



Haute Autorité de la Presse et de
l'Audiovisuel

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Rapport sur la couverture médiatique de la Campagne Electorale pour l'élection du Président de la République Juin 2014

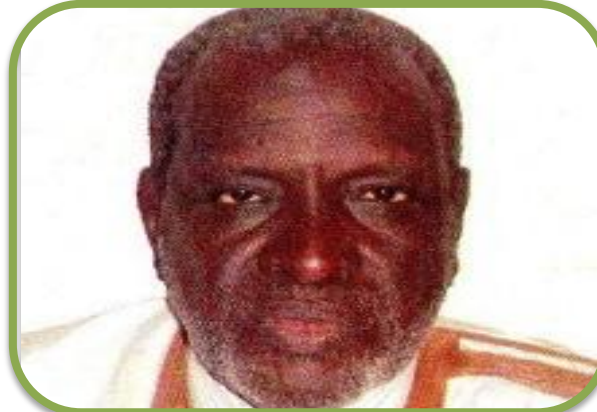




Nombre de candidats aux élections présidentielles 2014 : Cinq Candidats



**M. MOHAMED
OULD ABDEL AZIZ**



M. BOYDIEL HOUMEID



**Mme. LALLA MERYEM
MOULAY IDRIS**



M. BIRAM DAH ABEID



**M. IBRAHIMA MOCTAR
SARR**



Nombre de chaînes de Télévisions couvrant la campagne : 7 chaînes
(2 publiques et 5 privées)

Télévisions publiques



Télévisions privées





**Nombre de Radios couvrant la campagne électorale : 7 Radios
(2 publiques et 5 privées)**

Radios publiques



**Radio
Mauritanie SA**



**Radio
Jeunesse**



**Radio
Nouakchott Libre**



**Radio
Sahara Médias**



**Radio
Mauritanid**

Radios privées



**Radio
Tenwir**

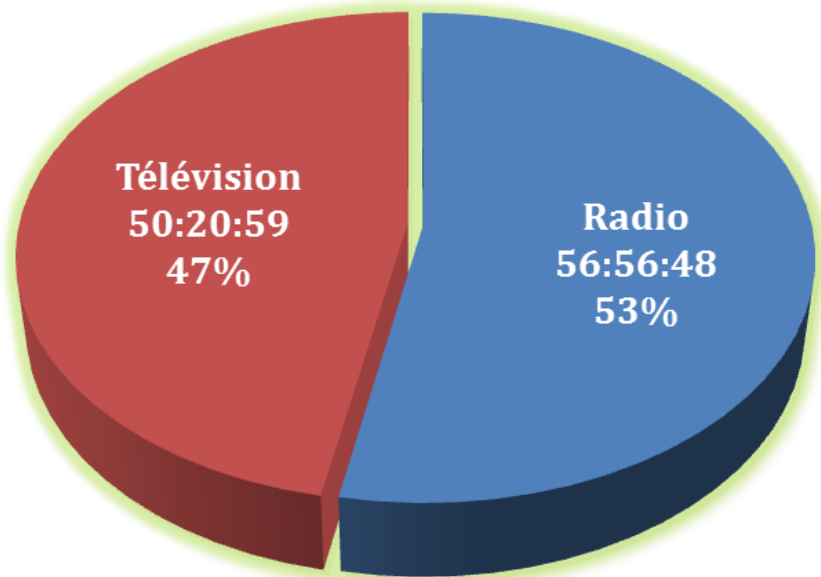


**Radio
Kobeni**

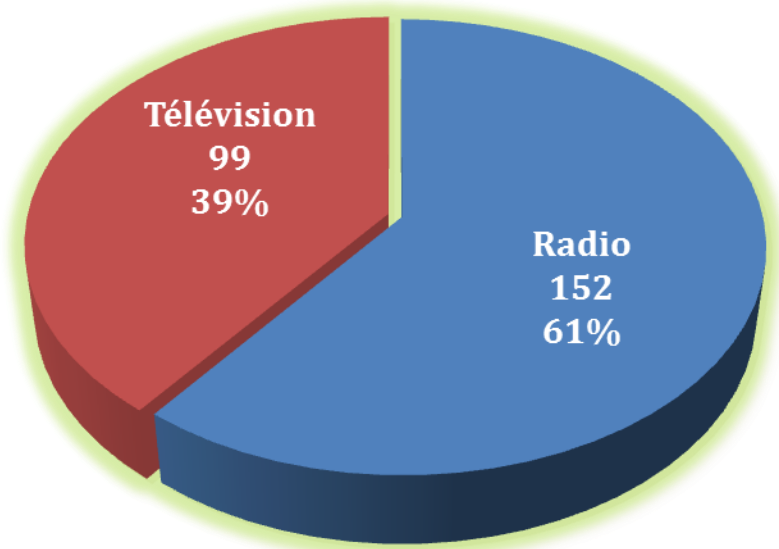


| Services | Durée de diffusion | Nombre de programmes |
|-------------------|--------------------|----------------------|
| Radio | 56:56:48 | 152 |
| Télévision | 50:20:59 | 99 |
| Total | 107:17:47 | 251 |

Par durée de diffusion

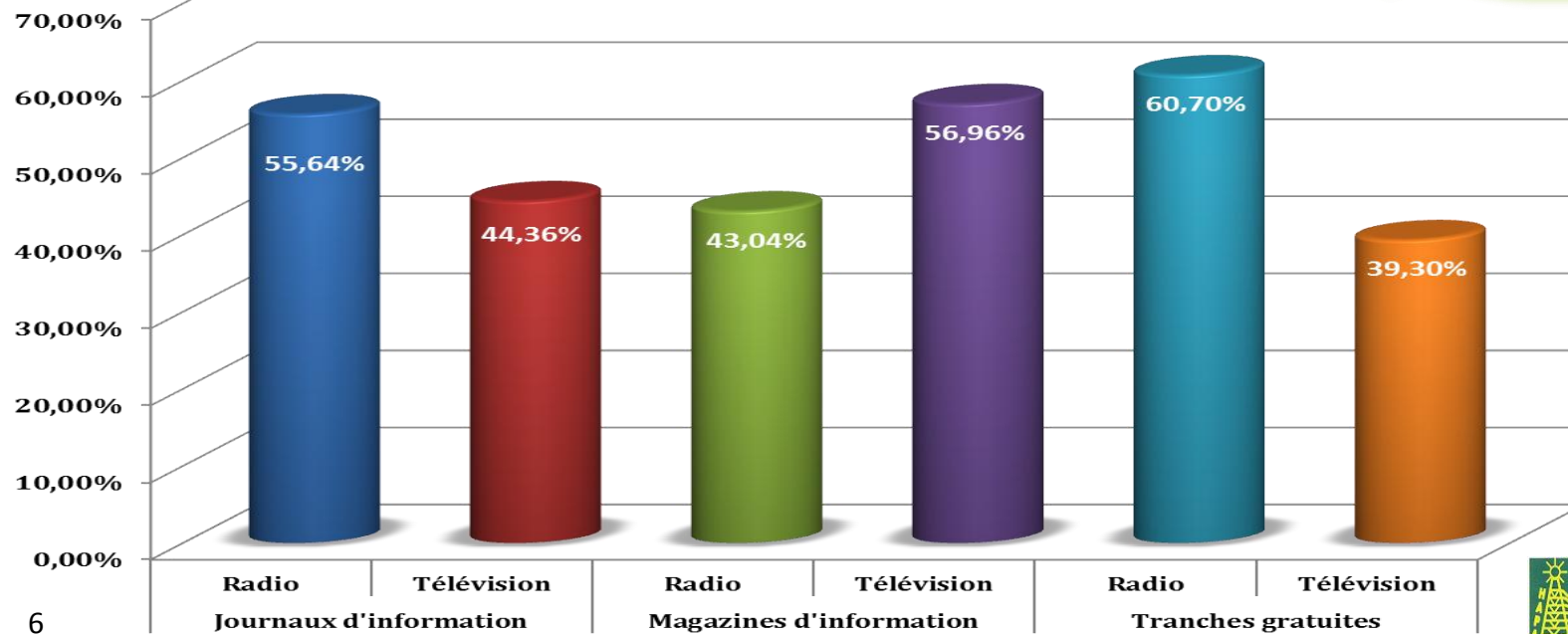
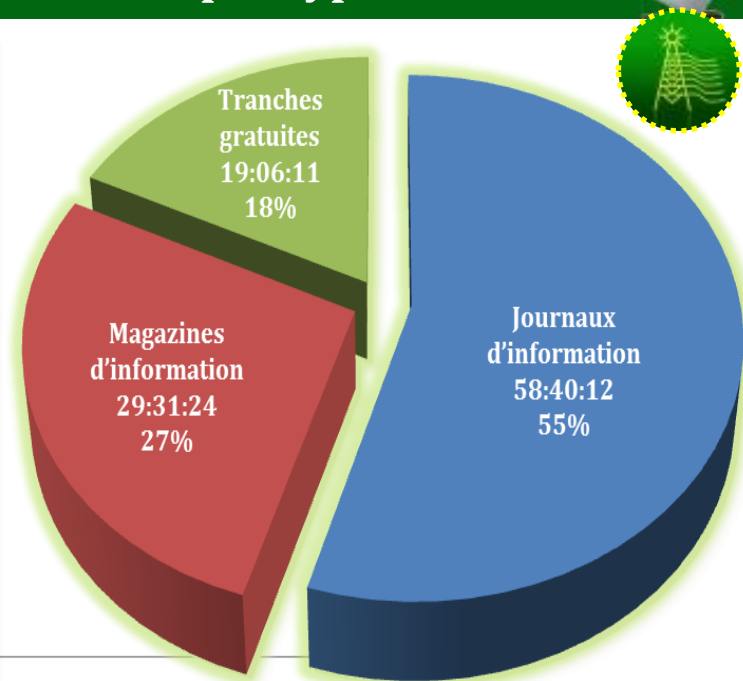


Par nombre de programmes



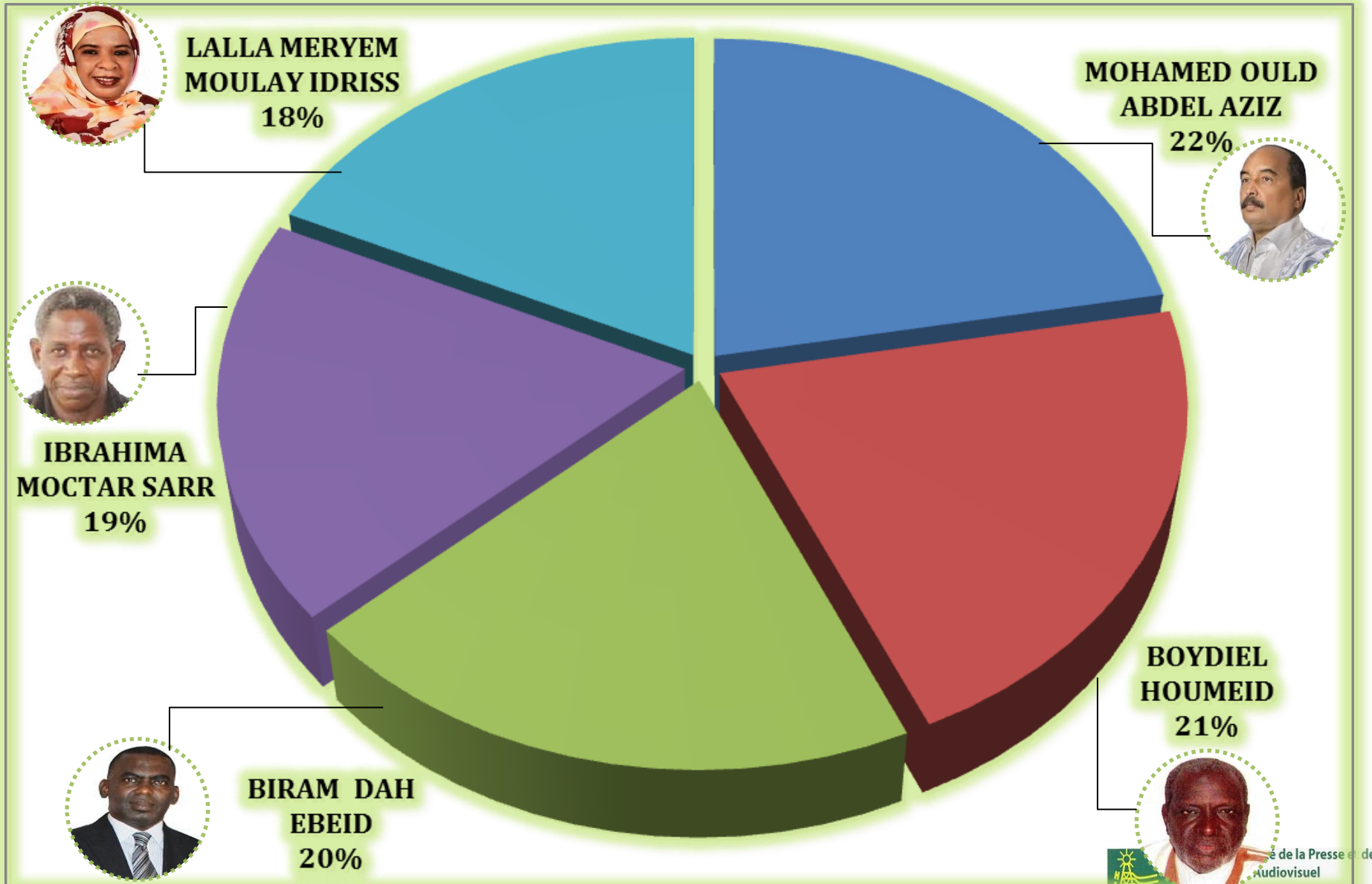
Medias publics : Volume horaire des programmes suivis par type d'émissions

| Type d'émissions | Durée de diffusion | Nombre de Programmes |
|--------------------------------|--------------------|----------------------|
| Journaux d'information | 58:40:12 | 178 |
| Radio | 32:38:41 | 121 |
| Télévision | 26:01:31 | 57 |
| Magazines d'information | 29:31:24 | 45 |
| Radio | 12:42:24 | 17 |
| Télévision | 16:49:00 | 28 |
| Tranches gratuites | 19:06:11 | 28 |
| Radios | 11:35:43 | 14 |
| Télévisions | 7:30:28 | 14 |
| Total | 107:17:47 | 251 |





Télévision et Radio Mauritanie





Télévision Mauritanie

LALLA MERYEM
MOULAY IDRIS
18%



MOHAMED OULD
ABDEL AZIZ
22%



BIRAM DAH
EBEID
20%



BOYDIEL
HOUMEID
20%

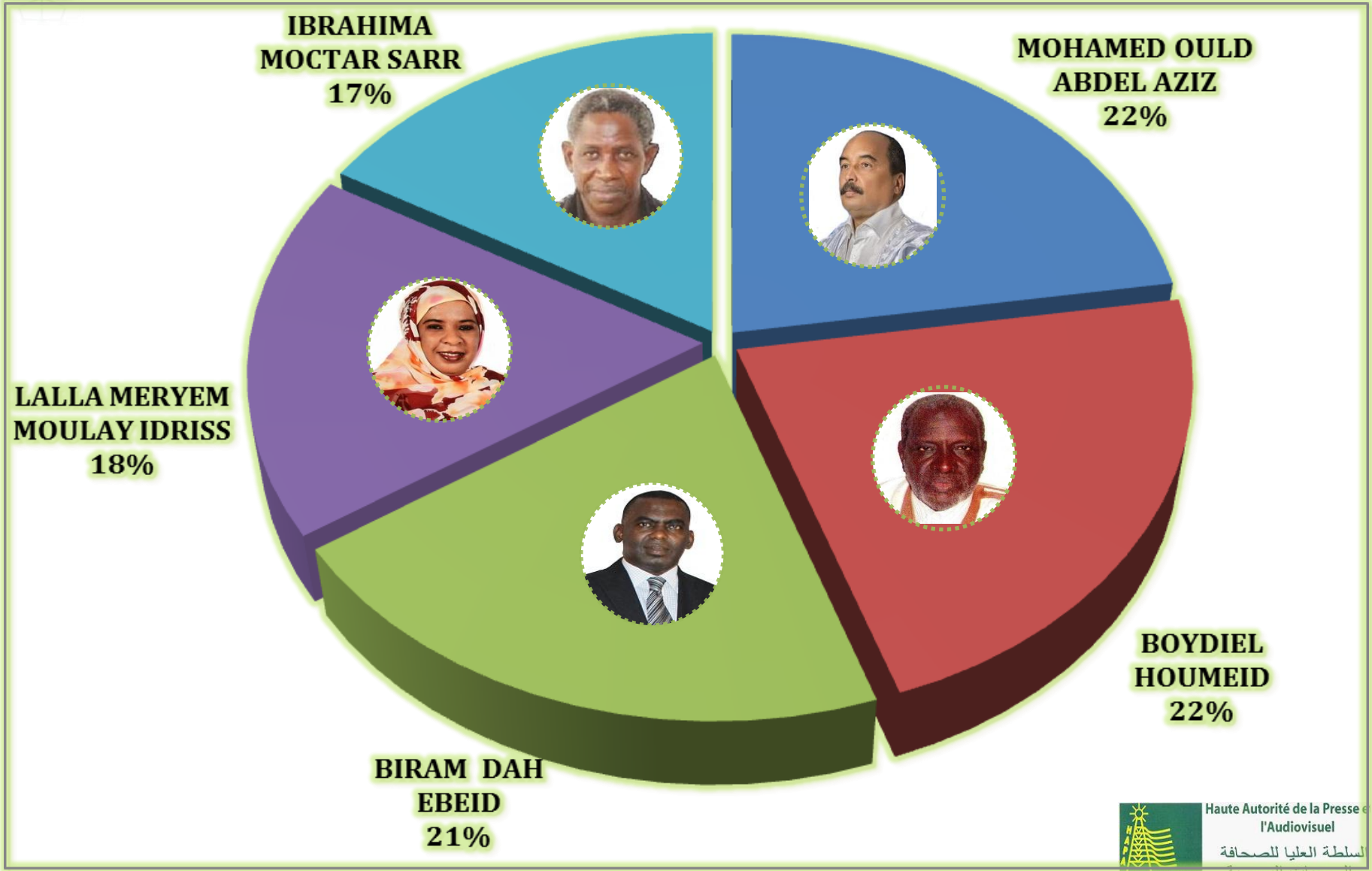


IBRAHIMA
MOCTAR SARR
20%



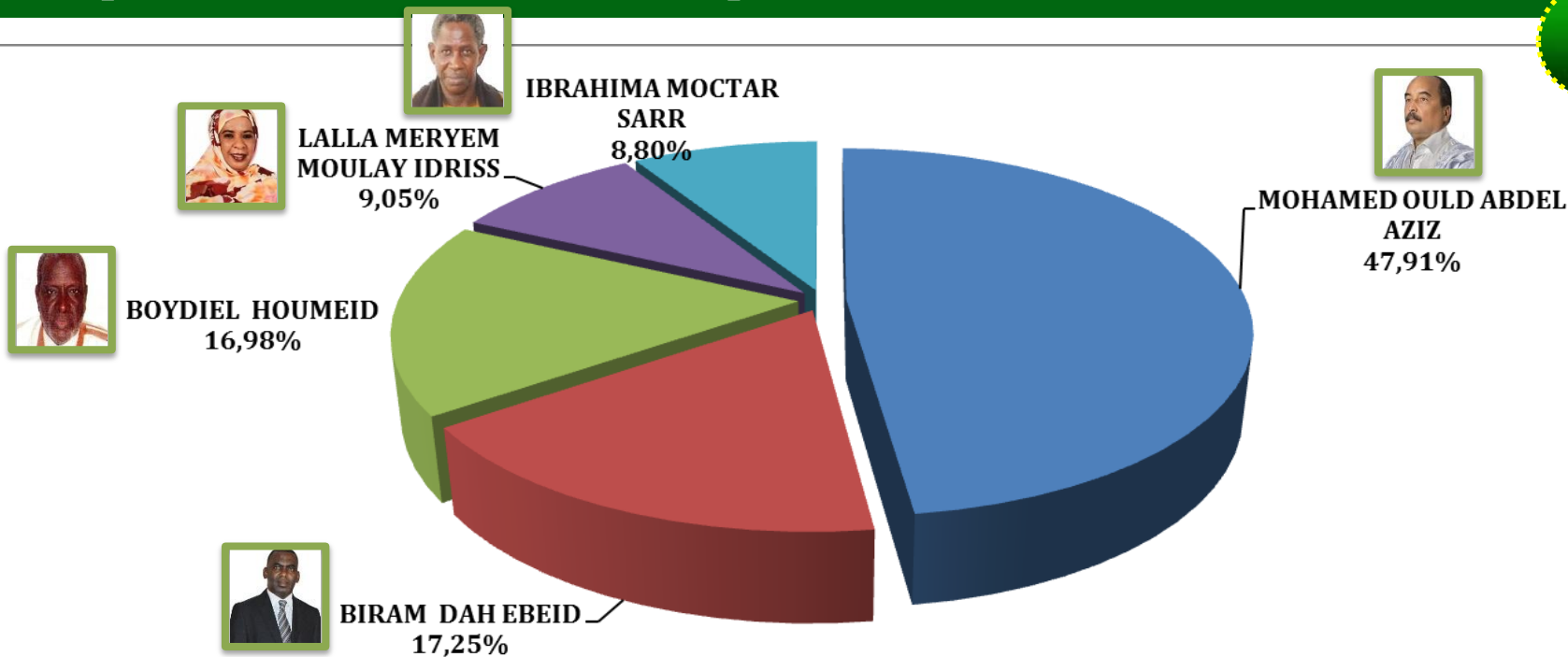


Radio Mauritanie

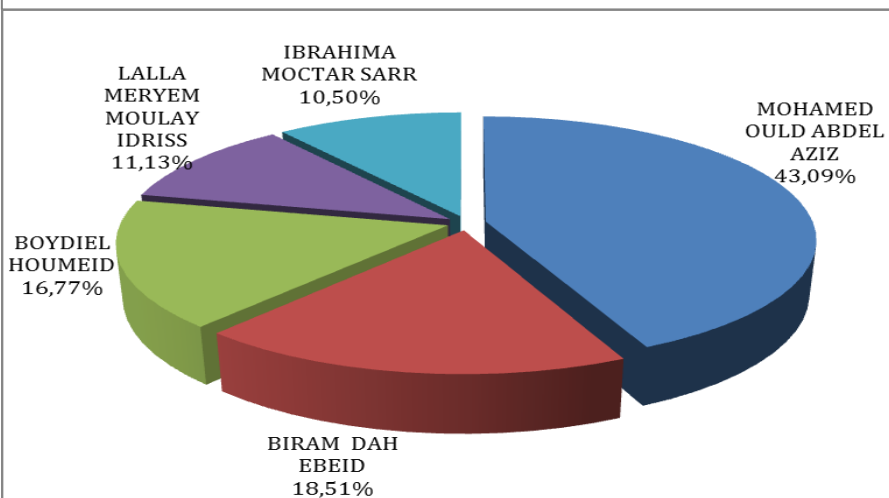




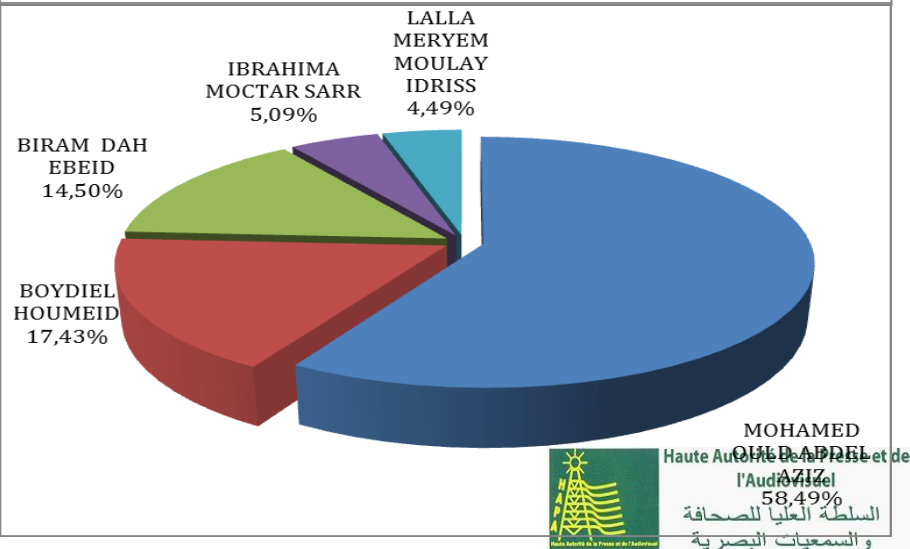
Télévisions et Radios privées



Télévisions privées

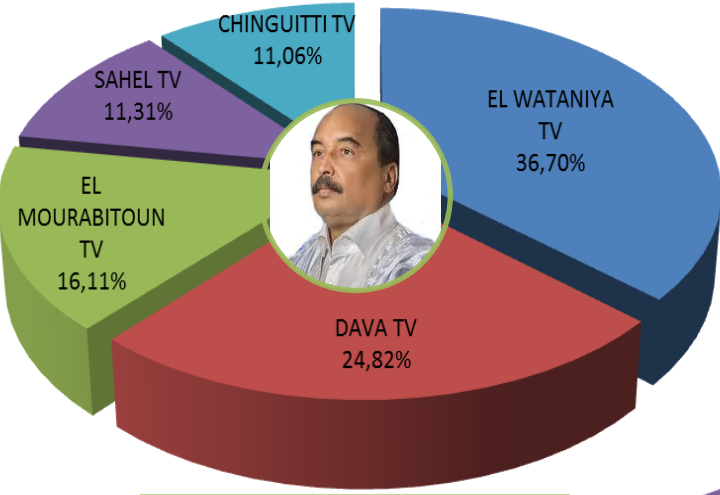


Radios privées

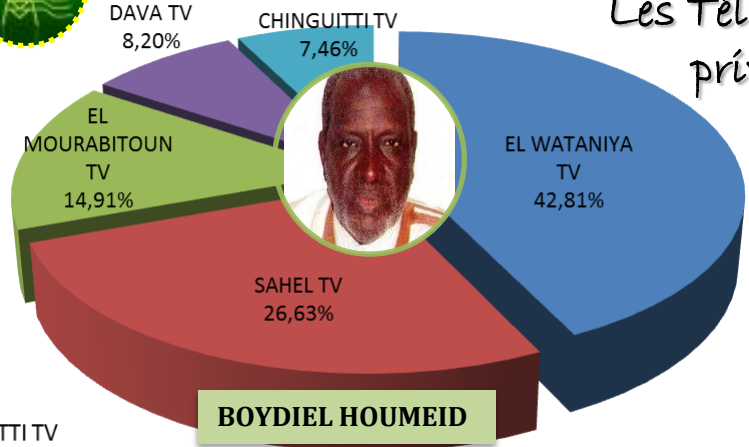




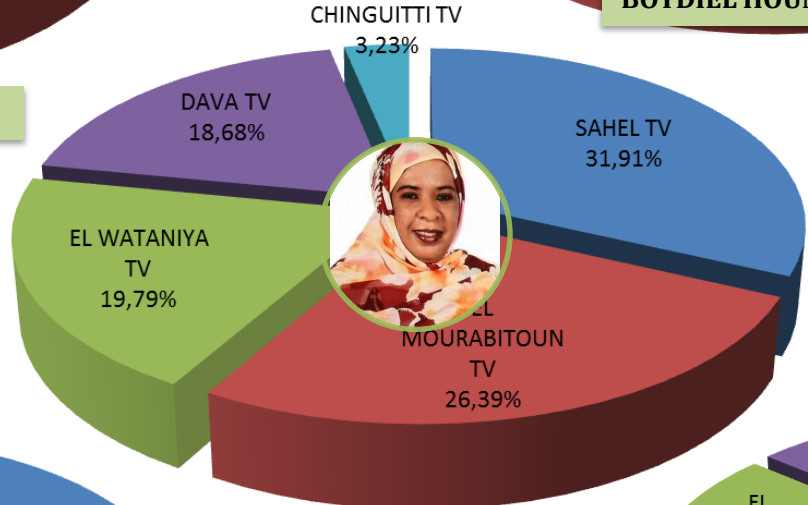
Les Télévisions privées



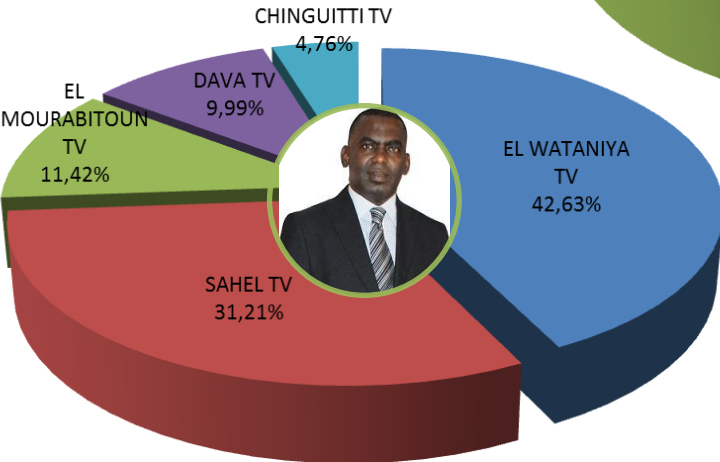
MOHAMED OULD ABDEL AZIZ



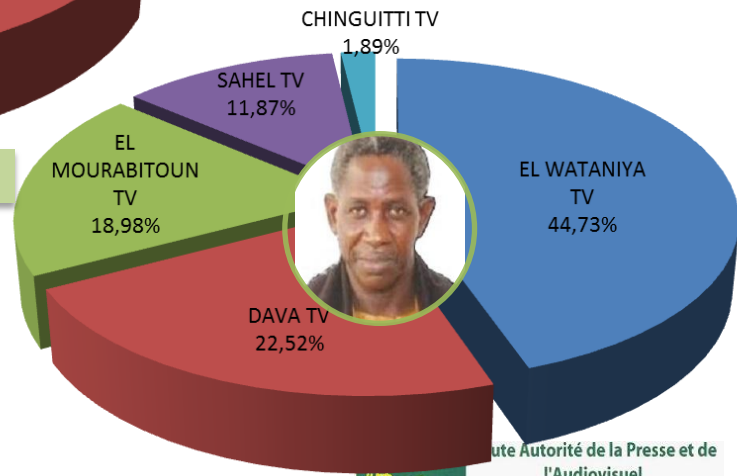
BOYDIEL HOUMEID



LALLA MARYEM MOULAY IDRIS



BIRAM DAH ABEID



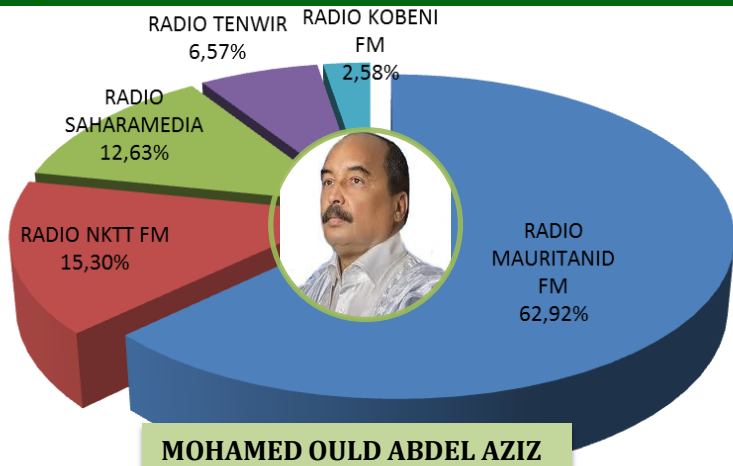
IBRAHIMA MOCTAR SARR

Haute Autorité de la Presse et de l'Audiovisuel

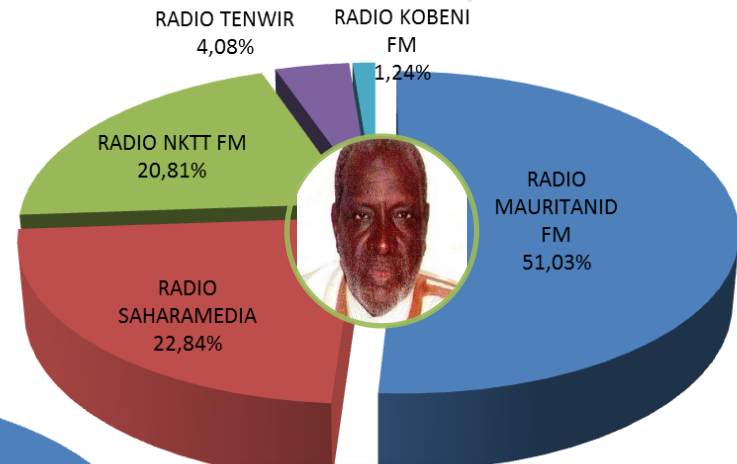
السلطة الوطنية للصحافة والسمعييات المرئية



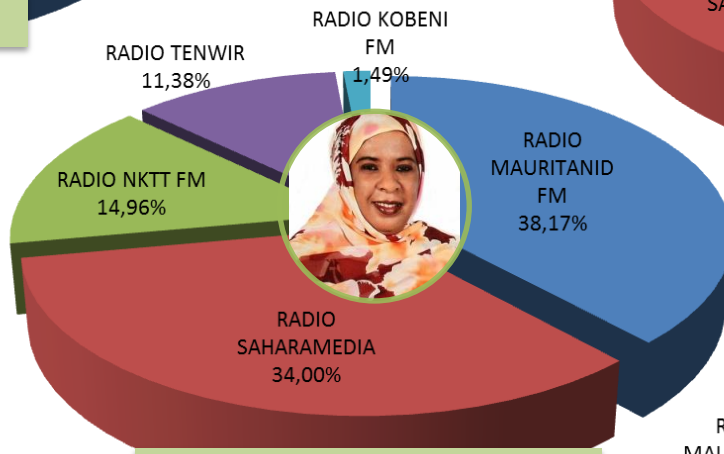
Les Radios privées



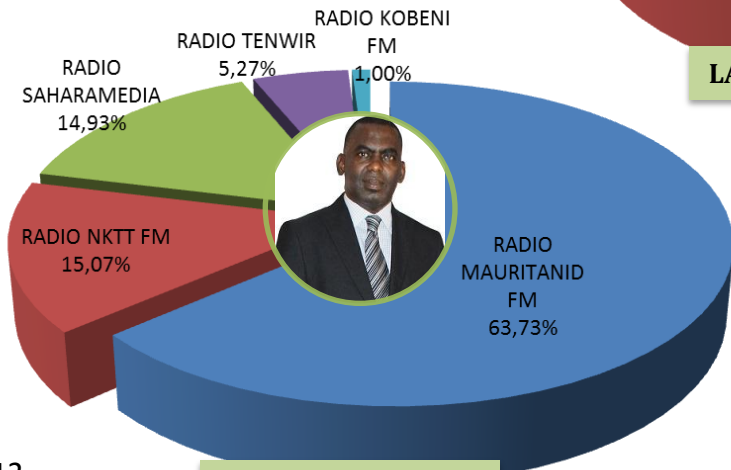
MOHAMED OULD ABDEL AZIZ



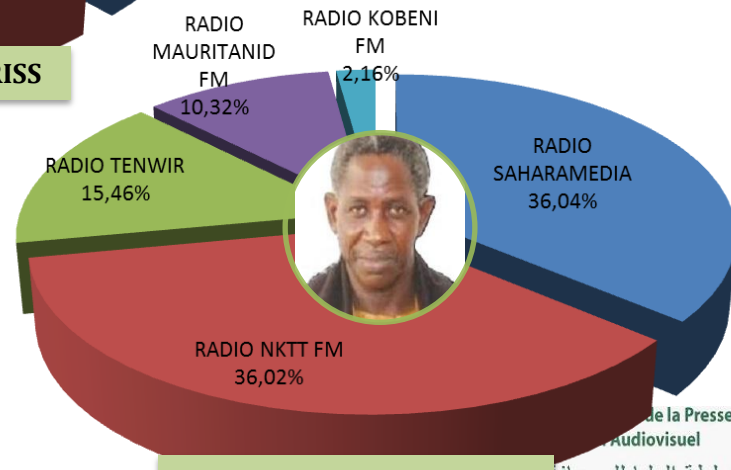
BOYDIEL HOUMEID



LALLA MARYEM MOULAY IDRIS



BIRAM DAH ABEID



IBRAHIMA MOCTAR SARR



1. Plus de la moitié du temps d'antenne de la campagne au niveau des médias publics à été consacré aux journaux d'information (55%).
2. Au niveau des tranches gratuites accordées par les médias publics l'égalité quasi parfaite à été constatée entre tous les candidats à l'élection présidentielle.
3. Aussi au niveau des magazines d'information dans les média publics le même traitement et le même volume horaire à été accordé à tous les candidats au niveau des journaux et magazines d'information.
4. Au niveau des Télévision et Radios privées le plus grand temps d'antenne accordé à la campagne à été réalisé par la chaine "El Wataniya".Le plus petit volume horaire pour la couverture de la campagne à été réalisée par la radio "Kobeni".
5. La différenciation est grande d'un média privé à l'autre entre magazines et journaux d'information. Les magazines d'information ont pris le dessus au niveau des TV privés tandis que, les radios privés ont accordé la priorité aux journaux d'information.
6. Les radios et TV privés ont donné l'accès aux différents candidats dans leurs médias respectifs.
7. Le plus important temps d'antenne au niveau de ces média à été consacre au candidat Mohamed Ould Abdel Aziz suivi du candidat Biram Ould Dah Ould Abeid.
8. Les autres candidats ont eu droit à un temps d'antenne presque égal dans les radios et TV privés.
9. Les partis politique boycottistes ont en aussi droit à l'antenne dans une proportion de 20% du temps global accordé à la campagne.



- Les médias publics ont respecté l'égalité parfaite dans le traitement des candidats aussi bien dans les tranches gratuites que dans la couverture médiatique.
- Les journaux publics (CHAAB et Horizon) n'ont pas su respecter l'égalité de traitement demandée entre les candidats en matière de couverture médiatique.
- Au niveau de la presse écrite privée et électronique, un manque d'intérêt porté à la campagne électorale à été constaté, a en juger par l'espace réservé par celle-ci aux activités des candidats.
- De même il à été relevé que certains sites et journaux affichaient une préférence délibérée pour certains candidats.
- Par ailleurs il est à noter que les uns et les autres ont soulevé le manque de recettes publicitaires liées à la campagne électorale.

