



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Rapport sur la campagne des élections municipales et cantonales de 2008

Bilan et propositions

Mai 2008

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	3
I. LA RECOMMANDATION DU CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL : DES RÈGLES SIMPLIFIÉES ET UNE DURÉE D'APPLICATION ABREGÉE	4
A.LE PRINCIPE D'ÉQUITÉ	5
B.LA DURÉE D'APPLICATION	5
C.LES AUTRES DISPOSITIONS	6
II. DES RÈGLES DE TRAITEMENT MÉDIATIQUE DE LA CAMPAGNE GLOBALEMENT BIEN RESPECTÉES	7
A.LES TEMPS DE PAROLE ET D'ANTENNE : UN TRAITEMENT ÉQUITABLE DE L'ACTUALITÉ ÉLECTORALE	7
1. <i>Sur les antennes des chaînes TF1, France 2, France 3, Canal + et M6</i>	7
2. <i>Sur les antennes des radios et télévisions soumises au système déclaratif</i>	9
B.LES DISPOSITIONS RELATIVES À LA VEILLE ET AU JOUR DU SCRUTIN : UN BILAN SATISFAISANT MALGRÉ PLUSIEURS MANQUEMENTS	10
1 <i>Bilan du week-end du premier tour</i>	10
2 <i>Bilan du week-end du second tour</i>	10
C.LES SAISINES REÇUES PAR LE CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL	11
PROPOSITIONS	12
TABLE DES ANNEXES	13

INTRODUCTION

Les élections municipales et cantonales des 9 et 16 mars 2008 ont constitué le premier rendez-vous électoral concernant l'ensemble du territoire national après les élections présidentielle et législatives de 2007.

Des consultations de cette nature revêtent une dimension locale forte. Mais, dans le contexte, les thèmes traités au cours de la campagne ont également eu une portée nationale.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel avait procédé, à l'issue des élections législatives de 2007, à un bilan général du traitement médiatique des campagnes. Il avait associé à l'élaboration de ce bilan les formations politiques et les services de radio et de télévision principalement concernés. Les échanges auxquels cette concertation a donné lieu en juillet et septembre 2007 ont nourri les propositions d'évolution que le Conseil a détaillées dans son rapport sur l'élection présidentielle, publié en novembre 2007.

Le Conseil a voulu que certaines de ces propositions, qui allaient dans le sens d'une simplification des règles, soient appliquées dès la campagne pour les élections municipales et cantonales de 2008. Il a ainsi adopté le 13 novembre 2007 une recommandation fondée sur des règles simplifiées et une durée d'application abrégée.

Le Conseil, qui a veillé, tout au long de la campagne, au respect de ces règles, constate que les services de radio et de télévision les ont dans l'ensemble respectées, tout en consacrant à la campagne des volumes horaires importants.

I. La recommandation du Conseil supérieur de l'audiovisuel : des règles simplifiées et une durée d'application abrégée

L'article 16 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication dispose que « *pour la durée des campagnes électorales, le Conseil supérieur de l'audiovisuel adresse des recommandations aux exploitants des services de communication audiovisuelle autorisés en vertu de la présente loi* ».

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a adopté, le 13 novembre 2007, une recommandation pour les élections cantonales et municipales (recommandation n°2007-7 du 13 novembre 2007 à l'ensemble des services de télévision et de radio en vue des élections cantonales et municipales, jointe en **annexe 1**).

La recommandation a été présentée aux responsables des radios et des télévisions par le président et les membres du Conseil lors d'une réunion tenue le 12 décembre 2007.

Si elle s'inscrit dans la continuité du texte adopté pour les élections des 11 et 18 mars 2001, elle s'en distingue par un souci accru d'adapter aux réalités de la campagne les règles fixées par le Conseil, notamment en simplifiant les dispositions applicables.

A. Le principe d'équité

La recommandation est fondée sur le principe d'équité, retenu par le Conseil pour toutes les élections, à l'exception des dernières semaines de la campagne de l'élection présidentielle pour laquelle le principe d'égalité découle d'une obligation réglementaire.

Elle prend en compte le caractère à la fois local et national de la campagne. S'agissant du traitement médiatique d'une circonscription, l'équité s'applique aux candidats présents dans cette circonscription. Si l'actualité électorale traitée dépasse le cadre de la circonscription, l'équité s'applique aux partis et groupements participant à la campagne.

Le principe d'équité implique que les services de radio et de télévision ne sont pas tenus d'accorder le même temps d'antenne et de parole à tous les candidats. Ils doivent en revanche tenir compte de leur représentativité. A cette fin, ils peuvent notamment s'appuyer sur les précédents résultats électoraux locaux, ainsi que sur les éléments permettant de mesurer la notoriété du candidat au niveau local ou national. Ils doivent également prendre en considération la dynamique de campagne des candidats.

Si les services organisent des débats, ils ne sont pas obligés d'inviter tous les candidats à un même débat, dès lors que les candidats non invités sont traités de façon équitable.

Pour limiter les contraintes pesant sur les services de radio et de télévision, le Conseil a choisi de ne pas imposer la citation de tous les candidats ou de toutes les listes présents dans une circonscription. Mais il a en contrepartie indiqué qu'il serait d'autant plus attentif à ce que l'équité soit respectée dans chaque circonscription.

Il convient de souligner que le principe d'équité ne se limite pas à une application quantitative, mesurée par des temps de parole ou d'antenne. Il correspond aussi à des éléments qualitatifs, qui concernent notamment, pour toutes les catégories d'émission, le traitement éditorial (exposition des comptes rendus, commentaires et présentations auxquels donnent lieu les élections), l'indication systématique de l'origine des images, ainsi que l'accès à l'antenne des collaborateurs des services qui sont candidats aux élections.

B. La durée d'application

En 2007, les médias audiovisuels avaient dû, pendant un semestre, respecter des règles spécifiques au traitement des élections présidentielle et législatives. Tenant compte des contraintes plus fortes que de telles règles font peser sur les médias, le Conseil a décidé, pour les élections cantonales et municipales, de limiter la durée d'application de sa recommandation à la période la plus active de la campagne.

C'est pourquoi ces règles sont entrées en vigueur le vendredi 1^{er} février 2008 (soit un mois plus tard qu'en 2001), ce qui représentait une période d'application de cinq semaines pour la campagne du premier tour et d'une semaine pour la campagne du second tour.

Dans le même souci d'allègement, le Conseil a simplifié certaines dispositions concernant le rythme d'examen des relevés de temps.

C. Les autres dispositions

Le Conseil, comme lors des élections présidentielle et législatives, a consacré des dispositions particulières à deux aspects auxquels il est particulièrement attentif.

a) L'accessibilité des émissions aux personnes sourdes ou malentendantes.

Le Conseil a reconduit l'obligation, déjà présente et très bien respectée en 2007, pour les chaînes nationales TF1, France 2, France 3 (programmes nationaux), Canal + (programmes en clair), France 5 et M6, de veiller à assurer aux personnes sourdes ou malentendantes un accès aux principales émissions traitant de la campagne électorale, par les moyens de leur choix (sous-titrage ou traduction en langue des signes).

b) L'obligation de respecter les règles propres à la veille et au jour du scrutin.

Les élections ont eu lieu le même jour sur l'ensemble du territoire français : le dimanche 9 mars pour le scrutin du premier tour, le dimanche 16 mars pour celui du second tour. Elles n'ont donc pas donné lieu à une anticipation au samedi du vote dans certaines collectivités d'outre-mer, comme cela avait été le cas pour l'élection présidentielle et les élections législatives.

Dès lors, les dispositions relatives à la veille et au jour du scrutin définies par la recommandation se sont appliquées de la même façon partout en France :

- Il était interdit de diffuser tout message à caractère de propagande à compter du samedi 0 heure, veille du scrutin.

Cette interdiction devait, comme pour chaque élection, s'appliquer strictement. Les services de radio et de télévision ne pouvaient, à compter du samedi 0 heure, reprendre aucun propos de candidat, de soutien ou de responsable de formation politique relatif à l'élection. Ils devaient également éviter tout commentaire ou toute intervention de nature à avoir une incidence sur le résultat du scrutin.

Ils pouvaient en revanche diffuser des reportages consacrés au vote de candidats et de leurs soutiens, dès lors qu'aucun propos de candidat ou de soutien n'était diffusé à cette occasion.

- Il était interdit de diffuser tout résultat de sondage ou tout résultat de scrutin avant la clôture du dernier bureau de vote.

S'agissant d'élections portant sur une pluralité de circonscriptions, cette disposition s'appliquait outre-mer jusqu'à la clôture du dernier bureau de vote dans chaque collectivité, et en métropole jusqu'à la clôture du dernier bureau de vote métropolitain.

A la différence de l'élection présidentielle, le Conseil a considéré qu'il était possible d'organiser des soirées électorales dans les télévisions et radios outre-mer dès lors que le scrutin était clos dans la collectivité concernée, même si les opérations de vote se poursuivaient en métropole.

- Les chaînes de télévision programmant des soirées électorales le jour du scrutin devaient incruster à l'écran une horloge indiquant heure, minutes et secondes cinq minutes au moins avant la clôture du dernier bureau de vote.

Le Conseil a jugé nécessaire de rappeler et préciser ces dispositions dans une note d'information adressée aux éditeurs de radio et de télévision la semaine précédant le scrutin du premier tour. Cette note est jointe en **annexe 2**.

II. Des règles de traitement médiatique de la campagne globalement bien respectées

A. Les temps de parole et d'antenne : un traitement équitable de l'actualité électorale

Le traitement de l'actualité électorale dans les deux catégories d'émission concernées (émissions d'information et autres émissions du programme) a donné lieu à des relevés :

- des temps de parole et d'antenne effectués par les services du Conseil pour les cinq chaînes hertziennes TF1, France 2, France 3 et M6, pour leurs programmes nationaux, et Canal +, pour ses programmes en clair ;
- des temps de parole établis par les chaînes de radio et de télévision soumises au système déclaratif dont la liste était déterminée par la recommandation du 13 novembre 2007¹.

Le Conseil a apprécié le respect du principe d'équité sur l'ensemble de la période d'application de la recommandation, soit du vendredi 1^{er} février au vendredi 7 mars 2008 pour la campagne du premier tour et du lundi 10 mars au vendredi 14 mars pour la campagne du second tour. Un bilan d'étape a été effectué à l'issue de la période du 1^{er} au 15 février.

1. Sur les antennes des chaînes TF1, France 2, France 3, Canal + et M6

a) Lors de la campagne du premier tour

Le Conseil a procédé à un examen systématique des relevés de temps concernant l'actualité dépassant le cadre d'une circonscription (« actualité nationale ») ainsi que celle d'une sélection de dix villes : Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier, Nice, Paris, Rennes, Strasbourg, Toulouse.

¹ Ces éditeurs sont les suivants : France 3 pour ses programmes régionaux ou locaux, France 5 pour l'ensemble de son programme, Réseau France outre-mer pour ses programmes régionaux et pour France Ô, LCI, I-télé, BFM TV ; BFM, Europe 1, Radio Classique, Radio France (France Info, France Inter, France Culture, France Musiques et antennes locales de France Bleu), Réseau France outre-mer, RTL.

Le temps global consacré à la campagne des élections municipales dans les émissions d'information s'est établi à près de 21 heures de temps d'antenne et près de 10 heures de temps de parole pour les cinq chaînes, avec un minimum de 54 minutes de temps de parole sur M6 et 2 heures 5 minutes de temps d'antenne sur TF1, et un maximum de 3 heures 21 minutes de temps de parole et 6 heures 53 minutes de temps d'antenne sur France 2. Le nombre des villes traitées par chacune des chaînes a varié de 37 (sur M6) à 55 (sur France 3). Ces éléments sont détaillés dans le tableau joint en **annexe 3**.

Pour le traitement de l'actualité dépassant le cadre d'une circonscription, l'examen des temps fait apparaître que les formations politiques ont globalement bénéficié d'un traitement équitable. Le Conseil a cependant relevé l'absence de traitement pour certaines formations politiques.

Il a adressé des observations pour ce motif aux chaînes, en leur demandant de poursuivre leurs efforts pour respecter le principe d'équité sur l'ensemble de la campagne du second tour en donnant notamment, quand elles traitaient d'une circonscription, un accès à l'antenne à toutes les listes encore présentes au second tour.

b) Lors de la campagne du second tour

Le temps consacré à la campagne pour les élections municipales dans les émissions d'information s'est établi à 4 heures de temps de parole et près de 10 heures de temps d'antenne pour les cinq chaînes, avec un minimum de 7 minutes de temps de parole et 36 minutes de temps d'antenne sur M6, et un maximum de 2 heures 20 minutes de temps de parole et 3 heures 53 minutes de temps d'antenne sur Canal +. Ces éléments sont détaillés dans le tableau joint en **annexe 4**.

La comparaison entre les campagnes des deux tours en volume moyen par jour fait apparaître globalement une très forte augmentation au bénéfice de la campagne du second tour, essentiellement du fait de la diffusion sur Canal + le mercredi 12 mars d'un débat entre Mme Françoise de Panafieu et M. Bertrand Delanoë, suivi de l'invitation de Mme Marielle de Sarnez pour réagir à ce débat. Le nombre des villes traitées par chacune des chaînes a varié de 17 (sur M6) à 58 (sur France 2).

Les formations politiques ont globalement bénéficié d'un traitement équitable. Le Conseil a cependant relevé, une nouvelle fois, l'absence de traitement pour certaines formations politiques.

Il a donc adressé des remarques aux services concernés, tout en observant avec satisfaction que les chaînes avaient globalement respecté le principe d'équité dans le traitement de l'actualité électorale, tant au sein des circonscriptions qu'au niveau national, et en saluant les efforts accomplis par les rédactions afin de parvenir à ce résultat.

2. Sur les antennes des radios et télévisions soumises au système déclaratif

Au total, 13 services nationaux et 81 antennes régionales² ont été contrôlés systématiquement par le Conseil. En ce qui concerne les radios et télévisions nationales, le Conseil a centré son examen sur les temps résultant de la couverture accordée à l'actualité nationale (non liée à une circonscription en particulier) ainsi qu'aux dix villes suivantes : Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier, Nice, Paris, Rennes, Toulouse et Strasbourg.

Les antennes régionales ont transmis les temps de parole résultant de la couverture accordée à la circonscription « phare » au sein des régions concernées.

a) Lors de la campagne du premier tour

Les temps de parole ont été de :

- 47 heures pour les télévisions nationales (chaînes d'information et France 5) ;
- 63 heures 15 minutes (dont 15 heures 43 minutes pour les radios publiques) pour les radios nationales ;
- 123 heures 15 minutes pour les antennes régionales des opérateurs en réseau,

soit un total de 233 heures 30 minutes (dont 110 heures 13 minutes pour les services nationaux) et une moyenne quotidienne de 6 heures 29 minutes. Ces éléments sont détaillés dans le tableau joint en **annexe 5**.

Le bilan d'étape réalisé sur la période du 1^{er} au 15 février a permis au Conseil de signaler les principales absences et insuffisances de temps de parole et aux services de procéder à des rééquilibrages ou ajustements et d'ouvrir leurs antennes à une plus grande diversité de candidats.

Ainsi, sur la totalité de la campagne du premier tour, le Conseil n'a prononcé aucune mise en garde ou mise en demeure et a constaté que les services avaient globalement respecté les dispositions de sa recommandation, notamment le principe d'équité. Il a également relevé l'importance du volume horaire consacré à la couverture de la campagne par certains services.

b) Lors de la campagne du second tour

Les temps de parole ont été de :

- 26 heures pour les télévisions nationales (chaînes d'information et France 5) ;
- 24 heures (dont 11 heures 22 minutes pour les radios publiques) pour les radios nationales ;
- 40 heures 6 minutes pour les antennes régionales des opérateurs en réseau,

soit un total de 90 heures 6 minutes (dont 49 heures 58 minutes pour les services nationaux) et une moyenne quotidienne de 18 heures. Ces éléments sont détaillés dans le tableau joint en **annexe 6**.

² Rappel : ces services sont les suivants : France 3 pour ses programmes régionaux ou locaux, France 5 pour l'ensemble de son programme, Réseau France outre-mer pour ses programmes régionaux et pour France Ô, LCI, I-télé, BFM TV ; BFM, Europe 1, Radio Classique, Radio France (France Info, France Inter, France Culture, France Musiques et antennes locales de France Bleu), Réseau France outre-mer, RTL.

L'examen de ces temps n'a donné lieu à aucune mise en garde, ni mise en demeure.

Le Conseil a estimé, malgré les absences ou les insuffisances qu'il a relevés dans les temps résultant de la couverture accordée par certains opérateurs à l'actualité nationale ainsi qu'à celles des circonscriptions, que le principe d'équité a été globalement respecté par l'ensemble des services.

Il a également relevé l'importance du volume horaire consacré à la couverture de la campagne par certains services.

B. Les dispositions relatives à la veille et au jour du scrutin : un bilan satisfaisant malgré plusieurs manquements

Pour vérifier le respect de ces dispositions, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a mis en place une cellule de veille les samedis et dimanches correspondant aux scrutins des premier et second tours, afin de pouvoir réagir plus vite et éventuellement corriger les manquements aux règles applicables.

1. Bilan du week-end du premier tour

Aucun problème majeur n'a été observé. Au cours des journées des samedi 8 et dimanche 9 mars, la cellule de veille a néanmoins relevé sur certaines chaînes :

- des manquements concernant la période de réserve (interdiction de diffuser des interventions de candidats ou de soutiens ainsi que des propos susceptibles de peser sur l'issue du scrutin à compter du samedi à 0 heure).
- la diffusion avant 20 heures d'éléments concernant l'issue du scrutin ;
- le caractère tardif ou incomplet de l'affichage de l'heure prévue en heure, minutes et secondes au moins cinq minutes avant 20 heures.

Les manquements relevés ont fait l'objet d'interventions de la cellule de veille auprès de chaînes concernées afin d'éviter leur renouvellement dans le courant de la journée. Ils ont en outre donné lieu à l'envoi d'observations ou, dans les cas de manquements plus graves (manquements à la période de réserve), de mises en garde aux services concernés.

2. Bilan du week-end du second tour

Comme pour le week-end du premier tour, aucun problème majeur n'a été relevé, mais la cellule de veille a à nouveau observé sur certaines chaînes :

- des manquements à la période de réserve ;
- la diffusion avant 20 heures d'éléments concernant l'issue du scrutin ;
- le caractère incomplet de l'affichage de l'heure.

Le Conseil a par conséquent décidé d'adresser aux services concernés des observations, voire dans certains cas des mises en garde, concernant le manquement à la période de réserve et le caractère incomplet de l'affichage de l'heure.

C. Les saisines reçues par le Conseil supérieur de l'audiovisuel : une seule mise en demeure

A l'occasion des élections cantonales et municipales, le Conseil a traité une quarantaine de saisines. Ce nombre est en régression par rapport à 2001, campagne au cours de laquelle le Conseil avait reçu près de cent réclamations.

Comme c'est habituellement le cas pour ce type de scrutin, l'essentiel des saisines a porté sur les conditions d'accès à l'antenne des médias locaux au regard du principe d'équité.

Le Conseil a notamment été sollicité à plusieurs reprises par des candidats exclus de débats programmés par certains services avant chaque tour de scrutin.

En réponse, le Conseil a rappelé que les services de télévision et de radio, dès lors que les principaux candidats étaient susceptibles de bénéficier d'une tribune importante, devaient prévoir pour leurs concurrents un dispositif leur permettant de développer leur point de vue conformément au principe d'équité.

La saisine la plus notable a émané de M. Patrick Menucci, directeur de campagne de la liste conduite par M. Jean-Noël Guérini à Marseille et lui-même candidat dans le 3^e secteur (1^{er} et VII^e arrondissements) de la ville, à la suite de la diffusion le jeudi 13 mars, dans un journal de France 3 Provence Alpes, de propos mettant gravement en cause ce dernier dans un reportage.

Dès qu'il a eu connaissance de ces propos le vendredi 14 mars, le Conseil est intervenu auprès de France 3 afin de s'assurer qu'ils ne seraient pas rediffusés à l'antenne ni maintenus sur le site internet de la chaîne et que celle-ci présenterait des excuses. Le Conseil a décidé d'adresser une mise en demeure à France Télévisions et de demander quelles mesures les responsables de la chaîne comptaient prendre afin d'éviter le renouvellement de tels manquements.

Parallèlement au traitement des saisines, le Conseil a répondu aux nombreuses demandes de renseignement provenant de services de radio et de télévision, le plus souvent locaux, ou de candidats.

Ces demandes ont porté sur l'accès des candidats à l'antenne, mais aussi sur des problèmes spécifiques : règles applicables aux collaborateurs des chaînes candidats aux élections (notamment interdiction d'accès à l'antenne dans le cadre de leurs activités professionnelles à compter du 25 février), et règles applicables au traitement de l'actualité électorale le jour du scrutin (présentation des enjeux du scrutin, communication des résultats).

PROPOSITIONS

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel est resté vigilant tout au long de la campagne afin d'éviter, ou à tout le moins de corriger au plus vite, les manquements constatés aux règles qu'il avait édictées.

Il dresse un bilan positif du traitement médiatique de la campagne des élections municipales et cantonales de 2008.

Il constate notamment que les services de radio et de télévision, qu'ils soient locaux ou nationaux, ont dans leur ensemble traité la campagne dans un esprit de responsabilité, confortant le Conseil dans son choix de règles allégées et simplifiées.

Cependant, ce bilan satisfaisant ne doit pas dissimuler deux points sur lesquels une évolution apparaît souhaitable au Conseil concernant le respect des dispositions applicables le jour du scrutin.

- La programmation de soirées électorales commençant avant l'heure de clôture du scrutin (ou avant 20 heures) et dans certains cas dès 17 heures augmente les risques de diffusion de séquences ou d'interventions pouvant constituer des manquements à l'interdiction de communiquer tout élément de sondage ou de résultat avant le dimanche à 20 heures en métropole.

Ce constat est étayé par le nombre des manquements relevés au cours des journées des 9 et 16 mars, en dépit de la diffusion, dans les jours précédents, d'une note d'information à l'intention des rédactions sur les règles à respecter les jours de scrutin.

Le Conseil appelle donc les services de radio et de télévision à une vigilance accrue concernant le contenu des émissions de soirée électorale diffusées avant 20 heures, en particulier lorsque des éléments du scrutin sont rappelés ou donnent lieu à des reportages. L'intérêt de ces émissions est d'ailleurs inégal. Le Conseil suggère à ces services de débiter à l'avenir les émissions de soirées électorales à une heure plus proche de la clôture du dernier bureau de vote afin de réduire les risques de manquement.

- La présentation des éléments de résultats fondés sur des sondages ou des dépouillements partiels a pu dans certains cas prêter à confusion dès lors que la terminologie utilisée pour les désigner était imprécise. Le Conseil a relevé, à cet égard, l'emploi inapproprié, susceptible de semer le doute chez les téléspectateurs ou auditeurs, de l'expression « sondage sortie des urnes », s'agissant en réalité de sondages réalisés auprès des électeurs venant de voter. L'expression « sondage réalisé à la sortie des bureaux de vote » aurait été plus appropriée.

Le Conseil se propose d'appeler à l'avenir l'attention des services sur la nécessité de veiller à une désignation exacte des éléments communiqués, en précisant clairement, le cas échéant, la différence entre les sondages (en indiquant leur date et leurs conditions de réalisation) et les premières estimations fondées sur le dépouillement d'un ou plusieurs bureaux de vote.

TABLE DES ANNEXES

Annexe 1	Recommandation n°2007-7 du 13 novembre 2007 du Conseil supérieur de l'audiovisuel à l'ensemble des services de télévision et de radio en vue des élections cantonales et municipales	15
Annexe 2	Note d'information aux éditeurs de radio et de télévision : traitement de l'actualité relative aux élections la veille et le jour du scrutin	19
Annexe 3	Volume global consacré à l'actualité électorale dans les émissions d'information Chaînes TF1, France 2, France 3 (national), Canal + (en clair) et M6 (national) Période du 1 ^{er} février au 7 mars 2008 (campagne du premier tour)	21
Annexe 4	Volume global consacré à l'actualité électorale dans les émissions d'information Chaînes TF1, France 2, France 3 (national), Canal + (en clair) et M6 (national) Période du 10 au 14 mars 2008 (campagne du second tour)	23
Annexe 5	Volume global consacré à l'actualité électorale dans les émissions d'information Radios et télévisions soumises au système déclaratif Période du 1 ^{er} février au 7 mars 2008 (campagne du premier tour)	25
Annexe 6	Volume global consacré à l'actualité électorale dans les émissions d'informations Radios et télévisions soumises au système déclaratif Période du 10 au 14 mars 2008 (campagne du second tour)	27

Conseil supérieur de l'audiovisuel

Recommandation n° 2007-7 du 13 novembre 2007 du Conseil supérieur de l'audiovisuel à l'ensemble des services de télévision et de radio en vue des élections cantonales et municipales

NOR : CSAX0704007X

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel,

Vu le code électoral ;

Vu la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, notamment ses articles 1^{er}, 13 et 16 ;

Après en avoir délibéré,

Arrête la recommandation suivante, applicable à l'ensemble des services de télévision et de radio :

La présente recommandation s'applique à compter du 1^{er} février 2008. Le traitement de l'actualité, liée ou non aux élections, est avant cette date soumis au principe de référence rappelé au 1-2 de la présente recommandation.

Elle ne s'applique pas aux services de télévision et de radio dédiés spécifiquement à la propagande électorale des candidats ou des partis et groupements politiques qui les soutiennent et exclusivement accessibles par internet.

1. Traitement de l'actualité

1.1. Actualité liée aux élections

1° Lorsqu'il est traité d'une circonscription électorale déterminée (canton pour les élections cantonales – commune, secteur ou arrondissement pour les élections municipales), les services de télévision et de radio veillent à ce que les candidats ou les listes de candidats et les personnes qui les soutiennent bénéficient d'une présentation et d'un accès équitables à l'antenne.

2° Lorsque le traitement des élections dépasse le cadre d'une circonscription, les services de télévision et de radio veillent à ce que les partis et groupements présentant des candidats ou des listes de candidats bénéficient d'une présentation et d'un accès équitables à l'antenne.

3° Les comptes rendus, commentaires et présentations auxquels donnent lieu les élections doivent être exposés avec un souci constant de mesure et d'honnêteté. Les services de télévision et de radio veillent également à ce que le choix des extraits des déclarations et écrits des candidats et de ceux des représentants des partis et groupements, ainsi que les commentaires auxquels ils peuvent donner lieu, n'en dénaturent pas le sens général.

4° Les interventions des personnes autres que celles qui appartiennent à des partis ou groupements présentant des candidats ou qui les soutiennent doivent respecter les principes mentionnés au 3°. Le programme d'invitation de ces personnes doit être équilibré.

5° En ce qui concerne les émissions de programme ne relevant pas de l'information, le conseil recommande d'éviter les interventions liées aux élections si les principes mentionnés aux 1° et 2° ne peuvent être respectés.

6° Les services de télévision veillent à indiquer systématiquement l'origine des images quand elles n'émanent pas de l'éditeur lui-même.

7° Les services de télévision et de radio veillent à ce que l'utilisation d'archives audiovisuelles comportant des images ou paroles de personnalités de la vie publique :

- ne donne pas lieu à des montages ou utilisations susceptibles de déformer le sens initial du document ;
- soit systématiquement assortie de la mention de leur source et de leur date.

1.2. Actualité non liée aux élections

En ce qui concerne la couverture de l'actualité nationale ou internationale, les services de télévision et de radio continuent d'assurer un équilibre entre le temps d'intervention des membres du Gouvernement, celui des personnalités appartenant à la majorité parlementaire et celui des personnalités appartenant à l'opposition parlementaire et de leur assurer des conditions de programmation comparables.

En outre, les éditeurs doivent veiller à assurer un temps d'intervention équitable aux personnalités appartenant à des formations parlementaires n'appartenant ni à la majorité ni à l'opposition et aux personnalités appartenant à des formations politiques non représentées au Parlement.

Dans leurs programmes locaux, les services concernés assurent la couverture de l'actualité locale en tenant compte des équilibres politiques locaux.

Pour l'actualité non liée aux élections, les invitations de candidats doivent être liées aux nécessités de l'actualité.

2. Relevés des interventions

2.1. *Relevés des interventions des représentants des partis et groupements politiques et de leurs soutiens*

2.1.1. Relevés effectués par le Conseil supérieur de l'audiovisuel

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel établit un décompte des temps de parole et des temps d'antenne des partis et groupements politiques et de leurs soutiens relevés sur les antennes des services suivants :

- TF 1 ;
- France 2 ;
- France 3, pour son programme national ;
- Canal+, pour ses programmes en clair ;
- M 6, pour son programme national.

2.1.2. Relevés effectués par les éditeurs de service de télévision

Les éditeurs de service de télévision suivants transmettent au Conseil supérieur de l'audiovisuel, pour la période du 1^{er} au 15 février 2008 puis chaque semaine, les relevés des temps de parole des partis et groupements politiques et de leurs soutiens sur leur antenne :

- France 3, pour ses programmes régionaux ou locaux ;
- France 5, pour l'ensemble de son programme ;
- Réseau France outre-mer, pour ses programmes régionaux et pour France Ô ;
- LCI ;
- I-télé ;
- BFM TV.

Les autres services de télévision communiquent au Conseil supérieur de l'audiovisuel, à sa demande, tous éléments relatifs aux temps de parole des représentants des partis et groupements politiques et de leurs soutiens.

2.1.3. Relevés effectués par les services de radio

Les éditeurs de service de radio suivants transmettent au Conseil supérieur de l'audiovisuel, pour la période du 1^{er} au 15 février 2008 puis chaque semaine, les relevés des temps de parole des partis et groupements politiques et de leurs soutiens sur leur antenne :

- BFM ;
- Europe 1 ;
- Radio Classique ;
- Radio France (France Info, France Inter, France Culture, France Musiques et antennes locales de France Bleu) ;
- Réseau France outre-mer ;
- RMC info ;
- RTL.

Les autres services de radio communiquent au Conseil supérieur de l'audiovisuel, à sa demande, tous éléments relatifs aux temps de parole des personnalités politiques.

2.2. *Transmission d'autres éléments d'information*

Les services de radio et de télévision fournissent au Conseil supérieur de l'audiovisuel, à sa demande, tous les éléments d'information nécessaires, en particulier pour l'instruction des saisines qui lui seraient adressées.

Les sociétés mentionnées aux 2.1.2 et 2.1.3 gardent à la disposition du Conseil supérieur de l'audiovisuel les enregistrements vidéo ou audio des émissions concernées pendant la période couverte par la recommandation.

3. Accessibilité des programmes aux personnes sourdes ou malentendantes

Les sociétés visées au 2.1.1 veillent à favoriser l'accès (par sous-titrage ou langue des signes) des personnes sourdes ou malentendantes aux principaux programmes consacrés à l'actualité électorale diffusés aux heures de grande écoute.

4. Collaborateurs des services de télévision et de radio candidats

Jusqu'à la date d'ouverture de la campagne électorale officielle, les collaborateurs des services de télévision et de radio qui seraient candidats veillent à ce que leurs éventuelles interventions à l'antenne ou à l'écran ne puissent avoir aucune incidence de nature à porter atteinte à l'égalité des candidats devant les moyens de propagande et à la sincérité du scrutin.

Ces mêmes collaborateurs s'abstiennent de paraître à l'antenne ou de s'exprimer sur les ondes dans l'exercice de leur fonction à compter de l'ouverture de la campagne officielle et jusqu'au jour où l'élection est acquise dans la circonscription où ils ont été candidats.

5. Rappel d'obligations légales

5.1. *Publicité*

Conformément à l'article 14 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, les émissions publicitaires radiodiffusées ou télévisées à caractère politique sont interdites.

Les services de télévision et de radio veillent, s'agissant de la publicité en faveur du secteur de la presse, à ne pas diffuser de messages publicitaires de nature à fausser la sincérité du scrutin. Seraient susceptibles d'être considérés comme tels des messages publicitaires comportant des références, verbales ou visuelles, à des candidats ou aux enjeux du scrutin.

Les services de radio, ainsi que les services de télévision distribués par des réseaux n'utilisant pas de fréquences assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, veillent à ne pas diffuser de messages publicitaires en faveur d'ouvrages littéraires dont l'auteur est directement concerné par l'élection cantonale ou municipale, ou dont le titre ou le contenu sont liés aux enjeux de cette élection.

5.2. *Propagande électorale*

Conformément au deuxième alinéa de l'article L. 49 du code électoral, à 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.

Conformément à l'article L. 52-1 du code électoral, l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par tout moyen de communication audiovisuelle est interdite pendant les trois mois précédant le premier jour du mois du scrutin, et aucune campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité ne peut être organisée sur le territoire des collectivités intéressées par le scrutin à compter du premier jour du sixième mois précédant celui-ci.

Conformément à l'article L. 52-2 du code électoral, aucun résultat de l'élection, partiel ou définitif, ne peut être communiqué au public par tout moyen de communication au public par voie électronique 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.

Les services de radio et de télévision s'abstiennent de diffuser tout élément susceptible de donner des indications sur l'issue du scrutin avant la clôture du dernier bureau de vote.

Les services de télévision traitant de l'actualité électorale le jour du scrutin sur le territoire métropolitain sont invités, au plus tard cinq minutes avant la clôture du dernier bureau de vote, à incruster à l'écran l'heure, à la seconde près.

5.3. *Sondages*

Conformément à l'article 11 de la loi du 19 juillet 1977 modifiée relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion, la diffusion et le commentaire de tout sondage ayant un rapport direct ou indirect avec la consultation sont interdits par quelque moyen que ce soit la veille et le jour du scrutin.

5.4. *Droit de réponse*

Conformément à l'article 6 de la loi du 29 juillet 1982 modifiée sur la communication audiovisuelle, les services de radio et de télévision ont l'obligation, le cas échéant, de mettre en œuvre le droit de réponse.

5.5. *Jurisprudence du juge de l'élection*

Les services de télévision et de radio veillent à respecter les principes dégagés par la jurisprudence du juge de l'élection.

Ils veillent en particulier à ne pas diffuser de propos diffamatoires, injurieux, mensongers ou apportant des éléments nouveaux de polémique électorale, à une date ou dans des conditions rendant une réponse impossible ou inopérante.

La présente recommandation sera publiée au *Journal officiel* de la République française.

Fait à Paris, le 13 novembre 2007.

Pour le Conseil supérieur de l'audiovisuel :
Le président,
M. BOYON

Note d'information aux éditeurs de radio et de télévision

**Traitement de l'actualité relative aux élections
la veille et le jour du scrutin**

Élections cantonales et municipales des 9 et 16 mars 2008

Dans sa recommandation adoptée le 13 novembre 2007 en vue des élections cantonales et municipales, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a précisé les modalités de traitement de l'actualité relative à ces élections la veille et le jour du scrutin.

À l'approche du premier tour des élections cantonales et municipales, il croit utile de vous rappeler les dispositions applicables à cette période.

a) Période de réserve

Conformément au deuxième alinéa de l'article L.49 du code électoral, à partir de la veille du scrutin à 0 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.

En métropole et dans les collectivités en outre-mer, aucune intervention imputable à un candidat ou à ses soutiens (temps de parole et temps d'antenne) ne pourra donc être diffusée à compter de 0 heure (heure locale) le samedi 8 mars pour le premier tour de scrutin et le samedi 15 mars 2008 pour le second tour de scrutin.

En raison du décalage horaire, le début de la période de réserve interviendra à compter des vendredi 7 et 14 mars à 14 heures (heure de Paris) en Nouvelle Calédonie et à Wallis-et-Futuna, 21 heures (heure de Paris) à la Réunion et 22 heures (heure de Paris) à Mayotte.

Les services de télévision pourront diffuser des reportages consacrés au vote de candidats ou représentants de formations politiques, dès lors que ces reportages ne donnent pas lieu à l'intervention de ceux-ci.

Ils devront éviter tout commentaire ou toute intervention de nature à avoir une incidence sur l'issue du scrutin.

Il appartient aux services de télévision et de radio de veiller à ce que les programmes qu'ils diffusent soient conformes à ces dispositions y compris ceux dont le signal est diffusé ou repris en outre-mer en tenant compte du décalage horaire.

b) Sondages

Le Conseil rappelle que la diffusion et le commentaire de tout sondage ayant un rapport direct ou indirect avec le scrutin, par quelque moyen que ce soit, sont interdits la veille et le jour du scrutin.

Tous les sondages sont concernés : intentions de vote, sortie des urnes, popularité, etc.

Tous les commentaires et divulgations sont interdits : en direct sur l'antenne mais également indirectement, par le biais de la communication d'adresses de sites Internet proposant ces sondages ou commentaires.

c) Communication des résultats du scrutin

En application de l'article L.52-2 du code électoral, aucun résultat de l'élection, partiel ou définitif, ne peut être communiqué au public par tout moyen de communication par voie électronique avant la fermeture du dernier bureau de vote.

Cette disposition s'applique de la façon suivante :

- en métropole, pas de communication de sondages ou de résultats partiels concernant la métropole avant la fermeture du dernier bureau de vote en métropole (soit dimanche 9 mars et dimanche 16 mars à 20 heures) ;
- dans chaque collectivité en outre-mer, pas de communication de sondages ou de résultats partiels concernant cette collectivité avant la fermeture du dernier bureau de vote dans la collectivité.

Il conviendra également de ne diffuser aucun élément susceptible de donner des indications sur l'issue du scrutin avant la clôture du dernier bureau de vote.

Enfin, les services de télévision traitant de l'actualité électorale le jour du scrutin sur le territoire métropolitain sont invités, au plus tard cinq minutes avant 20 heures, à incruster l'heure à l'écran, à la seconde près.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel sera particulièrement attentif à ce que l'ensemble de ces dispositions soient respectées. À cette fin, il met en place une cellule de veille pour chacune des deux soirées électorales

ANNEXE 3

VOLUME GLOBAL CONSACRÉ A L'ACTUALITE ELECTORALE DANS LES ÉMISSIONS D'INFORMATION

CHAINES TF1, FRANCE 2, FRANCE 3, CANAL + ET M6

PÉRIODE DU 1ER FÉVRIER AU 7 MARS 2008 (CAMPAGNE DU PREMIER TOUR)

ELECTIONS MUNICIPALES DES 9 ET 16 MARS 2008

	TF1				FRANCE 2				FRANCE 3 édition nationale			
	temps de parole		temps d'antenne		temps de parole		temps d'antenne		temps de parole		temps d'antenne	
<u>POUR INFORMATION</u>												
- VOLUME TOTAL	01 h 00 m 16 s		02 h 05 m 28 s		03 h 21 m 00 s		06 h 53 m 04 s		01 h 45 m 07 s		05 h 04 m 03 s	
NOMBRE DE VILLE TRAITEES	48				50				55			

	CANAL + programmes en clair				M6 édition nationale				TOTAL			
	temps de parole		temps d'antenne		temps de parole		temps d'antenne		temps de parole		temps d'antenne	
<u>POUR INFORMATION</u>												
- VOLUME TOTAL	02 h 39 m 05 s		04 h 07 m 42 s		00 h 54 m 12 s		02 h 38 m 50 s		09 h 39 m 40 s		20 h 49 m 07 s	
NOMBRE DE VILLE TRAITEES	49				37							

ANNEXE 4

VOLUME GLOBAL CONSACRÉ A L'ACTUALITE ELECTORALE DANS LES ÉMISSIONS D'INFORMATION CHAINES TF1, FRANCE 2, FRANCE 3, CANAL + ET M6 PÉRIODE DU 10 AU 14 MARS 2008 (CAMPAGNE DU SECOND TOUR)

ELECTIONS MUNICIPALES DES 9 ET 16 MARS 2008

	TF1		FRANCE 2		FRANCE 3 édition nationale	
	temps de parole	temps d'antenne	temps de parole	temps d'antenne	temps de parole	temps d'antenne
POUR INFORMATION						
- VOLUME TOTAL	00 h 08 m 17 s	0 h 44 m 41 s	00 h 47 m 20 s	02 h 37 m 53 s	00 h 46 m 40 s	02 h 11 m 31 s
NOMBRE DE VILLE TRAITEES	44		58		33	

	CANAL + programmes en clair		M6 édition nationale		TOTAL	
	temps de parole	temps d'antenne	temps de parole	temps d'antenne	temps de parole	temps d'antenne
POUR INFORMATION						
- VOLUME TOTAL	02 h 20 m 51 s	03 h 35 m 51 s	00 h 06 m 46 s	00 h 35 m 35 s	04 h 09 m 54 s	09 h 45 m 31 s
NOMBRE DE VILLE TRAITEES	34		17			

ANNEXE 5

VOLUME GLOBAL CONSACRE A L'ACTUALITE ELECTORALE DANS LES EMISSIONS D'INFORMATION RADIO ET TELEVISIONS SOUMISES AU REGIME DECLARATIF PERIODE DU 1ER FEVRIER AU 7 MARS 2008 (CAMPAGNE DU PREMIER TOUR)

ELECTIONS MUNICIPALES DES 9 ET 16 MARS 2008

Ces volumes ne concernent que la sélection de circonscriptions pour lesquelles le Conseil a demandé aux éditeurs de fournir un relevé systématique. Le volume horaire réellement consacré à la campagne électorale est donc supérieur à celui indiqué ci-dessous, dans certains cas dans des proportions importantes.

RADIO PUBLIQUES

	France CULTURE	France INFO	France INTER	France MUSIQUE	France BLEU
	temps de parole	temps de parole	temps de parole	temps de parole	temps de parole
<u>POUR INFORMATION</u>					
VOLUME TOTAL	4h 35min 54s	10h 24min 56s	1h 22min 43s	0h 1min 40s	72h 10min 03s

RADIO PRIVEES

	BFM	EUROPE 1	RMC	RADIO CLASSIQUE	RTL
	temps de parole	temps de parole	temps de parole	temps de parole	temps de parole
<u>POUR INFORMATION</u>					
VOLUME TOTAL	20h 28min 08s	15h 51min 45s	2h 39min 09s	5h 0min 05s	5h 29min 59s

**VOLUME GLOBAL CONSACRE A L'ACTUALITE ELECTORALE DANS LES EMISSIONS D'INFORMATION
RADIO ET TELEVISIONS SOUMISES AU REGIME DECLARATIF
PERIODE DU 1ER FEVRIER AU 7 MARS 2008 (CAMPAGNE DU PREMIER TOUR)**

ELECTIONS MUNICIPALES DES 9 ET 16 MARS 2008

Ces volumes ne concernent que la sélection de circonscriptions pour lesquelles le Conseil a demandé aux éditeurs de fournir un relevé systématique. Le volume horaire réellement consacré à la campagne électorale est donc supérieur à celui indiqué ci-dessous, dans certains cas dans des proportions importantes.

TELEVISIONS

	i>TELE	BFM TV	LCI	France 5
	temps de parole	temps de parole	temps de parole	temps de parole
VOLUME TOTAL	12h18min37sec	12h23min08sec	21h13min59sec	6min52sec

OPERATEURS EN RESEAU

	Bureaux régionaux d'information de France 3	RFO radios et télés
	temps de parole	temps de parole
VOLUME TOTAL	27h51min20sec	10h19min50sec

ANNEXE 6

VOLUME GLOBAL CONSACRE A L'ACTUALITE ELECTORALE DANS LES EMISSIONS D'INFORMATION RADIOS ET TELEVISIONS SOUMISES AU REGIME DECLARATIF PERIODE DU 10 AU 14 MARS 2008 (CAMPAGNE DU SECOND TOUR)

ELECTIONS MUNICIPALES DES 9 ET 16 MARS 2008

Ces volumes ne concernent que la sélection de circonscriptions pour lesquelles le Conseil a demandé aux éditeurs de fournir un relevé systématique. Le volume horaire réellement consacré à la campagne électorale est donc supérieur à celui indiqué ci-dessous, dans certains cas dans des proportions importantes.

RADIOS PUBLIQUES

	France CULTURE	France INFO	France INTER	France MUSIQUE	France BLEU
	temps de parole	temps de parole	temps de parole	temps de parole	temps de parole
<u>POUR INFORMATION</u>					
VOLUME TOTAL	0h 15min 59s	9h 42min 02s	1h 27min 43s	0h 02min 35s	20h 29min 0s

RADIOS PRIVEES

	BFM	EUROPE 1	RMC	RADIO CLASSIQUE	RTL
	temps de parole	temps de parole	temps de parole	temps de parole	temps de parole
<u>POUR INFORMATION</u>					
VOLUME TOTAL	6h 20min 45s	3h 01min 31s	1h 23min 13s	1h 21min 45s	1h 28min 11s

**VOLUME GLOBAL CONSACRE A L'ACTUALITE ELECTORALE DANS LES EMISSIONS D'INFORMATION
RADIO ET TELEVISIONS SOUMISES AU REGIME DECLARATIF
PERIODE DU 10 AU 14 MARS 2008 (CAMPAGNE DU SECOND TOUR)**

ELECTIONS MUNICIPALES DES 9 ET 16 MARS 2008

Ces volumes ne concernent que la sélection de circonscriptions pour lesquelles le Conseil a demandé aux éditeurs de fournir un relevé systématique. Le volume horaire réellement consacré à la campagne électorale est donc supérieur à celui indiqué ci-dessous, dans certains cas dans des proportions importantes.

TELEVISIONS

	i>TELE	BFM TV	LCI	France 5
	temps de parole	temps de parole	temps de parole	temps de parole
VOLUME TOTAL	9h01min44sec	5h40min42sec	10h26min43sec	51min02sec

OPERATEURS EN RESEAU

	Bureaux régionaux d'information de France 3	RFO radios et télés
	temps de parole	temps de parole
VOLUME TOTAL	6h47min49sec	5h26min18sec