
M.E.S., Numéro 130, Vol.2, septembre – octobre 2023

<https://www.mesrids.org>

Dépôt légal : MR 3.02103.57117

N°ISSN (en ligne) : 2790-3109

N°ISSN (impr.) : 2790-3095

Mise en ligne le 11 octobre 2023



Revue Internationale des Dynamiques Sociales
Mouvements et Enjeux Sociaux
Kinshasa, septembre - octobre 2023

CENI/RDC : l'information et la communication au service des principes de transparence, d'inclusion et des valeurs de redevabilité, de légalité, d'équité, d'égalité et d'intégrité électorales.

par

Ferdinand KAPANGA MUTOMBO

Professeur, Faculté des Sciences Sociales,

Université de Kinshasa

Résumé

Cette étude tente de démontrer comment la Commission Electorale Nationale Indépendante (CENI) de la République Démocratique du Congo (RDC) utilise les communiqués de presse comme outils d'information et de communication des parties prenantes afin de les mettre au courant de l'évolution du processus électoral dans le respect de son propre calendrier électoral.

Pour le cas de la RDC, c'est la première fois que la CENI s'est dotée d'un Plan stratégique et opérationnel et ce dernier reste son cheval de bataille pour des élections qui donnent des chances égales à tous les partis, regroupements politiques et candidats indépendants et qui incitent à la participation des électeurs parce que l'information électorale est mise à la disposition. C'est ce que la présente réflexion rend compte dans les pages qui suivent.

Mots-clés : *Gouvernance électorale, informations électorales, communication électorale, démocratie, élections*

Abstract

This study attempts to demonstrate how the Independent National Electoral Commission (INEC) of the Democratic Republic of the Congo uses press releases as information and communication tools for stakeholders in order to update them on the evolution of the electoral process in compliance with its own electoral calendar.

In the case of the Democratic Republic of the Congo, this is the first time that the INEC has adopted a Strategic and Operational Plan and this remains its workhorse for elections that give equal opportunities to all parties, political groups and independent candidates and which encourage voter participation because electoral information is made available. This is what this reflection reflects in the pages that follow.

Keywords : *electoral governance, electoral informations, electoral communication, democracy, elections*

INTRODUCTION

L'un des objectifs assignés à la transition après l'Accord de Sun City, en Afrique du Sud, a été « l'organisation d'élections libres et transparentes à tous les niveaux permettant la mise en place d'un régime constitutionnel démocratique ».¹

Comme l'écrit Pamphile Mabiala Mantuba-Ngoma, « les élections constituent un mécanisme de choix des dirigeants politiques d'un pays. En effet, au moment des élections, les dirigeants actuels peuvent être sanctionnés positivement, s'ils travaillent à la promotion de l'intérêt général, en les choisissant pour assumer les fonctions de gestion des affaires de l'Etat, ou négativement, en ne leur donnant aucune voix, s'ils sont la cause du dépérissement de l'Etat, de la paupérisation de la population et de l'aliénation constante de l'intérêt général. Les élections permettent l'alternance politique, c'est-à-dire la limitation de l'exercice du pouvoir dans le temps ; elles donnent la possibilité au peuple souverain de se choisir des dirigeants politiques compétents, honnêtes, créatifs et soucieux du développement du pays. Elles évitent à un peuple les conséquences néfastes de l'abus de pouvoirs, de l'usure

¹ Accord Global et Inclusif sur la transition en République Démocratique du Congo,, Editions du CEDAC, Janvier 2003, p. 4.

politique et de la privatisation de l'espace politique par les mêmes individus. Les élections participent à la construction de l'histoire politique nationale »².

Pour leur part, certains autres auteurs³ constatent que la démocratie constitue un ensemble de procédures géré par des règles telles que : (1) le droit de vote doit être égal et universel ; (2) tout citoyen, sans discrimination, doit faire partie du peuple (demos), lequel doit détenir le contrôle absolu de l'agenda politique; (3) tout citoyen doit avoir la possibilité de participer efficacement au processus politique et à cette fin il doit avoir l'accès à l'information; les dirigeants élus doivent être tenus responsables de leurs actions par certains mécanismes de représentation prévus par la loi; (4) le pouvoir civil doit contrôler le pouvoir militaire⁴.

Cet article s'articule autour des parties suivantes : (1) Périodisation des élections en RDC : de la période coloniale à ce jour ; (2) Définition et but d'un communiqué de presse ; (3) Importance de l'information et de la communication électorales d'un Organe de Gestion Electorale (OGE) ; (4) Outils d'information et de communication électorales d'un OGE ; (5) Objectifs stratégiques de toute information et communication électorales ; (6) Importance du Plan stratégique et opérationnel d'un OGE ; (7) « Si le Plan stratégique et opérationnel de la CENI n'avait pas existé, il aurait fallu l'inventer ! » ; (8) Étapes préparatoires de la rédaction des communiqués de presse de la CENI ; (9) Structure et contenu des communiqués de presse ; (10) Chaîne de rédaction et de diffusion des communiqués de presse de la CENI ; (11) Synthèses et quintessence de 11 communiqués de presse publiés par la CENI.

I. PERIODISATION DES ELECTIONS EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO : DE LA PERIODE COLONIALE A CE JOUR

L'histoire politique de la RDC de 1957-2011 indique qu'elle a connu plusieurs dispensations électorales avec des fortunes diverses, avant l'indépendance et après l'indépendance avec la périodisation que nous présentons dans les lignes qui vont suivre. Nous pouvons également indexer celles qui ont été organisées en 2018 et qui ont consacré la première alternance pacifique au sommet de l'Etat faisant ainsi de ce pays le premier en Afrique centrale à avoir connu le passage de témoin qui dure cinq ans entre un Président sortant et un président entrant, les deux cohabitent dans le même pays.

Voici donc les élections organisées en RDC telles que « périodisées » par Pamphile Mabilia Mantuba-Ngoma⁵.

- Les élections avant l'indépendance (1957-1960) : les élections communales de décembre 1957; les élections communales de décembre 1959 et les premières élections législatives nationales de mai 1960.
- Les élections sous la Première République (1960-1965) : les référendums populaires de 1963 et 1964; les élections communales à Léopoldville de janvier 1965; et les élections législatives nationales et provinciales de mars 1965.
- Les élections sous le régime du Président Mobutu (1965-1987) : les consultations populaires de juin 1967 ; les élections législatives et présidentielles de 1970 ; les élections législatives de 1975 ; les élections législatives et présidentielles de 1977 ; les

²Pamphile Mabilia Mantuba-Ngoma, Les élections dans l'histoire politique de la République Démocratique du Congo (1957-2011), Publication de la Fondation Konrad Adenauer, Kinshasa, 2013, p.13.

³ DAHL, R., Democracy, liberty and equality, Oxford ; Toronto, Norwegian University Press, 1989, p. 108-114; KARL, T. L/ SCHMITTER, Ph. C., « Les modes de transition en Amérique latine, en Europe du Sud et de l'Est », Revue internationale des sciences sociales, vol 43. no 128, mai 1991, p. 1718.

⁴Toutefois, T. L. KARL et Ph. C. SCHMITTER ont donné une définition substantive assez générale permettant d'identifier comme démocratiques de nombreux systèmes politiques existants, définition selon laquelle la démocratie est un système de gouvernement dans lequel les citoyens agissent indirectement, au moyen des élections, sur la compétition entre leurs représentants. Ils tiennent les gouvernants responsables de leurs actions sur la scène publique. Cf.KARL, T. L./SCHMITTER, Ph. C., op.cit., p. 4.

⁵ Pamphile Mabilia Mantuba-Ngoma, pp. 15-120.

élections législatives de 1982 ; les élections présidentielles de 1984 et les élections législatives de 1987.

- Les élections combinées présidentielle, législatives et provinciales de 2006 et les élections indirectes de 2007.
- Les élections combinées présidentielle et législatives de 2011
- Les élections combinées présidentielle, législatives et provinciales de 2018 et les élections indirectes de 2019.
- Seules les élections combinées du 20 décembre 2023 seront organisées sur base d'un Plan stratégique et opérationnel qui va les encadrer. Les actions de la CENI seront guidées par les valeurs qui sont prônées dans le Plan stratégique et opérationnel.

II. DEFINITION ET BUT D'UN COMMUNIQUE DE PRESSE

2.1. Définition

Selon Marie Hillion, « Le communiqué de presse est un outil de diffusion d'information, revêtant la forme d'un document court, adressé à des journalistes informant d'une actualité ou d'un événement ponctuant la vie d'une entreprise ou d'une marque (lancement de produit, partenariat avec une autre société, anniversaire, prise de fonction d'un responsable, etc.)»⁶.

2.2. But d'un communiqué de presse

Le communiqué de presse, CP, en sigle, est un levier essentiel des relations médias pour promouvoir une actualité, un événement particulier de la vie d'une entreprise. Son objectif est d'attirer, puis de convaincre les journalistes que l'information vaut le coup d'être diffusée dans leurs médias.

Il permet ainsi d'obtenir une couverture presse (gratuite) la plus large possible, d'accroître la visibilité et la notoriété de la marque auprès de la cible.

Pour ce faire, le message doit être pertinent et percutant, au style rédactionnel soigné, traditionnellement articulé autour de l'information fondamentale motivant la création du communiqué, d'un visuel (facultatif) et des coordonnées de l'entreprise.

Généralement diffusé par e-mail, ce support de communication externe prend une nouvelle dimension à l'ère de l'inbound marketing, en ciblant de plus en plus les réseaux sociaux, pour une efficacité maximale. Il reste la forme de support la plus plébiscitée par les journalistes⁷.

III. IMPORTANCE D'UNE STRATEGIE D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION ELECTORALES D'UN OGE

Le développement d'une stratégie d'information et de communication électorales permet à l'administration électorale de mettre en place une information et une communication appropriées, d'identifier les objectifs et connaître les défis, décider de sa notoriété et de son image auprès des parties prenantes⁸ et traduire et affirmer sa vision et ses objectifs. Il s'agit d'un document vivant qui encadre les activités de relations externes et les activités de sensibilisation et de communication. La stratégie de communication clarifie les priorités de l'institution, les besoins des publics cibles et l'affectation des ressources et du personnel⁹.

⁶Marie Hillion, Communiqué de presse : définition et exemples (+ conseils pour le rédiger), consulté le 26 août 2023.

⁷ Marie Hillion, op.cit..

⁸«Personnes et parties prenantes impliquées dans le processus électoral, électeurs/trices, candidat(e)s, partis politiques, médias, société civile, observateurs nationaux et internationaux et bailleurs de fonds» d'après le Lexique arabe de terminologie électorale (lien: <http://urlz.fr/3VNo>)

⁹ PNUD/ISIE, Elaborer une stratégie de communication externe pour un Organe de Gestion Electorale, p.6.

Toute stratégie d'information et de communication doit par la suite être traduite en un plan de d'information et de communication qui décrit les activités et les actions à entreprendre, ainsi que les ressources humaines et financières qui seront allouées.

Une stratégie d'information et de communication cohérente, pertinente et claire permet à l'OGE de : (1) avoir une meilleure compréhension (interne et externe) de la mission, des valeurs, des objectifs et des défis du travail de l'administration électorale; (2) engager les parties prenantes de manière effective durant toutes les phases du processus électoral ; (3) augmenter la visibilité de l'administration électorale, renforcer sa crédibilité auprès des différentes parties prenantes et renforcer par conséquent la crédibilité des processus électoraux qu'elle conduit ; (4) prévenir et gérer les crises potentielles de communication avec les parties prenantes notamment dans les phases les plus sensibles des processus électoraux ; (5) maîtriser les dépenses et les ressources de communication par une meilleure planification et une meilleure compréhension des besoins des publics cibles ; (6) explorer les possibilités de partenariat dans la mise en place des actions de communication, afin de mieux gérer les ressources disponibles.

IV. OUTILS D'INFORMATION ET DE COMMUNICATIONS ELECTORALES D'UN OGE

Les outils d'information et de communication d'un Organe de Gestion Électorale sont notamment (1) le site web, les réseaux sociaux et autres plates-formes électroniques utilisés ; (2) les actions/journées de sensibilisation ; (3) les journées portes ouvertes ; (4) les conférences et ateliers de travail (organisés par l'OGE ou auxquels l'OGE a participé/contribué) ; (5) les différents supports écrits de l'OGE (communiqués de presse, revues de presse, rapports, brochures, dépliants etc.) ; (6) les campagnes télévisées, les radios, etc. ; (7) les affichages urbains ; (8) les centres d'appel et les centres des médias.

La CENI de la RDC utilise ces outils dont la plupart figurent dans son Plan stratégique 2022-2027. Dernièrement, la CENI s'est dotée d'une Maison des Élections avec l'appui de ses partenaires, à savoir le PNUD, l'IRI, L'IFES, ONU/Femmes. Elle lui permettra de donner aux parties prenantes les informations dont elles ont besoin pour leur permettre de s'engager en connaissance de cause dans le processus électoral.

Il ne suffit pas pour une administration électorale d'informer et de communiquer lors du processus électoral : la stratégie d'information et de communication constitue la pierre angulaire du plan de communication et de sensibilisation lors de la tenue d'évènements électoraux, et l'efficacité de toute campagne de communication ou de sensibilisation repose sur l'établissement de stratégies judicieuses, réalistes et en totale cohérence avec les objectifs stratégiques de l'institution¹⁰.

C'est pourquoi l'Organe de Gestion Électorale doit se poser des questions clés suivantes pour évaluer ses actions d'information et de communication : (1) L'information et la communication ont-elles pu atteindre leurs objectifs ? (2) Quelle est la portée des moyens de communication utilisés ? et combien de personnes ont été atteintes ? (3) Les parties prenantes, sont-elles satisfaites de l'information et de la communication reçues ? (4) Qu'est-ce que les parties prenantes et les cibles ont-elles retenu ? (5) Les parties prenantes et les cibles ont-elles fourni des retours/commentaires ? (6) Les « produits » sont-ils de bonne qualité quant au contenu et quant à la forme ? (7) Quels sont les coûts et les ressources utilisés ?

V. OBJECTIFS STRATEGIQUES D'INFORMATION ET DE COMMUNICATIONS ELECTORALES D'UN OGE

L'approche stratégique met en évidence les points clés de la communication et décrit ce qui est particulièrement important pour l'OGE en matière de communication. Après avoir

¹⁰ PNUD/ISIE, *Op.cit.*, p.6.

fait l'analyse, il est indispensable de fixer les objectifs stratégiques de communication. Ces derniers devront être déclinés à partir de la mission, des valeurs et des objectifs de l'institution.

Les objectifs de communication pourraient également être une déclinaison des obligations de l'OGE en matière de communication ; par exemple, même si l'OGE ne considère pas l'information des électeurs comme étant un objectif, il peut être tenu de le faire par la loi. En tant qu'autorité électorale, l'OGE est tenu de deux actions principales de communication, à savoir l'information des électeurs et des autres parties prenantes sur le déroulement des processus électoraux et la sensibilisation des citoyens aux problématiques électorales.

La formulation des objectifs à partir de la mission de l'OGE en matière de communication pourrait être la suivante : (1) l'information : veiller à l'accessibilité de l'information officielle aux parties prenantes tout au long du processus électoral; (2) l'image : renforcer l'image de l'OGE auprès des parties prenantes, sa fiabilité et sa crédibilité à travers une interaction efficace durant le processus électoral; (3) la sensibilisation : augmenter la prise de conscience publique de l'importance de la participation politique et citoyenne (la participation aux élections); (4) l'inclusion : Soutenir la communication avec les groupes vulnérables et avoir une communication intégrée et inclusive destinée aux catégories vulnérables (personnes handicapées, personnes analphabètes, femmes rurales, etc.).¹¹

VI. IMPORTANCE D'UN PLAN STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL D'UN OGE

Le développement d'un plan stratégique constitue l'étape de base dans la démarche de l'OGE en vue d'accomplir un ensemble d'objectifs convenus, basés sur ses responsabilités légalement définies. Le Plan stratégique et opérationnel est l'outil de gestion qui met l'OGE en prise avec son environnement externe, notamment ses parties prenantes. Le plan stratégique fournit aussi à l'OGE un plan directeur pour la prestation de services ainsi que pour le renforcement, l'intégration et l'amélioration de l'organisation. Cet instrument aide l'OGE à fonctionner à un haut niveau de performance et à assurer au client un niveau de satisfaction élevé, tout en aidant l'OGE à comprendre son environnement changeant¹².

Le plan stratégique et opérationnel est un document public qui explicite ce que l'OGE représente, ce qu'il fait et pourquoi, et ce qu'il projette d'accomplir. Feuille de route qui guide et motive l'OGE pour un nombre d'années spécifique, il joue aussi un rôle important comme point de référence permettant aux parties prenantes d'évaluer la performance de l'OGE.

S'il est efficace, le plan stratégique et opérationnel peut faire paraître l'OGE comme une institution ouverte, démocratique et responsable. Pour ce faire, il doit être cohérent avec le mandat de l'OGE et mis en œuvre dans le cadre de la constitution et de la législation électorale. Il prend en compte tous les facteurs connus pouvant affecter la performance de l'OGE, tels que l'environnement réglementaire ; la technologie ; la probabilité de conflit ; la participation des parties prenantes ou indifférence des électeurs ; les relations OGE-gouvernement.

Les aspects de base de l'OGE qui sont élaborés avec plus ou moins de détails dans un plan stratégique sont les suivants :

Chaque organisation devrait se doter d'une Vision afin de définir ses lignes directrices et de se projeter dans l'avenir. La vision représente l'aboutissement souhaité sur une certaine période (typiquement 5 ou 10 ans) et agit comme un phare alors que l'organisation navigue à travers ses différentes opportunités et ses défis. Sans vision claire, l'organisation risque

¹¹ *Idem*, p.16.

¹² ACEn Administration électorale, Planification électorale, Activités de planification et mise en oeuvre des OGE. Lire https://aceproject.org/ace-fr/topics/em_ver2/activites-de-planification-et-de-mise-en-153uvre/planification-strategique/mobile_browsing/onePag

d'avancer à l'aveuglette, prendre des détours, et ce, sans possiblement ne jamais atteindre l'objectif souhaité. C'est, entre autres, la vision qui donnera le ton à la réflexion stratégique¹³. Bref, la vision c'est ce à quoi l'OGE aspire.

Chaque OGE doit poursuivre un But, un Objectif ou une Mission ou la préoccupation fondamentale de l'OGE

Un but définit les objectifs généraux à long terme que l'on souhaite atteindre. Formuler un but donne la direction générale de votre stratégie et où vous voulez être dans les années à venir. Les buts sont établis à partir de la vision du dirigeant, des valeurs de l'entreprise, de sa mission et de son métier. Les buts fixent un cadre pour définir l'expression de la stratégie.

Un objectif est un résultat précis que l'on souhaite atteindre. Les objectifs peuvent être fixés à long terme, moyen ou court terme. Ce sont des références uniques pour impliquer les collaborateurs dans leurs missions. Ils assurent également le respect de la cohérence entre la stratégie globale et les actions « tactiques » au niveau de l'opérationnel.

Une mission énonce la raison d'être de l'organisme ; ce qu'il vise, ses intentions et ainsi clarifier ses principaux champs d'action. Cet énoncé de Mission est particulièrement important puisqu'il est le premier élément de communication auprès de l'ensemble des parties prenantes qui collaborent ou interagissent avec l'OGE.

Un OGE doit adosser ses actions sur des Valeurs

Les valeurs d'un organisme ont une forte incidence sur la façon dont il opère et sur la réalisation de ses objectifs, son plan stratégique devrait énoncer les valeurs que s'est données cet organisme¹⁴. Les concepts éthiques sur lesquels les activités de l'OGE sont basées sont entre autres la responsabilité, la productivité, l'indépendance, l'impartialité, le professionnalisme, l'engagement, l'efficacité, la compétence, l'équité et l'impartialité¹⁵.

Le Réseau du Savoir Electoral nous renseigne que « l'élaboration du plan stratégique peut être plus facile si l'OGE entreprend une analyse de ses forces, ses faiblesses, ses opportunités et ses menaces (FFOM, anglais SWOT) »¹⁶

Selon l'*American Management Association* qui a publié le *Workbook Programme on Strategic Planning*¹⁷ « un plan stratégique doit être simple, flexible et réaliste. Il doit d'abord énumérer les tâches principales à accomplir. Il doit définir les différents domaines d'activités et les personnes responsables de chacun. Il doit énoncer les principes de base que devront refléter les activités de l'organisme électoral »¹⁸. Un plan opérationnel devrait éventuellement appliquer ces principes aux diverses tâches électorales pour lesquelles un plan d'action détaillé établira les échéanciers et les programmes. Tout plan stratégique devrait prévoir une évaluation régulière du processus parce qu'il est nécessaire de déceler les problèmes qui pourraient survenir.¹⁹

Dans son plan stratégique, Élections Canada²⁰²¹ traduit ses valeurs :

¹³ Vision et cadre à long terme Lire <https://espacestrategies.com/theme-de-croissance/vision-et-cadre-a-long-terme/#:~:text=Sans%20vision%20claire%2C%20l'organisation,ton%20%C3%A0%20la%20r%C3%A9flexion%20>

¹⁴ Ibidem

¹⁵ ACE/Project, op. cit.

¹⁶ Idem.

¹⁷ JAMES JURINSKI, WORKBOOK N , Strategic planning, American Management Association

¹⁸ ACE/Réseau du Savoir Electoral, Administration électorale lire à ce sujet <https://aceproject.org/main/francais/em/emd02.htm>

¹⁹ Idem

²⁰ RICHARD SOUDRIETTE, «Leveling the playing field», Innovations for voters with special needs, Elections Today, Winter 1997, 3.

²¹

En « engagements » : garantir l'intégrité et la transparence dans le processus électoral; favoriser un système équitable, ouvert et accessible à tout l'électorat du Canada; faciliter la participation de tous les Canadiens et Canadiennes au processus électoral; assurer la formation et le perfectionnement de notre personnel, de sorte que nous puissions fournir à notre clientèle le meilleur service possible;

En « aspirations »: offrir à notre clientèle un service professionnel, rentable et de première qualité; favoriser des relations harmonieuses entre les membres du personnel, ainsi qu'avec le public; jouer sur la scène mondiale un rôle de premier plan en matière d'innovation et de rendement parmi les organismes électoraux; réaliser nos objectifs avec efficacité et efficacité; en « croyances »: l'impartialité et l'indépendance du Bureau; l'esprit d'équipe et la communication franche dans toute l'organisation; l'esprit de corps parmi les membres du personnel, dans un milieu de travail imprégné du sens du partage, de l'estime mutuelle et de l'entraide ;

En volonté « d'encourager » : l'innovation, la créativité, le sens d'initiative et l'ouverture parmi tous les membres du personnel.

Par ce document, Élections Canada²² transmet clairement au lecteur ses objectifs, ses valeurs et ses idéaux, et s'engage à les concrétiser.

La description faite ci-dessus nous a permis de comprendre l'importance du plan stratégique pour un OGE qui veut aller loin : il est une boussole et en même temps un compas pour un pilote qui veut décoller et atterrir sans anicroches

Il n'y a pas de doute possible, le management de la CENI l'a compris et n'a pas lésiné sur les moyens pour doter la CENI de la République Démocratique du Congo de son premier plan stratégique et opérationnel après trois cycles électoraux.

VII. « SI LE PLAN STRATEGIQUE DE LA CENI N'AVAIT PAS EXISTE, IL AURAIT FALLU L'INVENTER ».

La CENI de la RDC a organisé les trois premiers cycles électoraux sans un Plan stratégique et opérationnel tel qu'il existe aujourd'hui. Evidemment, «les choses apparaissent toujours impossibles jusqu'à ce qu'on les accomplisse »²³. Personne n'y avait pensé avant, alors qu'il est dit qu'un « Organe de Gestion Electorale sans Plan stratégique est comme un pilote sans compas »²⁴ ou « un bateau sans boussole ».

Ce n'est qu'après avoir fait un diagnostic sans complaisance de son fonctionnement pendant ces trois derniers cycles électoraux que la CENI pouvait se doter d'une vision, d'une mission, des valeurs et formuler cinq axes stratégiques qui doivent la guider pour les cinq ans à venir.

Nous présentons brièvement dans les lignes qui suivent, le plan stratégique et opérationnel de la CENI basé sur le « rebranding » mot que nous avons entendu le Président de la CENI prononcer, pour la première fois, au cours d'une séance plénière et qui signifie «redorer l'image ternie» de cette institution d'appui à la démocratie.

Dans son Plan stratégique et opérationnel, la CENI a adopté la vision ci-dessous qui est sa source d'inspiration et de motivation. Elle aspire à devenir : « Une CENI de standard mondial qui imprime une culture démocratique pérenne en République Démocratique du Congo »²⁵.

²²

²³Nelson Mandela (1918-2013).

²⁴ ACE/Project, Planification stratégique lire https://aceproject.org/ace-fr/topics/em/eme/eme05/mobile_browsing/onePag

²⁵ CENI/RDC, Plan stratégique et opérationnel 2022-2023, p.7.

La mission de la CENI est celle « d'organiser des élections dans la transparence, l'inclusivité, l'impartialité, la crédibilité, l'intégrité et le respect des lois, pour un Congo meilleur »²⁶.

En outre, « afin de bâtir une organisation qui sera un modèle en Afrique tout en réalisant nos objectifs et notre vision, nous choisissons d'être guidés par les valeurs suivantes : la redevabilité, la légalité, l'égalité, l'équité et l'intégrité »²⁷.

Par la redevabilité, la CENI entend « l'obligation d'expliquer nos décisions, de nous soumettre au contrôle et de sanctionner les abus et fautes »²⁸. En matière électorale, la redevabilité est une valeur très importante. La corruption et les mauvaises pratiques naissent de l'absence de redevabilité. Ainsi, la formule de la corruption propose une équation simple qui résume ses causes, celle-ci résultant du contrôle monopolistique des agents publics disposant de pouvoirs discrétionnaires, en l'absence de systèmes de redevabilité/responsabilisation²⁹. La formule de la corruption est donc la suivante : C (Corruption) = M (Monopole) + P.D. (Pouvoir Discrétionnaire) - R (Redevabilité/Responsabilité). Le monopole peut être exercé par une personne, une société, un ministère (ou, dans le cadre des élections par un OGE), qui décide arbitrairement de l'étendre d'un service sans qu'il soit possible, du fait de l'absence de transparence, de savoir ce que fait cet individu³⁰. Voilà la formule de la corruption.

Par la légalité, la CENI entend « respecter et faire respecter la loi ainsi que nos procédures internes »³¹. Le principe de légalité exprime la soumission de l'administration au droit. Dans un État de droit, la puissance publique est soumise à des règles qui précèdent son action. Le principe de légalité permet de protéger les citoyens contre l'arbitraire de l'administration, puisqu'il définit les limites de son action.

Au niveau institutionnel, la légalité s'entend des règles de droit applicables, y compris des normes internationales ; le droit d'être garanti contre l'arbitraire du juge, gage de l'égalité devant la loi, fonde l'obligation du magistrat de privilégier, en toutes circonstances, l'application de la loi. Il ne peut s'arrêter à l'idée qu'il se fait de l'équité. La règle de droit est appliquée sans réserve. Le magistrat ne peut se déterminer sur des considérations étrangères à la loi, ni renvoyer à d'autres (experts...) la responsabilité de dire le droit³².

Les autres valeurs que prône la CENI sont l'égalité et l'équité. Par l'égalité et l'équité, la CENI entend « s'assurer que toutes les parties prenantes ont les mêmes droits et les mêmes chances. Leur offrir un traitement juste et raisonnable »³³.

L'égalité vise à traiter les électeurs et les candidats de la même manière, en leur offrant les mêmes opportunités et les mêmes ressources, s'ils ont les mêmes besoins. Mais comme les électeurs et les candidats n'ont pas toujours les mêmes besoins, il faut de l'équité qui reconnaît qu'ils n'évoluent pas tous dans le même contexte et qu'ils sont confrontés à des obstacles différents, telles des barrières légales, politiques, culturelles et la discrimination potentielle auxquels des groupes spécifiques peuvent se trouver confrontés.

L'égalité du suffrage veille à ce que tous les votes soient équitablement traités pour assurer une représentation égale. Ceci se traduit souvent par la formule « une personne, une voix »³⁴. Quant à l'équité du suffrage, elle assure qu'il y a un terrain de jeu équitable pour

²⁶ CENI/RDC, op. cit., p.7.

²⁷ Idem

²⁸ Ibidem,

²⁹ Robert Klitgaard, *Combattre la corruption*, Nouveaux Horizons, 2000.

³⁰ Robert Klitgaard, op., cit.

³¹ CENI/RDC, op. cit. p.

³² La légalité lire <http://www.conseil-superieur-magistrature.fr/publications/recueil-des-obligations-deontologiques/la-legalite>

³³ Idem

³⁴ Ferdinand KAPANGA MUTOMBO, *Les systèmes électoraux et la transmutation des voix en sièges*, 3^e Edition, CARIEL, Kinshasa, p.84.

tous les acteurs du processus électoral³⁵. En d'autres mots, il ne s'agit pas d'offrir exactement le même traitement à chaque individu, mais plutôt d'adapter les stratégies en fonction de besoins spécifiques pour atteindre l'égalité.

Il convient de distinguer les différentes facettes de ce concept de l'égalité, à savoir l'égalité devant la loi, l'égalité dans la loi et l'égalité par la loi. L'égalité devant la loi est le principe selon lequel la manière d'appliquer la loi doit être la même pour tous ; l'égalité dans la loi signifie que le contenu de la loi doit être le même pour tous ; l'égalité par la loi est le principe en vertu duquel le contenu de la loi est voulu inégal pour pallier les inégalités de fait³⁶. L'égalité devant le service public est un corollaire de ces distinctions.³⁷

Par l'intégrité, la CENI entend « faire preuve d'honnêteté et de probité absolue »³⁸. Christoph Stueckelberger nous renseigne que « l'intégrité est l'ensemble et l'intégration de plusieurs vertus : honnêteté, respect, responsabilité, transparence, impartialité, justice, paix et amour; être fiable, libre de corruption et rester inébranlable, chercher et quitter le pouvoir au service de la meilleure solution et pas pour le profit personnel. L'intégrité est la conformité à ses propres valeurs et convictions/la volonté de Dieu. L'intégrité, c'est faire ce qui est juste même si personne ne le voit et faire ce qui est nécessaire et pas seulement profitable»³⁹.

La CENI compte bâtir son action sur cinq axes stratégiques (AS)⁴⁰. Ces cinq axes stratégiques sont les suivants :

AS1: Créer une nouvelle image de la CENI qui renforce sa crédibilité

Avec cet axe, la CENI veut mettre en place une nouvelle dynamique capable de favoriser l'amélioration de la perception de la CENI auprès des parties prenantes. Cette amélioration de l'image sera en rapport avec la mission de la CENI à travers deux niveaux à savoir: le niveau interne et le niveau externe. La priorité sera de renforcer la perception publique de la CENI.

AS2: Améliorer la qualité du service rendu

Grace à cet axe, la CENI est consciente des défaillances dans la fourniture de son service. Elle voit les électeurs comme ses clients. Pour cette raison, elle compte mettre en œuvre des actions pour améliorer la qualité de son service et sa crédibilité.

AS3: Renforcer les relations avec nos parties prenantes pour une plus grande confiance

Grace à cet axe, la CENI interagit avec une variété de parties prenantes, chacune ayant des intérêts et besoins aussi communs que divergents. Il est donc très important pour la Centrale Electorale de maintenir et, surtout, d'améliorer les relations et la collaboration avec chacune

³⁵Ferdinand Kapanga Mutombo, op. cit., p.84.

³⁶A. COULIBALY, « égalité », in *Cours de droit administratif, Les mots du programme*, Université de Toulouse I, 1999-2000, p. 42.

³⁷Arrêt *Denoyez et Chorques*, Conseil d'Etat, Rec., p. 274 : en principe, les usagers d'un service public reçoivent un traitement identique. Un traitement différencié n'est légal que s'il a l'un des trois fondements différents :

- la loi : un traitement différencié est justifié s'il est la conséquence nécessaire d'une loi, s'il est prévu par une disposition législative ;
- des différences de situation : pour justifier un traitement différencié, ces différences de situation doivent être appréciables, objectives et en rapport avec l'objet du service public. L'égalité de traitement n'a de valeur que si les usagers se trouvent dans des situations comparables au regard de l'objet du service public. Parfois, un traitement identique équivaut à un traitement inique. A situations différentes, traitements différents à condition que les différences de situation revêtent les caractères ci-dessus énumérés ;
- une nécessité d'intérêt général liée au service. Ce fondement

³⁸Ibidem

³⁹ Christophe STUECKELBERGER, *Ethique et intégrité électorales financement, corruption et médiation électorale*, Cours de Master professionnel en Gestion du cycle électoral, Ecole de formation électorale en Afrique Centrale (EFEAC), Année académique 2023-2024. Inédit, p.9.

⁴⁰Idem

d'elles en vue d'une meilleure compréhension d'un processus électoral apaisé. La CENI rendra plus efficace ses interactions avec ces parties prenantes.

AS4 : Construire une nouvelle culture d'exclusivité pour une plus grande adhésion

La nouvelle culture est comprise comme étant la CENI rénovée. Dans cette optique, la CENI renouvelée doit favoriser l'adhésion de certaines catégories de parties prenantes dans le processus électoral, en vue de garantir l'exclusivité. Elle doit développer des approches d'intégration et d'équité à tous les niveaux de son travail. Elle doit redéfinir une batterie de nouvelles actions pour ne pas laisser une catégorie de personnes de côté : tout le monde compte.

AS5 : Engager une politique de mobilisation et de gestion durable et efficace de nos ressources pour assurer la pérennité de la CENI

La CENI mettra en œuvre un ensemble de règles, d'approches et d'outils. Pour ce faire, nous procéderons à la redéfinition de la politique de gestion de nos ressources humaines, matérielles, financières pour assurer la pérennité.

Dans le cadre de cet article, ce sont les quatre premiers axes stratégiques qui nous intéressent parce que les communiqués de presse diffusés par la CENI le sont dans le but de créer sa nouvelle image qui renforce sa crédibilité (AS1); à améliorer la qualité du service rendu (AS2); renforcer les relations avec les parties prenantes pour une plus grande confiance (AS3) et construire une nouvelle culture d'exclusivité pour une plus grande adhésion (AS4).

VIII. ETAPES PREPARATOIRES POUR L'ELABORATION DES COMMUNIQUES DE PRESSE DE LA CENI

Les communiqués de presse de la CENI sont adossés à ses activités calendaires, sauf à des rares exceptions près, lorsqu'il s'agit des événements fortuits tels que les incendies des entrepôts comme ceux de Bikoro et de Bukavu, les vols de matériels de la CENI, la précision des documents à produire pour les requérants à l'identification et enrôlement des Congolais résidant en Afrique du Sud ou des événements heureux comme le changement de logo de la CENI, etc.

Avant de rédiger un communiqué de presse, premièrement les membres de la Commission de rédaction reçoivent de la hiérarchie le sujet principal, par exemple la prolongation de la période de réception et de traitement des candidatures, deuxièmement ils formulent les objectifs, par exemple renforcer l'image de marque de la CENI dans le cadre du re-branding ou rassurer les parties prenantes sur la tenue d'une activité calendaire, troisièmement ils identifient le groupe ciblé par le message, par exemple, les médias, les partis et regroupements politiques, les candidats, les organisations de la Société civile, les électeurs, les missions d'observation électorale, les femmes, les jeunes ou les personnes vivant avec handicap ou les demandeurs d'emploi temporaires etc.

Une fois le sujet, les objectifs et le (s) groupe (s) cible (s) identifié (s), l'écriture et la mise en forme du communiqué deviennent beaucoup plus simple. Comme dit plus haut, la commission tire l'essence des communiqués dans les étapes du calendrier électoral publié le 26 novembre 2022.

Pour bien faire passer le message de la CENI, la commission de rédaction des communiqués de presse hiérarchise l'information, en respectant le principe de la pyramide inversée : les informations les plus importantes sont présentées en premier lieu, pour conclure sur les points de détail et des recommandations aux parties prenantes et aux groupes ciblés.

Les dernières phrases des communiqués sont toujours choisies avec beaucoup de soin et de minutie. Elles font souvent l'objet d'un compromis entre les membres de la Commission. Un élément très important à signaler, les versions finales des communiqués

font toujours l'objet d'une présentation aérée au niveau du Secrétariat du Cabinet du Président, sous l'œil vigilant du Directeur de cabinet.

IX. STRUCTURE ET CONTENU DES COMMUNIQUES DE PRESSE

La commission de rédaction met un point d'honneur à respecter la structure « classique du communiqué de presse » pour que les journalistes, les parties prenantes et les groupes ciblés concernés repèrent d'un seul coup d'œil les informations dignes d'intérêt.

Ainsi, la structure du communiqué de presse de la CENI se présente comme suit :

La mention « communiqué de presse » doit figurer au centre en haut du document, pour que le lecteur identifie immédiatement la nature de l'information. Le logo de la CENI et la date de publication doivent être mis en exergue

Le chapeau du communiqué de presse est presque toujours le même, à savoir « la CENI porte à la connaissance de l'opinion publique nationale et moins souvent internationale... » et se termine en en donnant le sujet principal.

Le corps du communiqué de presse en lui-même, détaille toutes les informations essentielles ou les messages clés. Les communiqués de presse comportent en bas du papier à entête les contacts e-mail et/ou téléphoniques que les journalistes, les parties prenantes ou les groupes ciblés pourront joindre s'ils ont besoin de plus d'informations. Dans le cadre de recrutement, le site web de la CENI contient une adresse e-mail par laquelle les candidats peuvent transmettre leurs demandes et CV en ligne.

Les communiqués de presse de la CENI ne dépassent pas deux pages, la plupart sont sur une seule page. En pratique, il est recommandé de ne pas avoir des communiqués de presse de trois pages pour ne pas fatiguer les lecteurs. Pour des raisons de convenance de l'institution, les communiqués de presse de la CENI ne portent pas de titre.

X. CHAÎNE DE REDACTION ET DE DIFFUSION DES COMMUNIQUES DE PRESSE DE LA CENI

La Chaîne de rédaction et de diffusion des communiqués de presse de la Centrale électorale de la République Démocratique du Congo est structurée hiérarchiquement de la manière suivante :

10.1. Monsieur le Président, Denis Kadima Kazadi

Il s'occupe de l'impulsion et de la validation des communiqués de presse. Ce pouvoir lui est dévolu par la Loi organique et le Règlement Intérieur de la CENI.

10.2. Madame le Rapporteur, Patricia Nseyo Mulela

Le Rapporteur valide également le projet de communiqué. Ce pouvoir lui vient également de ma Loi organique et du Règlement intérieur de la CENI. Il signe la version finale du communiqué de presse.

10.3. Monsieur le Secrétaire Exécutif National (SEN), Mabiku Toto Totokani

Il initie les communiqués de presse avec la Direction de communication.

10.4. Monsieur le Directeur de cabinet, Dieudonné Tshiyoyo

Il valide la version finale en y apposant son paraphe et en la transmettant à madame le Rapporteur pour la signature, via son Secrétariat.

10.5. Monsieur le Directeur de cabinet adjoint chargé des questions juridiques, Me Dave Banza

Il participe à la rédaction et émet ses avis sur les aspects juridiques pour ne pas énerver la Loi ? Les textes réglementaires et les procédures édictées par la CENI elle-même.

10.6. Madame la Conseillère principale en communication du Président, Madame Susie Bakajika

Elle participe à la rédaction en y apportant les corrections et les inputs nécessaires. Elle interagit avec le Président, en cas de besoin, pour les communiqués de presse d'une certaine nature.

10.7. Monsieur le Conseiller principal du Rapporteur Ferdinand Kapanga Mutombo

Comme la Conseillère principale en communication du Président ; le Conseiller Principal du Rapporteur participe à la rédaction en y apportant les corrections et les inputs nécessaires. Il interagit avec madame le Rapporteur, en cas de besoin, avant qu'elle n'appose sa signature sur les communiqués de presse. Certains communiqués de presse sont très sensibles et les mots doivent être pesés et soupesés. Elle engage sa signature au nom de l'institution et elle veille au grain.

10.8. Monsieur le Directeur de Communication, Jean-Baptiste Itipo

Sous l'autorité du SEN, il initie les premiers drafts des communiqués de presse et les partage aux membres de la Commission par leurs adresses e-mails ou par whatsapp. En cas d'urgence, il les appelle au téléphone pour leur demander de vérifier les premiers drafts des communiqués de presse dans leurs adresses e-mails ou whatsapp.

10.9. Monsieur et Madame les Secrétaires du Cabinet du SEN, Lifetu et Veronique

Ils sont chargés de transmettre la version corrigée par les membres de la Commission au Cabinet du Président pour la mise en forme finale

10.10. Mesdames les Secrétaires du Cabinet du Président, Elodie et...

Elles sont chargées d'informer le Directeur de cabinet de l'envoi du Communiqué de presse par le Secrétariat du SEN. Après les vérifications d'usage, le Directeur de cabinet paraphe le communiqué de presse au bas droit, ensuite les Secrétaires du Cabinet du Président peuvent transmettre la version finale au Rapporteur pour la signature. Portant la signature de madame le Rapporteur, le projet de communiqué retourne au Secrétariat du Président pour que les Secrétaires y apposent le cachet, y mettent la date, le numéro et le classent. Ainsi, le communiqué de presse qui n'était qu'un projet, devient un communiqué officiel susceptible d'être diffusé sur le site web de la CENI et dans plusieurs autres canaux.

Les projets des communiqués de presse font l'objet d'un examen minutieux ; la Commission de rédaction demande à chaque intervenant d'y apporter des amendements ou des corrections de fond et de forme pour qu'ils sortent avec moins de défaut. Certains communiqués de presse sont publiés les dimanches et les jours fériés. Dans ces conditions, le Conseiller Principal du Rapporteur saisi par le Secrétariat du Président désigne un agent du Cabinet pour aller retirer la version finale et l'amener auprès de madame le Rapporteur pour la signature, à sa résidence ; urgence oblige.

En matière d'information et de communication électorale, il n'y a pas de temps à perdre surtout si le communiqué de presse concerne une activité légale et calendaire qui ne peut pas attendre un jour de plus. Tout le monde se mobilise pour que le retard ne soit pas consommé. A la CENI, le travail se fait toujours en mode d'urgence, cycle électoral après cycle électoral. Certains projets des communiqués de presse sont discutés en Assemblée plénière. Tous les Membres y apportent leurs contributions sous forme d'amendements. C'est les cas spécifiquement des communiqués relatifs à la prolongation de la période d'identification et d'enrôlement des électeurs, de la prolongation de la période de dépôt et de traitement des candidatures à l'élection des Députés nationaux, à l'élection des Députés provinciaux et à l'élection des Conseillers communaux etc. Après le passage au filtre des Membres de l'Assemblée Plénière, le Communiqué de presse est alors soumis au vote des

Membres. Dans tous les cas, après y avoir apporté leurs contributions ou amendements, les Membres adoptent le communiqué de presse toujours à l'unanimité.

XI. SYNTHESSES ET QUINTESSENCE DES COMMUNIQUES DE PRESSE PUBLIES PAR LA CENI EN 2023

Ce tableau comprend les objectifs, les messages clés, les cibles, les principes et valeurs prônés par la CENI et les exhortations/ recommandations pour le succès du processus électoral.

Tableau de synthèses et quintessence de 11 communiqués de presse publiés par la CENI en 2023

N° CP	Objectifs	Messages clés	Cibles	Principes et valeurs	Exhortations Recommandations
031 du 2/07/2023	Affirmation du caractère indépendant de la CENI selon l'Article 211 de la Constitution et de l'Article 7 de la Loi organique portant fonctionnement et organisation de la CENI.	La CENI collabore avec les institutions du pays mais ne tolère pas leur immixtion dans les opérations électorales. Interdiction aux agents de MININTER d'entrer dans les BRTC. Autorisation accordée aux agents de la DGRAD d'entrer dans les BRTC pour la remise de la Note de perception aux candidats désireux pour le compte du Trésor public les frais de dépôt des candidatures. Rappel aux candidates, aux candidats indépendants et aux PP et aux RP de la période de dépôt des candidatures, du 26/06 au 15/07 2023.	Opinion publique. Agents de la DGRAD. Agents du MININTER. Démembrements de la CENI. Partis et regroupements politiques. Candidats indépendants. Parties prenantes.	Transparence Redevabilité Légalité Equité Egalité	Dépôt des dossiers conformes aux exigences légales et déposés dans le délai. Rappel frais de dépôt fixés à 1.600.000FC par siège pour l'élection des Députés nationaux.
032 du 10/07/2023	Statuer sur les questions en rapport avec le processus électoral après les échanges du Président avec les leaders politiques	Rapport du Président sur ses échanges, le vendredi 7 juillet 2023 et lundi 3 juillet 2023 avec quelques leaders des partis politiques de l'opposition. Les observations et recommandations des membres de la Plénière à l'issue de leurs visites de terrain au sein des BRTC.	Opinion publique. Partis et regroupements politiques. Candidats indépendants	Transparence Inclusion Redevabilité Légalité Equité Egalité	Aucune prorogation ne sera accordée à la période de dépôt et de traitement des candidatures à cause des impératifs calendaires.
033 du 15/07/2023	Clôture des opérations de dépôt et de traitement des candidatures pour l'élection des Députés nationaux, le samedi 15/07/2023.	Annnonce du report de la date de clôture pour plusieurs raisons dont les défis logistiques des PP et RP. La prorogation de 7 jours, du 16 au 23 juillet 2023. Annnonce des facilités accordées. Rappel des cas d'inéligibilité prévus par l'Article 10 de la Loi électorale. Rappel du chronogramme opérationnel relatif au dépôt et au traitement des candidatures à la députation nationale.	Opinion publique. Partis et regroupements politiques. Candidats indépendants.	Transparence Inclusion Redevabilité Légalité Equité Egalité	Réitération de la volonté d'organiser les élections combinées dans le délai constitutionnel.

034 du 21/07/2023	Fin du dépôt des candidatures pour l'élection des députés nationaux, le dimanche 23/07/2023 à 16h30.	Chronogramme opérationnel relatif au dépôt et traitement des candidatures à la députation nationale.	Opinion publique. Partis et regroupements politiques. Candidats indépendants.	Transparence Inclusion Redevabilité Légalité Equité Egalité	Dépôt des dossiers dans le délai imparti.
036 du 24/07/2023	Lancement de l'opération de délivrance des duplicatas.	Les duplicatas sont délivrés uniquement aux Antennes conformément à l'article 27 de la Loi n°04/028 du 24 décembre 2014 portant identification et enrôlement des électeurs en RDC. Personnes concernées : ceux qui ont perdu leurs cartes et ceux dont les cartes sont illisibles. Procédures à suivre pour l'obtention d'un duplicata en cas de perte ou en cas de carte illisible.	Opinion publique nationale et internationale. Parties prenantes. Partis et regroupements politiques. Candidats indépendants. Médias. Agents de la CENI.	Transparence Inclusion Redevabilité Légalité Equité Egalité	La délivrance du duplicata de la carte d'électeur est gratuite. La vigilance de la population et des services compétents est attirée vers la délivrance de faux duplicatas des cartes d'électeur. Les cartes d'électeurs oubliées et perdues et ramassées peuvent être déposées au siège la CENI de 8h00 à 16h00.
037 du 30/07/2023	Incendie déclaré dans la nuit du vendredi 28 au samedi 29 juillet 2023 à l'entrepôt du SEP de la concession SNCC à Bukavu dans la province du Nord-Kivu.	Liste des matériels incendiés. Exigence de diligenter une enquête.	Opinion publique nationale et internationale. Parties prenantes. Partis et regroupements politiques. Candidats indépendants. Médias. Parties prenantes. Médias.	Transparence Redevabilité	L'incendie n'est pas de nature à retarder l'ouverture des BRTC pour les Députés provinciaux et les Conseillers communaux prévue le 3/08/ dans la province du Nord-Kivu.
043 du 10/08/2023	Publication de la liste provisoire des candidatures déclarées recevables et	Statistiques des candidatures. Site web : www.ceni.cd	Opinion publique. Partis et regroupements	Transparence Redevabilité	Engagement de la CENI à publier la liste définitive une fois les arrêts de la

	irrecevables à l'élection des Députés nationaux.	Chronogramme opérationnel relatif à la députation nationale. Contestation à porter à la Cour constitutionnelle.	politiques. Candidats indépendants. Parties prenantes. Médias.	Légalité Equité Egalité	Cour constitutionnelle lui transmis.
044 du 22/08/2023	Clôture le 22 août des opérations de dépôt des candidatures pour l'élection des Députés provinciaux et des Conseillers communaux	Annonce du report de la date de clôture pour plusieurs raisons dont les défis logistiques des PP et RP. Prorogation de cinq jours de la période de dépôt et traitement des candidatures, soit du 23 au 27 août 2023. Report des élections communales dans certaines entités territoriales où se posent les conflits du pouvoir coutumier et de délimitations administratives. Organisations des élections uniquement dans les communes situées dans les chefs-lieux de province. Préparation d'un calendrier reménagé pour ces villes et prise en compte du cautionnement payé. Chronogramme de la suite des opérations.	Opinion publique. Parties prenantes. Partis et regroupements politiques. Candidats indépendants. Médias.	Transparence Redevabilité Légalité Equité Egalité	Confirmation de la convocation de l'électoral à l'élection présidentielle le 1 ^{er} septembre 2023. Rétération de l'organisation des élections combinées dans le délai constitutionnel le 20 décembre 2023.
045 du 29/08/2023	Convocation de l'électoral pour l'élection présidentielle	Lieu où se situe le BRTC présidentiel. Période d'ouverture du BRTC présidentiel du 9 septembre au 8 octobre 2023 (30 jours). Heures d'ouverture du BRTC présidentiel de 8h30 à 16h30 Conditions d'éligibilité (Art. 103 de la Loi électorale Les documents et les pièces à joindre au dossier	Opinion publique nationale et internationale. Parties prenantes. Partis et regroupements politiques. Candidats indépendants. Médias	Transparence Redevabilité Légalité Equité Egalité	Respect du chronogramme pour l'élection présidentielle. Dépôt des dossiers dans le délai.
046 du 29/08/2023	Recrutement du personnel opérationnel temporaire	Chronogramme du recrutement des agents temporaires. Catégories d'agents opérationnels temporaires à recruter (FEN, FEP, FET, MCLCR, CCV, TICV).	Opinion publique. Recrues. Anciens agents temporaires non	Transparence Inclusion Redevabilité Légalité	Le recrutement et la passation de test sont gratuits.

		Lieux de dépôt des candidatures. Pièces du dossier. Candidatures féminines encouragées.	compromis. Médias.	Equité Egalité	
047 du 13/09/2023	Report de la publication (prévue le 13/09/2023) des listes provisoires des candidatures recevables et irrecevables des candidats Députés provinciaux et des Conseillers communaux.	Persistance des défis logistiques liés au ramassage et à la remontée des dossiers physiques des candidatures (pénurie actuelle de la desserte aérienne) Les candidats à l'élection présidentielle sont invités à communiquer à la CENI la date de dépôt de leurs afin de prendre les dispositions utiles	Opinion publique Partis et Regroupements politiques Candidats indépendants Médias	Transparence Inclusion Redevabilité Légalité Equité Egalité	Appel aux sympathisants des candidats à l'élection présidentielle au strict respect de l'ordre public devant le siège de la CENI qui est inviolable.
048 du 22/09/2023	Réception de la Cour constitutionnelle des arrêts consécutifs aux recours en contestation de la Décision n°075/CENI/AP/2023 du 10/08/2023	252 requêtes déposées à la Cour constitutionnelle. 141 requêtes jugées recevables et fondées 43 requêtes jugées recevables et non fondées. 58 candidatures irrecevables. Enregistrement des partis et regroupements politiques ayant atteint le seuil de recevabilité : ACRN, APPC, FP 2023 et NOGECO. Décision n°106/CENI/2023 du 22/09/2023. Listes publiées par la voie de presse sont affichées aux Antennes de la CENI et disponibles sur le site web www.ceni.cd .	Opinion publique. Parties prenantes. Partis et regroupements politiques. Candidats indépendants. Médias.	Transparence Inclusion Redevabilité Légalité Equité Egalité	Rappel aux parties prenantes que la campagne électorale est prévue du 19 novembre au 18 décembre 2023

Source : Tableau construit par l'auteur de cet article

CONCLUSION

Le management de la CENI de la République Démocratique du Congo veut qu'elle devienne « une CENI de standard mondial qui imprime une culture démocratique pérenne en République Démocratique du Congo ». Cette phrase lui sert de leitmotiv, de source d'inspiration et de motivation. Elle s'est aussi dotée d'une ambition sous forme de mission qui est celle d'« organiser des élections dans la transparence, l'exclusivité, l'impartialité, la crédibilité, l'intégrité et le respect des lois, pour un Congo meilleur » et aussi d'un slogan évocateur, à savoir « CENI, Renouveau, libre choix et regard vers l'avenir ».

Afin de bâtir un Organe de Gestion Electorale qui sera un modèle en Afrique tout en réalisant ses objectifs et sa vision, la CENI de la RDC a choisi d'être guidée par les valeurs suivantes : la redevabilité, la légalité, l'égalité, l'équité et l'intégrité, telles qu'expliquées ci-haut. Pour devenir une CENI de standard mondial, elle a élaboré pour la première fois son plan stratégique 2022-2027. Celui-ci ne saurait être réalisé de manière efficace et efficiente s'il n'est accompagné de l'information et de la communication, qui en sont, d'ailleurs, des composantes essentielles⁴¹.

Cet article démontre que la CENI informe et communique avec les parties prenantes en recourant aux outils dont les plus utilisés sont les communiqués de presse et la tenue des cadres de concertation et ce, dans le but d'organiser des élections qui donnent des chances égales aux compétiteurs et qui ouvrent la voie des urnes à un plus grand nombre d'électeurs se trouvant sur les listes électorales. Pour l'année 2023, la CENI a publié à ce jour 48 communiqués de presse, ce qui fait en moyenne 5,3 communiqués par mois et presque un communiqué par semaine (0,75). Les tout derniers communiqués publiés au moment où nous clôturons la rédaction de cet article sont illustratifs de la détermination de la Centrale électorale à ne pas se recroqueviller sur elle-même, mais au service du peuple.

Faire que toutes les parties prenantes acceptent d'accompagner la CENI dans sa quête de réaliser sa vision, sa mission, ses objectifs qui se résument en cette phrase « organiser des élections qui auront pour effets la stabilité durable du pays et l'accroissement de son indice de démocratie ». Ces parties prenantes sont Les pouvoirs publics : les représentants dans divers domaines et à divers niveaux ; les partis et regroupements politiques : groupes d'individus organisés en vue de la conquête ou conservation du pouvoir ; la société civile : organisations apolitiques mais ayant une influence sur la politique ; les partenaires techniques et financiers : acteurs internationaux qui apportent leur soutien à l'organisation du processus électoral ; la communauté internationale : ensemble des états et acteurs internationaux non étatiques exerçant une certaine influence sur la marche de l'Etat ; les électeurs : ensemble des citoyens en âge et en situation d'exercer leur droit de vote ; les femmes : elles se trouvent indistinctement dans les précédentes catégories. Elles sont considérées ici comme telles parce qu'elles constituent une catégorie peu privilégiée ; les jeunes ayant des atouts grâce à leur poids numérique, leur dynamisme et leur maîtrise des nouvelles technologies de l'information et de la communication ; les groupes vulnérables (peuples autochtones et personnes avec handicap) ; la presse qui constitue une cible-relais ; les leaders d'opinion qui constituent aussi une cible relais, entre autres les sportifs, les artistes musiciens ou comédiens....

⁴¹ CENI, Plan National d'information et de communication, élaboré lors de l'atelier organisé du 12 au 14 juillet 2022 (Draf).

BIBLIOGRAPHIE

- Accord Global et Inclusif sur la transition en République Démocratique du Congo, Editions du CEDAC, Janvier 2003.
- ACE/Project, Administration électorale, Planification électorale, Activités de planification et mise en œuvre des OGE. Lire https://aceproject.org/ace-fr/topics/em_ver2/activites-de-planification-et-de-mise-en-153uvre/planification-strategique/mobile_browsing/onePag
- Arrêt *Denoyez et Chorques*, Conseil d'Etat, Arrêt rendu le 10 mai 1974.
- CENI/RDC, Plan stratégique et opérationnel 2022-2026, février 2022.
- COULIBALY, A., « Egalité », in *Cours de droit administratif, Les mots du programme*, Université de Toulouse I, 1999-2000.
- DAHL, R., *Democracy, liberty and equality*, Oxford; Toronto, Norwegian Univerty Press, 1989.
- HILLION, M., Communiqué de presse : définition et exemples (+ conseils pour le rédiger), consulté le 26 août 2023.
- James Jurinski, *Workbook , Strategic planning*, American Management Association.
- KAPANGA MUTOMBO, F., *Les systèmes électoraux comparés et la transmutation des voix en sièges*, 3è Edition, CARIEL, Kinshasa, 2022.
- KAPANGA MUTOMBO, F., *Petit dictionnaire pratique des élections*, 6è Edition, CIEDOS, 2021.
- KARL, T. L/ Schmttter, Ph. C., « Les modes de transition en Amérique latine, en Europe du Sud et de l'Est », *Revue internationale des sciences sociales*, vol 43. no 128, mai 1991.
- KLITGAART, R., *Combattre la corruption*, Nouveaux Horizons, 2000.
- La légalité lire <http://www.conseil-superieur-magistrature.fr/publications/recueil-des-obligations-deontologiques/la-legalite>.
- Lexique arabe de terminologie électorale (lien : <http://urlz.fr/3VNo>).
- MABIALA MANTUBA-NGOMA, P., *Les élections dans l'histoire politique de la République Démocratique du Congo (1957-2011)*, Publication de la Fondation Konrad Adenauer, Kinshasa, 2013.
- MUKONDE MUSULAY, P., *Démocratie électorale en Afrique subsaharienne. Entre droit, pouvoir et argent*, Globethics,.net African Law No. 4, Genève.
- PNUD/ISIE, *Elaborer une stratégie de communication externe pour un Organe de Gestion Electorale*.
- SOUDRIETTE, R., «Leveling the playing field», *Innovations for voters with special needs*, in *Elections Today*, Winter 1997, 3.
- STUECKELBERGER, C., *Ethique et intégrité électorales financement, corruption et médiation électorale*, Cours de Master professionnel en Gestion du cycle électoral, Ecole de formation électorale en Afrique Centrale (EFEAC), Année académique 2023-2024. Inédit.
- Vision et cadre à long terme Lire <https://espacestrategies.com/theme-de-croissance/vision-et-cadre-a-long>

