



Liberté-Travail-Prospérité

**SEMINAIRE D'ÉVALUATION
DE LA GESTION DE LA CAMPAGNE MEDIATIQUE
DES ELECTIONS COMMUNALES 2020**

EXPOSE DU BLOC REPUBLICAIN

Abomey, le 22 juin 2020

Présenté par **Janvier YAHOUDEOU**

Secrétaire Général à la Communication, à l'Information et
Porte-Parole du **Parti Bloc Républicain**

SOMMAIRE

I- CONTEXTE

**II- PRINCIPES DE LA CAMPAGNE EXCLUSIVEMENT
MEDIATIQUE ET SON DEROULEMENT**

III- DIFFICULTES RENCONTREES

IV- SUGGESTIONS

CONCLUSION

I- CONTEXTE

Les élections communales et municipales du 17 Mai 2020 au Bénin se sont déroulées dans un contexte mondial marqué par la pandémie de la Covid-19. Le Chef de l'Etat, le Président Patrice TALON a organisé une concertation avec les Présidents des institutions de la République qui a permis de faire une analyse objective de la situation. Après quoi, le Gouvernement a décidé en toute responsabilité de maintenir l'organisation desdites élections à la date du 17 Mai, tout en prenant certaines mesures et dispositions pour assurer la sécurité des électeurs et des autres personnes présentes dans les postes de vote. Le souci étant d'éviter la propagation du virus. Au nombre de celles-ci, il a été retenu que la campagne électorale serait exclusivement médiatique. Les autres décisions prises dans ce sens sont entre autres : la mise à disposition de masques pour les électeurs, de dispositifs de lavage de mains dans tous les postes et vote et le respect de la distanciation sociale.

II- PRINCIPE DE LA CAMPAGNE EXCLUSIVEMENT MEDIATIQUE ET SON DEROULEMENT

L'idée de la campagne exclusivement médiatique consistait pour les partis politiques à passer leurs messages, leur projet de société et à donner leurs consignes de vote au travers des médias classiques (radios, télés, presse écrite,) ou par le biais de la presse en ligne ou des réseaux sociaux. Il annulait du coup les anciennes pratiques de rencontres physiques avec les

électeurs à travers les meeting politiques ou les réunions grand-public.

La HAAC et les partis politiques retenus pour prendre part aux élections ont tenu plusieurs séances de travail pour définir les modalités de mise en œuvre de la campagne exclusivement médiatique. Il a été ainsi arrêté :

- 1- **Pour les télévisions et les radios** : Trois passages par jour et par parti politique sur six chaînes de télévision et sur une cinquantaine de radios réquisitionnées par la HAAC ; l'organisation d'une émission radio-télévisée en clôture de la campagne électorale.
- 2- **Pour la presse écrite** : La diffusion d'un message d'une demi page avec titre à la Une dans l'ensemble des journaux officiellement reconnus par la HAAC.
- 3- **Pour la presse en ligne** : La publication sur le site internet de l'ABP d'un message pour la campagne électorale.

III- AVANTAGES DE LA CAMPAGNE EXCLUSIVEMENT MEDIATIQUE

Le Bloc Républicain a noté trois points forts liés à la campagne exclusivement médiatique

- **Le respect du principe de l'égalité des temps d'antenne accordés à tous les partis politiques dans les médias, prescrit par le code électoral.** Longtemps ce principe n'a pu être respecté à cause de la disparité de moyens entre les différents partis politiques qui participent aux élections dans notre pays. Cette fois, il a été appliqué car aucun autre temps d'antenne n'était

accordé aux partis politiques pour intervenir dans les médias réquisitionnés

- **Le développement des canaux digitaux du parti et la mise en œuvre d'une stratégie digitale de communication très ambitieuse.** La campagne exclusivement médiatique a permis au Bloc Républicain de concentrer plus de ressources au niveau de sa campagne digitale et de développer une stratégie digitale plus ambitieuse. Nous sommes en mesure d'affirmer que nos canaux digitaux (sites internet, page Facebook et compte Twitter) ont une portée qui dépasse celles qu'ils auraient eue dans le cadre d'une campagne électorale classique.
- **La baisse des dépenses de campagne électorale des partis politiques.** L'absence de meeting conjuguée à la prise en charge des frais liés aux passages des partis dans les médias classiques aux frais de l'Etat a soulagé financièrement les partis politiques.

IV- LES DIFFICULTES RENCONTREES

Pour une première expérience, la campagne électorale exclusivement médiatique, a montré quelques faiblesses et limites qu'il convient de soulever :

- **La prise tardive de la décision d'organiser la campagne exclusivement médiatique.** Il faut avouer qu'au moment où la décision a été prise, le Bloc Républicain avait déjà élaboré son plan de communication pour les élections communales. Il a fallu donc en peu de temps procéder à des réajustements. De plus, certains organes de presse, notamment les télévisions n'avaient pas eu le temps de préparer des studios adaptés à ce genre d'enregistrement.

- **L'introduction tardive dans cette campagne médiatique de la presse écrite privée.** Au départ, la HAAC avait clairement exclu cette catégorie de journaux de la campagne avant de revenir sur sa décision sous la pression des associations des médias alors même que la campagne électorale avait démarré. Il a fallu dans la précipitation préparer des contenus à publier dans ces journaux.

- **La relative accessibilité des électeurs aux médias.** Jusqu'à présent, une partie non-négligeable des Béninois ne s'intéresse ni à la radio, ni à la télé, encore moins aux

journaux. **D'autre part, certaines communes ne sont pas du tout ou peu couvertes par les radios.**

➤ **L'inaccessibilité des réseaux sociaux et la presse en ligne à la majorité des électeurs de notre pays.**

Si la presse classique n'est pas accessible à une bonne partie des électeurs, la presse en ligne et les réseaux sociaux ne touchent qu'une infime partie de la population. Malgré l'ingéniosité des partis politiques, les messages n'ont pas pu atteindre beaucoup d'électeurs.

➤ **Le choix des tranches horaires pour la diffusion des messages des partis politiques sur les télévisions et les radios.**

Le Bloc Républicain émet des réserves par rapport aux tranches retenues par la HAAC notamment celles du matin (qui démarre vers 06 heures) et celles de la soirée (qui démarrent vers 22h). De notre expérience, elles ne constituent pas des heures de grande écoute.

V- SUGGESTIONS

Après l'expérience d'une inédite campagne électorale exclusivement médiatique au Bénin, le Bloc Républicain formule les suggestions suivantes :

- Une rencontre avec les partis politiques concernés pour tirer les enseignements de cette expérience. Le Bloc Républicain salue donc l'initiative du présent séminaire et se félicite de la participation active des partis politiques

- Le Bloc Républicain suggère que les conclusions de cet atelier soient partagées avec les organes de presse ayant couverts la campagne électorale afin qu'ils tirent à leur tour, les enseignements qui s'imposent.
- Le Bloc Républicain invite la HAAC à s'inspirer de la campagne exclusivement médiatique des communales du 17 mai pour mieux organiser la présence des partis politiques dans la presse à l'occasion des élections à venir afin de garantir le principe de l'égalité dans les médias.

CONCLUSION

En conclusion, pour le Bloc Républicain, la campagne exclusivement médiatique s'imposait dans le cadre des élections communales et municipales du 17 Mai dernier à cause du contexte lié à la pandémie de la Covid-19. Mais elle ne saurait devenir une habitude dans notre pays. Une telle option ne peut être envisagée que dans des conditions exceptionnelles.

Je vous remercie de votre attention.

Janvier YAHOUEDOU

Secrétaire Général à la Communication,
à l'Information et Porte-Parole du Parti **Bloc Républicain**