



**LE CONTENTIEUX COMMENCE
DES DEMAIN** SAMEDI 22 MARS

**RENDEZ-VOUS DANS VOTRE
COMMISSION ÉLECTORALE LOCALE (CEL)
POUR EFFECTUER VOS RÉCLAMATIONS**

**DU 22 MARS AU
05 AVRIL 2025
DE 08H À 15H**

CONSULTEZ LA LISTE ET LA LOCALISATION DES COMMISSIONS
ÉLECTORALES LOCALES (CEL) SUR NOTRE SITE

 www.cei.ci

CEI Côte d'Ivoire
+225 27 22 59 99 74

CEI, en toute transparence

RAPPORT

Monitoring citoyen de la communication institutionnelle de
la Commission Électorale Indépendante (CEI) relative au
contentieux sur la liste électorale

AVERTISSEMENT / DISCLAIMER

Ce rapport a été élaboré avec l'appui financier de l'Union Européenne à travers l'European Partnership for Democracy (EPD) dans le cadre du programme Women and Youth in Democracy Engagement (WYDE)

« Cependant, le contenu de ce rapport relève de la seule responsabilité de TLP-CI et ne reflète pas nécessairement les points de vue de l'Union européenne. »

I-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias

Table des matières

INTRODUCTION	1
PRÉSENTATION DE TOURNONS LA PAGE COTE D'IVOIRE	1
CONTEXTE ET JUSTIFICATION.....	1
OBJECTIFS, MÉTHODOLOGIE ET RÉSULTATS PRÉVUS	2
OBJECTIFS DU MONITORING	2
LA MÉTHODOLOGIE DU MONITORING.....	2
RÉSULTATS PRÉVUS	2
MÉTHODOLOGIE DE MISE EN ŒUVRE	3
PRÉSENTATION DES RÉSULTATS.....	4
Monitoring presse imprimée	4
Monitoring presse en ligne.....	5
Monitoring télévision : RTI 1 et RTI 2.....	6
Monitoring radio : Radio Côte d'Ivoire chaîne nationale (88.0 Mhz).....	7
Monitoring site institutionnel : Commission électorale indépendant www.cei.ci.....	8
Monitoring réseaux sociaux : page Facebook et compte X de la CEI	9
INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS	9
RECOMMANDATIONS	10
ANNEXES.....	13

I-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias

INTRODUCTION

PRÉSENTATION DE TOURNONS LA PAGE COTE D'IVOIRE

Membre du mouvement Tournons La Page Internationale, la coalition nationale Tournons La Page Cote d'Ivoire (TLP-CI) est une organisation ivoirienne légalement constituée qui fait la promotion des droits humains en général mais exerce plus précisément ses activités dans le domaine de la démocratie, de la liberté d'expression, de la bonne gouvernance, de la transparence et l'équité des processus électoraux. L'organisation est basée à Abidjan, elle fonctionne avec des sections situées dans les villes du district d'Abidjan et de l'intérieur du pays. Ces moyens d'action sont :

- La formation
- La sensibilisation
- Le plaidoyer
- La mobilisation citoyenne

CONTEXTE ET JUSTIFICATION

En Côte d'Ivoire, selon l'article 3 du Code électoral, le droit de vote est accordé à tout citoyen ayant atteint la majorité légale. A partir de l'âge de 18 ans, tout citoyen justifiant de la nationalité ivoirienne et inscrit sur la liste électorale est habilité à exprimer sa volonté et son choix lors d'un scrutin à l'échelle locale ou nationale. Cependant, pour pouvoir participer au scrutin de son choix, le citoyen doit se faire enrôler pour figurer sur la liste électorale. La liste électorale est permanente mais elle fait l'objet d'une révision censée être annuelle effectuée par la Commission électorale indépendante (CEI) selon l'article 6 de l'Ordonnance N° 2020-356 du 08 Avril 2020. En application du décret 2024-792 du 05 septembre 2024 fixant la période et les modalités de révision de la liste électorale, la CEI a procédé au lancement de l'opération de Révision de la Liste Électorale(RLE) de 2024-2025 du 19 octobre au 10 novembre 2024. Cette période a été prorogée d'une semaine, pour s'achever le 17 novembre 2024 à la demande des partis politiques et des organisations de la société civile (OSC). À la suite de cette phase de révision, une période dite de gestion du contentieux sur la liste provisoire a été ouverte. La période de contentieux désigne ce moment précis lors duquel les possibles litiges ou les problèmes qui naissent à la suite de la publication de la liste électorale provisoire sont portés à la connaissance de la CEI en vue d'un règlement. C'est également la période lors de laquelle, la commission en charge de la gestion du contentieux, est censée partager avec les citoyens, les informations relatives au processus électoral afin d'informer ceux-ci sur les voies et moyens par lesquels ils pourront aisément formuler des réclamations. Au terme d'un tel processus, il nous paraît tout à fait légitime de trouver des réponses aux questions suivantes :

La communication institutionnelle de la CEI a été effective durant cette période ?

- Les Ivoiriens ont-ils effectivement reçu les informations utiles sur la gestion du contentieux ?

C'est pour répondre à ces questions que Tournons La Page Côte d'Ivoire a initié un monitoring citoyen pendant le processus électoral. Ce monitoring a permis d'observer et d'analyser la communication de la Commission électorale indépendante (CEI) pendant la période du contentieux. Il a été réalisé principalement dans les médias que sont : la presse imprimée quotidienne, la télévision nationale, la radio nationale, la presse en ligne, le site internet et les médias sociaux (Facebook et X) de la CEI. Ce rapport rédigé à la fin de la période d'observation de monitoring qui a duré du 17 Mars au 04 Juin, présente les principaux résultats obtenus. Il propose également des recommandations à la CEI ainsi que des actions à mener dans le but d'améliorer l'action de celle-ci pour une consolidation efficiente de la démocratie et de la paix lors des prochaines échéances électorales.

I-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias

OBJECTIFS, MÉTHODOLOGIE ET RÉSULTATS PRÉVUS

OBJECTIFS DU MONITORING

Le monitoring citoyen de Tournons La Page Côte d'Ivoire a pour but d'avoir un regard extérieur sur la communication de la Commission électorale indépendante (CEI) autour de la gestion du contentieux de la liste électorale. De façon spécifique, il s'agissait :

- D'identifier les canaux et supports utilisés pour cette communication
- Évaluer la communication externe de la CEI dans les médias ;
- Analyser la pertinence du positionnement de l'information relative à la gestion du contentieux ;
- Vérifier si les canaux propres à la CEI ont été effectivement utilisés pour informer les ivoiriens.

LA MÉTHODOLOGIE DU MONITORING

Le monitoring a été précédé d'une série d'actions et d'activités :

- Sélection des moniteurs par l'équipe projet ;
- Formation des moniteurs aux techniques de monitoring citoyen ;
- Mise en place des équipes de moniteurs ;
- Identification des canaux et supports à monitorer ;
- Sélection des indicateurs.

Durant la période de monitoring, l'essentiel des activités a tourné autour de :

- La collecte quotidienne des données ;
- L'analyse quantitative et qualitative des données
- L'interprétation qualitative et quantitative des données ;
- La consolidation d'une série de recommandations.

RÉSULTATS

- 12 moniteurs sélectionnés et formés ;
- Les équipes de monitoring mises en place ;
- Une stratégie de veille à travers les indicateurs adoptée ;
- Les activités de communication de la CEI effectivement suivies ;
- Les données à travers la presse papier, la presse en ligne, les médias sociaux et le site internet de la CEI recueillies et traitées ;
- Les données recueillies ont fait l'objet d'analyse et d'interprétation ;
- Des recommandations formulées à l'endroit de la CEI.

I-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias

MÉTHODOLOGIE DE MISE EN ŒUVRE

Afin de réussir cette activité de monitoring, une approche méthodologique a été adoptée en trois axes : une phase préparatoire, une phase de veille active et une phase de production d'un rapport.

En ce qui concerne la phase préparatoire, TLPCI a procédé à la sélection de douze (12) moniteurs grâce à une séance technique organisée avec l'équipe projet. L'étape suivante a consisté à les former aux techniques de monitoring citoyen et à la répartition des équipes de moniteurs. Ces équipes ont été établies comme suit :

- Pool de moniteurs de la presse en ligne (2 personnes) ;
- Pool de moniteurs de la presse imprimée (2 personnes) ;
- Pool de moniteurs des médias sociaux (2 personnes) ;
- Pool de moniteurs pour le site de la CEI (2 personnes) ;
- Pool de moniteurs radio (2 personnes) ;
- Pool de moniteurs TV (2 personnes).

Les différents pools de moniteurs ont utilisé un calendrier d'activités afin d'assurer une collecte efficace des données sur la période du 17 mars au 04 juin 2025, avec la sortie définitive de la liste électorale. De façon pratique, la collecte des données a été assurée au quotidien grâce à une grille contenant les différents indicateurs.

Chaque pool devait donc assurer une veille des supports, plateformes et/ou médias sélectionnés sur la base d'un échantillon représentatif et équilibré couvrant un spectre politique diversifié. Il s'agissait de choisir un ensemble de médias représentatif de l'écosystème informationnel ivoirien (médias d'Etat et organes de diverses coloration politique).

Pool de moniteurs	Médias et/ou supports monitorés
Moniteurs de la presse imprimée	Fraternité Matin Le Patriote Soir Info Le Nouveau Réveil Le Temps/Notre Voie
Moniteurs des médias sociaux	Comptes officiels de la CEI : - Facebook(https://www.facebook.com/share/1LqAhbsNPq/) - X(@macei_ci)
Moniteurs radio	Radio Côte d'Ivoire (chaîne nationale 88.0 FM)
Moniteurs pour le site de la CEI	https://www.cei.ci/
Moniteurs TV	RTI 1 et RTI2 (https://rtiplay.ci/)
Moniteurs presse en ligne	Abidjan.net (portail d'information généraliste) https://www.abidjan.net/ L'Infodrome (site indépendant) https://www.linfodrome.com/ Koaci (site indépendant) https://www.koaci.com/pays/cote-divoire/ Afrik Soir (site indépendant) https://afriksoir.net/ AIP (agence nationale de presse de Côte d'Ivoire) https://www.aip.ci/

I-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Monitoring presse imprimée

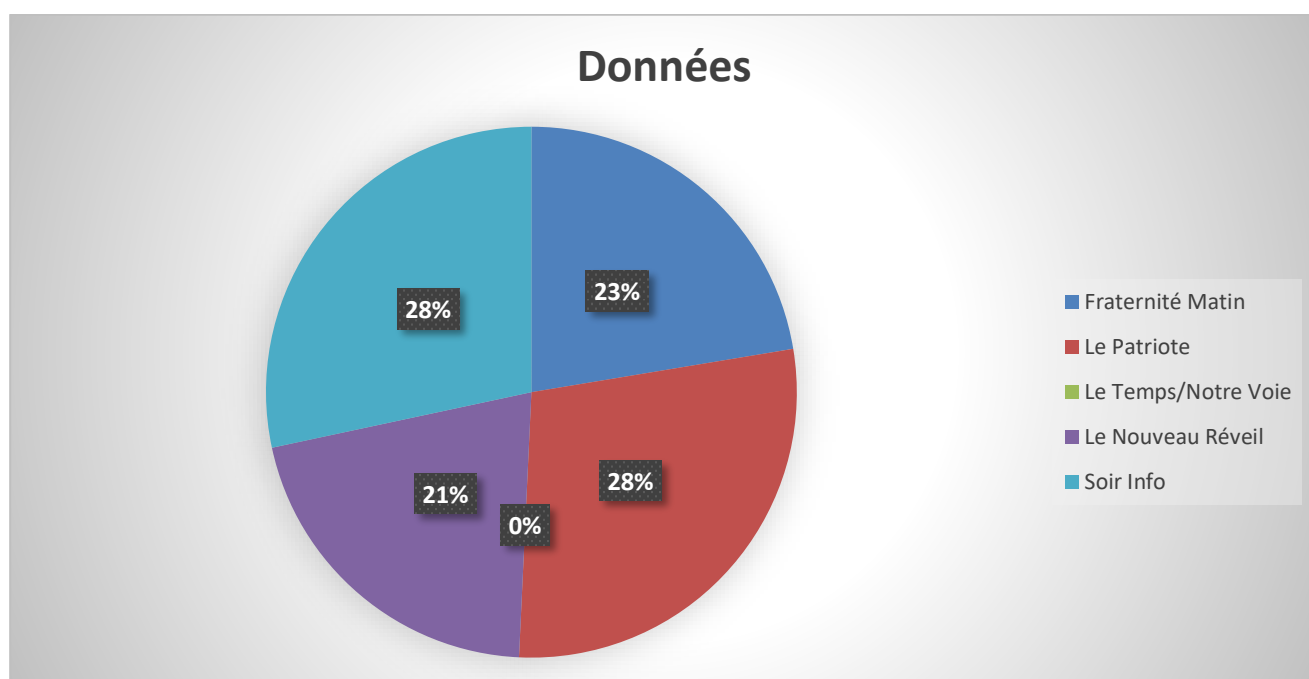
Les principaux indicateurs utilisés lors de la veille pour la presse imprimée sont les suivants :

1. Positionnement et visibilité de l'information relative au contentieux électoral ;
2. Sources citées (nombre d'articles citant les membres de la CEI ou nombre d'articles basé sur des communiqués officiels) ;
3. Encarts publicitaires informatifs de la CEI en lien avec le contentieux électoral ;
4. Nombre d'articles publié par la CEI elle-même en lien avec le contentieux électoral.

Tableau et graphique récapitulatifs des données collectées sur la période du monitoring.

Organes de presse	Contenus monitorés
Fraternité Matin	15
Le Patriote	19
Le Temps/Notre Voie	0
Le Nouveau Réveil	14
Soir Info	18

Un total de 66 articles, communiqués et insertions à caractère publicitaire a été identifié par les moniteurs.

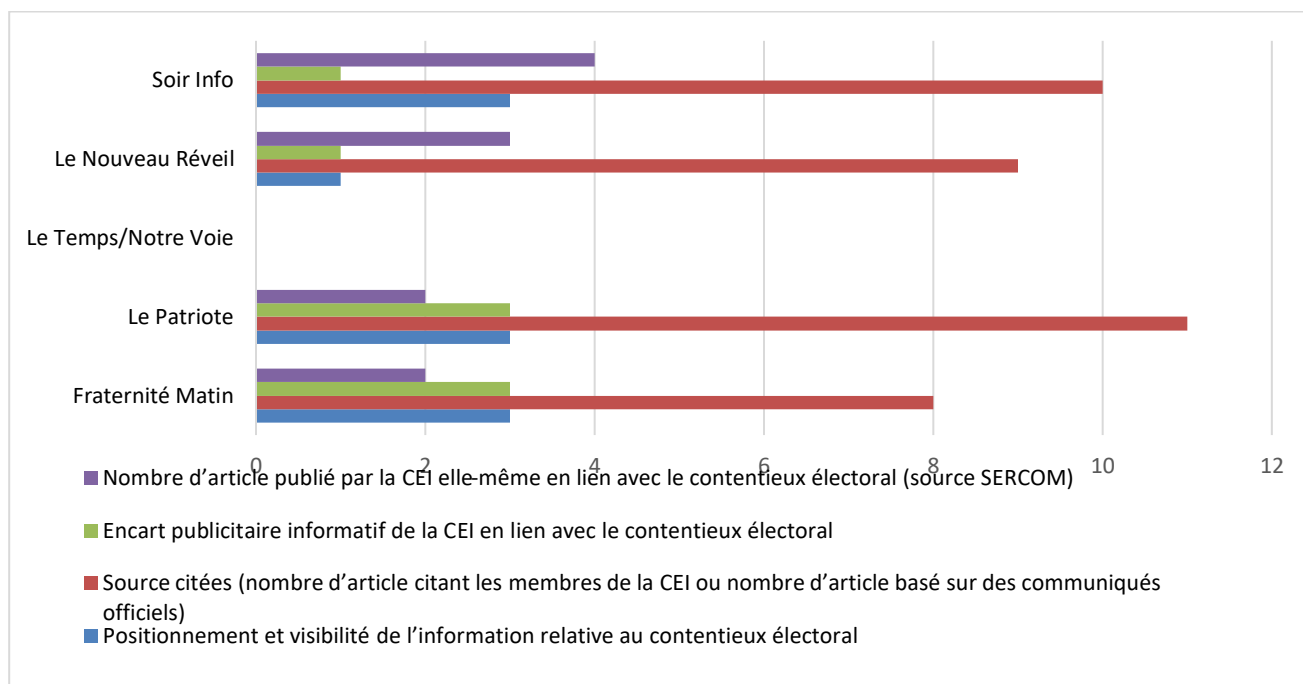


I-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias

Analyse des données

L'analyse des données relatives à la presse imprimée est précédée par une répartition des contenus en fonction des indicateurs. On observe que les organes de presse ont fourni un effort important en étant présents sur les événements relatifs au contentieux. Toutefois, le quotidien d'État Fraternité Matin, n'a pas été le canal privilégié par la CEI pour communiquer. Nous notons également l'absence d'articles sur les sorties de la CEI durant toute la période du contentieux dans le Temps/Notre voie.

Les articles ont été produits grâce à des données émanant de sources au sein de la CEI. Le nombre d'articles citant les membres de la CEI ou nombre d'articles basés sur des communiqués officiels, est donc plus élevé dans tous les organes.



Le traitement des données collectées nous a permis d'observer que l'essentiel des contenus est concentré dans les colonnes de deux organes à savoir Le Patriote et Soir Info qui obtiennent chacun 28% ce qui donne un total de 56% de l'ensemble des contenus.

Monitoring presse en ligne

Les principaux indicateurs utilisés lors de la veille pour la presse en ligne sont les suivants :

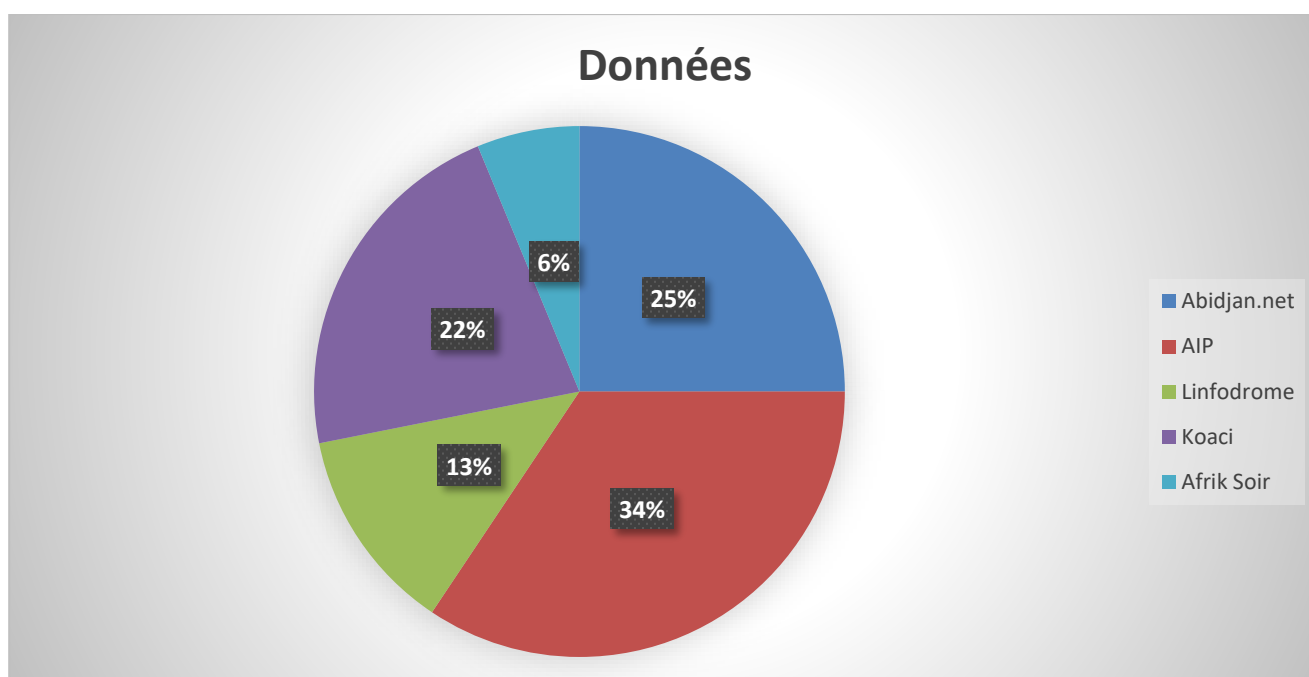
1. Positionnement et visibilité de l'information relative au contentieux électoral (page d'accueil des sites) ;
2. Sources citées (nombre d'articles citant les membres de la CEI ou nombre d'articles basé sur des communiqués officiels) ;
3. Présence publicitaire (bannière) de la CEI en lien avec le contentieux sur la liste électorale ;
4. Nombre d'articles et communiqués publiés par la CEI elle-même en lien avec le contentieux électoral (source Service de Communication).
5. Pertinence des messages contenus dans les différents articles et insertions.

I-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias

Tableau et graphique récapitulatifs des données collectées sur la période du monitoring.

Organes de presse en ligne	Contenus monitorés
Abidjan.net	8
AIP	11
L'Infodrome	4
Koaci	7
Afrik Soir	2

Un total de 32 articles a été identifié par les moniteurs.



Analyse des données

Sur la période d'observation des contenus produits par la presse en ligne, notamment les organes sélectionnés pour ce monitoring, la communication de la CEI sur le contentieux électoral a connu une évolution progressive. D'une présence quasi-inexistante, la communication de la CEI est devenue de plus en plus présente. L'agence ivoirienne de presse (AIP) concentre 34% des contenus monitorés contre 6% pour Afrik Soir. Les 32 articles sur toute la période du contentieux témoignent d'une faiblesse au niveau de la présence sur les sites d'information en ligne de contenus capables d'informer le citoyen.

Monitoring télévision : RTI 1 et RTI 2

Les principaux indicateurs utilisés lors de la veille pour les chaînes nationales de télévision sont les suivants :

1. Informations relatives au contentieux impliquant un ou plusieurs acteurs de la commission électorale ;
2. Durée moyenne de l'intervention des acteurs de la CEI concernant le contentieux ;
3. Pertinence du message (les arguments avancés, les explications données sont-ils de nature à convaincre ou à interpeller le citoyen ?) ;

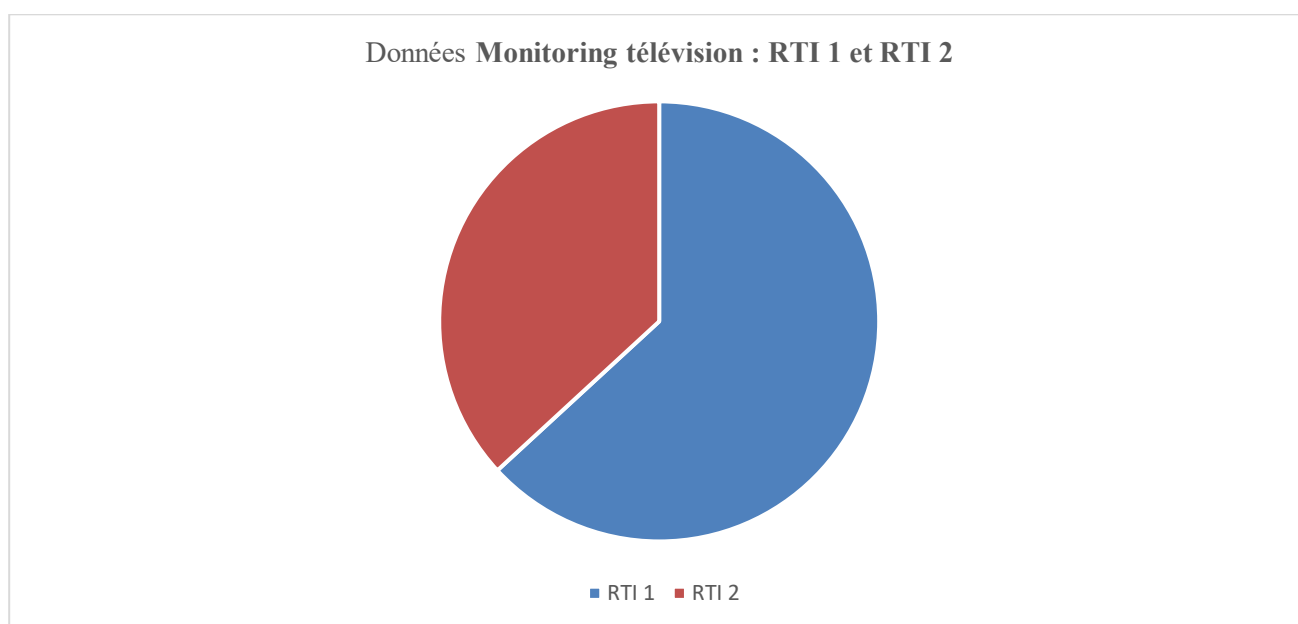
I-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias

4. Nombre de contenus relatifs au contentieux (fréquence de diffusion des spots Tv relatifs au contentieux) ;
5. Présence d'informations relatives au contentieux aux heures de grande d'écoute (édition du journal) ;
6. Diffusion de l'information en langue locale.

Tableau et graphique récapitulatifs des données collectées sur la période du monitoring.

Organes	Contenus monitorés
RTI 1	12
RTI 2	7
Total	19

Un total de 19 contenus a été identifié par les moniteurs.



Analyse des données

L'observation réalisée notamment lors des segments dédiés à l'information et qui représentent les rendez-vous à forte audience (heure du Journal Télévisé de RTI 2 : 12h30, 19h30 et RTI 1 : 13h, 20h), démontre que très peu de reportages ou d'espaces plateau ont été dédiés au contentieux. La première chaîne de la télévision nationale a produit 17 contenus divers (reportages, interviews) lors de ces éditions du journal contre 7 pour RTI 2.

La diffusion de l'information en langue locale sur le contentieux a été assurée notamment au début et à la fin du processus à travers l'émission « Les Nouvelles du pays ». Le cumul RTI 1 et RTI 2 des extraits télé concernant le contentieux sur la période du monitoring n'excède pas les 32 minutes (cumule des extraits des éditions du journal).

Monitoring radio : Radio Côte d'Ivoire chaîne nationale (88.0 Mhz)

Les principaux indicateurs utilisés lors de la veille pour la Radio Nationale sont les suivants :

1. Informations relatives au contentieux impliquant un ou plusieurs acteurs de la commission électorale
2. Durée moyenne de l'intervention des acteurs de la CEI concernant le contentieux

I-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias

3. Pertinence du message (les arguments avancés, les explications données sont-ils de nature à convaincre ou à interpeller le citoyen ?) ;
4. Nombre d'articles relatifs au contentieux (fréquence de diffusion des spots Tv relatifs au contentieux) ;
5. Présence d'informations relatives au contentieux aux heures de grande écoute (édition du journal) ;
6. Diffusion de l'information en langue locale.

Tableau et graphique récapitulatif des données collectées sur la période du monitoring.

Organes	Contenus monitorés	Durée d'intervention
Radio Côte d'Ivoire chaîne nationale	12	17 mn

Analyse des données

La Radio nationale a produit 12 contenus divers sur le contentieux. Il s'agit de reportages et de spots sur le processus du contentieux. Ils ont été diffusés lors des principales éditions du journal (6 h, 19 h), la durée était estimée entre 1mn et 2mn. Sur toute la période d'observation il a eu une seule intervention d'un représentant de la CEI locale qui a duré 1m32s.

La diffusion de l'information en langue locale a été assurée notamment au début et à la fin du processus (Nouvelles du pays, elle consistait à orienter les populations sur le processus du contentieux. Nous notons également un total d'environ 17 minutes de sonore pour la radio (cumule des extraits des éditions du journal), avec un vide observé entre fin Avril et fin Mai.

Monitoring site institutionnel : Commission électorale indépendant www.cei.ci

Les principaux indicateurs utilisés lors de la veille pour le site institutionnel de la CEI sont les suivants :

1. Information relative au contentieux (l'information est-elle disponible et visible ?)
2. Nature et pertinence de l'information relative au contentieux (la CEI propose-t-elle des créas, des visuels, des flyers et des podcasts ?)
3. Pertinence du message (les arguments avancés et les explications données sont-ils de nature à convaincre ou à interpeller le citoyen ?)
4. Nombre de publications quotidiennes relatives au contentieux (fréquence de diffusion de l'information relative au contentieux)

Tableau et graphique récapitulatif des données collectées sur la période du monitoring.

Site	Contenus monitorés
www.cei.ci	9

Analyse des données

La CEI a publié sur son site officiel 9 contenus sous forme d'articles, de communiqués ou de discours intégraux de ses responsables. L'essentiel des publications est en lien avec des sorties médiatiques des responsables de la CEI notamment son président. Nous notons donc un faible taux de contenus relatif au contentieux publiés durant toute la période.

I-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias

Monitoring réseaux sociaux : page Facebook et compte X de la CEI

Les principaux indicateurs utilisés lors de la veille pour les réseaux sociaux sont les suivants :

1. Nombre de publications relatives au contentieux publié chaque jour
2. Pertinence de la communication (les arguments avancés et les explications données, sont-ils de nature à convaincre ou à interpeller le citoyen ?)
3. Évolution des interactions relatives aux publications- j'aimes - partages et commentaires
4. Nombre de publications sponsorisées et portées
5. Nombre de questions pertinentes posées par les citoyens
6. Gestion des feedbacks : réponses et réactions de la CEI face aux questions des citoyens.

Tableau et graphique récapitulatifs des données collectées sur la période du monitoring.

Plateformes	Contenus monitorés	Période de publication	Interactions
Facebook	7	Du 17 Mars au 04 Juin	6.516 j'aimes 4.031 commentaires 1.593 partages
X	5	Du 17 Mars au 04 Juin	7029 vues 66 j'aimes 30 retweets

Analyse des données

Le contentieux a officiellement débuté le 22 Mars, la première publication sur le X de la CEI concernant l'ouverture du contentieux a été faite le 26 Mars c'est-à-dire 4 jours après. La CEI a publié sur ses réseaux sociaux officiels un total de 12 publications pendant toute la période du contentieux. Cependant nous avons observé un moment de baisse de publication suivi d'une absence de publication durant la période du 23 Avril au 1^{er} Juin sur les deux réseaux sociaux X et Facebook de la CEI.

Les responsables de la communication de la CEI n'ont pas eu une gestion efficace des feedbacks et préoccupations des ivoiriens. Nous notons 96 questions posées sur la page Facebook, concernant le contentieux qui sont restées sans réponses.

INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS

La gestion du contentieux sur la liste électorale est l'une des activités phare du processus électoral et de la Commission électorale indépendante (CEI). Il s'agit d'un moment pendant lequel la commission en charge de l'organisation des élections se doit de communiquer réellement pour mieux informer les populations. En dépit de son actualité assez riche durant cette période, le monitoring nous a permis de constater que la Commission électorale indépendante n'a pas adopté une démarche de communication constante à travers les canaux et supports monitorés. La stratégie de communication a manqué de proactivité et d'interaction avec les ivoiriens notamment sur les réseaux sociaux. La durée d'intervention des responsables de la CEI dans les éditions du journal télé et radio a oscillé entre 15 et 30 secondes en moyenne. Ce monitoring citoyen nous a permis de constater également un relâchement au niveau de la communication de la CEI.

I-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias

En effet, d'un pique de contenus élevé lors de l'ouverture du contentieux, nous avons assisté à une baisse au niveau de la régularité des publications sur les réseaux sociaux, des articles, des reportages et des annonces dans les langues locales.

L'information visant à orienter les citoyens vers de bonnes prises de décision a été très peu présente dans les journaux, la presse en ligne, les réseaux sociaux et même sur le site institutionnel de la commission. La couverture médiatique sur le contentieux électoral était très limitée. Seules les phases de lancement et de fin d'opération ont fait l'objet d'un matraquage médiatique. Durant toute la période du contentieux, les moniteurs ont fait ressortir des moments de vide informationnel au niveau de la communication sur le processus.

Durant des jours entiers (période du 23 Avril au 1^{er} juin) – perlés sur la période du monitoring – ni les journaux, ni la presse en ligne ni la CEI elle-même sur les réseaux sociaux n'ont fait de publication. Or ce n'est pas l'actualité qui a manqué. Rien que les opérations de gestion quotidienne du contentieux dans les différents départements et régions constituent un flux discontinu d'informations qui aurait pu, par exemple, alimenter le fil d'actualité sur les réseaux sociaux en textes, vidéos et images. En ce qui concerne la visibilité de l'information, l'actualité du contentieux ainsi que la communication de la CEI ont très peu occupés la une des quotidiens. Elles étaient reléguées aux pages intérieures au même titre que l'essentiel des encarts publicitaires informatifs de la CEI en lien avec le contentieux. L'accès à la publicité n'était pas mieux réparti entre les organes. L'équipe de moniteurs a également noté avec inquiétude des moments de vide informationnel. Des jours entiers dans le calendrier éditorial des organes de presse pendant lesquels aucune information n'était disponible sur le contentieux ; une situation préoccupante, tant du côté des médias que de la CEI. Cette situation a contribué à nourrir des rumeurs et une méfiance accrue des citoyens.

La timide amélioration de la communication sur le contentieux notée dans la presse en ligne la semaine du 29 mars au 4 avril et dans la presse imprimée du 9 au 11 avril sur le bilan des réclamations n'ont pas pu freiner la tendance d'un manque de visibilité concernant les messages informatifs et pédagogiques sur le contentieux.

La question du contentieux a effectivement été un sujet phare dans l'écosystème informationnel ivoirien. Cependant, il a été dominé par le débat politique, le ressentiment des politiciens et des analyses d'experts sur ce que devrait être ou non la bonne approche pour un processus électoral inclusif. La faible présence de la CEI dans l'écosystème informationnel a laissé le champ libre aux hommes et partis politiques pour instrumentaliser à leur guise, une opération capitale pour la suite du processus électoral. La tendance aurait pu être inversée par une stratégie de communication orientée pour permettre aux ivoiriens, de comprendre que tout ce qui concerne le contentieux, ne se limite pas à la politique.

RECOMMANDATIONS

Supports/Canaux	Recommandations
Presse imprimée	- La CEI devrait privilégier un partenariat avec les organes de presse étatiques et privées, représentant les différentes sensibilités politiques afin de mieux positionner l'information relative au contentieux en ciblant la première de couverture par des encarts publicitaires informatifs en manchette ou rez-de-chaussée. - La sous-commission responsable de la communication et la sensibilisation au sein de la CEI devrait maintenir un flux de communiqués constant à destination des organes de presse notamment sur les activités liées au contentieux en impliquant les commissions régionales et départementales. - L'omniprésence du président de la CEI dans toutes les communications de l'institution est de nature à renforcer une perception du culte de sa personnalité auprès des lecteurs,

l-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias

	auditeurs et téléspectateurs. • La CEI devrait diversifier ses intervenants dans les organes de presse et donner de la visibilité aux responsables départementaux et régionaux de l'institution. • Assurer une présence publicitaire autour du contentieux au moins deux fois par semaine dans les principaux organes de presse. • Encourager une communication inclusive avec les journaux de tout bord politique.
Médias sociaux	• La CEI devrait exploiter le plein potentiel des réseaux sociaux en adoptant un calendrier de publication quotidien basé sur les activités de la CEI centrale mais aussi sur les activités des démembrements de la CEI • Le service de communication devrait diversifier la nature des contenus en ligne en misant sur la vidéo, les créas et des images attrayantes capable d'avoir un impact plus fort sur les internautes. • Professionnaliser l'animation des réseaux sociaux à travers un renforcement des capacités des responsables de la communication de la CEI. • Pour une campagne de communication efficace sur les réseaux sociaux, il sera pratique d'associer les blogueurs, les influenceurs et créateurs de contenus qui sont les plus suivis en ligne. • Assurer une meilleure interaction avec les internautes en prenant le soin de répondre régulièrement aux préoccupations posées en lien avec le contentieux. • Diversifier les plateformes de réseaux sociaux en intégrant par exemple Tik Tok et Instagram pour toucher un public de plus en plus jeune.
Radio	• La CEI devrait améliorer sa présence à la radio notamment lors des éditions du journal qui représentent un segment d'information de grande écoute. • Proposer un partenariat pour la production d'un podcast audio visant à toucher des internautes et un public de plus en plus jeune. • Programmer les spots de sensibilisation pour diffusion avant les éditions du journal afin de toucher un nombre plus important d'auditeurs.

Supports/Canaux	Recommandations (Suite)
Site de la CEI	• La CEI devrait intégrer un blog d'actualités à son site institutionnel afin de permettre aux ivoiriens de pouvoir suivre l'actualité du contentieux en dehors de la communication institutionnelle. • Le site institutionnel devrait être mieux actualisé à travers des contenus plus accessibles sur le contentieux et non être réduit à des communiqués ou discours. • La vidéothèque et la photothèque du site devraient être ravitaillées avec des images et vidéos de meilleure qualité pour permettre aux médias de les exploiter. • La CEI devrait innover en produisant des Podcasts et des visuels plus attractifs
Télévision nationale	• La CEI devrait accroître son temps de présence dans les principales éditions du journal notamment celles de 13 h et de 20 h.

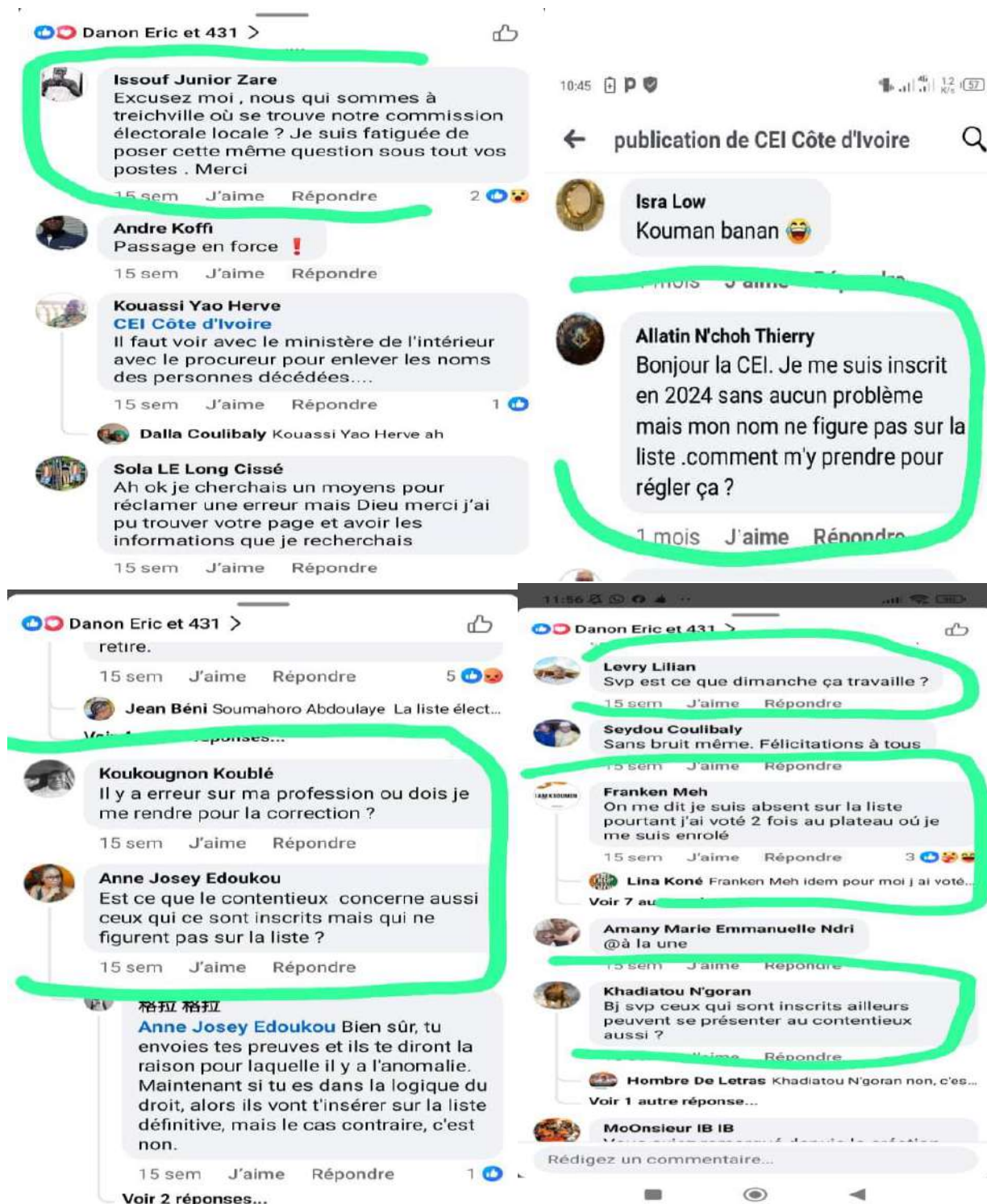
I-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias

	• Augmenter la diffusion des spots de sensibilisation sur le contentieux aux heures de grande audience. • Tisser un partenariat avec les chaînes de télévisions à forte audience pour la mise en place d'un calendrier d'intervention télé des responsables de la CEI. • Impliquer d'avantage les CEL (Commissions Électorales Locales) dans la communication.
Presse en ligne	• La CEI devrait envisager des partenariats avec les faitières des médias en ligne afin d'assurer une présence continue de la communication relative au contentieux sur les différents sites d'information en ligne. • Assurer une présence publicitaire autour du contentieux à la page d'accueil des différents sites d'informations en ligne à travers l'insertion de bandeau. • L'univers d'internet étant dynamique et basé sur la diffusion de l'information en temps réel, les responsables de la communication de la CEI devraient maintenir un flux de communiqués à destination des médias en ligne et faire un suivi des publications pour accroître leur portée.

I-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias

ANNEXES

Captures de quelques questions posées sur le Meta de la CEI qui sont restées sans réponses



1-c'est un terme technique en communication qui ramène à l'emplacement ou la position de l'information dans les médias