

LA REGULATION DES MEDIAS AUDIOVISUELS LORS DES TROIS CAMPAGNES ELECTORALES DU PREMIER SEMESTRE 2014

* *

*

Éléments de propositions soumis à la concertation

Juillet 2014

I. UN CADRE LEGISLATIF CONTRAIGNANT POUR LES MEDIAS AUDIOVISUELS

- | | |
|--|---|
| 1. La « <i>période de réserve</i> » | 7 |
| 2. Les difficultés spécifiques à l'outre-mer | 9 |

II. UN CADRE REGLEMENTAIRE APPELE A EVOLUER

- | | |
|---|----|
| 1. Le principe d'équité | 11 |
| 2. Les propositions spécifiques relatives à certains scrutins | 13 |

III. LES CAMPAGNES OFFICIELLES AUDIOVISUELLES

- | | |
|---|----|
| 1. Les difficultés liées au calendrier des opérations électorales | 15 |
| 2. La multiplication des campagnes | 15 |
| 3. La maîtrise des coûts | 16 |
| 4. La diffusion des campagnes | 16 |

INTRODUCTION

Trois scrutins se sont succédé au cours du premier semestre de l'année 2014 : l'élection des conseillers municipaux et des conseillers communautaires les 23 et 30 mars, l'élection des membres du congrès et des assemblées de province de la Nouvelle-Calédonie le 11 mai et l'élection des représentants au Parlement européen les 24 et 25 mai.

A l'issue de ces campagnes électorales, le Conseil estime qu'en ce qui concerne les élections autres que celle du Président de la République, une réflexion globale s'impose sur l'adéquation des textes législatifs et réglementaires qui encadrent la liberté de communication en période électorale avec la liberté d'informer et l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion.

Il s'interroge notamment, à l'heure de la multiplication des sources d'information, sur la pertinence de la coexistence d'un secteur audiovisuel assujéti à des règles strictes sous le contrôle du régulateur et les secteurs peu régulés de la presse écrite et d'internet dont les contraintes en la matière sont incomparablement plus souples.

Dans cette perspective, deux options peuvent être envisagées :

- la première considérant que les services de radio et de télévision conservent un impact particulier sur la formation de l'opinion des électeurs et sur la détermination de leur vote qui nécessite un régime juridique spécifique ;*
- la seconde considérant que les strictes contraintes législatives et réglementaires qui pèsent sur la radio et la télévision constituent un frein à la libre discussion qui devrait prévaloir dans un espace démocratique, et qu'elles introduisent une inégalité de traitement entre les modes de communication, ainsi qu'une inégalité entre les citoyens dans l'accès à l'information.*

Dans la première hypothèse, le maintien du dispositif actuel conserverait toute sa légitimité s'il protégeait effectivement les électeurs de toute influence extérieure. Force est de constater un écart grandissant entre la volonté du législateur de garantir la sincérité du scrutin en sanctuarisant l'exercice du droit de vote et l'évolution des techniques et de leurs usages.

Dans la seconde hypothèse, la reconnaissance que les électeurs sont en mesure, dans une démocratie développée, d'exercer leur libre-arbitre en toute circonstance doit conduire à réévaluer la validité des limites apportées à la liberté de communication. Au demeurant, dans la mesure où les médias audiovisuels resteraient soumis, sous le contrôle du régulateur, à une logique de pluralisme interne, cette évolution ne les exonérerait pas de leurs responsabilités.

Cette réflexion devra porter en premier lieu sur les obligations attachées à la période dite « de réserve », notamment celles prohibant les interventions « à caractère de propagande électorale » la veille et le jour du scrutin ou interdisant la publication de sondages et de tout résultat ces mêmes jours, qui relèvent du domaine législatif.

Elle devra également aborder le cadre fixé par le Conseil au traitement des campagnes électorales en vertu de son pouvoir réglementaire, s'agissant des modalités d'application du principe d'équité qui régit la présentation et l'accès à l'antenne des candidats et des partis et groupements politiques qui les soutiennent.

Par ailleurs, cette réflexion pourra être l'occasion de procéder à un réexamen des conditions dans lesquelles sont organisées les campagnes officielles audiovisuelles, en particulier outre-mer.

La réflexion du Conseil est guidée par le souci de servir le principe de pluralisme. Elle se fixe pour objectif de ménager aux éditeurs de services de radio et de télévision la possibilité d'apporter aux auditeurs et aux téléspectateurs que sont les électeurs, les informations, les analyses et les commentaires les plus complets. Des règles excessivement strictes ont en effet pour conséquence, au détriment du pluralisme des courants de pensée et d'opinion, de dissuader les éditeurs de traiter des enjeux des campagnes électorales et de donner la parole aux formations politiques et aux candidats.

Pour mener à bien cette réflexion, le Conseil souhaite y associer l'ensemble des parties prenantes (pouvoirs publics, éditeurs, partis politiques) et recueillir les contributions d'experts qualifiés.

Enfin, les éléments de réflexion et de propositions qui suivent ne valent pas nécessairement pour l'élection du Président de la République, sur laquelle, en vue de l'échéance de 2017, le Conseil mènera parallèlement des consultations spécifiques.

*
* *

I. Un cadre législatif contraignant pour les médias audiovisuels

1. La « période de réserve »

Le code électoral et la loi n° 77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion posent plusieurs limites à la liberté de communication en période électorale, qui s'appliquent pendant ce qu'il est convenu d'appeler la « période de réserve » :

- l'article L. 49 du code électoral¹ interdit, la veille et le jour du scrutin, la communication au public par voie électronique de tout message à caractère de propagande électorale ;

- l'article L. 52-2 du code électoral² prévoit qu'aucun résultat, partiel ou définitif, ne peut être communiqué au public par voie électronique avant la fermeture des derniers bureaux de vote en métropole ;

- le premier alinéa de l'article 11 de la loi n° 77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion³ interdit la diffusion et le commentaire de tout sondage ayant un rapport direct ou indirect avec le scrutin par quelque moyen que ce soit la veille et le jour du scrutin.

a. L'embargo sur les interventions relatives aux élections

Les dispositions de l'article L. 49 du code électoral interdisant la diffusion, à partir de la veille du scrutin à zéro heure, de tout message ayant le caractère de propagande électorale « *par tout moyen de communication au public par voie électronique* » s'appliquent d'abord aux interventions des candidats et des représentants des partis et groupements politiques qui les soutiennent. Elle peut également concerner, selon la nature des propos, les journalistes et, plus généralement toute personne amenée à s'exprimer à l'antenne, quand bien même ces propos ne seraient pas directement partisans.

¹ « Il est interdit de distribuer ou faire distribuer, le jour du scrutin, des bulletins, circulaires ou autres documents.

A partir de la veille du scrutin à zéro heure, il est interdit de diffuser ou de faire diffuser par tout moyen de communication au public par voie électronique tout message ayant le caractère de propagande électorale ».

² « En cas d'élections générales, aucun résultat d'élection, partiel ou définitif, ne peut être communiqué au public par la voie de la presse ou par tout moyen de communication au public par voie électronique, en métropole, avant la fermeture du dernier bureau de vote sur le territoire métropolitain. Il en est de même dans les départements d'outre-mer avant la fermeture du dernier bureau de vote dans chacun des départements concernés.

En cas d'élections partielles, les mêmes dispositions s'appliquent jusqu'à la fermeture du dernier bureau de vote de la circonscription territoriale intéressée ».

³ « La veille de chaque tour de scrutin ainsi que le jour de celui-ci, sont interdits, par quelque moyen que ce soit, la publication, la diffusion et le commentaire de tout sondage tel que défini à l'article 1^{er}. Cette interdiction est également applicable aux sondages ayant fait l'objet d'une publication, d'une diffusion ou d'un commentaire avant la veille de chaque tour de scrutin. Elle ne fait pas obstacle à la poursuite de la diffusion des publications parues ou des données mises en ligne avant cette date ».

Cette interdiction place les médias audiovisuels dans une situation différente, d'une part, de la presse écrite, qui n'est pas soumise à cette obligation, et, d'autre part, des médias de l'internet. Elle est appliquée par les services de radio et de télévision sous le contrôle immédiat du Conseil, les médias de l'internet ne faisant l'objet d'aucun contrôle (à l'exception de ceux qui sont une extension des programmes des services de radio et de télévision). Dans ces conditions, seuls leurs manquements, relevés par le Conseil, sont susceptibles, le cas échéant, de faire l'objet d'une sanction. Cette interdiction limite en outre, dans la seule sphère de l'audiovisuel, la liberté de parole des journalistes dans l'exercice de leur fonction critique.

Le Conseil souhaite que cette législation soit modifiée dans le sens d'une plus grande confiance accordée aux différents acteurs du débat public.

b. La fermeture des bureaux de vote et la divulgation des résultats

Le Conseil préconise de longue date une harmonisation de l'horaire de fermeture des bureaux de vote sur l'ensemble du territoire métropolitain, qui lui semble constituer le seul moyen de prévenir la divulgation anticipée de résultats et, partant, de garantir jusqu'à son terme la sincérité du scrutin dans le strict respect de l'article L. 52-2 du code électoral.

Sans méconnaître les difficultés que soulève la mise en œuvre de cette proposition, notamment dans les petites communes, le Conseil constate qu'en dépit de l'accueil favorable réservé par le ministère de l'intérieur⁴, aucune avancée significative n'a pu être obtenue à ce jour. Il a donc réitéré avec insistance sa proposition dans ses rapports relatifs à l'élection des conseillers municipaux et des conseillers communautaires et à l'élection des représentants au Parlement européen de 2014.

Le Conseil souligne que cette situation consacre une inégalité de fait dans l'accès à l'information entre les électeurs appelés à se prononcer jusqu'à 18 heures et ceux qui, pouvant voter jusqu'à 20 heures, disposent, sur la base des extrapolations de dépouillements partiels, des indications divulguées sur les sites internet de médias étrangers et sur les réseaux sociaux. Elle place également les médias audiovisuels français dans une position difficilement tenable au regard de leur mission d'information.

Si le statu quo devait prévaloir, une première évolution pourrait consister à ouvrir la possibilité de diffuser des estimations ou des résultats partiels entre 18 et 20 heures pour les élections générales se déroulant dans le cadre de circonscriptions multiples (élections législatives, européennes, régionales, départementales et municipales), considérant qu'en définitive une telle diffusion aurait peu d'incidence sur le comportement des électeurs d'une circonscription à l'autre.

Dans cette hypothèse, il pourrait être fait état sur l'antenne des médias audiovisuels d'indications sur les résultats du scrutin dans les circonscriptions dont les bureaux de vote

⁴ Lettre de M. Manuel Valls, ministre de l'intérieur, 17 mai 2013.

ferment à 18 heures ou à 19 heures, sans attendre la fermeture des bureaux de vote dans les circonscriptions dans lesquelles le scrutin se poursuit jusqu'à 20 heures.

En revanche, l'élection du Président de la République et les référendums feraient exception dans la mesure où ces scrutins comportant une seule circonscription sur l'ensemble du territoire de la République, l'incidence de la diffusion anticipée d'estimations ou de résultats partiels sur le comportement des électeurs pourrait peser de manière déterminante sur le résultat final.

c. Plusieurs scénarios d'évolution possibles

En conséquence, plusieurs scénarios d'évolution sont envisageables :

1°) Une première option consisterait à repousser de 24 heures l'entrée en vigueur des dispositions de la période de réserve s'appliquant aujourd'hui la veille du scrutin. En pratique, les services de radio et de télévision pourraient diffuser des interventions des candidats et de leurs soutiens et publier des sondages le samedi, veille du scrutin, jusqu'à minuit. Au cours de cette période, les journalistes et les éditorialistes seraient libres de leurs commentaires sur les enjeux du scrutin considéré.

2°) Une deuxième option pousserait plus loin la même logique en limitant l'application des dispositions de la période de réserve aux seules heures d'ouverture des bureaux de vote, soit le dimanche, jour du scrutin, de 8 heures à 20 heures ou de 8 heures à 18 heures.

3°) Une troisième option consisterait à supprimer l'interdiction de publication des sondages (intentions de vote comme extrapolation de dépouillements partiels) la veille et le jour du scrutin tout en conservant l'interdiction de l'expression des candidats, de leurs soutiens et des autres intervenants.

4°) Une quatrième option, la plus radicale, consisterait à renoncer au principe même de la période de réserve et, par conséquent, à abroger les dispositions du code électoral et de la législation sur les sondages limitant la veille et le jour du scrutin l'expression des candidats et de leurs soutiens, ainsi que celle de tout autre intervenant, et la publication des enquêtes d'opinion.

2. Les difficultés spécifiques à l'outre-mer

a. L'occultation des programmes diffusés depuis la métropole

En raison du décalage horaire, les obligations liées à la période de réserve conduisent certains éditeurs à suspendre ou à occulter indistinctement la diffusion de programmes à vocation nationale, susceptibles de comporter des interventions de personnalités politiques ou des annonces de résultats, dans les collectivités d'outre-mer. Cette situation pénalisante pour les

auditeurs et les téléspectateurs de ces collectivités, ainsi que pour ceux des pays étrangers limitrophes, apparaît peu satisfaisante au regard de la liberté de communication.

A l'exception de l'élection présidentielle et des référendums, il pourrait être mis fin à cette anomalie en considérant que les propos émanant de personnalités politiques au niveau national ou les résultats portant sur la métropole n'ont pas nécessairement d'incidence sur les enjeux électoraux spécifiques de ces collectivités et, partant, sur le comportement des électeurs ultra-marins.

II. Un cadre réglementaire appelé à évoluer

1. Le principe d'équité

Fixée par le régulateur, l'équité constitue le principe cardinal structurant l'exposition médiatique des personnalités politiques en période électorale. Ses modalités d'application ont été formalisées par le Conseil dans la délibération n° 2011-1 du 4 janvier 2011 relative au principe de pluralisme politique en période électorale. Sauf exception, il s'applique uniformément au cours des six semaines précédant le jour du scrutin, d'une part, dans le cadre des circonscriptions électorales concernées et, d'autre part, au-delà de ce cadre.

a. L'effectivité d'application du principe d'équité

Au terme de la campagne en vue de l'élection des représentants au Parlement européen des 24 et 25 mai 2014, le Conseil a souligné les difficultés rencontrées dans l'application du principe d'équité. Elles lui sont apparues relever de deux ordres :

- d'une part, celles qui renvoient à la déclinaison de ce principe pendant les six semaines précédant le scrutin. Elles conduisent à s'interroger sur les moyens, pour le Conseil comme pour les éditeurs, d'assurer une application « lissée » du principe d'équité tout au long de cette période, en évitant notamment les effets de rattrapage observés dans les derniers jours de la campagne ;
- d'autre part, celles dues au nombre élevé de partis et groupements politiques, de listes de candidats ou de candidats présents dans la compétition électorale, qui rendent l'exercice impraticable. Lors de la dernière élection des représentants au Parlement européen, près de quarante formations ont ainsi présenté au moins une liste dans l'une des sept circonscriptions de métropole. Faute souvent d'éléments tangibles de représentativité pour nombre d'entre eux, il convient de s'interroger sur ce qui peut justifier leur exposition médiatique, sinon une « logique du guichet » peu compatible avec la liberté éditoriale.

b. Le rythme d'appréciation du principe d'équité

Les services de radio et de télévision ont pour obligation de respecter le principe d'équité sur l'ensemble de la période de six semaines précédant le jour du scrutin. Dans la pratique, cette obligation peut se traduire par des effets de « bourrage » (présence à l'antenne de certains candidats ou partis et groupements politiques uniquement en début de période) ou de « rattrapage » (présence à l'antenne de certains candidats ou partis et groupements politiques uniquement en fin de période).

Afin de mieux lisser les modalités d'application du principe d'équité, il pourrait être envisagé de séquencer la période de six semaines précédant le jour du scrutin en sous-périodes (2 X 3 semaines ou 3 X 2 semaines) au cours desquelles l'équité devrait être réalisée. Cette éventualité présenterait néanmoins l'inconvénient pour les éditeurs d'introduire un élément nouveau de complexité. En outre, un tel dispositif pourrait être inadapté au regard de la périodicité hebdomadaire ou mensuelle de certains magazines politiques.

c. La question du temps d'antenne

Le Conseil fonde essentiellement son appréciation du respect du principe d'équité sur le temps de parole des personnalités politiques et de leurs soutiens, qui s'entend comme le seul temps pendant lequel ces personnalités s'expriment à l'antenne. Néanmoins, dans la mesure où la délibération du 4 janvier 2011 prévoit que les candidats ou les partis et groupements politiques qui les soutiennent doivent bénéficier d'« *une présentation et d'un accès équitables à l'antenne* », cette obligation pourrait se matérialiser, pour les candidats ou les partis et groupements politiques dont la représentativité apparaît faible sinon inexistante, sous la forme d'un temps d'antenne sans nécessairement que celui-ci comporte un temps de parole.

La prise en compte du temps d'antenne soulève toutefois des questions d'ordre technique puisqu'elle requerrait une approche plus qualitative que la simple prise en compte arithmétique du temps de parole. Portant sur des volumes horaires plus importants, elle supposerait également de mobiliser davantage de moyens.

La question se pose de savoir si les sites internet des services de radio et de télévision pourraient être considérés comme des prolongations des antennes, pouvant utilement accueillir des présentations des formations politiques en campagne et concourir, à ce titre, au respect du principe d'équité par le programme linéaire.

Plus radicalement, il pourrait être considéré que l'absence de présentation ou d'accès à l'antenne des candidats ou des partis et groupements politiques qui ne peuvent se prévaloir d'éléments de représentativité significatifs ne constitue pas un manquement au principe d'équité.

d. Une approche globale des programmes

Dans son appréciation du respect du principe d'équité par les éditeurs en période électorale, le Conseil distingue les programmes des services de radio et de télévision selon qu'ils relèvent de l'information (journaux, magazines, émissions spéciales) ou non (talk shows, émissions culturelles, divertissements, etc.), chacune de ces deux catégories faisant l'objet d'un décompte distinct des temps de parole.

Prenant en compte la porosité croissante entre ces différents genres de programmes qu'illustrent des émissions telles que *On n'est pas couché* sur France 2, *Ce soir ou jamais* sur France 3 ou *Le Grand Journal* et *Le Petit Journal* sur Canal Plus, qui sont devenues des rendez-vous politiques à part entière, le Conseil se propose à l'avenir d'appréhender de manière globale l'ensemble du programme proposé par chaque service.

Cette globalisation n'empêcherait pas les éditeurs qui le souhaitent de continuer à distinguer les équilibres au sein des journaux et des magazines d'information et les équilibres au sein des autres émissions des programmes.

2. Les propositions spécifiques relatives à certains scrutins

a. Elections des conseillers municipaux et des conseillers communautaires : la prise en compte de l'intercommunalité

L'affirmation de plus en plus grande du rôle des établissements publics de coopération intercommunale (EPCI), dont témoigne la démocratisation du mode de désignation de leurs instances délibératives, constitue une évolution majeure dans l'organisation des pouvoirs publics.

Quand bien même les EPCI ne constituent pas des circonscriptions au sens du code électoral, cette nouvelle dimension de la vie démocratique conduit à s'interroger sur la prise en compte spécifique du traitement des enjeux électoraux qui leur sont attachés par les médias audiovisuels.

Dans la perspective de la prochaine élection des conseillers municipaux et des conseillers communautaires, le Conseil se propose d'évaluer sous quelle forme cet enjeu pourrait être appréhendé dans ses recommandations aux éditeurs.

b. Election des représentants au Parlement européen : l'émergence d'un espace médiatique à l'échelle de l'Union

L'élection des représentants au Parlement européen se sont caractérisées par l'émergence d'un espace médiatique à l'échelle de l'Union. La désignation par les partis européens de chefs de file appelés à postuler aux fonctions de président de la Commission européenne a constitué une étape majeure dans l'affirmation de ce processus. Il s'est cristallisé à l'occasion de la diffusion le 15 mai 2014 du débat réunissant les cinq personnalités représentants les principaux courants politiques européens.

Soucieux d'accompagner ce processus, le Conseil envisage à l'avenir d'intégrer dans le décompte des temps de parole, ceux se rapportant à la désignation des nouvelles institutions européennes, quand bien même ils n'auraient pas un lien direct avec la campagne électorale en France et émaneraient de personnalités politiques étrangères. Dans cette hypothèse, les temps relevés seraient affectés en fonction des affiliations ou des soutiens entre partis politiques français et partis politiques européens.

III. Les campagnes officielles audiovisuelles

1. Les contraintes liées au calendrier des opérations électorales

Le premier alinéa de l'article 16⁵ de la loi du 30 septembre 1986 confie au Conseil la mission de fixer les règles concernant les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions relatives aux campagnes électorales.

En la matière, le Conseil est confronté à plusieurs difficultés qui tiennent au calendrier des procédures qui déterminent les bénéficiaires de ces émissions. Si elles diffèrent selon les scrutins, ces procédures ont pour trait commun de placer le Conseil et les partis et groupements politiques dans une situation qui ne favorise pas l'optimisation de la communication électorale.

Tant pour les élections législatives que pour les élections européennes, ainsi que pour de nombreux scrutins outre-mer, les modalités en fonction desquelles est communiquée au Conseil la liste des partis et groupements politiques admis à participer à la campagne officielle audiovisuelle l'obligent à mettre en œuvre les opérations de production dans des délais extrêmement contraints. Elles font en outre peser jusqu'à une date trop tardive une incertitude sur le nombre effectif d'émissions à produire, ce qui a notamment un effet direct sur le coût financier des opérations de production. Le fait de devoir réaliser un grand nombre d'émissions dans le court délai séparant le tirage au sort de leur ordre de passage et leur mise à l'antenne s'ajoute à ces difficultés et ne manque pas d'avoir, là aussi, des répercussions sur le coût des opérations.

Afin que ces opérations puissent se dérouler dans des conditions plus satisfaisantes, notamment pour les équipes de France Télévisions en charge de la production mais surtout pour les partis et groupements politiques qui disposeraient d'un temps de préparation plus important pour l'élaboration de leurs messages, le Conseil préconise que l'ensemble des procédures de dépôt, d'enregistrement et de validation des candidatures soit très significativement avancé dans le calendrier des opérations électorales.

Le Conseil souligne également que lors de la récente élection des représentants au Parlement européen, ces difficultés ont été accrues par le nombre particulièrement élevé de partis et groupements politiques habilités à bénéficier des émissions de la campagne officielle audiovisuelle.

2. La multiplication des campagnes

Le Conseil s'interroge sur le choix du législateur de multiplier l'organisation de campagnes officielles audiovisuelles pour des élections locales, notamment outre-mer, dont certaines ne

⁵ « Le Conseil supérieur de l'audiovisuel fixe les règles concernant les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions relatives aux campagnes électorales que les sociétés mentionnées à l'article 44 sont tenues de produire et de programmer. Les prestations fournies à ce titre font l'objet de dispositions insérées dans les cahier des charges ».

concernent que quelques milliers d'électeurs⁶. Le Conseil observe que de telles campagnes sont aujourd'hui prévues par les textes pour l'élection des assemblées délibérantes de Corse, de Guyane, de Martinique, de Mayotte, de Saint-Pierre-et-Miquelon, de Saint-Martin, des îles Wallis-et-Futuna, de la Nouvelle-Calédonie et de la Polynésie française.

On rappellera que ces campagnes requièrent la mobilisation de moyens techniques et humains importants dont le coût est aujourd'hui supporté par le budget de l'Etat.

3. La maîtrise des coûts

L'article 16 de la loi du 30 septembre 1986 confie au Conseil l'organisation des campagnes officielles audiovisuelles mais ne lui assigne pas de rôle particulier dans le contrôle des dépenses occasionnées par ces campagnes officielles audiovisuelles. Au demeurant, les textes sont assez flous sur la question, l'article 47 du cahier des charges de France Télévisions prévoyant, sans plus de précision, que « *l'Etat rembourse à la société les frais de production et de diffusion occasionnés par ces émissions* ».

Dans la pratique, le Conseil, attentif à ce que le coût des émissions soit maîtrisé, demande avant chaque campagne à la société nationale de programme France Télévisions d'établir puis de lui transmettre un devis prévisionnel détaillé des opérations de production devant tenir compte de cette préoccupation. Il s'assure postérieurement à leur diffusion du bien-fondé des dépenses réellement engagées. Il certifie au ministère de l'intérieur le service fait par France Télévisions.

Indépendamment des prévisions budgétaires du ministère de l'intérieur, le Conseil se propose de tenir celui-ci informé, plus en amont, du processus qui détermine le coût final des campagnes officielles audiovisuelles.

4. La diffusion des campagnes

Soucieux que les propositions des partis et groupements politiques rencontrent le plus large écho dans l'opinion, le Conseil estime qu'il serait approprié, quand bien même les textes limitent leur diffusion aux antennes des sociétés nationales de programme France Télévisions, Radio France et France Médias Monde, que les émissions des campagnes officielles audiovisuelles puissent bénéficier de supports d'exposition supplémentaires.

A ce titre, leur mission de service public et leur vocation à animer le débat public désignent tout spécialement les chaînes parlementaires LCP-Assemblée nationale et Public Sénat, qui pourraient à l'avenir, si elles le souhaitent, compter parmi les services diffusant les émissions des campagnes officielles audiovisuelles.

De manière plus générale, il pourrait être envisagé que le Conseil ouvre à tout service de radio et de télévision, même privé, qui lui en ferait la demande, et à la condition de les diffuser intégralement, la possibilité de relayer les émissions des campagnes officielles audiovisuelles.

⁶ Saint-Pierre-et-Miquelon : 5 000 électeurs inscrits, Wallis-et-Futuna : 9 000 électeurs inscrits, Saint-Martin : 18 000 électeurs inscrits.