

Royaume du Maroc

Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle



**Couverture du projet de loi de finances
2016 par les médias audiovisuels**

Du 20 octobre au 31 décembre 2015

Août 2016

SOMMAIRE

Avant-propos	3
Introduction	4
Chapitre 1^{er} : Le traitement médiatique de la loi de finances 2016	8
Volet I : Le traitement médiatique audiovisuel consacré au projet de loi de finances 2016	8
1. Volume horaire de couverture dans l'ensemble des médias	8
2. Répartition en volume horaire des médias publics et privés ayant contribué à la couverture.....	9
3. Les médias publics ayant traité du projet de loi de finances 2016.....	10
4. Les médias privés ayant traité du projet de loi de finances 2016.....	11
5. Comparaison entre les couvertures médiatiques des projets de loi de finances 2014, 2015 et 2016.....	11
Volet II : Données quantitatives relatives aux couvertures médiatiques du projet de loi de finances et aux intervenants	14
1. La couverture dans les journaux d'information.....	14
2. La couverture dans les programmes d'information.....	17
3. Les acteurs interviewés dans les magazines de débat et d'information.....	18
4. Répartition par médias des interventions des différents acteurs.....	20
a. Les personnalités politiques.....	21
b. Les intervenants professionnels (syndicats et organisations professionnelles).....	21
c. Citoyens et intervenants au nom de la société civile.....	23
d. Interventions des experts et enseignants chercheurs.....	23
e. Intervenants en d'autres qualités.....	24
Chapitre II : Caractéristiques du traitement médiatique consacré par quelques médias à la loi de finances 2016	26
Volet I : Caractéristiques formelles de la couverture	26
1. Genres et formats du traitement médiatique dans les journaux d'information.....	26
2. Types de magazines de débat et d'information.....	29
Volet II : Caractéristiques thématiques de la couverture	33
1. Les axes du Projet traités dans les couvertures.....	33
2. Les points de vue exprimés sur le projet par les personnes interviewées.....	36
Volet III : Approche basée sur la diversité spatiale, des sexes et des langues	39
1. Les dimensions spatiales dans le sujet de couverture.....	39
2. L'approche genre.....	39
3. Langues utilisées dans les couvertures.....	42
Conclusions et synthèses	43

Avant-propos

En termes de volumes horaires, la couverture consacrée par les médias¹ audiovisuels nationaux au projet de loi de finances 2016 est fortement similaire à celle traitant du Projet de l'année précédente. Parallèlement à cette similitude, une analogie s'opère dans le caractère de ces accompagnements médiatiques (aussi bien dans les journaux d'information que dans les magazines et programmes de débat), étant donné que la soumission du projet à l'examen dans les séances plénières du Parlement s'accompagne toujours d'une couverture assez importante. Par ailleurs, la plupart des magazines de débat et d'information n'ont pas consacré des émissions entières à la discussion du Projet, et se sont contentées de le reléguer au second plan. Sans oublier que ces programmes se limitent, dans le traitement du projet, à des conversations entre les présentateurs et leurs invités.

A l'instar des couvertures antérieures, la couverture médiatique de cette année a connu la participation majoritaire des personnalités politiques (ministres, parlementaires et représentants de partis politiques) au détriment des autres intervenants. Les acteurs politiques se sont, en effet, appropriés environ la moitié du volume horaire consacré au temps de parole des invités des journaux d'information et des magazines de débat, notamment dans les médias publics, et dans les télévisions. Quant aux experts et enseignants chercheurs, la parole leur a été principalement accordée par les médias privés (Radio Casa FM, Atlantic Radio, Média1 TV). Les syndicalistes, eux, ont bénéficié d'un temps de parole supérieur à celui consacré aux employeurs. Tandis que les responsables associatifs et les citoyens n'ont pris la parole que dans de rares occasions.

En comparaison avec les couvertures antérieures, la couverture de cette année s'est essentiellement penchée sur les nouvelles mesures et dispositions contenues dans le Projet. Ces dernières ont une influence sur le pouvoir d'achat du citoyen. L'intérêt s'est également porté sur les dispositions relatives au développement. Une importance moindre a été accordée aux contextes national et international, ayant influencé les orientations du Projet. Les couvertures diffusées ont également été marquées par la discussion politique nationale sur le Projet, et les conditions législatives régulant le déroulement de la discussion autour du Projet devant le Parlement.

Concernant les points de vue exprimés au sujet du Projet, il est à noter que les opposants ont été les plus présents (42%), en particulier dans les magazines de débat, suivis des partisans (33%) et des positions neutres (25%).

La couverture de cette année s'est également intéressée aux observations relatives à la négligence des dispositions consacrées à la promotion de l'approche genre dans le projet de loi de finances 2016. Ainsi, les interviews et les commentaires n'ont pas impliqué les femmes dans le traitement du Projet. Ces dernières ont représenté le chiffre négligeable de 9%.

Une absence similaire est constatée au niveau du traitement de la dimension locale et régionale relatives au Projet, par les médias ayant diffusé des couvertures à ce sujet.

¹ Voir les médias concernés dans les pages 6 et 7

Introduction

Compte tenu de leur caractère médiatique, les projets de lois de finances permettent aux médias, notamment aux médias audiovisuels de les vulgariser, de susciter l'attention du public à leur égard et de le sensibiliser sur l'importance d'accompagner le projet de loi de finances et les débats le concernant. De là, ces médias aident le citoyen à se forger des convictions politiques et à édifier son opinion et ses choix.

La présentation du projet de loi de finances devant le parlement représente un événement national de taille, son importance relève de ses dimensions politiques, économiques, sociales et culturelles. A cette occasion, le gouvernement dévoile les principales mesures adoptées, relatives à divers domaines et secteurs, et se doit de convaincre les représentants de la nation de la pertinence de ces dispositions et de leur importance pour la nation et le citoyen à part entière, avant de les transformer en décisions opérationnelles conditionnant la vie individuelle et collective. Cette présentation nécessite donc une couverture médiatique adaptée à l'événement et à ses retombées. Cette couverture mettra d'abord le public au courant des dispositions relatives au Projet, ainsi que des opinions, positions, interprétations qu'il suscite, mais également des interventions des acteurs, du public cible et des personnes concernés de près ou de loin par le Projet. Elle mettra à disposition du citoyen, par la suite, les outils de compréhension, d'analyse et d'évaluation du Projet et de ses dispositions.

Afin de mettre le point sur le degré d'implication des opérateurs audiovisuels dans la vulgarisation du Projet auprès du public marocain, la Direction Générale de la Communication Audiovisuelle a procédé à un relevé exhaustif des données relatives aux programmes d'information, diffusés par les différents médias audiovisuels durant la période de discussion du Projet dans le Parlement. A travers ce relevé, la Direction a recensé le volume horaire de la couverture que ces médias ont consacré à la discussion autour du Projet et les types de sujets qu'ils ont spécialement préparé pour accompagner cet événement. Ce travail s'appuie sur la responsabilité de ces médias à présenter un service médiatique diversifié, à même de créer un débat public, lequel débat évoque la pluralité des composantes de la société marocaine, et prend en considération le pluralisme des courants de pensée et d'opinion.

Objectif général du rapport :

Ce rapport s'attarde sur l'importance de la diffusion médiatique du projet de loi de finances 2016, par les différents services audiovisuels pendant la période du débat qui lui a été consacré et du vote pour son adoption au sein des deux chambres du parlement. Il met également le point sur le traitement accordé par ces médias à la spécificité politique, économique et technique du projet de loi de finances et sur les points forts et points faibles caractérisant les démarches entreprises à ce sujet par les opérateurs.

Objectifs spécifiques du rapport :

Le présent rapport vise à :

- 1- Mettre le point sur le traitement médiatique, consacré par les médias audiovisuels au projet de loi de finances 2016, et ce, en distinguant entre trois cas de figure :
 - Le Projet en tant qu'événement médiatique
 - L'importance du Projet pour tous les citoyens, et la nécessité d'un accompagnement médiatique dédié à son analyse et à sa compréhension
 - Le Projet en tant que sujet de débat pour différents courants de pensée et d'opinion
- 2- Observer la couverture en termes d'accompagnement, en temps réel, par les médias audiovisuels, étant donné que les discussions parlementaires à ce sujet représentent un événement à portée nationale.
- 3- Relever les formats et genres journalistiques employés par ces médias pour assurer les éléments de compréhension, d'analyse et d'explication des sujets relatifs au Projet, afin de mettre à disposition des citoyens et des citoyennes les outils et procédés leur permettant d'exercer leurs droits politiques et leurs devoirs nationaux.
- 4- Analyser le niveau d'interaction de chaque média avec le Projet/événement, ainsi que leur prise en compte de l'approche genre (sexe, diversité spatiale et pluralité des langues) dans les couvertures diffusées.

Médias concernés

Tous les médias audiovisuels ont été examinés dans l'objectif de déterminer ceux ayant diffusé un programme traitant de la loi de finances 2016, (voir la liste en annexe1). Etant donné la dissemblance entre les radios et les télévisions en termes de propriété (publique/privée), de nature éditoriale (généraliste/thématique) et de volume horaire consacré par chaque média à la couverture du Projet, **les médias concernés par ce rapport ont été sélectionnés en fonction de ces trois niveaux d'observation :**

- **Le premier niveau vise à déterminer le volume horaire total de la couverture.** Ainsi, toutes les couvertures réalisées par les radios et les télévisions autour du Projet ont été recensées.
- **Le deuxième niveau définit les caractéristiques quantitatives de la couverture,** dans les journaux d'information d'une part, et dans les magazines de débat et d'information d'une autre. Il s'attarde également sur la répartition des interventions selon les qualités des personnalités ayant pris la parole, dans le cadre de la couverture médiatique du Projet. A cet effet, les médias concernés ont été limités à 14 médias ayant consacré, en diffusion initiale, à ce sujet, **au moins un quart d'heure (15 minutes) dans leurs journaux d'information, et au moins une demi-heure (30 minutes) dans leurs magazines de débat et d'information.**

- **Le troisième niveau s'intéresse à élargir le champ d'observation de telle sorte qu'il cerne le contenu de la couverture.** Pour cela ont été choisies les télévisions publiques Al Oula et 2M, la télévision généraliste privée d'information en continu Médi1 TV, les radios publiques Radio nationale et Radio Amazighe et la radio thématique privée traitant de l'économie Radio Atlantic.

Types de programmes :

Le présent rapport s'intéresse aux deux types de programmes d'information : les journaux d'information et les magazines de débat et d'information

- Période examinée :

La période du rapport s'étend de la date de la session parlementaire réunissant la chambre des représentants et la chambre des conseillers (20/10/2015 à partir de 18 :36 :19), consacrée à la présentation du Projet par le gouvernement, jusqu'à l'accord définitif pour l'adoption du Projet le 31 Décembre 2015. Toutes les couvertures en rapport au projet de loi de finances 2016, diffusées pendant la période mentionnée, ont été comptabilisées.

✓ En termes de collecte des données :

L'ensemble des couvertures consacrées au projet de loi de finances 2016 par les différents médias audiovisuels, dans leurs journaux et programmes d'information, pendant la période du rapport, ont été examinées. Ces couvertures se subdivisent en séquences, dont chacune correspond au temps de parole accordé à chaque intervenant (journalistes et personnes interviewées), à ce sujet, dans les journaux d'information et les programmes de débat.

Outre le début et la fin de chaque séquence, ces données comportent des informations descriptives sur les noms, qualités, appartenances et sexe (femme, homme) des personnes interviewées, ainsi que la nature de la diffusion (diffusion initiale ou rediffusion)

Les séquences des médias faisant l'objet du 3^{ème} niveau d'observation ont été examinées (voir la partie des médias concernés), en vue de relever des données supplémentaires se rapportant principalement aux **sujets** traités par ces médias dans leurs couvertures, et aux points de vues exprimés dans les déclarations. **Pour ce faire, les données quantitatives ont été consolidées par des éléments d'analyse portant sur :**

- **Les sujets des séquences :** présentation d'une brève description du contenu de la séquence
- **Les genres et formats journalistiques :** Déterminer le format de la séquence : plateau, reportage, appel téléphonique, écran multimédia, rapport détaillé...
- **Les points de vue exprimés :** Répartir les avis des intervenants (pour, contre ou neutres) au sujet du Projet
- **L'importance accordée au Projet :** Les journaux d'information traitent cette importance différemment des magazines de débat et d'information. En effet, les premiers l'ont

évaluée en fonction de la place consacrée à la diffusion du Projet dans chaque couverture, recensant le nombre de fois où ce traitement y a été prioritaire. Tandis que pour les deuxièmes, l'importance accordée au Projet a plutôt été évaluée selon que les éditions lui ont été consacrées intégralement ou en partie.

✓ **En termes d'analyse des données :**

Les données recensées ont été converties en comptes rendus déductifs (tableaux et graphes) s'intéressant au traitement consacré par les différents médias audiovisuels publics et privés à la couverture du Projet. Ces comptes rendus relèvent également les caractéristiques de cette couverture en termes de méthode de traitement professionnel, de catégories ayant bénéficié d'un temps de parole, de la diversité et pluralisme des opinions exprimées, des différents points de vue relatifs à un sujet donné et de la langue utilisée.

Chapitre 1^{er} : Le traitement médiatique du projet la loi de finances 2016

Le premier chapitre du présent rapport se décline en deux volets :

Le premier volet révèle **le volume horaire global consacré par l'ensemble des médias audiovisuels à la couverture du projet de loi de finances 2016**, de sa présentation (20 octobre) jusqu'au vote définitif pour son adoption, **dans les programmes d'information** : journaux d'information et magazines de débat, en diffusion initiale ou en rediffusion.

Le deuxième volet jette la lumière sur le panorama global des intervenants dans la couverture médiatique du Projet. **Et pour obtenir des résultats significatifs, le rapport a porté intérêt uniquement aux médias audiovisuels ayant consacré, à ce sujet, pendant la période du rapport, plus de 15 min dans leurs journaux d'information, plus de 15 min et plus de 30 min dans leurs magazines de débat et d'information.**

Volet I : Le traitement médiatique du projet de loi de finances 2016

1. Volume horaire de couverture dans l'ensemble des médias

Sur 20 services de communication audiovisuelle, au moins un traitement médiatique a été consacré au projet de loi de finances 2016, pendant la période du rapport. **Le volume horaire total de cette couverture a atteint 44heures et 35min, réparties sur 15 heures dans les journaux d'information et environ 29 heures et demie dans les magazines de débat et d'information.**

L'importance accordée, à ce sujet, par chaque service, dans ses journaux d'information et ses magazines de débat diffère en termes de volume horaire. Il est à constater à ce niveau-là qu'**Atlantic Radio a réalisé le pic de couverture, soit près de 8 heures avec rediffusions incluses**, dépassant d'environ une heure **Casa FM qui se tient en deuxième position et la chaîne Al Oula en troisième position.**

Il est tout aussi important de noter que 9 médias seulement ont consacré, pendant la période du rapport, plus d'une heure à ce sujet : en plus d'Atlantic Radio, Radio Casa FM et la chaîne Al Oula, le rapport relève également : la Radio nationale, radio Amazighe, 2M TV, Média1 TV, Luxe Radio et Radio Aswat

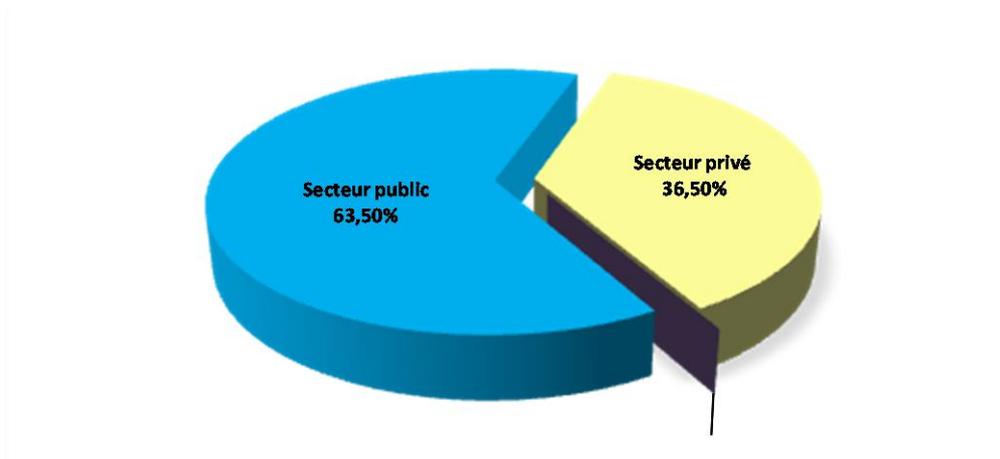
Tableau n°1 : Volume horaire total consacré par les médias audiovisuels à la couverture du projet de loi de finances 2016

Opérateur	Service	Magazines de débat et d'information	Journaux d'information	Total volume horaire de couverture
Société Nationale de Radiodiffusion et de Télédiffusion	TV Al Oula	4 :48 :11	2 :11 :02	6 :59 :13
	Radio nationale	1 :55 :17	1 :41 :41	3 :36 :58
	Radio Amazighe	1 :26 :01	1 :23 :36	2 :49 :37
	Rabat chaîne inter	-	0 :46 :54	0 :46 :54
	TV Tamazight	0 :04 :00	0 :23 :40	0 :27 :40
	Al Maghribia	-	0 :26 :54	0 :26 :54
SOREAD-2M	TV 2M	0 :36 :09	0 :33 :02	1 :09 :11
Médi1 TV chaîne du Maroc et du Grand Maghreb	Médi1 TV	2 :49 :56	1 :33 :23	4 :23 :19
Groupe eco-médias	Atlantic Radio	3 :24 :34	4 :33 :31	7 :58 :05
Société Radio Télévision MFM	Casa FM	6 :29 :21	0 :34 :45	7 :04 :06
	MFM SAISS	0 :00 :46	-	0 :00 :46
Radio veille	Luxe Radio	5 :13 :15	-	5 :13 :15
Société marocaine	ASWAT	0 :51 :57	0 :27 :39	1 :19 :36
Société Radio 20	Radio Mars	0 :44 :15	-	0 :44 :15
Société Radio Plus	Radio Plus Casa	-	0 :33 :50	0 :33 :50
	Radio Plus Agadir	-	0 :09 :56	0 :09 :56
Audiovisuelle internationale	Med radio	0 :22 :51	-	0 :22 :51
Société Chada Radio	Chada FM	0 :04 :59	0 :14 :07	0 :19 :06
Société Cap Radio	Cap Radio	0 :08 :39	-	0 :08 :39
Société privée de communication et de loisir	Médina FM	0 :00 :51	-	0 :00 :51
Total		29 :01 :02	15 :34 :00	44 :35 :02

2. Répartition en volume horaire des médias publics et privés ayant contribué à la couverture

La répartition des médias publics et privés ayant contribué à cette couverture montre que **les 13 médias privés ont réalisé un total de 28 heures 18min, soit 63,50%** du volume horaire total de couverture. **Tandis que les médias publics (7 médias) ont diffusé un total de 16 heures16min, soit 36,50%** du volume horaire total.

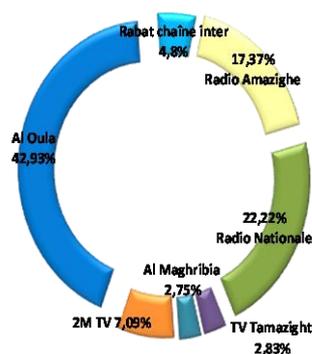
Graphe n° 1 : Contribution en pourcentage des médias publics et privés au volume horaire consacré à la couverture du projet de loi de finances 2016



3. Les médias publics ayant traité du projet de loi de finances 2016

La répartition du volume horaire de couverture consacrée par les médias publics au projet de loi de finances 2016 permet de constater une diffusion de près de 9 heures, à ce sujet, par les télévisions (Chaîne Al Oula, 2M TV, TV Amazighe, AL MAGHRIBIA), soit 55,60% et plus de 7 heures par les radios (Radio nationale, Radio Amazighe, Radio chaîne inter), soit 44,40%.

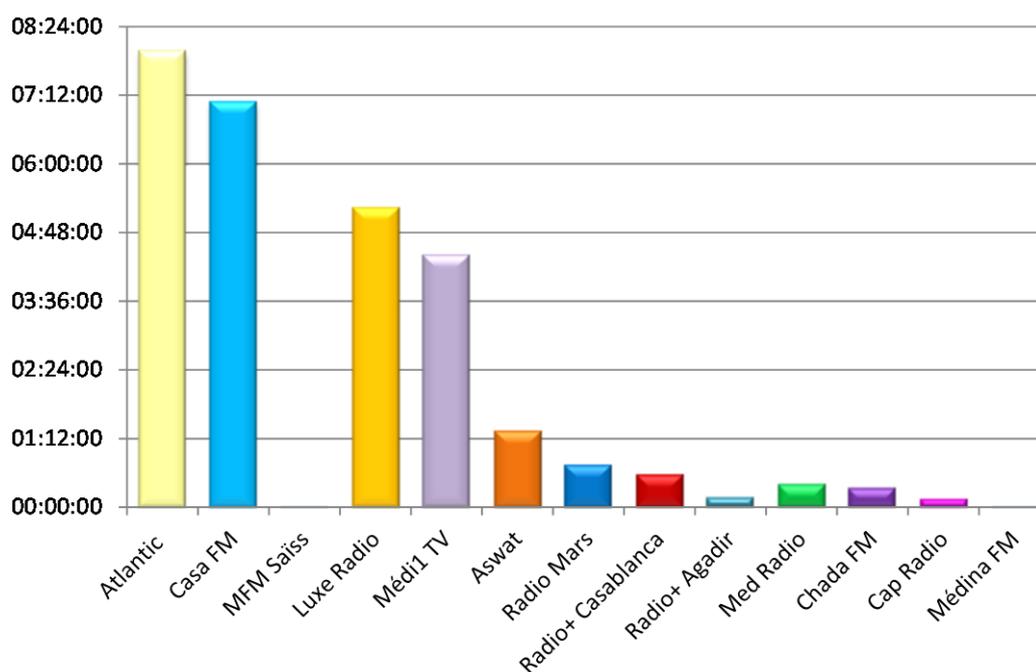
Graphe n° 2 : Répartition du volume horaire de couverture consacrée par les médias publics au projet de loi de finances 2016



4. Les médias privés ayant traité du projet de loi de finances 2016

Les médias audiovisuels privés, ayant traité du Projet, pendant la période du rapport, dans leurs journaux d'information et leurs magazines de débat et d'information peuvent être divisés, en termes de volume horaire consacré à ce sujet, en deux catégories : La première comporte 4 médias (Atlantic Radio, Casa FM, Luxe Radio, Média1 TV) dont chacun a réalisé entre 4 et 8 heures de couvertures, soit une contribution qui a atteint les 87% ; alors que la deuxième se compose de 9 opérateurs ayant réalisé moins d'une heure et 30 min, à ce sujet, soit 13%.

Graph n°3 : Répartition du volume horaire de couverture consacrée par les médias privés au projet de loi de finances 2016



5. Comparaison entre les couvertures médiatiques des projets de loi de finances de 2014, 2015 et 2016

Le relevé des données relatives aux couvertures consacrées par différents médias audiovisuels aux projets de loi de finances de 2014, 2015 et 2016 permet de constater une similitude en termes de volume horaire dédié à la discussion autour de ces projets dans différents programmes d'information, lequel volume horaire s'est fixé à 44 heures². S'agissant du volume horaire des

² Pour plus de détails, voir les annexes 10, 11 et 12

couvertures, les 4 premières places ont été en faveur de 4 médias, à savoir **Atlantic Radio, Casa FM, Al Oula et la Radio nationale**.

Le tableau ci-contre résume les principaux résultats d'observation des couvertures réalisées par les différents médias audiovisuels autour des projets de loi de finances de 2014, 2015 et 2016.

Tableau n°2 : Comparaison des résultats et données des couvertures consacrées aux projets de loi de finances de 2014, 2015 et 2016

Axes d'observation	Données observées	Résultats d'observation relative à chaque projet		
		Projet 2014	Projet 2015	Projet 2016
Volume horaire de couverture	Volume horaire total de Couverture	45:48:12	44:00:46	44:35:02
	Volume de couverture dans les journaux d'information	23:49:26	14:39:11	15:34:00
	Volume de couverture dans les magazines de débat et d'information	21:58:46	29:21:35	29:01:02
Présence de l'acteur politique	Total d'interventions des acteurs politiques	17:56:44 (71,52%)	16:21:01 (55,34%)	12:06:56 (49,91%)
	Gouvernement	17,00%	25,44%	23,78%
	Majorité	36,92%	37,29%	43,08%
	Opposition	44,93%	36,92%	27,04%
	Partis non représentés au parlement	01,15%	00,35%	06,10%
Présence de l'acteur professionnel	Total d'interventions des acteurs professionnels	5:57:20 (23,74%)	2:13:34 (07,53%)	03:17:04 (13,53%)
	Organisations syndicales	40,02%	85,77%	78,38%
	Organisations professionnelles	59,98%	14,23%	21,62%
Autres acteurs	Experts et enseignants chercheurs	01:11:21 (04,74%)	10:55:34 (36,98%)	06:13:43 (25,66%)
	Associations	00	00	00:43:58 (03,02%)
	Citoyens	00	00	00:17:29 (1,20%)
	Autres personnalités	-	00:02:42 (00,15%)	01:37:27 (06,69%)
Sexe	Temps de parole des femmes	17%	15,21%	09%
	Temps de parole des hommes	83%	84,79%	91%
Langues utilisées	Arabe	-	-	63%
	Amazighe	-	-	13%
	Français	-	-	24%
Dimensions géographiques	Nationale	97,45%	100%	98,95%
	Régionale	-	-	-
	Locale	-	-	01,05%

La comparaison entre les données de couverture effectuées tout au long des trois précédentes années révèle :

- ✓ L'augmentation de la part accordée à la discussion autour des projets de loi de finances dans les magazines de débat et d'information, contre **une régression des couvertures consacrées à ce sujet, dans les journaux d'information**
- ✓ Une diminution graduelle du volume horaire consacré aux interventions des personnalités politiques et des professionnels, devant une **présence plus accrue des experts et enseignants chercheurs**. Pour ce qui est du **temps de parole des différentes personnalités féminines**, bien que similaire entre 2014 et 2015, soit environ 17%, **il n'a pas dépassé les 9%** dans les couvertures du projet de 2016.
- ✓ L'intérêt, dans les couvertures consacrées aux projets de loi de finances, pour le traitement du projet **en tant que document à portée purement nationale**, nonobstant les dimensions régionale et locale.

Volet II : Données quantitatives relatives aux couvertures médiatiques du projet de loi de finances 2016 et aux intervenants

Ce volet comprend les données quantitatives relatives à la couverture médiatique du projet de loi de finances 2016. Il y sera question uniquement des médias qui ont réalisé dans leurs couvertures, pendant la période du rapport, un volume horaire de plus de 15 min dans les journaux d'information, et de plus de 30 min dans les magazines de débat et d'information. Comme le démontre le tableau ci-contre, certains médias ont réalisé les deux conditions, tandis que d'autres n'en ont réalisé qu'une seule.

Tableau n°3 : Les médias ayant consacré, à la couverture du projet, au moins 15 minutes dans leurs journaux d'information, et au moins 30 minutes dans leurs magazines de débat et d'information.

Médias concernés	Secteur public	Secteur privé
Médias ayant réalisé le minimum de couverture dans les journaux et les magazines	Al Oula, 2M TV, Radio nationale, Radio Amazighe	Médi1 TV, Radio Atlantic, Radio Casa FM
Médias ayant réalisé le minimum de couverture uniquement dans les journaux d'information	TV Tamazight, Al Maghribia, Radio Rabat chaîne inter	Radio Aswat, Radio Plus Casablanca
Médias ayant réalisé le minimum de couverture uniquement dans les magazines		Luxe Radio, Radio Plus

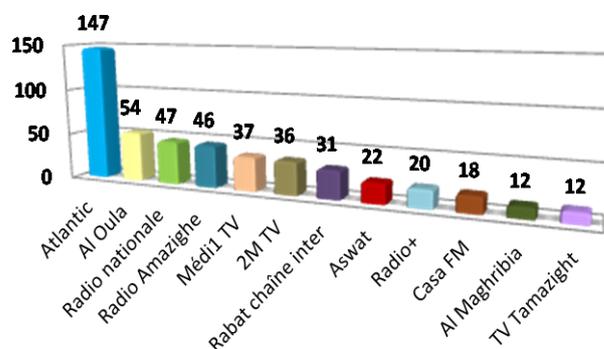
Suivant cette grille, l'analyse distinguera entre le traitement médiatique, consacré au projet, par 12 médias (voir le tableau ci-dessus) dans les journaux d'information, et par 9 médias dans les magazines de débat et d'information (voir le tableau ci-dessus). Le rapport traitera ensuite des différentes catégories ayant bénéficié d'un temps de parole à ce sujet.

1. La couverture dans les journaux d'information

✓ Par rapport au nombre et à la fréquence de diffusion des couvertures traitant de sujets relatifs au Projet

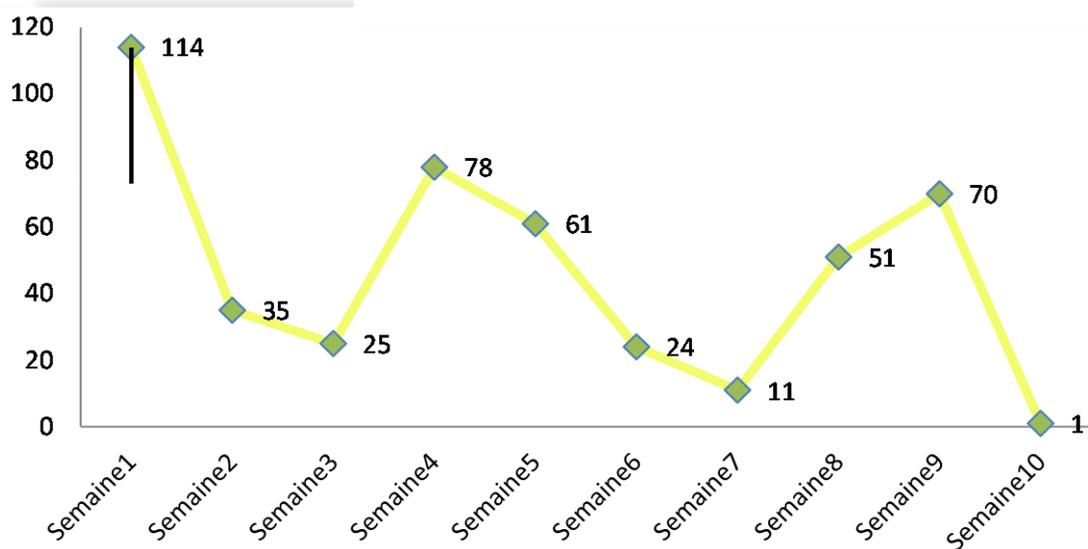
482 couvertures traitant d'un sujet relatif au projet de loi de finances 2016 ont été recensées, pendant la période du rapport. Elles ont été diffusées par les radios et télévisions (12 médias), ce qui démontre que ces médias ont **inclus un sujet relatif au Projet dans 6 couvertures et demie par jour**.

Graphe n°4 : Nombre de couvertures traitant de sujets relatifs au projet de loi de finances 2016



Il est à constater que la première semaine suivant la présentation du Projet par les membres du gouvernement au parlement a connu la plus importante diffusion de couvertures, à ce sujet, soit 114 couvertures diffusées par les 12 médias. La fréquence de diffusion a ensuite marqué une diminution constante avec des pics de couvertures réalisés à chaque fois que le Projet accueille une nouvelle phase de la procédure législative, pour enfin atteindre le minimum de couverture, soit une seule couverture diffusée pendant la dixième et dernière semaine.

Graphe n°5 : Evolution de la couverture du projet de loi de finances 2016



✓ **Par rapport au volume horaire de couverture dans les journaux d'information**

Sur l'ensemble des médias audiovisuels ayant réalisé le minimum de couverture dans les journaux d'information, le volume horaire consacré aux couvertures relatives au projet de loi de finances 2016 a atteint 15 heures 23 min. Ceci permet de constater que **le volume horaire des « informations » relatives au Projet, reçues chaque jour par le public, a atteint environ 12 min 40 s de couvertures diffusées par les médias précités.**

Sur le volume horaire global consacré à ce sujet, les radios ont réalisé plus de 10 heures de couverture. En effet, **Atlantic Radio a pris le dessus sur les autres radios, réalisant 4 heures 3 min de couvertures relatives au projet, soit 45% du total du volume horaire consacré, à ce sujet, par les radios, dans les journaux d'information**

Tableau n°4 : Nombre de journaux radiodiffusés ayant traité du projet de loi de finances 2016 et le volume horaire des interventions les concernant

Radios	Nombre de journaux d'information	Nombre d'interventions dans les journaux	Volume total de couverture dans les journaux	Total d'interventions dans les journaux
Radio nationale	47	35	01:42:50	00:41:01
Radio Amazighe	46	17	01:23:36	00:44:08
Rabat chaîne inter	31	10	00:48:44	00:20:32
Radio Atlantic	147	37	04:34:38	01:20:59
Radio Casa FM	18	20	00:37:27	00:12:43
Radio Plus Casablanca	20	12	00:35:56	00:13:28
Radio Aswat	22	9	00:27:39	00:14:34
Total	482	254	10:10:50	03:47:25

Le volume horaire des couvertures dans les télévisions a atteint 5 heures 12 min. **Les couvertures de la chaîne Al Oula ont ainsi réalisé le volume horaire le plus élevé (2 heures 13 min), soit 43% des couvertures dans les télévisions**, suivie de Médi1 TV qui a atteint 30%, et de 2M TV, qui a marqué 11%, à ce sujet. Tandis **qu'AL MAGHRIBIA et TV Tamazight n'ont pas dépassé 30 min de diffusion dans toutes leurs couvertures, pendant la période de discussion du projet au parlement.**

Tableau n°5 : Nombre de journaux télévisés ayant consacré une couverture médiatique au projet de loi de finances 2016 et le volume horaire des interventions

Télévisions	Nombre de journaux	Nombre d'interventions dans les journaux	Volume horaire total de couverture dans les journaux	Volume horaire total d'interventions dans les journaux
Al Oula	54	39	02:12:54	01:02:50
2M TV	36	21	00:34:21	00:14:39
TV Tamazight	12	15	00:24:29	00:10:30
Al maghribia	12	17	00:26:54	00:17:18
Médi1 TV	37	22	01:33:23	00:48:41
Total	151	114	05:12:01	02:33:58

2. La couverture dans les programmes d'information

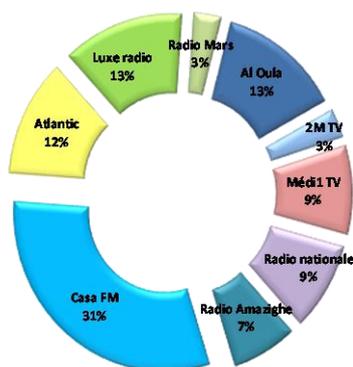
Sur 20 médias recensés, 9 (3 télévisions et 6 radios) ont consacré plus de 30 min aux sujets relatifs au Projet, pendant la période du rapport, sans compter le volume horaire de rediffusion du même sujet dans des occasions ultérieures. Le volume horaire réalisé par ces médias est d'environ 20 heures 40 min en diffusion initiale, et 27 heures 27 min avec rediffusions incluses.

Tableau n°6 : Volume horaire de couverture du projet de loi de finances 2016 dans les magazines de débat et d'information

Médias	Rediffusions	Diffusion initiale	Total du temps d'antenne
Radios	Casa FM	6:29:21	6:29:21
	Luxe Radio	2:35:20	2:37:55
	Atlantic Radio	0:52:53	2:31:41
	Radio nationale		1:55:17
	Radio Amazighe		1:26:01
	Radio Mars	0:14:12	0:30:03
Télévisions	Al Oula	2:11:47	2:36:24
	Médi1 TV	0:53:25	1:56:31
	2M TV		0:36:09
Total	6:47:37	20:39:22	27:26:59

Il est également à constater que les médias privés (6 médias) ont réalisé plus du double du volume horaire consacré par les médias publics (4 médias) au traitement médiatique du projet de loi de finances 2016, soit plus de 14 heures dans les magazines de débat et d'information, contre 6 heures et demie réalisées par les médias publics.

Graphe n° 6 : Répartition des télévisions et radios ayant consacré dans leurs magazines de débat et d'information une couverture au projet de loi de finances 2016

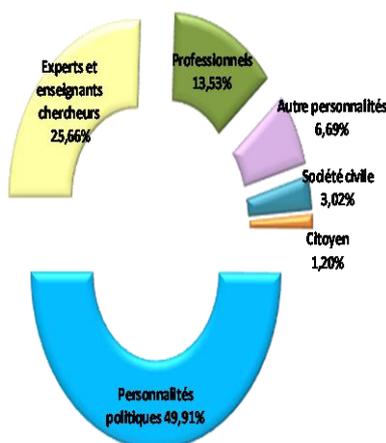


Ce type de couverture a été le plus présent dans les magazines de Casa FM, soit près du tiers du volume total de couverture ; suivie de Luxe Radio et Al Oula, bien que ces dernières aient rediffusé presque les mêmes couvertures. Tandis que 2M TV a diffusé le moins de magazines, comparée aux autres médias.

3. Les acteurs interviewés dans les magazines de débat et d'information

✚ Panorama global des intervenants dans la couverture médiatique du Projet

Graphe n°7 : Les catégories ayant participé à la couverture du projet de loi de finances 2016



Dans le cadre du traitement médiatique du projet de loi de finances 2016, la répartition du volume horaire des interventions, en fonction des qualités des intervenants, révèle que **la priorité a été accordée, par les opérateurs, aux commentaires des personnalités politiques** autour du Projet et l'expression de leurs opinions et points de vues à son sujet. Ces opérateurs ont ainsi consacré la moitié des interventions aux membres du gouvernement et aux partis politiques, tandis que les experts et enseignants chercheurs ont bénéficié du quart du volume horaire total des interventions. Les autres intervenants, eux, se sont appropriés le quart restant. En effet, **les citoyens ont marqué la plus faible présence dans ces couvertures, soit 17 min et demie, suivis des acteurs de la société civile qui n'ont bénéficié que d'environ 45 min sur l'ensemble des médias.**

Le tableau ci-contre dévoile le temps de parole accordé à chaque catégorie d'intervenants dans les journaux d'information et les magazines de débat et d'information :

Tableau n°7 : Temps de parole des acteurs intervenant dans les couvertures médiatiques du projet de loi de finances 2016

Acteurs interviewés	Dans les journaux d'information	Dans les magazines de débat et d'information	Volume horaire total d'interventions
Acteurs politiques	4:07:18	7:59:38	12:06:56
Experts et enseignants chercheurs	0:46:01	5:27:42	6:13:43
Acteurs professionnels	1:03:04	2:14:00	3:17:04
Autres personnalités	0:22:09	1:15:18	1:37:27
Acteurs de la société civile	0:00:59	0:42:59	0:43:58
Citoyens	-	0:17:29	0:17:29
Total	06:19:31	17:57:06	24:16:37

En dépit des volumes horaires de couvertures distincts entre les différents médias, **les interventions les plus présentes des catégories interviewées par chaque média sont celles des personnalités politiques, suivies de celles des experts et enseignants chercheurs et enfin celles des professionnels.**

Il est à relever que l'intérêt accordé aux personnalités politiques a été fortement notable dans les télévisions publiques, soit 83% de l'ensemble des interventions, contre 48% dans les radios publiques, 38% sur Média1 TV et 41% dans les radios privées.

Il est également à constater qu'Atlantic Radio, qui a réalisé le pic de couverture du Projet, a cependant accordé, dans ses couvertures, le moins d'intérêt aux interventions des personnalités politiques³, par rapport aux autres médias, soit 29% de l'ensemble des interventions. Elle a en revanche occupé la deuxième position en termes de participation des experts, soit 36%, devançant Luxe radio. Cette dernière se tient, à son tour, en tête des médias, s'agissant de la présence des experts et enseignants chercheurs, soit 38%. Tandis que la participation des experts vient attribuer la troisième position à Casa FM, soit 31%.

³ Voir annexe n°2

✚ Répartition par médias des interventions des différents acteurs

a. Les personnalités politiques

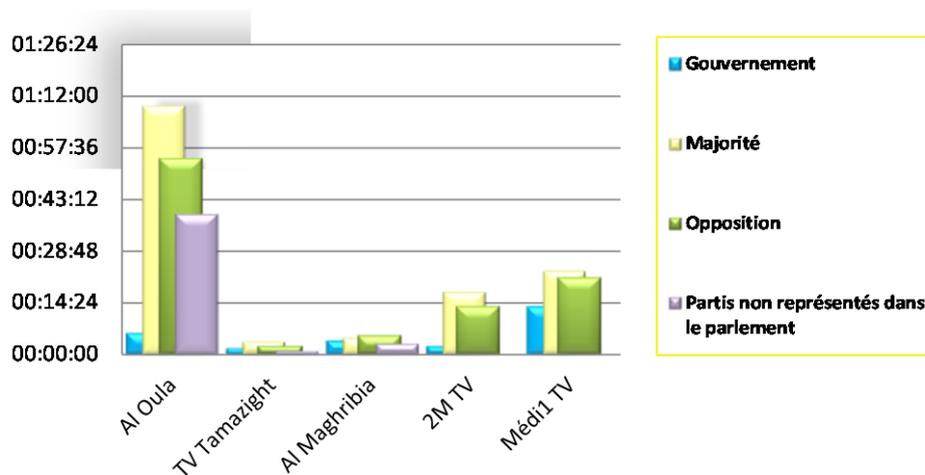
- Présence de l'acteur politique dans la couverture médiatique

La comptabilisation du temps d'antenne des interventions des membres du gouvernement, des partis de la majorité et de l'opposition et des partis non-représentés dans le Parlement a révélé que les interventions des partis de la majorité dans les journaux d'information et les magazines de débat et d'information, sur l'ensemble des médias, ont été les plus marquantes.

- Présence de l'acteur politique dans la couverture de chaque service audiovisuel

La comparaison entre les temps de parole accordés par les radios et télévisions, aux personnalités politiques, révèle une faible présence des interventions des membres du gouvernement par rapport aux partis de l'opposition, notamment sur Al Oula, 2M et Médi1 TV. Tandis que les partis non représentés dans le parlement ont marqué, uniquement sur Al Oula, une présence plus élevée que celle des membres du gouvernement.

Graphe n°8 : Présence des acteurs politiques dans les couvertures des télévisions

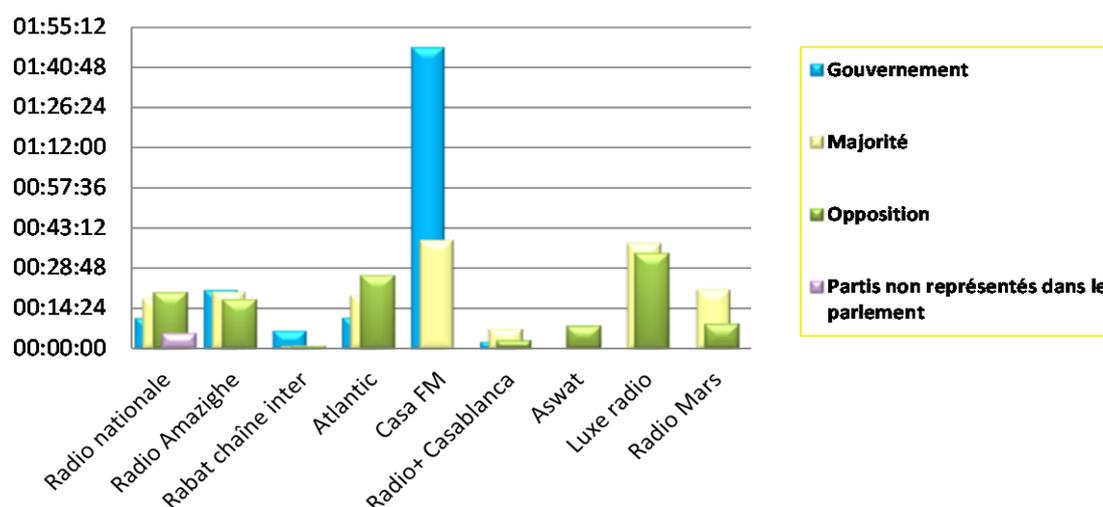


Il est important de noter également que **le volume horaire de couverture réalisé par les télévisions** n'a pas été en faveur des personnes interviewées, en termes de temps de parole.

Seules Al Oula et AL MAGHRIBIA l'ont consacré aux quatre Parts, tandis que sur les trois autres télévisions, une absence notable des partis non représentés dans le parlement a été dénotée. La présence de ces derniers a cependant devancé, sur Al Oula, celle des membres du gouvernement.

Pour ce qui est **des radios**, dont le volume horaire de couverture a atteint 07 :21 :14 dans les journaux d'information et les magazines de débat et d'information, une absence totale des partis non représentés au parlement a été constatée, à l'exception de Radio nationale, qui leur a consacré 5min8s et Radio Amazighe qui leur a accordé 58s. Sur Casa FM, **aucun temps de parole n'a été accordé aux partis de l'opposition, tandis que les membres du gouvernement y ont bénéficié d'une heure et 47min. La voix du gouvernement n'a pas été entendue sur Aswat, qui a attribué un temps de parole uniquement aux partis de l'opposition.** Luxe radio et Radio Mars, elles, ont uniquement interviewé les partis de la majorité et ceux de l'opposition

Graphes n°9 : Présence des acteurs politiques dans la couverture des radios

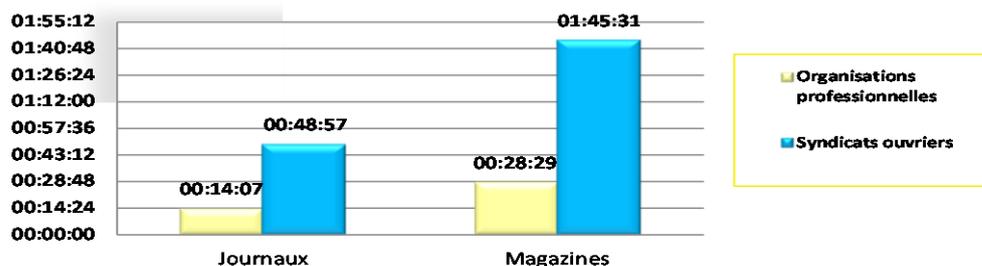


b. Les intervenants professionnels (syndicats et organisations professionnelles)

Présence des professionnels dans la couverture médiatique

Les interventions des représentants des organisations professionnelles et des syndicats ouvriers ont atteint un volume horaire de 03 :17 :04, dont les deux tiers ont été diffusés dans les magazines de débat et d'information, et le tiers restant dans les journaux d'information. A travers la répartition de ce volume horaire, il est également à noter que **les syndicats ont été les plus nombreux à prendre la parole dans les deux types de programmes, comparés aux organisations professionnelles.** Les interventions des syndicats ont ainsi atteint plus de 2 heures et demie, contre près de 42 min dont les organisations professionnelles ont bénéficié.

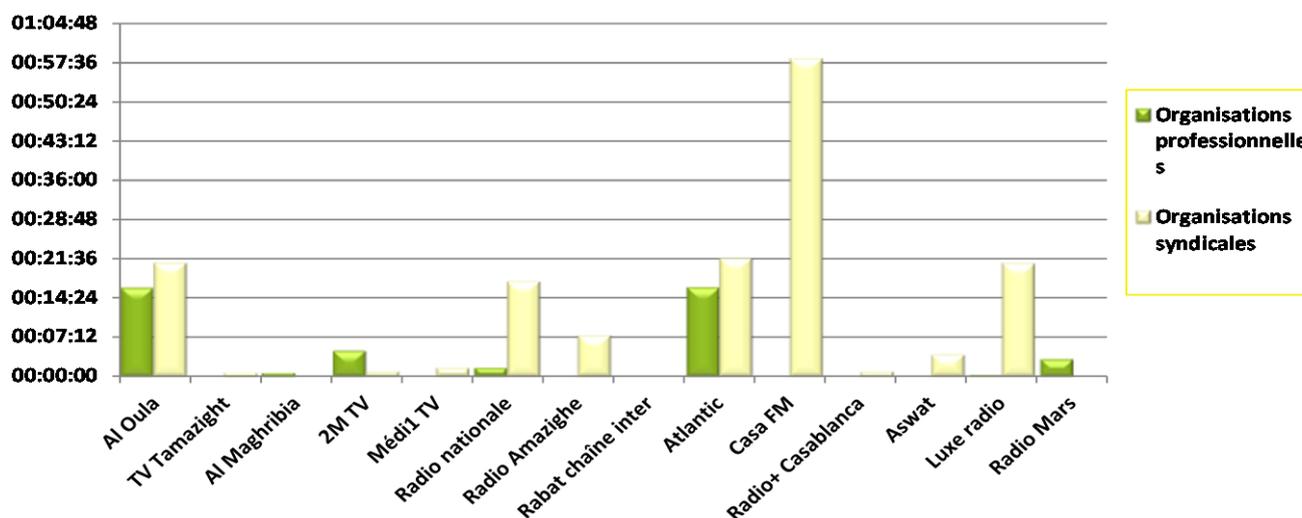
Grphe n°10 : Présence des acteurs professionnels dans la couverture médiatique du projet de loi de finances 2016



• **Répartition par médias des interventions des professionnels**

La chaîne Al Oula et Atlantic Radio sont les seules à avoir consacré à peu près le même temps de parole aux représentants des syndicats et aux organisations professionnelles. Les autres médias, eux, ont soit privilégié une catégorie au profit de l'autre (Radio nationale, 2M TV et Luxe Radio) ou s'en sont limités à une seule (Aswat, Radio Amazighe, Média1 TV, Radio Casa FM et Radio Plus Casablanca). Il est à constater également que sur cette dernière, environ 1 heure a été consacrée aux organisations syndicales.

Graphe n°11 : Répartition par médias des interventions des acteurs professionnels



c. Citoyens et intervenants au nom de la société civile

• Présence des acteurs de la société civile

Le temps de parole accordé aux intervenants de la société civile a atteint 43min 58s. Cette présence a été observée dans seulement deux cas : 42min9s diffusées dans un magazine de débat sur Radio Amazighe, et 59s dans un journal d'information sur Aswat.

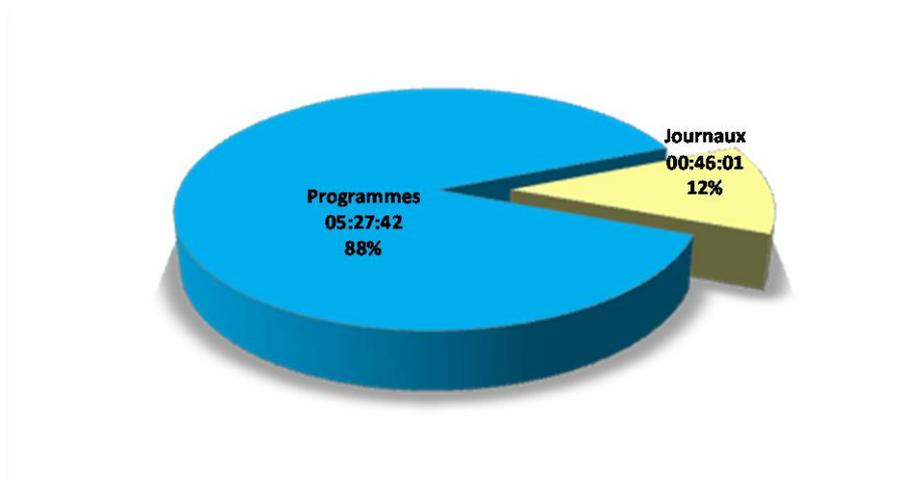
• Présence du citoyen

Les citoyens intervenant dans les sujets médiatiques traitant du projet de loi de finances 2016 n'ont bénéficié que de 17min29s. Ce constat est relevé sur deux médias : une présence dans l'un des magazines de 2M TV, dont le volume horaire n'a pas dépassé une minute et 24s, et une autre a été constatée dans un magazine de débat sur Casa FM, et a duré 16min5s

d. Interventions des experts et enseignants chercheurs

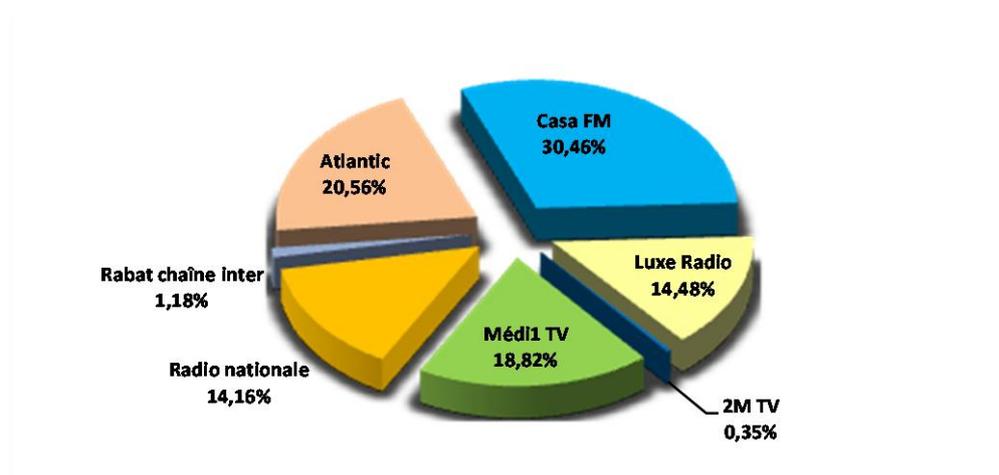
Comme signalé précédemment, les experts et enseignants chercheurs sont arrivés en deuxième position après les acteurs politiques, en termes de présence dans les couvertures médiatiques relatives au projet de loi de finances 2016, en contribuant à 25,66% du temps de parole global. Ce dernier a atteint 06 :13 :43 et a été majoritairement enregistré dans les magazines de débat, à hauteur de 88%.

Graphe n°12 : Présence des experts et enseignants chercheurs dans la couverture du projet de loi de finances



La plupart des interventions d’experts et enseignants chercheurs ont été diffusées par les médias privés, soit 05 :15 :06. Casa FM se tient en tête de ces médias, réalisant environ une heure et 54min, suivie d’Atlantic Radio avec une heure et 16min, et de Méd1 TV avec une heure et 10min. Tandis que la Radio nationale a consacré 52min à ces interventions.

Graphe n°13 : Répartition par médias de la présence d’experts et enseignants chercheurs dans la couverture du projet de loi de finances 2016

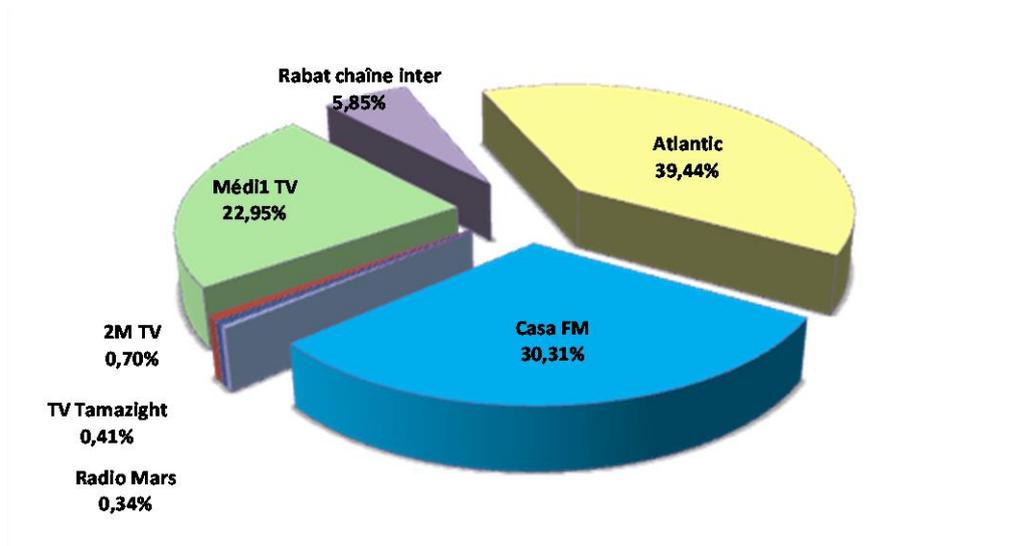


e. Intervenants en d’autres qualités

D’autres personnalités non classées, à savoir les journalistes de la presse écrite, et les responsables administratifs des ministères et des établissements publics, ont marqué leurs interventions autour du projet de loi de finances 2016, dans les journaux d’information et les

magazines de débat et d'information. Ces intervenants ont bénéficié de 37min et 27s, notamment dans les médias privés. En effet, leur temps de parole peut être réparti comme suit : Le volume horaire le plus élevé sur Atlantic Radio, soit 38 min. Une demi-heure sur Casa FM et 22 min sur Médi1 TV.

Grappe n°14 : Présence, selon les médias, des personnalités non classées dans la couverture de loi de finances



Chapitre II : Caractéristiques du traitement médiatique consacré par quelques médias à la loi de finances 2016

Ce chapitre met l'accent sur trois types de caractéristiques relatives au traitement médiatique du projet de loi de finances 2016 par six médias : les télévisions généralistes publiques Al Oula et 2M TV, les radios généralistes publiques Radio nationale et Radio Amazighe, la télévision privée d'information en continu Médi1 TV, et la radio privée thématique traitant de l'économie Atlantic Radio.

Les caractéristiques quantitatives de la couverture, dans ce rapport, signifient l'ensemble des démarches adoptées par les médias concernés pour le traitement médiatique du projet de loi de finances 2016. Ces démarches sont faites sur la base de la détermination du genre ou format journalistique de couverture, de la place accordée au Projet par rapport aux autres sujets et informations diffusés, aux axes choisis pour le traitement et l'étude de la couverture, en passant par la recherche des personnes habilitées à fournir des réponses à ce sujet.

En partant de ces précisions, **la première partie s'attardera sur les genres et formats journalistiques employés par les médias susmentionnés**, pour la diffusion et le traitement du projet de loi de finances 2016, et la place accordée à ce dernier dans les journaux d'information et les magazines de débat qui l'on traité. **Ensuite seront examinées les caractéristiques thématiques de la couverture**, à travers le recensement des axes du projet ayant bénéficié d'un traitement médiatique, et la répartition des points de vue exprimés par les intervenants dans les couvertures. **Enfin, le rapport consacrera une troisième partie à la présentation des caractéristiques relatives aux indices du pluralisme et de la diversité au niveau de l'espace, de l'approche genre et des langues utilisées.**

Volet 1^{er} : Caractéristiques formelles de la couverture

Les caractéristiques formelles des différentes couvertures diffusées par les six médias sont perçues à travers le respect de la pluralité des moyens d'élaboration et de préparation du traitement médiatique accordé au projet de loi de finances 2016 et sa priorité par rapport aux autres couvertures dans les journaux d'information. Elles peuvent également se démarquer dans les éditions complètes consacrées au Projet dans les magazines de débat et d'information.

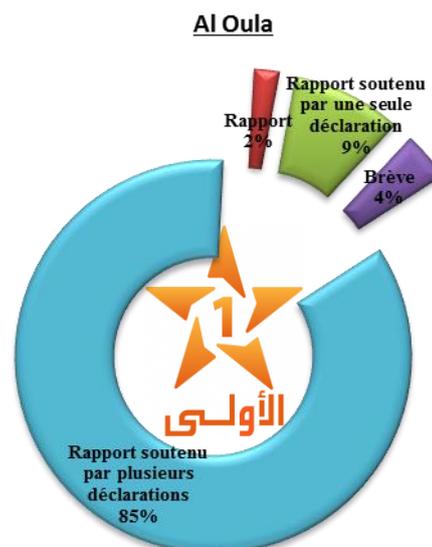
Les journaux d'information usent, pour ce traitement médiatique, des formats différents de ceux employés dans les magazines de débat et d'information. Ces formats peuvent se différer d'une couverture à une autre, et d'un magazine à un autre. C'est dans cette optique que les formats de diffusion employés dans les journaux d'information et la fréquence de diffusion prioritairement dédiée au traitement du Projet seront délimités. Ensuite seront examinés les types de magazines de débat et d'information ayant traité du Projet, ainsi que la place accordée à la question, dans les magazines, en tant que sujet principal ou secondaire.

1. Genres et formats du traitement médiatique dans les journaux d'information

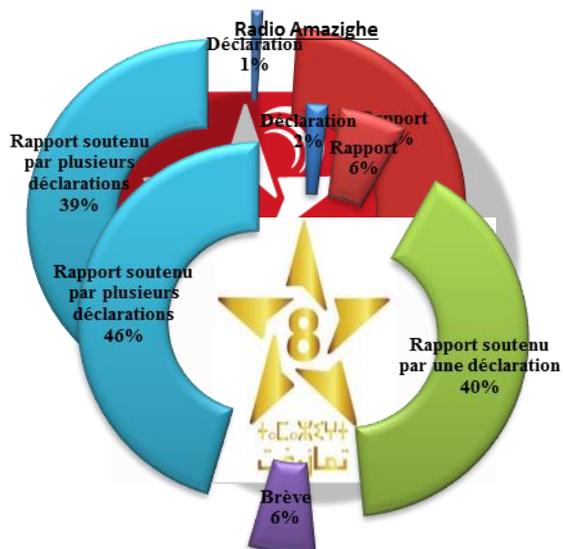
A travers le suivi des journaux d'information ayant consacré des couvertures au projet de loi de finances 2016, il est à constater que ces dernières se limitent à cinq modes de diffusion :

- a. Rapports soutenus par plusieurs déclarations (reportages) :** La durée de diffusion de ce format est plus longue que celles des autres types. En effet, ce format assure la diffusion de plus d'une seule opinion sur le sujet de couverture. Ces opinions revêtent souvent des orientations distinctes. Il est à noter aussi qu'à l'exception d'Atlantic Radio (4 reportages sur 146 ne dépassant pas 15min au total de diffusion), les 5 autres médias ont particulièrement recouru à ce format dans la couverture appelant à interagir avec le projet de loi de finances 2016. Al Oula s'est tenue en tête de ces médias, réalisant 32 rapports de ce genre sur 52, et dont la diffusion a atteint 85% du volume horaire de couverture dans les journaux d'information.
- b. Rapports soutenus par une seule déclaration :** C'est ce qui caractérise les journaux d'information sur Atlantic Radio. Cette dernière a en effet diffusé 71 rapports de ce genre. Elle a ainsi réparti les diverses opinions sur l'ensemble de ses journaux d'information, et ce, en réalisant plusieurs rapports dans lesquels chaque acteur bénéficie d'un temps de parole. C'est à cette même procédure que Radio Amazighe et la Radio Nationale, bien qu'avec moins de contribution, ont eu recours.
- c. Rapports :** Les informations et sujets qui y sont diffusés sont quelque peu plus détaillés, sans avoir recours aux déclarations des acteurs et spécialistes. Il y est question des efforts éditoriaux des journalistes pour la diffusion, l'analyse et la vulgarisation du plus grand nombre d'informations. Il est à signaler que ce type de diffusion a été employé par la Radio nationale (14 rapports sur 47 couvertures), par Atlantic Radio (46 rapports sur 146 couvertures) et par Médi1 TV (4 rapports sur 35 couvertures).
- d. Brèves :** Diffusés pendant une courte durée (moins de 30s par couverture), ces formats marquent un faible volume horaire. Néanmoins, le nombre de brèves diffusées peut dépasser la diffusion des autres types de formats. Ce constat peut être relevé sur Médi1 TV (15 sur 30) et sur 2M TV (16 sur 35)
- e. Déclarations :** Il a été constaté que le projet de loi de finances 2016 a fait l'objet de déclarations, sans pour autant être sujet du rapport contenant ces déclarations. Ces occasions ont été rares, soit pas plus de 12 déclarations (sur 361 couvertures) dont la moitié a été diffusée sur 2M

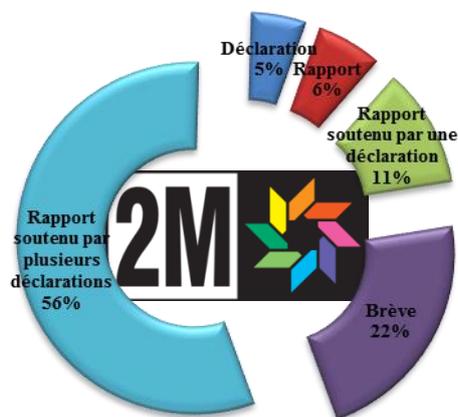
Graphe n°15 : Répartition par médias des genres et formats du traitement médiatique dans les journaux d'information



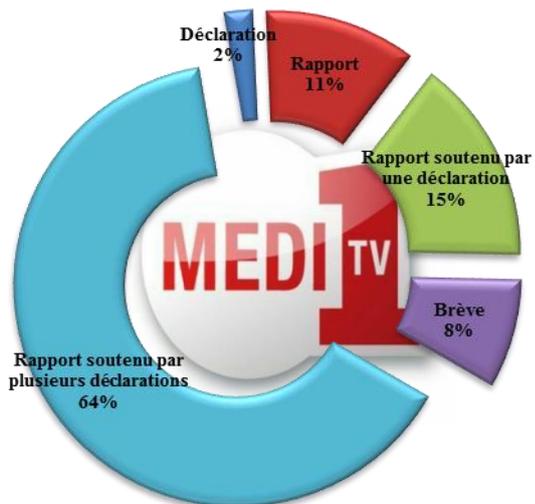
Radio nationale



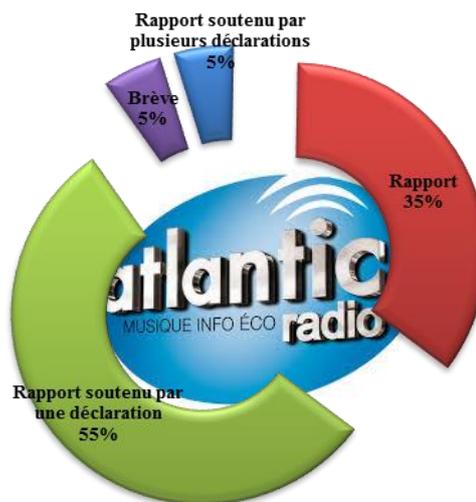
2M TV



Médi1 TV



Atlantic



L'observation de la répartition des couvertures relatives au projet de loi de finances 2016 dans chaque journal d'information et la comparaison entre le volume horaire de chaque couverture et celui du journal d'information traitant de cette couverture montre que les couvertures relatives au Projet sont passées en tête de 128 couvertures sur 361 ayant accordé un traitement à ce sujet, soit 35% de couvertures. **Ces dernières ont accompagné les sessions générales de la chambre des représentants et des conseillers**, relatives à la présentation initiale du Projet par le ministre de l'économie et des finances. Ces couvertures ont également diffusé les sessions dédiées aux interventions des partis politiques et les sessions consacrées au vote pour l'adoption du Projet. Elles ont ainsi contribué à 10% du volume horaire total consacré à ce sujet, par les six médias dans les journaux d'information.

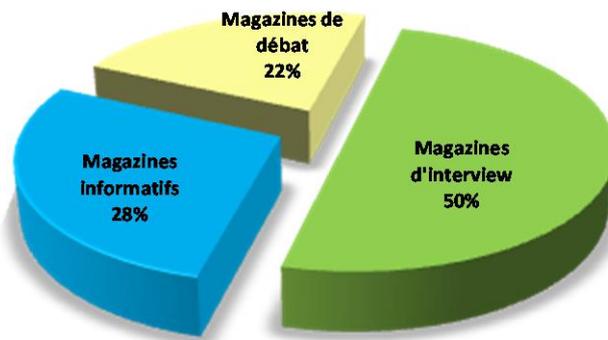
Tableau n°8 : Volume horaire et pourcentage des couvertures dans les journaux d'information

Médias	Volume horaire de couverture dans les journaux d'information	Temps d'antenne des journaux d'information	Pourcentage de couverture	Nombre de couvertures	Couvertures dans lesquelles le projet de loi de finances a été prioritaire
Atlantic	04:33:31	48:22:13	9%	146	87
Radio Amazighe	01:23:36	14:11:39	10%	46	10
Radio nationale	01:41:41	11:57:54	14%	47	21
Al Oula	02:11:08	21:16:02	10%	52	5
2M TV	00:33:02	08:19:31	7%	35	2
Médi1 TV	01:33:23	13:54:30	11%	35	3
Total	11:56:21	118:01:49	10%	361	128

2. Types de magazines de débat et d'information

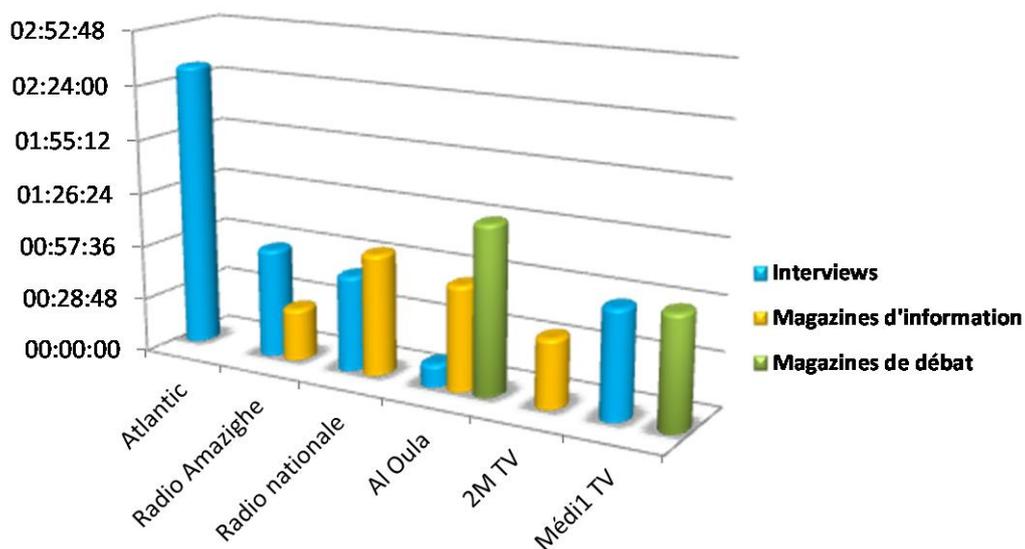
Il est à noter qu'en dehors des journaux d'information, trois types de magazines se sont intéressés au traitement du projet de loi de finances : les magazines de débat (50%), les magazines (28%) et les magazines de débat politique (22%)

Graphe n°16 : Répartition des magazines par type



- a. Interviews :** Elles renvoient aux programmes qui se présentent sous forme de dialogue entre le présentateur de l'émission, qui pose des questions, et l'invité qui se charge d'y répondre. Il est important de signaler qu'en dehors des journaux d'information, la moitié du temps de parole consacré au projet de loi de finances a été réalisée dans des interviews. Aussi les trois radios ont-elles diffusé la plupart de ces interviews, soit un total de 04 :20 :39. Tandis que les trois télévisions ont diffusé un total de 01 :08 :58.
- b. Magazines d'information :** Elles se basent sur la pluralité des formats de diffusion et leur concomitance dans un seul magazine. Ce type de magazines a été exclusivement diffusé par les médias publics. Cette diffusion, néanmoins, a été présente dans les magazines parlementaires dédiés au suivi des travaux des deux chambres du parlement.
- c. Magazines de débat :** Elles se caractérisent par une longue durée, et par la présence en temps réel d'acteurs montrant des opinions disparates. **Seuls deux de ces magazines** ont couvert le débat sur le Projet dans l'une de leurs éditions, à savoir « *Kadaya wa arae* » sur TV Al Oula et « *Mouwaten Al Yaoum* » sur Médi1 TV. Ces services audiovisuels ont réalisé une diffusion d'environ 22% du volume horaire global, sur les six médias, dans leurs magazines de débat et d'information.

Grphe n°17 : Répartition par temps d'antenne des types de magazines ayant couvert le projet de loi de finances 2016



En général, certains magazines ont consacré des éditions complètes au Projet, tandis que d'autres s'y sont partiellement intéressés. Le schéma ci-dessous démontre l'importance accordée par les six médias au projet de loi de finances 2016 dans leurs magazines et magazines de débat.

Graphe n°18 : Schéma sur l'importance accordée au projet de loi de finances par les six médias, dans leurs magazines d'information et de de débat



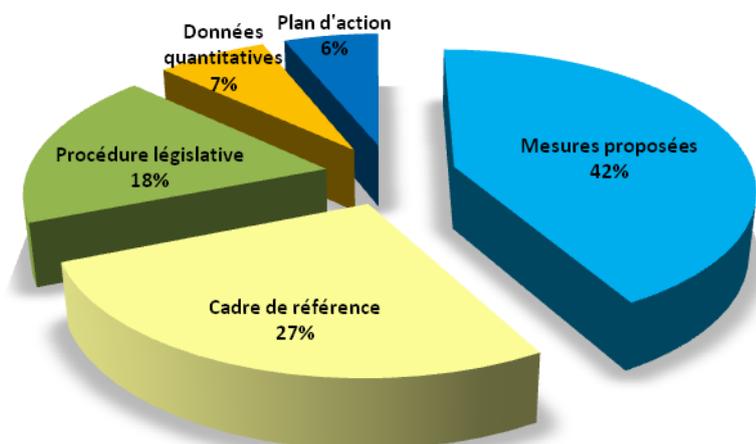
Volet II : Caractéristiques thématiques de la couverture

Le suivi des couvertures réalisées par les six médias (Al Oula, TV 2M, Média1 TV, Radio nationale, Radio Amazighe et Atlantic Radio) relatives au projet de loi de finances 2016, et le recensement de toutes les informations exprimées ont permis de répartir ces couvertures en axes selon le sujet traité. Les points de vue des personnes interviewées autour de ces sujets se sont subdivisés en trois catégories : les avis pour, les avis contre et les avis neutres vis-à-vis des sujets relatifs au Projet. Ce volet sera donc décliné en deux parties : la première partie examinera les axes contenus dans les différentes couvertures et la répartition par médias des diffusions consacrées à chaque axe. Tandis que la deuxième s'intéressera aux opinions exprimées à propos des différents sujets relatifs à ces couvertures.

1. Les axes du Projet traités dans les couvertures.

Le rapport a souligné les sujets traités dans les diverses couvertures en les divisant en séquences, prenant la forme de reportages. La répartition des séquences selon leur contenu a permis de relever 5 axes principaux caractérisant l'orientation générale de la couverture médiatique du projet de loi de finances. Ces axes ont été évoqués selon l'importance de leur présence :

Graphe n° 19 : Répartition des axes relatifs au projet de loi de finances 2016, traités par les couvertures



a. Nouvelles mesures proposées (42%) :

L'intérêt des six médias s'est porté sur les nouvelles mesures du projet de loi de finances 2016, lesquelles mesures conditionnent la vie quotidienne des citoyens, consommateurs, salariés ou sujets de divers programmes de développement. Cet axe s'est tenu en tête des sujets traités dans les couvertures, réalisant près de 42% du total du temps consacré à la couverture du Projet par les six médias.

b. Cadre de référence du projet de loi de finances 2016 (27%) :

Le traitement des différentes couvertures a révélé l'intérêt porté par les médias pour le cadre de référence en vertu duquel le projet de loi de finances 2016 a été élaboré. Cet intérêt se concrétise en faisant connaître les hypothèses sur lesquelles se base le Projet, ainsi que l'évocation du contexte politique national et international. Le respect de la conjoncture économique interne et externe, et des facteurs macroéconomiques et sociaux conduisant les orientations du projet feront également l'objet du cadre de référence. Cet axe a réalisé près de 27% du volume total de couverture du Projet par les six médias.

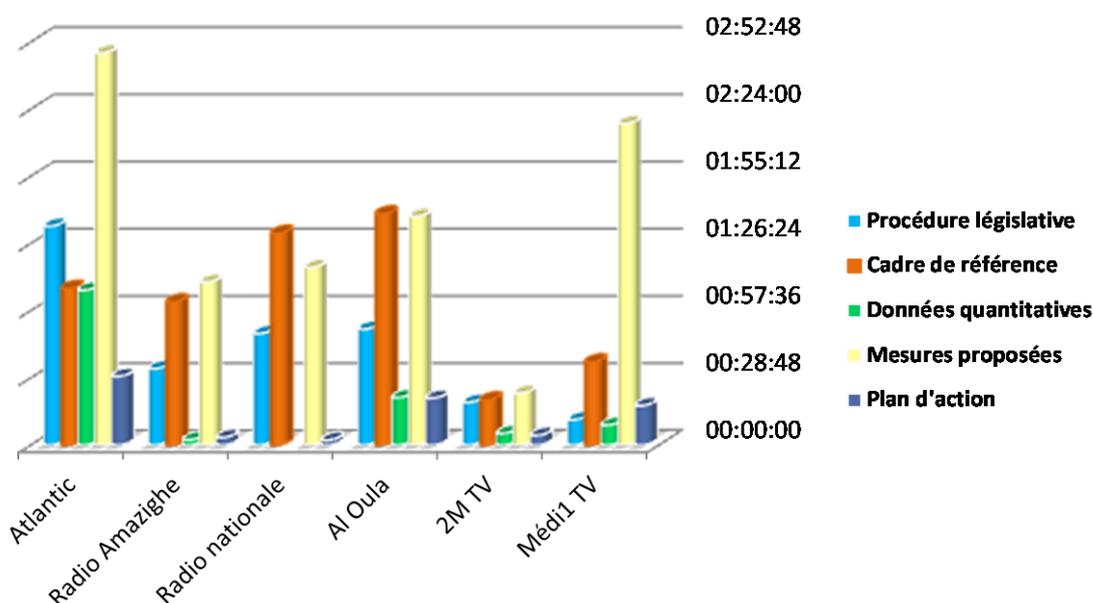
c. Suivi de la procédure législative (18%) :

Les étapes conduisant le projet de loi de finances 2016 devant les chambres des représentants et des conseillers ont constitué un élément médiatique. En effet, il y a eu diffusion des différentes étapes réalisées ou pas encore par le projet. Ces étapes incluent la présentation du Projet, les débats à son sujet dans les deux commissions des finances, les journées d'examen organisées par les partis politiques pour étudier les dispositions du Projet et les sessions générales du vote définitif pour son adoption. Cet axe a atteint 18% du volume total de couverture du Projet par les six médias.

d. Données quantitatives relatives au projet de loi de finances 2016 (7%) : Il y est question de discuter globalement et généralement des ressources autorisées par le budget de l'Etat, et leur affectation pour les différents secteurs. Cet axe comprend également les informations notées dans le rapport économique, que le ministère des finances a jointes au projet de loi de finances 2016. Ce rapport traite de la conjoncture et des indicateurs économiques du Maroc. Ainsi, cet axe a réalisé environ 7% du volume horaire total de couverture du Projet par les six médias

e. Plan d'action (6%) : Cet axe s'intéresse aux couvertures relatives à la discussion autour des dispositions présentées par le projet de loi de finances pour aboutir aux objectifs qui y sont consignés, tels que l'amélioration et l'habilitation des structures destinées à encourager l'investissement, l'insertion du système de régionalisation et de la loi organique, ainsi que la lutte contre la fraude fiscale. Il a réalisé près de 6% du total de couverture du Projet par les six médias.

Graphe n°20 : Axes du projet de loi de finances selon les médias



Le graphe révèle que la présence des axes susmentionnés dans les couvertures médiatiques diffère d'un média à l'autre. En effet, Atlantic Radio, qui est en tête des médias en termes de volume horaire, a consacré entre une et deux heures et 50s à tous les axes, à l'exception de celui du « plan d'action ». La discussion autour de ce dernier n'a pas dépassé 30min. Il est également à signaler que les médias privés **Atlantic radio et Médi1 TV ont mis en exergue l'axe relatif aux « nouvelles mesures proposées »** par le projet. Ce traitement s'est opéré à travers l'augmentation du volume horaire accordé à ce sujet. Tandis que les médias publics et privés, notamment ceux faisant partie de la Société nationale de radiodiffusion et de télévision, ont attribué des volumes horaires similaires à l'axe relatif au « Cadre de référence » de la loi de finances et à ses « nouvelles mesures proposées ».

Il est à constater que les sujets relatifs aux nouvelles mesures proposées par le projet de loi de finances 2016 ont bénéficié de l'intérêt et du suivi de six médias, notamment Médi1 TV, réalisant les deux tiers de couverture à ce sujet et Radio Amazighe avec 41%, suivie de près par Atlantic Radio avec 40% et enfin les autres médias publics. Chacun de ces derniers a traité cet axe de 32% à 35%. Radio nationale s'est tenue en tête des médias publics ayant traité des sujets relatifs au cadre de référence, soit de 28% à 42%.

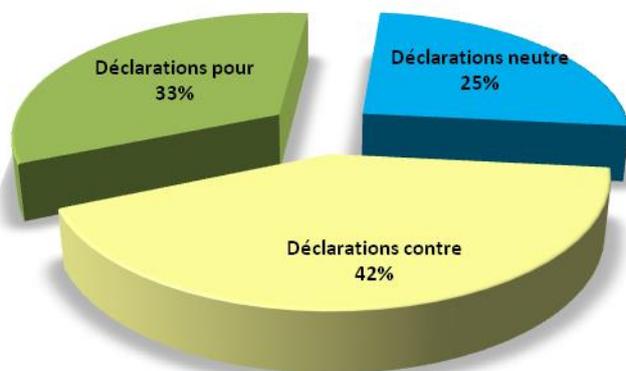
Tableau n°9 : Répartition par médias de la couverture des cinq axes

Médias	Procédure législative		Cadre de Référence		Données quantitatives		Mesures proposées		Plan d'action	
	Volume horaire	Pourcentage	Volume horaire	Pourcentage	Volume horaire	Pourcentage	Volume horaire	Pourcentage	Volume horaire	Pourcentage
Atlantic	01:33:56	22%	01:07:07	16%	01:06:26	16%	02:48:12	40%	00:29:31	7%
Radio Amazighe	00:32:48	19%	01:01:22	36%	00:02:17	1%	01:09:53	41%	00:03:17	2%
Radio nationale	00:47:52	22%	01:30:48	42%		0%	01:16:12	35%	00:02:06	1%
Al Oula	00:49:46	17%	01:39:08	34%	00:20:27	7%	01:38:03	34%	00:20:08	7%
2M TV	00:18:22	27%	00:19:21	28%	00:05:02	7%	00:22:16	32%	00:04:10	6%
Médi1 TV	00:10:52	5%	00:35:35	17%	00:08:36	4%	02:17:55	66%	00:16:56	8%
Total	04:13:36	18%	06:13:21	27%	01:42:48	7%	09:32:31	42%	01:16:08	6%

2. Les points de vue exprimés sur le projet par les personnes interviewées

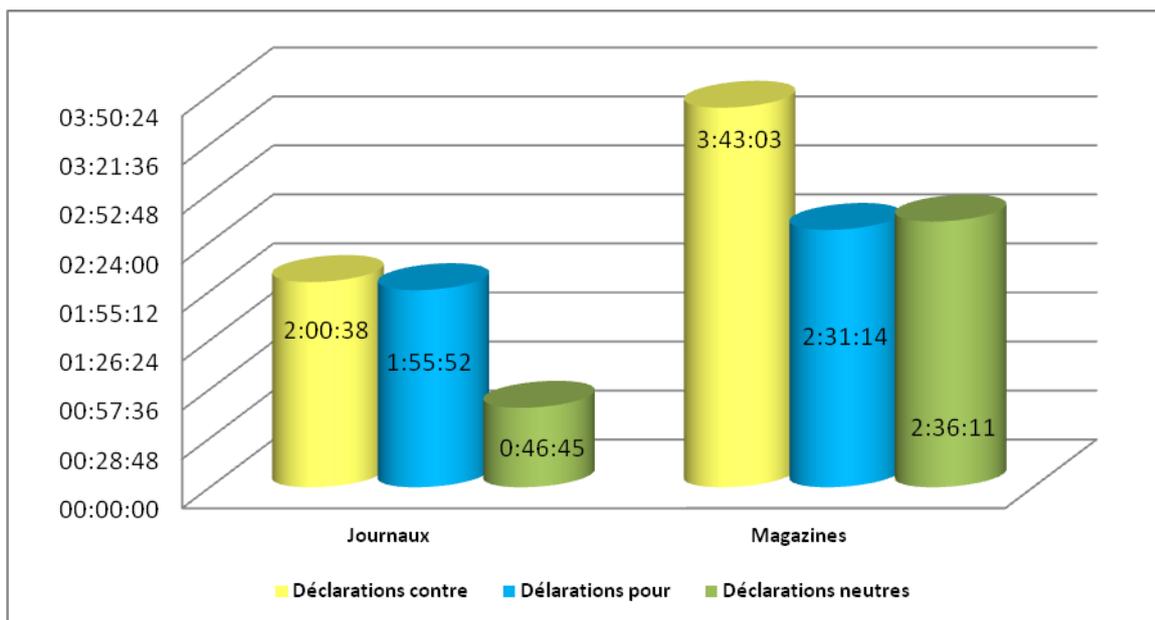
La répartition des déclarations et avis de chaque personne ayant bénéficié d'un temps de parole accordé, par les six médias audiovisuels, à ce sujet, montre qu'il existe trois catégories de points de vue. En effet, **les opposants par rapport aux dispositions du Projet ont devancé les autres points de vue d'un temps d'antenne de 5 :43 :41, soit 42%.** Les interventions des partisans du Projet, elles, ont bénéficié du tiers du volume horaire attribué à l'ensemble des interventions. Tandis que **les avis neutres ont atteint le quart de ce volume.**

Graphe n°21 : Points de vue des personnalités interviewées dans la couverture du projet de loi de finances 2016



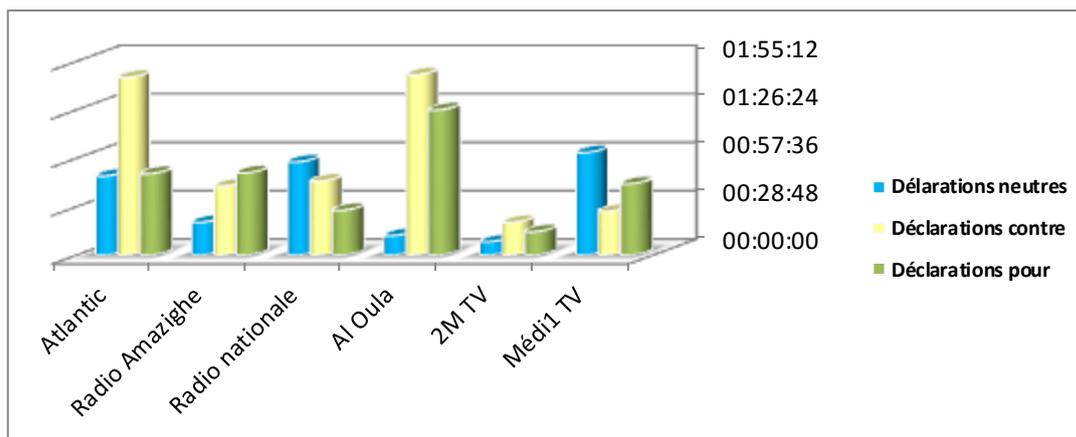
Il convient de souligner également que les journaux d’information présentent un panorama global des trois opinions différent de celui observé dans les magazines. Ce constat s’explique par **l’augmentation du volume horaire consacré aux déclarations contre les dispositions du projet de loi de finances, dans les magazines et les magazines de débat**. De surcroît, le temps d’antenne dédié aux avis pour le Projet est égal à celui consacré aux avis neutres. **Les journaux d’information, eux, ont connu la présence à pied égal des déclarations pour et contre le Projet**, devant un recul notable des déclarations neutres

Graphe n°22 : Points de vue par type de couverture



La première place occupée par les opposants dans les couvertures d’Atlantic Radio, Al Oula et 2M TV a permis au volume horaire consacré à leurs interventions de monter en flèche. En effet, **les avis contre le Projet, diffusés sur Atlantic Radio ont bénéficié d’un volume horaire total plus élevé que celui attribué aux avis pour et au neutres. Les partisans, eux, se sont tenus en tête du classement uniquement sur Radio Amazighe. Tandis que les avis neutres ont devancé tous les autres aussi bien sur Médi1 TV que sur la Radio nationale.**

Graphes n° 23 : Répartition par médias des points de vue des intervenants dans les couvertures relatives au projet de loi de finances



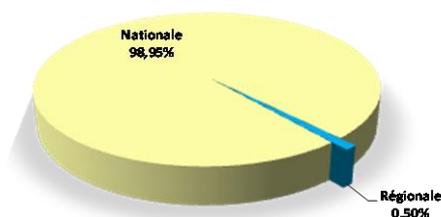
Volet III : Approche basée sur la diversité spatiale, des sexes et des langues

La promotion de la diversité dans la couverture du projet de loi de finances 2016 exige une variété des angles d'étude, conduite par l'emploi pluraliste des genres journalistiques et le respect de la divergence des modes de pensée des acteurs interviewés et de la diversité des sujets traités. Elle suppose également la présence du domaine géographique dans ses trois dimensions principales (nationale, régionale et locale), ainsi que la présence du genre, thématiquement et quantitativement parlant. La diversité des personnalités concernées par la couverture, en termes de compréhension et de saisie, dont la langue est l'élément phare, doit également être respectée.

1. Les dimensions spatiales dans le sujet de couverture

Il est à constater que les couvertures diffusées par les six médias ont accordé un traitement au projet de loi de finances 2016, uniquement dans sa dimension nationale, faisant fi de la dimension locale. La dimension régionale, elle, a été quasi négligeable, à l'exception de la contribution de Radio Amazighe, qui n'a pas dépassé 15min de diffusion, et 2M TV, qui a diffusé une seule déclaration de 16min, à dimension régionale.

Graphe n°24 : Dimension spatiale dans le sujet de couverture du projet de loi de finances 2016



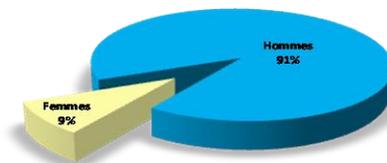
2. L'approche genre

Le traitement médiatique du projet de loi de finances 2016 a été négligeable au sujet de la femme, de la justice et de l'égalité. Ce constat s'explique au niveau de l'insertion de l'approche genre dans les sujets diffusés dans la couverture. Il est également vrai par rapport au

temps de parole accordé aux personnalités féminines dans les commentaires ou dans l'analyse des sujets relatifs aux dispositions et mesures du Projet. Néanmoins, l'exception s'est faite sur Radio Amazighe, lorsqu'un invité (acteur socialiste) a brièvement évoqué les subventions dédiées aux femmes veuves (3min25s). C'est ce qui ressort de l'observation de la couverture médiatique consacrée à ce sujet.

Le total des interventions des personnalités féminines (présentatrices ou invitées des émissions), relatives à leurs opinions et points de vue par rapport au Projet, n'a pas dépassé 2h49min de l'ensemble des couvertures consacrées par les six médias concernés à ce sujet. Sachant pertinemment que le total d'interventions des journalistes, en qualité de présentatrices de journaux d'information et animatrices de magazines, a atteint 27min16s ; le volume horaire consacré aux interventions des personnalités féminines a contribué à 9% du total des interventions, qui est de 23 heures.

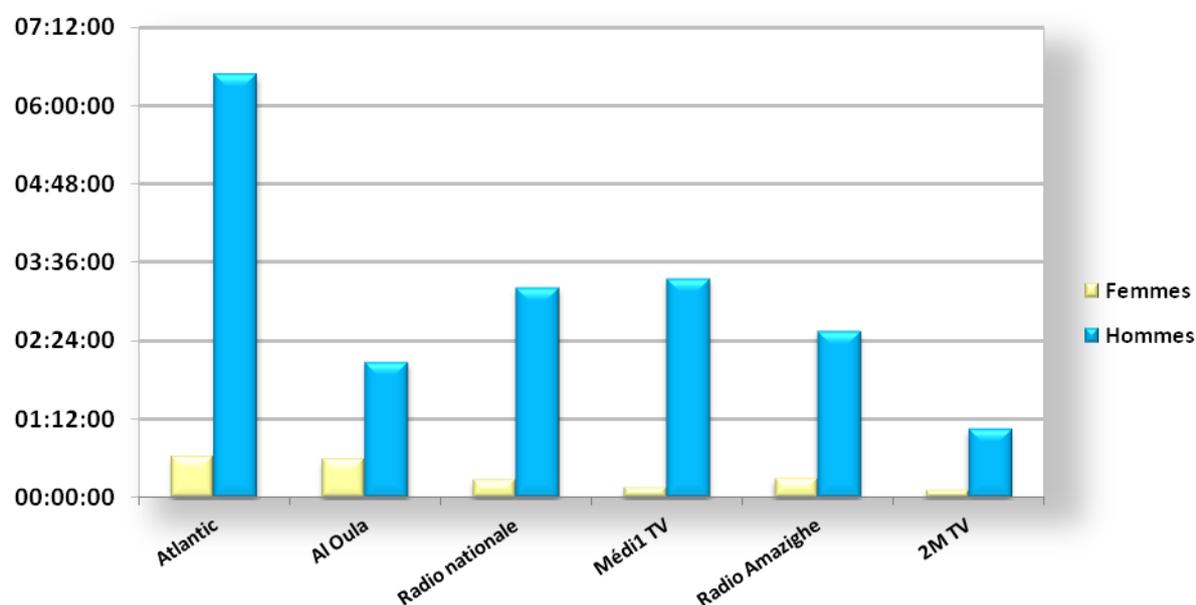
Graphe n°25 : Sexe des intervenants dans la couverture du projet de loi de finances 2016



Force est de constater également que **sur 232 participations de personnalités intervenant au sujet de la couverture médiatique du projet de loi de finances 2016, les femmes n'ont bénéficié que de 47 participations, soit 17% du total d'interventions consacrant un temps de parole aux invités.**

Ainsi, le graphe ci-contre montre que le point commun entre les six médias n'a été autre que la prédominance des hommes et de leurs commentaires dans l'analyse des données relatives au projet de loi de finances 2016.

Graphe n°26 : Répartition par sexe des volumes horaires des interventions dans la couverture du projet de loi de finances 2016 par les six médias



Il est à signaler que le temps de parole attribué aux personnalités publiques féminines a marqué le pourcentage le plus élevé sur Al Oula, soit 22%. Tandis que cette participation a réalisé 4% sur Médi1 TV et 10% sur Radio Amazighe

Tableau n°10 : Répartition par médias des volumes horaires et pourcentages des temps de paroles attribués aux femmes

Médias	Femmes interviewées			Hommes interviewés			Pourcentage de femmes	Total d'interventions
	Dans les journaux d'information	Dans les magazines	Total du temps de parole	Dans les journaux d'information	Dans les magazines	Total du temps de parole		
Al Oula	9	5	00:34:45	60	11	02:04:26	22%	02:39:11
2M TV	5	1	00:06:33	15	15	01:02:38	9%	01:09:11
Médi1 TV	4	1	00:08:52	8	13	03:21:02	4%	03:29:54
Radio nationale	4	4	00:16:23	23	18	03:12:18	8%	03:28:41
Radio Amazighe	4	1	00:17:02	14	11	02:32:35	10%	02:49:37
Atlantic radio	5	4	00:37:14	24	20	06:27:58	9%	07:05:12
Total	31	16	02:00:49	144	88	18:40:57	22%	20:41:46

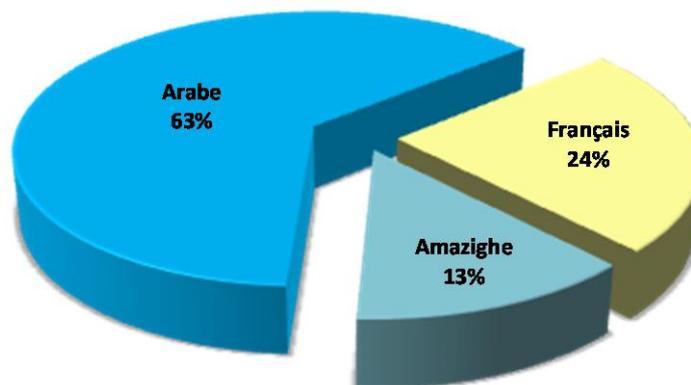
3. Langues utilisées dans les couvertures

Le graphe montre que la langue arabe a été la plus utilisée dans l'ensemble des couvertures consacrées par les six médias à ce sujet. Cette langue a été utilisée dans les deux tiers du total du temps d'antenne. **La langue française a ensuite pris le dessus** en réalisant près du quart du temps d'antenne global consacré au sujet, par ces médias. **Enfin, la langue Amazighe** vient contribuer à 13% dudit volume.

La répartition relative à l'utilisation de ces langues par chaque média montre que les services audiovisuels faisant partie de la société nationale de radiodiffusion et de télévision se sont focalisés sur la langue habituelle des programmes de chaque média. Ainsi, la Radio nationale s'est limitée à diffuser ses programmes en langue arabe. La Radio Amazighe, elle, a suivi la même procédure, en maintenant sa langue Amazighe, en sus de 15% de langue arabe. Al Oula, elle, s'est basée sur l'arabe et un peu plus de 3% de français. Tandis que 2M TV a utilisé les trois langues en prônant l'arabe (77%), suivie du français (15%) et 8% en amazighe pour le reste.

Pour ce qui est des deux médias privés, il est à constater qu'ils n'ont pas utilisé la langue Amazighe. Le français a contribué, en revanche, à plus de la moitié du volume horaire de couverture (56%), atteignant 33% sur Médi1 TV.

Grappe n°27 : Langues utilisées dans la couverture du projet de loi de finances 2016



Conclusions et synthèses

Deux points essentiels ressortent de l'analyse de la couverture consacrée par les différents médias audiovisuels au débat sur le projet de loi de finances et le vote pour son adoption dans les deux chambres du Parlement, pendant la période comprise entre le 20 octobre et le 31 décembre 2015. Le premier étant le volume horaire de couverture dans l'ensemble des médias et le schéma des acteurs ayant bénéficié d'un temps de parole durant ces couvertures. Le deuxième point s'intéresse à la méthode utilisée dans le traitement du Projet par certains médias, à savoir les deux télévisions publiques Al Oula et 2M TV, Radio nationale, Radio Amazighe et les deux médias privés Médi1 TV et Atlantic Radio

Premièrement : Synthèses relatives au traitement médiatique couvrant les discussions par le parlement du projet de loi de finances 2016

Le recensement de l'ensemble des couvertures effectuées par les différents médias audiovisuels sur le projet de loi de finances 2016 a permis d'aboutir à un volume horaire de 44 heures et 35min, réalisé par 20 médias. Ces derniers sont répartis sur 13 médias privés ayant contribué à 63,50% de couverture, contre 7 médias publics ayant réalisé 36,50%. Ce volume horaire a représenté une moyenne de diffusion de 36min et 39s par jour. En ce qui concerne le volume de couverture des radios, Atlantic arrive en tête, réalisant un total de 07 :58 :05, suivie de Casa FM avec un total de 07 :04 :06. Pour ce qui des télévisions, Al Oula a devancé Médi1 TV en diffusant 06 :59 :13 de couverture, contre 04 :23 :19 pour la deuxième. Par ailleurs, 8 médias n'ont pas dépassé le seuil d'une demi-heure de couverture⁴, et 3 autres n'ont pas couvert plus d'une heure⁵.

Le rapport permet également de constater que les deux tiers du traitement (65%) ont été réalisés dans les couvertures médiatiques des magazines de débat et d'information. Le tiers restant a été observé dans les journaux d'information. Deux radios ont contribué à cette augmentation : Casa FM a accordé, dans ses magazines de débat, près de 6 heures et demie de couverture, contre 30min dans ses journaux d'informations. Luxe Radio, elle, s'est penchée sur le sujet uniquement dans ses magazines de débat, totalisant ainsi 5heures et quart.

Aussi les journaux d'information qui ont traité d'un sujet relatif au projet de loi de finances 2016 ont-ils été nombreux. Ces couvertures ont coïncidé avec les dates des sessions générales des chambres du Parlement, consacrées à la présentation du Projet ou au dépôt des propositions des partis ou le vote pour son adoption. **Ce constat révèle que la couverture est régie par l'impact de l'accompagnement médiatique de la procédure législative.**

Concernant les qualités des personnalités ayant bénéficié d'un temps de parole dans la couverture médiatique du projet de loi de finances par les médias audiovisuels ayant diffusé

⁴ Il s'agit des télévisions : Al Maghribia et TV Tamazight, et des radios :Radio Plus Agadir, Med Radio, Chada FM, Cap Radio, Médina FM, MFM Saiss

⁵ Ces médias sont : Rabat chaîne inter, Radio Mars et Radio Plus Casablanca

plus de 30min de couverture, le volume horaire a été réparti comme suit : **la moitié du temps de parole (49,91%) a été attribuée aux acteurs politiques, à savoir les ministres, les parlementaires et les représentants des partis politiques.** 25,66% aux experts en finances et enseignants chercheurs. 13,5% aux représentants des syndicats ouvriers et des organisations professionnelles. 6,69% en faveur des intervenants au nom des établissements publics. **Les acteurs de la société civile et les citoyens ont été les moins présents dans les couvertures médiatiques sur le projet de loi de finances 2016, ne dépassant pas les 4,22%.**

Sur les télévisions publiques, la plus forte présence a été observée du côté des personnalités politiques (83% du temps de parole), contre 38% réalisé sur Média1 TV. En ce qui concerne les radios, ces personnalités ont obtenu la moitié du temps de parole sur les radios publiques et 41% sur les radios privées. **Sur ces dernières, ce sont les experts et enseignants chercheurs qui ont participé le plus, atteignant 88%.**

La répartition des interventions des acteurs politiques suivant leur représentativité dans le Parlement montre que les partis de la majorité ont pris le dessus par rapport à l'ensemble des interventions réalisées par le total des médias. Pour ce qui est de chaque média, il est à signaler que **les interventions des membres du gouvernement ont été les moins observées sur les télévisions Al Oula, 2M TV et Média1 TV,** comparées à celles des partis de la majorité. La présence des partis non représentés dans le parlement s'est limitée à leur participation sur Al Oula et sur les radios : Radio nationale et radio Amazighe. **Les partis de l'opposition ont été absents dans la couverture de Casa FM.** Ce constat est également vrai pour les membres du gouvernement sur Aswat, qui n'a attribué un temps de parole qu'à l'opposition. Luxe radio et Radio Mars ont attribué la parole uniquement aux partis de la majorité et de l'opposition.

Deuxièmement : Synthèses relatives à la méthode de couverture des discussions autour du projet de loi de finances dans les chambres du parlement par certains médias.

L'analyse de la méthode de couverture du Projet par les télévisions publiques Al Oula et 2M, la télévision privée Média1 TV et les radios publiques Radio nationale et radio Amazighe, ainsi que la radio thématique privée traitant de l'économie Atlantic radio a permis de déterminer les caractéristiques suivantes :

Les journaux d'informations ayant traité du projet de loi de finances 2016 ont consacré le temps d'antenne le plus élevé à ce sujet, dans leurs couvertures, soit 35%. La plupart de ces couvertures ont coïncidé avec les sessions générales des chambres des représentants et des conseillers. Ces couvertures ont aussi bien été diffusées en vue de la présentation du projet par le ministre des finances, que dans les sessions dédiées aux interventions des partis et les sessions consacrées au vote pour l'adoption du Projet. **Elles ont représenté l'ensemble des couvertures relatives au projet de loi de finances 2016, soit l'équivalent de 10% du total du temps consacré à ce sujet par les six médias dans leurs journaux d'information.**

1. L'accompagnement du parcours du projet, partant de sa présentation initiale jusqu'au vote définitif pour son adoption, domine la couverture médiatique diffusée dans les journaux d'information. Cette présence réside dans la diffusion de **rapports journalistiques informant sur les étapes par lesquelles le Projet a transité, accompagnés des déclarations des acteurs politiques ayant contribué aux discussions relatives à ce sujet**. La plupart de ces rapports se présentent sous forme de reportages, donnant chacun la parole à au moins deux personnalités pour faire part de leurs différents points de vue vis-à-vis des dispositions du Projet. L'exception néanmoins est observée sur Atlantic radio, qui s'est basée essentiellement sur le recours à une seule opinion dans chaque rapport.
2. En dehors des journaux d'information, les magazines de débat et d'information ont traité du projet de loi de finances 2016 dans 62 de leurs éditions. Un traitement prioritaire a cependant été accordé au Projet par seulement 26 de ces éditions. Ces dernières ont compté 21 interviews, dont chacune a interrogé une personnalité, et a réalisé environ 50% du volume horaire de couverture dans les magazines de débat et d'information. Elles ont également présenté trois magazines spécialisées dans le suivi des travaux du parlement (28%) et deux éditions dans les magazines de débat (22%)⁶
3. Les sujets relatifs aux nouvelles mesures proposées par le projet de loi de finances 2016 ont occupé la première place parmi les sujets traités dans les couvertures réalisées, soit 42% du total du volume horaire de couverture consacré au Projet par les six médias. Il s'agit donc des mesures ayant un rapport direct à la vie quotidienne des citoyens, consommateurs, salariés ou personnes concernés par les divers programmes de développement.
4. Le cadre de référence, représenté dans ses hypothèses du projet de loi de finances 2016, son contexte politique national et international, sa conjoncture économique interne et externe et les facteurs macroéconomiques et sociaux interférant dans ses orientations a réalisé près de 27% du volume horaire total de couverture du Projet par les six médias.
5. Les sujets faisant l'objet des différentes phases législatives du Projet ont occupé 18% du volume horaire total de couverture consacrée à ce sujet par les six médias. Ils ont représenté l'ensemble des couvertures relatives à la présentation et la discussion du Projet, dans les cours des comptes des deux chambres ou dans les commissions sectorielles. Ces sujets se sont également intéressés aux journées d'études organisées par les partis parlementaires pour examiner les dispositions du Projet, ainsi qu'aux sessions générales de vote définitif pour son adoption. La discussion autour des données quantitatives relatives aux ressources autorisées par le budget de l'Etat, et les parts affectées aux différents secteurs, elles, ont été débattues pour un pourcentage ne dépassant pas les 7%. Ce pourcentage correspond également à peu près (6%) au volume horaire attribué au traitement des dispositions relatives au plan d'action. Sans oublier **les mesures structurales proposées, faisant partie de ce plan d'action, et visant à réaliser les objectifs législatifs définis par le Projet. Ces derniers concernent à titre d'exemple l'amélioration et la**

⁶ Il est question d'une seule édition du magazine *Kadaya wa Arae* sur Al Oula, et une édition du magazine *Mouwaten Al Yaoum* sur Médil TV

promotion des structures encourageant l'investissement, ainsi que l'insertion du système de régionalisation, de la loi organique des finances et la lutte contre la fraude fiscale.

6. Le rapport permet de constater que les opérateurs privés Atlantic radio et Médi1 TV ont mis l'accent sur l'axe relatif aux « nouvelles mesures proposées » par le Projet. Cet axe a ainsi représenté le double du volume horaire consacré aux autres axes. Tandis que les opérateurs publics et privés, notamment ceux faisant partie de la société nationale de radiodiffusion et de télévision, ont consacré des volumes horaires similaires au « cadre de référence » et aux « nouvelles mesures proposées » par le projet de loi de finances 2016.
7. **Les déclarations contre** des dispositions du Projet ont **devancé** les autres points de vue, réalisant une diffusion de 42% du total du temps de parole accordé aux différents acteurs interviewés par les six médias. Quant aux **interventions pour le Projet**, elles ont réalisé le tiers du volume horaire consacré à l'ensemble des interventions. Les opinions neutres, elles, ont bénéficié du quart de ce volume. Une augmentation du volume horaire dédié aux déclarations contre le Projet a été particulièrement dénotée dans les magazines de débat et d'information des six médias. Tandis que les journaux d'information ont marqué la présence similaire des déclarations pour le Projet et celles de ses opposants, contre un recul des déclarations neutres.
8. Les avis contre le Projet ont particulièrement été marqués dans les couvertures de trois médias, à savoir Atlantic Radio, Al Oula, et 2M TV. Tandis que les avis « pour » ont tenu le premier rang sur Radio Amazighe. Les opinions neutres, elles, ont devancé toutes les autres sur Médi1 TV et Radio nationale.
9. Les couvertures diffusées par les six médias sur le projet de loi de finances ont revêtu une dimension nationale. **La dimension locale a été totalement absente**, tandis que **la dimension régionale n'a été que légèrement évoquée**. L'exception s'est faite cependant sur Radio Amazighe, qui n'a pas dépassé 15min de diffusion, et sur 2M TV, qui a diffusé une seule déclaration de 16s à dimension régionale.
10. **Une absence quasi totale des sujets relatifs à la femme et à l'équité et l'égalité a marqué le traitement médiatique de la discussion autour du projet de loi de finances 2016**. S'ajoute parallèlement à cette absence la faible participation des femmes (présentatrices ou invitées des émissions). Sachant pertinemment que le volume horaire total des couvertures du Projet par les six médias est de 23 heures, les interventions des femmes n'ont en contribué qu'à un maximum de 2heures et 49min, soit 9% du volume total des interventions. Sans oublier de noter que le total des interventions dédiées aux journalistes présentatrices des journaux d'information et animatrices de magazines a atteint 27min et 16s. Aussi les commentaires relatifs au projet de loi de finances 2016 n'ont-ils connu l'intervention de personnalités féminines que 47 fois (soit 17%) sur 232 participations dédiées aux différents invités. Cette présence s'est élevée à 22% sur Al Oula, tandis qu'elle n'a pas dépassé les 4% sur les autres médias.
11. **La langue arabe a été la plus utilisée dans l'ensemble des couvertures** diffusées par les six médias. Cette langue a contribué à 63% du volume horaire total de couverture. **Le français vient en deuxième position, avec une utilisation de 24%** dudit volume, **suivi de l'Amazighe avec 13%** de ce volume. La SNRT a adopté les langues arabe et amazighe : la Radio nationale a utilisé uniquement l'arabe. La radio Amazighe, elle, a essentiellement prôné l'usage de l'amazighe, contre 15% d'utilisation de l'arabe. Tandis qu'Al Oula a eu recours à l'arabe, devant un peu plus de 3% du français. **Quant aux trois langues réunies, elles ont été utilisées sur 2M TV, qui a favorisé l'arabe (77%), puis le français (15%) et enfin l'amazighe (8%).**

Pour ce qui est des médias privés Atlantic radio et Média1 TV, ils ont choisi de diffuser les informations en arabe et en français. L'utilisation de cette langue s'est emparée de plus de la moitié du volume horaire (56%) sur Atlantic radio et environ 33% sur Média1 TV. Ces médias n'ont cependant pas accordé d'importance à la langue amazighe.

Annexes :

Annexe1 : Liste des médias concernés par le rapport

Opérateur	Médias ayant consacré une couverture au projet de loi de finances	Médias ayant consacré un minimum de couverture dans les journaux et les magazines	Médias ayant consacré un minimum de couverture uniquement dans les journaux	Médias ayant consacré un minimum de couverture uniquement dans les magazines
Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision	Al Oula	Oui	Oui	Oui
	Radio nationale	Oui	Oui	Oui
	Radio Amazighe			
	Rabat chaîne inter		Oui	
	Radio Tamazight		Oui	
	Al Maghribia		Oui	
Soread-2M	2M TV	Oui	Oui	Oui
Société Médi 1 tv S.A	Médi1 TV	Oui	Oui	Oui
Société Eco Médias	Atlantic Radio	Oui	Oui	Oui
Société MFM Radio TV	Radio Casa FM	Oui	Oui	Oui
	MFM Saiss			
Société Radio Veille	Luxe Radio			Oui
Société La Marocaine de Radio et de Broadcast	Radio Aswat		Oui	
Société Radio 20	Radio Mars			Oui
Société Radio Plus	Radio Plus Casablanca		Oui	
	Radio Plus Agadir			
Société audiovisuelle internationale	Radio Med			
Société Chada Radio	Radio Chada FM			
Société Cap Radio S.A	Cap radio			
Société privée de communication et de loisirs	Radio Médina FM			
Total	20	6	11	8

Annexe2 : Panorama des acteurs intervenants dans les couvertures relatives au projet de loi de finances 2016

Médias	Politiques		Professionnels		Experts		Société civile		Citoyens		Autres personnalités		Total des interventions	Total des présentations de journalistes	Volume horaire de couverture
	Temps de parole	%	Temps de parole	%	Temps de parole	%									
Al Oula	02:48:16	82 %	00:36:58	18 %									03:25:14	01:24:04	4:49:18
TV Tamazight	00:09:25	90 %	00:00:41	7 %							00:00:24	4 %	00:10:30	00:13:59	0:24:29
Al Maghribia	00:16:40	96 %	00:00:38	4 %									00:17:18	00:09:36	0:26:54
2M TV	00:34:33	79 %	00:05:38	13 %	00:01:18	3 %			00:01:24	3 %	00:00:41	2 %	00:43:34	00:26:56	1:10:30
Médi1 TV	00:57:46	38 %	00:01:33	1 %	01:10:19	46 %					00:22:22	15 %	02:32:00	00:57:54	3:29:54
Radio nationale	00:55:09	43 %	00:19:01	15 %	00:52:54	42 %							02:07:04	01:31:03	3:38:07
Radio Amazighe	00:59:13	54 %	00:07:32	7 %			00:42:59	39 %					01:49:44	00:59:53	2:49:37
Rabat chaîne inter	00:10:25	51 %			00:04:25	22 %					00:05:42	28 %	00:20:32	00:28:12	0:48:44
Atlantic Radio	01:02:28	29 %	00:37:55	18 %	01:16:50	36 %					00:38:26	18 %	03:35:39	03:35:02	7:10:41
Casa FM	02:26:49	40 %	00:58:13	16 %	01:53:51	31 %			00:16:05	4 %	00:29:32	8 %	06:04:30	01:02:18	7:06:48
Radio Plus Casablanca	00:12:37	94 %	00:00:51	6 %									00:13:28	00:22:28	0:35:56
Aswat	00:07:43	53 %	00:04:00	27 %	00:01:52	13 %	00:00:59	7 %					00:14:34	00:13:05	0:27:39
Luxe radio	01:06:56	47 %	00:20:56	15 %	00:54:06	38 %							02:21:58	00:15:57	2:37:55
Radio Mars	00:18:56	85 %	00:03:08	14 %							00:00:20	1 %	00:22:24	00:07:39	0:30:03
Total	12:06:56		03:17:04		06:13:43		00:43:58		00:17:29		01:37:27		24:18:29	11:48:06	36:06:35

Annexe3 : Répartition des acteurs politiques par temps de parole et par nombre des intervenants dans les couvertures consacrées au projet de loi de finances par les différents médias.

Médias	Journaux/Autres programmes	Gouvernement		Partis de la Majorité		Partis de l'Opposition		Partis non représentés au parlement	
		Temps de parole	Nombre de personnalités	00:15:50	Nombre de personnalités	Temps de parole	Nombre de personnalités	Temps de parole	Nombre de personnalités
Al Oula	Journal	00:02:52	2	00:53:01	7	00:14:59	4	00:20:50	12
	Magazine	00:03:05	2	00:14:21	2	00:39:30	4	00:18:09	1
Atlantic Radio	Journal	00:07:55	3	00:04:50	3	00:14:58	3		
	Magazine	00:03:55	2	00:11:06	1	00:11:13	2		
Radio Amazighe	Journal	00:17:15	2	00:09:24	3	00:08:15	4		
	Magazine	00:03:52	1		3	00:09:21	3		
Aswat	Journal			00:07:02		00:07:43	4		
Radio nationale	Journal	00:09:55	3	00:10:53	3	00:06:40	4	00:05:08	5
	Magazine	00:01:14	1	00:04:36	2	00:13:08	3		
Al Maghribia	Journal	00:03:52	2	00:05:25	4	00:05:08	3	00:03:04	2
2M TV	Journal	00:01:44	2	00:11:57	4	00:04:34	3	00:00:09	1
	Magazine	00:00:37	1	00:07:14	3	00:08:48	1		
Radio Plus Casablanca	Journal	00:02:34	2	00:03:36	3	00:02:49	2		
TV Tamazight	Journal	00:01:44	2	00:02:14	3	00:02:18	3	00:00:58	2
Médi1 TV	Journal	00:10:58	2	00:20:59	2	00:01:13	1		
	Magazine	00:02:28	1	00:00:59	1	00:19:54	2		
Rabat chaîne inter	Journal	00:06:41	1	00:00:32	1	00:00:55	1		
Casa FM	Journal	00:02:26	1	00:38:14	1	00:00:32	1		
	Magazine	01:45:05	2	01:37:34	1				
Luxe Radio	Magazine			00:21:10	2	00:33:43	2		
Radio Mars	Magazine			05:40:57	1	00:08:21	2		
Total		03:08:12	32		50	03:34:02	52	00:48:18	23

Annexe4 : Répartition des autres acteurs (mis à part les personnalités politiques) par temps de parole et par le nombre d'intervenants dans les couvertures relatives au projet de loi de finances 2016

Médias	Organisations professionnelles		Syndicats		Associations		Experts et enseignants chercheurs		Autres		Citoyens	
	Temps de parole	Nombre de personnalités	Temps de parole	Nombre de personnalités	Temps de parole	Nombre de personnalités	Temps de parole	Nombre de personnalités	Temps de parole	Nombre de personnalités	Temps de parole	Nombre de personnalités
Al Oula	00:16:09	2	00:20:49	6	00:42:59							
Atlantic	00:16:13	2	00:21:42	3	00:00:59		01:16:50	8	00:38:26	5		
Radio Amazighe			00:07:32			4						
Aswat			00:04:00	1		1	00:01:52	1				
Radio nationale	00:01:35	2	00:17:26	5			00:52:54	5				
Al Maghribia	00:00:38	1									00:01:24	
2M TV	00:04:42	2	00:00:56	1			00:01:18	1	00:00:41	1		4
Radio Plus Casablanca			00:00:51	1								
TV Tamazight			00:00:41	1					00:00:24	1		
Médi1 TV			00:01:33	3			01:10:19	7	00:22:22	2		
Rabat chaîne inter							00:04:25	2	00:05:42	2	00:16:05	
Casa FM			00:58:13	5			01:53:51	4	00:29:32	3		3
Luxe Radio	00:00:11	1	00:20:45	1	00:43:58		00:54:06	3				
Radio Mars	00:03:08	1									00:17:29	
Total	00:42:36	11	02:34:28	27		5	06:13:43	31	01:37:27	14		7

Annexe5 : Types de rapports diffusés dans les couvertures des journaux d'information, relatives au projet de loi de finances 2016

Médias	Reportages		Rapports soutenues par une seule déclaration		Rapports sans déclarations		Déclarations		Brèves		Total	
	Nombre	Volume horaire	Nombre	Volume horaire	Nombre	Volume horaire	Nombre	Volume horaire	Nombre	Volume horaire	Nombre	Volume horaire
Atlantic Radio	4	0:14:12	71	2:31:25	46	1:35:08			25	0:12:46	146	4:33:31
Radio Amazighe	11	0:37:45	15	0:33:39	3	0:05:22	3	0:01:45	13	0:05:05	46	1:23:36
Radio nationale	11	0:40:06	15	0:30:20	14	0:28:16	1	0:00:46	6	0:02:13	47	1:41:41
Al Oula	32	1:51:03	6	0:11:56	3	0:02:55			11	0:05:14	52	2:11:08
2M TV	8	0:18:30	2	0:03:35	3	0:02:09	6	0:01:30	16	0:07:18	35	0:33:02
Médi1 TV	9	0:59:25	5	0:13:32	4	0:10:39	2	0:01:58	15	0:07:49	35	1:33:23
Total	75	4:41:01	114	4:04:27	73	2:24:29	12	0:05:59	86	0:40:25	361	11:56:21

Annexe6: Liste des magazines et magazines de débat ayant consacré un traitement médiatique au projet de loi de finances 2016

	Nom du magazine	Format du magazine	Total d'éditions ayant traité du Projet	Editions ayant consacré un traitement prioritaire au Projet	Volume total de couverture
Atlantic Radio	Dayf Nachra	Interview	5	5	00:24:36
	Dayf Al Yaoum	Interview	6	4	00:33:09
	Tableau de bord	Interview	6	2	00:53:28
	Les décodeurs d'Atlantic	Interview	7	3	00:40:28
Radio Amazighe	Al Oussouss	Interview	1	1	00:42:51
	Tighawswine Ouzmez	Interview	2	2	00:15:16
	Majallat Al Barlamane	Magazine parlementaire	6	2	00:27:54
Radio nationale	Economia	Magazine d'information	3	0	00:08:02
	Dounia Al Iktisad	Interview	1	1	00:50:51
	Min Kalb Albarlamane	Magazine parlementaire	6	1	00:56:24
Al Oula	Chou'oune Barlamania	Magazine parlementaire	2	2	00:55:31
	Dayf Al Oula	Interview	2	0	00:11:49
	Kadaya wa Arae	Magazine de débat	1	1	01:29:04
2M TV	Al Barlamane wa Nass	Magazine parlementaire	05	0	00:36:09
Médi1 TV	60min pour comprendre	Interview	4	1	00:53:25
	60min pour convaincre	Interview	1	0	00:00:48
	Emission spéciale	Interview	1	0	00:02:55
	Mouwaten Al Yaoum	Magazine de débat	3	1	00:59:23

Annexe7: Répartition par médias des sujets relatifs aux couvertures médiatiques dans les programmes d'information

Médias	Journaux/Programmes	Procédure législative		Cadre de référence		Données quantitatives		Mesures proposées		Plan d'action		Somme générale	
		Volume horaire	Pourcentage	Volume horaire	Pourcentage	Volume horaire	Pourcentage	Volume horaire	Pourcentage	Volume horaire	Pourcentage	Volume horaire	Pourcentage
Atlantic	Magazines et programmes	00:19:20	21%	00:33:30	50%	00:22:38	34%	00:58:49	35%	00:17:24	59%	02:31:41	11%
	Journaux	01:14:36	79%	00:33:37	50%	00:43:48	66%	01:49:23	65%	00:12:07	41%	04:33:31	20%
	Total	01:33:56		01:07:07		01:06:26		02:48:12		00:29:31		07:05:12	31%
Radio Amazighe	Magazines et programmes	00:01:35	5%	00:27:05	44%			00:54:04	77%	00:03:17	100%	01:26:01	6%
	Journaux	00:31:13	95%	00:34:17	56%	00:02:17	100%	00:15:49	23%			01:23:36	6%
	Total	00:32:48		01:01:22		00:02:17		01:09:53		00:03:17		02:49:37	12%
Radio nationale	Magazines et programmes	00:08:14	17%	00:50:48	56%			00:55:48	73%	00:00:27	21%	01:55:17	8%
	Journaux	00:39:38	83%	00:40:00	44%			00:20:24	27%	00:01:39	79%	01:41:41	7%
	Total	00:47:52		01:30:48	42%		0%	01:16:12		00:02:06		03:36:58	16%
Al Oula	Magazines et programmes	00:05:28	11%	01:09:15	70%	00:17:05	84%	00:53:34	55%	00:11:02	55%	02:36:24	11%
	Journaux	00:44:18	89%	00:29:53	30%	00:03:22	16%	00:44:29	45%	00:09:06	45%	02:11:08	10%
	Total	00:49:46		01:39:08		00:20:27		01:38:03		00:20:08		04:47:32	21%
2M TV	Magazines et programmes	00:00:46	4%	00:09:34	49%	00:03:05	61%	00:19:13	86%	00:03:31	84%	00:36:09	3%
	Journaux	00:17:36		00:09:47		00:01:57		00:03:03		00:00:39		00:33:02	2%
	Total	00:18:22		00:19:21		00:05:02		00:22:16		00:04:10		01:09:11	5%
Médi1 TV	Magazines et programmes			00:11:49	33%	00:00:37	7%	01:27:09	63%	00:16:56	100%	01:56:31	8%
	Journaux	00:10:52	100%	00:23:46	67%	00:07:59	93%	00:50:46	37%			01:33:23	7%

	Total	00:10:52		00:35:35		00:08:36		02:17:55		00:16:56		03:29:54	15%
Total		04:13:36	18%	06:13:21	27%	01:42:48	7%	09:32:31	42%	01:16:08	6%	22:58:24	100%

Annexe8: Comparaison entre le nombre et le volume horaire des interventions des femmes et des hommes dans les journaux, magazines et magazines de débat

Médias	Nombre de femmes			Nombre d'hommes			Pourcentage des femmes	Pourcentage des hommes	Total d'interventions
	Dans les journaux	Dans les magazines	Total du temps de parole	Dans les journaux	Dans les magazines	Total du temps de parole			
Al Oula	9	5	00:34:45	60	11	02:04:26	22%	78%	02:39:11
2M TV	5	1	00:06:33	15	15	01:02:38	9%	91%	01:09:11
Médi1 TV	4	1	00:08:52	8	13	03:21:02	4%	96%	03:29:54
Radio nationale	4	4	00:16:23	23	18	03:12:18	8%	92%	03:28:41
Radio Amazighe	4	1	00:17:02	14	11	02:32:35	10%	90%	02:49:37
Atlantic	5	4	00:37:14	24	20	06:27:58	9%	91%	07:05:12
	31	16	02:00:49	144	88	18:40:57	-	-	20:41:46

Annexe9: Répartition par fréquence des sujets traités dans les couvertures consacrées par la presse électronique au projet de loi de finances 2016

Sujets par degré d'importance dans la presse francophone	Fréquence d'apparition	Sujets par degré d'importance dans la presse arabophone	Fréquence d'apparition
Industrie	16	Travail	17
Télédéclaration et télépaiement des impôts	14	Equilibre/déficit/dette publique	11
Impôt sur les sociétés (progressif ou proportionnel+ cotisation minimale)	12	Retraite	11
Caisse de compensation	12	Régionalisation	10
Taxes douanières (dispositions antérieures+ taxes sur le beurre + taxes sur les légumineuses+ voitures des MRE+ Taxes sur quelques produits pétroliers)	11	Habitat (économique, logement de propriété, l'immobilier, l'auto-liquidation des bâtiments)	10
Taxe sur les chemins de fer (tickets de train, exonération sur les investissements)	10	Investissement	9
Fraude fiscale	10	Economie intégrée, vulnérabilité, disparités	9
Impôt électronique sur les voitures	9	Développement	9
Réalisation et délai de prescription	9	Vision générale	9
Domaine et industrie aéronautique (démantèlement+ export + facilités + achat)	8	Caisse de compensation (en général)	9
Horaires (début du débat + adoption du projet de loi)	8	Impôt sur les sociétés	9
Impôt sur le revenu (reconsidération du seuil)	7	Fonds pour le développement rural et des zones de montagne	9
Auto-livraison (secteur du bâtiment)	7	Chemins de fer et tickets des trains	8
Taxe sur les sables	7	Produits pétroliers	7
Vision générale + méthode de discussion	7	Santé	6
Dette fiscale du pays	5	Agriculture	6
Avantages sociaux (tickets de restaurants, carte de séjour, alimentation des consommateurs)	5	Réforme/Changement	5
Impôt sur les produits de luxe	4	Ressources fiscales	5
Impôt sur le tabac	4	Enseignement	5
Fonctionnaires (nombre, crédit et dépenses)	4	Blé, orge et maïs	5
Investissement public	4	Subvention du sucre	5
Plan d'action	4	Pouvoir d'achat	5
Industrie alimentaire	3	Taxe sur le vin	5
Cinéma (exonérations)	3	Comptabilité	4
Solidarité des adouls et notaires	3	Industrie (Compensation et valeur ajoutée)	4
Déterminer le Numéro d'identification fiscale sur toutes les factures	3	Subvention du beurre	4
Faciliter le contrôle	3	Secteur non structuré	3

TVA (paiement et baisse de la valeur)	3	Contrôle parlementaire	3
Consommation de poisson	3	Compensation du gaz butane	3
Monde rural	3	Produits alimentaires de base	3
Hypothèses majeures	3	Impôt sur le revenu	3
Formation et enseignement	2	Impôt de solidarité	3
Financement participatif	2	Secteur bancaire	3
Impôt des contribuables	2	Taxes sur le sable	2
Tourisme	2	Gestion	2
Biens immobiliers de l'Etat	2	Taxes sur les produits de consommation	2
Pouvoir d'achat	2	MRE	2
Elevage des oiseaux et	1	Contrebande	2
Pêche maritime	1	Taxes sur le tabac	2
Secteur de métallurgie	1	Taxes sur les services	2
Secteur du textile et de l'habillement	1	Industrie automobile et aéronautique	2
Total	220	Total	233

Annexe10 : Volume horaire de couverture des projets de loi de finances de 2014, 2015 et 2016

Opérateur	Service	Projet 2014	Projet 2015	Projet 2016
Société nationale de radiodiffusion et de télévision	Al oula	5:45:54	5:43:37	6:59:13
	Radio nationale	6:15:34	6:32:01	3:36:58
	Radio Amazighe	4:10:26	1:12:57	2:49:37
	Rabat chaîne inter	1:35:08	1:01:50	0:46:54
	TV Tamazight	1:10:24	0:18:31	0:27:40
	Al Maghribia	1:00:42	0:17:35	0:26:54
Soread – 2M	2M TV	2:57:34	2:35:50	1:09:11
Société Médi 1 tv S.A	Médi1 TV	3:38:33	3:55:25	4:23:19
Société Eco médias	Atlantic	6:46:42	5:34:16	7:58:05
Société MFM Radio TV	Casa FM	2:12:12	10:29:14	7:04:06
	MFM Saiss			0:00:46
	MFM Souss	0:02:41	0:08:09	
	MFM Atlas	0:00:48		
Société Radio veille	Luxe Radio	5:57:00	2:46:33	5:13:15
Société la marocaine de radio et de broadcast	Aswat	1:23:40	1:17:00	1:19:36
Société Radio 20	Radio Mars			0:44:15
Société Radio Plus S.A	Radio Plus Casablanca	1:13:00	0:30:44	0:33:50
	Radio Plus Agadir	0:20:41		0:09:56
	Radio Plus Marrakech	00:02:32		
	Radio Plus Fès	00:02:06		
Société audiovisuelle internationale	Med Radio	0:17:26	0:08:59	0:22:51
Société Chada Radio	Radio Chada FM	0:47:56	0:59:03	0:19:06
Société Cap Radio S.A	Cap Radio	0:07:13	0:29:02	0:08:39
Société privée de communication et de loisirs	Médina FM			0:00:51
		45:48:12	44:00:46	44:35:02

Annexe11 : Comparaison des volumes horaires de couverture des projets de 2014, 2015 et 2016 dans les magazines et programmes de débat

Opérateur	Service	Projet 2014	Projet 2015	Projet 2016
Société nationale de radiodiffusion et de télévision	Al Oula	3:57:32	4:07:35	4:48:11
	Radio nationale	3:51:28	5:01:33	1:55:17
	Radio Amazighe	2:08:46	0:00:54	1:26:01
	Rabat chaîne inter	0:13:00	0:04:53	-
	TV Tamazight	0:50:50	0:00:52	0:04:00
Soread – 2M	2M TV	1:42:44	1:31:12	0:36:09
Société Médi 1 tv S.A	Médi1 TV	1:11:28	2:36:59	2:49:56
Société Eco médias	Atlantic	1:11:31	1:29:47	3:24:34
Société MFM Radio TV	Casa FM	1:20:05	9:46:33	6:29:21
	MFM Saiss			0:00:46
	MFM Souss		0:08:09	
Société Radio veille	Luxe Radio	5:57:00	2:46:33	5:13:15
Société la marocaine de radio et de broadcast	Aswat	0:21:08	0:37:19	0:51:57
	Radio Mars			0:44:15
Société Radio Plus S.A	Radio Plus Casablanca	0:29:42		-
	Radio Plus Agadir	0:10:50		-
Société audiovisuelle internationale	Med Radio	0:09:17	0:08:59	0:22:51
Société Chada Radio	Chada FM	0:06:52	0:31:15	0:04:59
Société Cap Radio S.A	Cap Radio	0:07:13	0:29:02	0:08:39
Société privée de communication et de loisirs	Médina FM			0:00:51
		21:58:46	29:21:35	29:01:02

Annexe12 : Comparaison entre le volume horaire de couverture des projets de 2014, 2015 et 2016 dans les journaux d'information

Opérateur	Service	Projet 2014	Projet 2015	Projet 2016
Société nationale de radiodiffusion et de télévision	Al Oula	1:48:22	1:36:02	2:11:02
	Radio nationale	2:24:06	1:30:28	1:41:41
	Radio Amazighe	2:01:40	1:12:03	1:23:36
	Rabat chaîne inter	1:22:08	0:56:57	0:46:54
	TV Tamazight	0:19:34	0:17:39	0:23:40
	Al Maghribia	1:00:42	0:17:35	0:26:54
Soread – 2M	2M TV	1:14:50	1:04:38	0:33:02
Société Médi 1 tv S.A	Médi1 TV	2:27:05	1:18:26	1:33:23
Société Eco médias	Atlantic	5:35:11	4:04:29	4:33:31
Société MFM Radio TV	Casa FM	0:52:07	0:42:41	0:34:45
	MFM Saiss			-
	MFM Souss	0:02:41		
	MFM Atlas	0:00:48		
Société Radio veille	Luxe Radio			-
Société la marocaine de radio et de broadcast	Aswat	1:02:32	0:39:41	0:27:39
Société Radio 20	Radio Mars			-
Société Radio Plus S.A	Radio Plus Casablanca	0:43:18	0:30:44	0:33:50
	Radio Plus Agadir	0:09:51		0:09:56
	Radio Plus Marrakech	00:02:3		
	Radio Plus Fès	00:02:06		
Société audiovisuelle internationale	Med Radio	0:08:09		-
Société Chada Radio	Chada FM	0:41:04	0:27:48	0:14:07
Société Cap Radio S.A	Cap Radio			-
Société privée de communication et de loisirs	Médina FM			-
Total		23:49:26	14:39:11	15:34:00

Sommaire des tableaux

Tableau n°1 : Volume horaire total consacré par les médias audiovisuels à la couverture du projet de loi de finances 2016.....	9
Tableau N°2 : Comparaison des résultats et données des couvertures consacrées aux projets de loi de finances de 2014, 2015 et 2016.....	12
Tableau n°3 : Les médias ayant consacré, à la couverture du projet, au moins 15 minutes dans leurs journaux d'information, et au moins 30 minutes dans leurs magazines de débat et d'information.....	14
Tableau n°4 : Nombre de journaux radiodiffusés ayant traité du projet de loi de finances 2016 et le volume horaire des interventions les concernant.....	16
Tableau n°5 : Nombre de journaux télévisés ayant consacré une couverture médiatique au projet de loi de finances 2016 et le volume horaire des interventions.....	17
Tableau n°6 : Volume horaire de couverture du projet de loi de finances 2016 dans les magazines de débat et d'information.....	17
Tableau n°7 : Temps de parole des acteurs intervenant dans les couvertures médiatiques du projet de loi de finances 2016.....	19
Tableau n°8 : Volume horaire et pourcentage des couvertures dans les journaux d'information.....	29
Tableau n°9 : Répartition par médias de la couverture des cinq axes.....	36
Tableau n°10 : Répartition par médias des volumes horaires et pourcentages des temps de paroles attribués aux femmes.....	41

Sommaire des graphes

Graphe n° 1 : Contribution en pourcentage des médias publics et privés au volume horaire consacré à la couverture du PLF 2016.....	10
Graphe n°2 : Répartition du volume horaire de couverture consacrée par les médias publics au projet de loi de finances 2016.....	10
Graphe N°3 : Répartition du volume horaire de couverture consacrée par les médias privés au projet de loi de finances 2016.....	11
Graphe n°4 : Nombre de couvertures traitant de sujets relatifs au projet de loi de finances 2016.....	15
Graphe n°5 : Evolution de la couverture du projet de loi de finances 2016.....	15
Graphe n°6 : Répartition des télévisions et radios ayant consacré dans leurs magazines de débat et d'information une couverture au projet de loi de finances 2016.....	18
Graphe n°7 : Les catégories ayant participé à la couverture du projet de loi de finances 2016.....	18
Graphe n°8 : Présence des acteurs politiques dans les couvertures des télévisions.....	20
Graphe n°9 : Présence des acteurs politiques dans la couverture des radios.....	21
Graphe n°10 : Présence des acteurs professionnels dans la couverture médiatique du projet de loi de finances 2016.....	22
Graphe n°11 : Répartition par médias des interventions des acteurs professionnels.....	22
Graphe n°12 : Présence des experts et enseignants chercheurs dans la couverture du projet de loi de finances.....	23
Graphe n°13 : Répartition par médias de la présence d'experts et enseignants chercheurs dans la couverture du PLF 2016.....	24
Graphe n°14 : Présence, selon les médias, des personnalités non classées dans la couverture de loi de finances.....	25
Graphe n°15 : Répartition par médias des genres et formats du traitement médiatique dans les journaux d'information.....	27
Graphe n°16 : Répartition des magazines par type.....	30
Graphe n°17 : Répartition par temps d'antenne des types de magazines ayant couvert le projet de loi de finances 2016.....	31
Graphe n°18 : Schéma sur l'importance accordée au PLF par les six médias, dans leurs magazines et leurs magazines de débat.....	32
Graphe n°19 : Répartition des axes relatifs au projet de loi de finances 2016, traités par les couvertures.....	33
Graphe n°20 : Axes du projet de loi de finances selon les médias.....	35
Graphe n°21 : Points de vue des personnalités interviewées dans la couverture du projet de loi de finances 2016.....	37
Graphe n°22 : Points de vue par type de couverture.....	37
Graphe n°23 : Répartition par médias des points de vue des intervenants dans les couvertures relatives au projet de loi de finances 2016.....	38
Graphe n°24 : Dimension spatiale dans le sujet de couverture du projet de loi de finances 2016.....	39
Graphe n°25 : Sexe des intervenants dans la couverture du projet de loi de finances 2016.....	40
Graphe n°26 : Répartition par sexe des volumes horaires des interventions dans la couverture du PLF 2016 par les six médias.....	41
Graphe n°27 : Langues utilisées dans la couverture du projet de loi de finances 2016.....	42

Sommaire des annexes

Annexe1 : Liste des médias concernés par le rapport.....	48
Annexe2 : Panorama des acteurs intervenants dans les couvertures relatives au projet de loi de finances 2016.....	49
Annexe3 : Répartition des acteurs politiques par temps de parole et par nombre des intervenants dans les couvertures consacrées au PLF par les différents médias.....	50
Annexe4 : Répartition des autres acteurs (mis à part les personnalités politiques) par temps de parole et par le nombre d'intervenants dans les couvertures relatives au projet de loi de finances 2016.....	51
Annexe5 : Types de rapports diffusés dans les couvertures des journaux d'information, relatives au projet de loi de finances 2016.....	52
Annexe6: Liste des magazines et magazines de débat ayant consacré un traitement médiatique au projet de loi de finances 2016.....	53
Annexe7: Répartition par médias des sujets relatifs aux couvertures médiatiques dans les programmes d'information.....	54
Annexe8: Comparaison entre le nombre et le volume horaire des interventions des femmes et des hommes dans les journaux, magazines et magazines de débat.....	56
Annexe9: Répartition par fréquence des sujets traités dans les couvertures consacrées par la presse électronique au PLF 2016.....	57
Annexe10 : Volume horaire de couverture des projets de loi de finances de 2014, 2015 et 2016.....	59
Annexe11 : Comparaison des volumes horaires de couverture des Projets de 2014, 2015 et 2016 dans les magazines et programmes de débat....	60
Annexe12 : Comparaison entre le volume horaire de couverture des projets de 2014, 2015 et 2016 dans les journaux d'information.....	61