les **médias n'ayant pas fait l'objet de l'analyse quantitative**.
- c) **L'analyse des infractions** sert à vérifier les dépassements des règles relatives à la campagne électorale et les règles relatives au respect des droits d'autrui ;

En plus de ces trois volets, la HAICA a voulu expérimenter une **nouvelle méthode d'analyse des pages Facebook des principaux médias audiovisuels**, afin de recueillir un certain nombre de données pertinentes sur leurs activités, et d'évaluer quels médias étaient les plus actifs sur le réseau social Facebook, quelle stratégie de communication ils avaient privilégié, quelles pages avaient le plus d'impact, et quel type d'interaction avait lieu avec le public.

## ANALYSE QUANTITATIVE

L'analyse quantitative est basée sur les principaux concepts de la méthodologie, contenus dans le *Manuel de monitoring du pluralisme politique dans les médias audiovisuels* adopté par la HAICA en 2018.

### I. Définition des variables de l'analyse quantitative :

#### 1. L'acteur politique :

Il comprend différentes catégories, à savoir les partis politiques et leurs membres, le Président de la République, les membres du Gouvernement, les députés à l'Assemblée des Représentants du Peuple (ARP) et les candidats aux élections. Tout acteur politique est classé selon plusieurs paramètres qui incluent l'appartenance politique et les informations sur l'éventuelle candidature (liste des candidats, circonscription de candidature, type d'élection, etc.).

**a. Rôle de l'acteur politique :** Chaque acteur politique qui représente une institution (Président de la République, Président et Vice-présidents de l'ARP, membre du Gouvernement) peut se présenter dans les médias soit dans son rôle institutionnel, soit en tant que représentant d'un parti politique :

1. **Rôle institutionnel :** l'acteur a un rôle institutionnel lorsqu'il traite d'une activité institutionnelle sans aucun lien avec son appartenance politique ;
2. **Rôle politique :** lorsque l'acteur se présente selon son appartenance politique.

**b. Temps de parole :** il s'agit de la durée pendant laquelle l'acteur politique individuel prend la parole dans les médias, que ce soit lors d'un débat, d'un entretien, d'une déclaration ou toutes autres formes d'intervention médiatique.

**d. Temps d'antenne :** Il s'agit de la durée de la présentation du sujet ou du reportage ou des commentaires consacrés à l'acteur politique. En d'autres termes c'est le temps du journaliste et/ou le temps de tout discours sur l'acteur.

#### 2. Les variables « Evaluation » et « contexte » :

##### a. L'Evaluation :

C'est l'avis explicite et direct du locuteur (le journaliste dans la plupart des cas ou l'expert ou les personnes interrogées dans la rue ...) sur un acteur politique spécifique. L'observateur peut évaluer cet avis à travers plusieurs éléments : les mots utilisés pour présenter les acteurs politiques et leurs activités, les éléments d'expression non verbale utilisés par le locuteur au sujet des acteurs politiques, la réception des acteurs politiques dans un programme ou studio d'enregistrement ainsi que la manière d'y faire face. Ce qui pourrait être négatif, positif ou équilibré.

**b. Le contexte :**

C'est le cadre (qu'il soit approprié, inapproprié ou neutre) dans lequel l'acteur politique est présenté. Pour déterminer le contexte, nous nous appuyons sur des éléments dont les plus pertinents sont l'événement dans lequel l'acteur politique est mentionné, l'approche adoptée lors de sa présentation et la manière dont les sources sont utilisées. Ce qui pourrait être négatif, neutre, équilibré ou positif.

**3. Le Thème :**

Afin de définir l'agenda politique des médias, et celle des candidats en campagne électorale, la méthode prévoit l'identification du thème, c'est-à-dire de l'argument abordé par les journalistes couvrant les activités des acteurs, aussi bien que par les acteurs politiques eux-mêmes durant leur temps de parole. Une liste préétablie de thèmes est mise à la disposition du moniteur.

**4. La Dimension géographique :**

Les sujets abordés pendant la période d'intervention sont liés à différentes dimensions territoriales qu'on peut classer selon le tableau suivant. Dans le cas de citation de deux gouvernorats ou plus, ils sont classés dans la dimension nationale.

Tableau n° 1 :

DIMENSION RÉGIONALE	GOUVERNORATS
Grand Tunis	Manouba - Tunis - Ben Arous - Ariana
Nord-Est	Bizerte - Nabeul - Zaghouan
Nord-Ouest	Beja - Kef - Jendouba - Siliana
Centre-Est	Sousse - Monastir - Mahdia
Centre-Ouest	Kairouan - Kasserine - Sidi Bouzid
Sud-Est	Gabes - Medenine - Tataouine - Sfax
Sud-Ouest	Gafsa - Kebili - Tozeur
Dimension Nationale	
Dimension Internationale	Hors territoire

## II. Echantillon des médias suivis pour l'analyse quantitative :

L'échantillon de télévisions et de radios considéré pendant la campagne est le suivant:

Tableau n° 2 :

CHAINES TV (5)	RADIOS PUBLIQUES (6)	RADIOS PRIVÉES (3)
1. Watania 1	1. Nationale 1	1. Shems FM
2. Nessma	2. Sfax (sud-est)	2. Mosaïque FM
3. Hiwar Ettounsi	3. Monastir (centre-est)	3. Jawhra FM
4. Al Tassiaa	4. Kef (nord-ouest)	
5. Hannibal TV	5. Gafsa (sud-ouest)	
	6. Tataouine (sud)	

Il est à noter que le temps alloué au suivi de cet échantillon et sur la base de la programmation transmise à la HAICA par les médias mentionnés dans l'échantillon ci-dessus, a été fixé à 6 heures par jour, réparties sur les plages horaires suivantes :

- Pour les chaînes de télévision : de 18h00 à minuit, sauf pour la chaîne Nessma selon sa programmation.
- Pour les chaînes de radio : distribuées en fonction du plan de couverture de chaque radio.

## ANALYSE QUALITATIVE

A côté de l'analyse quantitative, la HAICA a soumis nombre de chaînes de radio et de télévision à l'analyse qualitative dont les principes méthodologiques sont décrits ci-dessous.

### I. Définition du processus de surveillance :

L'opération de suivi qualitatif consiste en la collecte et le suivi des programmes des chaînes de télévision et de radio, afin de vérifier leur engagement envers l'éthique journalistique et leur respect des normes et standards internationalement reconnus.

## II. Méthodologie de l'analyse qualitative :

La méthodologie proposée repose sur deux aspects complémentaires :

- **Une analyse des contenus** basée sur un ensemble de critères permettant d'évaluer la qualité de la couverture médiatique et ce conformément aux standards professionnels internationaux reconnus et aux meilleures pratiques. Ce qui permet de faire ressortir des indicateurs analytiques liés à la qualité de l'information grâce à la collecte des résultats.
- **Une analyse qualitative** basée sur des éléments spécifiques afin de sélectionner des cas d'études particuliers, à surveiller dans une première phase puis à étudier dans une seconde phase.

Chaque émission, qu'elle soit télévisée ou radiophonique, est analysée qualitativement dans sa totalité. Après avoir **écouté / visionné une émission**, l'analyste doit évaluer le degré de respect des normes professionnelles et l'équilibre adopté dans le traitement du sujet.

## III. L'échantillon soumis à l'analyse qualitative :

L'échantillon qui a fait l'objet d'un suivi qualitatif est constitué des 15 chaînes de télévision et de radio qui n'ont pas été surveillés quantitativement, ci-après répertoriés.

Tableau n° 3 :

CHAÎNES TV (03)	RADIOS		
	PRIVÉES (07)	ASSOCIATIVES (03)	PUBLIQUES (02)
M Tunisia	Radio Med	Nefzewa	Radio jeunes
Tounesna	Ibtissama (IFM)	Kasserine FM	Radio Tunis Chaîne Internationale
Al Janoubia	Diwen	Mines FM	
	Express FM		
	Oasis		
	Cap FM		
	Sabra FM		

- **Plage horaire pour le suivi de cet échantillon** : de 7h00 à 24h00 pendant les jours sélectionnés.

## MONITORING DES INFRACTIONS

Le monitoring du pluralisme politique est une activité importante dans la mission du moniteur, mais il n'en constitue pas la seule activité. En effet, le monitoring des médias permet également d'identifier les violations des règles juridiques régissant la période électorale, ce qui est de la plus haute importance pour assurer une couverture médiatique respectueuse du principe d'équité et d'impartialité.

Le tableau n° 4 présente les infractions que les moniteurs sont tenus de signaler, telles qu'identifiées principalement par la Loi électorale, le Décret-loi sur la communication audiovisuelle et la Décision conjointe ISIE-HAICA.

Tableau n° 4 : Liste des infractions à relever

INFRACTIONS CONCERNANT LES REGLES DU JEU DE LA CAMPAGNE ELECTORALE
<b>Publicité politique</b> : programmes, annonces ou spots publicitaires pour un parti politique ou une liste électorale à titre onéreux ou gracieux ; mise en place d'une ligne téléphonique gratuite, d'un porte-voix ou d'un centre d'appel pour un candidat, une liste candidate ou un parti, par le biais des médias. Doit être considérée comme une forme de publicité politique aussi la <b>propagande déguisée</b> : manque de séparation claire entre les informations de la rédaction et la propagande, par exemple les communiqués et publi-reportages payants émanant des candidats ou des groupements politiques, mais présentés comme s'il s'agissait d'articles rédactionnels
<b>Manquements aux principes d'objectivité d'intégrité et de neutralité</b> : le traitement de l'ensemble des candidats ne doit pas favoriser une liste candidate ni entraver la campagne électorale d'une liste candidate, et éviter tout ce qui pourrait influencer la volonté de l'électeur
<b>Mélange et confusions entre les programmes d'information sur la campagne et les programmes de divertissement</b> : les établissements médiatiques sont tenus de ne pas mêler les programmes et les bulletins d'information relatifs à la couverture de la campagne avec les programmes de divertissement.
<b>Présence de candidats en dehors des programmes réservés à la campagne</b> : les établissements médiatiques sont tenus de ne pas inviter les candidats dans le cadre des programmes qui ne sont pas réservés à la campagne électorale.
<b>Présence à l'antenne de personnel des médias qui se porte candidat aux élections</b> : les médias audiovisuels sont tenus d'interdire l'apparition, que ce soit par l'image ou par la voix, de chacun de leurs animateurs, rédacteurs, présentateurs d'émissions, journalistes ou responsables qui s'est porté candidat, dans le cadre de ses programmes radiophoniques ou télévisés, et ce, en dehors des espaces réservés aux listes candidates. Les médias s'engagent également à ne pas charger leurs agents exerçant des fonctions de rédaction et qui se sont porté candidats ou ayant déclaré leur candidature aux élections, de missions en rapport avec la couverture médiatique de la campagne.
<b>Manipulation/déformation d'extraits de communiqués et de déclarations des candidats</b> : les médias audiovisuels sont tenus dans le choix des extraits des communiqués et des déclarations émanant des listes candidates de ne pas en déformer le sens général. Il leur est interdit lors de la publication sur leurs sites électroniques ou leurs pages sur les réseaux sociaux des programmes radiophoniques ou télévisés consacrés à la campagne, d'en refaire le montage ou d'en couper des séquences de manière à en altérer le contenu d'origine ou à lui donner une teneur différente ou à enfreindre les principes de neutralité et d'équité.

**Diffusion de discours officiels des acteurs institutionnels ayant un caractère de propagande, même voilé** : il est interdit pendant la campagne de diffuser tout discours officiel ou toute intervention médiatique émanant de la présidence de la République, du gouvernement, des membres de l'assemblée des représentants du peuple, des conseils régionaux ou municipaux, des délégations spéciales ou de toute autre autorité publique, et contenant une quelconque forme de propagande électorale, sauf cas d'extrême urgence et lorsque l'intérêt général l'exige, et à condition que lesdites interventions ne comportent pas de propagande électorale. Est considéré cas d'extrême urgence, tout événement national non-récurrent ou survenant dans des circonstances exceptionnelles et qui, de par son importance, nécessite une couverture médiatique spéciale.

**Manque d'identification des émissions consacrée à la campagne** : les programmes consacrés à la campagne électorale doivent être précédés d'un signal spécial, audio ou visuel, annonçant qu'ils s'inscrivent dans le cadre de la couverture médiatique de la campagne. Ils sont également mentionnés comme tels de manière expresse pendant la diffusion.

**Négation du droit de réponse** : les médias audiovisuels doivent accorder à toute liste candidate dont l'un des membres a fait l'objet de diffamation, un droit de réponse ou de rectification en cas de divulgation de données inexactes à son propos, et ce, à travers le média concerné et à la demande de la partie concernée, dans un délai ne dépassant pas les 24 heures à compter de la date de dépôt de la demande. Pour exercer le droit de réponse pour diffamation, il faut que la donnée ou l'information diffusée ait porté atteinte à l'honneur, à la réputation ou à la dignité du candidat. Le droit de réponse ne doit pas comporter d'expressions contraires à la loi ou à l'intérêt légitime d'autrui, ou portant atteinte à l'honneur ou à la réputation de la personne.

**Utilisation des médias étrangers** : Les candidats aux élections sont autorisés à utiliser exclusivement les médias nationaux pour mener leurs campagnes électorales (exception faite pour les élections législatives, voir art. 66 Loi électorale)

**Diffusion de sondages** : Il est interdit, durant la période électorale, de diffuser ou publier dans les différents médias les résultats de sondages d'opinion directement ou indirectement liés aux élections et aux référendums, ainsi que les études et commentaires journalistiques qui s'y rapportent. Les médias ne doivent pas annoncer les résultats des sondages d'opinions des électeurs effectués à leur sortie des bureaux de vote avant la fermeture du dernier bureau de vote dans la circonscription électorale. En tout cas, lors de l'annonce de ces résultats, les établissements médiatiques concernés doivent mentionner : 1) que les résultats présentés ne reflètent pas les résultats définitifs du vote ; 2) le nom de l'organisme qui a effectué l'opération de sondage, la méthodologie suivie, les détails concernant l'échantillon, la marge d'erreur et la partie, la personne ou le parti politique à la demande duquel le sondage a été effectué.

**Annonce des résultats des élections avant la proclamation officielle de la part de l'ISIE** : il est interdit aux établissements médiatiques d'annoncer les résultats préliminaires ou définitifs des élections avant qu'ils ne soient officiellement proclamés par l'Instance supérieure indépendante pour les élections.

**Violation du silence électoral** : Aucune propagande électorale n'est autorisée durant la période du silence électoral (à partir de 24 heures avant le jour du scrutin jusqu'à la fermeture du dernier bureau de vote de la circonscription électorale).

#### INTERDICTIONS CONCERNANT LES DROITS ET LA REPUTATION DES INDIVIDUS

Atteinte à la **dignité** de l'individu, à l'**intégrité de la vie privée** et violation des données personnelles des candidats.

Atteinte à la **liberté de croyance**.

**Incitation à la violence**, à la haine, et aux discriminations.

Diffusion de **fausses nouvelles** qui sont de nature à porter atteinte à la quiétude de l'ordre public.

**Diffamation**.

**Injures** et atteintes à la dignité humaine.

## **ANALYSE DES PAGES FACEBOOK**

La HAICA a voulu également introduire une démarche expérimentale pour **l'analyse des pages Facebook des principaux médias audiovisuels**, afin de recueillir un certain nombre de données pertinentes sur leurs activités.

L'équipe de monitoring a donc procédé à une évaluation quantitative et qualitative des publications Facebook des pages des principaux médias tunisiens (pages des chaînes et pages de certaines émissions). Les paramètres du réseau social ont été analysés à l'aide d'un logiciel développé par l'équipe informatique de la HAICA, ce qui permet de surveiller en permanence plusieurs pages Facebook.

# LES RÉSULTATS GÉNÉRAUX

Afin de faciliter la lecture des graphiques suivants, il est utile de faire un petit rappel de la terminologie adoptée concernant le temps alloué aux acteurs :

- **Le temps d'antenne** correspond au temps utilisé par les journalistes et par tout autre locuteur non politique (experts, gens communs, etc.) pour parler de l'acteur politique ;
- **Le temps de parole** est la durée pendant laquelle l'acteur politique individuel prend la parole dans les médias, que ce soit lors d'un débat, d'une intervention, d'une déclaration ou toutes autres formes ;
- **Le temps total** est la somme du temps d'antenne et du temps de parole. Lorsque dans le texte on parle génériquement de « temps », on se réfère au temps total.

## 1. Ampleur de l'intérêt des médias audiovisuels pour les acteurs politiques pendant la campagne électorale des élections municipales 2018

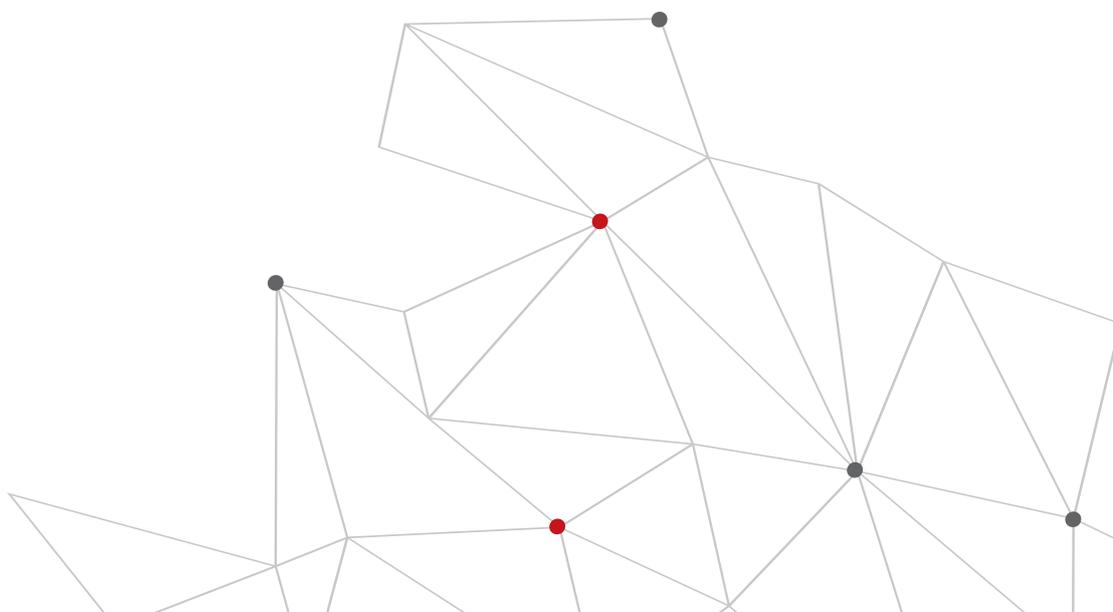
Le tableau suivant affiche le temps alloué par chacun des médias analysés à tous les acteurs politiques (toutes typologies confondues) entre le 14 avril 2018 et le 04 mai 2018, qui signent respectivement la date d'ouverture et de clôture de la campagne électorale pour les élections municipales.

*Tableau n° 1 : Temps alloué aux acteurs politiques par les différents médias*

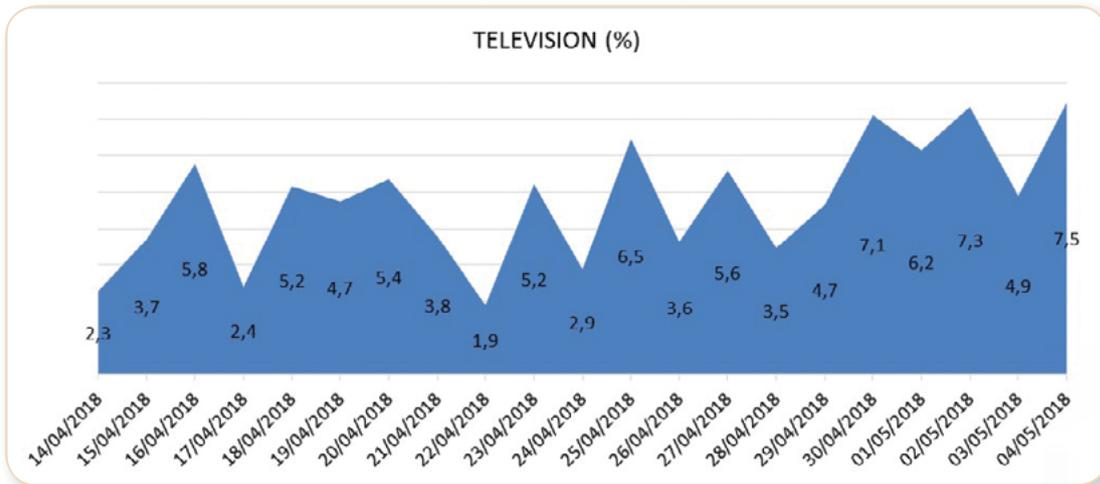
Chaîne TV	Temps alloué aux acteurs politiques	Station radio	Temps alloué aux acteurs politiques
Wataniya 1	38.31.49	Radio Nationale	38.12.29
Nessma	3.44.42	Gafsa FM	31.19.21
Hiwar Attounsi	7.26.30	Kef FM	27.26.58
Hannibal TV	12.33.33	Monastir FM	35.48.02
Al Tassiaa	23.31.36	Sfax FM	32.30.39
		Tataouine FM	27.03.00
		Mosaïque FM	18.41.43
		Shems FM	27.22.38
		Jawhara FM	17.55.12

Les deux graphiques suivants donnent une idée de la **distribution de ce temps tout au long de la campagne électorale**. Concernant les chaînes TV, la couverture n'apparaît pas régulière, et l'attention portée par les médias analysés aux acteurs politiques montre une tendance à progresser au fur et à mesure que la campagne avance.

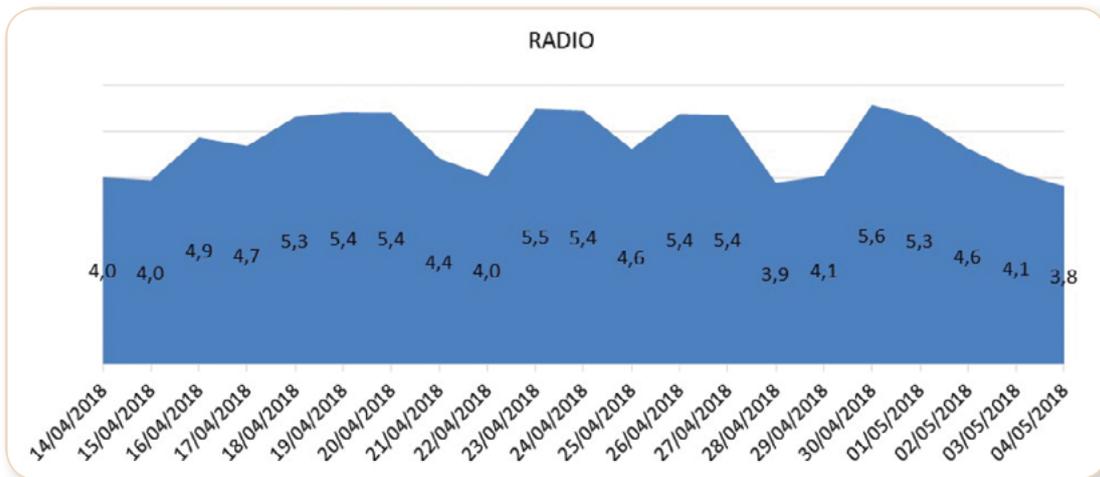
Concernant les radios, on remarque une attention plus stable et distribuée de manière plus régulière dans le temps. En effet, pour pouvoir assurer une couverture adéquate à toutes les listes candidates, la plupart des radios a planifié l'allocation du temps aux candidats avant le début de la campagne, et s'est tenue à ce plan.



Graphique n° 1 : Couverture des acteurs politiques par les chaînes de TV selon la date (%)



Graphique n° 2 : Couverture des acteurs politiques par les radios selon la date (%)



Si on identifie les thèmes du discours politique, c'est-à-dire les sujets dont les journalistes et les acteurs politiques ont parlé, on peut constater que les activités et les enjeux de la campagne électorale étaient dominants (54,7% du temps à la télévision et 90% à la radio). Il s'agit de tout discours sur les plateformes électorales et les initiatives des candidats sur le terrain. A cela il faut ajouter le temps réservé à d'autres sujets liés au processus électoral (4,8% à la télé et 1,5% à la radio), à l'instar des informations sur les modalités du scrutin, la sensibilisation des électeurs, etc..

Hormis les thèmes strictement liés à la campagne, les acteurs politiques ont discuté surtout de questions de politique intérieure, d'économie/travail, d'éducation (notamment les problèmes liés à la grève des enseignants) et de sécurité et d'ordre public.

*Tableau n° 2 : Les thèmes traités pendant la campagne électorale à la TV et à la radio (%)*

THEMES	% de la couverture TV	% de la couverture RADIOS
ACTIVITES/ENJEUX DE CAMPAGNE ELECTORALE	54,7	90,0
POLITIQUE INTÉRIEURE	9,1	1,9
ECONOMIE (TOURISME,AGRICULTURE,INDUSTRIE,...)	7,1	1,6
PROCESSUS ÉLECTORAL	4,8	1,5
EDUCATION	4,3	1,0
TRAVAIL, CHÔMAGE, SYNDICATS, GRÈVES ET MIGRATION	4,2	0,7
SECURITE/ORDRE PUBLIC/ARMEE/POLICE ET TERRORISME	3,1	0,6
RELATIONS ENTRE LES ACTEURS/PARTIS/COALITIONS POLITIQUES	3,0	0,5
AFFAIRES ETRANGERES ET RELATIONS INTERNATIONALES	2,2	0,5
CULTURE /SPECTACLE/SPORT ET MÉDIAS	1,9	0,5
AUTRES	1,4	0,3
SANTE ET DÉVELOPPEMENT SOCIAL	1,3	0,2
DROITS DE L'HOMME/MINORITES ET JUSTICE	1,2	0,2
INFRASTRUCTURES ET DÉVELOPPEMENT REGIONAL	0,6	0,2
CORRUPTION	0,6	0,1
ENVIRONNEMENT/POLLUTION	0,4	0,0
QUESTIONS DE GENRE	0,2	0,0
RELIGION	0,1	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

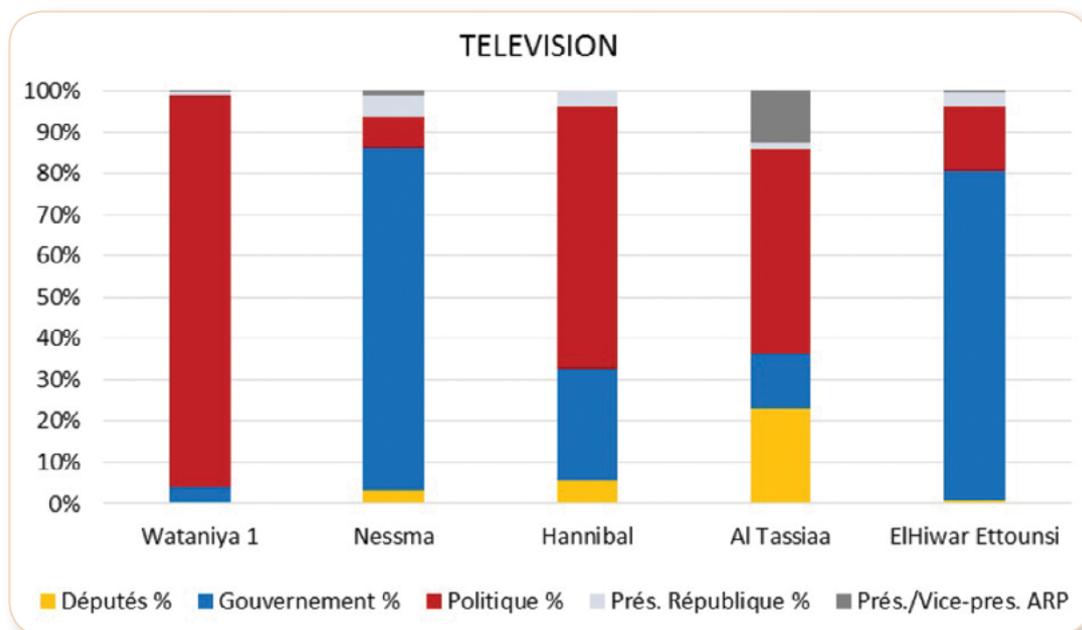
## 2. Temps alloué aux différentes typologies d'acteurs politiques par les différents médias

Les graphiques suivants permettent de mieux préciser la visibilité accordée par chaque média aux différentes typologies d'acteurs politiques : Les députés et les autres politiques, aussi bien candidats que non candidats, et les différents acteurs institutionnels, c'est-à-dire les membres du gouvernement, le Président de la République, le Président et les vice-présidents de l'Assemblée des Représentants du Peuple.

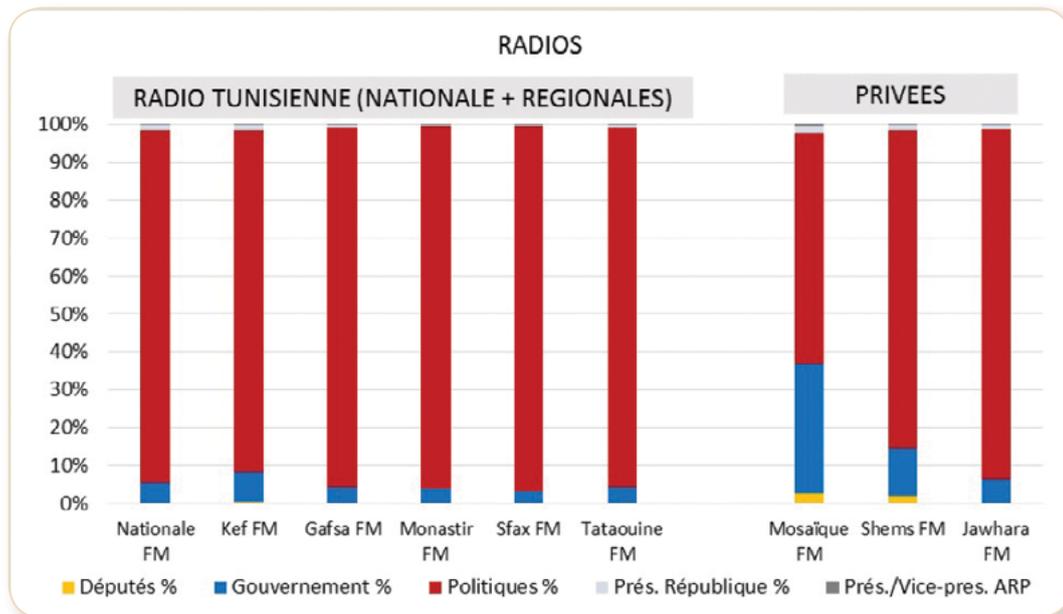
Les chaînes télévisées dévoilent des **choix divergents** : Wataniya 1 a concentré son attention sur les politiques (presque exclusivement les candidats), et réservé aux acteurs institutionnels un temps tout à fait secondaire. En revanche, Nessma et Hiwar Attounsi montrent une approche tout à fait opposée en consacrant essentiellement du temps aux acteurs institutionnels, en tout premier lieu au gouvernement. Al Tassia et Hannibal ont privilégié les politiques candidats et non candidats mais se sont intéressés également, dans des proportions différentes, aux députés et au gouvernement. En outre, Al Tassia est la seule à consacrer un temps significatif à la présidence/vice-présidence de l'ARP.

La situation apparaît très homogène parmi les radios publiques, qui, tout comme la première chaîne télévisée, Wataniya 1, ont focalisé leur attention sur les politiques (presque exclusivement les candidats, comme on verra plus loin). Le même choix a été fait par Jawhara FM et Shems FM, qui toutefois ont réservé un peu plus de temps aux acteurs institutionnels, notamment le gouvernement. Mosaïque FM présente une distribution différente, et consacre un temps d'attention important au gouvernement. Les autres acteurs institutionnels et les députés ont eu soit une visibilité marginale, soit ils étaient absents dans les radios.

*Graphique n° 3 : Pourcentage de temps alloué aux différentes typologies d'acteurs politiques par les TV*



Graphique n° 4 : Pourcentage de temps alloué aux différentes typologies d'acteurs politiques par les radios



Dans les paragraphes suivants, chacune de ces catégories d'acteurs est explorée plus à fond pour mieux comprendre le type de couverture qui lui a été dédiée : tout d'abord les politiques, candidats et non candidats, ensuite les acteurs institutionnels.

### 3. Couverture des politiques candidats et non candidats

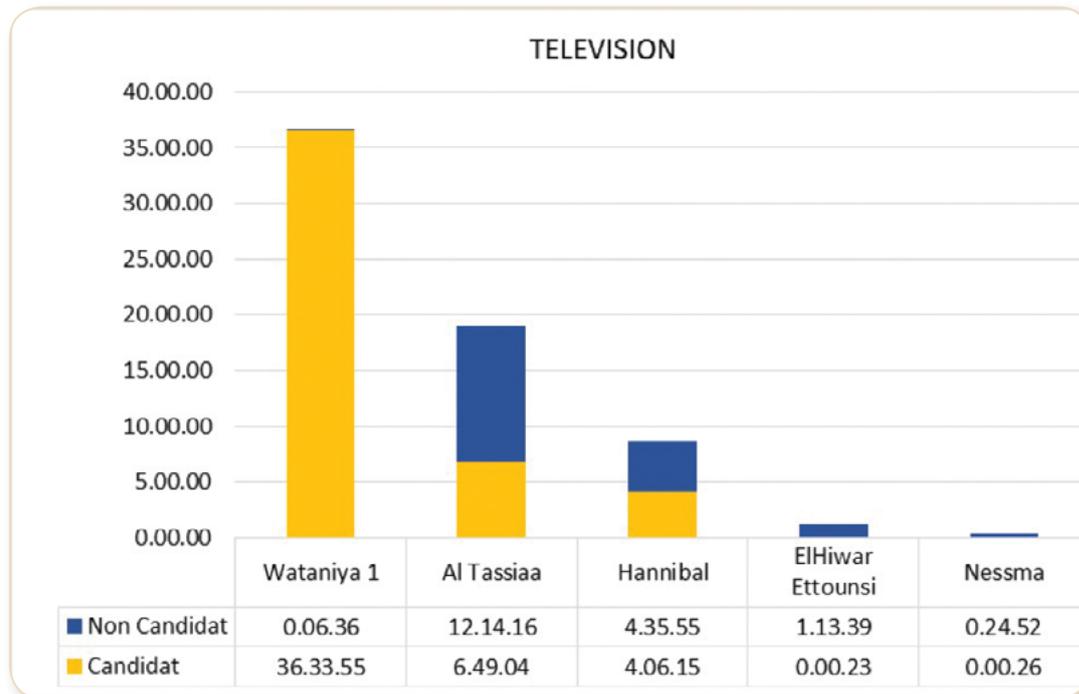
Les deux graphiques suivants, le premier pour les télévisions et le deuxième pour les radios, mesurent le degré d'intérêt prêté par les différents médias aux acteurs politiques candidats et non candidats, et permettent d'apprécier les différentes **stratégies de couverture de la campagne électorale**.

En effet, les médias audiovisuels tunisiens analysés n'ont pas été homogènes dans leurs stratégies. Des choix très divergents ont été observés parmi les chaînes télévisées :

- 1) La chaîne publique Wataniya 1 a planifié une couverture large et constante de la campagne. Elle s'est focalisée sur les candidats aux élections municipales, en minimisant le temps alloué aux politiques non candidats. Son effort de couverture se traduit par plus de 36 heures allouées aux candidats.
- 2) Les chaînes privées Al Tassiaa et Hannibal TV n'ont pas ignoré la campagne mais ils ont privilégié les non candidats par rapport aux candidats. Elles ont consacré, respectivement, à ces derniers environ 7 heures et 4 heures.

3) Les chaînes privées Nessma et Hiwar Attounsi ont été « silencieuses » : elles ont fait le choix de ne pas couvrir la campagne électorale, et donc accordé une attention minimale même aux politiques non candidats

Graphique n° 5 : Temps alloué aux candidats et aux non candidats par les TV



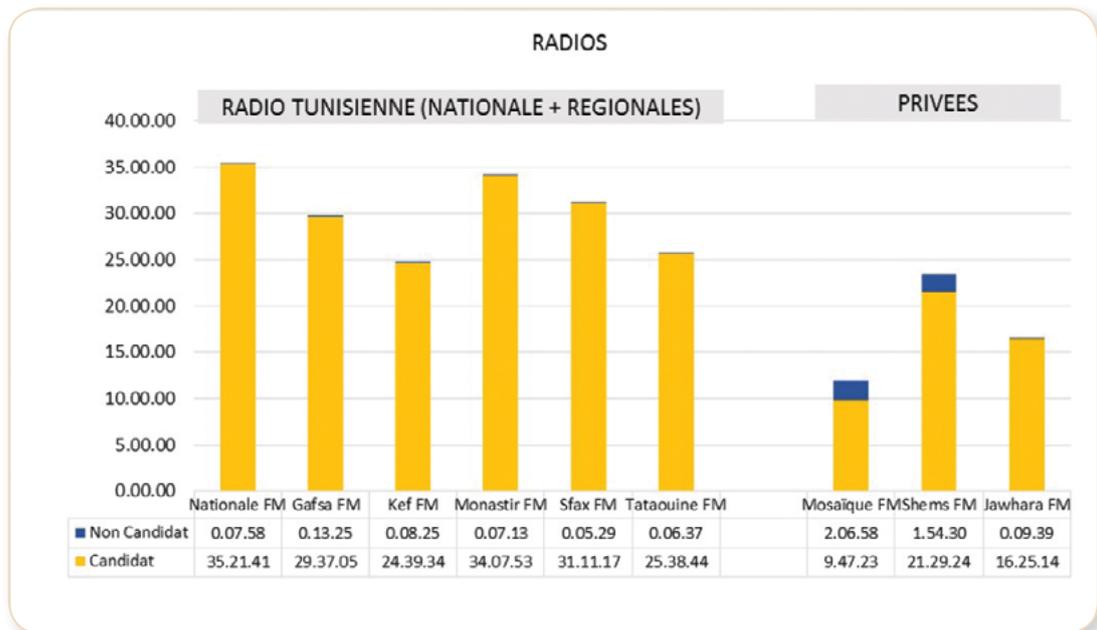
Parmi les radios, on remarque des différences au niveau de l'ampleur de la couverture allouée aux candidats. Mais les radios publiques et privées ont toutes manifesté un intérêt évident pour les protagonistes de cette campagne, et un engagement à fournir au public les informations sur le processus électoral. Elles ont également contribué à sensibiliser les électeurs en diffusant des spots et des messages dans le cadre de leurs émissions.

La radio publique a planifié la couverture des listes candidates sur la base d'une répartition du territoire parmi les stations nationales (Radio nationale, Radio Jeunes et Radio Culturelle) et les cinq stations locales (Gafsa, Kef, Monastir, Sfax et Tataouine) pour assurer que les différentes listes et les différentes régions reçoivent une visibilité et un accès adéquats. Ce plan de couverture a été communiqué à la HAICA avant le début de la campagne électorale. Cet effort est quantifiable en plus de 180 heures consacrées aux candidats.

Les radios privées analysées ont accordé aux candidats un temps d'attention qui varie entre 10 heures (Mosaïque FM) et 21 heures (Shems FM) pendant la campagne électorale.

A la différence de la Radio Tunisienne, les radios privées ont ouvert leur antenne aussi à un certain nombre d'acteurs politiques non candidats.

Graphique n° 6 : Temps alloué aux candidats et aux non candidats par les radios



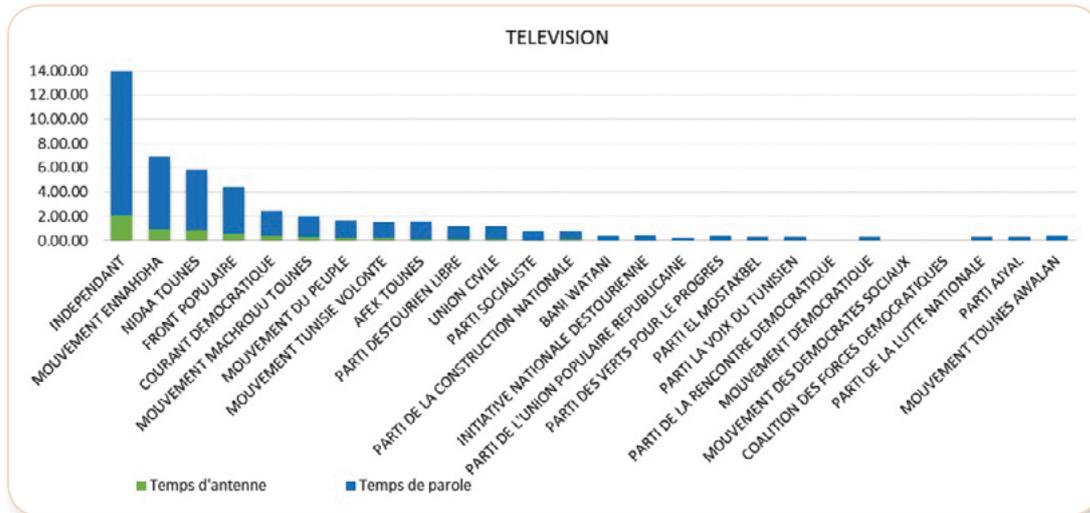
## 2. Couverture des listes des candidats dans l'ensemble des médias

Les graphiques qui suivent donnent une vue d'ensemble sur la couverture des listes des candidats par l'ensemble des médias, toutes télévisions et radios confondues.

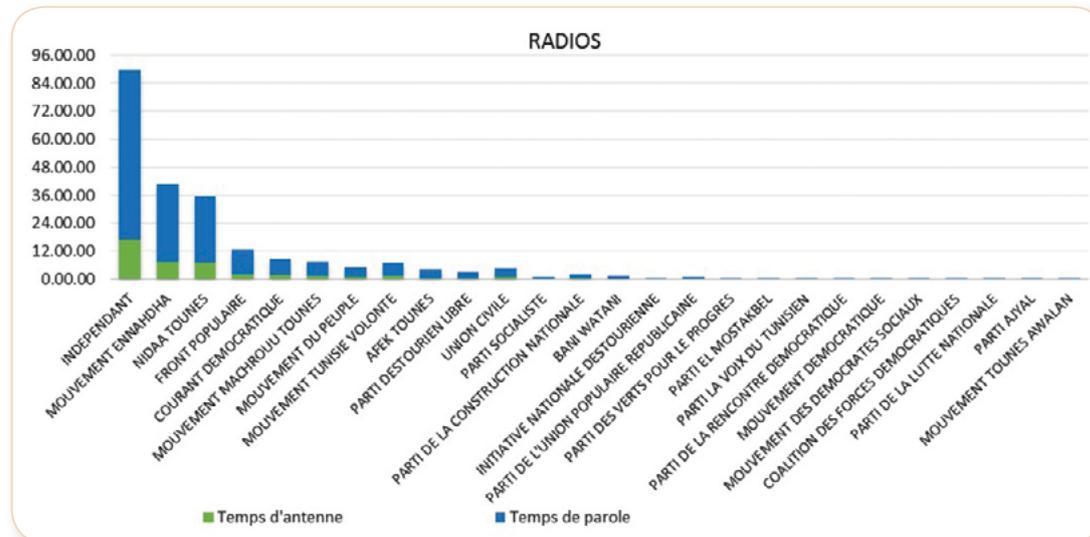
Aussi bien à la télévision qu'à la radio, ce sont **les listes indépendantes qui ont reçu la plus grande couverture**, conformément aux règles en vigueur. Il s'agit en grande partie du temps de parole, signe que les médias ont essayé d'assurer l'accès direct des candidats à l'antenne. L'écart entre les indépendants et les autres listes est mieux respecté par les radios. **Exception faite de la chaîne de télévision publique, les autres chaînes de télévision ont généralement moins couvert les listes indépendantes et privilégié les grandes formations politiques.**

**Le Mouvement Ennahdha a eu plus de visibilité que Nidaa Tounes** (14,6% contre 12,3% à la télévision et 17,9% contre 15,6% à la radio) et les principaux partis (Front populaire, Courant démocratique, Machrouu Tounes, Mouvement du peuple, Afek Tounes) ont trouvé un meilleur accès dans les chaînes télévisées. Ces données sont explorées plus à fond dans le chapitre suivant, qui présente les résultats par média.

Graphique n° 7 : Couverture des listes des candidats par les TV



Graphique n° 8 : Couverture des listes des candidats par les radios



Les listes des candidats ont obtenu aussi bien à la radio qu'à la télévision une **couverture neutre**.

En effet une approche impartiale et dénuée de jugements dans la présentation des candidats a été constatée dans un pourcentage de temps très élevé, et très similaire pour les deux types de support :

- **99,6% pour l'ensemble des chaines télévisées et**
- **99,7% pour l'ensemble des stations radio.**

Ce résultat est dû probablement aux formats utilisés par la plupart des médias pour la présentation des listes, qui prévoyait généralement un traitement « standard » et un temps de parole pour tous les participants.

Les deux tableaux suivants affichent le **Top 10 des listes indépendantes** dans l'ensemble des télévisions et dans l'ensemble des radios.

*Tableau n° 3 : Top 10 des listes indépendantes à la télévision*

LISTE	Temps de couverture
LISTE GHODWA KHIR MANOUBA	0.31.31
LISTE RJEL W NSSA KRAM	0.23.24
LISTE AL TAHADI BEJA	0.22.46
LISTE AMAL ZAGHOUAN	0.19.21
LISTE METLAOUI AWALAN	0.18.21
LISTE RAJÂA ET SOUMOUD	0.18.16
LISTE AL TOUMOUIH BKALTA MONASTIR	0.18.06
LISTE CHABAB RAOUED AL HOR	0.18.05
LISTE AWLED MANOUBA	0.18.01
LISTE GHAZELA	0.17.59
<b>TOTAL</b>	<b>3.25.50</b>

*Tableau n° 4 : Top 10 des listes indépendantes à la radio*

LISTE	Temps de couverture
LISTE AL AMAL SILIANA	0.23.45
LISTE AL MOTSTAKBEL SIDI BENNOUR MONASTIR	0.21.53
LISTE AL IRADA FAHES ZAGHOUAN	0.19.18
LISTE AL MOWATANA W TANMIYA	0.19.10
LISTE MIN AJL KAIROUAN	0.18.42
LISTE IZDIHAR MONASTIR	0.18.20
LISTE EL AMANA MONASTIR KSAR HELAL	0.17.58
LISTE SOUKRA MDINETNA	0.17.46
LISTE AL AAHED AMIRET TOUAZRA MONASTIR	0.17.42
LISTE KARAMA KAIROUAN	0.17.20
<b>TOTAL</b>	<b>3.11.54</b>

## 5. Respect des seuils de couverture pour les différentes listes de candidats

L'Article 18 de la **Décision conjointe** entre l'Instance supérieure indépendante pour les élections et la Haute autorité indépendante de la communication audiovisuelle du 14 février 2018, et son amendement du 13 avril 2018, **établit que** les médias audiovisuels sont tenus pendant la campagne de fournir une couverture qui soit proportionnelle au nombre des listes candidates conformément aux critères suivants :

Tableau n° 5 : Répartition de la couverture établie par la Décision conjointe

Affiliation	Nombre de listes	Total catégorie	Taux de couverture par liste	Taux de couverture par catégorie
INDEPENDANT	860	860	36	36%
MOUVEMENT ENNAHDHA	350	695	12,5	25%
NIDAA TOUNES	345		12,5	
FRONT POPULAIRE	120	258	7	15%
COURANT DEMOCRATIQUE	69		4	
MOUVEMENT MACHROUU TOUNES	69		4	
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	46	196	3	13%
AFEK TOUNES	43		3	
MOUVEMENT DU PEUPLE	40		3	
UNION CIVILE	36		2	
PARTI DESTOURIEN LIBRE	31		2	
PARTI DE LA CONSTRUCTION NATIONALE	15	49	1,5	6%
PARTI SOCIALISTE	12		1,5	
BANI WATANI	9		1	
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	7		1	
PARTI DE L'UNION POPULAIRE REPUBLICAINE	6		1	
PARTI DE LA RENCONTRE DEMOCRATIQUE	3	16	0,5	5%
COALITION DES FORCES DEMOCRATIQUES	3		0,5	
PARTI AJYAL	2		0,5	
PARTI LA VOIX DU TUNISIEN	2		0,5	
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	1		0,5	
PARTI EL MOSTAKBEL	1		0,5	
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	1		0,5	
MOUVEMENT DES DEMOCRATES SOCIAUX	1		0,5	
PARTI DES VERTS POUR LE PROGRES	1		0,5	
PARTI DE LA LUTTE NATIONALE	1		0,5	
<b>Total</b>	<b>2074</b>	<b>2074</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Toutes les chaînes de télévision et de radio qui diffusent à l'échelle nationale étaient donc appelées à respecter les taux de couverture exposés dans le tableau ci-dessus. Les chaînes régionales étaient également tenues d'assurer l'équité sur la base de la proportionnalité au niveau géographique, conformément à la zone de diffusion desdites chaînes, telle que fixée dans les conventions de licence.

Le tableau n° 6 présente une vision d'ensemble sur les médias diffusant au niveau national afin de vérifier combien ils se sont approchés ou tout au contraire éloignés des taux de couverture demandés. Il affiche le pourcentage de temps alloué par ces médias aux différentes listes candidates. La première colonne présente le **seuil de référence**, c'est-à-dire le quota de temps qui devrait être alloué à chaque liste, sur la base de sa présence dans les circonscriptions électorales et conformément à la Décision conjointe.

Il faut rappeler que ce seuil de référence s'applique seulement aux médias qui diffusent sur l'ensemble du territoire tunisien, tandis que pour les médias régionaux le seuil, calculé sur base régionale et selon un critère de proportionnalité, est visible dans les graphiques relatifs à chaque média. Concernant la Radio nationale, elle a réparti la couverture de la campagne à travers tout le territoire sur les différentes radios publiques. Pour cette raison, même si la Radio Nationale diffuse sur l'ensemble du territoire national, son seuil théorique à respecter est calculé sur base régionale, précisément sur les huit gouvernorats qu'elle était censée couvrir.

*Tableau n° 6 : Pourcentage de temps alloué aux listes candidates par les médias à diffusion nationale*

Liste des candidats	Seuil de référence	Wataniya 1 (%)	Hannibal (%)	Al Tassiaa (%)	Mosaïque (%)	Shems (%)
INDEPENDANT	36	28,4	18,9	42,3	41,7	39,4
MOUVEMENT ENNAHDHA	12,5	15,1	13,9	11,9	12,3	11,5
NIDAA TOUNES	12,5	13,0	8,7	10,8	12,8	11,7
FRONT POPULAIRE	7	9,3	6,2	11,1	6,8	5,9
COURANT DEMOCRATIQUE	4	5,1	5,1	5,3	5,4	4,4
MOUVEMENT MACHROUU TOUNES	4	4,9	3,2	1,2	3,2	2,5
MOUVEMENT DU PEUPLE	3	3,4	5,3	2,7	2,2	2,6
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	3	2,7	5,4	4,5	1,7	2,9
AFEK TOUNES	3	3,2	5,7	2,4	2,9	3,0
PARTI DESTOURIEN LIBRE	2	2,5	6,2	0,0	0,5	2,3
UNION CIVILE	2	1,8	6,5	3,9	3,0	2,3
PARTI SOCIALISTE	1,5	1,8	3,2	0,0	0,9	1,7
PARTI DE LA CONSTRUCTION NATIONALE	1,5	1,7	2,4	1,3	1,5	1,3
BANI WATANI	1	0,1	3,3	2,6	0,9	1,1

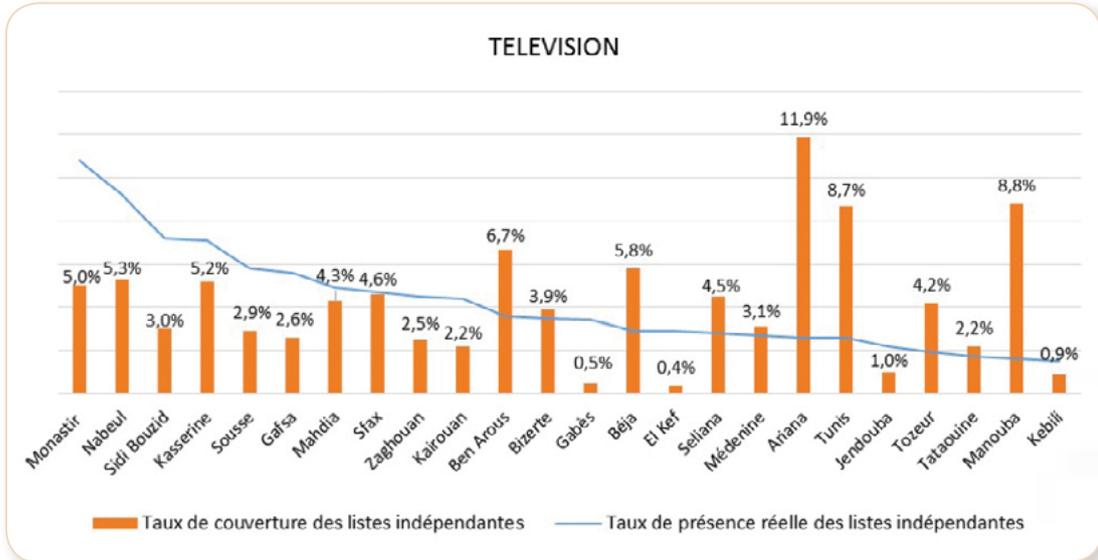
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	1	0,8	3,0	0,0	0,9	0,7
PARTI DE L'UNION POPULAIRE REPUBLICAINE	1	0,3	3,0	0,0	1,1	1,1
PARTI DES VERTS POUR LE PROGRES	0,5	0,9	0,0	0,0	0,2	0,6
PARTI EL MOSTAKBEL	0,5	0,8	0,0	0,0	0,2	0,5
PARTI LA VOIX DU TUNISIEN	0,5	0,8	0,0	0,0	0,3	0,6
PARTI DE LA RENCONTRE DEMOCRATIQUE	0,5	0,0	0,0	0,0	0,4	0,6
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	0,5	0,8	0,0	0,0	0,2	0,6
MOUVEMENT DES DEMOCRATES SOCIAUX	0,5	0,0	0,0	0,0	0,2	0,4
COALITION DES FORCES DEMOCRATIQUES	0,5	0,0	0,0	0,0	0,5	0,6
PARTI DE LA LUTTE NATIONALE	0,5	0,9	0,0	0,0	0,0	0,6
PARTI AJYAL	0,5	0,8	0,0	0,0	0,3	0,6
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	0,5	0,9	0,0	0,0	0,2	0,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## 6. Couverture des listes indépendantes par gouvernorat

Les graphiques suivants, focalisés exclusivement sur les listes indépendantes, permettent d'évaluer si l'attention allouée à ces listes a respecté l'équilibre territorial. L'histogramme de couleur orange affiche le quota de temps réservé par l'ensemble des médias aux listes indépendantes représentées dans les différents gouvernorats. La ligne bleue, qui représente une valeur de référence, résume la distribution effective de ces listes dans le même territoire.

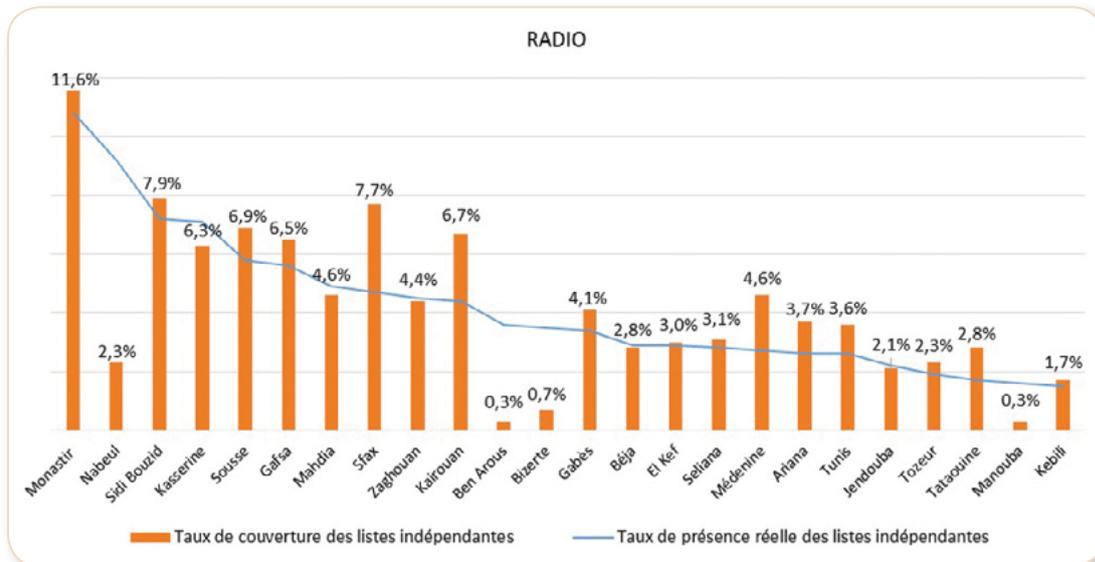
Le graphique qui concerne la télévision montre un fort décalage entre le taux « idéal » de couverture et le taux de couverture effectivement alloué aux listes indépendantes des différents gouvernorats. Les télévisions nationales dans leur ensemble ont présenté une tendance à privilégier les listes du Grand Tunis (gouvernorats de l'Ariana, Tunis, Manouba, Ben Arous). La plupart des autres gouvernorats sont sous-représentés, exclusion faite pour Béja, Séliana et Tozeur. Ce résultat semble découler principalement de la couverture peu structurée et peu planifiée des chaînes privées.

Graphique n° 9 : Couverture des listes indépendantes par gouvernorat (TV)



Par contre, les radios ont réussi à mieux représenter les candidats indépendants des différentes régions, et à en restituer une image plus équilibrée et plus proche du réel. On remarque toutefois dans le graphique n° 10 que les listes de certains gouvernorats sont sous-représentées (par exemple Manouba, Ben Arous, Bizerte et Nabeul) et d'autres sont surreprésentées (par exemple Sfax, Sousse, Médenine, Kairouan). Ce résultat découle en partie du fait que certains gouvernorats étaient couverts par plusieurs radios de notre échantillon (par exemple, Sfax FM et Jawhara FM assuraient la couverture de Sfax), et d'autres étaient couverts par des radios qui n'étaient pas incluses dans cet échantillon.

Graphique n° 10 : Couverture des listes indépendantes par gouvernorat (radios)



## 7. Couverture des non candidats par appartenance

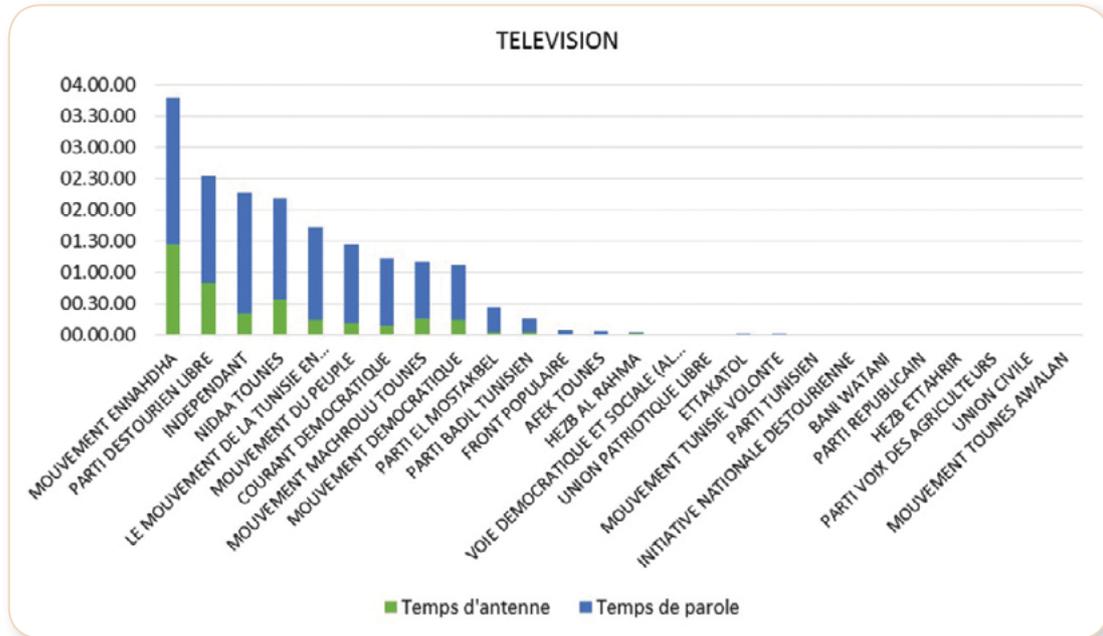
Le graphique n° 11 ajoute une information importante, concernant l'attention réservée par les médias analysés aux acteurs politiques non candidats et à leur affiliation politique.

Il s'agit au total de 18h 35m 18s de temps de diffusion à la télévision, et de 5 heures à la radio.

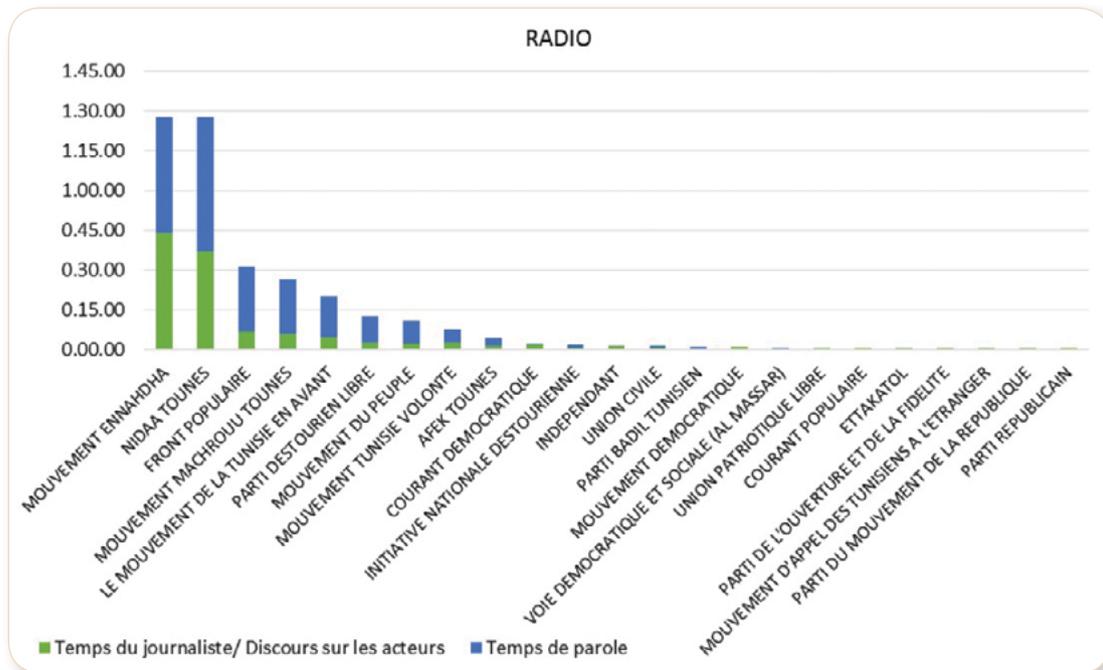
Les chaînes télévisées ont accordé la plus grande visibilité au Mouvement Ennahdha (20%), qui a reçu presque le double du temps réservé à son principal adversaire politique, Nidaa Tounes (12%). Il faut toutefois noter que Ennahdha dépasse les autres partis surtout en raison du temps d'antenne alloué, c'est-à-dire en tant que « objet de discours », tandis que sur le temps de parole, la distance entre les deux partis se réduit.

Sur les radios, on observe un équilibre presque parfait entre le Mouvement Ennahdha et Nidaa Tounes, et une attention moindre pour les autres partis.

Graphique n° 11 : Temps alloué aux non candidats (TV)



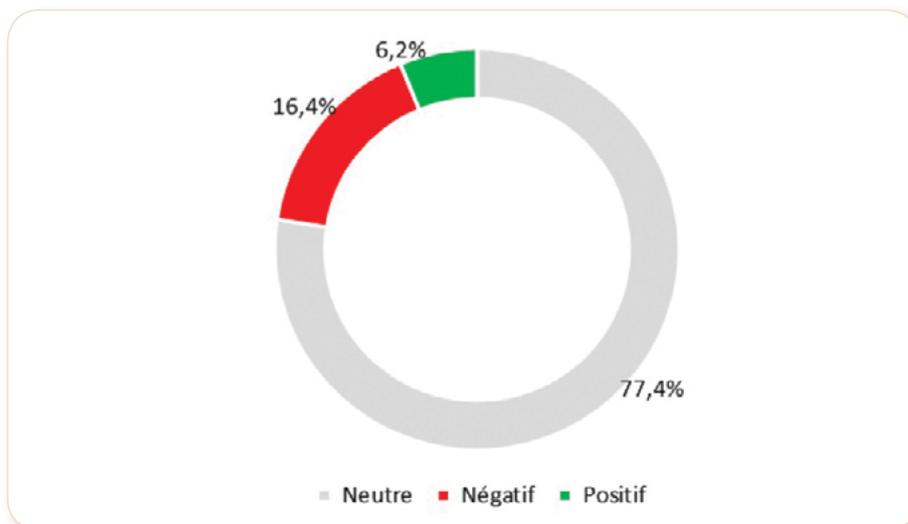
Graphique n° 12 : Temps alloué aux non candidats (radio)



Par rapport aux candidats, qui étaient présentés de manière neutre dans la presque totalité des cas, **les non candidats ont reçu plus souvent des évaluations négatives ou positives** de la part des journalistes ou d'autres personnes qui se sont exprimés dans les émissions.

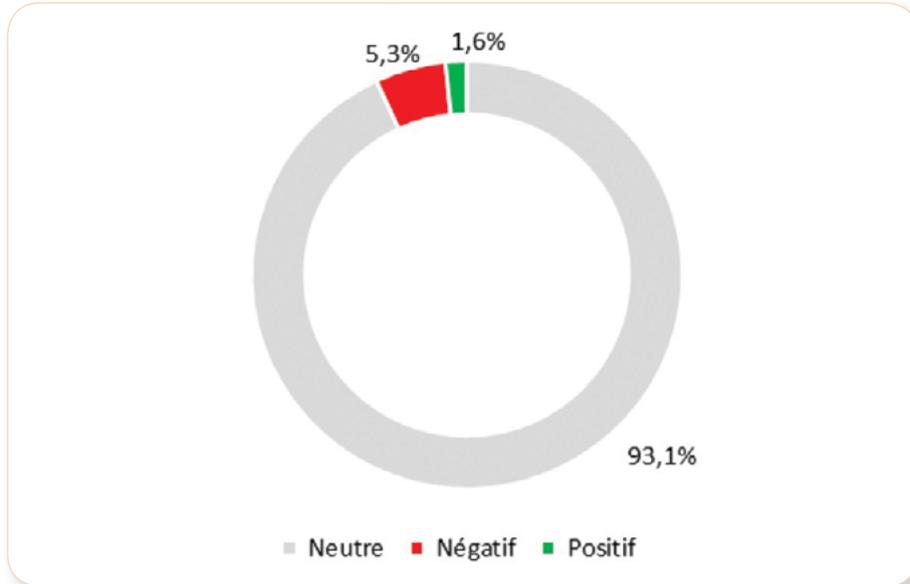
L'attitude est plus défavorable pour les politiques dans les chaînes télévisées, et **les voix critiques se manifestent le plus souvent dans le cadre des émissions d'information et de débats des chaînes privées**. Les partis les plus touchés par les critiques sont le Parti destourien libre et le Mouvement Ennahdha, tandis que le quota de commentaires positifs visible dans le graphique n° 13 sont adressés en priorité au Mouvement du peuple et au Parti Badil Tunisien. Certains partis, comme Machroux Tounes, Nidaa Tounes et le Mouvement de la Tunisie en avant reçoivent une bonne dose de commentaires positifs, mais également négatifs.

*Graphique n° 13 : Evaluations exprimées sur les politiques non candidats dans les TV*



**Les radios présentent dans la plupart des cas une approche neutre.** Les tons critiques de la part des journalistes ou d'autres commentateurs sont plus récurrents sur les ondes de Mosaïque FM, plus rares sur Shems FM, et presque inexistantes sur les autres stations. Les partis les plus pénalisés par les critiques sont le Mouvement Ennahdha et Nidaa Tounes, plus ou moins dans la même proportion.

Graphique n° 14 : Evaluations exprimées sur les politiques non candidats dans les radios



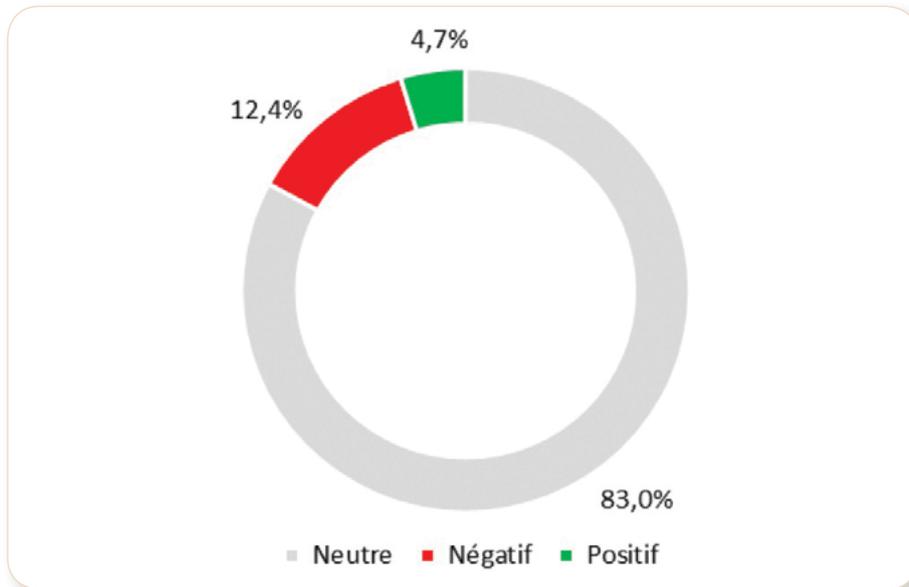
## 8. Couverture des acteurs institutionnels

Dans les médias analysés, le **Président de la République** a reçu un temps d'attention équivalent à :

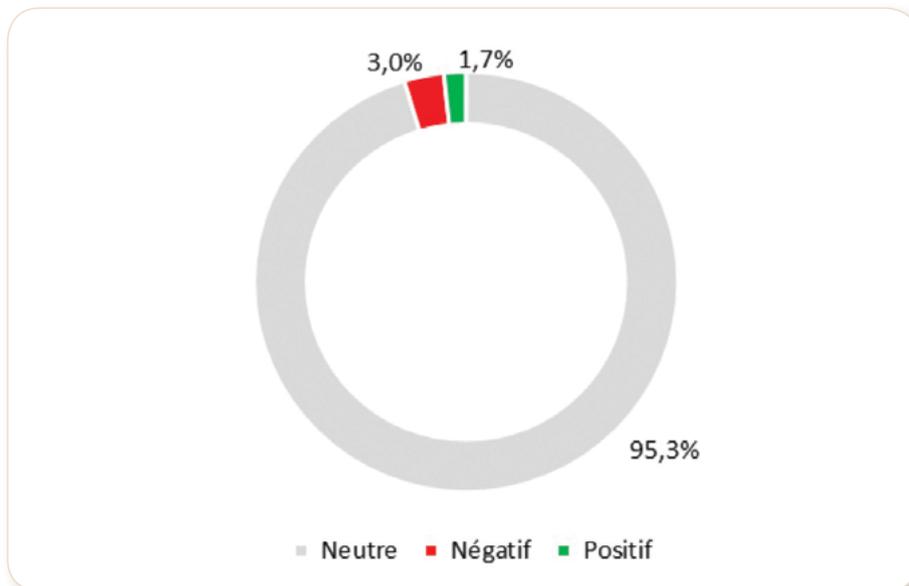
- 1h 42m 52s (dont environ 28 minutes de temps de parole) à la télévision.
- 2h 44m 46s (dont environ 23 minutes de temps de parole) à la radio.

Pour la plupart de ce temps il a reçu une couverture neutre, mais aussi il faut noter un taux considérable de tons critiques à son encontre à la télévision. Les chaînes qui contribuent majoritairement à véhiculer ce jugement négatif sont Hiwar Attounsi et Hannibal TV.

Graphique n° 15 : Evaluations exprimées sur le président de la République dans les TV



Graphique n° 16 : Evaluations exprimées sur le président de la République dans les radios



Le **gouvernement** a reçu une couverture d'environ 17 h 01m 35s à la télévision (dont 12 heures et 5 minutes allouées aux ministres, et le reste aux secrétaires d'Etat) et 19h 55m 04s à la radio (dont 18h 44m aux ministres). Les tableaux suivants présentent **les ministres** en ordre décroissant de médiatisation, d'abord pour les télévisions, ensuite pour les radios.

Youssef Chahed, chef du gouvernement, a été constamment évoqué ou interpellé sur les activités gouvernementales.

Le temps important alloué à Riadh Mouakher, notamment à la télévision, s'explique par le fait qu'il est le ministre de l'Environnement et des Affaires locales, ces dernières étant évidemment au cœur du discours public pendant cette période. Le ministre a été souvent invité aux émissions d'information pour parler du code des collectivités locales, discuté au sein de l'ARP pendant la campagne électorale.

Le ministre de l'Education Hatem Ben Salem était aussi très sollicité par les médias en raison de la grève des enseignants des écoles secondaires et du conflit qui a opposé le ministère et les syndicats du secteur.

Omar Behi, ministre du Commerce, est intervenu souvent à propos de la grève des taxi et des prix de consommation, y compris la question du contrôle de prix pendant le mois de ramadan.

*Tableau n° 7 : Médiatisation des ministres dans les TV*

MEMBRES DU GOUVERNEMENT	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	% DU TOTAL
RIADH MOUAKHER (MINISTRE DE L'ENVIRONNEMENT ET DES AFFAIRES LOCALES)	0.34.10	1.59.18	2.33.28	21,2
YOUSSEF CHAHED (CHEF DU GOUVERNEMENT)	1.42.13	0.29.37	2.11.50	18,2
OMAR BEHI (MINISTRE DU COMMERCE)	0.30.02	1.24.09	1.54.11	15,7
MEHDI BEN GHARBIA (M.DES R.INSTANCES CONSTITUTIONNELLES)	0.09.34	1.06.38	1.16.12	10,5
HATEM BEN SALEM (MINISTRE DE L'EDUCATION)	0.26.02	0.47.27	1.13.29	10,1
MABROUK KOURCHID (MINISTRE DES DOMAINES DE L'ÉTAT)	0.13.25	0.28.06	0.41.31	5,7
MOHAMED TRABELSI (MINISTRE DES AFFAIRES SOCIALES)	0.05.28	0.10.23	0.15.51	2,2
MAJDOULINE CHERNI (MINISTRE DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS)	0.12.23	0.00.58	0.13.21	1,8

SAMIR TAIEB (MINISTRE DE L'AGRICULTURE)	0.06.26	0.05.21	0.11.47	1,6
LOTFI BRAHEM (MINISTRE DE L'INTERIEUR)	0.06.42	0.03.34	0.10.16	1,4
TAOUFIK RAJHI (MINISTRE CHARGE DES GRANDES REFORMES)	0.07.24	0.01.01	0.08.25	1,2
GHAZI JERIBI (MINISTRE DE LA JUSTICE)	0.04.39	0.03.17	0.07.56	1,1
KHEMAIES JHINAOUI (MINISTRE DES AFFAIRES ETRANGERES)	0.04.18	0.03.05	0.07.23	1,0
IMED HAMMAMI (MINISTRE DE LA SANTE)	0.05.11	0.01.50	0.07.01	1,0
ABDELKARIM ZBIDI (MINISTRE DE LA DEFENSE NATIONALE)	0.04.27	0.02.25	0.06.52	0,9
MOHAMED ZINE ELABIDINE (MINISTRE DES AFFAIRES CULTURELLES)	0.05.11	0.01.05	0.06.16	0,9
SLIM KHALBOUSS (MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR)	0.04.46	0.00.37	0.05.23	0,7
RADHOUANE AYARA (MINISTRE DU TRANSPORT)	0.04.10	0.00.46	0.04.56	0,7
ANOUAR MAAROUFI (M.DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION)	0.00.41	0.03.08	0.03.49	0,5
IYED DAHMANI (MINISTRE CHARGE DES RELATIONS AVEC LE PARLEMENT)	0.03.02	0.00.20	0.03.22	0,5
RIDHA CHALGHOUM (MINISTRE DES FINANCES)	0.01.55	0.01.21	0.03.16	0,5
FAOUZI ABDERRAHMAN (MINISTRE DE L'EMPLOI ET DE LA FORMATION)	0.01.20	0.01.40	0.03.00	0,4
NAZIHA ABIDI (MINISTRE DE LA FEMME)	0.01.16	0.01.42	0.02.58	0,4
SLIM FERYENI (MINISTRE DE L'INDUSTRIE ET DES PME)	0.00.46	0.01.56	0.02.42	0,4
SALMA ELLOUMI (MINISTRE DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT)	0.01.33	0.00.42	0.02.15	0,3
ZIED LAADHARI (MINISTRE DU DEVELOPPEMENT DE L'INVESTISSEMENT)	0.00.22	0.01.46	0.02.08	0,3
MOHAMED SALAH ARFAOUI (MINISTRE DE L'ÉQUIPEMENT DE L'HABITAT)	0.00.48	0.01.12	0.02.00	0,3
AHMED ADHOUM (MINISTRE DES AFFAIRES RELIGIEUSES)	0.01.04	0.00.51	0.01.55	0,3
KHALED KADDOUR (MINISTRE DE L'ENERGIE, DES MINES ..)	0.00.57	0.00.30	0.01.27	0,2
<b>TOTAL</b>	<b>5.00.15</b>	<b>7.04.45</b>	<b>12.05.00</b>	<b>100,0</b>

Tableau n° 8 : Médiatisation des ministres dans les radios

MEMBRES DU GOUVERNEMENT	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	% DU TOTAL
YOUSSEF CHAHED (CHEF DU GOUVERNEMENT)	4.02.02	1.00.24	5.02.26	26,9
HATEM BEN SALEM (MINISTRE DE L'EDUCATION)	1.18.20	0.42.48	2.01.08	10,8
OMAR BEHI (MINISTRE DU COMMERCE)	0.29.50	0.47.57	1.17.47	6,9
MOHAMED TRABELSI (MINISTRE DES AFFAIRES SOCIALES)	0.41.49	0.24.16	1.06.05	5,9
LOTFI BRAHEM (MINISTRE DE L'INTERIEUR)	0.38.58	0.19.52	0.58.50	5,2
MEHDI BEN GHARBIA (M.DES R.INSTANCES CONSTITUTIONNELLES)	0.22.41	0.29.16	0.51.57	4,6
SAMIR TAIEB (MINISTRE DE L'AGRICULTURE)	0.16.19	0.35.28	0.51.47	4,6
RIADH MOUAKHER (MINISTRE DE L'ENVIRONNEMENT ET DES AFFAIRES LOCALES)	0.16.00	0.33.10	0.49.10	4,4
IYED DAHMANI (MINISTRE CHARGE DES RELATIONS AVEC LE PARLEMENT)	0.20.58	0.16.03	0.37.01	3,3
IMED HAMMAMI (MINISTRE DE LA SANTE)	0.24.43	0.10.34	0.35.17	3,1
AHMED ADHOUM (MINISTRE DES AFFAIRES RELIGIEUSES)	0.21.59	0.13.08	0.35.07	3,1
ABDELKARIM ZBIDI (MINISTRE DE LA DEFENSE NATIONALE)	0.19.06	0.13.28	0.32.34	2,9
FAOUZI ABDERRAHMAN (MINISTRE DE L'EMPLOI ET DE LA FORMATION)	0.10.32	0.16.23	0.26.55	2,4
SLIM KHALBOUSS (MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR)	0.18.14	0.04.12	0.22.26	2,0
GHAZI JERIBI (MINISTRE DE LA JUSTICE)	0.14.05	0.08.18	0.22.23	2,0
KHEMAIES JHINAQUI (MINISTRE DES AFFAIRES ETRANGERES)	0.15.24	0.05.56	0.21.20	1,9
RADHOUANE AYARA (MINISTRE DU TRANSPORT)	0.11.21	0.09.26	0.20.47	1,8
SLIM FERYENI (MINISTRE DE L'INDUSTRIE ET DES PME)	0.13.55	0.05.54	0.19.49	1,8
MAJDOULINE CHERNI (MINISTRE DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS)	0.07.06	0.06.32	0.13.38	1,2

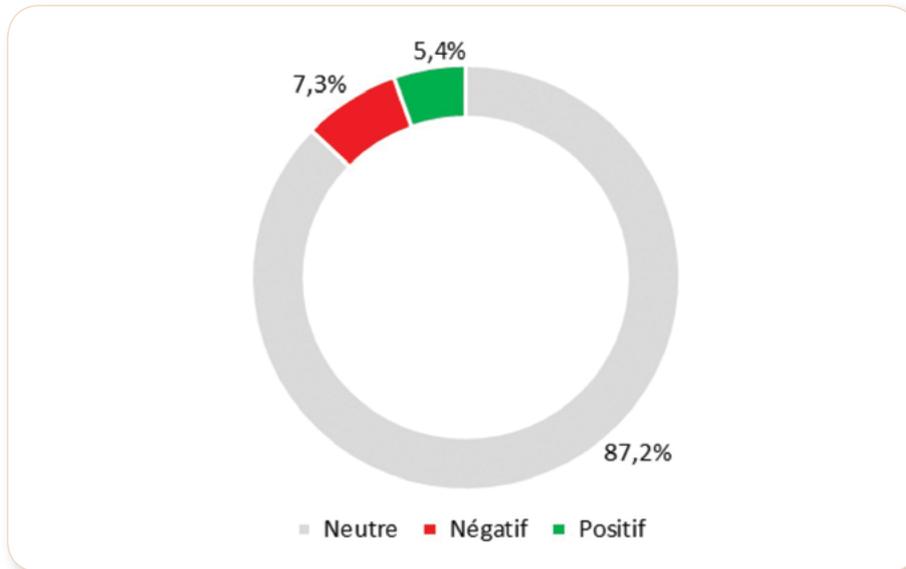
MOHAMED SALAH ARFAOUI (MINISTRE DE L'ÉQUIPEMENT DE L'HABITAT)	0.06.43	0.02.44	0.09.27	0,8
KHALED KADDOUR (MINISTRE DE L'ENERGIE, DES MINES ..)	0.06.02	0.02.29	0.08.31	0,8
NAZIHA ABIDI (MINISTRE DE LA FEMME)	0.07.07	0.01.05	0.08.12	0,7
SALMA ELLOUMI (MINISTRE DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT)	0.05.01	0.02.32	0.07.33	0,7
MOHAMED ZINE ELABIDINE (MINISTRE DES AFFAIRES CULTURELLES)	0.06.03	0.00.00	0.06.03	0,5
RIDHA CHALGHOUM (MINISTRE DES FINANCES)	0.05.26	0.00.00	0.05.26	0,5
ZIED LAADHARI (MINISTRE DU DEVELOPPEMENT DE L'INVESTISSEMENT)	0.04.24	0.00.29	0.04.53	0,4
TAOUFIK RAJHI(MINISTRE CHARGE DES GRANDES REFORMES)	0.03.33	0.00.00	0.03.33	0,3
MABROUK KOURCHID (MINISTRE DES DOMAINES DE L'ÉTAT)	0.03.06	0.00.00	0.03.06	0,3
ANOUAR MAAROUI (M.DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION)	0.01.12	0.00.00	0.01.12	0,1
<b>TOTAL</b>	<b>11.51.59</b>	<b>6.52.24</b>	<b>18.44.23</b>	<b>100,0</b>

Comme il est évident dans les graphiques suivants, **le gouvernement** a été présenté de manière neutre pour la plupart du temps, mais il **a aussi fait l'objet de critiques, surtout à la télévision**, et en particulier sur Al Tassiaa et Hannibal TV.

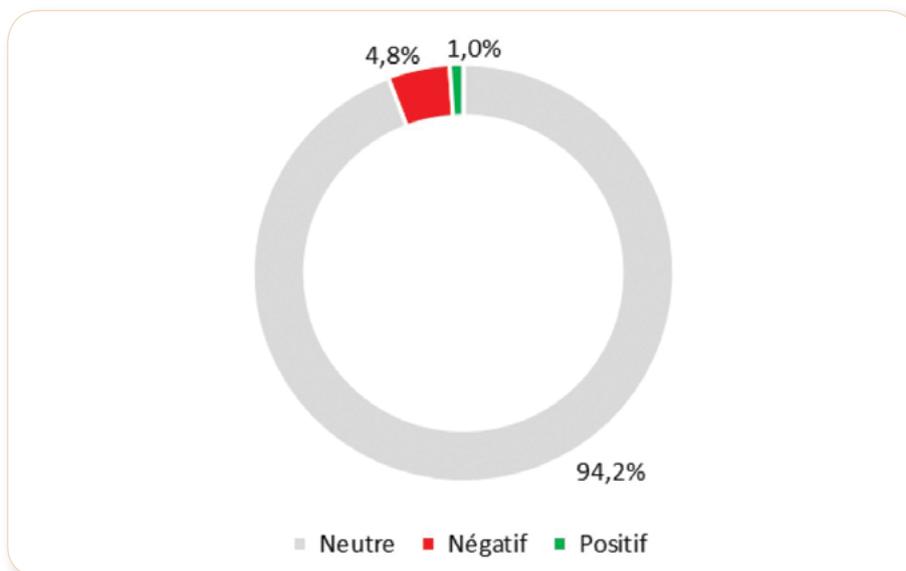
Parmi les ministres les plus médiatisés, le chef du gouvernement Youssef Chahed présente une image plutôt ternie : presque un quart du temps qui lui est alloué à la télévision est de signe négatif. Hatem Ben Salem, ministre de l'Education nationale, a une image controversée, où s'alternent des commentaires positifs et négatifs ayant plus ou moins le même poids, tandis que Riadh Mouakher ministre de l'Environnement et des Affaires locales et Omar Behi, ministre du Commerce, reçoivent plus de commentaires positifs que négatifs.

A la radio, qui privilégie les tons neutres, les quelques jugements négatifs touchent essentiellement le Premier ministre Youssef Chahed et le ministre de l'Education nationale Hatem Ben Salem.

Graphique n° 17 : Evaluations exprimées sur le gouvernement dans les TV



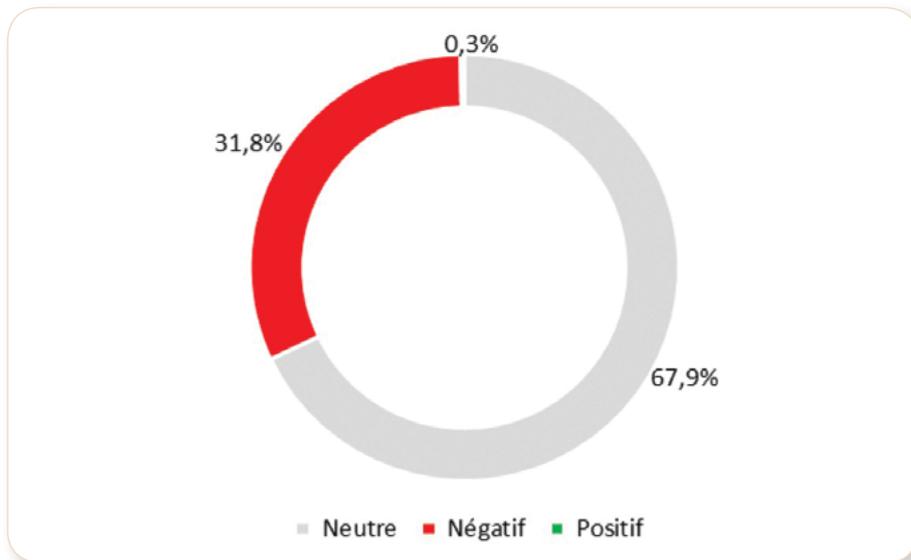
Graphique n° 18 : Evaluations exprimées sur le gouvernement dans les radios



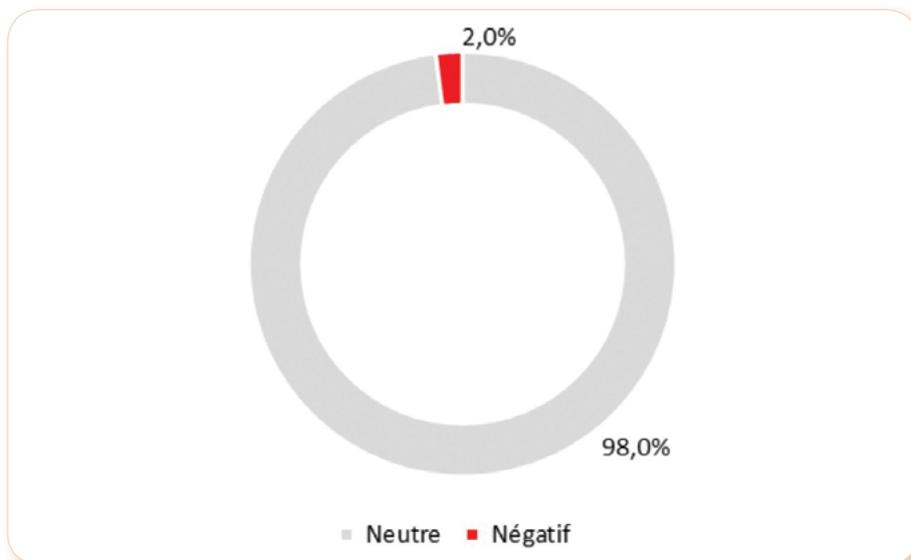
Parmi les acteurs institutionnels, **le Président et les Vice-présidents de l'Assemblée des Représentants du Peuple** ont été quasi absents des radios, en totalisant seulement 30m 43s de temps d'attention dans les 9 stations analysées. En revanche, ils ont eu un temps équivalent à 3h 03m 19s à la télévision. En effet, ils ont reçu une visibilité minimale dans la plupart des télévisions, exception faite de la chaîne Al Tassiaa, qui a invité Abdelfattah Mourou, Vice-président de l'ARP et membre du Mouvement

Ennahdha, à un épisode de l'émission d'information *Khat Ahmar (ligne rouge)*. C'est effectivement à Mourou, ciblé par les critiques du journaliste et des autres invités de l'émission, qu'il faut attribuer le quota élevé de temps négatif visible dans le graphique n° 19.

Graphique n° 19 : Evaluations exprimées sur le Président/Vice-Présidents de l'ARP dans les TV



Graphique n° 20 : Evaluations exprimées sur le Président/Vice-Présidents de l'ARP dans les radios



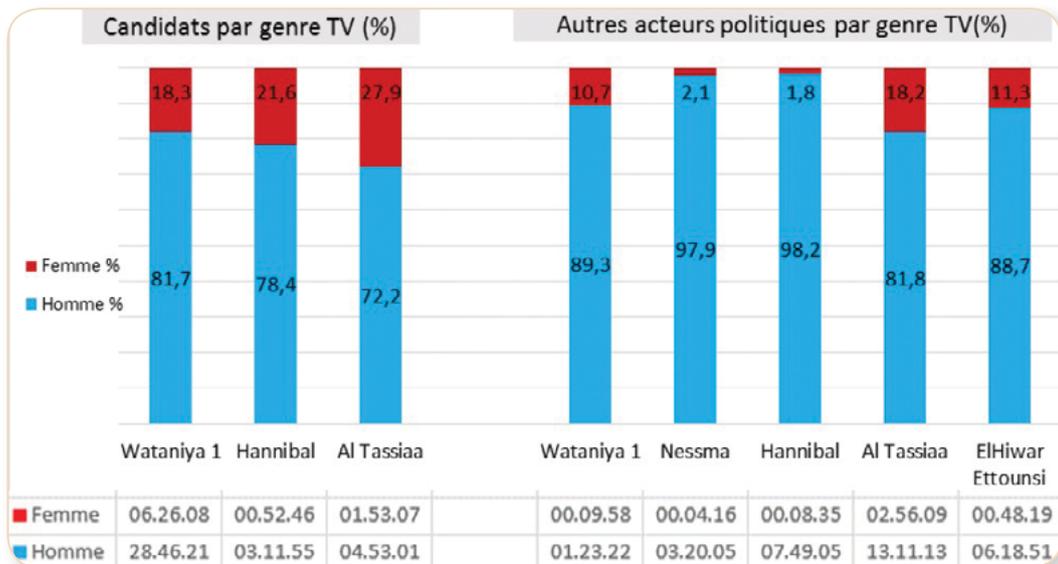
## 9. Répartition du temps alloué par genre parmi les candidats et les autres acteurs politiques par type de média

Les graphiques suivants montrent le niveau d'attention réservée aux femmes parmi les candidats et parmi les autres acteurs politiques, et permettent d'évaluer le respect de l'équilibre de genre dans les différents médias.

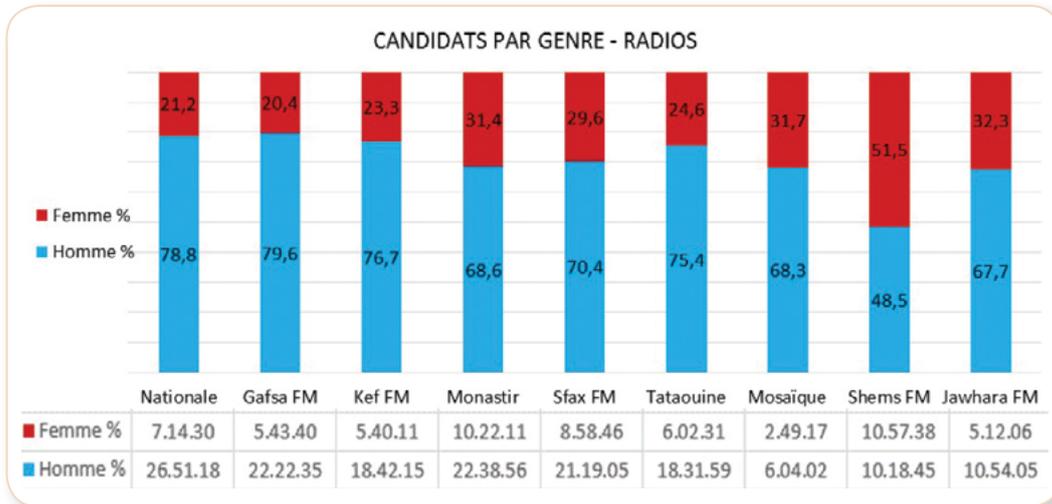
La lecture de ces graphiques permet deux conclusions majeures :

- Aussi bien à la télévision qu'à la radio, **le taux de présence féminine est plus élevé parmi les candidats** que dans la catégorie des autres acteurs politiques. Les principes d'égalité imposés par la loi électorale aux listes des candidats sont probablement à l'origine de ce résultat. Un résultat qui est meilleur par rapport aux taux « habituels » de présence féminine, mais qui est encore loin du niveau de parité souhaité (sauf pour Shems FM, qui a atteint, voire dépassé, le seuil de parité parmi les candidats).
- **Autre remarque : Les taux de présence féminine sont plus favorables dans la catégorie des candidats à la radio qu'à la télévision** : dans le premier cas, ces taux varient entre 20,4% (Gafsa FM) et 51,5% (Shems FM), et sont moyennement plus élevés pour les radios privées. Parmi les chaînes télévisées, c'est Al Tassia qui affiche les meilleurs taux d'attention pour les femmes politiques (27,9% parmi les candidats et 18,2% parmi les non candidats). On rappelle que Nessma et Hiwar Attounsi n'ont pas couvert les candidats, raison pour laquelle leur résultat est absent de cette section du graphique.

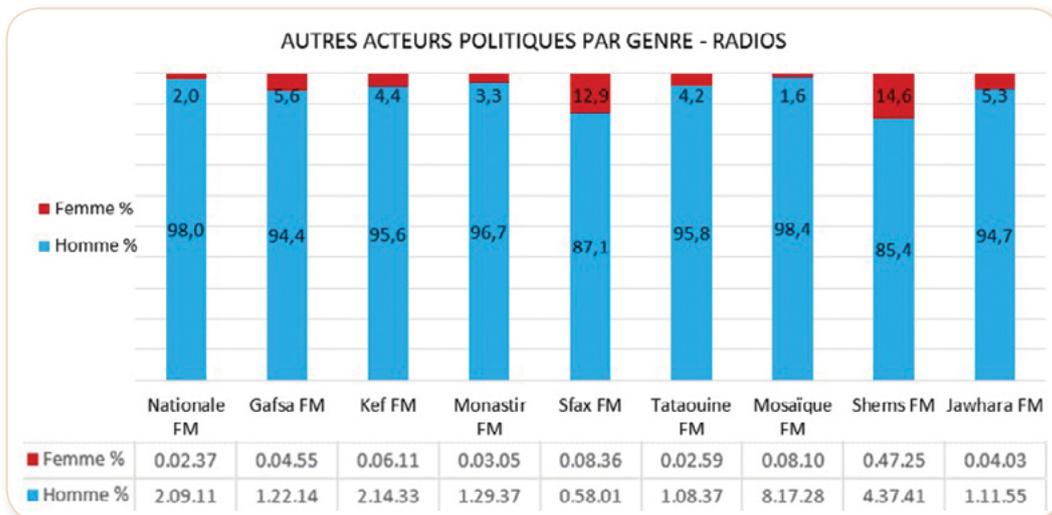
Graphique n° 21 : Pourcentage de temps alloué aux femmes, que ce soit candidates ou non candidates, par les TV



Graphique n° 22 : Pourcentage de temps alloué aux femmes candidates par les radios



Graphique n° 23 : Pourcentage de temps alloué aux femmes non candidates par les radios



## 10. Bonnes et mauvaises pratiques observées

De nombreuses **bonnes pratiques** ont été observées dans la couverture médiatique des élections municipales de 2018 dont voici quelques cas d'étude.

- La chaîne de télévision nationale **Wataniya 1** a diffusé quotidiennement une émission dédiée à la campagne électorale qui a offert un espace d'expression pour les candidats des différentes listes des principales villes du Pays. L'émission a assuré chaque jour la couverture d'une ville différente, ambitionnant en même temps au pluralisme politique et à l'équilibre territorial.
- La **Radio Tunisienne** a élaboré un plan de couverture de la campagne partagé parmi les différentes stations diffusant au niveau national et régional. Ce qui a permis de couvrir le grand nombre de listes candidates dans les différentes circonscriptions, et de cibler les populations locales avec des informations pertinentes, focalisées sur les listes candidates au niveau régional. Il s'agit d'un travail de proximité sans doute crucial dans le cas d'élections municipales. Les émissions, qui présentaient le même format sur les différentes stations, ont été généralement bien conduites. C'est le cas, par exemple, de « *Baladiya fi Saâa* ». Les journalistes ont fait preuve de neutralité à l'égard de tous les candidats. Lorsqu'un candidat trouvait une difficulté pour s'exprimer, ou quand il utilisait moins de temps que lui était consacré, les journalistes essayaient de rattraper la situation pour que le candidat ne soit pas pénalisé. A la fin de l'émission, on rappelait souvent aux auditeurs la date des élections et l'importance de voter. Parfois on invitait des représentants de l'ISIE (membre/chef de bureau local) pour expliquer le processus électoral et pour sensibiliser les auditeurs et les informer sur les étapes du vote. Même dans d'autres programmes, les normes professionnelles, en particulier les principes de neutralité et de l'équilibre dans la distribution du temps de parole, ont été respectés.
- **Shems FM** a pleinement respecté la parité de genre parmi les candidats qu'elle a invités à prendre la parole dans ses émissions dédiées à la campagne.
- Plusieurs médias ont mené tout au long de la campagne un travail de sensibilisation des électeurs. Tout d'abord les **médias publics**, qui ont diffusé plusieurs spots et aussi consacré des émissions à l'éducation électorale, mais également les radios privées. **Shems FM** a mené une campagne de sensibilisation pour encourager le public, y compris les catégories défavorisées, à participer aux élections municipales, et a programmé une rubrique au sein du programme « *Houna Shems* » s'appliquant à définir l'institution municipale, ses prérogatives et ses champs de compétence. Sur **Mosaïque FM**, l'émission de grande écoute « *Midishow* » a été souvent exploitée par le journaliste/animateur pour sensibiliser les citoyens aux enjeux et à l'importance du vote.
- **Shems FM** a investi des ressources humaines et technologiques pour mettre en place un système de monitoring interne permettant d'assurer une allocation équilibrée du temps de parole à toutes les listes candidates.

Concernant les **mauvaises pratiques** relevées par l'équipe de monitoring de la HAICA, il est aussi possible de citer quelques cas récurrents dans plusieurs médias.

- La présentation erronée de listes partisanses comme listes indépendantes.
- Des erreurs au niveau de la présentation des candidats : imprécisions dans les noms des candidats, dans les noms des circonscriptions, présentation de candidats comme tête de liste alors qu'ils ne l'étaient pas.
- Des commentaires personnels et offensants à l'encontre de candidats qui ont été invités à certaines émissions, mais qui ne se sont pas présentés au rendez-vous.
- Difficultés de la part de certains journalistes à garder une posture de journalisme critique sans glisser dans les attitudes agressives et parfois insultantes vis-à-vis des politiques.
- Une mauvaise gestion du temps de parole de certains candidats, auxquels on a coupé la parole suite à la diffusion de l'appel à la prière, sans leur donner par la suite la possibilité de reprendre le discours interrompu.
- Quelques tendances sporadiques à conduire les acteurs institutionnels invités dans les émissions vers des discours politiques, proches de la propagande (ou contre-propagande) électorale.
- D'autres cas plus graves ont demandé une intervention de la HAICA, et sont décrits sous le chapitre dédié aux infractions.

Les résultats par chaîne qui sont présentés dans les pages suivantes démontrent que, dans la plupart des cas, et malgré l'objective difficulté d'assurer une couverture équilibrée et exhaustive au grand nombre de listes présentes dans les différentes régions, la plupart des médias analysés ont réussi tout de même à offrir au public une information complète et impartiale. Ils ont également fait des efforts remarquables pour s'approcher des seuils de couverture établis par la Décision conjointe ISIE-HAICA, et pour ne pas enfreindre les règles de couverture de la campagne électorale. Ce qui peut être interprété comme un signe de maturité et de responsabilité des principaux médias tunisiens.

Certes, le souci de respecter un ensemble de règles et de directives assez strictes a porté la plupart des médias à choisir des formats de couverture « rigides », basés sur un certain nombre de questions « standard » soumises aux invités, sans animer un véritable débat, qui aurait pu rendre la couverture de la campagne plus intéressante et plus attrayante pour le public. L'exercice de pluralisme que beaucoup de médias ont mené à bien pendant cette occasion électorale pourrait stimuler le travail journalistique pour franchir un autre pas sur la voie de la liberté et de la responsabilité des médias. En même temps, c'est un pas important dans le sens du renforcement du pacte de confiance et de collaboration entre ces derniers et le régulateur pour arriver à une véritable co-régulation. Une fois les principes d'équilibre, de pluralisme et de responsabilité bien acquis, les médias pourraient envisager des formats journalistiques plus attrayants, favorisant plus d'inventivité et d'originalité dans leur couverture électorale.

# LES RÉSULTATS PAR MÉDIA

Pour chaque média sont présentés quatre graphiques :

- Le premier graphique affiche le **temps d'antenne et le temps de parole qui ont été alloués aux listes des candidats**<sup>4</sup>. Les listes sont présentées suivant l'ordre établi par la Décision conjointe HAICA-ISIE signée le 14/02/2018 telle que modifiée le 13/04/2018. La ligne rouge représente le seuil de référence, c'est-à-dire le niveau de couverture prévu par les normes en vigueur. Les listes qui la dépassent sont surreprésentées ; celles qui n'arrivent pas à l'atteindre sont sous-représentées.

Les médias qui diffusent à l'échelle nationale présentent le même seuil de référence, tandis que les médias régionaux présentent chacun un seuil de référence spécifique, calculé sur la base de leurs zones de couverture respectives, comme prévu par les indications de la Décision conjointe.

Il est à noter que différents médias ont signalé à la HAICA des difficultés à obtenir la participation de certains candidats à leurs émissions. Il est probable que cette situation ait affecté en particulier le taux de présence des candidats des listes indépendantes, c'est-à-dire des acteurs politiques « nouveaux », peu expérimentés en ce qui concerne la relation avec les médias.

4. Comme il est expliqué dans la note méthodologique, le **temps d'antenne** identifie le **temps du journaliste et tout discours sur l'acteur politique**, tandis que le **temps de parole** est la durée pendant laquelle l'acteur politique individuel prend la parole dans les médias, que ce soit lors d'un débat, d'une intervention, d'une déclaration ou toutes autres formes de journalisme. Le **temps total** est la somme des deux.

Pour cette raison, certains décalages par rapport au seuil de référence peuvent s'expliquer par des raisons qui n'impliquent pas la responsabilité des médias eux-mêmes. Dans tous les cas, les seuils de référence doivent être perçus comme des repères admettant une certaine marge de flexibilité.

- Le deuxième graphique présente le **temps d'antenne et le temps de parole qui ont été alloués aux politiques non candidats** (députés, partis, leaders et membres des partis).
- Le troisième graphique présente le **temps alloué aux acteurs institutionnels** (Président de la République, Président et Vice-présidents de l'ARP, membres du Gouvernement), en distinguant les cas où ils se présentent/ils sont présentés sous leur casquette institutionnelle (l'acteur traite d'une activité institutionnelle sans aucune indication de son identité politique) ou sous un rôle politique (l'acteur s'identifie ou est identifié par son appartenance politique).
- Le quatrième graphique présente **les évaluations exprimées vis-à-vis des différents acteurs : candidats, politiques non candidats et acteurs institutionnels**.

**Notes :**

- Les deux premiers graphiques sont accompagnés par les tableaux correspondants, où il est possible de consulter les chiffres précis du temps alloué, ainsi que les valeurs en pourcentage.
- Le deuxième graphique est parfois remplacé par un simple tableau, lorsque le temps alloué aux acteurs non politiques est très limité, et le graphique serait peu significatif.

# WATANIYA 1

## 1. Résumé des résultats de Wataniya 1

- **La première chaine publique s'est engagée à fond dans la couverture de la campagne électorale**, en consacrant à différents protagonistes 36h 33m 55s, et en dépassant largement les autres chaines télévisées soumises à l'analyse.
- **Wataniya 1 a choisi de se focaliser presque exclusivement sur les candidats**, en consacrant aux politiques non candidats un temps très résiduel (6m 36s), équilibré et neutre.
- Concernant la couverture des différentes listes de candidats, on observe dans les résultats de Wataniya 1 un **souci d'équilibre, et un effort visible pour respecter les seuils de couverture** établis par la Décision conjointe ISIE-HAICA, même si le quota de temps alloué aux listes indépendantes était légèrement inférieur au seuil prévu (28% contre le seuil fixé à 36%). Toutefois, Wataniya 1 est parmi les chaines qui ont signalé avoir sollicité des candidats qui ne se sont pas présentés dans les émissions. Ceci s'est vérifié, entre autres, pour la liste du parti Bani Watani, qui montre en effet une couverture insuffisante, mais qui ne relève pas de la responsabilité de la rédaction.
- Le **ton de la couverture** des listes candidates est neutre dans 99,7% des cas.
- Parmi les **acteurs institutionnels**, c'est le gouvernement qui a reçu le plus d'attention (1 heure et demi environ), suivi par le Président de la République avec 24 minutes. Dans la quasi-totalité de ce temps, les acteurs institutionnels ont été présentés dans le cadre exclusif de leurs fonctions, sans aucune référence explicite ou implicite à leur appartenance politique.
- Le **ton de la couverture** des acteurs institutionnels se caractérise par la **neutralité** (93,6%). Dans 6,4% des cas on observe l'expression de quelques évaluations positives ou négatives à l'endroit du gouvernement.
- Concernant **les thèmes** traités lorsque des acteurs politiques étaient présents ou étaient évoqués, sur Wataniya 1, **les activités de campagne dominant le discours**, avec la présentation des listes et des candidats, et la discussion sur les plateformes électorales respectives.

## 2. Formats de couverture de la campagne électorale

Wataniya 1 a diffusé quotidiennement entre 18h et 19h45<sup>5</sup> une émission dédiée à la

5. L'heure de début a été modifiée les derniers jours de la campagne, et avancée à 16h45. Ce changement a été communiqué en avance aux téléspectateurs, ainsi qu'à la HAICA.

campagne électorale (titrée « **Campagne des élections municipales 2018** »), qui a offert aux candidats des différentes listes des principales villes du pays la possibilité de s'exprimer et de présenter leur programme. L'émission a été planifiée de manière à assurer chaque jour la couverture d'une ville différente. Les activités de campagne ont été couvertes également dans les news.

A cela s'ajoute le programme « **L'autorité Locale** » qui avait une finalité de sensibilisation : il n'a évoqué ni les candidats ni d'autres acteurs politiques, mais abordé le thème des élections à travers l'éducation des électeurs, en encourageant les citoyens à voter. Dans chaque épisode, un invité représentant la société civile (principalement de l'organisation Mourakiboun) expliquait aux téléspectateurs les points les plus importants de l'observation électorale et du suivi des abus. L'émission visait ainsi à mettre en évidence les relations entre l'autorité locale et la société civile.

### 3. Temps alloué aux différentes listes des candidats

Graphique n° 24

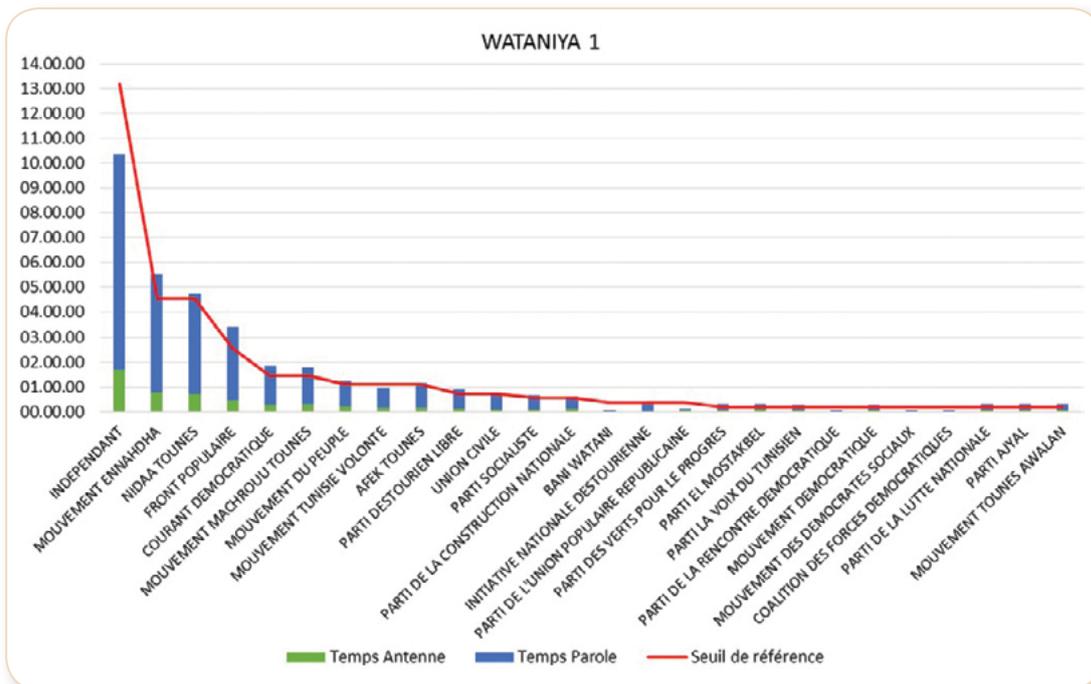


Tableau n° 9

LISTE DES CANDIDATS	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	POURCENTAGE DU TOTAL	SEUIL DE RÉFÉRENCE
INDEPENDANT	01.42.39	08.39.46	10.22.25	28,4	36
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.46.00	04.45.56	05.31.56	15,1	12,5
NIDAA TOUNES	00.41.01	04.04.18	04.45.19	13,0	12,5
FRONT POPULAIRE	00.27.57	02.56.14	03.24.11	9,3	7
COURANT DEMOCRATIQUE	00.17.20	01.34.07	01.51.27	5,1	4
MOUVEMENT MACHROUU TOUNES	00.18.20	01.28.40	01.47.00	4,9	4
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.12.19	01.02.40	01.14.59	3,4	3
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.09.23	00.48.59	00.58.22	2,7	3
AFEK TOUNES	00.09.07	01.00.17	01.09.24	3,2	3
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.06.35	00.47.41	00.54.16	2,5	2
UNION CIVILE	00.06.13	00.32.48	00.39.01	1,8	2
PARTI SOCIALISTE	00.05.10	00.33.45	00.38.55	1,8	1,5
PARTI DE LA CONSTRUCTION NATIONALE	00.07.48	00.29.57	00.37.45	1,7	1,5
BANI WATANI	00.00.52	00.00.24	00.01.16	0,1	1
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.01.40	00.16.24	00.18.04	0,8	1
PARTI DE L'UNION POPULAIRE REPUBLICAINE	00.02.26	00.04.34	00.07.00	0,3	1
PARTI DES VERTS POUR LE PROGRES	00.02.22	00.17.24	00.19.46	0,9	0,5
PARTI EL MOSTAKBEL	00.04.24	00.14.03	00.18.27	0,8	0,5
PARTI LA VOIX DU TUNISIEN	00.01.51	00.15.38	00.17.29	0,8	0,5
PARTI DE LA RENCONTRE DEMOCRATIQUE	00.00.38	00.00.27	00.01.05	0,0	0,5
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	00.01.49	00.15.40	00.17.29	0,8	0,5

MOUVEMENT DES DEMOCRATES SOCIAUX	00.00.16	00.00.32	00.00.48	0,0	0,5
COALITION DES FORCES DEMOCRATIQUES	00.00.25	00.00.31	00.00.56	0,0	0,5
PARTI DE LA LUTTE NATIONALE	00.02.58	00.15.49	00.18.47	0,9	0,5
PARTI AJYAL	00.02.07	00.15.48	00.17.55	0,8	0,5
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	00.03.03	00.16.50	00.19.53	0,9	0,5
<b>TOTAL</b>	<b>5.34.43</b>	<b>30.59.12</b>	<b>36.33.55</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tableau n° 10 : Top 10 des listes indépendantes sur Wataniya 1

LISTE	TEMPS DE COUVERTURE
LISTE AMAL ZAGHOUAN	0.19.21
LISTE METLAOUI AWALAN	0.18.21
LISTE GHODWA KHIR MANOUBA	0.18.19
LISTE RAJÂA ET SOUMOUD	0.18.16
LISTE AL TOUMOUIH BKALTA MONASTIR	0.18.06
LISTE CHABAB RAOUED AL HOR	0.18.05
LISTE AWLED MANOUBA	0.18.01
LISTE GHAZELA	0.17.59
LISTE RJEL W NSSA KRAM	0.17.57
LISTE HAMMAM AL ANF FI ININA BEN AROUS	0.17.53
<b>TOTAL</b>	<b>3.02.18</b>

#### 4. Temps alloué aux non candidats de différentes appartenances

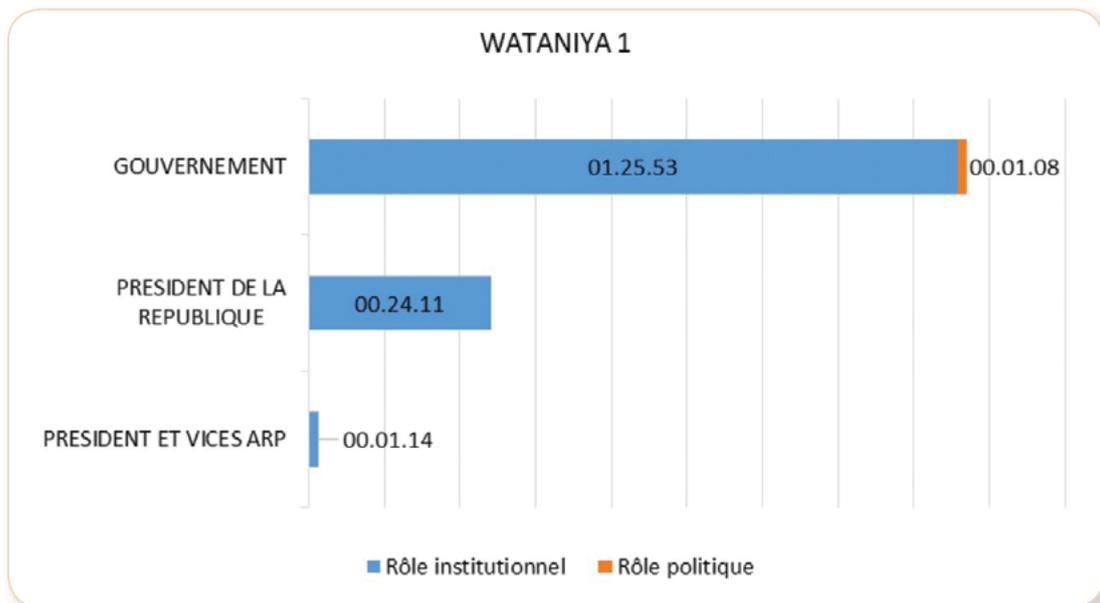
Tableau n° 11

AFFILIATION POLITIQUE	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	% DU TOTAL
FRONT POPULAIRE	00.00.23	00.00.40	00.01.03	15,9
MOUVEMENT MACHROUOU TOUNES	00.00.32	00.00.31	00.01.03	15,9
PARTI BADIL TUNISIEN	00.00.51	00.00.00	00.00.51	12,9
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.00.26	00.00.25	00.00.51	12,9
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.00.00	00.00.49	00.00.49	12,4

INDEPENDANT	00.00.40	00.00.00	00.00.40	10,1
BANI WATANI	00.00.00	00.00.36	00.00.36	9,1
AFEK TOUNES	00.00.00	00.00.30	00.00.30	7,6
NIDAA TOUNES	00.00.13	00.00.00	00.00.13	3,3
<b>TOTAL</b>	<b>00.03.05</b>	<b>00.03.31</b>	<b>00.06.36</b>	<b>100,0</b>

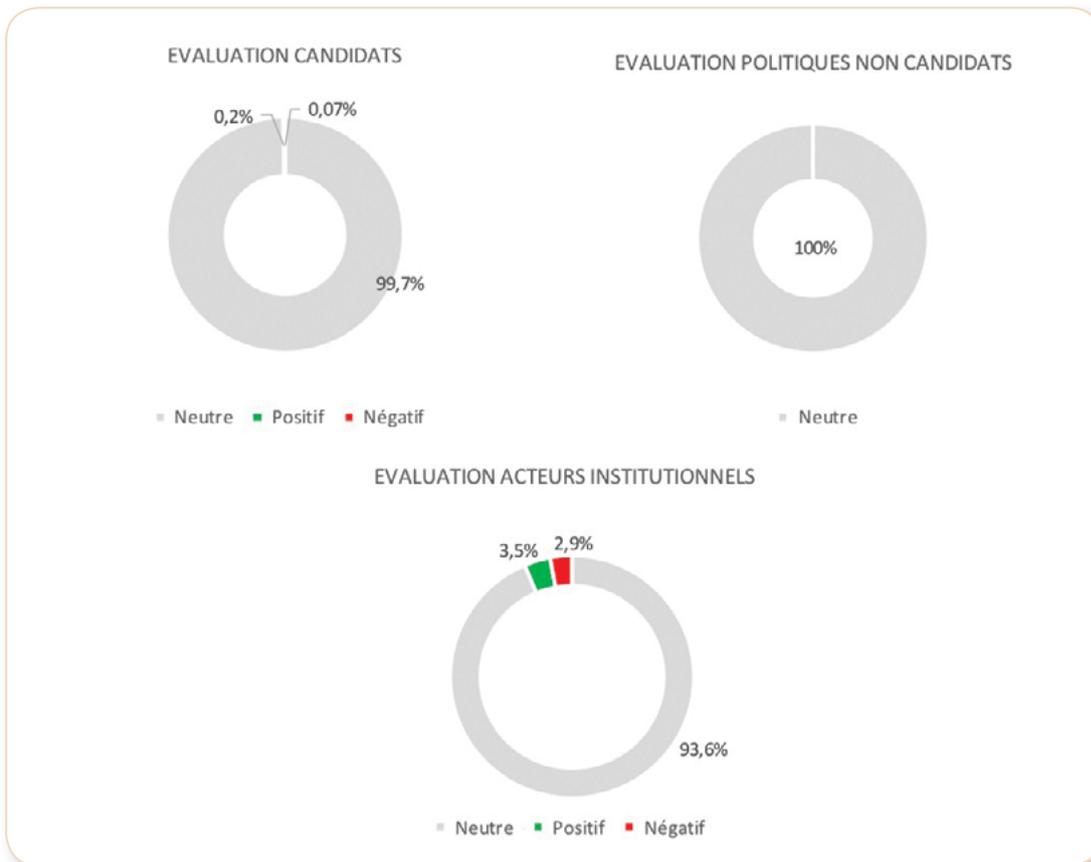
## 5. Temps alloué aux acteurs institutionnels selon leur rôle institutionnel ou politique

Graphique n° 25



## 6. Evaluations relatives aux candidats, aux politiques non candidats et aux acteurs institutionnels

Graphique n° 26



# NESSMA

## 1. Résumé des résultats de Nessma

- **Nessma n'a pas couvert la campagne électorale.** Le temps alloué aux candidats est pratiquement nul : seulement quelques rares citations des journalistes pour un total de 26 secondes.
- **Nessma n'a pas non plus montré beaucoup d'intérêt pour les politiques non candidats** (25 minutes environ). Les deux partis les plus cités **ont été le Mouvement Ennahdha, qui a bénéficié d'une couverture de 13 minutes, dont 8** en temps de parole) et Nidaa Tounes, qui a fait l'objet d'une couverture de 11 minutes environ, sans aucun temps de parole. Ce dernier parti a toutefois bénéficié d'une couverture en grande majorité positive.
- Pendant la campagne électorale, **Nessma a opté pour une couverture strictement « institutionnelle »**, c'est-à-dire qu'elle s'est intéressée aux activités des acteurs institutionnels, notamment le gouvernement. Ce dernier a eu droit à 3h 6m d'attention sur la chaîne. Le Président de la République **y a été moins médiatisé (11m 25s)**. Dans la presque totalité de ce temps, les acteurs institutionnels ont été évoqués ou interpellés sur des questions d'ordre institutionnel, sans référence à la sphère politique et aux activités de campagne.
- **Le ton de couverture des acteurs institutionnels est en majorité neutre** (93,4%). Pour le reste, on observe des évaluations négatives (5%) et positives (2%). Les remarques critiques affectent surtout le président de la République, un peu plus rarement le gouvernement.
- La liste des **thèmes** traités en présence ou en relation avec les acteurs politiques reflète le désintérêt de Nessma pour les activités de la campagne électorale, qui reçoivent seulement 1,5% du temps dans le discours des acteurs politiques. Toutefois on constate que plus d'attention émerge pour les questions plus générales du processus électoral (11%), non reliées aux programmes et aux initiatives des candidats. **Le discours priorise les questions liées à la sécurité, à l'ordre public, et à la lutte contre le terrorisme** (42%), et accorde un quota de temps important aussi à la sphère économique.

## 2. Formats de couverture de la campagne électorale

Nessma n'a pas couvert la campagne électorale.

### 3. Temps alloué aux différentes listes des candidats

Tableau n° 12

LISTE DES CANDIDATS	TEMPS D'ANTENNE
NIDAA TOUNES	00.00.08
COURANT DEMOCRATIQUE	00.00.05
FRONT POPULAIRE	00.00.04
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.00.03
MOUVEMENT MACHROUU TOUNES	00.00.03
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.00.03
<b>TOTAL</b>	<b>0.00.26</b>

### 4. Temps alloué aux non candidats de différentes appartenances

Graphique n° 27

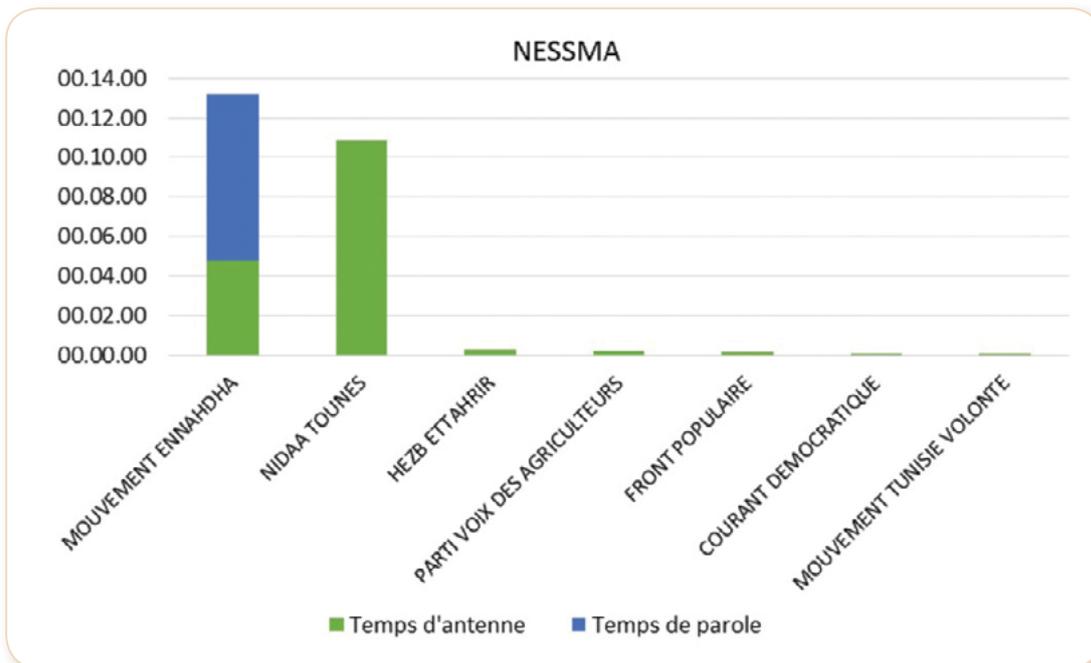
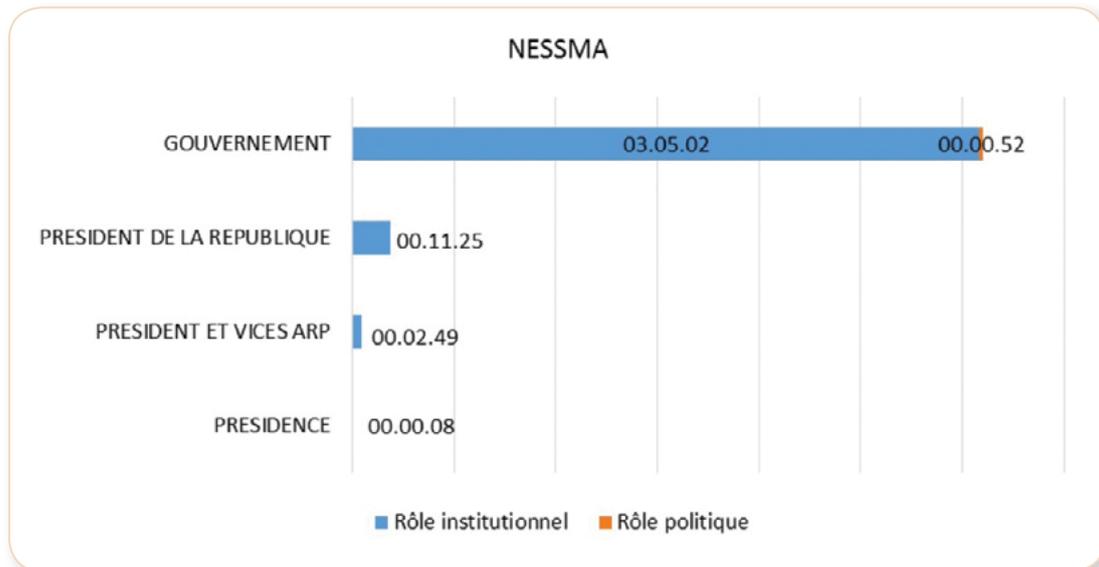


Tableau n° 13

Affiliation politique	Temps d'antenne	Temps de parole	Temps total	% du total
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.04.46	00.08.27	00.13.13	53,2
NIDAA TOUNES	00.10.53	00.00.00	00.10.53	43,8
HEZB ETTAHRIR	00.00.16	00.00.00	00.00.16	1,1
PARTI VOIX DES AGRICULTEURS	00.00.15	00.00.00	00.00.15	1,0
FRONT POPULAIRE	00.00.09	00.00.00	00.00.09	0,6
COURANT DEMOCRATIQUE	00.00.03	00.00.00	00.00.03	0,2
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.00.03	00.00.00	00.00.03	0,2
<b>Total</b>	<b>00.16.25</b>	<b>00.08.27</b>	<b>00.24.52</b>	<b>100,0</b>

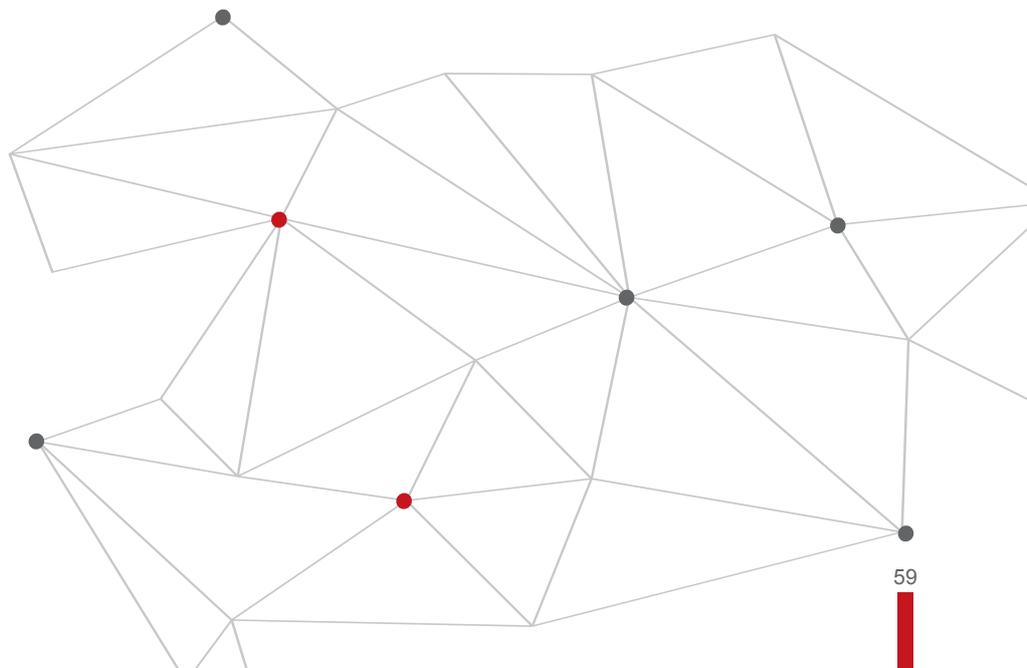
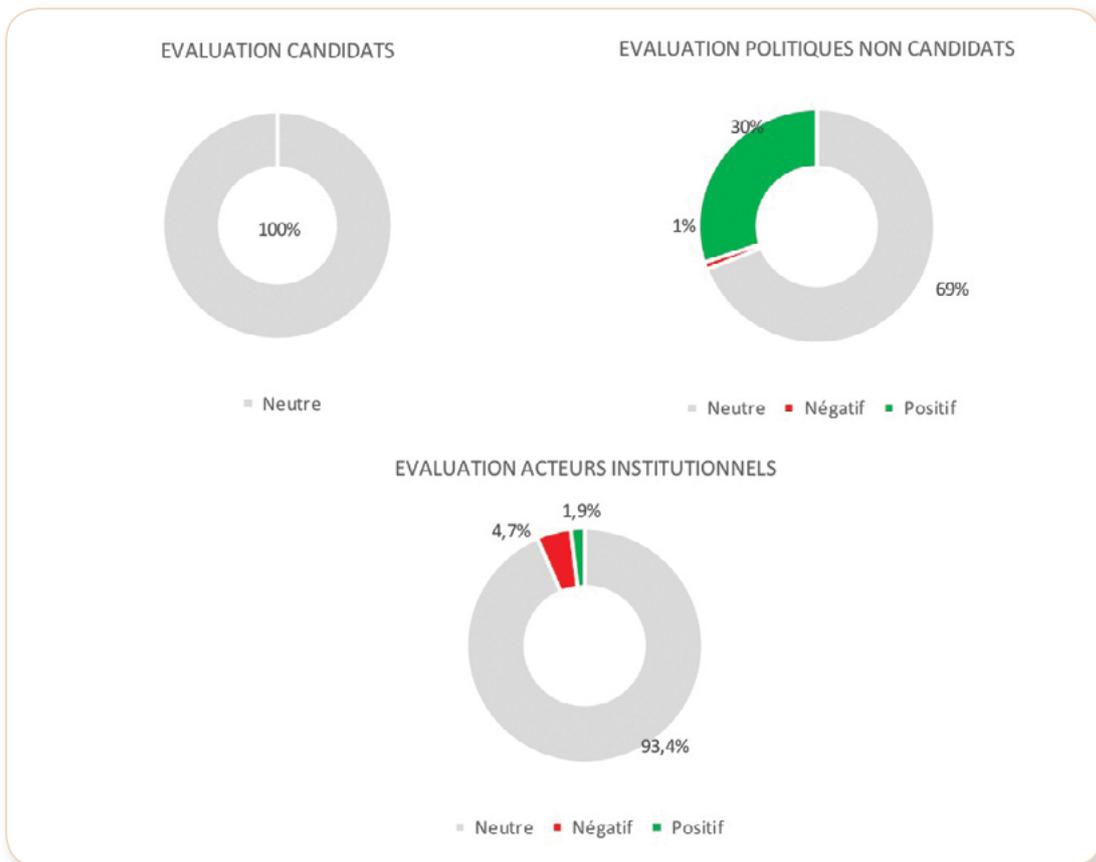
## 5. Temps alloué aux acteurs institutionnels selon leur rôle institutionnel ou politique

Graphique n° 28



## 6. Evaluations relatives aux candidats, aux politiques non candidats et aux acteurs institutionnels

Graphique n° 29



# HIWAR ATTOUNSI

## 1. Résumé des résultats de Hiwar Attounsi

- Tout comme Nessma, Hiwar **n'a pas couvert la campagne électorale**. Le temps alloué aux candidats est neutre et se limite à 23 secondes, sans aucun temps de parole.
- Concernant les **politiques non candidats**, Hiwar leur a consacré un peu plus de temps, **sans souci d'équilibre : 1h 13m 39s (dont 52 minutes de temps de parole)** ont été consacrés presque exclusivement à deux partis, le Mouvement de la Tunisie en avant et le Parti Badil Tunisien, qui ont été les seuls à bénéficier d'un temps de parole. Ce dernier parti a reçu une **couverture amplement positive** (36% du temps). Nidaa Tounes a bénéficié d'un temps d'attention moindre, mais également positif (24%).
- Une autre analogie avec Nessma consiste en **l'attention majeure accordée aux acteurs institutionnels**, principalement le gouvernement (presque 6 heures de temps alloué). Les acteurs institutionnels ont été évoqués ou interpellés sur des questions d'ordre institutionnel, exclusion faite pour une minute où un membre de la présidence de l'ARP était présenté sous un rôle politique.
- La couverture des **acteurs institutionnels se caractérise parfois par des tons positifs (8%) ou négatifs (3,9%)** : c'est le gouvernement qui a reçu la plupart des commentaires favorables, tandis que le président de la République est pénalisé par des jugements négatifs dans 28% de son temps.
- Concernant les **thèmes abordés**, les activités de la campagne électorale sont pratiquement absentes (0,4%) lors des interactions entre journalistes et acteurs politiques, bien que ces derniers ne négligent pas complètement les informations générales sur le processus électoral (7,9%). **L'intérêt prioritaire porte sur les thèmes de l'économie et du travail**, qui totalisent un quota de 53,4% du discours des acteurs politiques. L'éducation reçoit aussi une attention significative (5,6%).

## 2. Formats de couverture de la campagne électorale

Hiwar Attounsi a fait le choix de s'abstenir de la couverture des candidats aux élections. Pendant la période 14 avril – 4 mai son émission d'information principale « *Tunis 7/24* » a donné la parole essentiellement aux institutions, principalement le gouvernement, et accessoirement à d'autres acteurs politiques non candidats.

### 3. Temps alloué aux différentes listes des candidats

Tableau n° 14

LISTE DES CANDIDATS	TEMPS D'ANTENNE
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.00.12
NIDAA TOUNES	00.00.08
FRONT POPULAIRE	00.00.03
<b>TOTAL</b>	<b>00.00.23</b>

### 4. Temps alloué aux non candidats de différentes appartenances

Graphique n° 30

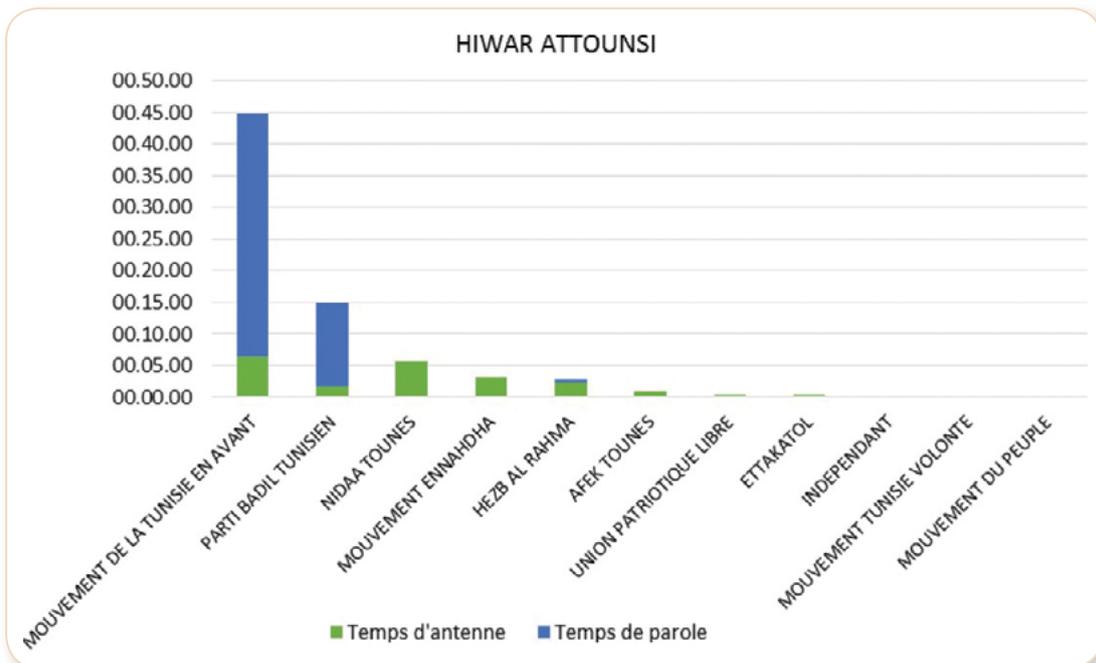
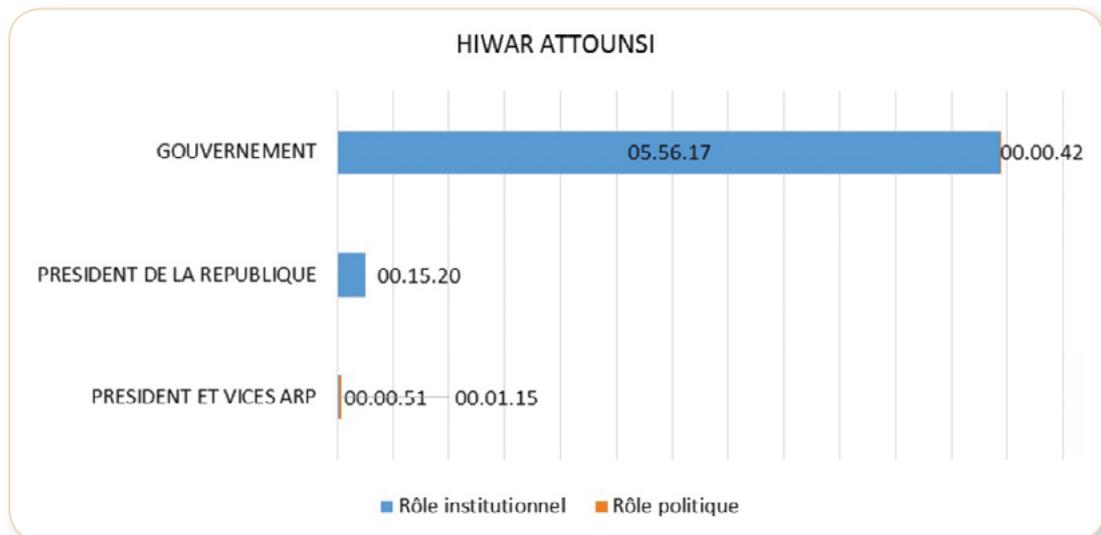


Tableau n° 15

AFFILIATION POLITIQUE	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	% DU TOTAL
MOUVEMENT DE LA TUNISIE EN AVANT	00.06.27	00.38.31	00.44.58	61,1
PARTI BADIL TUNISIEN	00.01.42	00.13.15	00.14.57	20,3
NIDAA TOUNES	00.05.43	00.00.00	00.05.43	7,8
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.03.08	00.00.00	00.03.08	4,3
HEZB AL RAHMA	00.02.16	00.00.39	00.02.55	4,0
AFEK TOUNES	00.00.54	00.00.00	00.00.54	1,2
UNION PATRIOTIQUE LIBRE	00.00.26	00.00.00	00.00.26	0,6
ETTAKATOL	00.00.17	00.00.00	00.00.17	0,4
INDEPENDANT	00.00.14	00.00.00	00.00.14	0,3
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.00.04	00.00.00	00.00.04	0,1
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.00.03	00.00.00	00.00.03	0,1
<b>TOTAL</b>	<b>00.21.14</b>	<b>00.52.25</b>	<b>01.13.39</b>	<b>100,0</b>

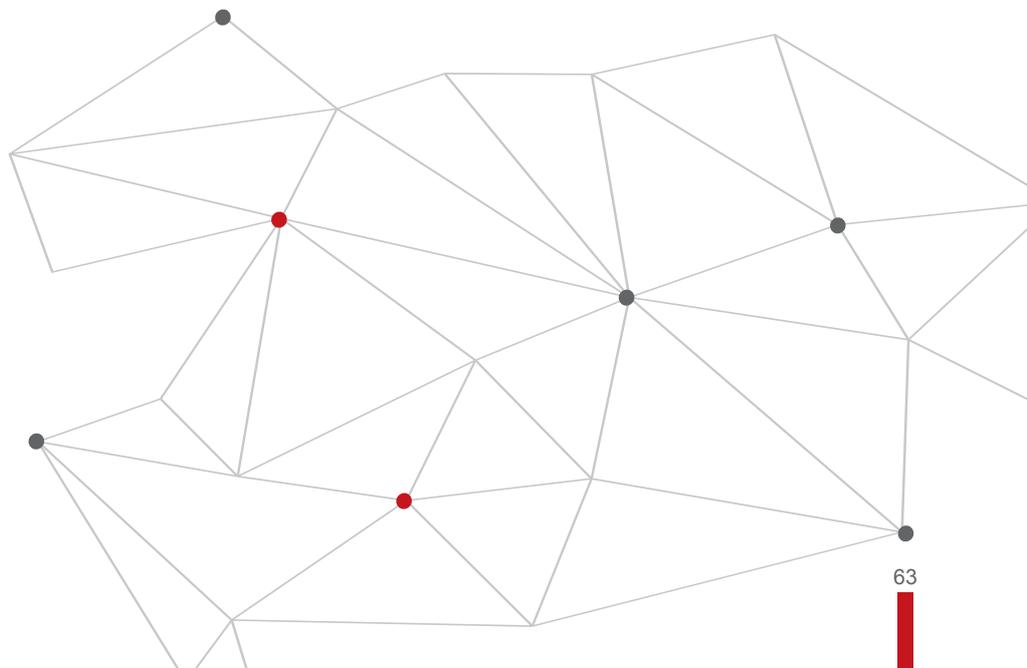
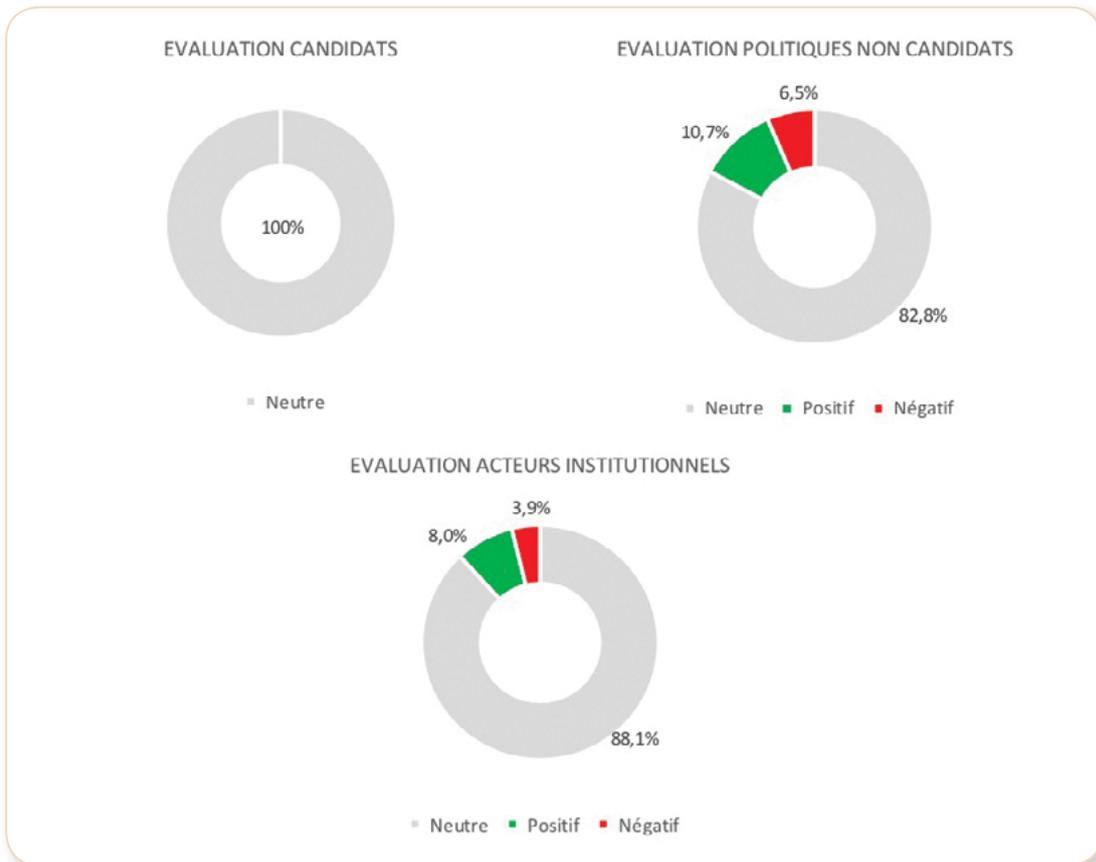
## 5. Temps alloué aux acteurs institutionnels selon leur rôle institutionnel ou politique

Graphique n° 31



## 6. Evaluations relatives aux candidats, aux politiques non candidats et aux acteurs institutionnels

Graphique n° 32



# HANNIBAL TV

## 1. Résumé des résultats de Hannibal TV

- Les résultats de la chaîne Hannibal TV laissent supposer **l'absence d'une stratégie de couverture de la campagne**. Tout d'abord, la chaîne a consacré **plus de temps pour les non candidats** (4h 35m 55s) que pour les candidats (4h 06m 15s).
- De plus, **la couverture des listes des candidats n'a pas été équilibrée**. Les listes indépendantes n'ont reçu que 18,9% de la couverture, contre 36% établi par le seuil de référence. Le Mouvement Ennahdha a bénéficié d'une attention supérieure à Nidaa Tounes (13,9% contre 8,7%). D'autres partis ont reçu davantage de visibilité, supérieure au seuil de référence, en l'occurrence l'Union Civile et le Parti destourien libre. En revanche, **de nombreuses listes de partis politiques n'ont reçu aucune couverture**.
- Le ton de **couverture des listes candidates était neutre** dans la presque totalité de cas (98,6%).
- Parmi les **politiques non candidats**, une visibilité plus avantageuse et plus de temps de parole ont été accordés en particulier au Mouvement Machrouu Tounes et au Mouvement démocratique. Suivent le Mouvement de la Tunisie en avant, le Mouvement démocratique et le Mouvement du peuple, avec un temps de parole significatif. La couverture des non candidats se caractérise, par ailleurs, par la récurrence de tons positifs (15,4%) ou négatifs (4,1%). Le Mouvement de la Tunisie en avant a reçu une **couverture largement positive**, et on observe des tons favorables aussi pour Machrouu Tounes et pour le Mouvement du peuple. Les remarques négatives intéressent surtout Ennahdha.
- La chaîne a consacré aux **acteurs institutionnels** 3h 54m 13s, en particulier au gouvernement, présentés dans la grande majorité du temps dans leur rôle strictement institutionnel.
- Hannibal TV présente un **taux significatif d'évaluations soit négatives (13%) soit positives (8,3%) vis-à-vis des acteurs institutionnels**. Le Président de la République présente un taux de couverture négative **équivalent à 18%**, et un taux positif de 11%. Pour le gouvernement, les pourcentages sont respectivement de 12% de temps **négatif**, et 8% de temps positif.
- Les **thèmes dominants** lorsque les acteurs politiques sont interpellés ou évoqués sont strictement politiques : **les activités de campagne électorale** (33%) ainsi que les **autres questions politiques non directement liées aux élections** (24,1%) dominent le discours, suivies par les thèmes économiques (16,3%) et sécuritaires (6%).

## 2. Formats de couverture de la campagne électorale

Hannibal TV a présenté les candidats aux municipales seulement dans les news. Dans ses deux principales émissions d'information, « *Ama Baed* » « *Yahdoth Fi Tounes* », elle a préféré inviter les politiques non candidats.

Par ailleurs il faut rappeler que Hannibal TV a interviewé un candidat aux élections municipales dans le cadre d'un programme sportif (« *Bil Makchouf* »), une irrégularité pour laquelle la chaîne a été sanctionnée par la HAICA.

## 3. Temps alloué aux différentes listes des candidats

Graphique n° 33

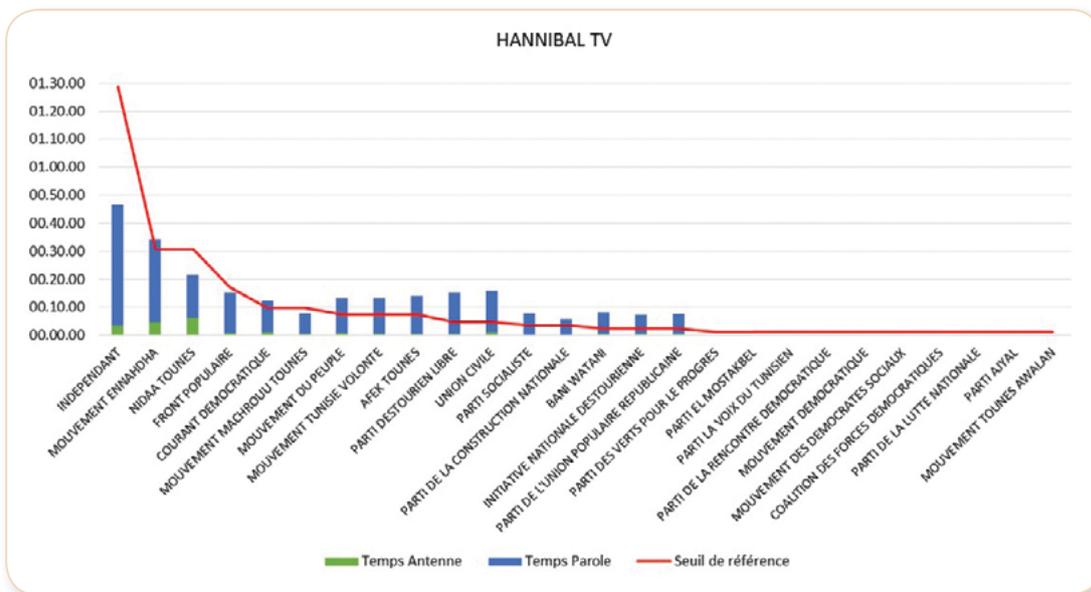


Tableau n° 16

LISTE DES CANDIDATS	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	POURCENTAGE DU TOTAL	SEUIL DE RÉFÉRENCE
INDEPENDANT	00.03.21	00.43.18	00.46.39	18,9	36
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.04.45	00.29.28	00.34.13	13,9	12,5
NIDAA TOUNES	00.06.17	00.15.15	00.21.32	8,7	12,5
FRONT POPULAIRE	00.00.47	00.14.26	00.15.13	6,2	7
COURANT DEMOCRATIQUE	00.01.03	00.11.26	00.12.29	5,1	4

MOUVEMENT MACHROUU TOUNES	00.00.30	00.07.20	00.07.50	3,2	4
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.00.41	00.12.28	00.13.09	5,3	3
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.00.36	00.12.38	00.13.14	5,4	3
AFEK TOUNES	00.00.34	00.13.26	00.14.00	5,7	3
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.00.36	00.14.40	00.15.16	6,2	2
UNION CIVILE	00.01.15	00.14.44	00.15.59	6,5	2
PARTI SOCIALISTE	00.00.17	00.07.33	00.07.50	3,2	1,5
PARTI DE LA CONSTRUCTION NATIONALE	00.00.20	00.05.34	00.05.54	2,4	1,5
BANI WATANI	00.00.24	00.07.40	00.08.04	3,3	1
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.00.37	00.06.46	00.07.23	3,0	1
PARTI DE L'UNION POPULAIRE REPUBLICAINE	00.00.28	00.07.02	00.07.30	3,0	1
PARTI DES VERTS POUR LE PROGRES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
PARTI EL MOSTAKBEL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
PARTI LA VOIX DU TUNISIEN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
PARTI DE LA RENCONTRE DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
MOUVEMENT DES DEMOCRATES SOCIAUX	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
COALITION DES FORCES DEMOCRATIQUES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
PARTI DE LA LUTTE NATIONALE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
PARTI AJYAL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
<b>TOTAL</b>	<b>0.22.31</b>	<b>3.43.44</b>	<b>4.06.15</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tableau n° 17 : Top Ten des listes indépendantes sur Hannibal TV

LISTE	TEMPS DE COUVERTURE
LISTE MOUSTAKBEL WED ELIL	0.08.04
LISTE GHODWA KHIR MANOUBA	0.07.49
LISTE NAAM NASTATII MNIHLA	0.07.46
LISTE SOUKRA MDINETNA	0.07.36
LISTE AL MNIHLA AWALAN	0.07.00
LISTE ARIANA FI AININA	0.06.29
LISTE YED WAHDA AL KSAR GAFSA	0.01.26
LISTE CHABEB AL MOUROUJ BEN AROUS	0.00.16
LISTE AL IKLAA SOUSSE	0.00.04
LISTE JEDYLAN AWALAN	0.00.03
<b>TOTAL</b>	<b>0.46.33</b>

#### 4. Temps alloué aux non candidats de différentes appartenances

Graphique n° 34

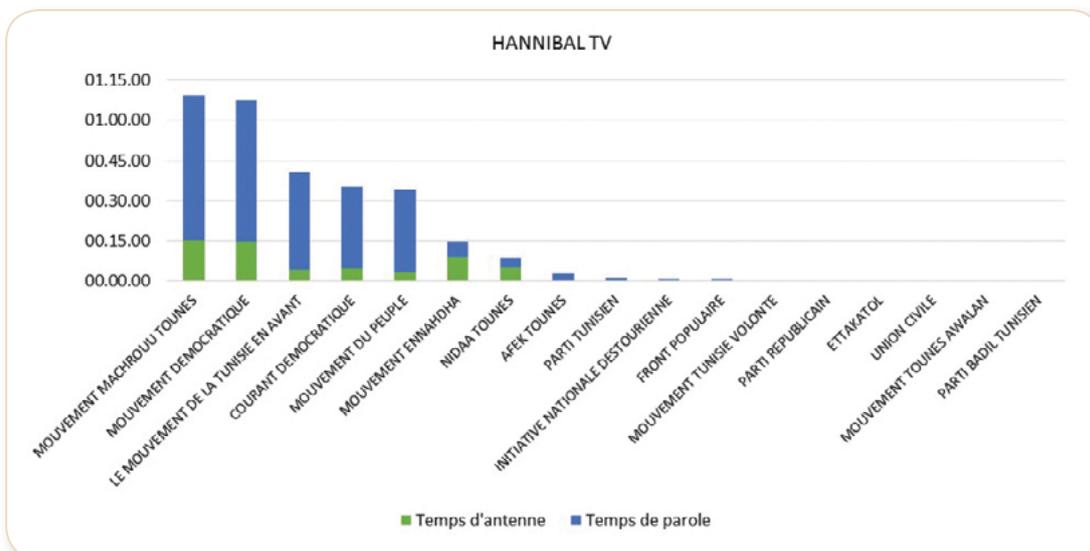
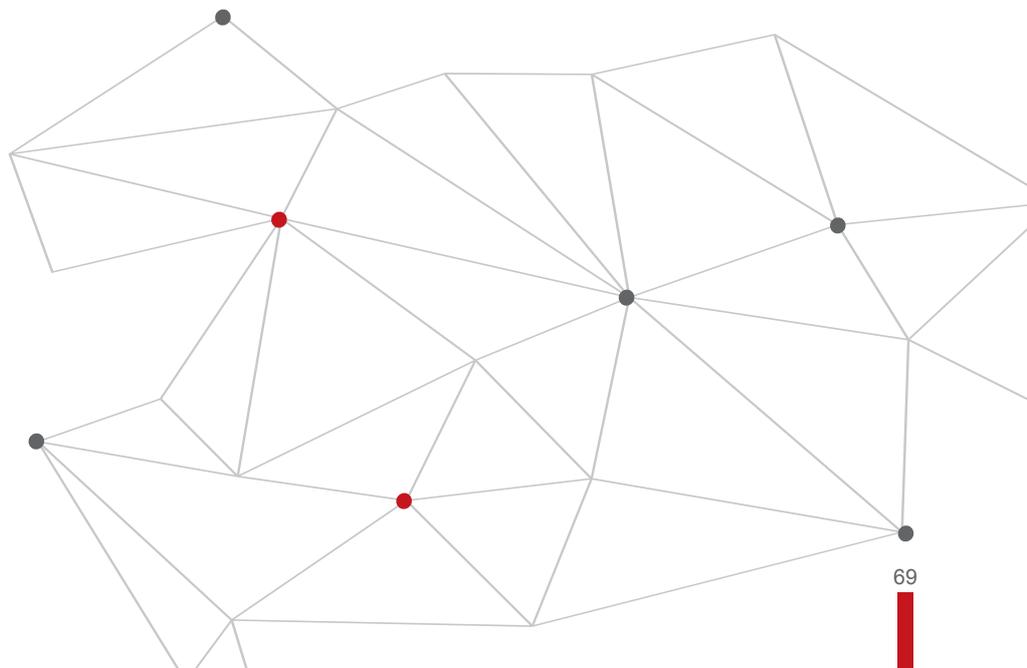
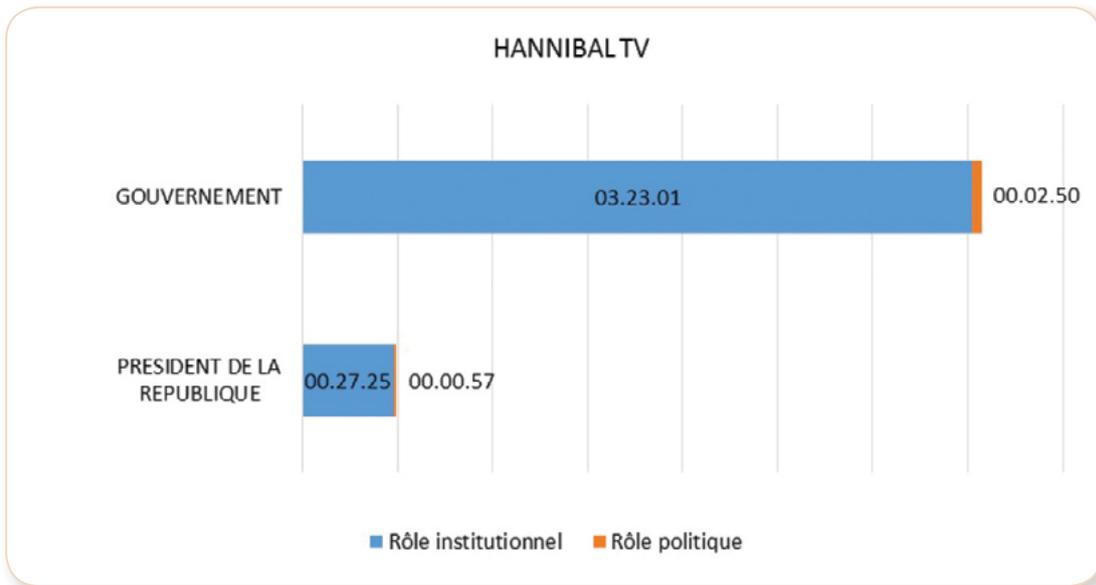


Tableau n° 18

AFFILIATION POLITIQUE	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	% DU TOTAL
MOUVEMENT MACHROUU TOUNES	00.15.19	00.54.14	01.09.33	25,2
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	00.14.48	00.52.40	01.07.28	24,5
LE MOUVEMENT DE LA TUNISIE EN AVANT	00.04.11	00.36.25	00.40.36	14,7
COURANT DEMOCRATIQUE	00.04.46	00.30.17	00.35.03	12,7
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.03.19	00.30.39	00.33.58	12,3
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.08.57	00.05.47	00.14.44	5,3
NIDAA TOUNES	00.04.56	00.03.40	00.08.36	3,1
AFEK TOUNES	00.00.05	00.02.38	00.02.43	1,0
PARTI TUNISIEN	00.00.08	00.00.47	00.00.55	0,3
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.00.00	00.00.35	00.00.35	0,2
FRONT POPULAIRE	00.00.13	00.00.09	00.00.22	0,1
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.00.20	00.00.00	00.00.20	0,1
PARTI REPUBLICAIN	00.00.00	00.00.20	00.00.20	0,1
ETTAKATOL	00.00.00	00.00.16	00.00.16	0,1
UNION CIVILE	00.00.15	00.00.00	00.00.15	0,1
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	00.00.07	00.00.00	00.00.07	0,0
PARTI BADIL TUNISIEN	00.00.04	00.00.00	00.00.04	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>0.57.28</b>	<b>3.38.27</b>	<b>4.35.55</b>	<b>100,0</b>

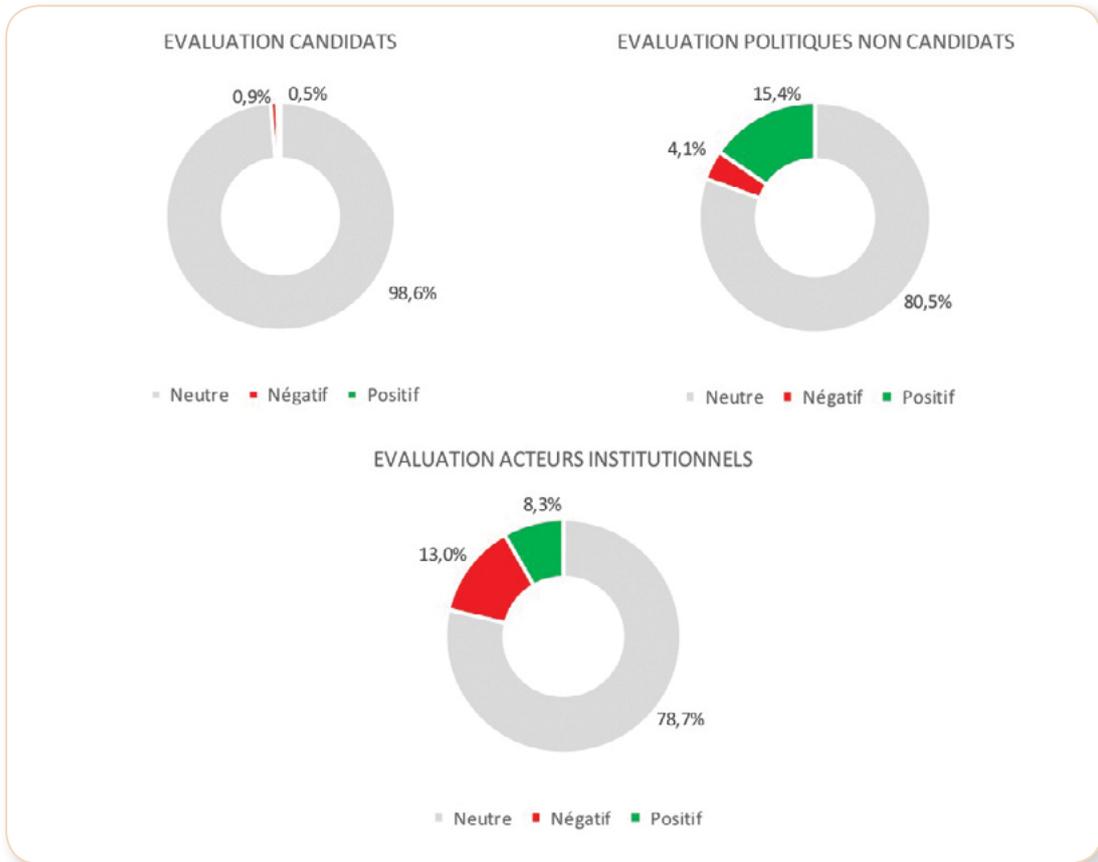
## 5. Temps alloué aux acteurs institutionnels selon leur rôle institutionnel ou politique

Graphique n° 35



## 6. Evaluations relatives aux candidats, aux politiques non candidats et aux acteurs institutionnels

Graphique n° 36



# AL TASSIAA

## 1. Résumé des résultats de Al Tassiaa

- **Al Tassiaa a limité la couverture de la campagne électorale, en consacrant aux candidats environ la moitié du temps alloué aux non candidats** (députés, leaders et membres de partis) : 06h 49m 04s pour les premiers, contre 12h 14m 16s pour les autres.
- La chaîne semble avoir fait **quelques efforts pour respecter les règles de couverture** selon les normes, **sans toutefois aboutir à une couverture véritablement équilibrée et complète des listes candidates**. On constate une surreprésentation de quelques listes (listes indépendantes, Front populaire, Union civile, Bani Watani) et surtout l'absence de la plupart des listes mineures.
- **Les listes candidates ont été présentées de manière neutre** (dans 99,5% des cas).
- Parmi les **non candidats**, le temps de parole a été accordé surtout au Mouvement Ennahdha, au Parti destourien libre et à Nidaa Tounes. Toutefois dans les deux premiers cas, il s'agit d'un **temps en bonne partie négatif** en raison de l'attitude peu amène du journaliste et d'un autre invité.
- Pour ce qui est des **acteurs institutionnels**, ils ont reçu 6h 26m 34s de temps d'attention, réparties surtout entre les membres du gouvernement et les Président/vice-présidents de l'ARP. –Pendant presque deux heures, le Vice-président de l'ARP **Abdelfattah Mourou n'a pas été interpellé par rapport à son activité institutionnelle au sein du Parlement, mais plutôt sur son rôle et son engagement au sein du Mouvement Ennahdha, dont il est un membre fondateur**.
- **Le ton de couverture des acteurs institutionnels est souvent négatif** (22,9%), de l'ordre de 15% pour le gouvernement, 10% pour le Président de la République et de 32% pour Vice-président de l'ARP, qui était critiqué par le journaliste et par les autres invités pendant l'émission.
- Le discours est fortement dominé par les **thèmes politiques**, qu'il s'agisse de campagne électorale (30%) ou d'autres dynamiques politiques (28%). L'éducation est aussi parmi les arguments des débats (11%), tandis que les questions économiques sont moins évoquées par rapport à la plupart des autres chaînes (8%).

## 2. Formats de couverture de la campagne électorale

Al Tassiaa, dans ses émissions d'information « *Hadatha Hadha Alyawem* », « *Khat Ahmar* » et « *Men Tounes* », a accordé une certaine couverture à la campagne électorale et à la politique en général. Elle a partagé son attention entre les candidats et les non candidats, en privilégiant ces derniers.

Une partie du temps alloué aux acteurs politiques découle de la diffusion et rediffusion tout au long de la journée de promos de programmes qui passaient des séquences à partir des entretiens enregistrées avec les politiques invités.

### 3. Temps alloué aux différentes listes des candidats

Graphique n° 37

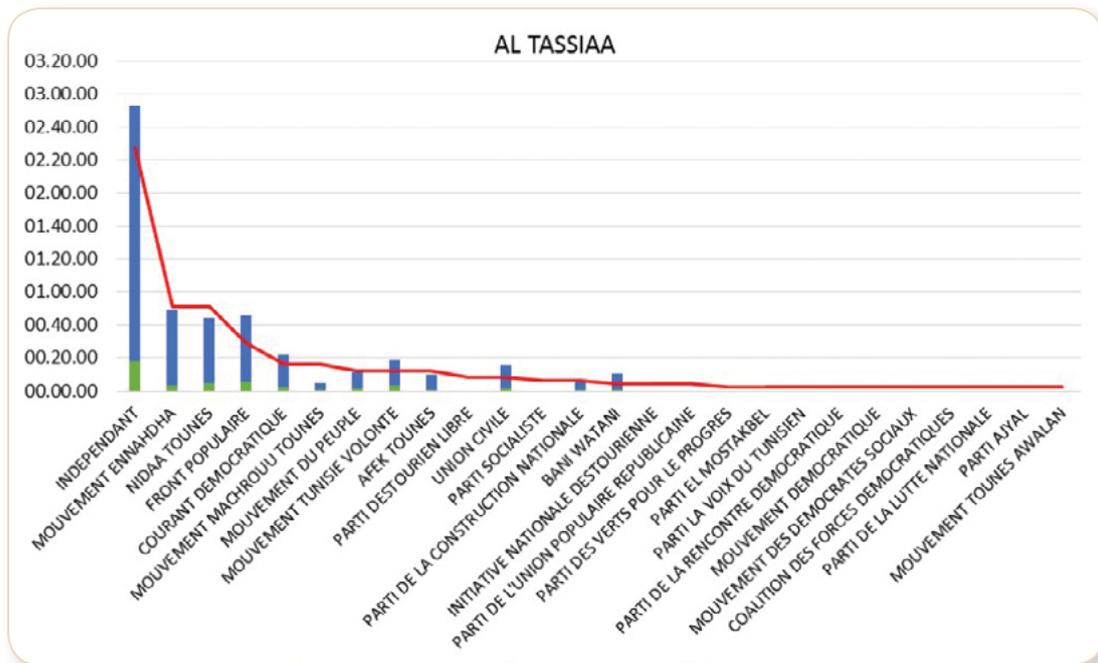


Tableau n° 19

LISTE DES CANDIDATS	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	POURCENTAGE DU TOTAL	SEUIL DE RÉFÉRENCE
INDEPENDANT	00:17:34	02:35:27	02:53:01	42,3	36
MOUVEMENT ENNAHDHA	00:03:23	00:45:19	00:48:42	11,9	12,5
NIDAA TOUNES	00:04:39	00:39:32	00:44:11	10,8	12,5
FRONT POPULAIRE	00:05:20	00:40:15	00:45:35	11,1	7
COURANT DEMOCRATIQUE	00:01:59	00:19:33	00:21:32	5,3	4
MOUVEMENT MACHROUOU TOUNES	00:00:22	00:04:25	00:04:47	1,2	4

MOUVEMENT DU PEUPLE	00.01.28	00.09.36	00.11.04	2,7	3
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.03.20	00.14.53	00.18.13	4,5	3
AFEK TOUNES	00.00.42	00.09.15	00.09.57	2,4	3
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	2
UNION CIVILE	00.01.12	00.14.51	00.16.03	3,9	2
PARTI SOCIALISTE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	1,5
PARTI DE LA CONSTRUCTION NATIONALE	00.00.26	00.04.51	00.05.17	1,3	1,5
BANI WATANI	00.00.53	00.09.49	00.10.42	2,6	1
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	1
PARTI DE L'UNION POPULAIRE REPUBLICAINE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	1
PARTI DES VERTS POUR LE PROGRES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
PARTI EL MOSTAKBEL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
PARTI LA VOIX DU TUNISIEN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
PARTI DE LA RENCONTRE DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
MOUVEMENT DES DEMOCRATES SOCIAUX	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
COALITION DES FORCES DEMOCRATIQUES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
PARTI DE LA LUTTE NATIONALE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
PARTI AJYAL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5
<b>Total</b>	<b>0.41.18</b>	<b>6.07.46</b>	<b>6.49.04</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tableau n° 20 : Top 10 des listes indépendantes sur Al Tassiaa

LISTE	TEMPS DE COUVERTURE
LISTE CARTHAGE HOURIA	0.06.04
LISTE BEN GUERDAN AWALAN	0.05.53
LISTE HOUMET MARSA	0.05.42
LISTE ITIHAD BEN GARDANE	0.05.40
LISTE ARIANA TLEMNA	0.05.38
LISTE AL AAMAL W AL AMAL	0.05.38
LISTE TAHADI RGUEB	0.05.35
LISTE MANOUBA AL JAMILA	0.05.34
LISTE AL MOSTAKBEL BEN GUERDAN	0.05.33
LISTE CHABEB AL MOUROUJ BEN AROUS	0.05.30
<b>TOTAL</b>	<b>0.56.47</b>

#### 4. Temps alloué aux non candidats de différentes appartenances

Graphique n° 38

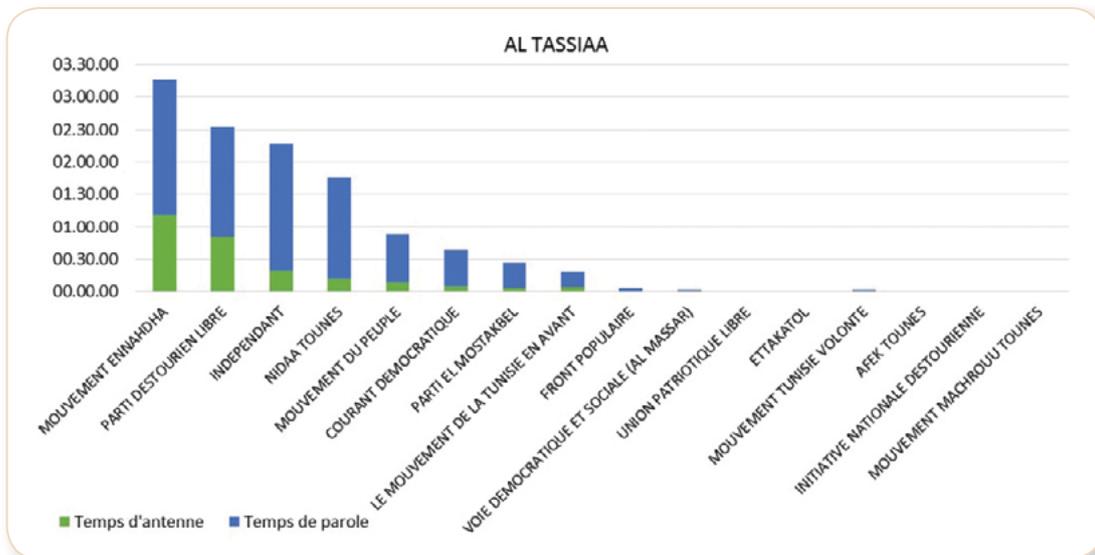
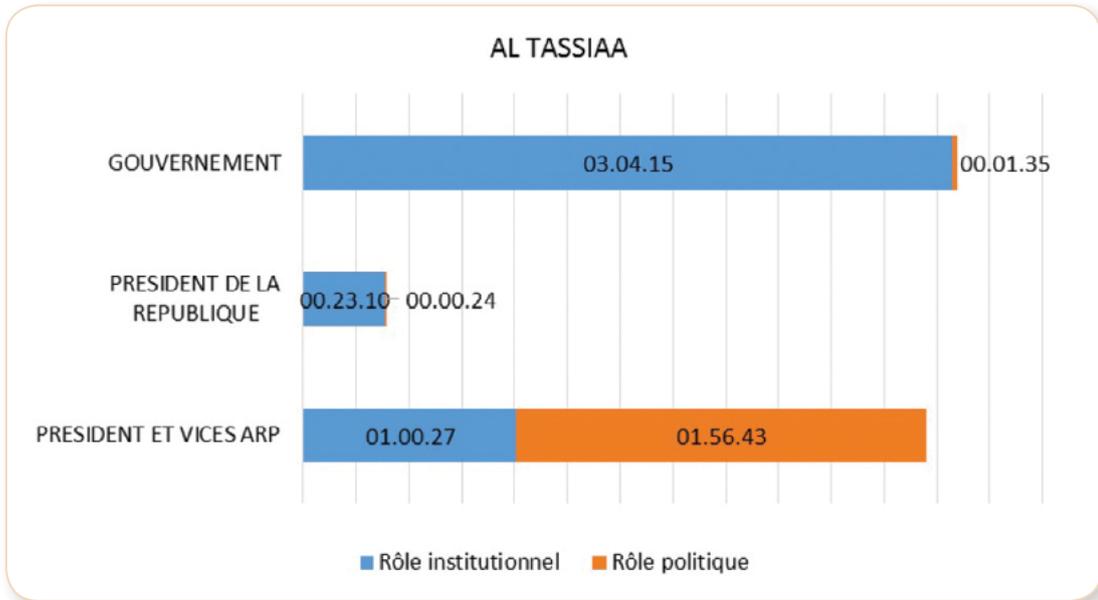


Tableau n° 21

AFFILIATION POLITIQUE	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	DU % TOTAL
MOUVEMENT ENNAHDHA	01.10.38	02.05.08	03.15.46	26,7
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.49.53	01.42.36	02.32.29	20,8
INDEPENDANT	00.19.48	01.56.33	02.16.21	18,6
NIDAA TOUNES	00.12.12	01.33.44	01.45.56	14,4
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.08.18	00.44.51	00.53.09	7,2
COURANT DEMOCRATIQUE	00.04.56	00.33.28	00.38.24	5,2
PARTI EL MOSTAKBEL	00.02.48	00.23.43	00.26.31	3,6
LE MOUVEMENT DE LA TUNISIE EN AVANT	00.04.33	00.13.55	00.18.28	2,5
FRONT POPULAIRE	00.00.21	00.02.42	00.03.03	0,4
VOIE DEMOCRATIQUE ET (SOCIALE (AL MASSAR	00.00.13	00.01.06	00.01.19	0,2
UNION PATRIOTIQUE LIBRE	00.00.52	00.00.00	00.00.52	0,1
ETTAKATOL	00.00.42	00.00.00	00.00.42	0,1
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.00.14	00.00.20	00.00.34	0,1
AFEK TOUNES	00.00.00	00.00.19	00.00.19	0,0
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.00.12	00.00.00	00.00.12	0,0
MOUVEMENT MACHROUU TOUNES	00.00.11	00.00.00	00.00.11	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>2.55.51</b>	<b>9.18.25</b>	<b>12.14.16</b>	<b>100,0</b>

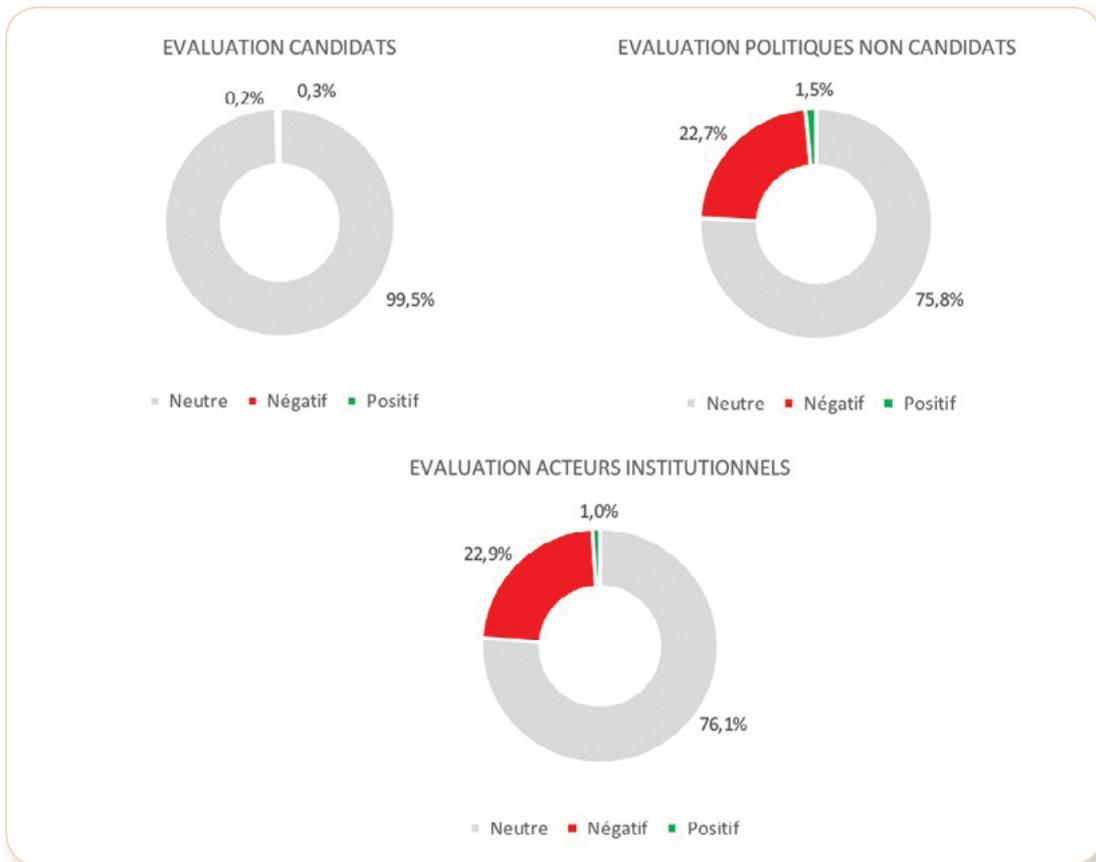
## 5. Temps alloué aux acteurs institutionnels selon leur rôle institutionnel ou politique

Graphique n° 39



## 6. Evaluations relatives aux candidats, aux politiques non candidats et aux acteurs institutionnels

Graphique n° 40



# RADIO NATIONALE

## 1. Résumé des résultats de la Radio nationale

- La Radio Nationale s'est **bien engagée dans la couverture de la campagne électorale**, en consacrant à ses protagonistes 35h 21m 41s. Elle s'est focalisée presque exclusivement sur les candidats, en consacrant aux politiques non candidats seulement un temps marginal (7m 58s).
- La radio **a partagé la couverture des listes candidates des différents Gouvernorats avec les autres stations publiques**, et s'est engagée à couvrir les listes de Sidi Bouzid, Nabeul, Zaghouan, Ariana, Tunis, en plus de Sousse, Siliana, Médenine et Kébili en collaboration avec les radios régionales.
- La radio a bien respecté l'équilibre, donné l'accès à ses micros aux différentes listes, et **elle est arrivée à une forte adhérence aux seuils de couverture** établis par la Décision conjointe ISIE-HAICA.
- La couverture des listes candidates s'est caractérisée par une **forte neutralité** (99,6%).
- La couverture des **politiques non candidats** s'est limitée à quelques minutes et a concerné principalement Nidaa Tounes et le Mouvement Ennahdha. Les deux formations ont reçu quelques tons négatifs, peu significatifs en considération de la faible durée.
- Parmi les **acteurs institutionnels**, c'est le gouvernement qui a reçu le plus d'attention (2 heures environ), suivi par le Président de la République avec une demi-heure environ. Dans la presque totalité de ce temps, les acteurs institutionnels ont été présentés dans le cadre de leurs fonctions, sans aucune référence explicite ou implicite à leur appartenance politique.
- **La couverture des acteurs institutionnels était neutre dans 95% des cas.** Dans les autres 5% des cas, on a observé des tons positifs vis-à-vis du gouvernement.
- Etant donné le choix de la Radio Nationale de focaliser sa couverture sur les candidats, il en découle que **les activités de campagne dominant le discours (92,7%)**, avec la présentation des listes et des candidats, et la discussion sur les plateformes électorales respectives.

## 2. Formats de couverture de la campagne électorale

Comme déjà évoqué, la Radio Tunisienne a programmé un plan commun et articulé de couverture de la campagne électorale. En plus des news et des flashes info, les différentes stations ont diffusé pendant la journée des spéciaux consacrés aux élections municipales et à la présentation des candidats. On rappelle seulement les titres principaux :

- « *Baladiya fi Saâa* » diffusée deux fois par jour, à 14h et à 19h, après les flashes infos, et focalisée principalement sur les questions relatives aux municipalités dans les différents gouvernorats : la création, les attributions, le domaine et les circonscriptions couverts, le nombre d'électeurs inscrits, les listes électorales, etc. Les représentants des listes de candidats dans les municipalités de référence étaient invités pour présenter leurs programmes électoraux, sachant que l'ordre des gouvernorats et des municipalités était établi par tirage au sort. Le journaliste posait trois questions à ses invités et accordait à chaque invité un espace de temps de deux minutes pour répondre à chaque question. Une promo de programme pendant la journée annonçait les listes candidates invitées le jour-même.

De nombreuses bonnes pratiques ont été observées pendant cette émission.

- « *Bulletin électoral* », une rubrique spéciale concernant la campagne électorale, diffusée immédiatement après les principaux bulletins d'information de midi et du soir. Sa durée était d'environ 10/15 minutes. Le bulletin couvrait les activités des listes des candidats pour les élections municipales et s'ouvrait aux interventions des têtes de listes pour qu'elles présentent leur programme électoral.

- Plusieurs fois par jour la Radio Nationale, tout comme les radios régionales, diffusait la rubrique « *Une minute élection* », conçue par l'organisation d'observateurs électoraux Mourakiboun, qui visait l'éducation et la sensibilisation des électeurs. Elle se proposait de vulgariser le processus électoral en plusieurs étapes.

### 3. Temps alloué aux différentes listes des candidats<sup>6</sup>

Graphique n° 41

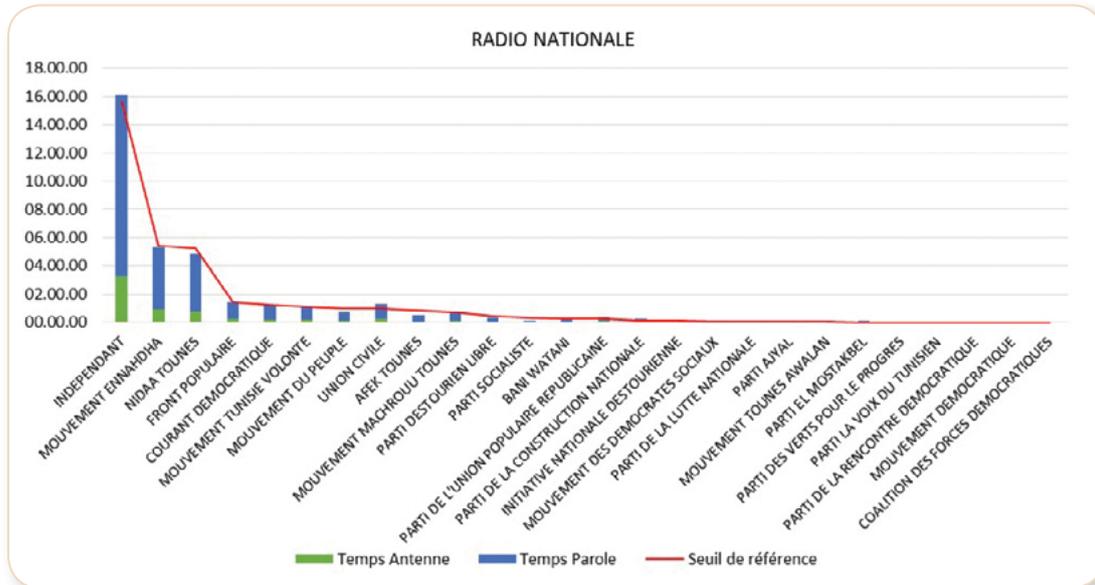


Tableau n° 22

LISTE DES CANDIDATS	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	POURCENTAGE DU TOTAL	SEUIL DE RÉFÉRENCE
INDEPENDANT	03.15.30	12.47.16	16.02.46	45,4	44,2
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.53.03	04.25.34	05.18.37	15,0	15,4
NIDAA TOUNES	00.48.45	04.00.43	04.49.28	13,6	14,9
FRONT POPULAIRE	00.14.06	01.13.09	01.27.15	4,1	4
COURANT DEMOCRATIQUE	00.12.34	01.02.51	01.15.25	3,6	3,5
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.13.07	00.54.14	01.07.21	3,2	3,1
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.08.03	00.33.45	00.41.48	2,0	2,8
UNION CIVILE	00.15.53	01.01.36	01.17.29	3,7	2,8
AFEK TOUNES	00.04.14	00.27.10	00.31.24	1,5	2,4

6. Pour cette radio, le seuil de référence présenté dans les tableaux et dans les graphiques est calculé sur base régionale, c'est-à-dire selon le nombre de listes présentes dans les gouvernorats couverts par la radio. Pour cette raison, le seuil de référence présente des valeurs différentes par rapport au seuil appliqué aux médias qui couvrent le territoire national.

MOUVEMENT MACHROUU TOUNES	00.07.38	00.36.28	00.44.06	2,1	2,1
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.03.00	00.17.29	00.20.29	1,0	1,2
PARTI SOCIALISTE	00.03.04	00.04.47	00.07.51	0,4	0,9
BANI WATANI	00.02.35	00.15.20	00.17.55	0,8	0,7
PARTI DE L'UNION POPULAIRE REPUBLICAINE	00.05.37	00.19.05	00.24.42	1,2	0,7
PARTI DE LA CONSTRUCTION NATIONALE	00.03.03	00.13.59	00.17.02	0,8	0,3
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.04.48	00.06.31	00.11.19	0,5	0,3
MOUVEMENT DES DEMOCRATES SOCIAUX	00.00.22	00.02.07	00.02.29	0,1	0,2
PARTI DE LA LUTTE NATIONALE	00.00.39	00.02.11	00.02.50	0,1	0,2
PARTI AJYAL	00.00.45	00.05.49	00.06.34	0,3	0,2
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	00.01.23	00.07.13	00.08.36	0,4	0,2
PARTI EL MOSTAKBEL	00.01.12	00.05.03	00.06.15	0,3	0
PARTI DES VERTS POUR LE PROGRES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0
PARTI LA VOIX DU TUNISIEN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0
PARTI DE LA RENCONTRE DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0
COALITION DES FORCES DEMOCRATIQUES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0
<b>TOTAL</b>	<b>6.39.21</b>	<b>28.42.20</b>	<b>35.21.41</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tableau n° 23 : Top 10 des listes indépendantes sur la Radio Nationale

LISTE	TEMPS DE COUVERTURE
LISTE AL AAMAL SIDI BOUZID	0.10.09
LISTE RJEL W NSSA KRAM	0.10.06
LISTE AMAL ZAGHOUAN	0.09.32
LISTE NHEBEK YA BLEDI	0.08.23
LISTE AMAL MARSА	0.08.17
LISTE AMAL SIDI THABEUT	0.08.14
LISTE BLEDNA AMENA FAHES ZAGHOUANE	0.08.14
LISTE AL TOUMOУH WAL TANMIYA	0.08.13
LISTE SAWT EL CHABEB	0.08.12
LISTE EL SAFA ZAGHOUAN	0.08.12
<b>TOTAL</b>	<b>1.27.32</b>

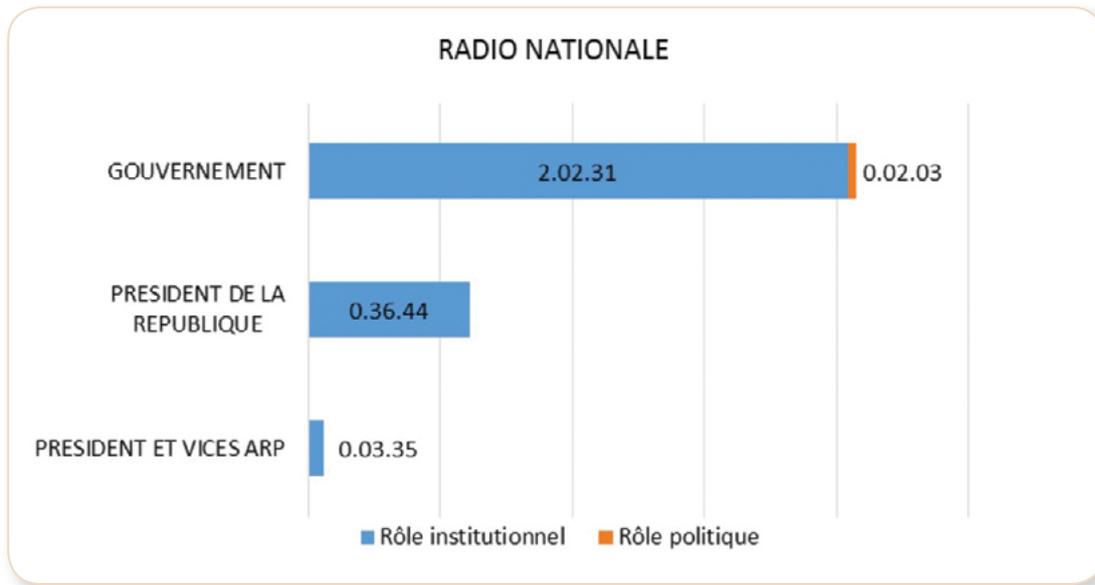
#### 4. Temps alloué aux non candidats de différentes appartenances

Tableau n° 24

AFFILIATION POLITIQUE	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	% DU TOTAL
NIDAA TOUNES	0.04.25	0.00.22	0.04.47	60,0
MOUVEMENT ENNAHDHA	0.01.14	0.00.44	0.01.58	24,7
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	0.00.00	0.00.18	0.00.18	3,8
INDEPENDANT	0.00.18	0.00.00	0.00.18	3,8
AFEK TOUNES	0.00.13	0.00.00	0.00.13	2,7
UNION PATRIOTIQUE LIBRE	0.00.10	0.00.00	0.00.10	2,1
UNION CIVILE	0.00.08	0.00.00	0.00.08	1,7
PARTI DU MOUVEMENT DE LA REPUBLIQUE	0.00.03	0.00.00	0.00.03	0,6
PARTI REPUBLICAIN	0.00.03	0.00.00	0.00.03	0,6
<b>TOTAL</b>	<b>0.06.34</b>	<b>0.01.24</b>	<b>0.07.58</b>	<b>100,0</b>

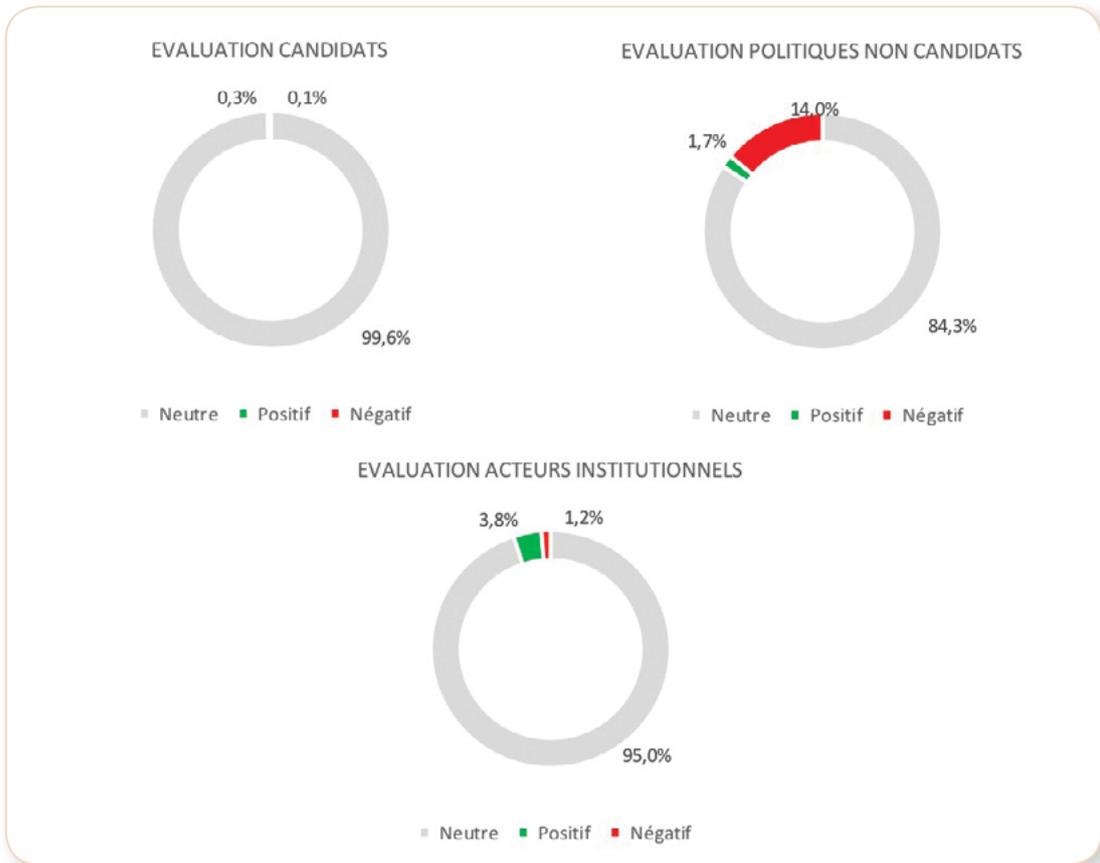
## 5. Temps alloué aux acteurs institutionnels selon leur institutionnel ou politique

Graphique n° 42



## 6. Evaluations relatives aux candidats, aux politiques non candidats et aux acteurs institutionnels

Graphique n° 43



# GAFSA FM

## 1. Résumé des résultats de Gafsa FM

- Radio Gafsa a alloué aux candidats 29h 37m 05s, et seulement 13m 25s aux politiques non candidats.
- Dans la répartition des taches interne aux radios publiques, **Radio Gafsa était censée couvrir les listes de Gafsa, Kasserine, Tozeur et Kébili.**
- La radio a bien **respecté les pourcentages de couverture** établis par la Décision conjointe ISIE-HAICA pour la presque totalité des listes, en particulier pour les listes indépendantes et les listes mineures. Toutefois elle a montré **un certain décalage** entre le temps alloué à Ennahdha (17,9%) et le temps attribué à Nidaa Tounes (12,3%). En particulier, Ennahdha a bénéficié d'un temps de parole nettement supérieur : 4h 22m contre 2h 48 pour Nidaa. Il faut noter que Gafsa FM a signalé à la HAICA d'avoir parfois invité des candidats qui n'ont pas répondu à l'appel.
- **La couverture des listes candidates a été tout à fait neutre (99,9%).**
- La couverture des **politiques non candidats s'est limitée à 13 minutes**, attribués principalement au Mouvement Ennahdha, et accessoirement à Nidaa Tounes, qui a reçu un quota d'évaluation négative.
- Elle s'est intéressée aux **acteurs institutionnels** dans l'ordre d'environ une heure et demie, sans références significatives à leur casquette politique.
- **La couverture des acteurs institutionnels a été en grande majorité neutre (97,6%).** Les quelques nuances négative se référaient au Président de la République.
- Le profil des radios régionales et de la Radio Nationale est très similaire sous l'aspect des thèmes traités en présence ou en référence aux acteurs politiques : **le temps est consacré aux programmes et aux activités des candidats (94,5% du temps).**

## 2. Formats de couverture de la campagne électorale

Gafsa FM a consacré à la campagne plusieurs émissions spéciales, partagées avec la Radio Nationale et les autres stations régionales (voir le paragraphe 2 relatif à la Radio Nationale), qui présentaient les listes des candidats présents dans les gouvernorats de compétence.

La radio diffusait également la rubrique l'éducation et de sensibilisation « *Une minute élection* », présentée par l'organisation Mourakiboun. De plus, elle a diffusé la campagne de sensibilisation « *Municipalités 2018, nous allons tous voter* »,

qui encourageait en particulier les personnes handicapées à exercer leur droit de participer aux élections.

### 3. Temps alloué aux différentes listes des candidats<sup>7</sup>

Graphique n° 44

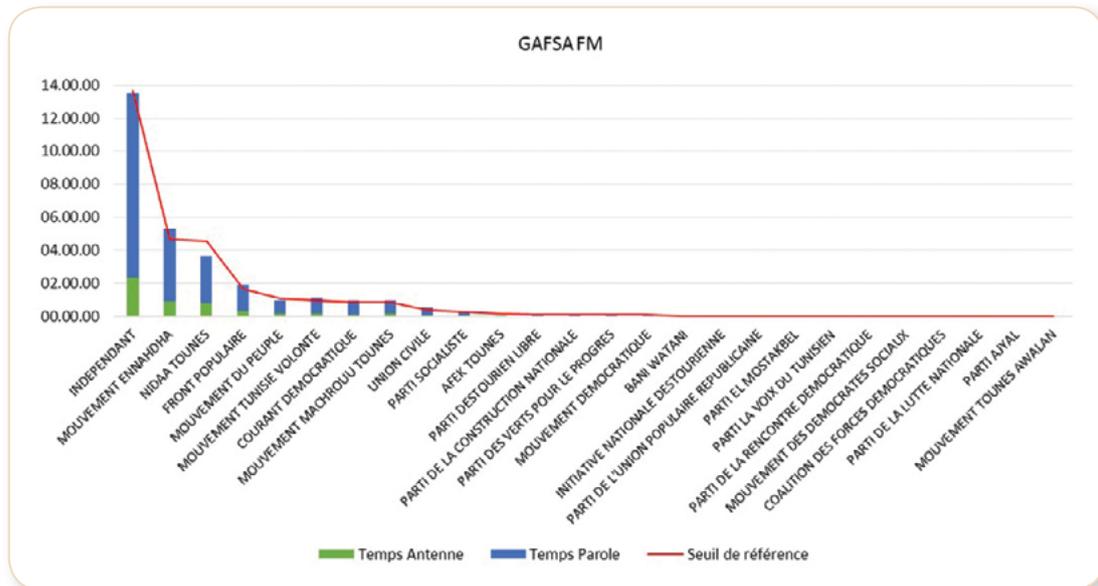


Tableau n° 25

LISTE DES CANDIDATS	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	POURCENTAGE DU TOTAL	SEUIL DE RÉFÉRENCE
INDEPENDANT	02.20.35	11.06.48	13.27.23	45,4	46,0
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.55.01	04.22.22	05.17.23	17,9	15,7
NIDAA TOUNES	00.49.52	02.48.24	03.38.16	12,3	15,3
FRONT POPULAIRE	00.18.51	01.35.28	01.54.19	6,4	5,7
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.09.05	00.49.33	00.58.38	3,3	3,7
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.11.31	00.56.38	01.08.09	3,8	3,3

7. Pour cette radio, le seuil de référence présenté dans les tableaux et dans les graphiques est calculé sur base régionale, c'est-à-dire selon le nombre de listes présentes dans les gouvernorats couverts par la radio. Pour cette raison, le seuil de référence présente des valeurs différentes par rapport au seuil appliqué aux médias qui couvrent le territoire national.

COURANT DEMOCRATIQUE	00.08.18	00.50.14	00.58.32	3,3	3,0
MOUVEMENT MACHROUU TOUNES	00.11.22	00.48.15	00.59.37	3,4	3,0
UNION CIVILE	00.05.13	00.26.50	00.32.03	1,8	1,3
PARTI SOCIALISTE	00.03.11	00.13.51	00.17.02	1,0	1,0
AFEK TOUNES	00.01.08	00.00.00	00.01.08	0,1	0,7
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.00.59	00.05.20	00.06.19	0,4	0,3
PARTI DE LA CONSTRUCTION NATIONALE	00.01.20	00.07.40	00.09.00	0,5	0,3
PARTI DES VERTS POUR LE PROGRES	00.00.17	00.00.30	00.00.47	0,0	0,3
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	00.01.50	00.06.39	00.08.29	0,5	0,3
BANI WATANI	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DE L'UNION POPULAIRE REPUBLICAINE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI EL MOSTAKBEL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI LA VOIX DU TUNISIEN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DE LA RENCONTRE DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT DES DEMOCRATES SOCIAUX	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
COALITION DES FORCES DEMOCRATIQUES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DE LA LUTTE NATIONALE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI AJYAL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>5.18.33</b>	<b>24.18.32</b>	<b>29.37.05</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tableau n° 26 : Top 10 des listes indépendantes sur Gafsa FM

LISTE	Temps de couverture
LISTE AL MOSTAKBEL KASSERINE	0.15.33
LISTE AMAL GAFSA	0.15.10
LISTE AL TAHADI - JEDLIYANE KASSERINE	0.15.01
LISTE AL RDAYEF AWALAN GAFSA	0.10.47
LISTE AL HOKOM AL MAHALLI GAFSA	0.10.39
LISTE AL MOWATANA W TANMIYA	0.10.28
LISTE EL AMAL WEL AAMAL	0.10.09
LISTE YED F YED LI TAHKIK TANMIYA WA TACHGHIL	0.10.07
LISTE AL WIFAK TOZEUR	0.09.56
LISTE YED WAHDA AL KSAR GAFSA	0.09.54
<b>TOTAL</b>	<b>1.57.44</b>

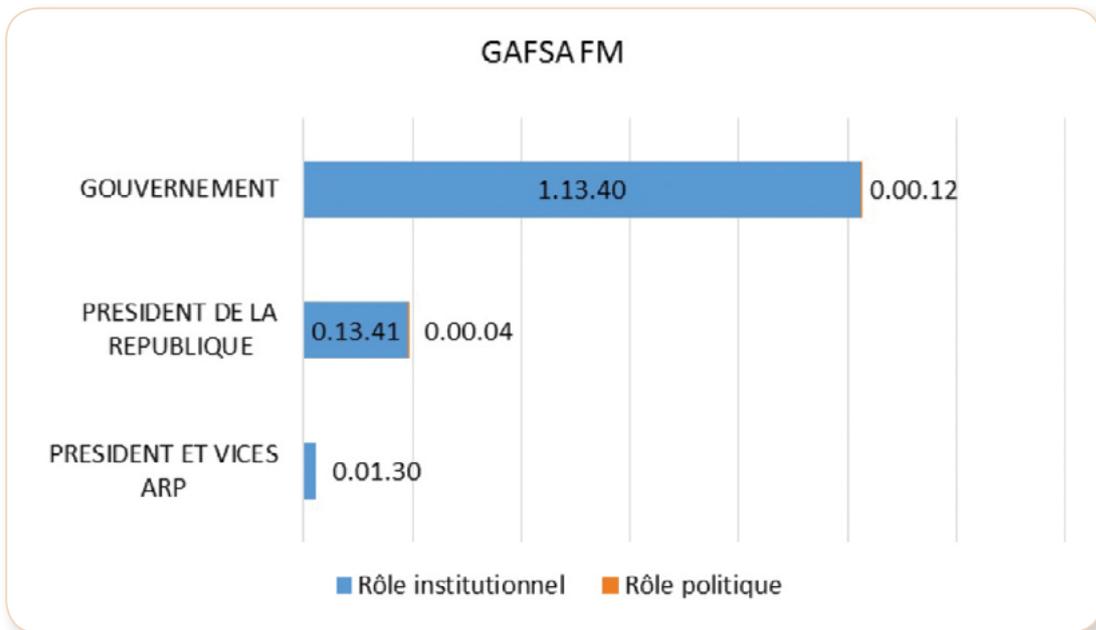
#### 4. Temps alloué aux non candidats de différentes appartenances

Tableau n° 27

AFFILIATION POLITIQUE	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	% DU TOTAL
MOUVEMENT ENNAHDHA	0.05.35	0.00.00	0.05.35	41,6
NIDAA TOUNES	0.02.31	0.01.44	0.04.15	31,7
FRONT POPULAIRE	0.01.10	0.00.17	0.01.27	10,8
LE MOUVEMENT DE LA TUNISIE EN AVANT	0.00.16	0.00.38	0.00.54	6,7
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	0.00.16	0.00.00	0.00.16	2,0
AFEK TOUNES	0.00.15	0.00.00	0.00.15	1,9
MOUVEMENT MACHROUJ TOUNES	0.00.14	0.00.00	0.00.14	1,7
COURANT DEMOCRATIQUE	0.00.11	0.00.00	0.00.11	1,4
ETTAKATOL	0.00.08	0.00.00	0.00.08	1,0
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	0.00.07	0.00.00	0.00.07	0,9
MOUVEMENT DU PEUPLE	0.00.03	0.00.00	0.00.03	0,4
<b>TOTAL</b>	<b>0.10.46</b>	<b>0.02.39</b>	<b>0.13.25</b>	<b>100,0</b>

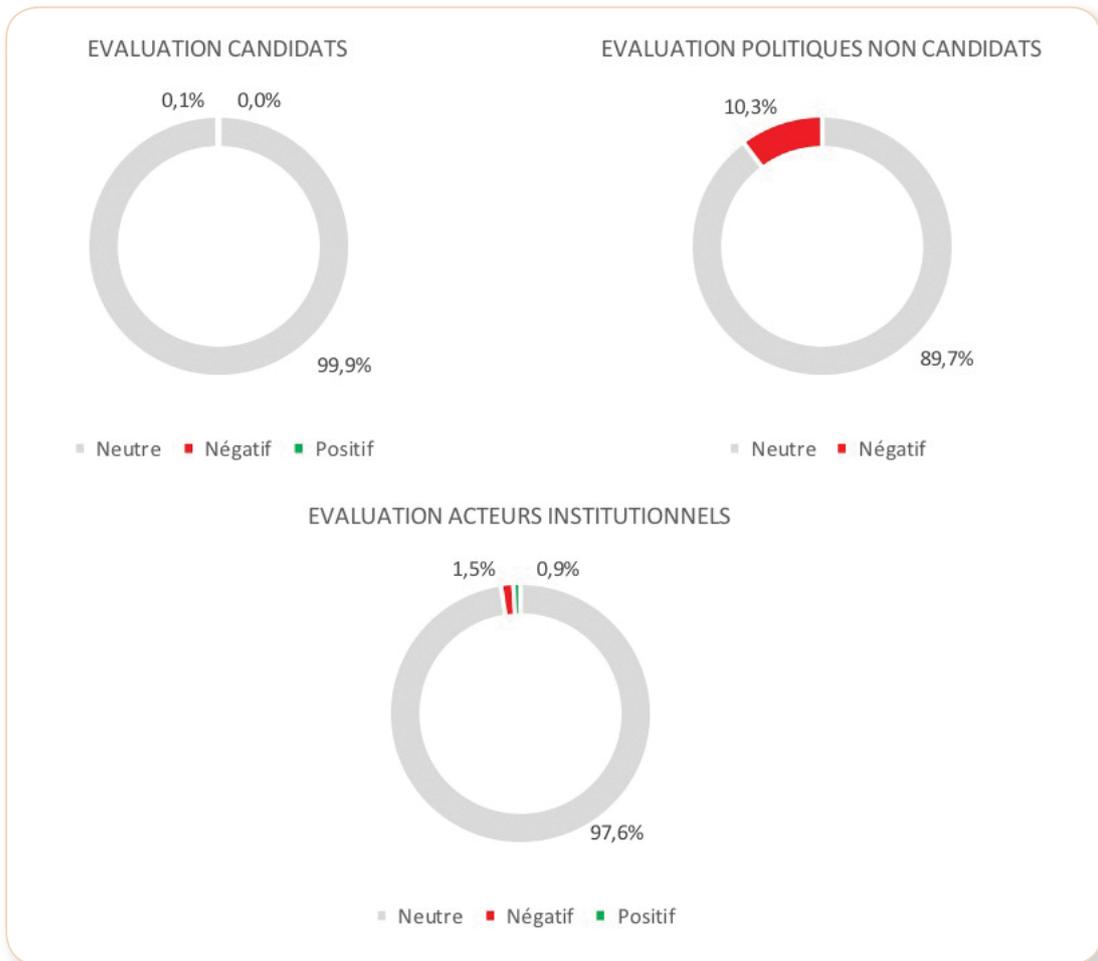
## 5. Temps alloué aux acteurs institutionnels selon leur rôle institutionnel ou politique

Graphique n° 45



## 6. Evaluations relatives aux candidats, aux politiques non candidats et aux acteurs institutionnels

Graphique n° 46



# KEF FM

## 1. Résumé des résultats de Kef FM

- Radio Kef a alloué aux candidats 24h 39m 34s. Comme toutes les autres radios publiques, **elle s'est intéressée presque exclusivement aux candidats**, en consacrant aux politiques non candidats seulement 8m 25s.
- Radio Kef s'est **engagée à couvrir les listes du Kef, de Béja, Siliana et Jendouba**.
- Elle a **assez bien respecté les équilibres parmi les listes candidates**, si on exclut une certaine surreprésentation d'Ennahdha et une légère sous-représentation des listes indépendantes et de certains partis comme le Parti destourien libre, Machrouu Tounes et Afek Tounes.
- La **couverture des listes candidates a été neutre** dans la totalité des cas.
- La couverture des **politiques non candidats** montre un avantage en termes de durée pour le Mouvement Ennahdha (qui reçoit toutefois une partie d'évaluation négative) mais elle apparaît peu significative, compte tenu du temps très limité réservé à ces acteurs.
- Radio Kef est, **parmi les radios régionales, celle qui a alloué plus de temps aux acteurs institutionnels** (2h 38m 59s), principalement le gouvernement et deuxièmement le Président de la République, toujours évoqués dans le cadre de leurs activités institutionnelles.
- La **neutralité** caractérise dans la grande majorité des cas (98,3%) la couverture de ces acteurs institutionnels.
- Dans les espaces d'information dédiés aux acteurs politiques, le **taux de temps réservé aux thèmes de la campagne électorale est dominant même sur Kef FM** (90%), toutefois la radio a accordé un peu plus d'espace à d'autres arguments qui ne sont pas en relation avec les élections, notamment les questions économiques et les thèmes sociaux tels que **l'éducation, la santé et le développement social**.

## 2. Formats de couverture de la campagne électorale

Kef FM a consacré à la campagne plusieurs émissions spéciales, partagées avec la Radio Nationale et les autres stations régionales (voir le paragraphe 2 relatif à la Radio Nationale), qui présentaient les listes des candidats présents dans les gouvernorats de compétence.

La radio diffusait également la rubrique d'éducation et de sensibilisation « *Une minute élection* ».

### 3. Temps alloué aux différentes listes des candidats<sup>8</sup>

Graphique n° 47

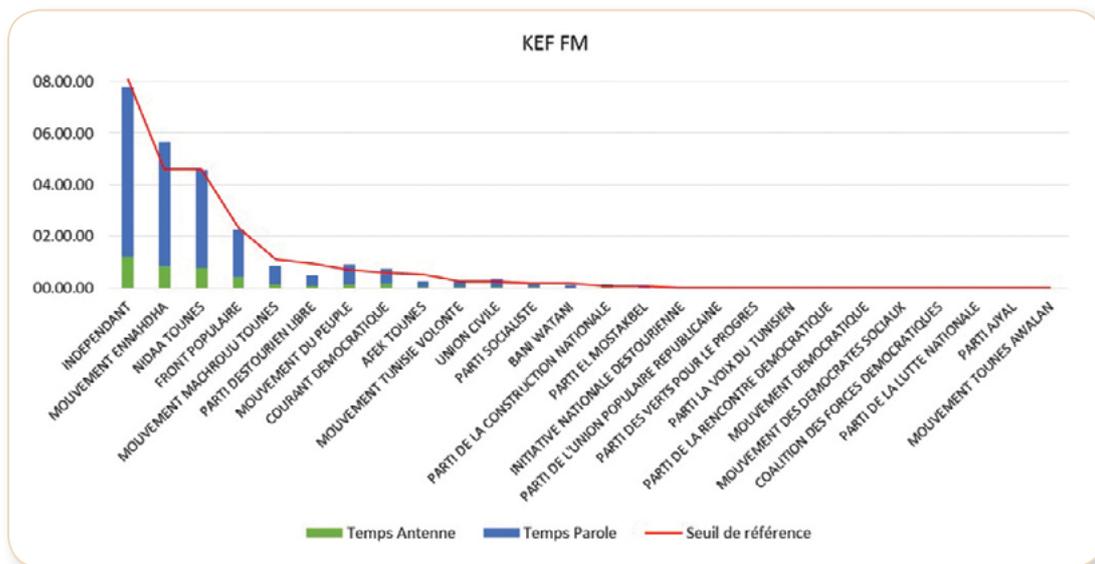


Tableau n° 28

LISTE DES CANDIDATS	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	POURCENTAGE DU TOTAL	SEUIL DE RÉFÉRENCE
INDEPENDANT	01.14.21	06.33.54	07.48.15	31,6	32,9
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.51.21	04.47.29	05.38.50	22,9	18,7
NIDAA TOUNES	00.45.47	03.49.12	04.34.59	18,6	18,7
FRONT POPULAIRE	00.25.25	01.51.55	02.17.20	9,3	9,5
MOUVEMENT MACHROUU TOUNES	00.09.29	00.42.01	00.51.30	3,5	4,6
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.05.45	00.23.22	00.29.07	2,0	3,9
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.09.28	00.46.02	00.55.30	3,8	2,8
COURANT DEMOCRATIQUE	00.10.29	00.34.45	00.45.14	3,1	2,5
AFEK TOUNES	00.03.06	00.12.01	00.15.07	1,0	2,1
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.02.28	00.12.09	00.14.37	1,0	1,1

8. Pour cette radio, le seuil de référence présenté dans les tableaux et dans les graphiques est calculé sur base régionale, c'est-à-dire selon le nombre de listes présentes dans les gouvernorats couverts par la radio. Pour cette raison, le seuil de référence présente des valeurs différentes par rapport au seuil appliqué aux médias qui couvrent le territoire national.

UNION CIVILE	00.02.44	00.18.13	00.20.57	1,4	1,1
PARTI SOCIALISTE	00.02.12	00.08.33	00.10.45	0,7	0,7
BANI WATANI	00.01.11	00.06.19	00.07.30	0,5	0,7
PARTI EL MOSTAKBEL	00.00.30	00.00.45	00.01.15	0,1	0,4
PARTI DE LA CONSTRUCTION NATIONALE	00.01.41	00.06.57	00.08.38	0,6	0,4
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DE L'UNION POPULAIRE REPUBLICAINE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DES VERTS POUR LE PROGRES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI LA VOIX DU TUNISIEN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DE LA RENCONTRE DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT DES DEMOCRATES SOCIAUX	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
COALITION DES FORCES DEMOCRATIQUES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DE LA LUTTE NATIONALE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI AJYAL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>4.05.57</b>	<b>20.33.37</b>	<b>24.39.34</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tableau n° 29 : Top 10 des listes indépendantes sur Kef FM

LISTE	TEMPS DE COUVERTURE
LISTE AL AMAL SILIANA	0.18.07
LISTE SBOULA RIDHA DALEJI	0.08.59
LISTE EL BORJ	0.08.20
LISTE SOUK IRBIAA	0.08.16
LISTE MAAN JENDOUBA	0.08.15

LISTE KRIB MAWTEN EL JAMII	0.08.08
LISTE GBOLAT AL JADIDA	0.08.04
LISTE ELAMAL BEJA	0.08.01
LISTE ITIHAD CHABEB KESRA	0.07.57
LISTE ISLAH ET TAJDID	0.07.57
<b>TOTAL</b>	<b>1.32.04</b>

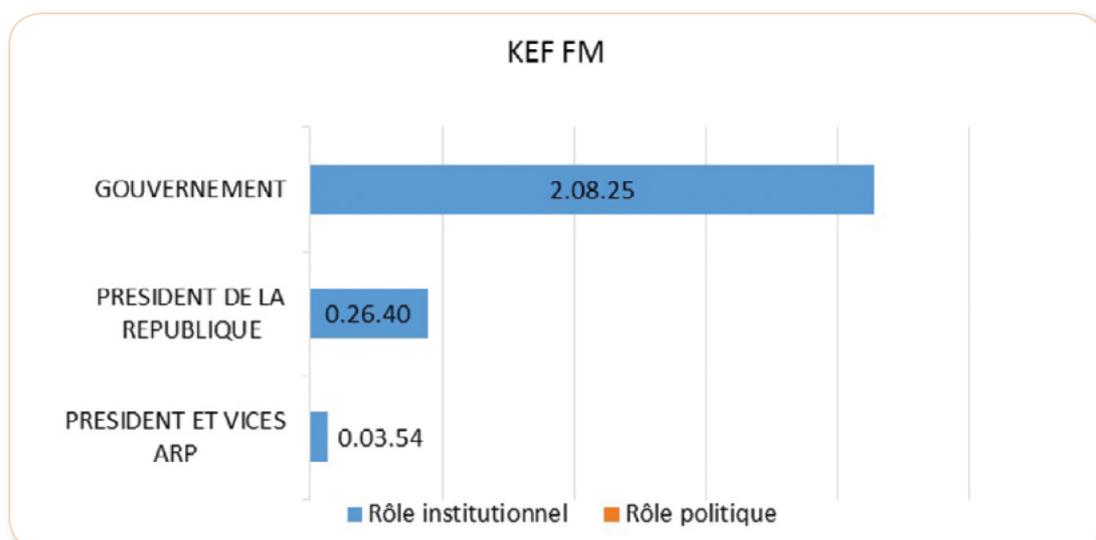
#### 4. Temps alloué aux non candidats de différentes appartenances

Tableau n° 30

AFFILIATION POLITIQUE	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	% DU TOTAL
MOUVEMENT ENNAHDHA	0.03.45	0.02.09	0.05.54	70,1
NIDAA TOUNES	0.02.01	0.00.00	0.02.01	24,0
FRONT POPULAIRE	0.00.22	0.00.00	0.00.22	4,4
MOUVEMENT DU PEUPLE	0.00.05	0.00.00	0.00.05	1,0
VOIE DEMOCRATIQUE ET SOCIALE (AL MASSAR)	0.00.03	0.00.00	0.00.03	0,6
<b>TOTAL</b>	<b>0.06.16</b>	<b>0.02.09</b>	<b>0.08.25</b>	<b>100,0</b>

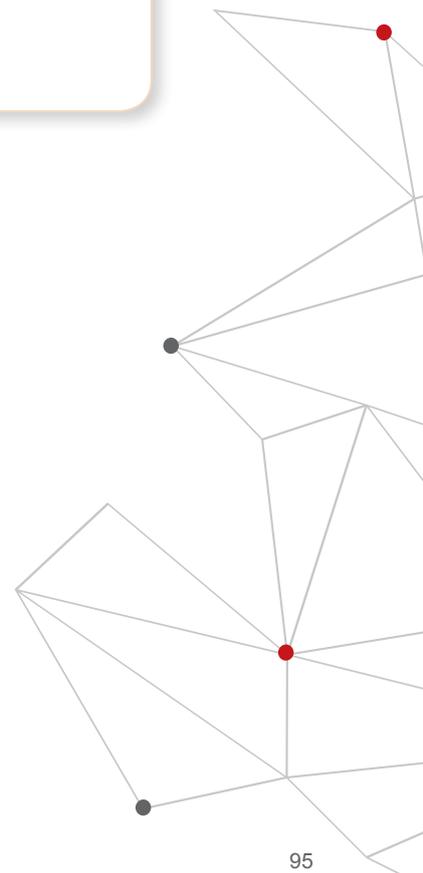
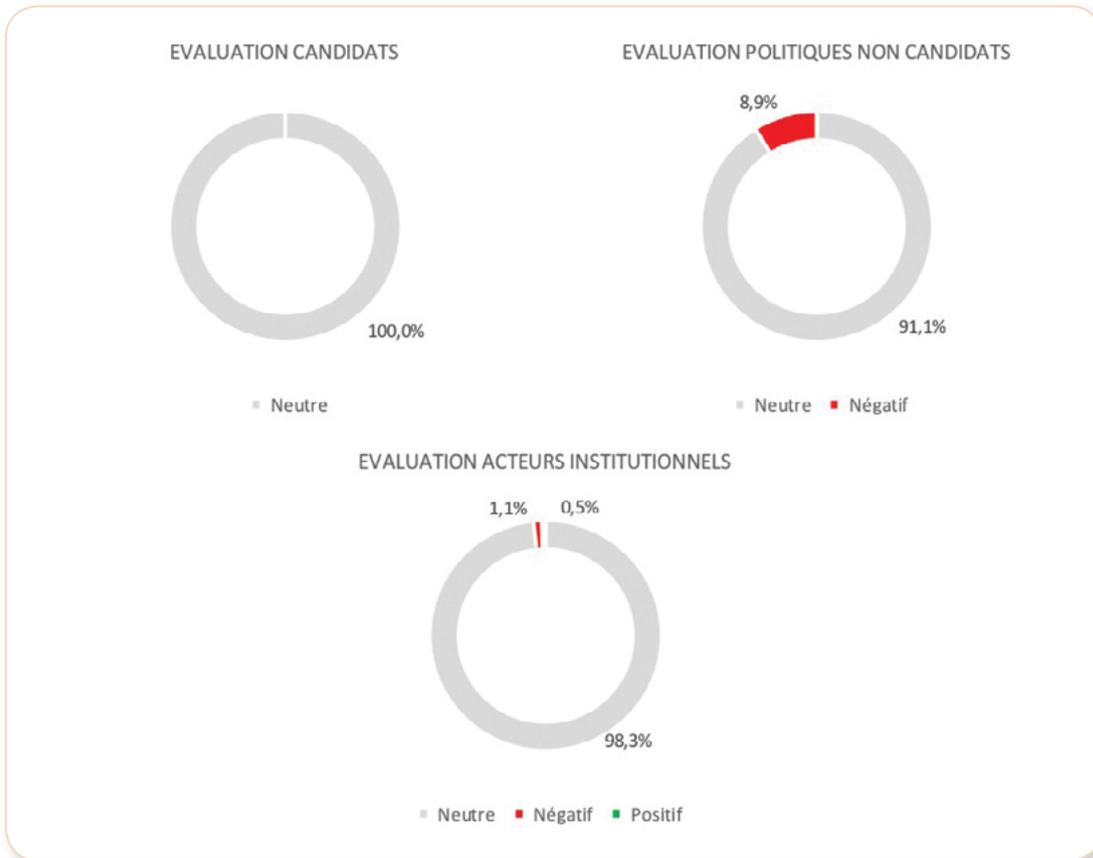
#### 5. Temps alloué aux acteurs institutionnels selon leur rôle institutionnel ou politique

Graphique n° 48



## 6. Evaluations relatives aux candidats, aux politiques non candidats et aux acteurs institutionnels

Graphique n° 49



# MONASTIR FM

## 1. Résumé des résultats de Monastir FM

- Radio Monastir a montré un **fort engagement dans la couverture de la campagne électorale** et des listes candidates, à qui elle a consacré 34h 07m 53s. Elle n'a attribué aux non candidats que 7m 13s.
- La radio, **censée couvrir les gouvernorats de Monastir, Mahdia et Sousse**, présente une **forte adhérence aux seuils de couverture établis par la Décision conjointe ISIE-HAICA**, et a assuré aux différentes listes une représentation équitable.
- La **présentation des listes candidates a été neutre et impartiale** dans la totalité de cas.
- Le temps consacré aux **non candidats** est très limité, toujours **neutre** et concentré sur Nidaa Tounes, mais on constate un équilibre dans le temps de parole attribué de manière analogue à Nidaa et à 5 autres partis.
- Tout comme les autres radios régionales, l'attention pour les **acteurs institutionnels** (une heure et demi environ) privilégie les membres du gouvernement.
- La **couverture des acteurs institutionnels est neutre** dans 98,8% du temps.
- Concernant les **thèmes traités**, 95,4% du temps réservé aux acteurs politiques est utilisé **pour parler des activités de campagne**.

## 2. Formats de couverture de la campagne électorale

Monastir FM a consacré à la campagne plusieurs émissions spéciales, partagées avec la Radio Nationale et les autres stations régionales (voir le paragraphe 2 relatif à la Radio Nationale), qui présentaient les listes des candidats présents dans les gouvernorats de compétence.

Monastir FM, tout comme les autres radios régionales, a diffusé la rubrique « *Une minute élection* », conçue par l'organisation d'observateurs électoraux Mourakiboun, qui visait l'éducation et la sensibilisation des électeurs.

## 3. Temps alloué aux différentes listes des candidats<sup>9</sup>

### Graphique n° 50

9. Pour cette radio, le seuil de référence présenté dans les tableaux et dans les graphiques est calculé sur base régionale, c'est-à-dire selon le nombre de listes présentes dans les gouvernorats couverts par la radio. Pour cette raison, le seuil de référence présente des valeurs différentes par rapport au seuil appliqué aux médias qui couvrent le territoire national.

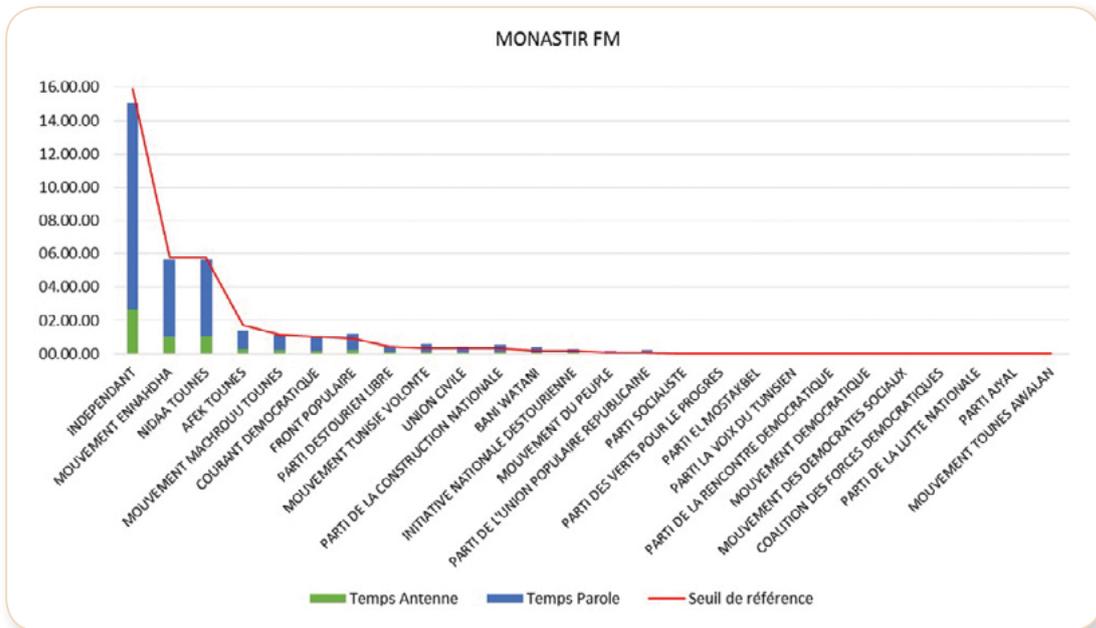


Tableau n° 31

LISTE DES CANDIDATS	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	POURCENTAGE DU TOTAL	SEUIL DE RÉFÉRENCE
INDEPENDANT	02.37.30	12.27.51	15.05.21	44,2	46,5
MOUVEMENT ENNAHDHA	01.02.50	04.35.36	05.38.26	16,5	16,8
NIDAA TOUNES	01.04.06	04.34.47	05.38.53	16,5	16,8
AFEK TOUNES	00.18.06	01.05.43	01.23.49	4,1	5,0
MOUVEMENT MACHROUU TOUNES	00.13.30	00.54.31	01.08.01	3,3	3,3
COURANT DEMOCRATIQUE	00.11.16	00.53.20	01.04.36	3,2	3,0
FRONT POPULAIRE	00.13.11	00.56.48	01.09.59	3,4	2,8
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.05.18	00.20.17	00.25.35	1,2	1,3
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.06.22	00.29.22	00.35.44	1,7	1,0
UNION CIVILE	00.04.25	00.22.24	00.26.49	1,3	1,0
PARTI DE LA CONSTRUCTION NATIONALE	00.07.29	00.23.38	00.31.07	1,5	1,0
BANI WATANI	00.03.55	00.18.05	00.22.00	1,1	0,5

INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.03.10	00.12.06	00.15.16	0,7	0,5
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.01.41	00.07.20	00.09.01	0,4	0,3
PARTI DE L'UNION POPULAIRE REPUBLICAINE	00.02.55	00.10.21	00.13.16	0,6	0,3
PARTI SOCIALISTE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DES VERTS POUR LE PROGRES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI EL MOSTAKBEL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI LA VOIX DU TUNISIEN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DE LA RENCONTRE DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT DES DEMOCRATES SOCIAUX	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
COALITION DES FORCES DEMOCRATIQUES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DE LA LUTTE NATIONALE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI AJYAL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>6.15.44</b>	<b>27.52.09</b>	<b>34.07.53</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tableau n° 32 : Top 10 des listes indépendantes sur Monastir FM

LISTE	TEMPS DE COUVERTURE
LISTE AL MOTSTAKBEL SIDI BENNOUR MONASTIR	0.16.17
LISTE AL AAHED AMIRET TOUAZRA MONASTIR	0.14.55
LISTE AL IKLAA SOUSSE KLAA	0.13.20
LISTE AL AMAL MAHDIA BRADAA	0.09.17
LISTE AAMIRET AL HOJEJ AWALAN MONASTIR	0.08.58
LISTE AHRAR SOUSSE	0.08.54
LISTE SAWAED SOUSSE	0.08.40
LISTE AL TAHADI KSOUR ESSEF MAHDIA	0.08.34
LISTE CHABEB MIN AJL EL TANMIYA MEHDIA	0.08.33
LISTE EL AMANA MONASTIR KSAR HELAL	0.08.32
<b>TOTAL</b>	<b>1.46.00</b>

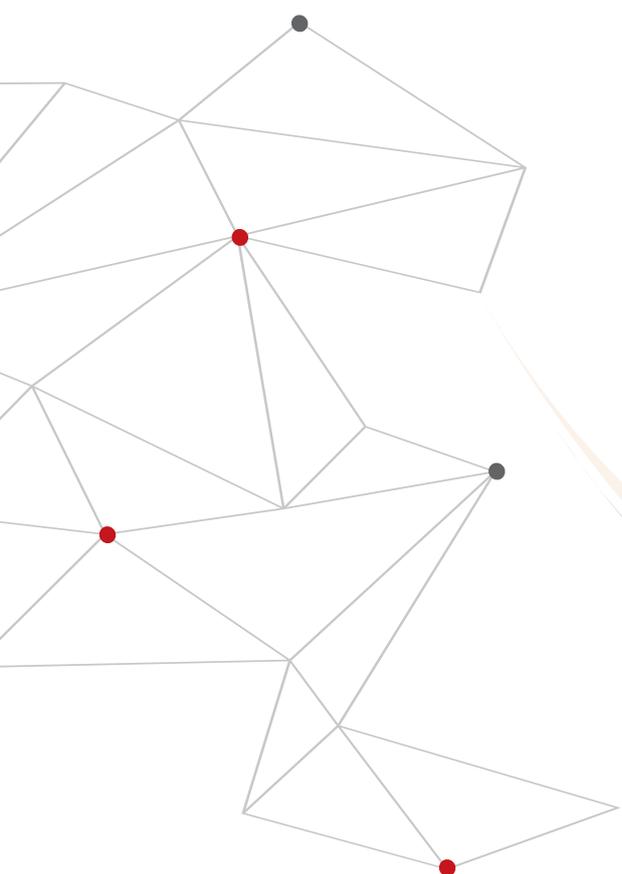
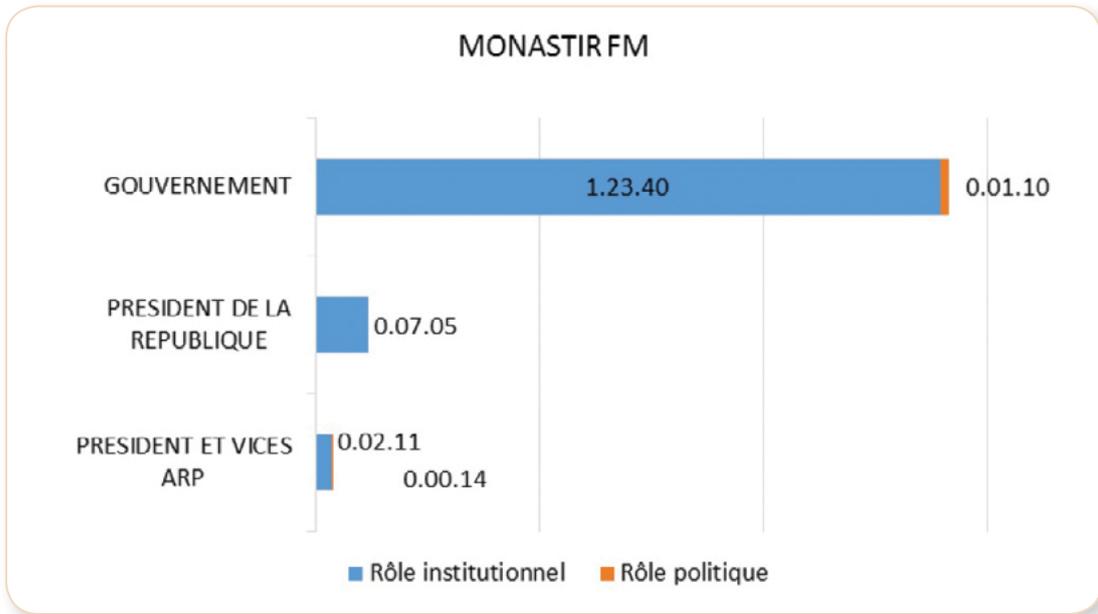
#### 4. Temps alloué aux non candidats de différentes appartenances

Tableau n° 33

AFFILIATION POLITIQUE	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	% DU TOTAL
NIDAA TOUNES	0.02.24	0.00.56	0.03.20	46,2
AFEK TOUNES	0.00.23	0.00.44	0.01.07	15,5
PARTI DESTOURIEN LIBRE	0.00.04	0.00.46	0.00.50	11,6
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	0.00.12	0.00.35	0.00.47	10,9
MOUVEMENT DU PEUPLE	0.00.12	0.00.32	0.00.44	10,2
MOUVEMENT ENNAHDHA	0.00.25	0.00.00	0.00.25	5,8
<b>TOTAL</b>	<b>0.03.40</b>	<b>0.03.33</b>	<b>0.07.13</b>	<b>100,0</b>

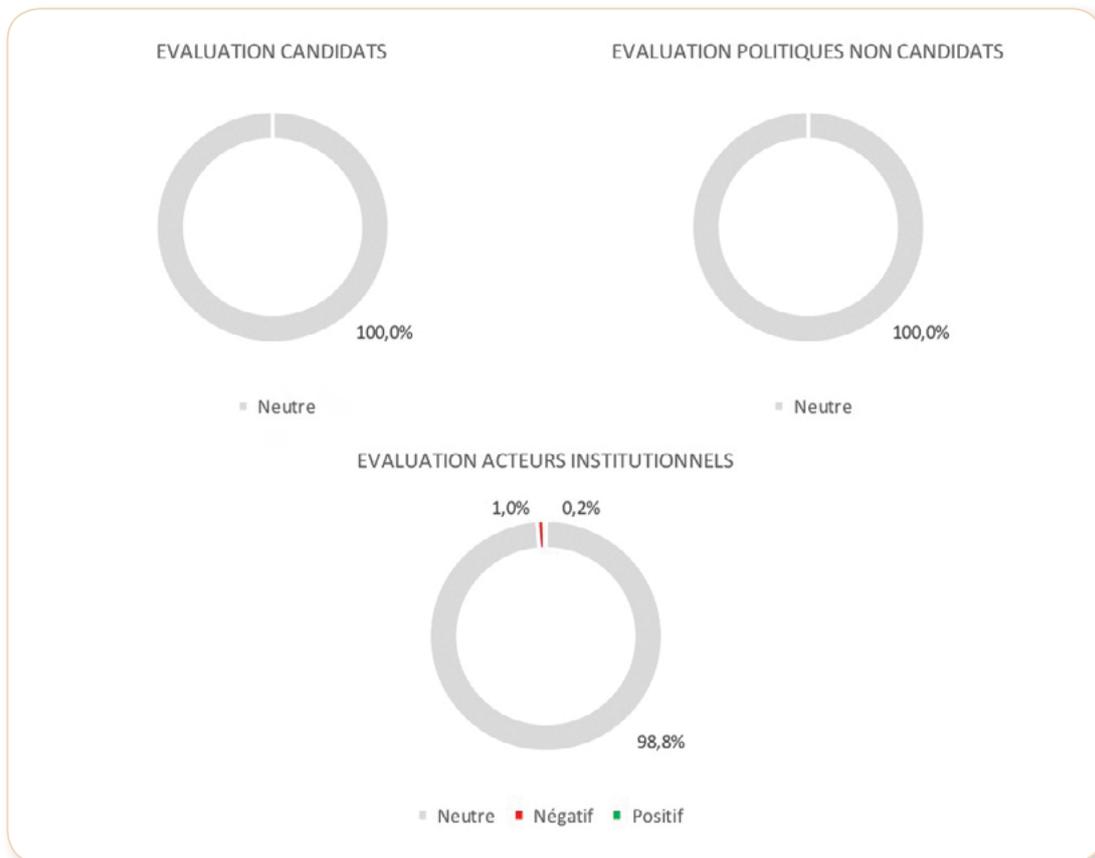
## 5. Temps alloué aux acteurs institutionnels selon leur rôle institutionnel ou politique

Graphique n° 51



## 6. Evaluations relatives aux candidats, aux politiques non candidats et aux acteurs institutionnels

Graphique n° 52



# SFAX FM

## 1. Résumé des résultats de Sfax FM

- **Radio Sfax a été l'une des radios régionales, avec Monastir FM, qui a consacré plus de temps aux candidats.** Ces derniers ont reçu un temps d'attention correspondant à 31h 11m 17s. Tout comme les autres stations régionales, elle ne s'est pas intéressée aux non candidats, à qui elle n'a réservé que 5m 29s.
- **Radio Sfax, engagée dans la couverture des gouvernorats de Sfax et Kairouan, présente une distribution très équilibrée du temps parmi les listes candidates,** en respectant les seuils de couverture établis par la Décision conjointe ISIE-HAICA.
- **La neutralité a caractérisé la présentation des listes candidates**
- On observe la même impartialité vers les **non candidats**, qui reçoivent une attention très résiduelle. Seulement Nidaa Tounes et Ennahdha reçoivent plus d'une minute d'attention, et seulement Nidaa bénéficie d'un temps de parole.
- Conformément aux autres radios régionales, l'attention pour les **acteurs institutionnels** (une heure et quart environ) privilégie les membres du gouvernement, et se tient strictement à leurs activités institutionnelles.
- Dans la couverture des acteurs institutionnels, Sfax FM a maintenu une **attitude neutre dans 92,5% du temps.** Quelques notes critiques s'expriment à l'antenne envers le gouvernement (6% de temps négatif) et dans une moindre mesure envers le Président de la République (3,2%).
- Concernant les **thèmes traités**, 95,8% du temps réservé aux acteurs politiques est employé pour parler des plateformes et des activités de campagne.

## 2. Formats de couverture de la campagne électorale

Sfax FM a consacré à la campagne plusieurs émissions spéciales, partagées avec la Radio Nationale et les autres stations régionales (voir le paragraphe 2 relatif à la Radio Nationale), qui présentaient les listes des candidats présents dans les gouvernorats de compétence.

La radio a diffusé souvent des messages de sensibilisation : « *Une minute élection* » promue par Mourakiboun, et « *Culture juridique* » promue par l'ISIE.

### 3. Temps alloué aux différentes listes des candidats<sup>10</sup>

Graphique n° 53

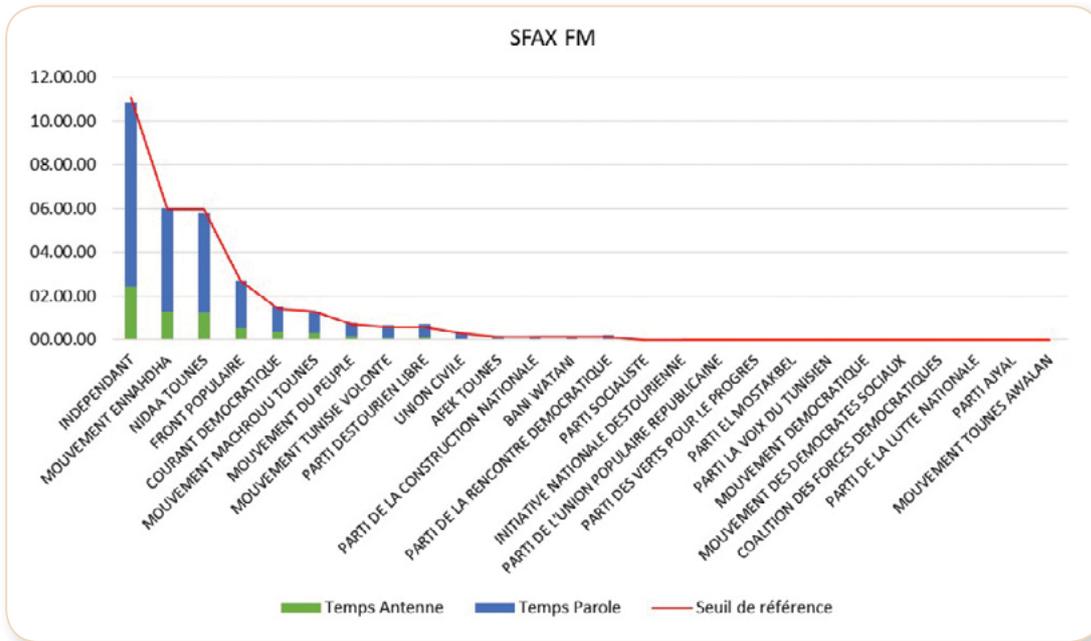


Tableau n° 34

LISTE DES CANDIDATS	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	POURCENTAGE DU TOTAL	SEUIL DE RÉFÉRENCE
INDEPENDANT	02.25.07	08.27.37	10.52.44	34,9	35,6
MOUVEMENT ENNAHDHA	01.18.18	04.41.37	05.59.55	19,2	19,2
NIDAA TOUNES	01.14.29	04.31.48	05.46.17	18,5	19,2
FRONT POPULAIRE	00.30.59	02.10.16	02.41.15	8,6	8,7
COURANT DEMOCRATIQUE	00.21.22	01.10.09	01.31.31	4,9	4,6
MOUVEMENT MACHROUJ TOUNES	00.17.02	00.56.44	01.13.46	3,9	4,1
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.09.11	00.35.39	00.44.50	2,4	2,3
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.05.22	00.33.35	00.38.57	2,1	1,8
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.06.38	00.35.03	00.41.41	2,2	1,8

10. Pour cette radio, le seuil de référence présenté dans les tableaux et dans les graphiques est calculé sur base régionale, c'est-à-dire selon le nombre de listes présentes dans les gouvernorats couverts par la radio. Pour cette raison, le seuil de référence présente des valeurs différentes par rapport au seuil appliqué aux médias qui couvrent le territoire national.

UNION CIVILE	00.02.25	00.16.00	00.18.25	1,0	0,9
AFEK TOUNES	00.02.58	00.07.16	00.10.14	0,5	0,5
PARTI DE LA CONSTRUCTION NATIONALE	00.02.54	00.06.46	00.09.40	0,5	0,5
BANI WATANI	00.01.13	00.09.13	00.10.26	0,6	0,5
PARTI DE LA RENCONTRE DEMOCRATIQUE	00.01.52	00.09.44	00.11.36	0,6	0,5
PARTI SOCIALISTE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DE L'UNION POPULAIRE REPUBLICAINE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DES VERTS POUR LE PROGRES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI EL MOSTAKBEL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI LA VOIX DU TUNISIEN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT DES DEMOCRATES SOCIAUX	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
COALITION DES FORCES DEMOCRATIQUES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DE LA LUTTE NATIONALE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI AJYAL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
<b>Total</b>	<b>6.39.50</b>	<b>24.31.27</b>	<b>31.11.17</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tableau n° 35 : Top 10 des listes indépendantes sur Sfax FM

LISTE	TEMPS DE COUVERTURE
LISTE WIFAK KAIROUAN	0.14.42
LISTE AL TAKADOUM SFAX 2	0.11.27
LISTE MACHROUUNA SFAX 2	0.11.26
LISTE GUERMEDA GHODWA KHIR	0.10.54
LISTE MOUSTAKBEL KAIRAOUAN	0.10.51
LISTE AL KARAMA LEL MOUWATEN	0.10.41
LISTE MAHRES EL GHAD	0.10.38

LISTE MUNICIPALITE POUR TOUS KAIROUAN	0.10.36
LISTE AMAL AL CHBIKA	0.10.34
LISTE CHAY MA YETKHABA	0.10.31
<b>TOTAL</b>	<b>1.52.20</b>

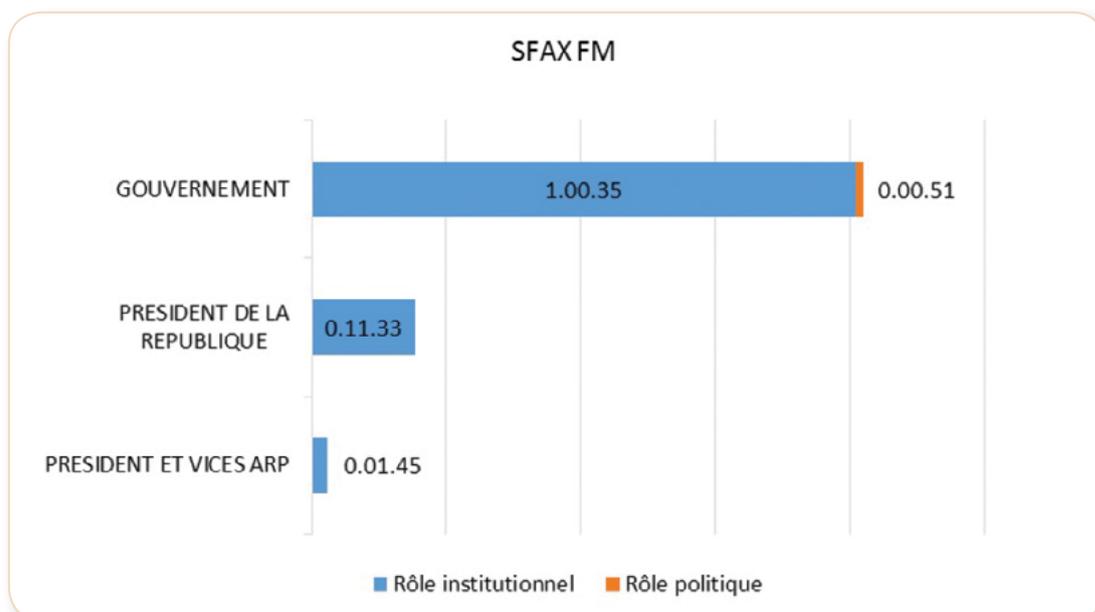
#### 4. Temps alloué aux non candidats de différentes appartenances

Tableau n° 36

AFFILIATION POLITIQUE	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	% DU TOTAL
NIDAA TOUNES	0.01.40	0.01.28	0.03.08	57,1
MOUVEMENT ENNAHDHA	0.01.33	0.00.00	0.01.33	28,3
FRONT POPULAIRE	0.00.31	0.00.00	0.00.31	9,4
PARTI DESTOURIEN LIBRE	0.00.07	0.00.00	0.00.07	2,1
COURANT DEMOCRATIQUE	0.00.06	0.00.00	0.00.06	1,8
MOUVEMENT MACHROUU TOUNES	0.00.04	0.00.00	0.00.04	1,2
<b>TOTAL</b>	<b>0.04.01</b>	<b>0.01.28</b>	<b>0.05.29</b>	<b>100,0</b>

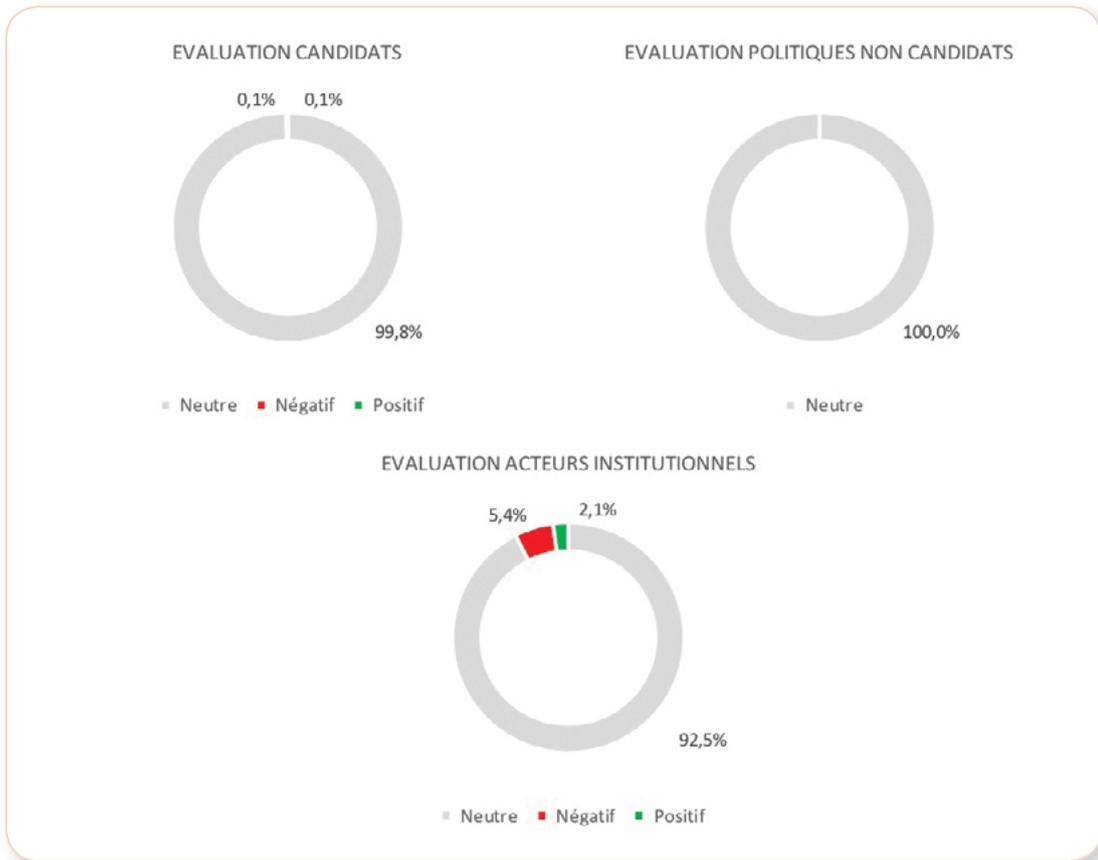
#### 5. Temps alloué aux acteurs institutionnels selon leur rôle institutionnel ou politique

Graphique n° 54



## 6. Evaluations relatives aux candidats, aux politiques non candidats et aux acteurs institutionnels

Graphique n° 55



# TATAOUINE FM

## 1. Résumé des résultats de Tataouine FM

- Radio Tataouine a alloué aux candidats 25h 38m 44s. **Sa couverture s'est focalisée en effet sur les candidats**, en octroyant aux politiques non candidats un temps résiduel de 6m 37s.
- Radio Tataouine **s'est engagée à couvrir les gouvernorats de Tataouine, Gabès et Médenine.**
- **Elle présente une distribution du temps parmi les listes candidates assez équilibrée**, bien qu'on observe une sous-représentation des listes indépendantes et en parallèle une surreprésentation du Mouvement Ennahdha.
- **La couverture des listes candidates est neutre.**
- Parmi les **non candidats**, c'est encore Ennahdha qui a bénéficié d'une relative attention, mais il s'agit d'un temps très limité. **L'approche vis-à-vis des non candidats est en majorité neutre**, on observe seulement quelques tons négatifs pour le Parti Badil tunisien, ce qui est en tout cas peu significatif, compte tenu de la durée minime de l'attention.
- Concernant les **acteurs institutionnels** (qui reçoivent environ une heure et 19 minutes d'attention), Radio Tataouine présente les mêmes caractéristiques des autres radios publiques, et dans la grande majorité du temps interpelle ces acteurs sur leurs activités institutionnelles, sans référence à la politique.
- **La neutralité caractérise aussi la couverture des acteurs institutionnels**, sauf un petit pourcentage de tons critiques vers le gouvernement.
- Les **thèmes traités** lorsque des acteurs politiques ont parlé ou ont été évoqués concernent les programmes des candidats et les activités de campagne pour 94,8% du temps.

## 2. Formats de couverture de la campagne électorale

Tataouine FM a consacré à la campagne plusieurs émissions spéciales, partagées avec la Radio Nationale et les autres stations régionales (voir le paragraphe 2 relatif à la Radio Nationale), qui présentaient les listes des candidats dans les gouvernorats de compétence.

La rubrique de sensibilisation « *Une minute pour les élections* », conçue par l'organisation d'observateurs électoraux Mourakiboun, passait aussi sur Tataouine

FM. En plus, le magazine d'info « *Les fleurs du matin* » diffusait quotidiennement une rubrique de sensibilisation.

### 3. Temps alloué aux différentes listes des candidats<sup>11</sup>

Graphique n° 56

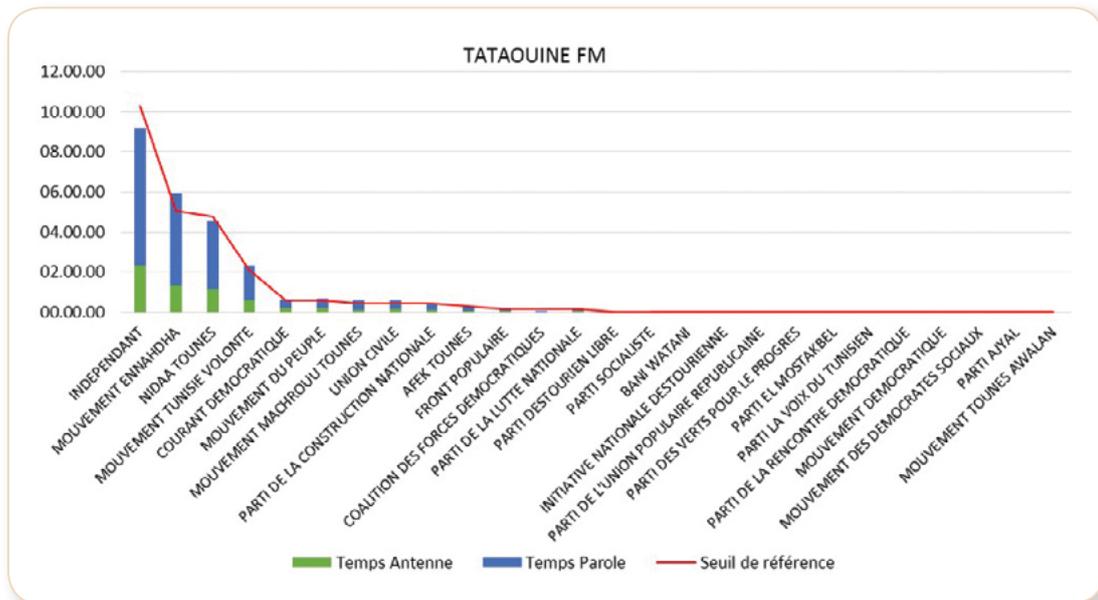


Tableau n° 37

LISTE DES CANDIDATS	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	POURCENTAGE DU TOTAL	SEUIL DE RÉFÉRENCE
INDEPENDANT	02.19.18	06.51.58	09.11.16	35,8	40,1
MOUVEMENT ENNAHDHA	01.19.28	04.36.24	05.55.52	23,1	19,8
NIDAA TOUNES	01.08.59	03.24.23	04.33.22	17,8	18,6
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.34.24	01.45.44	02.20.08	9,1	8,4
COURANT DEMOCRATIQUE	00.12.14	00.24.46	00.37.00	2,4	2,4
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.11.50	00.29.49	00.41.39	2,7	2,4

11. Pour cette radio, le seuil de référence présenté dans les tableaux et dans les graphiques est calculé sur base régionale, c'est-à-dire selon le nombre de listes présentes dans les gouvernorats couverts par la radio. Pour cette raison, le seuil de référence présente des valeurs différentes par rapport au seuil appliqué aux médias qui couvrent le territoire national.

MOUVEMENT MACHROUU TOUNES	00.07.23	00.26.38	00.34.01	2,2	1,8
UNION CIVILE	00.10.06	00.25.03	00.35.09	2,3	1,8
PARTI DE LA CONSTRUCTION NATIONALE	00.06.38	00.19.06	00.25.44	1,7	1,8
AFEK TOUNES	00.04.41	00.12.25	00.17.06	1,1	1,2
FRONT POPULAIRE	00.02.46	00.09.06	00.11.52	0,8	0,6
COALITION DES FORCES DEMOCRATIQUES	00.00.58	00.02.31	00.03.29	0,2	0,6
PARTI DE LA LUTTE NATIONALE	00.03.02	00.09.04	00.12.06	0,8	0,6
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI SOCIALISTE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
BANI WATANI	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DE L'UNION POPULAIRE REPUBLICAINE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DES VERTS POUR LE PROGRES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI EL MOSTAKBEL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI LA VOIX DU TUNISIEN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DE LA RENCONTRE DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT DES DEMOCRATES SOCIAUX	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI AJYAL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>6.21.47</b>	<b>19.16.57</b>	<b>25.38.44</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tableau n° 38 : Top 10 des listes indépendantes sur Tataouine FM

LISTE	TEMPS DE COUVERTURE
LISTE AL TAHADI GABES	0.14.10
LISTE CHAMAAT WATAN	0.12.53
LISTE ITIHAD SIDI MAKHLOUF	0.12.12
LISTE MIDOUN MOSTAKBEL	0.12.11
LISTE MINKOUM WA FIKOUM	0.11.39
LISTE MOSTAKILA LIL AAMAL EL BALADI BI BIR AHMER	0.11.37
LISTE ZARZIS MOUSTAKBEL	0.10.57
LISTE EL NEJMA	0.10.56
LISTE ZARZIS AWALAN	0.10.54
LISTE AL HAAMMA AWALAN GABES	0.10.48
<b>TOTAL</b>	<b>1.58.17</b>

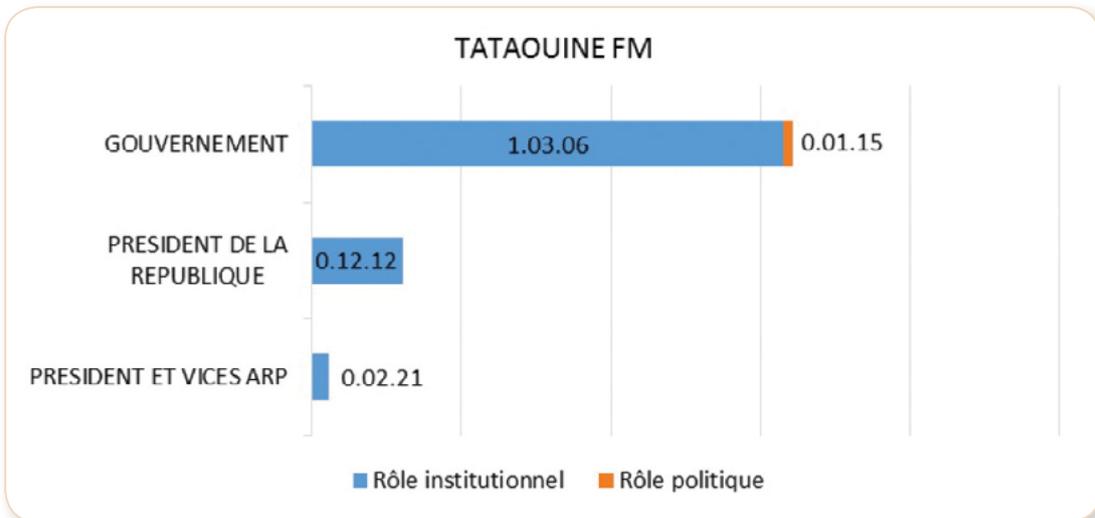
#### 4. Temps alloué aux non candidats de différentes appartenances

Tableau n° 39

AFFILIATION POLITIQUE	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	% DU TOTAL
MOUVEMENT ENNAHDHA	0.02.09	0.00.50	0.02.59	45,1
NIDAA TOUNES	0.01.46	0.00.00	0.01.46	26,7
INDEPENDANT	0.00.31	0.00.00	0.00.31	7,8
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	0.00.22	0.00.00	0.00.22	5,5
COURANT DEMOCRATIQUE	0.00.20	0.00.00	0.00.20	5,0
AFEK TOUNES	0.00.17	0.00.00	0.00.17	4,3
PARTI BADIL TUNISIEN	0.00.09	0.00.00	0.00.09	2,3
FRONT POPULAIRE	0.00.08	0.00.00	0.00.08	2,0
MOUVEMENT MACHROUJ TOUNES	0.00.05	0.00.00	0.00.05	1,3
<b>TOTAL</b>	<b>0.05.47</b>	<b>0.00.50</b>	<b>0.06.37</b>	<b>100,0</b>

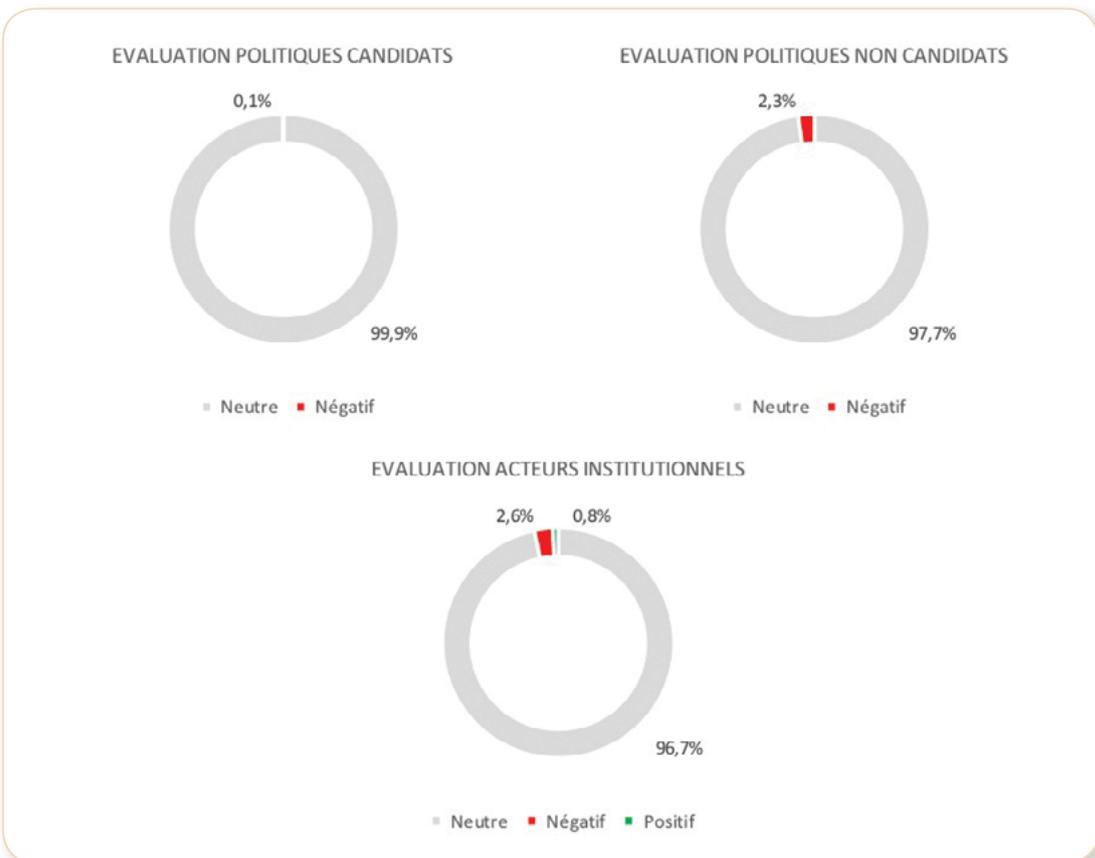
#### 5. Temps alloué aux acteurs institutionnels selon leur rôle institutionnel ou politique

Graphique n° 57



## 6. Evaluations relatives aux candidats, aux politiques non candidats et aux acteurs institutionnels

Graphique n° 58



# MOSAÏQUE FM

## 1. Résumé des résultats de Mosaïque FM

- La radio privée **Mosaïque FM s'est engagée dans la couverture des élections municipales**, en accordant aux candidats un temps équivalent à 9h 47m 23s sur toute la durée de la campagne. Contrairement aux radios publiques, **elle n'a pas négligé les politiques non candidats**, auxquels elle a alloué 2h 7m.
- La radio diffuse au niveau national, en ce qui concerne les listes candidates elle était donc tenue de respecter les seuils de couverture établis pour les médias nationaux, ce qu'elle a fait effectivement. **Exclusion faite pour une certaine surreprésentation des listes indépendantes, les résultats de Mosaïque FM s'approchent des pourcentages fixés par la Décision conjointe ISIE-HAICA**. La radio s'est efforcée de donner une **couverture même aux listes mineures**.
- Une **approche neutre dans 97,1% des cas** a caractérisé la couverture des listes candidates. Les rares tons négatifs touchent en particulier les listes d'Ennahdha et du Front populaire.
- Parmi les **politiques non candidats**, qui obtiennent sur Mosaïque FM une visibilité significative, on constate un équilibre dans le temps total alloué à Nidaa Tounes et au Mouvement Ennahdha, mais il faut noter un **avantage pour Nidaa, qui a reçu le double de temps de parole**. Les autres partis qui ont eu un temps de parole significatif sur Mosaïque FM sont le Mouvement de la Tunisie en avant, Machrouu Tounes, Parti destourien libre et Mouvement du peuple.
- La couverture des politiques non candidats présente une prévalence d'impartialité (93,2% du temps) mais aussi un **taux de 6,5% d'évaluations négatives**, qui touchent en particulier le Mouvement Ennahdha et, dans une moindre mesure, le Parti destourien libre et Nidaa Tounes.
- Les **acteurs institutionnels** ont reçu une large couverture sur Mosaïque FM (6h 50m), tout particulièrement le gouvernement qui a totalisé à lui seul 6h 24m. Dans la grande majorité du temps, ces acteurs sont évoqués ou interpellés exclusivement dans le cadre de leurs activités institutionnelles.
- L'approche dans la couverture des acteurs institutionnels est neutre dans 95% des cas. Les quelques **tons critiques** se réfèrent en particulier au Président de la **République**.
- Concernant les **thèmes traités**, 56,7% du temps réservé aux acteurs politiques a été employé pour parler des **activités de campagne** et des plateformes électorales des candidats, et un 2,5% ultérieur pour informer en général sur le processus électoral.

Ce sont les thèmes économiques et du travail qui viennent tout de suite après (19,1%). L'agenda des thèmes traités est assez variée, en accordant un espace significatif aussi aux questions de droit et de justice (3,9%), à l'éducation (3,8%) et aux affaires étrangères (3,4%).

## 2. Formats de couverture de la campagne électorale

Mosaïque FM a consacré une attention significative à la campagne électorale à l'intérieur des news et de quelques programmes d'information et d'*infotainment* (notamment « *Midi Show* »), tandis que l'émission « *Mozaique Plus* » a accueilli principalement des acteurs institutionnels et des politiques non candidats. La radio a diffusé à plusieurs moments de la journée des flash d'info sur les activités des candidats.

Pendant l'émission « *Midi show* » le présentateur sensibilisait souvent les citoyens sur l'importance du vote.

## 3. Temps alloué aux différentes listes des candidats

Graphique n° 59

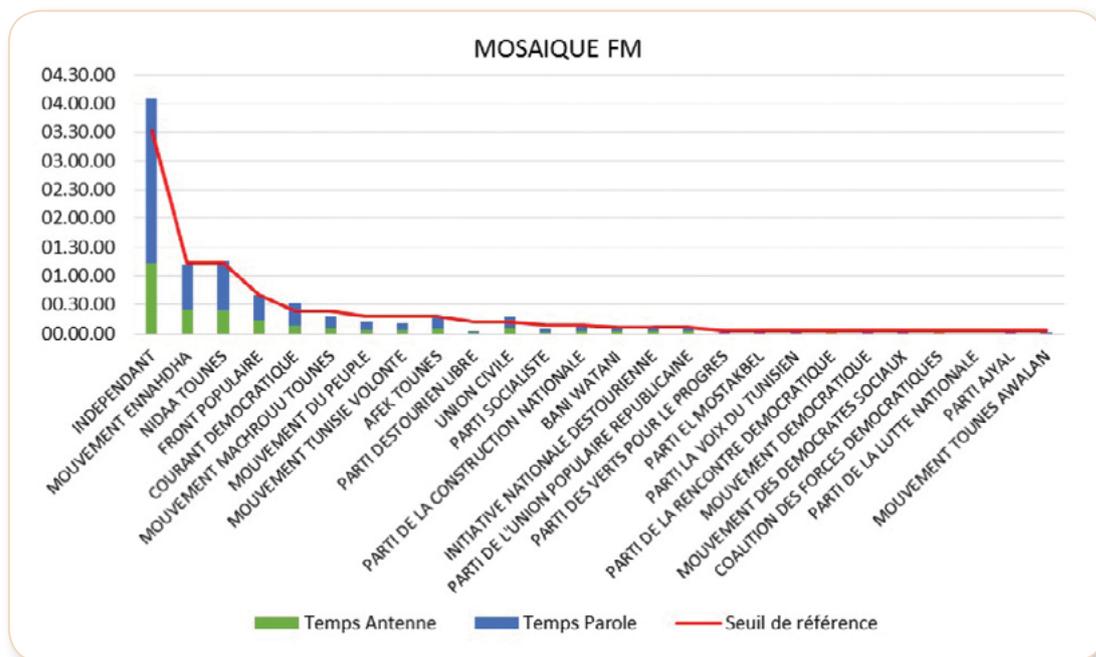


Tableau n° 40

LISTE DES CANDIDATS	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	POURCENTAGE DU TOTAL	SEUIL DE RÉFÉRENCE
INDEPENDANT	01.12.53	02.52.15	04.05.08	41,7	36,0
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.25.11	00.46.55	01.12.06	12,3	12,5
NIDAA TOUNES	00.23.40	00.51.24	01.15.04	12,8	12,5
FRONT POPULAIRE	00.14.23	00.25.20	00.39.43	6,8	7,0
COURANT DEMOCRATIQUE	00.08.19	00.23.30	00.31.49	5,4	4,0
MOUVEMENT MACHROUOU TOUNES	00.06.20	00.12.24	00.18.44	3,2	4,0
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.03.59	00.08.45	00.12.44	2,2	3,0
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.04.00	00.05.55	00.09.55	1,7	3,0
AFEK TOUNES	00.04.57	00.11.51	00.16.48	2,9	3,0
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.01.06	00.01.55	00.03.01	0,5	2,0
UNION CIVILE	00.05.49	00.11.38	00.17.27	3,0	2,0
PARTI SOCIALISTE	00.01.27	00.03.40	00.05.07	0,9	1,5
PARTI DE LA CONSTRUCTION NATIONALE	00.02.32	00.06.22	00.08.54	1,5	1,5
BANI WATANI	00.02.09	00.02.54	00.05.03	0,9	1,0
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.01.58	00.03.28	00.05.26	0,9	1,0
PARTI DE L'UNION POPULAIRE REPUBLICAINE	00.02.07	00.04.17	00.06.24	1,1	1,0
PARTI DES VERTS POUR LE PROGRES	00.00.23	00.00.45	00.01.08	0,2	0,5
PARTI EL MOSTAKBEL	00.00.17	00.00.46	00.01.03	0,2	0,5
PARTI LA VOIX DU TUNISIEN	00.00.37	00.01.20	00.01.57	0,3	0,5
PARTI DE LA RENCONTRE DEMOCRATIQUE	00.00.58	00.01.20	00.02.18	0,4	0,5
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	00.00.18	00.00.37	00.00.55	0,2	0,5
MOUVEMENT DES DEMOCRATES SOCIAUX	00.00.22	00.00.38	00.01.00	0,2	0,5
COALITION DES FORCES DEMOCRATIQUES	00.01.07	00.01.37	00.02.44	0,5	0,5
PARTI DE LA LUTTE NATIONALE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,5

PARTI AJYAL	00.00.35	00.01.23	00.01.58	0,3	0,5
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	00.00.17	00.00.40	00.00.57	0,2	0,5
<b>TOTAL</b>	<b>3.05.44</b>	<b>6.41.39</b>	<b>9.47.23</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tableau n° 41 : Top 10 des listes indépendantes sur Mosaïque FM

LISTE	TEMPS DE COUVERTURE
LISTE ALWAN MARSА	0.09.57
LISTE SOUKRA MDINETNA	0.08.39
LISTE EL AMEN NEBEUL 1	0.07.34
LISTE GHAZELA	0.07.05
LISTE MARSА TETBADEL	0.06.58
LISTE CHIHEB MADRASA	0.06.13
LISTE AL MOTSTAKBEL AWEL	0.05.31
LISTE KARAMA KAIROUAN	0.05.01
LISTE MADINATI TOUNES	0.04.49
LISTE EL MAAMOURA ILA EL AMAM	0.04.46
<b>TOTAL</b>	<b>1.06.33</b>

#### 4. Temps alloué aux non candidats de différentes appartenances

Graphique n° 60

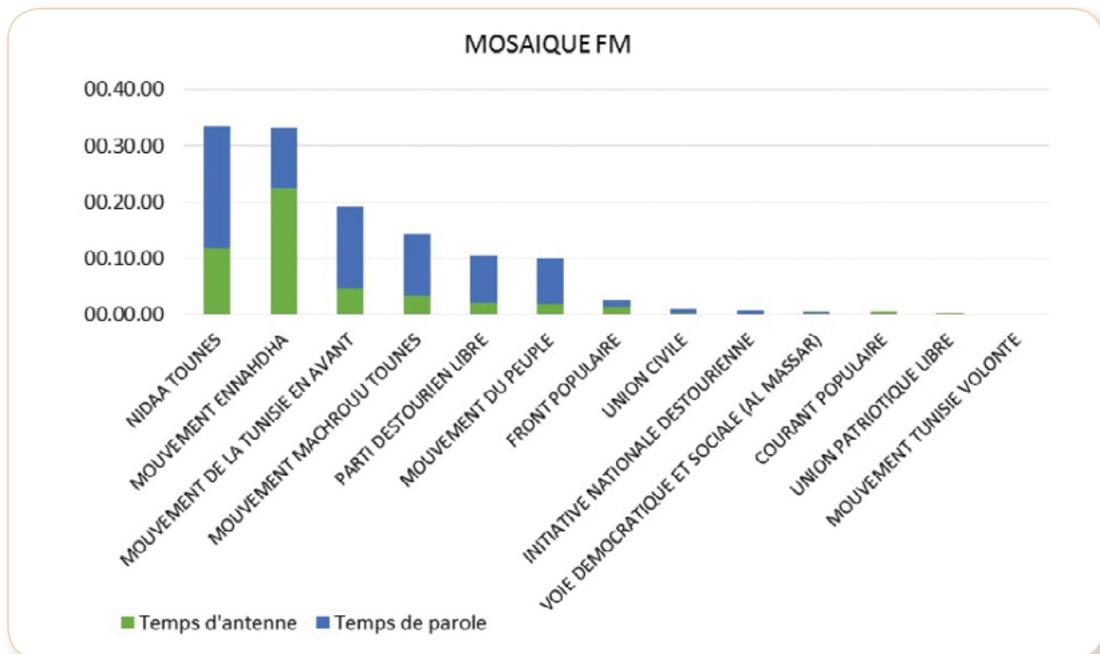
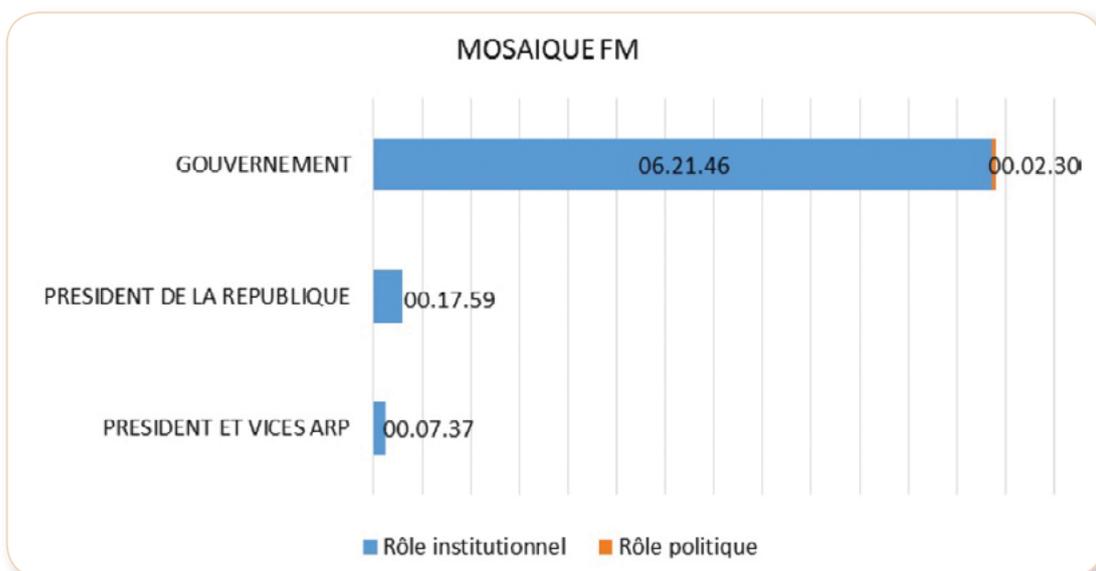


Tableau n° 42

AFFILIATION POLITIQUE	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	% DU TOTAL
NIDAA TOUNES	00.11.47	00.21.33	00.33.20	26,3
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.22.28	00.10.42	00.33.10	26,1
MOUVEMENT DE LA TUNISIE EN AVANT	00.04.39	00.14.29	00.19.08	15,1
MOUVEMENT MACHROUJ TOUNES	00.03.16	00.11.11	00.14.27	11,4
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.02.09	00.08.25	00.10.34	8,3
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.01.58	00.08.08	00.10.06	8,0
FRONT POPULAIRE	00.01.21	00.01.04	00.02.25	1,9
UNION CIVILE	00.00.20	00.00.46	00.01.06	0,9
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.00.17	00.00.37	00.00.54	0,7
VOIE DEMOCRATIQUE ET SOCIALE (AL MASSAR)	00.00.20	00.00.19	00.00.39	0,5
COURANT POPULAIRE	00.00.32	00.00.00	00.00.32	0,4
UNION PATRIOTIQUE LIBRE	00.00.26	00.00.00	00.00.26	0,3
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.00.11	00.00.00	00.00.11	0,1
<b>TOTAL</b>	<b>00.49.44</b>	<b>01.17.14</b>	<b>02.06.58</b>	<b>100,0</b>

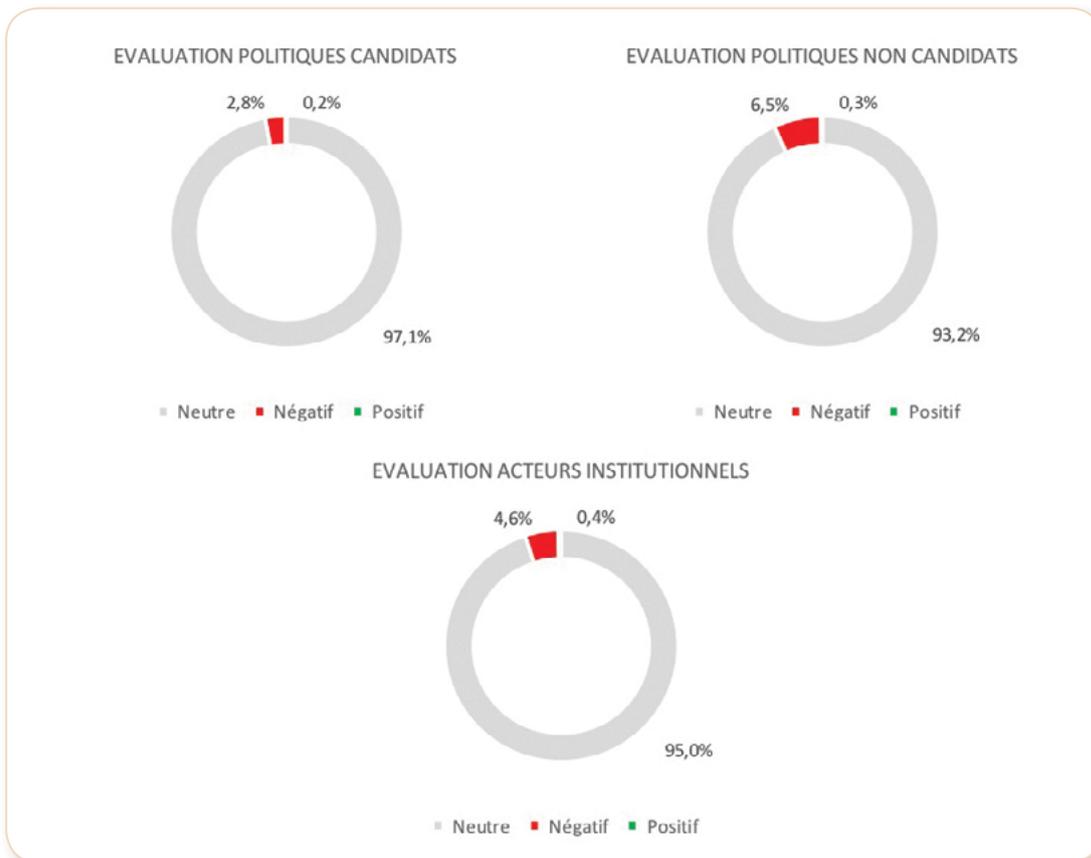
## 5. Temps alloué aux acteurs institutionnels selon leur rôle institutionnel ou politique

Graphique n° 61



## 6. Evaluations relatives aux candidats, aux politiques non candidats et aux acteurs institutionnels

Graphique n° 62



# SHEMS FM

## 1. Résumé des résultats de Shems FM

- **Shems FM s'est bien impliquée dans la couverture des élections municipales.** Pendant la période de campagne électorale, la radio a consacré aux listes des candidats 21h 29m 24s. Les politiques non candidats n'ont pas été négligés mais ils ont reçu une couverture plus marginale (1h 54m 30s).
- La radio présente une **distribution équilibrée du temps parmi les listes candidates et un respect pointilleux des seuils de couverture** établis par la Décision conjointe ISIE-HAICA. Elle a fait aussi un effort pour assurer un **temps d'attention à toutes les listes, y compris les listes mineures**. On observe seulement une légère surreprésentation des listes indépendantes et une très légère sous-représentation des principales listes comme Ennahdha, Nidaa Tounes, Front populaire, Machrouu Tounes. Toutefois, lorsqu'on observe **l'allocation du temps aux politiques non candidats**, on constate que le temps de parole a été attribué exactement à ces derniers partis, comme pour une sorte de compensation.
- L'approche de couverture des listes candidates a été caractérisée par **une nette impartialité**. Dans la majorité du temps, même les non candidats ont reçu une couverture neutre (92,5%), et dans le temps restant on a observé quelques tons positifs (surtout pour le Front populaire) et négatifs (surtout pour Nidaa Tounes, Ennahdha et Courant démocratique).
- Parmi les **acteurs institutionnels**, c'est le gouvernement qui a reçu le plus d'attention (3h 26m 48s), suivi par le Président de la République avec 26m 28s. Les acteurs institutionnels ont toujours été présentés dans le cadre de leurs fonctions, sans aucune référence, qu'elle soit explicite ou implicite, à leur appartenance politique.
- **Les acteurs institutionnels ont reçu sur Radio Shems plus de critiques** par rapport aux autres acteurs (10,9% de temps défavorable) : les plus touchés par les critiques sont le gouvernement (11,4% d'évaluation négative) et le Président/Vice-présidents de l'ARP (10,1%), tandis que le gouvernement fait l'objet, dans un taux équivalent, de tons négatifs et positifs.
- Dans l'espace accordé aux acteurs politiques, Shems a **traité principalement des activités et programmes de campagne électorale** (84,2%). Pour le reste du temps, le discours a porté sur l'éducation (4,4%) et sur les thèmes économiques (5,2%).

## 2. Formats de couverture de la campagne électorale

Shems FM a fait preuve d'un grand intérêt pour la campagne électorale, en lui consacrant l'attention à l'intérieur des news et de quelques programmes d'information et d'*infotainment*, notamment « *Houna Shems* » et « *La matinale* ». Shems FM a diffusé à plusieurs moments dans la journée des flash d'info sur les activités des candidats.

La radio a diffusé aussi « *Municipalités 2018, nous allons tous voter* », une campagne de sensibilisation pour encourager le public à participer aux élections municipales, avec une attention pour les personnes handicapées, sollicitées à exercer leur droit de participer aux élections.

La rubrique « *Kalam Rachid* » (parole judiciaire) au sein du programme « *Houna Shams* » s'appliquait à définir l'institution municipale et ses différents pouvoirs, et à sensibiliser les citoyens au devoir de participation dans les élections municipales, en vue de leur intérêt et pour améliorer la situation générale du Pays.

## 3. Temps alloué aux différentes listes des candidats

Graphique n° 63

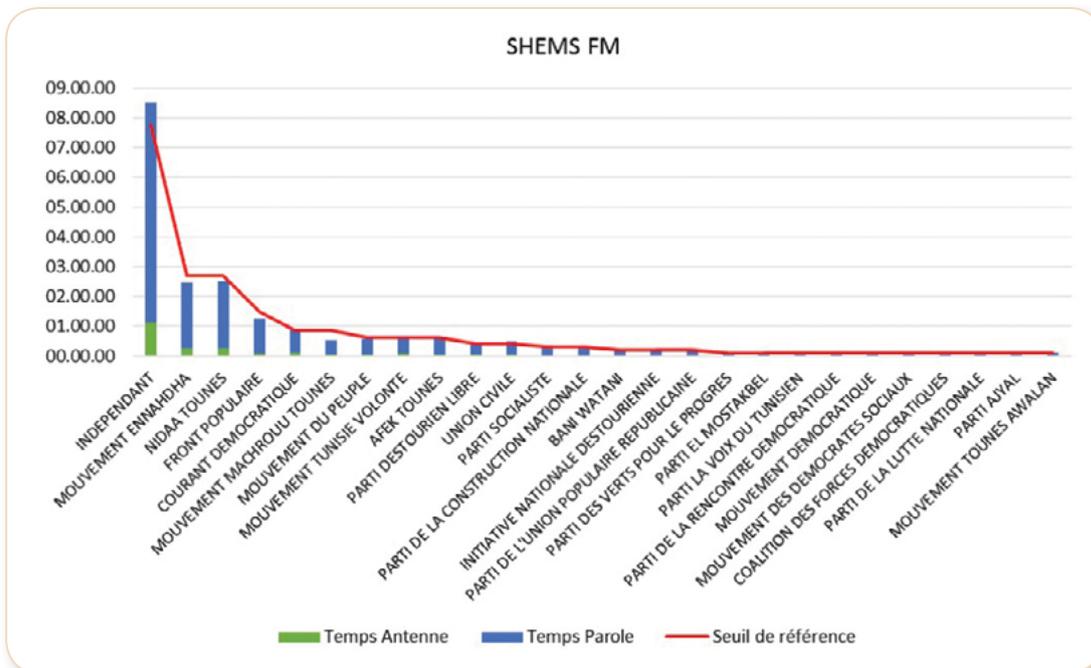


Tableau n° 43

LISTE DES CANDIDATS	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	POURCENTAGE DU TOTAL	SEUIL DE RÉFÉRENCE
INDEPENDANT	01.08.02	07.20.37	08.28.39	39,4	36,0
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.15.30	02.12.45	02.28.15	11,5	12,5
NIDAA TOUNES	00.15.29	02.14.45	02.30.14	11,7	12,5
FRONT POPULAIRE	00.06.37	01.08.51	01.15.28	5,9	7,0
COURANT DEMOCRATIQUE	00.08.35	00.47.41	00.56.16	4,4	4,0
MOUVEMENT MACHROUOU TOUNES	00.03.23	00.29.18	00.32.41	2,5	4,0
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.04.24	00.29.43	00.34.07	2,6	3,0
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.04.57	00.32.55	00.37.52	2,9	3,0
AFEK TOUNES	00.04.25	00.34.48	00.39.13	3,0	3,0
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.03.21	00.26.17	00.29.38	2,3	2,0
UNION CIVILE	00.03.39	00.26.11	00.29.50	2,3	2,0
PARTI SOCIALISTE	00.01.54	00.19.31	00.21.25	1,7	1,5
PARTI DE LA CONSTRUCTION NATIONALE	00.01.28	00.15.38	00.17.06	1,3	1,5
BANI WATANI	00.01.41	00.12.37	00.14.18	1,1	1,0
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.01.30	00.07.41	00.09.11	0,7	1,0
PARTI DE L'UNION POPULAIRE REPUBLICAINE	00.01.03	00.13.19	00.14.22	1,1	1,0
PARTI DES VERTS POUR LE PROGRES	00.00.26	00.06.46	00.07.12	0,6	0,5
PARTI EL MOSTAKBEL	00.00.44	00.06.20	00.07.04	0,5	0,5
PARTI LA VOIX DU TUNISIEN	00.00.47	00.06.37	00.07.24	0,6	0,5
PARTI DE LA RENCONTRE DEMOCRATIQUE	00.02.08	00.05.02	00.07.10	0,6	0,5
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	00.00.20	00.06.58	00.07.18	0,6	0,5
MOUVEMENT DES DEMOCRATES SOCIAUX	00.01.09	00.04.39	00.05.48	0,4	0,5
COALITION DES FORCES DEMOCRATIQUES	00.00.33	00.06.49	00.07.22	0,6	0,5
PARTI DE LA LUTTE NATIONALE	00.00.23	00.06.53	00.07.16	0,6	0,5
PARTI AJYAL	00.01.13	00.06.03	00.07.16	0,6	0,5
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	00.00.37	00.06.22	00.06.59	0,5	0,5
<b>TOTAL</b>	<b>2.34.18</b>	<b>18.55.06</b>	<b>21.29.24</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tableau n° 44 : Top 10 des listes indépendantes sur Shems FM

LISTE	TEMPS DE COUVERTURE
LISTE AHNA BENZART	0.12.10
LISTE IZDIHAR MONASTIR	0.09.58
LISTE CHIRAA KARKNA	0.07.55
LISTE MIN AJL KAIROUAN	0.07.54
LISTE AL MOWATANA W TANMIYA	0.07.46
LISTE AHRAR BIIR EL HFAY	0.06.29
LISTE BARGOU TANMIYA	0.06.26
LISTE AL MOTSTAKBEL AWEL	0.06.21
LISTE AL NOHOUDH MONASTIR	0.06.17
LISTE ENASSER MOUTAKILA SFAX 1	0.06.03
<b>TOTAL</b>	<b>1.17.19</b>

## 1. Temps alloué aux non candidats de différentes appartenances

Graphique n° 64

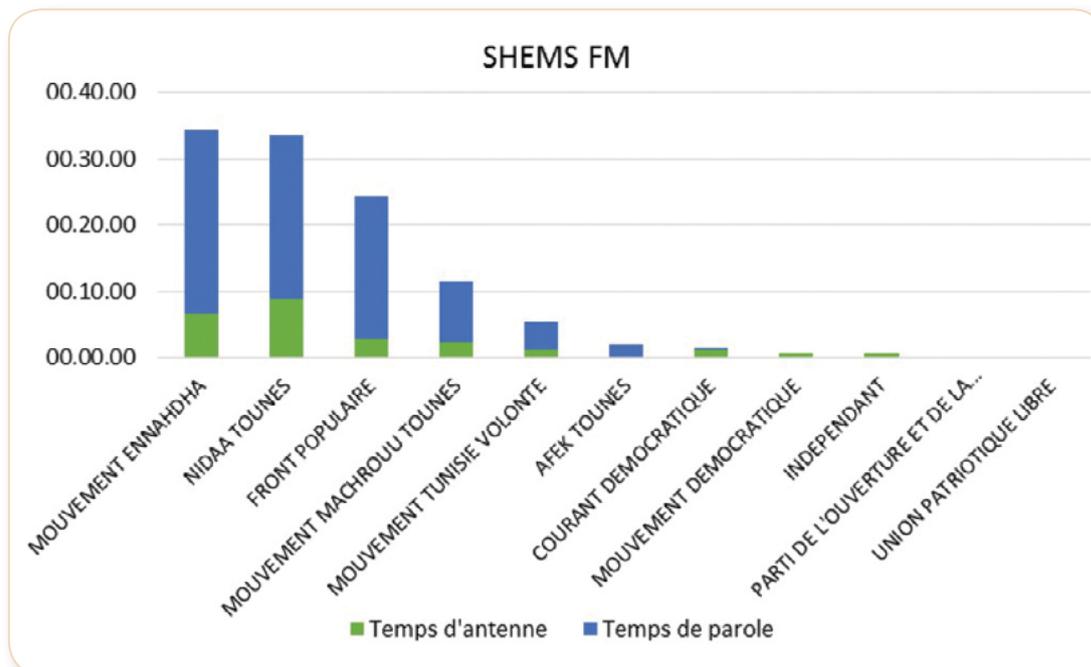
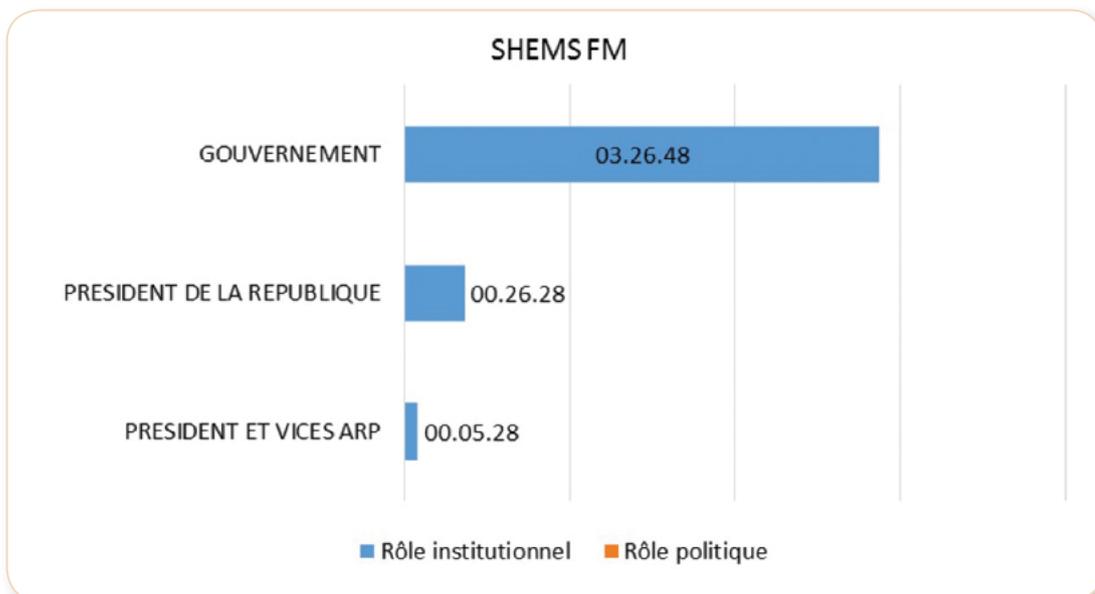


Tableau n° 45

AFFILIATION POLITIQUE	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	% DU TOTAL
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.06.32	00.27.50	00.34.22	30,0
NIDAA TOUNES	00.08.47	00.24.40	00.33.27	29,2
FRONT POPULAIRE	00.02.53	00.21.27	00.24.20	21,3
MOUVEMENT MACHROUJ TOUNES	00.02.19	00.09.10	00.11.29	10,0
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.01.06	00.04.19	00.05.25	4,7
AFEK TOUNES	00.00.08	00.01.52	00.02.00	1,8
COURANT DEMOCRATIQUE	00.01.08	00.00.29	00.01.37	1,4
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	00.00.50	00.00.00	00.00.50	0,7
INDEPENDANT	00.00.44	00.00.00	00.00.44	0,6
PARTI DE L'OUVERTURE ET DE LA FIDELITE	00.00.08	00.00.00	00.00.08	0,1
UNION PATRIOTIQUE LIBRE	00.00.04	00.00.00	00.00.04	0,1
MOUVEMENT D'APPEL DES TUNISIENS A L'ETRANGER	00.00.04	00.00.00	00.00.04	0,1
<b>TOTAL</b>	<b>00.24.43</b>	<b>01.29.47</b>	<b>01.54.30</b>	<b>100,0</b>

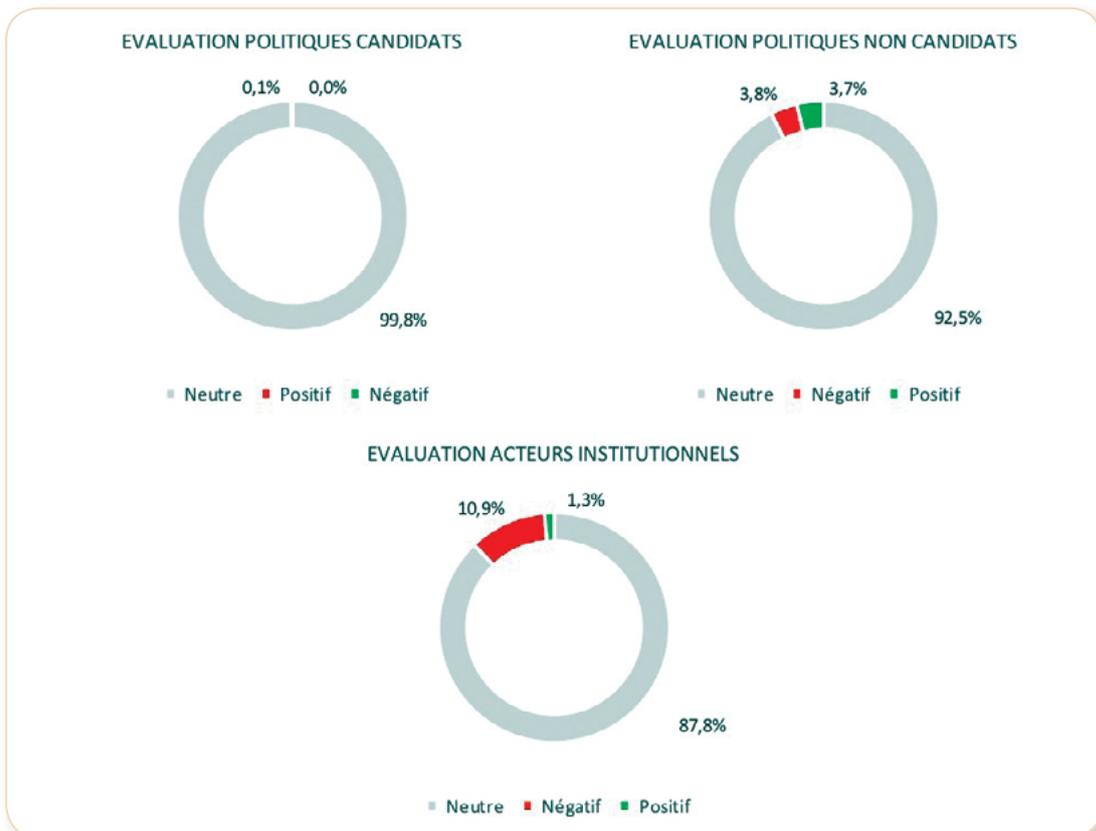
## 2. Temps alloué aux acteurs institutionnels selon leur rôle institutionnel ou politique

Graphique n° 65



### 3. Evaluation relatives aux candidats, aux politiques non candidats et aux acteurs institutionnels

Graphique n° 66



# JAWHARA FM

## 1. Résumé des résultats de Jawhara FM

- Jawhara FM a aussi réservé une **bonne place à la campagne électorale**, en accordant aux listes candidates 16h 25m 14s. En se focalisant sur les candidats, elle ne s'est pas beaucoup intéressée aux non candidats, à qui elle n'a réservé que 9m 39s pendant toute la campagne.
- La radio, qui s'est **engagée à couvrir les listes présentes dans les gouvernorats de Nabeul, Sousse, Monastir, Mahdia, Kairouan et Sfax**, montre des **décalages par rapport aux seuils de référence**, qui sont à calculer sur base régionale et selon un principe proportionnel. On observe une sous-représentation des listes indépendantes (qui ont obtenu 28,5% de couverture, tandis que le seuil était fixé à 43%), tandis que certaines listes comme Ennahdha, Courant démocratique, Machrouu Tounes et Afek Tounes ont reçu plus de temps que nécessaire. **La radio a signalé à la HAICA quelques difficultés avec des candidats qui ont été invités aux micros, mais qui ne se sont pas présentés.** Une donnée positive c'est que la radio a essayé de réserver une **couverture même aux listes mineures.**
- En tout cas la couverture allouée aux candidats aux élections municipales a été tout à fait **impartiale.**
- Parmi les **non candidats**, quelques partis reçoivent un temps de parole : Front populaire, Ennahdha. Parti destourien libre, Initiative nationale destourienne et Parti Badil Tunisien. Mais il s'agit d'un temps très limité. Ces acteurs politiques sont traités eux aussi de manière **impartialiale.**
- Les **acteurs institutionnels** totalisent sur Jawhara FM 1 heure et 21 minutes de temps d'attention, dont plus d'une heure allouée au gouvernement. La radio s'est intéressée exclusivement à leurs activités institutionnelles.
- La couverture des acteurs institutionnels présente **quelques tons critiques** (6,9% du temps) pour le Président de la république et pour le gouvernement.
- La radio présente un **profil thématique** similaire à celui des radios publiques, qui s'explique par le choix de privilégier la couverture de la campagne électorale et la présentation des listes candidates : on observe par conséquent une forte **prédominance des thèmes liés aux activités de campagne** (92,1%).

## 2. Formats de couverture de la campagne électorale

La radio a assuré la couverture des candidats aux municipales grâce essentiellement à une émission d'information, « *Politika* », et aux éditions de ses news.

### 3. Temps alloué aux différentes listes des candidats<sup>12</sup>

Graphique n° 67

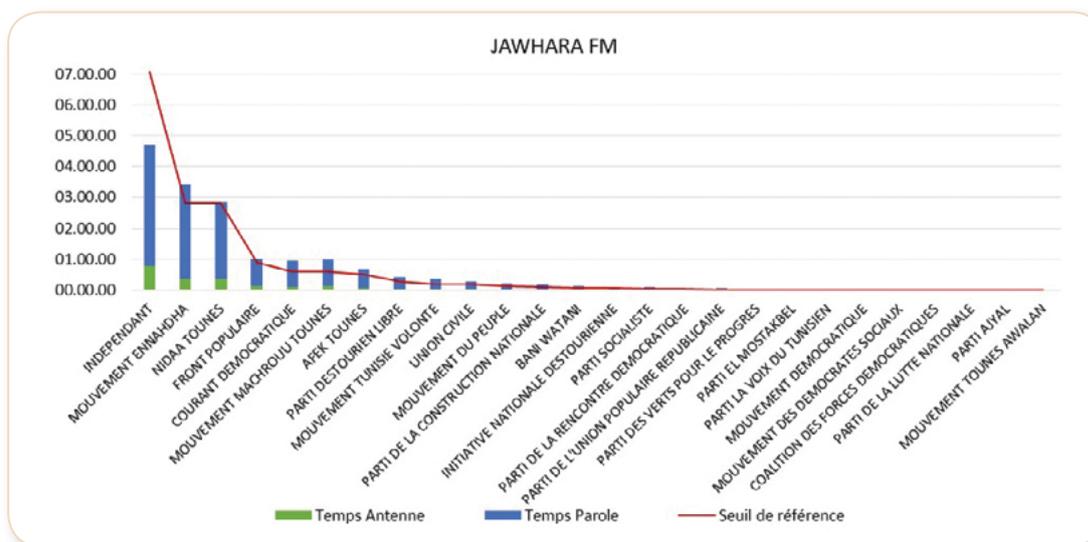


Tableau n° 46

LISTE DES CANDIDATS	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	POURCENTAGE DU TOTAL	SEUIL DE RÉFÉRENCE
INDEPENDANT	00.45.43	03.55.20	04.41.03	28,5	43,0
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.21.58	03.03.54	03.25.52	20,9	17,2
NIDAA TOUNES	00.21.02	02.29.58	02.51.00	17,4	17,2
FRONT POPULAIRE	00.07.39	00.52.53	01.00.32	6,1	5,4
COURANT DEMOCRATIQUE	00.06.02	00.50.22	00.56.24	5,7	3,6
MOUVEMENT MACHROUU TOUNES	00.06.47	00.52.34	00.59.21	6,0	3,6
AFEK TOUNES	00.04.15	00.36.23	00.40.38	4,1	3,1
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.02.20	00.22.51	00.25.11	2,6	1,6
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.01.40	00.20.04	00.21.44	2,2	1,1
UNION CIVILE	00.01.57	00.15.16	00.17.13	1,7	1,1
MOUVEMENT DU PEUPLE	00.01.20	00.11.48	00.13.08	1,3	0,8

12. Pour cette radio, le seuil de référence présenté dans les tableaux et dans les graphiques est calculé sur base régionale, c'est-à-dire selon le nombre de listes présentes dans les gouvernorats couverts par la radio. Pour cette raison, le seuil de référence présente des valeurs différentes par rapport au seuil appliqué aux médias qui couvrent le territoire national.

PARTI DE LA CONSTRUCTION NATIONALE	00.01.11	00.09.24	00.10.35	1,1	0,6
BANI WATANI	00.00.56	00.06.52	00.07.48	0,8	0,4
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.00.37	00.04.40	00.05.17	0,5	0,4
PARTI SOCIALISTE	00.00.37	00.05.13	00.05.50	0,6	0,3
PARTI DE LA RENCONTRE DEMOCRATIQUE	00.00.13	00.00.00	00.00.13	0,0	0,3
PARTI DE L'UNION POPULAIRE REPUBLICAINE	00.00.29	00.02.56	00.03.25	0,3	0,1
PARTI DES VERTS POUR LE PROGRES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI EL MOSTAKBEL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI LA VOIX DU TUNISIEN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT DEMOCRATIQUE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT DES DEMOCRATES SOCIAUX	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
COALITION DES FORCES DEMOCRATIQUES	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI DE LA LUTTE NATIONALE	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
PARTI AJYAL	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
MOUVEMENT TOUNES AWALAN	00.00.00	00.00.00	00.00.00	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>2.04.46</b>	<b>14.20.28</b>	<b>16.25.14</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tableau n° 47 : Top 10 des listes indépendantes sur Jawhara FM

LISTE	TEMPS DE COUVERTURE
LISTE AL MOTSTAKBEL SIDI BENNOUR MONASTIR	0.04.33
LISTE AL TAKADOUM MEHDIA	0.04.30
LISTE EL AMANA MONASTIR KSAR HELAL	0.04.25
LISTE MAWTINI MAHDIA	0.04.21
LISTE EKHDEM BLEDEK RJICH MAHDIA	0.04.10
LISTE INTILAKA BOUARGOUB NABEUL	0.04.00
LISTE AL AJIAL AL JADIDA MANZEL HAYET MONASTIR	0.03.24

LISTE MACHROUUNA LEL TANMIYA	0.03.15
LISTE ZOUHOUR ELGHAD	0.03.11
LISTE AHRAR SOUSSE	0.03.11
<b>TOTAL</b>	<b>0.39.00</b>

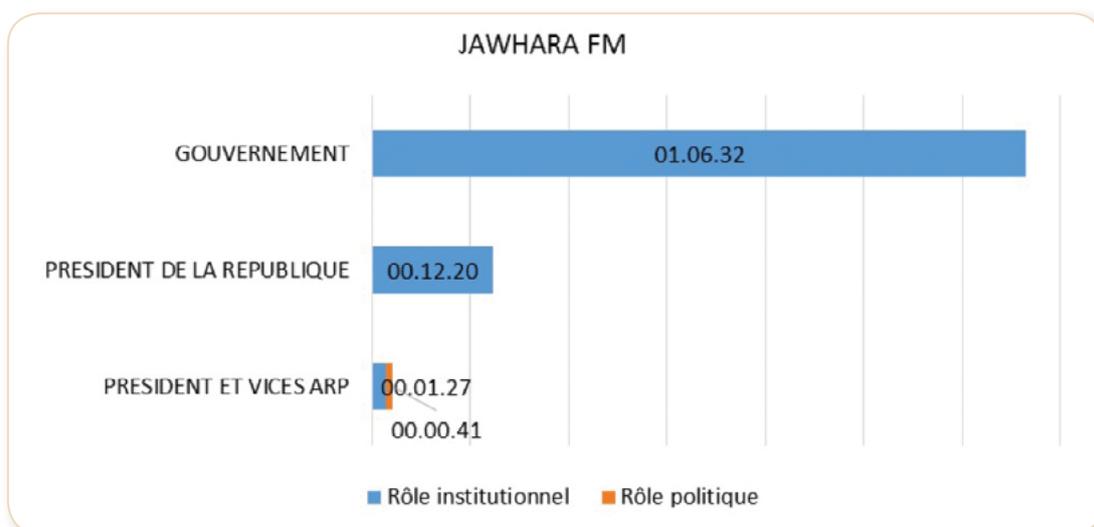
#### 4. Temps alloué aux non candidats de différentes appartenances

Tableau n° 48

AFFILIATION POLITIQUE	TEMPS D'ANTENNE	TEMPS DE PAROLE	TEMPS TOTAL	% DU TOTAL
FRONT POPULAIRE	00.00.24	00.01.50	00.02.14	23,1
MOUVEMENT ENNAHDHA	00.00.20	00.01.35	00.01.55	19,9
NIDAA TOUNES	00.01.32	00.00.00	00.01.32	15,9
PARTI DESTOURIEN LIBRE	00.00.12	00.01.00	00.01.12	12,4
INITIATIVE NATIONALE DESTOURIENNE	00.00.03	00.00.56	00.00.59	10,2
PARTI BADIL TUNISIEN	00.00.10	00.00.47	00.00.57	9,8
MOUVEMENT TUNISIE VOLONTE	00.00.25	00.00.00	00.00.25	4,3
AFEK TOUNES	00.00.21	00.00.00	00.00.21	3,6
UNION CIVILE	00.00.04	00.00.00	00.00.04	0,7
<b>TOTAL</b>	<b>00.03.31</b>	<b>00.06.08</b>	<b>00.09.39</b>	<b>100,0</b>

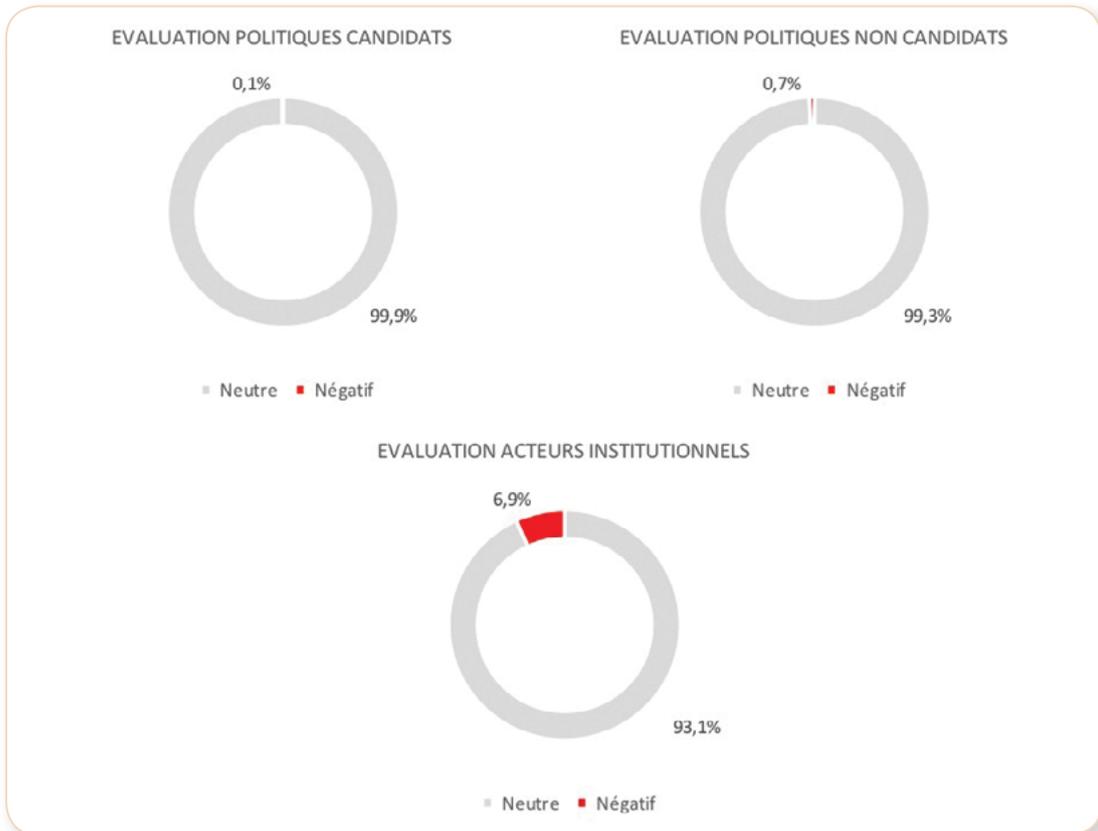
#### 5. Temps alloué aux acteurs institutionnels selon leur rôle institutionnel ou politique

Graphique n° 68



## 6. Evaluations relatives aux candidats, aux politiques non candidats et aux acteurs institutionnels

Graphique n° 69



# LES RÉSULTATS GÉNÉRAUX

## Monitoring de la déontologie journalistique et des standards de reportage internationalement reconnus.

L'analyse a été conduite sur un échantillon de **206** émissions dans **16** différents médias (4 chaînes de télévisions et 12 radios).

Cette méthode d'analyse qualitative vise à vérifier dans quelle mesure la couverture médiatique de la campagne électorale a respecté les normes journalistiques de base. Afin d'évaluer ces médias, quatre dimensions éthiques et professionnelles ont été prises en considération :

**Équilibre** - dans une émission, respecter l'équilibre signifie rapporter tous les côtés d'une histoire et présenter les points de vue opposés de manière équitable ;

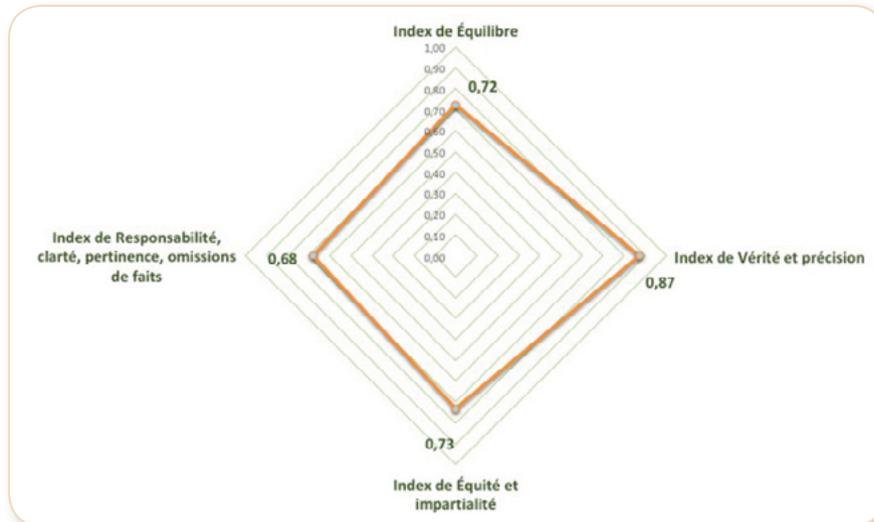
**Vérité et précision** - le bon journalisme vise à découvrir la vérité, à présenter les faits et les opinions de manière claire et précise ;

**Équité et impartialité** - impartialité signifie éviter de prendre position en faveur d'un bord politique quelconque dans les questions liées à la campagne électorale ;

**Responsabilité, clarté, pertinence, omissions de faits** - responsabilité des médias et admission des erreurs, le cas échéant ; diffusion d'informations claires ; variété de sujets, d'opinions et de sources ; intégralité et exhaustivité des nouvelles.

Les résultats de cette analyse ont été traduits dans des graphiques sous forme de carré, où les sommets du carré orange montrent la valeur assumée par chacun des quatre indicateurs. Le carré le plus externe (avec tous les indicateurs correspondant à la valeur 1,00) représente une perfection hypothétique, tandis que les dimensions et la déformation du carré orange représentent la distance du média analysé de cette perfection.

**Graphique 1 – respect des standards journalistiques dans tous les médias analysés**



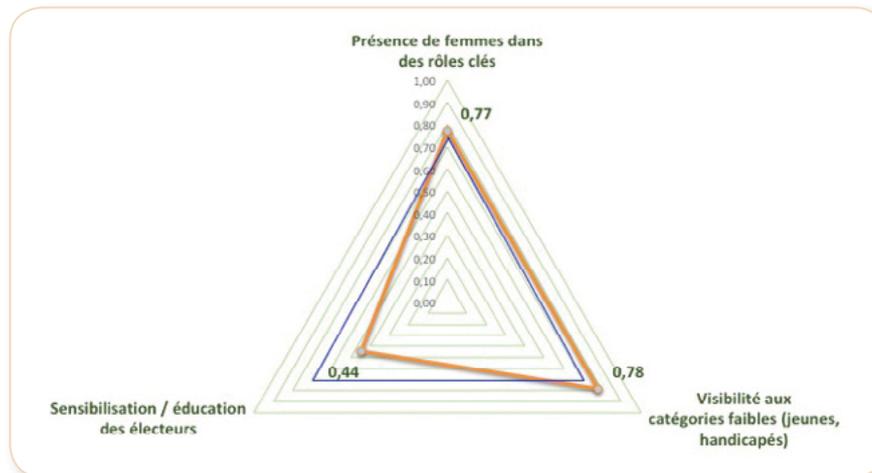
Les autres graphiques en forme triangulaire nous aident à mettre en exergue certains aspects spécifiques dans la couverture des médias analysés pendant la période de campagne. Nous avons focalisé notre attention sur trois aspects qui, selon la législation en vigueur en matière électorale, jouent un rôle très important : la participation de femmes et des catégories considérées comme « faibles » du point de vue de la participation électorale (tels que les jeunes ou les handicapés), et l'effort de sensibilisation ou éducation des électeurs, dans les émissions analysées.

Les questions posées aux moniteurs, à propos de chaque émission analysée, étaient les suivantes :

- ✓ *Dans l'émission, les figures féminines sont-elles présentes dans des rôles clés (que ce soit en tant que journalistes ou en tant que sujets interviewés ou évoqués) et non seulement dans des positions marginales ?*
- ✓ *Est-ce que l'émission accorde une visibilité aux catégories considérées comme « faibles » du point de vue de la participation électorale, telles que les jeunes ou les handicapés ?*
- ✓ *L'émission fait-elle preuve d'un souci de sensibilisation / éducation des électeurs ?*

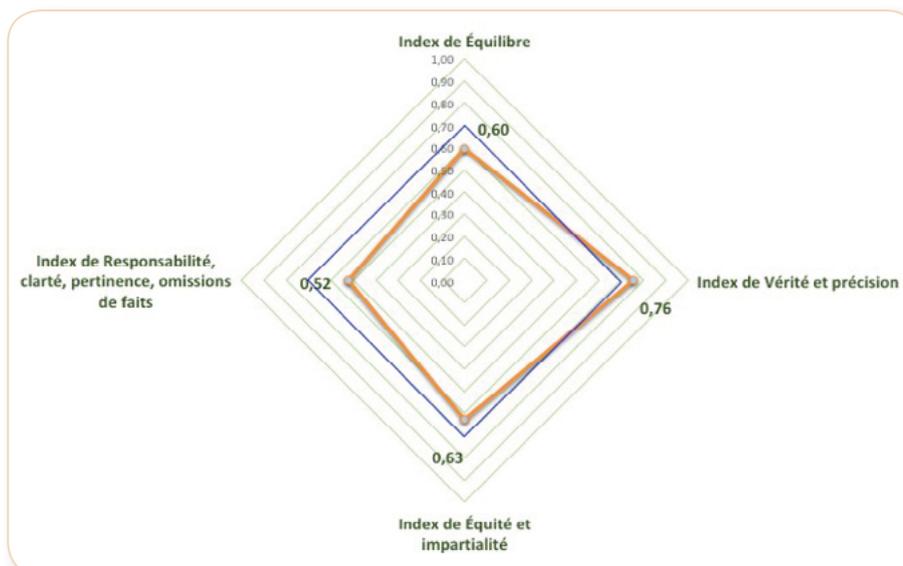
Les résultats se traduisent dans les graphiques suivants, où les sommets du triangle orange montrent la valeur moyenne des réponses aux trois questions. Le triangle le plus externe (avec tous les indicateurs correspondant à la valeur 1,00) représente encore une fois la perfection hypothétique, tandis que les dimensions et la déformation du triangle orange représentent la distance du média analysé de cette perfection. Le triangle bleu représente une valeur acceptable des trois indicateurs.

Graphique 2 – la couverture de la campagne dans tous les médias analysés

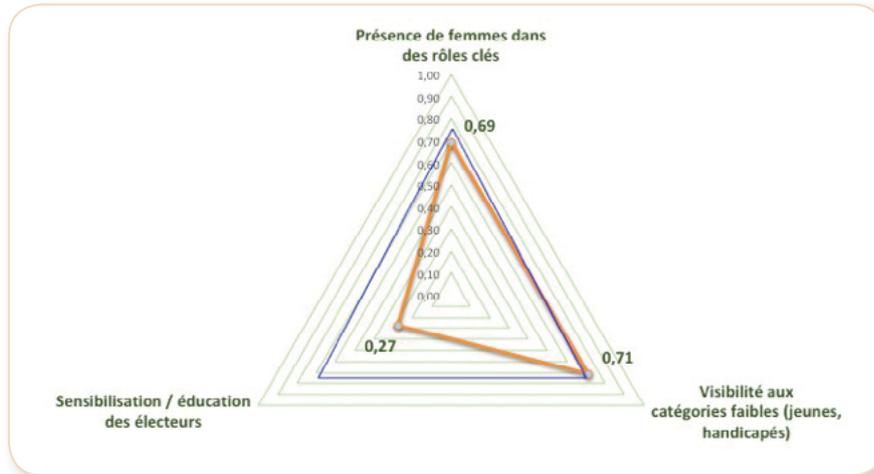


Les quatre graphiques suivants nous permettent une comparaison entre la couverture de la campagne dans les deux différents types de médias analysés : les télévisions et les radios. En général, on peut voir que les radios ont fait preuve d'une couverture plus soignée et réservé plus d'espace aux candidats, souvent dans des émissions spécialement consacrées à la campagne. Au contraire, parmi les quatre chaînes de télévision analysées, trois ont décidé de destiner aux municipales une couverture plus superficielle, sans aucun espace réservé spécialement aux candidats et avec un souci de sensibilisation des électeurs très limité.

Graphique 3 – respect des standards journalistiques dans les chaînes de télévision

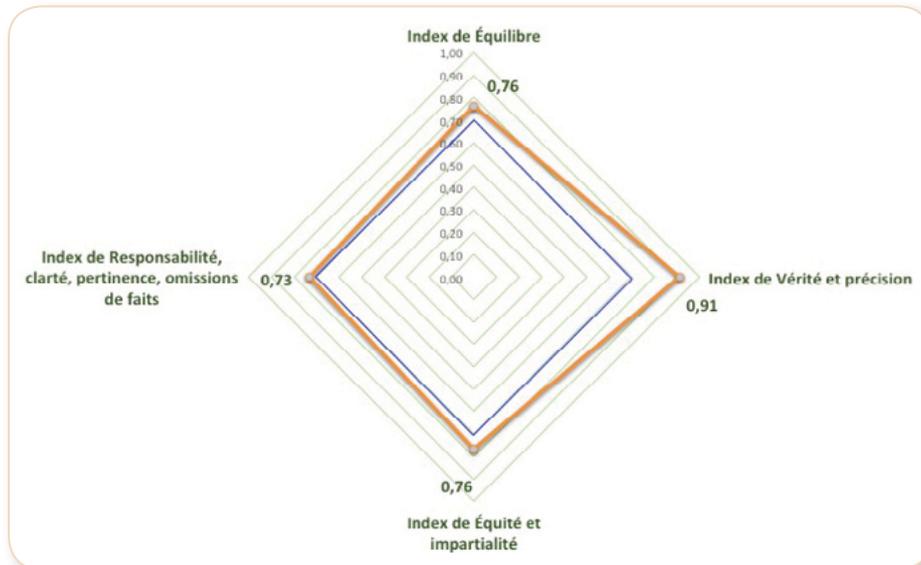


**Graphique 4 – la couverture de la campagne dans les chaînes de télévision**

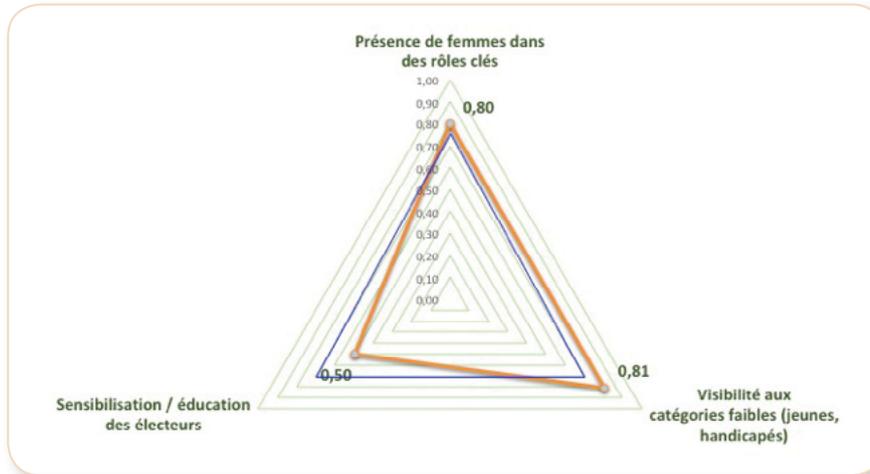


Les carrés et les triangles bleus représentent une valeur acceptable des indicateurs, basé sur la moyenne de tous les médias analysés.

**Graphique 5 – respect des standards journalistiques dans les radios**



Graphique 6 – la couverture de la campagne dans les radios

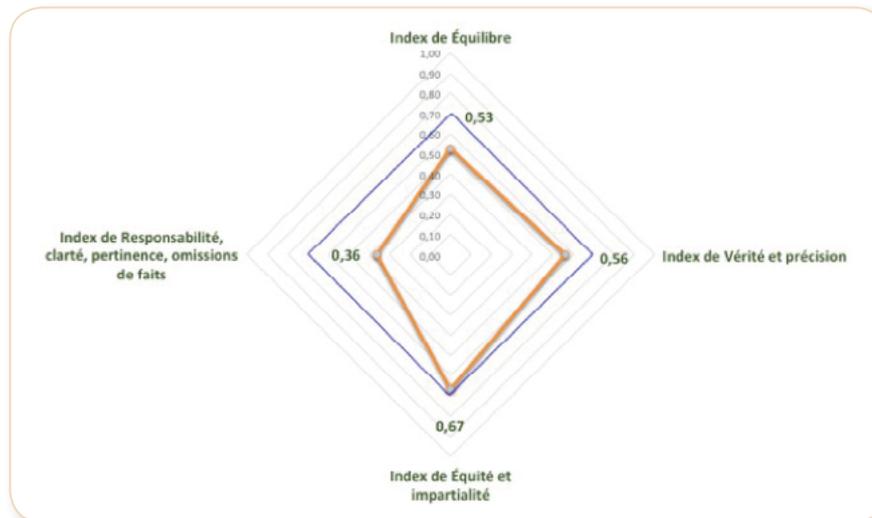


ANALYSE QUALITATIVE

# LES RÉSULTATS PAR MÉDIA

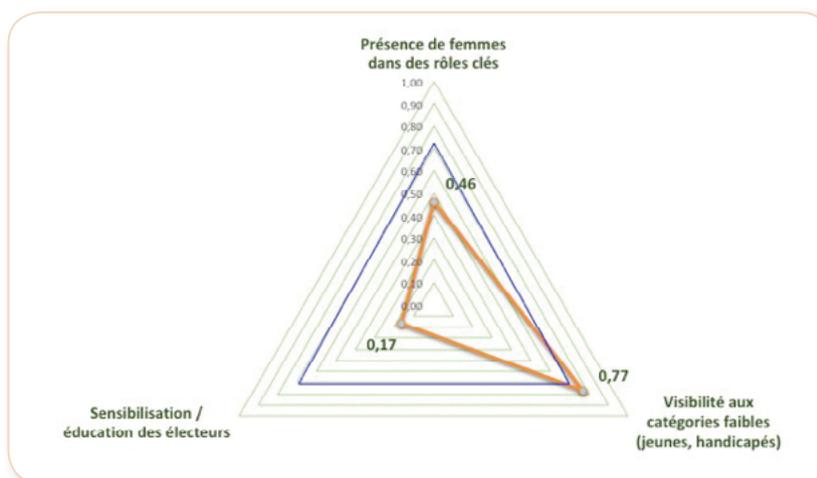


Graphique 7 – Chaîne de télévision El Janoubiya

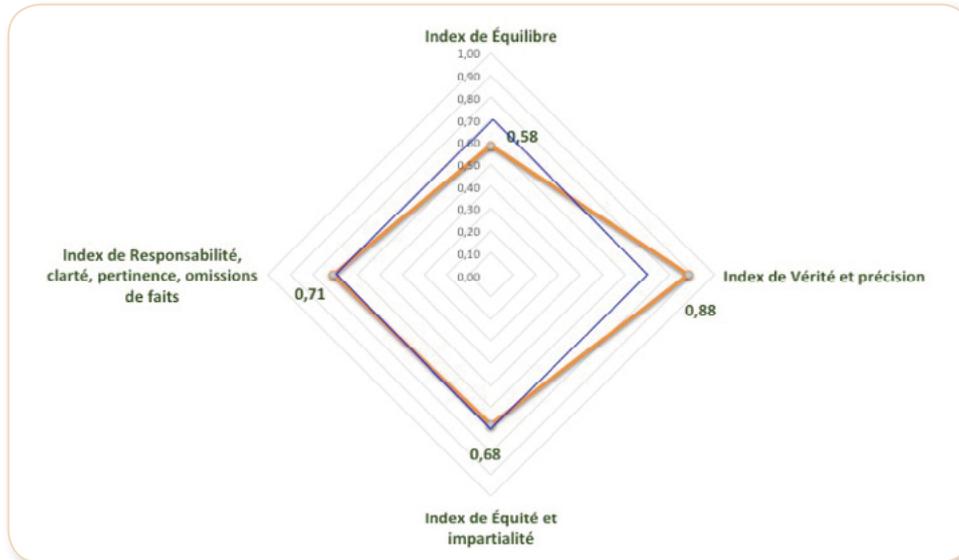


La chaîne de télévision *El Janoubiya* n'a pas couvert la campagne des candidats aux élections municipales, en s'abstenant ainsi de fournir aux téléspectateurs des informations pertinentes sur les élections et de faire un effort pour sensibiliser les électeurs. Ce choix a fortement influencé le résultat par rapport à l'indice de « Responsabilité, clarté, pertinence et omissions de faits », et il est la cause principale du mauvais score rapporté (0,36 / 1,00) ; il en est de même pour le score de l'indice « Sensibilisation / éducation des électeurs » dans le graphique ici-bas (0,17 / 1,00).

Graphique 8 – Chaîne de télévision El Janoubiya

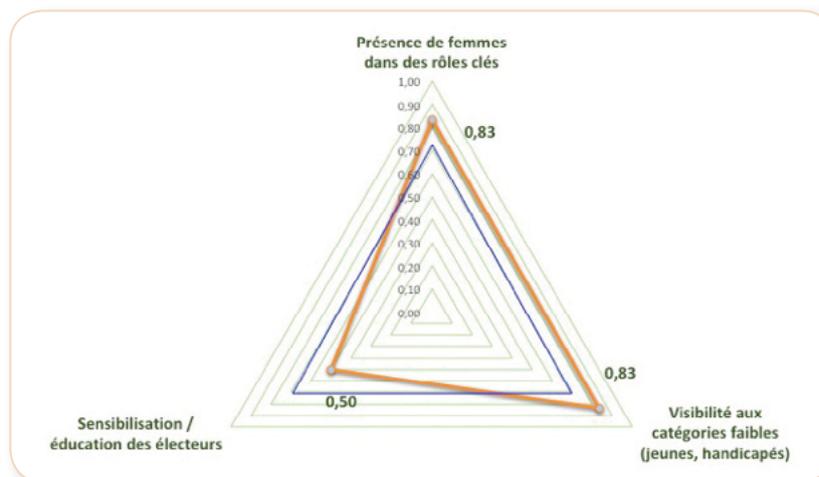


**Graphique 9 – Chaîne de télévision M Tunisia**

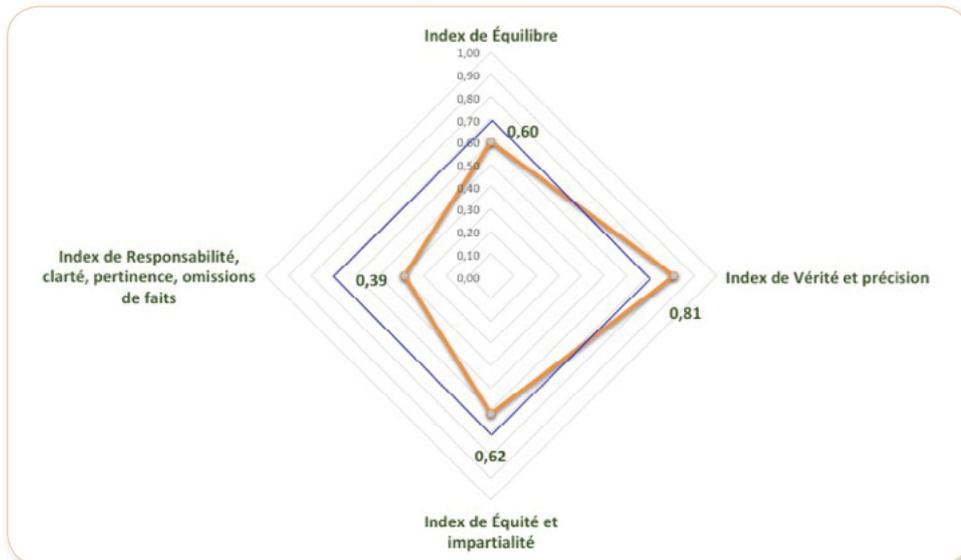


La chaîne de télévision *M Tunisia* n'a pas couvert la campagne des candidats aux élections municipales, en se limitant à fournir aux téléspectateurs des informations sur les élections en général et sur la sensibilisation des électeurs. Dans les émissions analysées, la chaîne a démontré un certain manque d'équilibre dans la présentation des différentes opinions, mais en même temps elle a accordé une incontestable attention aux aspects de genre (0,83) et à la visibilité des catégories faibles du point de vue de la participation électorale (0,83). A remarquer, la diffusion d'un spot spécifiquement dédié à la participation au vote des électeurs porteurs d'handicap.

**Graphique 10 – Chaîne de télévision M Tunisia**

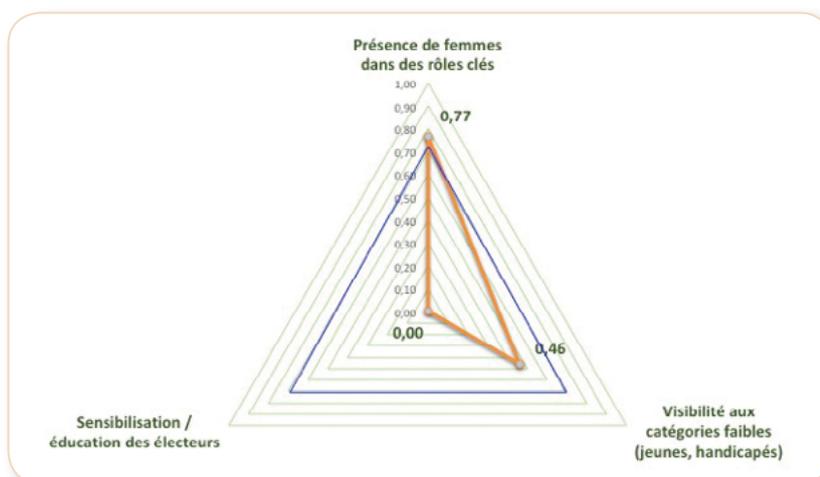


Graphique 11 – Chaîne de télévision Tounesna

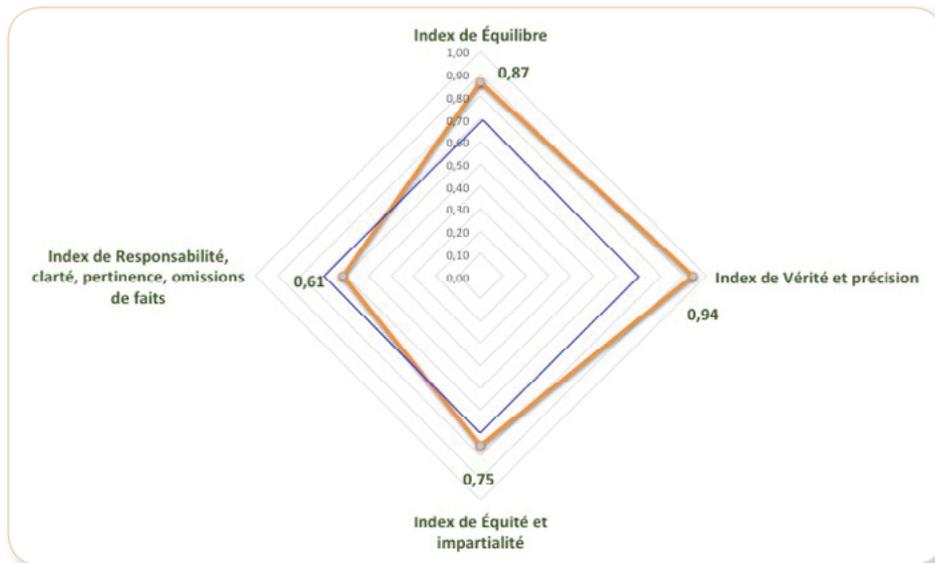


La chaîne de télévision *Tounesna* n'a pas couvert la campagne des candidats aux élections municipales, en s'abstenant de fournir aux téléspectateurs des informations en relation avec les élections et, en particulier, de faire le moindre effort pour sensibiliser les électeurs. Ce choix a fortement influencé le résultat par rapport à l'indice de « Responsabilité, clarté, pertinence et omissions de faits », et il est la cause principale du mauvais score rapporté (0,39). Il faut souligner le score équivalent à 0,00 de l'indice « Sensibilisation / éducation des électeurs » dans le graphique suivant, qui témoigne la totale absence d'effort dans les émissions analysées.

Graphique 12 – Chaîne de télévision Tounesna

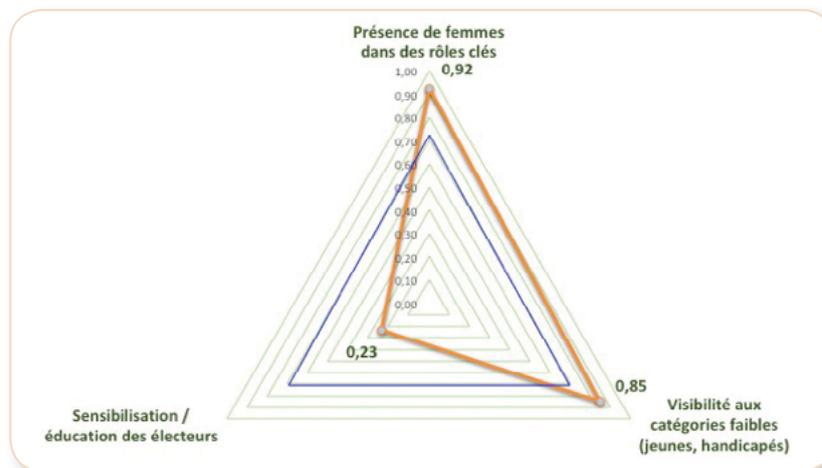


**Graphique 13 – Radio Express FM**

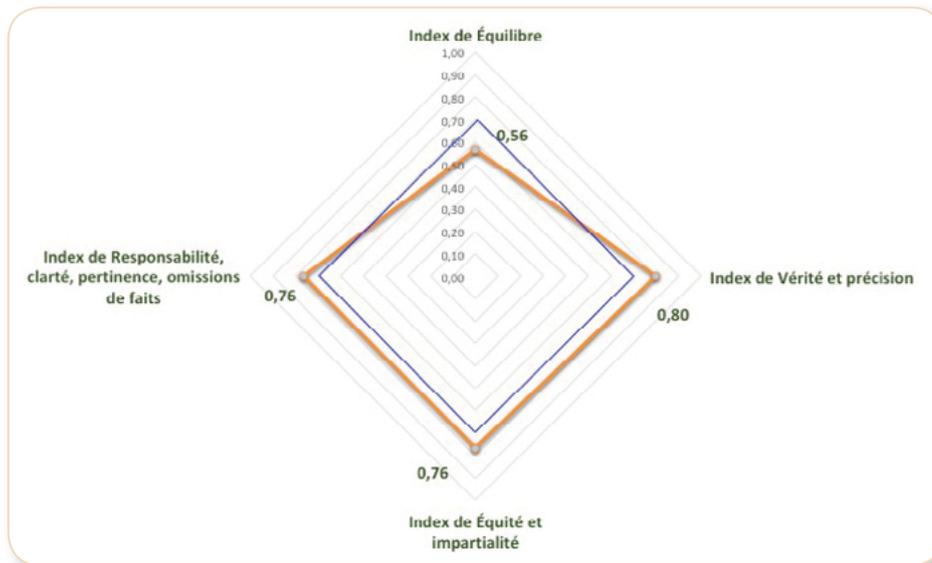


La radio *Express FM* a couvert timidement la campagne des candidats aux élections municipales d'une façon générale et sans lui dédier des émissions spécifiques, elle s'est limitée à fournir aux auditeurs des informations équilibrées et précises sur les élections en général. Le choix de limiter l'effort de sensibilisation des électeurs (0,23) a influencé le résultat par rapport à l'index de « Responsabilité, clarté, pertinence et omissions de faits », et il est la cause principale d'un score (0,61) qui n'est pas en concordance avec les scores appréciables obtenus dans les trois autres indicateurs. Il est à remarquer, dans le graphique suivant, l'attention aux aspects de genre (0,92), et à la visibilité des catégories faibles (0,85).

**Graphique 14 – Radio Express FM**

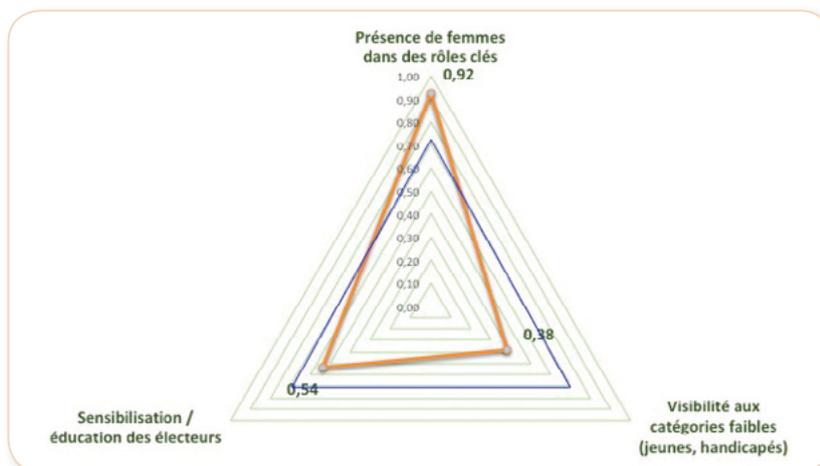


Graphique 15 – Radio Med

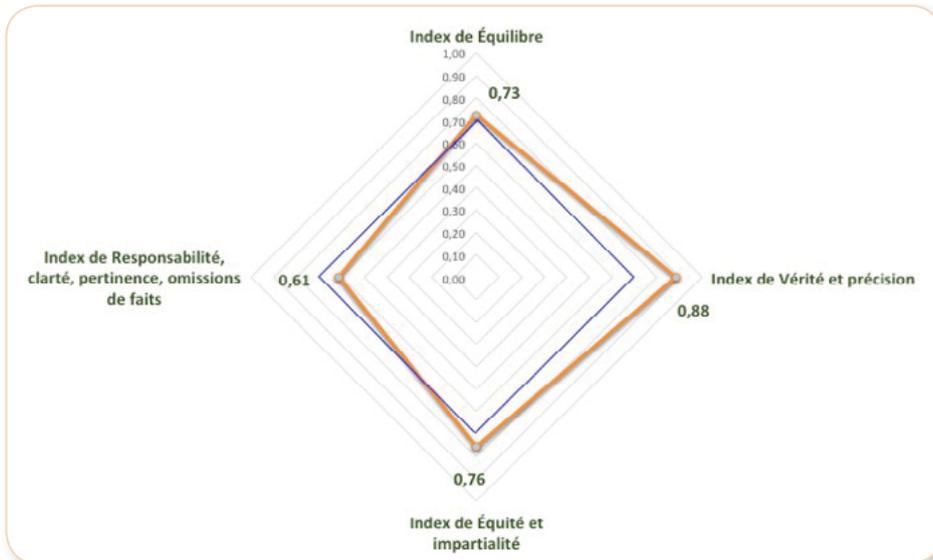


La *Radio Med* n'a pas couvert la campagne des candidats aux élections municipales, en se limitant à fournir aux auditeurs des informations sur les élections en général et sur la sensibilisation des électeurs. Dans les émissions analysées il a été constaté un déséquilibre du point de vue du pluralisme des opinions. Si, dans les émissions prises en considération par l'analyse, la présence de femmes dans des rôles clés est allée bien au-dessus de la moyenne (0,92), la visibilité donnée aux catégories faibles dans la participation électorale reste fortement marginale (0,38).

Graphique 16 – Radio Med

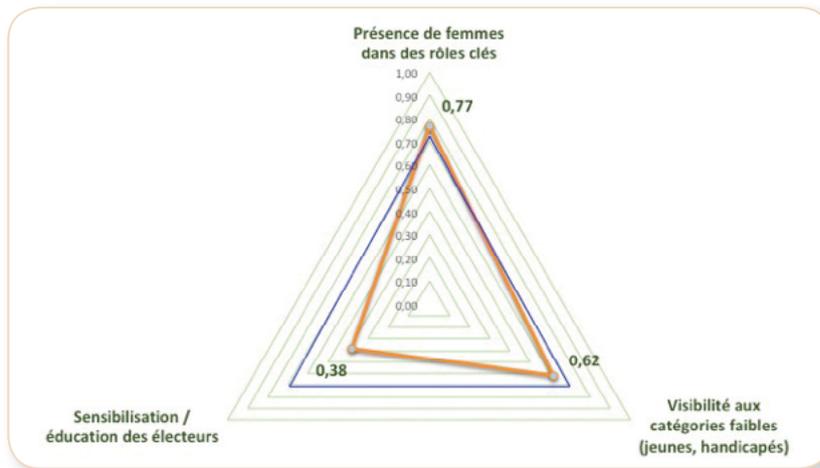


**Graphique 17 – Radio Diwan FM**

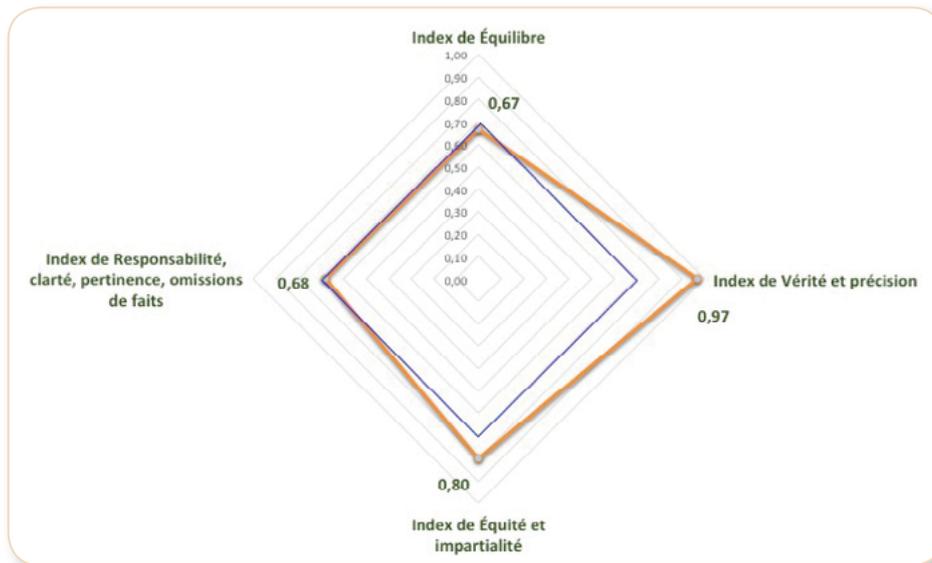


Radio *Diwan FM* a démontré la volonté de couvrir les municipales dans le gouvernorat de Sfax avec un effort de professionnalisme et un souci d'équité. La diffusion d'une émission spécialement dédiée aux candidats deux fois par jours, montre que la chaîne a fait preuve d'un certain équilibre, de précision et d'un souci du point de vue du genre et de l'attention dédiée aux jeunes. Une attention moindre a été accordée aux aspects de sensibilisation des électeurs (0,38).

**Graphique 18 – Radio Diwan FM**

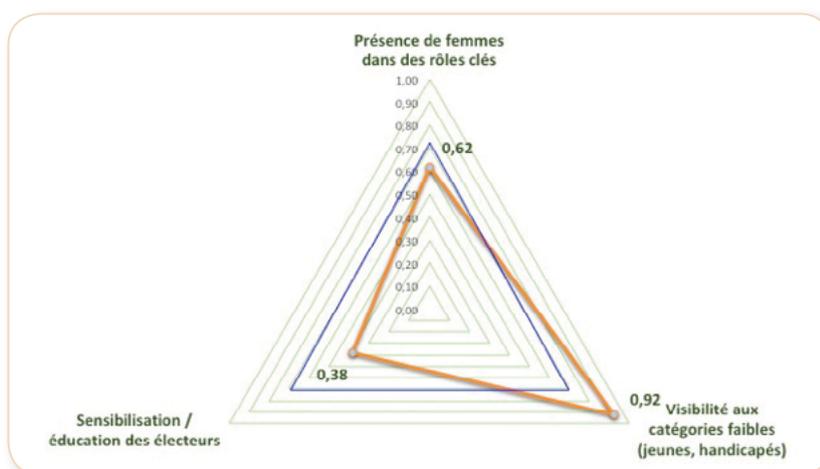


Graphique 19 – Radio Nefzewa

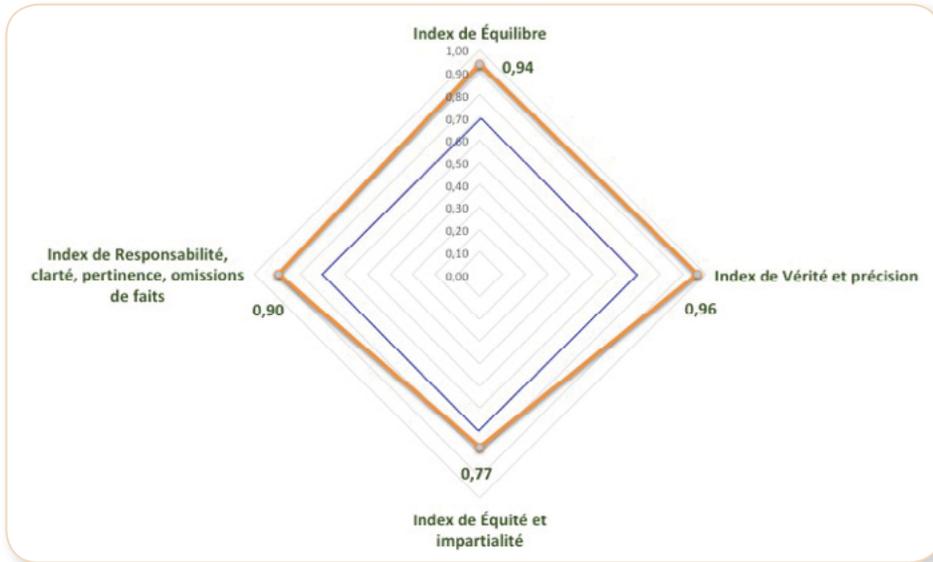


La radio *Nefzewa* a fait preuve d'un remarquable effort de professionnalisme, avec des résultats bien au-dessus de la moyenne dans l'index relatif à la précision (0,97), et aussi en ce qui concerne l'impartialité. Une émission journalière d'environ une heure a été consacrée aux candidats de la région de couverture du média, avec un souci particulier envers les jeunes et les porteurs d'handicap, qui a produit un score remarquable dans l'index relatif à la visibilité des catégories faibles (0,92). Par contre, le média n'a pas fait preuve de la même attention dans la sensibilisation des électeurs (0,38).

Graphique 20 – Radio Nefzewa

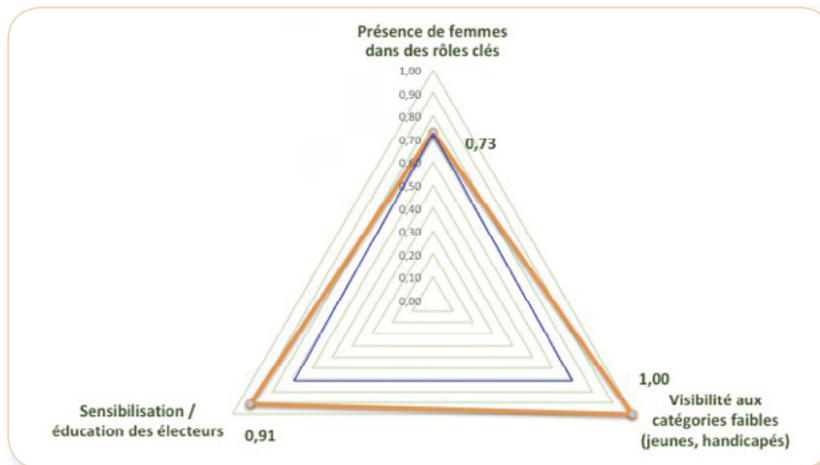


**Graphique 21 – radio Kasserine FM**

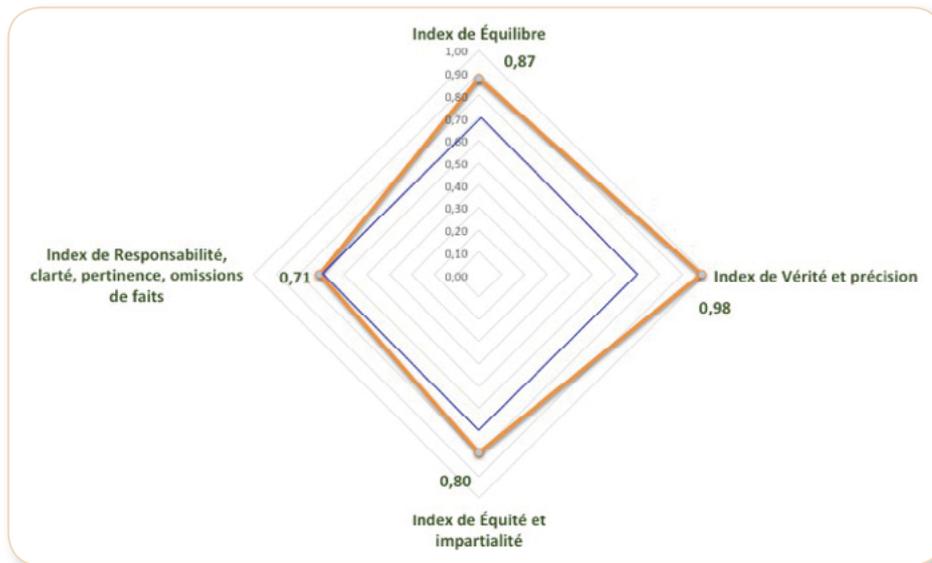


La radio *Kasserine FM* a commencé la couverture de la campagne avec quelques jours de décalage et réservé aux candidats de la région exclusivement une émission journalière spéciale pour les élections municipales (rediffusée pendant la journée). Dans cette émission, la radio a fait preuve d'équilibre et de précision dans l'attention consacrée aux différentes listes, avec des scores bien au-dessus de la moyenne. A signaler aussi les scores très élevés obtenus pour la visibilité donnée aux catégories faibles (1,00) et pour l'effort de sensibilisation et éducation des électeurs (0,91).

**Graphique 22 – radio Kasserine FM**

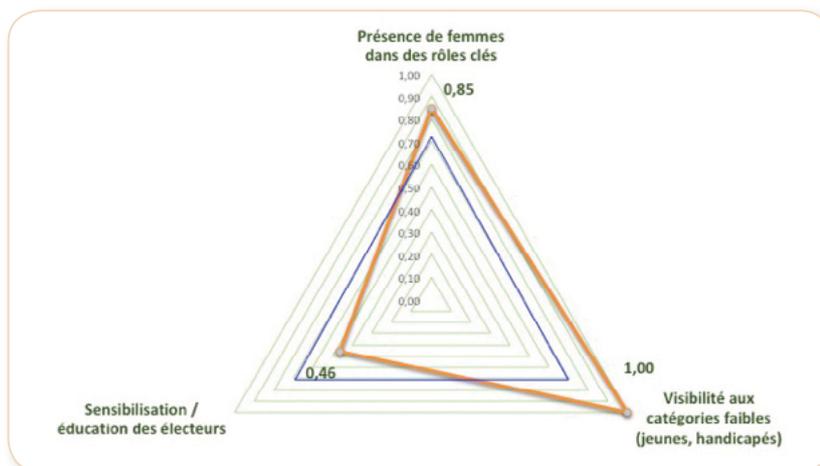


Graphique 23 – Radio Oasis FM

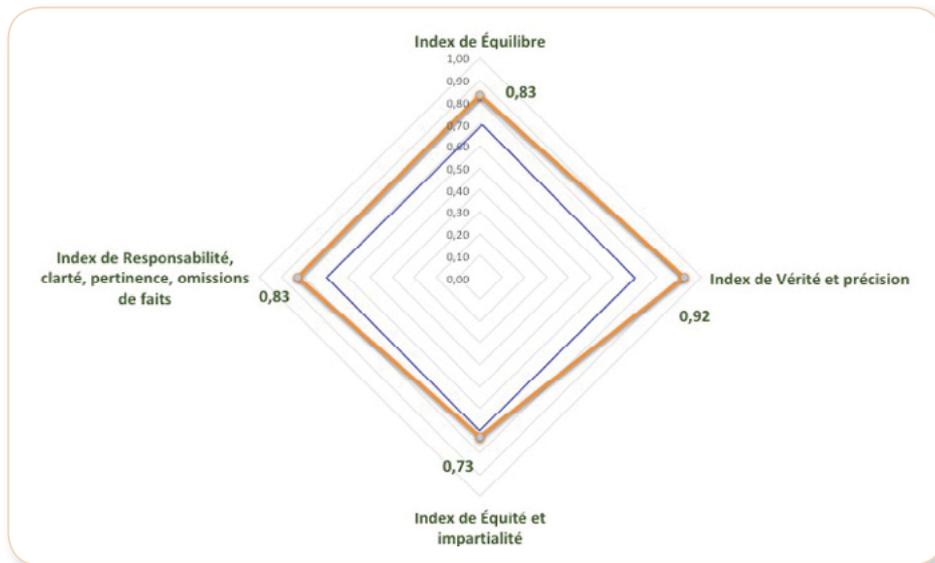


La radio *Oasis FM* aussi a fait preuve de professionnalisme dans son effort de couverture de la campagne des candidats à travers une émission quotidienne et une autre pendant la fin de semaine. Ces deux émissions spécialement dédiées aux élections ont permis à Oasis FM d'atteindre des scores en général bien au-dessus de la moyenne, avec des pics remarquables pour la précision (0,98), l'équilibre (0,87), ainsi que pour la visibilité donnée aux catégories faibles (1,00) et aux femmes (0,85). Le seul point faible est la sensibilisation des électeurs (0,46).

Graphique 24 – Radio Oasis FM

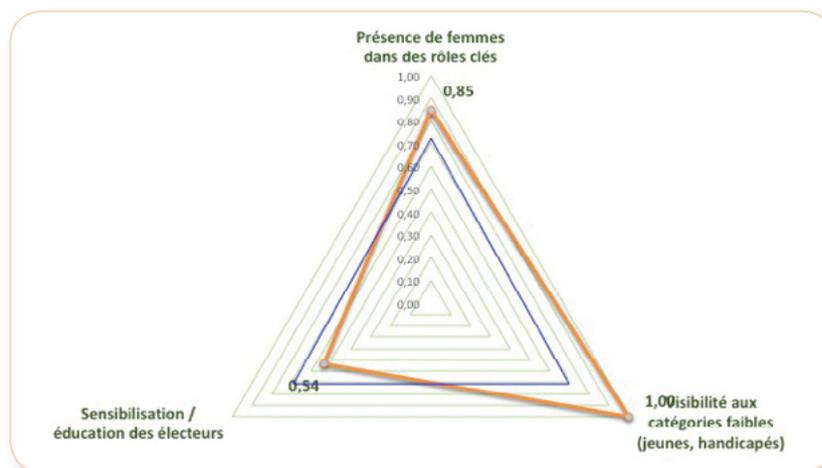


**Graphique 25 – Radio Cap FM**

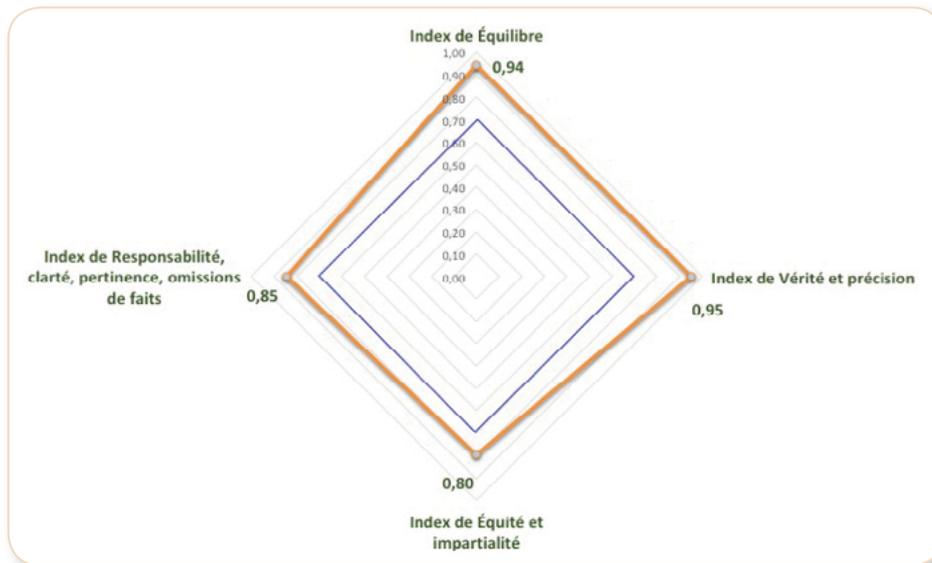


Cap FM a également démontré un très bon degré de professionnalisme dans la couverture de la campagne, avec une émission quotidienne dédiée aux candidats des plus importantes villes de la région de couverture de la radio. Les scores sont en général positifs, avec un pic notable dans ce qui est de la visibilité donnée aux catégories faibles (1,00).

**Graphique 26 – Radio Cap FM**

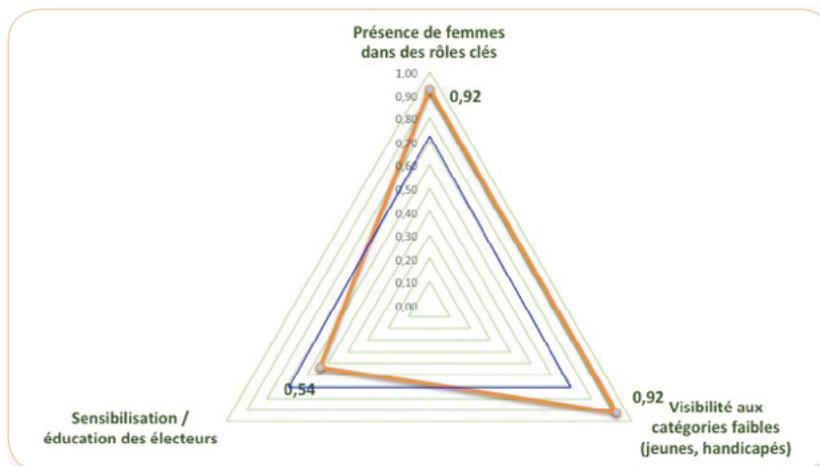


Graphique 27 – Radio Jeunes

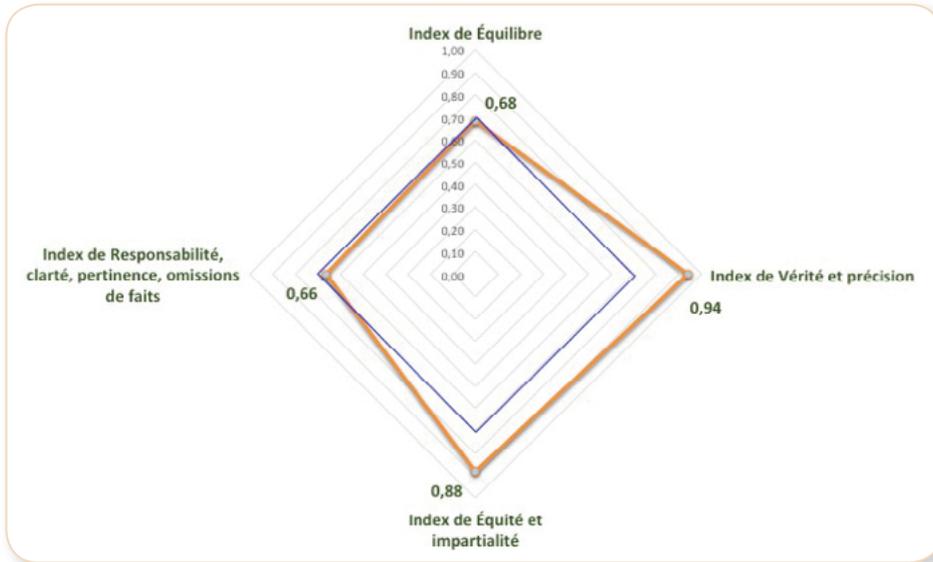


La station publique *Radio Jeunes* a été incluse, avec la radio Nationale et ses cinq stations régionales, dans le plan de couverture de tout le territoire national mis en place par les médias publics dans leur ensemble. Dans ce cadre, Radio Jeunes s'est dédiée à la couverture des candidats des gouvernorats de Manouba et Nabeul, à travers une émission diffusée deux fois par jour et avec un effort de professionnalisme qui lui a permis d'atteindre des scores remarquables.

Graphique 28 – Radio Jeunes

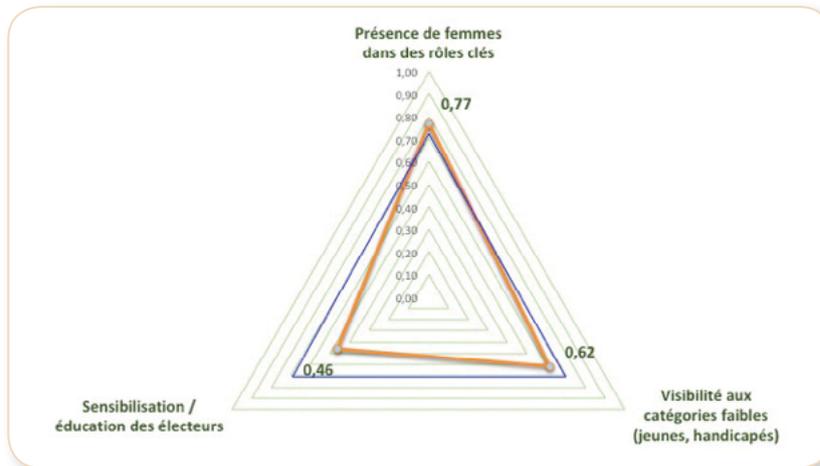


**Graphique 29 – Radio RTCI**

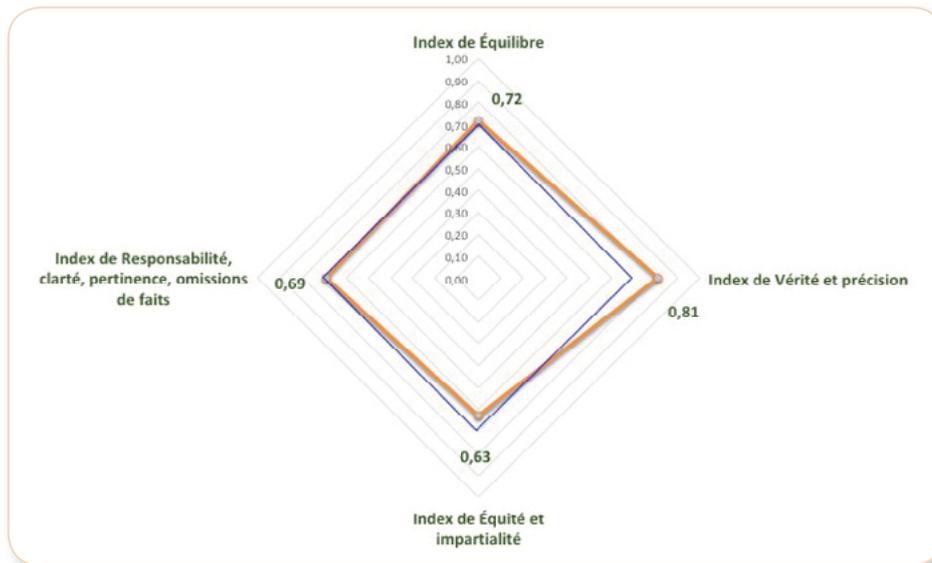


Radio *RTCI* n'était pas comprise dans le plan de couverture des candidats mis en place par la radio publique. Elle s'est donc limitée à la couverture de la campagne dans ses émissions ordinaires avec beaucoup de professionnalisme.

**Graphique 30 – Radio RTCI**

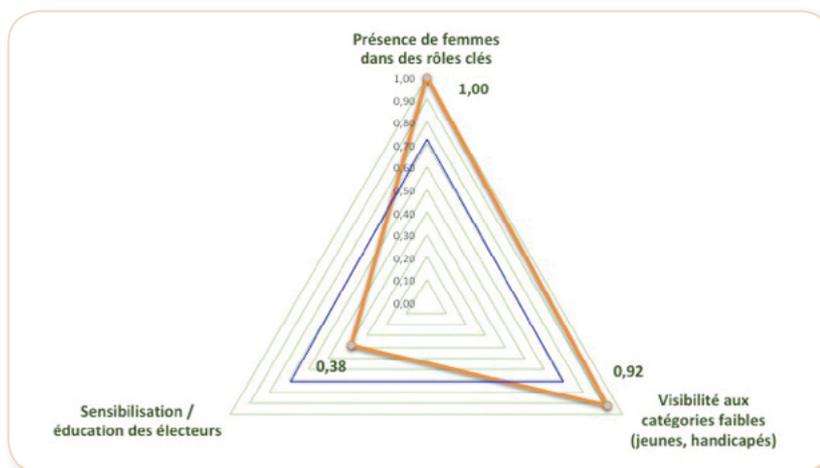


Graphique 31 – radio I FM

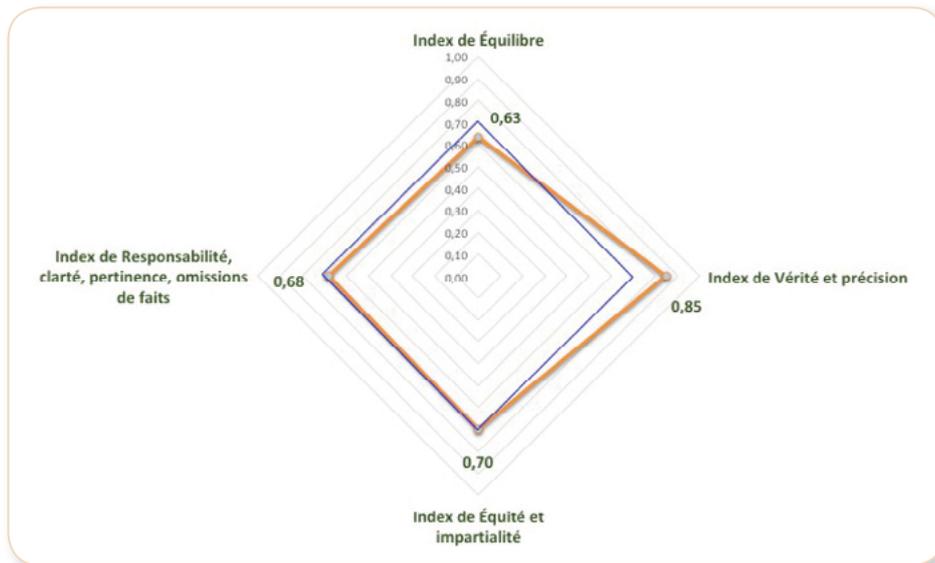


Radio *I FM* a affecté à la couverture des candidats une émission quotidienne d'une heure, avec une performance générale d'un niveau acceptable. A signaler les scores très élevés pour la présence de femmes dans des rôles clés (1,00) et pour la visibilité donnée aux catégories faibles du point de vue de la participation électorale (0,92) ; par contre l'effort de sensibilisation des électeurs a été très limité (0,38).

Graphique 32 – radio I FM

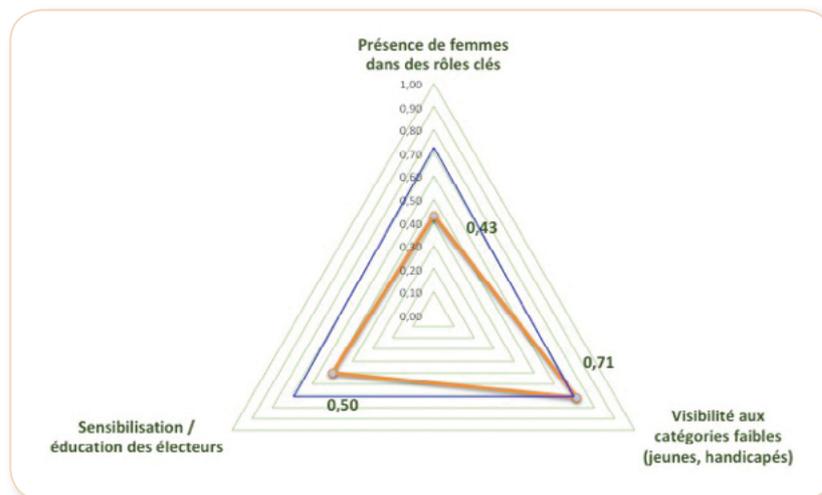


**Graphique 33 – radio Mines FM**

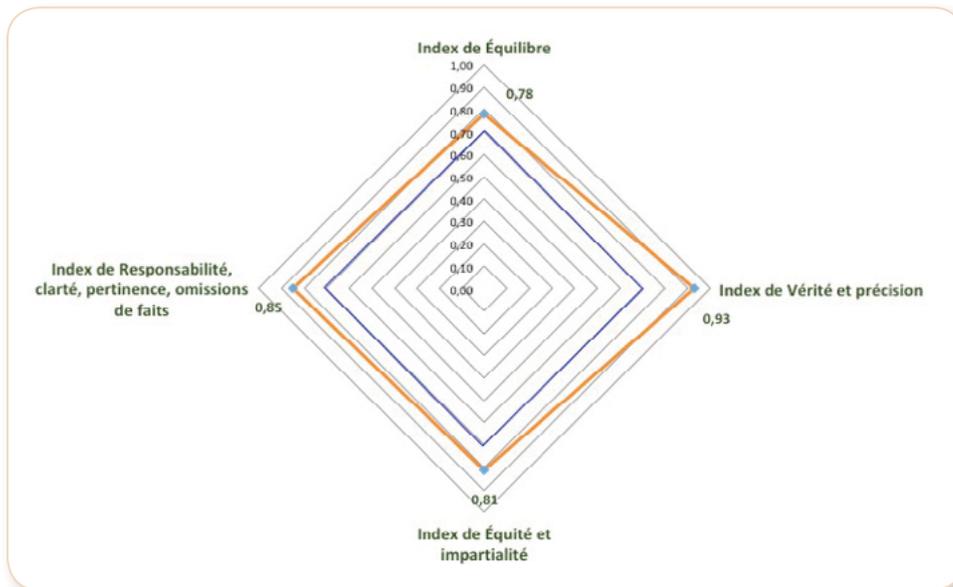


Radio *Mines FM* a consacré une émission quotidienne d'une heure à la couverture des candidats de la région de couverture avec des résultats moyennement acceptables malgré des scores négatifs pour ce qui est de la présence des femmes (0,43) et de la sensibilisation des électeurs (0,50).

**Graphique 34 – radio Mines FM**

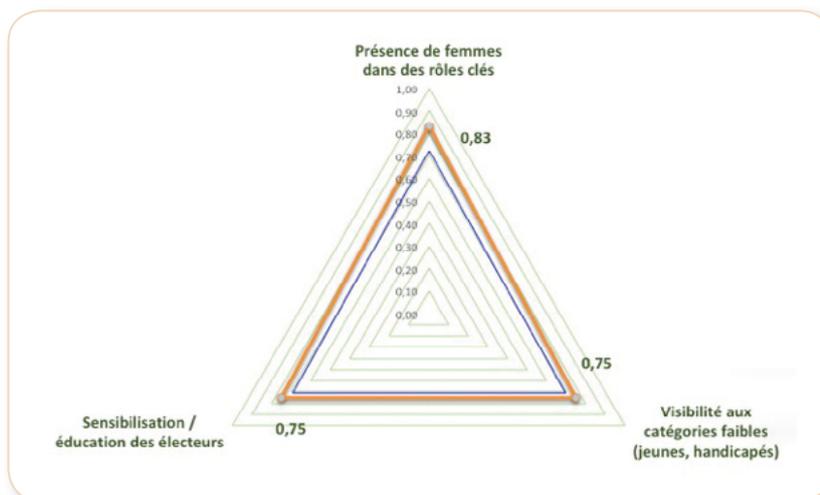


Graphique 35 – radio Sabra FM



Les journalistes de radio *Sabra FM* ont fait preuve de professionnalisme dans la couverture des candidats du Gouvernorat de Kairouan, à travers une émission quotidienne spéciale qui a fourni aux auditeurs la possibilité de bien s'informer sur les thèmes spécifiques à la région. Tous les index dans les deux graphiques sont toujours supérieurs à la moyenne.

Graphique 36 – radio Sabra FM



## 1. Mesures disciplinaires prises par la HAICA

1) Vendredi 13 avril, le jour avant l'ouverture de la campagne électorale, la chaîne de télévision privée **Nessma** a publié, sur son site web officiel et sur sa page Facebook, un article accompagné d'une vidéo d'une minute à des fins publicitaires en faveur du parti Nidaa Tounes, ce qui est interdit pendant toute la période électorale par les dispositions de la loi électorale (articles 57 et 58). Cette infraction a été sanctionnée par la HAICA.

2) Lundi 16 avril un rappel à l'ordre a été envoyé à radio **Mosaïque FM**, qui a diffusé le 14 avril une interview avec la Ministre de la Jeunesse et des Sports, Mme Majdoline El Charni, pendant laquelle elle a présenté les points les plus importants du programme électoral du parti Nidaa Tounes dans la municipalité de Manouba. Or, l'article 27 de la Décision conjointe ISIE-HAICA interdit pendant la campagne de diffuser tout discours officiel, contenant une quelconque forme de propagande électorale, émanant, entre autres, des membres gouvernement.

3) Jeudi 3 mai une mise en demeure a été adressée à la chaîne **Hannibal TV** pour avoir diffusé le 1<sup>er</sup> mai un épisode du programme « Bil Makchouf » où était présent M. Essam El-Merdasi, analyste sportif permanent dans le programme et candidat aux élections municipales dans la liste du Mouvement Ennahdha

dans la municipalité du Grand Sfax. L'animateur du programme a interrogé M. Essam Al Merdasi sur les vraies raisons de sa candidature pour les élections municipales. La Décision conjointe ISIE-HAICA interdit aux établissements médiatiques de permettre l'apparition, que ce soit par l'image ou par la voix, de chacun de leurs animateurs, rédacteurs, présentateurs d'émissions, journalistes ou responsables qui s'est porté candidat aux élections, dans le cadre de ses programmes radiophoniques ou télévisés (art. 28). D'autre part, la décision conjointe ISIE-HAICA interdit d'inviter les candidats dans le cadre de programmes non dédiés à la campagne électorale (art. 23).

La HAICA a signalé à l'ISIE la présence de candidats aux élections municipales tunisiennes qui parlaient de leurs plateformes électorales sur le plateau d'une émission de la chaîne télévisée libanaise Al Mayadeen. La loi électorale en son article 66 autorise les candidats aux élections à utiliser exclusivement les médias nationaux pour mener leurs campagnes électorales.

## 2. Autres irrégularités

L'équipe de monitoring de la HAICA a relevé un nombre limité d'irrégularités mineures dans les émissions des médias analysés. N'ayant pas atteint un niveau de gravité tel à mériter des sanctions, ces irrégularités ont fait l'objet de notifications aux médias intéressés, en les invitant à ne plus commettre ces erreurs.

# FACEBOOK

## ANALYSE DES PAGES

### Les réseaux sociaux des médias et les élections municipales

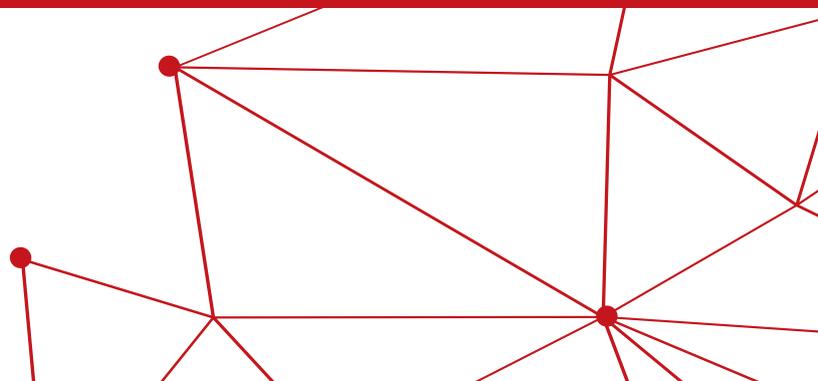
L'utilisation de l'Internet, de ses plateformes et de ses algorithmes connaissent une croissance constante depuis quelques années surtout lors des périodes électorales. Cette évolution exponentielle est en train de changer sensiblement nos habitudes de consommation, de production et de diffusion de l'information. Les réseaux sociaux en l'occurrence, jouent un rôle communicationnel très important au point de rivaliser, voire de dépasser parfois, nombre de médias traditionnels comme la radio, la télévision et la presse écrite.

Bon nombre de médias l'ont compris et se sont lancés à la conquête des réseaux sociaux. Certains médias en Tunisie comptent, en effet, des millions de fans et de followers et cherchent de plus en plus à renforcer leur présence et leur influence sur ces plateformes d'échanges.

Or, ces changements intéressent tout particulièrement les régulateurs des médias, qui ont pour mission d'accompagner et de contrôler la couverture médiatique des campagnes électorales. Sans oublier également les instances électorales chargées d'organiser les élections et de veiller au respect des règles démocratiques.

Même si les médias traditionnels restent des moyens recherchés par les candidats en période électorale, il n'en demeure pas moins, qu'une bonne partie des campagnes électorales se déroulent désormais sur les plateformes numériques. Le champ de convergence entre médias audiovisuels et réseaux sociaux pendant les campagnes électorales mérite aujourd'hui une sérieuse réflexion. Surtout que les nouveaux usages de l'Internet transforment ostensiblement nos manières de communiquer, de nous informer, voire de nous impliquer dans la vie sociale et politique. Plus que les médias classiques, l'Internet change nos rapports au temps et à l'espace, permet de fortes mobilisations citoyennes et dispose d'une puissance considérable d'influence voire de manipulation ou de désinformation.

C'est pourquoi, il est essentiel aujourd'hui de suivre de près ce qui se passe sur ces plateformes qui jouent un rôle de plus en plus important aussi bien au niveau de l'information des citoyens et de leur participation au débat public que dans la stratégie numérique des candidats et de leurs interactions avec le public et les médias traditionnels.



## ANALYSE DES PAGES FACEBOOK DES MÉDIAS TUNISIENS PENDANT LA CAMPAGNE (14 AVRIL - 4 MAI 2018)

Une évaluation quantitative et qualitative des publications Facebook des pages des principaux médias tunisiens (pages des chaînes et pages de certaines émissions) a également été réalisée au cours de la campagne électorale. Les données Facebook ont été analysées à l'aide d'un logiciel développé par l'équipe informatique de la HAICA, et qui permet de surveiller en permanence plusieurs pages Facebook et de recueillir un certain nombre de données pertinentes sur leurs activités. Le but est d'évaluer quels médias étaient les plus actifs sur le réseau social ? Quelle stratégie de communication ont-ils privilégiée ? Quelle page avait le plus d'impact ? Et quel type d'interaction avec le public était établi ?

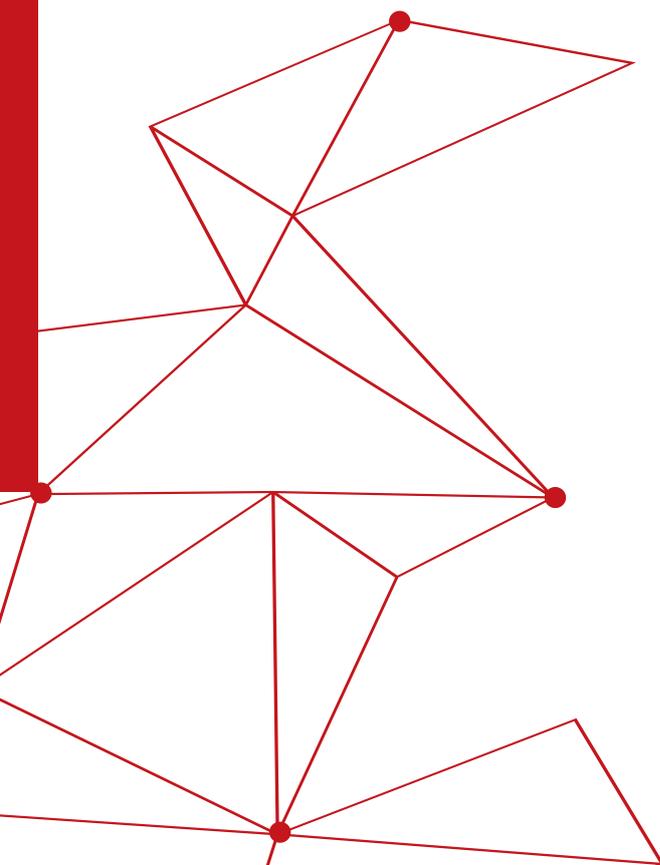
Il est à noter que cette étude se base sur une analyse automatisée du contenu textuel des publications et que la marge d'erreur est estimée à 5%.

### I. Publications et interactions concernant les municipales 2018

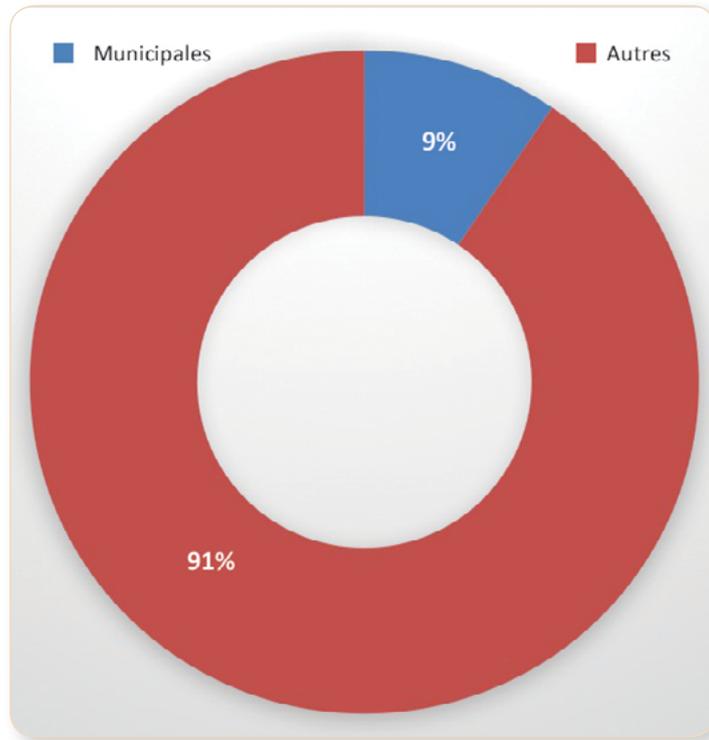
#### 1. Résultats globaux

Pendant la période de la campagne électorale, un total de 55 pages publiques a été analysé, **40.293 publications** ont été extraites, dont 3.822 référents aux élections municipales.

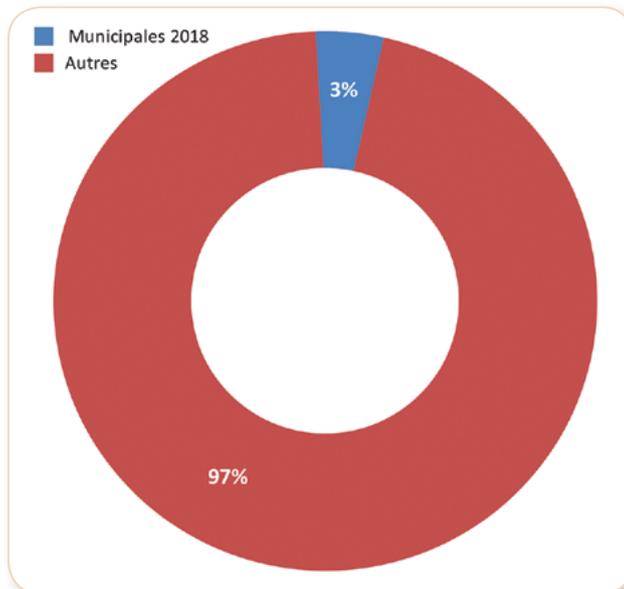
Pour chaque publication, on a comptabilisé le nombre total d'**interactions** des internautes. Les interactions sont composées des partages, commentaires, likes et cinq types de réactions (#Love, #Haha, #Wow, #Sad et #Angry).



**Graphique 1 – Pourcentage des Publications concernant les municipales par rapport aux autres publications**



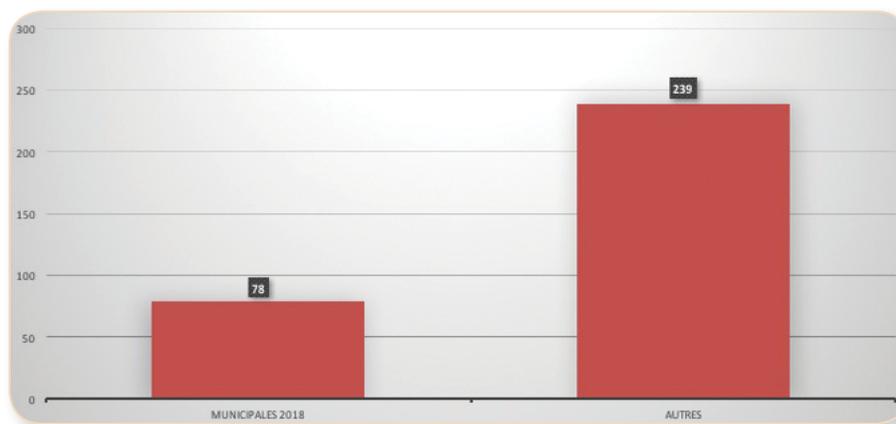
**Graphique 2 – Pourcentage des interactions sur les publications concernant les municipales par rapport aux interactions sur les autres publications**



Ces deux premiers graphiques nous permettent de voir que l'intérêt des internautes, suscité par les élections municipales, a été inférieur à celui suscité par les autres sujets de l'actualité. Si les publications concernant les élections représentent 9% (3.822 publications) du total de publications postées par l'ensemble des pages durant la campagne, les interactions sur ces mêmes publications ne représentent que 3% (299.992 interactions) de l'ensemble des interactions.

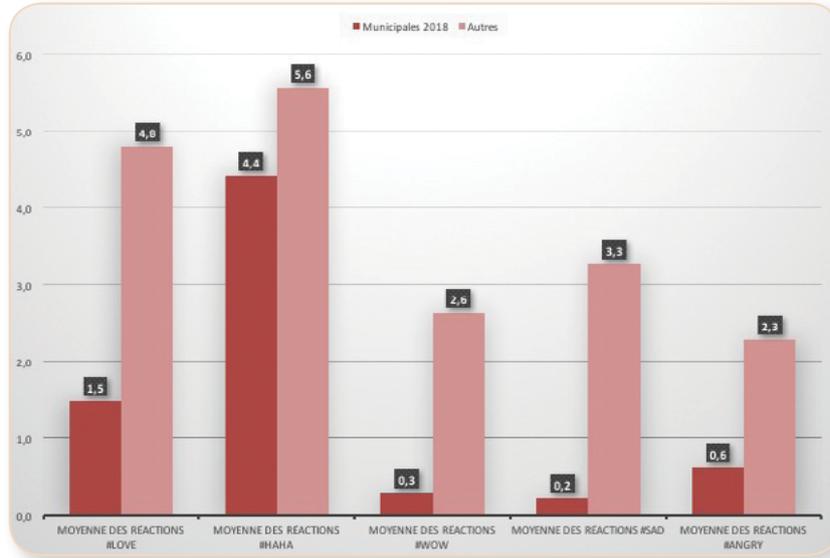
Cette tendance est aussi visible au niveau de la moyenne des interactions par publication : Si une publication quelconque génère en moyenne 239 interactions, les publications concernant les élections municipales génèrent en moyenne 78 interactions par publication.

**Graphique 3 – Moyenne des interactions**



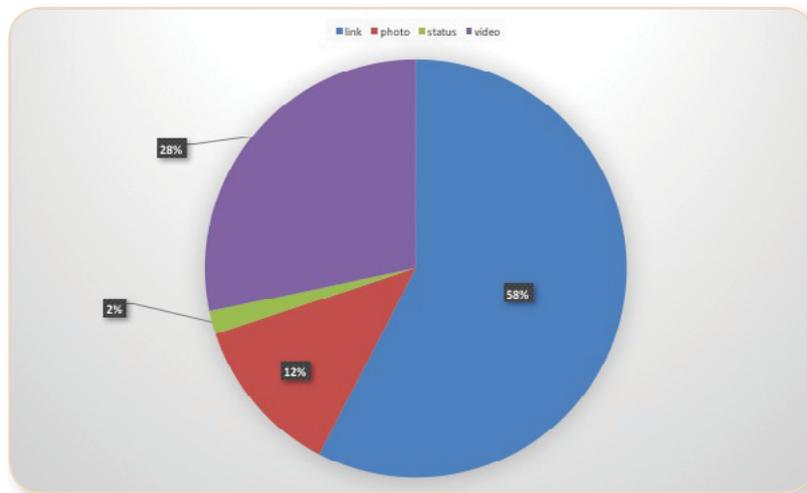
Il est également intéressant d'analyser le type de réaction suscitée par les publications concernant les élections municipales. Il s'agit des réactions où les internautes expriment un sentiment ou une prise de position.

Graphique 4 – Types de réactions



La stratégie de communication adoptée par les médias sur leurs pages Facebook a été de privilégier les publications de type vidéos, photos et surtout des liens vers d'autres sources d'information, en l'occurrence leur site web.

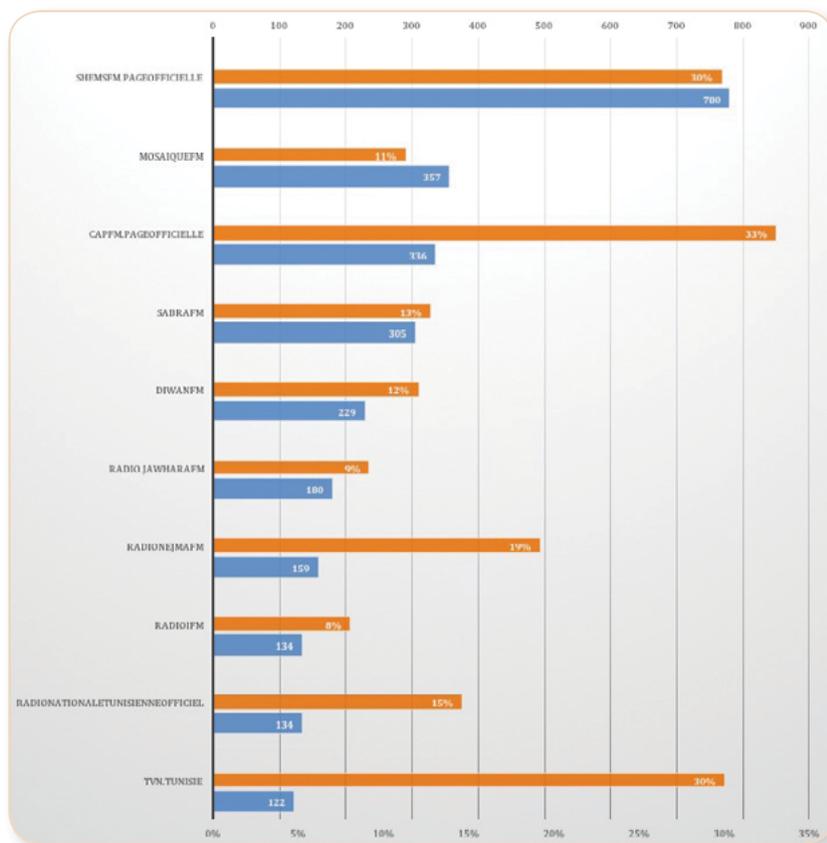
Graphique 5 – Types de publications



## 2. Résultats par page

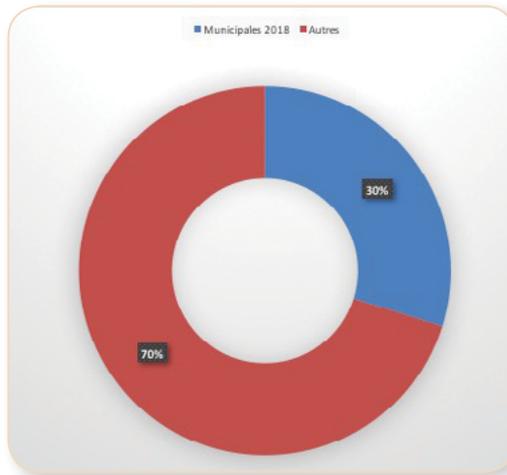
Le graphique 6, montre quelles ont été les pages les plus actives. La colonne bleue donne le total de publications portant sur les élections durant la période analysée, tandis que la colonne orange donne le pourcentage de ces publications par rapport au nombre total de publications de la page durant la campagne.

Graphique 6 – Les médias les plus actifs sur Facebook

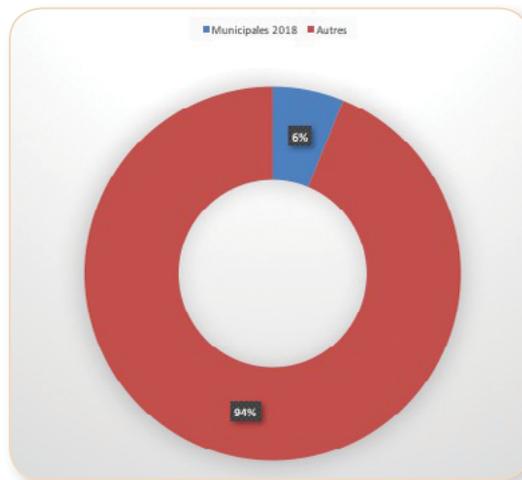


La page Facebook de la radio privée **Shems FM** (diffusant à échelle nationale) a été celle qui a réservé plus de place aux élections, avec un total de 780 publications, ce qui représente 30% du total de ses publications en général. Cependant, les interactions sur les publications relatives aux élections ne représentent que 6%, démontrant ainsi le faible intérêt suscité chez les internautes.

**Graphique 7 – Shems Fm - Pourcentage des Publications concernant les municipales par rapport aux autres publications**

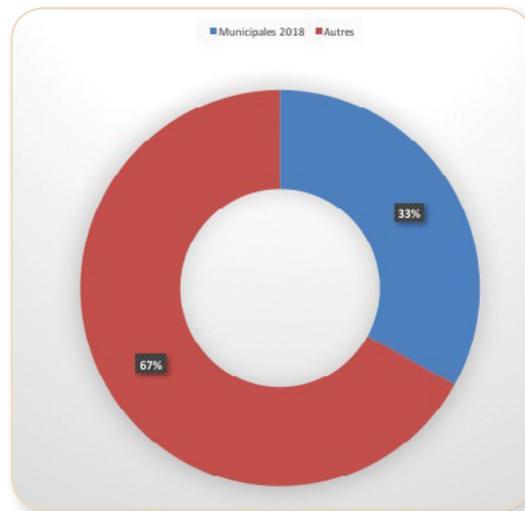


**Graphique 8 – Shems Fm - Pourcentage des interactions sur les publications concernant les municipales par rapport aux interactions sur les autres publications**

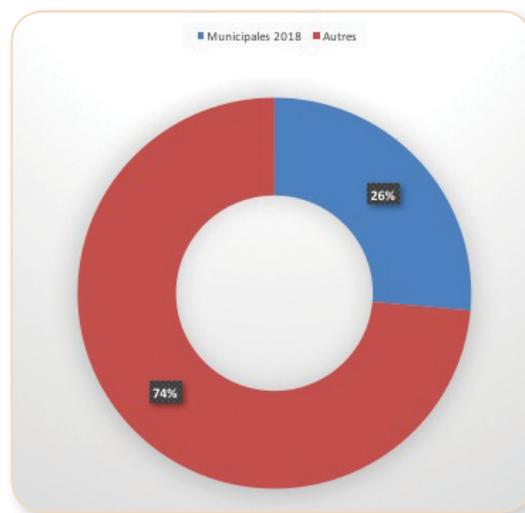


La page officielle de la radio privée **Cap FM** (diffusant à échelle locale) a consacré 336 publications à la campagne électorale, ce qui représente 33% de l'ensemble de ses publications. Les interactions suscitées par ces 336 publications représentent 26% du total des interactions.

**Graphique 9 – Cap Fm - Pourcentage des publications concernant les municipales par rapport aux autres publications**

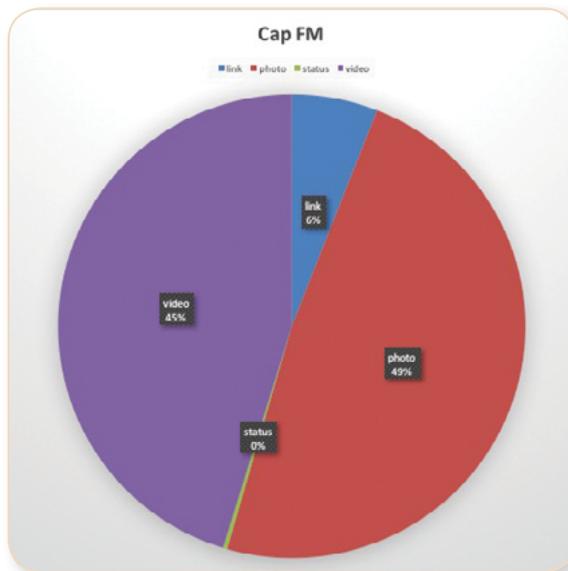
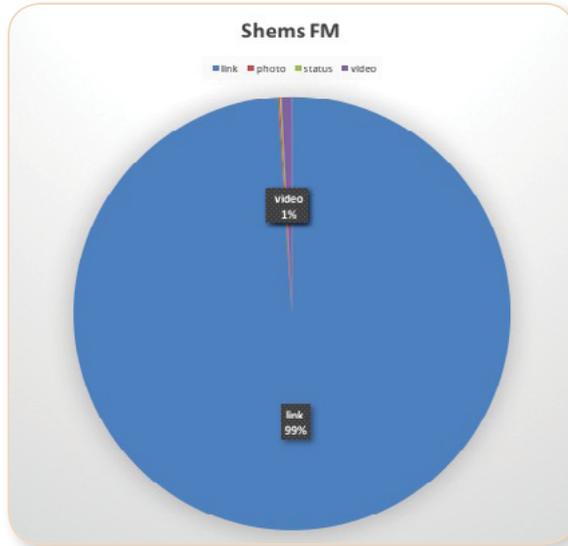


**Graphique 10 – Cap Fm - Pourcentage des interactions sur les publications relatives à la campagne électorale par rapport aux interactions suscitées par les autres publications**



Le taux important d'interactions enregistrées sur la page Facebook de Cap FM s'explique par la stratégie de communication adoptée, en particulier l'usage de publications de type vidéo et photo. Ces types de publications génèrent habituellement plus d'interactions que les liens.

Graphique 11 et 12 – Shems FM et Cap FM : publications par type

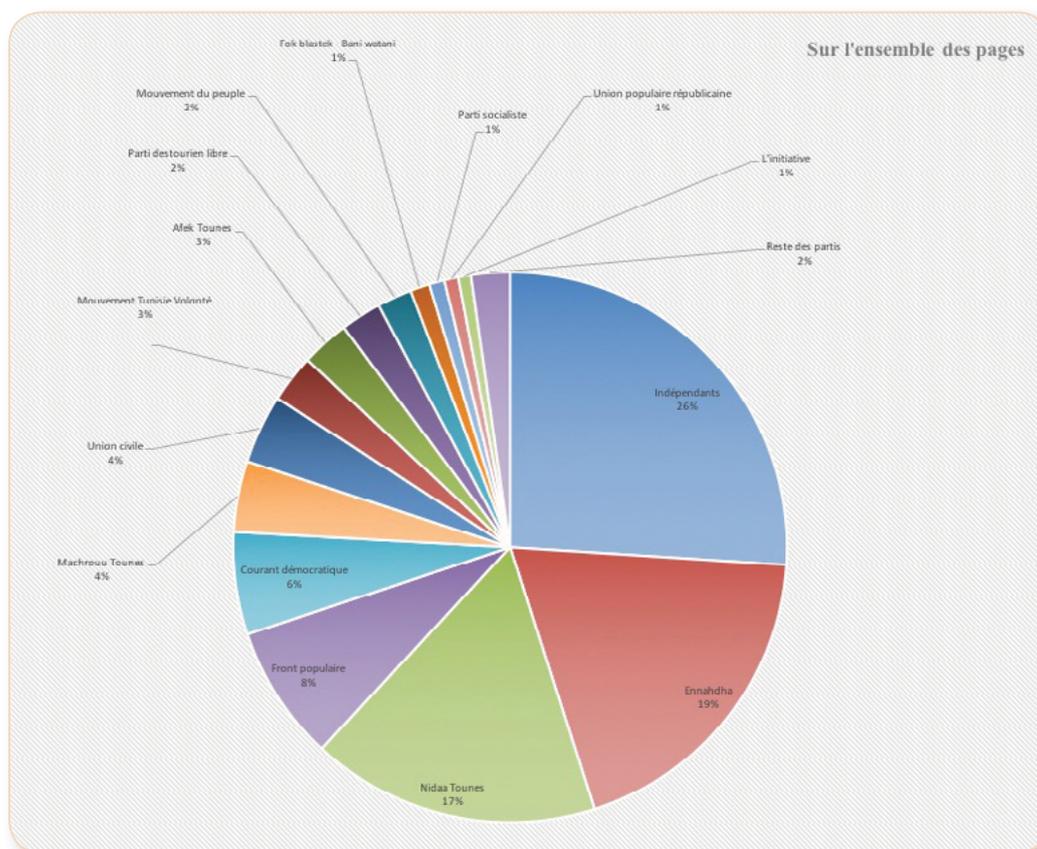


## II. Visibilité accordée aux partis politiques dans les publications

### 1. Résultats globaux

L'ensemble des pages Facebook des médias (TV et Radio) ont consacré, durant la campagne, 26% de leurs publications concernant les municipales 2018 aux listes indépendantes et 50% aux partis : Ennahdha, Nidaa Tounes, Front Populaire et Courant démocratique.

Graphique 13 – Présence des partis politiques dans les publications

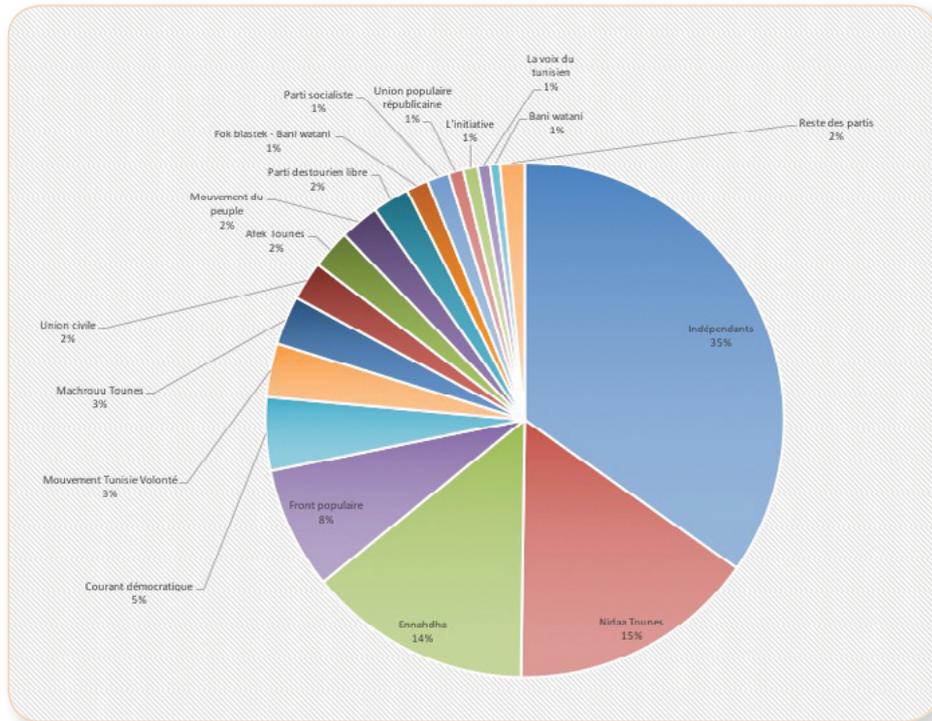


#### a) Résultats par page

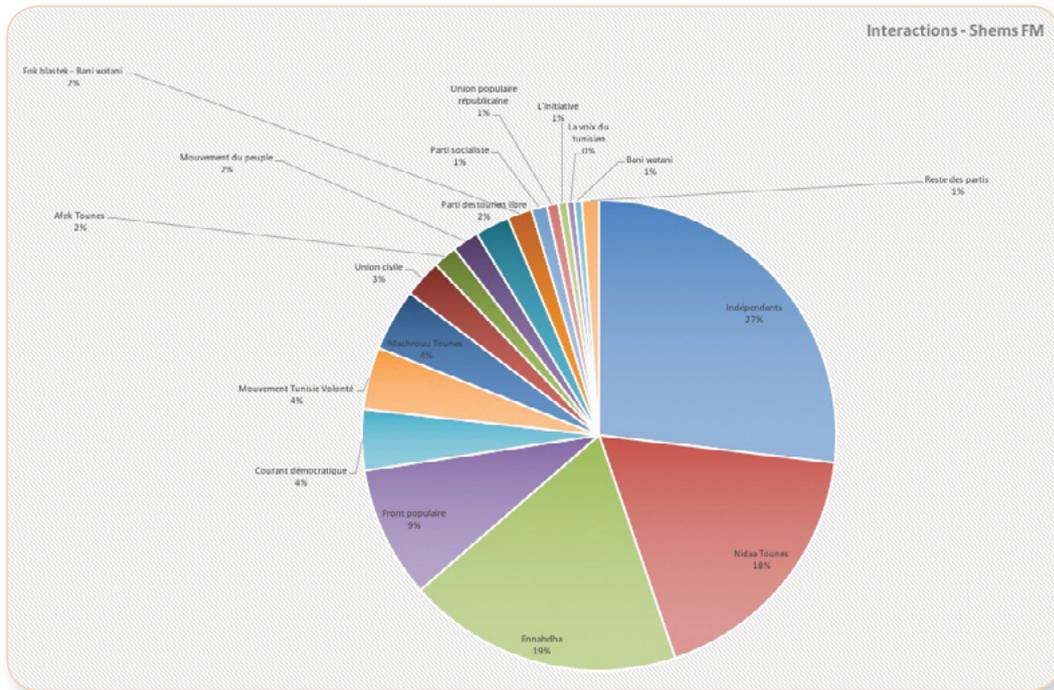
Dans cette section, nous avons étudié la visibilité accordée aux partis politiques aux niveaux des pages Facebook de Shems FM et Cap FM. Nous avons également comptabilisé le pourcentage des interactions générées par les publications relatives aux partis politiques.

Concernant la page Facebook de Shems FM, il est intéressant de remarquer que cette visibilité concorde avec les résultats trouvés dans l'analyse quantitative des émissions de la station radio.

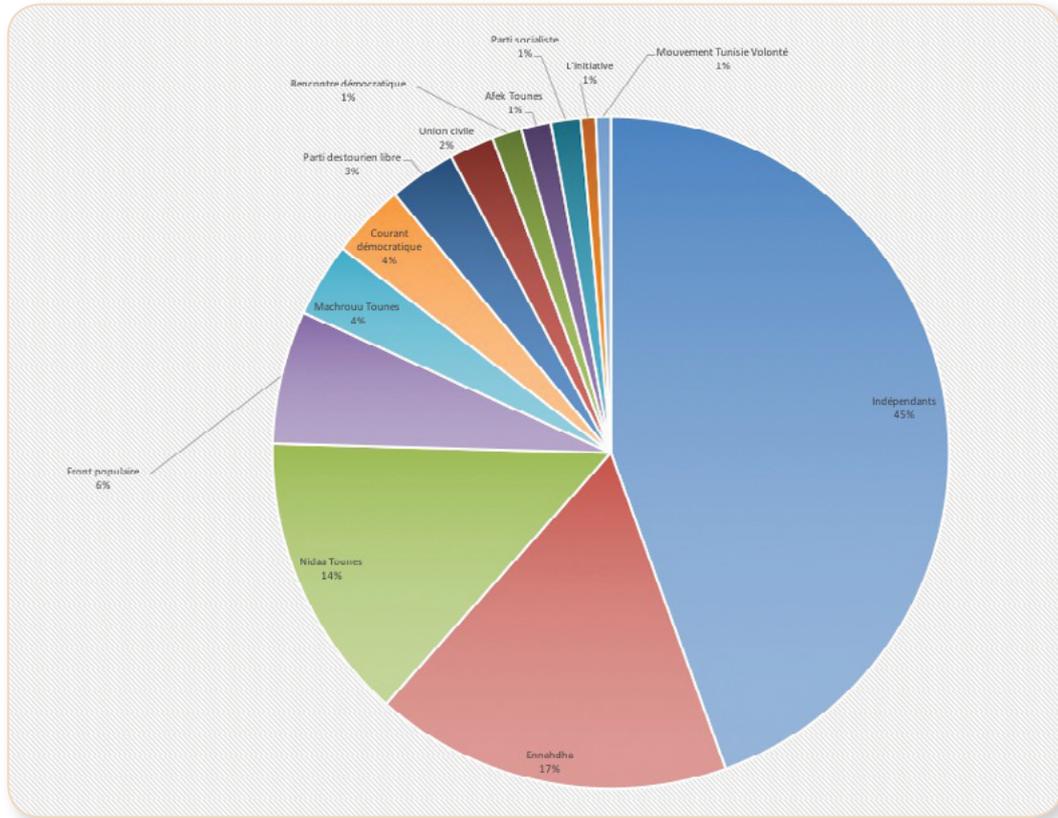
**Graphique 14 – Shems FM : Présence des partis politiques dans les publications de Shems FM**



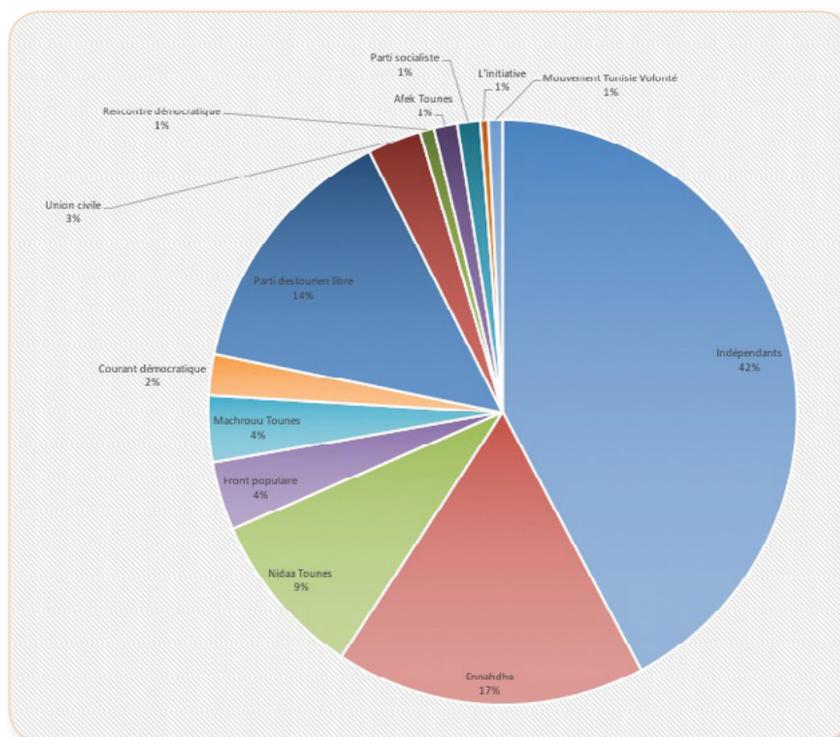
Graphique 15 – Shems FM : Interactions générées par les publications concernant les partis politiques



Graphique 16 – Cap Fm : Présence des partis politiques dans les publications



**Graphique 17 – Interactions générées par les publications concernant les partis politiques**



Pour la radio Cap Fm, nous remarquons que les publications ayant généré le plus d'interactions sont celles concernant les indépendants (42%), Ennahdha (17%) ainsi que le parti destourien (14%). A noter que le « LIKE » est le type d'interaction le plus utilisé par les internautes.





# HAICA

الهيئة العليا المستقلة  
للإتصال السمعي والبصري

HAUTE AUTORITÉ INDÉPENDANTE  
DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

19, rue du Lac El Biben - Lac 1 - 1053 Tunis - Tunisie  
[www.haica.tn](http://www.haica.tn)

