

Recommandation n° 2006-7 du 7 novembre 2006 du Conseil supérieur de l'audiovisuel à l'ensemble des services de télévision et de radio en vue de l'élection présidentielle

Vu la loi n° 62-1292 du 6 novembre 1962 modifiée relative à l'élection du Président de la République au suffrage universel ;

Vu le code électoral, et notamment ses articles L. 49, alinéa 2, L. 52-1 et L. 52-2 ;

Vu la loi n° 77-808 du 19 juillet 1977 modifiée, et notamment son article 11 ;

Vu la loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle, notamment son article 6 ;

Vu la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, notamment ses articles 1er, 13, 14 et 16 ;

Vu le décret n° 2001-213 du 8 mars 2001 modifié portant application de la loi n° 62-1292 du 6 novembre 1962 relative à l'élection du Président de la République au suffrage universel;

Vu l'avis du Conseil constitutionnel rendu le 26 octobre 2006 ;

Après en avoir délibéré,

En application des articles 13 et 16 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 susvisée, le Conseil supérieur de l'audiovisuel adresse à l'ensemble des services de télévision et de radio la recommandation suivante qui s'applique à compter du 1er décembre 2006 et jusqu'à la fin de la campagne en vue de l'élection présidentielle.

Toutefois, la recommandation ne s'applique pas aux services de télévision et de radio :

- qui sont exclusivement accessibles par internet en dehors d'un bouquet de services de télévision ou de radio ;

- et qui sont dédiés spécifiquement à la propagande électorale des candidats ou des partis et groupements politiques qui les soutiennent.

1. Règles applicables au traitement de l'actualité électorale

1.1. Définitions et principes généraux.

Conformément au décret n° 2001-213 du 8 mars 2001 modifié, la campagne en vue de l'élection

du Président de la République française est ouverte, pour le premier tour, à compter du deuxième lundi précédant le premier tour du scrutin et, pour le second tour, à compter du jour de la publication au Journal officiel des noms des deux candidats habilités à se présenter pour le second tour.

Préalablement à la période de campagne, la recommandation prévoit :

- une période dite « préliminaire » allant du 1er décembre 2006 jusqu'à la veille de la publication de la liste des candidats établie par le Conseil constitutionnel ;

- une période dite « intermédiaire » allant de la date de publication de la liste des candidats établie par le Conseil constitutionnel jusqu'à la veille de l'ouverture de la campagne.

1.1.1. La notion de candidat.

a) Durant la période préliminaire, le Conseil supérieur de l'audiovisuel entend par :

- candidat déclaré : toute personne ayant manifesté publiquement sa volonté de concourir à cette élection, même en l'assortissant de conditions et notamment en subordonnant le caractère effectif de sa candidature à l'agrément d'un parti politique ; pour être prise en compte, la déclaration de candidature doit s'accompagner d'actes de campagne significatifs attestant du sérieux de celle-ci ;

- candidat présumé : toute personne qui concentre autour d'elle des soutiens publics et significatifs à sa candidature.

b) Durant la période intermédiaire et la campagne, le Conseil supérieur de l'audiovisuel entend par candidat toute personne figurant sur la liste des candidats établie par le Conseil constitutionnel et publiée au Journal officiel.

c) Interventions de candidats investis de fonctions officielles.

Les propos tenus par les candidats investis de fonctions officielles sont comptabilisés au titre du candidat s'ils contribuent à dresser un bilan de l'action passée, à exposer les éléments d'un programme ou s'ils peuvent avoir un impact direct et significatif sur le scrutin en excédant manifestement le champ de compétence de ces fonctions officielles.

Cette répartition s'applique également aux personnes apportant leur soutien à une candidature.

1.1.2. Définition du temps de parole et du temps d'antenne.

Le temps de parole comprend toutes les interventions d'un candidat ou de ses soutiens.

Le temps d'antenne comprend le temps de parole et l'ensemble des éléments éditoriaux consacrés à un candidat et à ses soutiens, tels que précisés dans le guide d'application joint en annexe.

1.1.3. Accès et présentation à l'antenne.

a) Pendant la période préliminaire, les services de radio et de télévision veillent à une présentation et à un accès équitables à l'antenne des candidats déclarés ou présumés et de ceux qui les soutiennent.

L'équité s'applique au temps d'antenne et au temps de parole.

L'équité entre candidats devra être appréciée au regard d'un ensemble d'éléments précisés dans le guide d'application joint en annexe.

b) Pendant la période intermédiaire, les services de radio et de télévision veillent à appliquer aux candidats et à leurs soutiens :

- le principe d'équité en ce qui concerne le temps d'antenne ;

- le principe d'égalité en ce qui concerne le temps de parole.

Ce principe d'égalité implique que les temps de parole des candidats et de leurs soutiens soient égaux.

c) Pendant la période de campagne, le Conseil supérieur de l'audiovisuel applique le principe d'égalité à tous les candidats et à ceux qui les soutiennent.

Ce principe d'égalité implique que les temps de parole et temps d'antenne consacrés aux candidats et à leurs soutiens soient égaux dans des conditions de programmation comparables.

d) Les comptes rendus, commentaires et présentations auxquels donne lieu l'élection doivent être exposés par les rédactions avec un souci constant de mesure et d'honnêteté et ne doivent défavoriser aucune des candidatures.

Elles veillent également à ce que le choix des extraits des déclarations et écrits des candidats ainsi que les commentaires auxquels ils peuvent donner lieu n'en dénaturent pas le sens général.

Les services de télévision et de radio veillent en particulier à ce que l'utilisation d'archives audiovisuelles comportant des images ou

déclarations 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 leur source et de leur date.

1.2. Pour l'application des principes énoncés ci-dessus, le Conseil supérieur de l'audiovisuel demande aux services de télévision et de radio de veiller aux dispositions suivantes :

1.2.1. En ce qui concerne les programmes d'information (journaux ou émissions d'information quotidiennes, magazines ou émissions spéciales d'information) :

a) Pendant la période préliminaire, l'équité concernant l'accès à l'antenne des candidats déclarés ou présumés et de leurs soutiens doit être respectée à la fois en temps cumulé à compter du 1er décembre 2006 et :

- pour l'ensemble de la période allant du 1er décembre 2006 au 29 décembre 2006 ;

- par période bimensuelle du 30 décembre 2006 jusqu'au vendredi 2 mars 2007 ;

- par période hebdomadaire à compter du 3 mars 2007 ;

b) Pendant la période intermédiaire, le principe d'égalité applicable au temps de parole et le principe d'équité applicable au temps d'antenne doivent être respectés en temps cumulé et par période hebdomadaire sur l'ensemble de cette période.

c) Pendant la période de campagne, l'égalité concernant l'accès à l'antenne des candidats et de leurs soutiens doit s'effectuer dans des conditions de programmation comparables.

Cette égalité doit être respectée, pour le premier tour de scrutin, sur l'ensemble de la campagne.

Pour le second tour, elle doit être respectée, d'une part, du lundi suivant le premier tour de scrutin au dimanche suivant, et, d'autre part, du lundi au vendredi minuit précédant le second tour de scrutin.

1.2.2. En ce qui concerne les autres émissions du programme.

Dans cette catégorie de programmes, les services devront respecter, pour les seuls temps de parole :

- pendant l'ensemble de la période préliminaire, le principe d'équité ;

- pendant l'ensemble de la période intermédiaire, le principe d'égalité ;
- pendant la campagne :
- pour le premier tour de scrutin, le principe d'égalité sur l'ensemble de la campagne ;
- pour le second tour, le principe d'égalité, d'une part, du lundi suivant le premier tour de scrutin au dimanche suivant, et d'autre part, du lundi au vendredi minuit précédant le second tour de scrutin.

Si ces principes ne peuvent être respectés, le Conseil supérieur de l'audiovisuel considère qu'il y a lieu d'éviter les interventions des candidats ou de ceux qui les soutiennent dans ces émissions.

1.3. Relevés des interventions des candidats et de ceux qui les soutiennent.

a) 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 consacrés aux candidats et à 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.

b) Relevés effectués par les éditeurs de services de télévision :

Les éditeurs de service de télévision suivants transmettent au Conseil supérieur de l'audiovisuel les relevés des temps de parole des candidats et de leurs soutiens sur leur antenne selon un calendrier détaillé dans le guide d'application joint en annexe à la présente recommandation :

France 4 ;

France 5 pour l'ensemble de son programme ;

Réseau France Outremer pour ses programmes régionaux et pour France Ô ;

France 3 pour ses programmes régionaux ou locaux ;

Métropole Télévision (M 6) pour ses programmes locaux ;

LCI ;

I-Télé ;

BFM TV ;

Euronews ;

NT 1 ;

Direct 8 ;

TMC ;

Canal+ et ses déclinaisons pour ses programmes cryptés ;

TV 5 pour ses programmes propres ;

France 24.

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

c) Relevés effectués par les services de radio :

Les éditeurs de service de radio suivants transmettent au Conseil supérieur de l'audiovisuel les relevés des temps de parole des candidats et de leurs soutiens sur leur antenne selon un calendrier détaillé dans le guide d'application joint en annexe à la présente recommandation :

Réseau France Outremer ;

Radio France (France Info, France Inter, France Culture, France Musique et les antennes régionales de France Bleu) ;

RFI ;

Europe 1 ;

RTL ;

BFM ;

RMC Info ;

Radio Classique.

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

d) Transmission d'autres éléments d'information:

Tous les services de radio et de télévision doivent pouvoir fournir au Conseil supérieur de l'audiovisuel, à sa demande, tous les éléments

d'information nécessaires, en particulier pour l'instruction des saisines qui pourraient lui être adressées.

Toutes les sociétés mentionnées aux b et c 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.

1.4. Accessibilité des programmes aux personnes sourdes ou malentendantes.

Les sociétés visées au a du 1.3 veillent à favoriser l'accès (par sous-titrage et/ou langue des signes) des personnes sourdes ou malentendantes aux principaux programmes consacrés à l'actualité électorale diffusés aux heures de grande écoute.

1.5. Emissions d'expression directe.

La programmation des émissions d'expression directe est suspendue à compter du 1er janvier 2007 jusqu'à la date du scrutin où l'élection est acquise pour les formations politiques et les organisations professionnelles et syndicales.

2. Actualité non liée à l'élection présidentielle

a) En ce qui concerne 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 de l'opposition parlementaire, dans des conditions de programmation comparables.

En outre, les services de télévision et de radio continuent de veiller à assurer un temps d'intervention équitable :

- aux personnalités appartenant à des formations parlementaires ne se rattachant ni à la majorité ni à l'opposition ;

- aux personnalités appartenant à des formations politiques non représentées au Parlement.

Conformément à la pratique constante du Conseil supérieur de l'audiovisuel, les interventions du Président de la République ne sont pas prises en compte dès lors qu'elles ne sont pas effectuées à titre de candidat ou de soutien à un candidat.

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

3. Rappel d'obligations légales

3.1. 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 conséquences éventuelles 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 présidentielle, ou dont le titre ou le contenu sont liés aux enjeux de cette élection.

3.2. 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.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel demande à l'ensemble des services de radio et de télévision concernés de ne pas diffuser de message ayant le caractère de propagande électorale en Guadeloupe, en Guyane, en Martinique, à Saint-Pierre-et-Miquelon et en Polynésie française à partir de la veille du scrutin à 0 heure (heure locale) sur le territoire des collectivités concernées.

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 tous moyens de communication audiovisuelle est interdite pendant les trois mois précédant le 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.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel demande à l'ensemble des services de radio et de télévision de ne pas diffuser de résultats partiels ou définitifs du scrutin avant la fermeture du dernier bureau de vote dans le territoire concerné (métropole ou collectivité située en outre-mer).

Les services de radio et de télévision diffusant sur le territoire métropolitain s'abstiennent de faire connaître avant la fermeture du dernier bureau de vote sur le territoire métropolitain, non seulement les résultats métropolitains, mais encore ceux enregistrés dans des collectivités situées en outre-mer ou dans des centres de vote à l'étranger.

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.

3.3. 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.

3.4. Droit de réponse.

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

3.5. 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 7 novembre 2006.

Pour le Conseil supérieur de l'audiovisuel :

Le président,

D. Baudis

A N N E X E

GUIDE D'APPLICATION DE LA RECOMMANDATION RELATIVE À LA CAMPAGNE EN VUE DE L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE DE 2007

1. Analyse des principales dispositions

La recommandation du CSA a pour objet de définir les conditions de traitement de l'actualité par les services de radio et de télévision à compter du 1er décembre 2006.

Elle s'applique à l'ensemble des services de radio et de télévision, tels que définis par les quatrième et cinquième alinéas de l'article 2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 (1), quel que soit leur mode de diffusion par tout procédé de communication électronique, et notamment : voie hertzienne terrestre, câble, satellite, ADSL, internet, téléphonie mobile.

Toutefois, la recommandation ne s'applique pas aux services de télévision et de radio :

- qui sont exclusivement accessibles par internet en dehors d'un bouquet de services de télévision ou de radio ; et

- qui sont dédiés spécifiquement à la propagande électorale des candidats ou des partis et groupements politiques qui les soutiennent.

Par ailleurs, la recommandation ne s'applique pas aux services de communication au public en ligne tels que définis par l'article 1er de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.

Dans sa recommandation, le CSA distingue, comme à l'habitude, l'actualité liée à l'élection et l'actualité non liée.

(1) « [...] Est considéré comme service de

télévision tout service de communication au public par voie électronique destiné à être reçu simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie de public et dont le programme principal est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des images et des sons. Est considéré comme service de radio tout service de communication au public par voie électronique destiné à être reçu simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie de public et dont le programme principal est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des sons. »

1.1. Traitement de l'actualité liée à la campagne présidentielle.

1.1.1. Principes adoptés par la recommandation.

La recommandation est fondée sur deux principes concernant le traitement de l'actualité électorale :

- principe d'équité ;
- principe d'égalité, propre à la campagne en vue de l'élection présidentielle, sur la base de la loi relative à l'élection du Président de la République et de son décret d'application.

Ces principes s'appliquent au temps de parole et au temps d'antenne des candidats et de leurs soutiens.

Pour la mise en oeuvre de ces principes, la recommandation identifie trois périodes successives, chaque période correspondant à des règles propres concernant les modalités d'application des principes et la notion de candidat.

Le tableau ci-dessous récapitule ces périodes et les règles auxquelles elles sont soumises :

=====
=====
Vous pouvez consulter le tableau en cliquant,
en bas du document, dans l'encart "version
PDF"
JO n° 262 du 11/11/2006 texte numéro 82
=====
=====

1.1.2. Présentation des notions utilisées dans la recommandation.

1.1.2.1. L'actualité électorale.

L'actualité électorale comprend tous les sujets traités pouvant avoir un lien avec la campagne en vue de l'élection présidentielle.

Elle peut dès lors englober des thèmes qui, sans être eux-mêmes de nature électorale, ont une incidence sur la campagne et sont susceptibles de peser sur le scrutin.

Pour être pris en compte au titre de l'actualité électorale, le lien entre ces thèmes et l'élection devra apparaître clairement.

1.1.2.2. Les candidats.

a) Pendant la période préliminaire, doivent être considérés comme candidats les candidats déclarés ou présumés :

- candidat déclaré : toute personne ayant manifesté publiquement sa volonté de concourir à cette élection, même en l'assortissant de conditions, et notamment en subordonnant le caractère effectif de sa candidature à l'agrément d'un parti politique ; pour être prise en compte, la déclaration de candidature doit s'accompagner d'actes de campagne significatifs attestant du sérieux de celle-ci ;

- candidat présumé : toute personne qui concentre autour d'elle des soutiens publics et significatifs à sa candidature.

Une déclaration d'intention qui ne serait accompagnée d'aucune initiative concrétisant un investissement effectif dans la campagne pourrait être considérée comme insuffisante pour réputer acquise la qualité de candidat déclaré ou présumé.

b) Pendant la période intermédiaire et la période de campagne, doivent être considérés comme candidats :

- les candidats figurant sur la liste établie par le Conseil constitutionnel pour la campagne du premier tour ;

- à l'issue du premier tour, les deux candidats présents au second tour.

1.1.2.3. Le temps de parole et le temps d'antenne.

a) Le temps de parole comprend toutes les interventions d'un candidat ou de ses soutiens.

Par soutien, il convient d'entendre toute personne se prononçant en faveur du candidat, quel que soit son statut (personnalité politique ou non politique).

Pourront donc être décomptés à ce titre tous les intervenants appelant explicitement à soutenir un candidat : syndicalistes, représentants d'associations, personnalités de la société civile, proches, y compris les intervenants non identifiés (personne dont le témoignage est recueilli lors de micros-trottoirs, dans le public

d'un meeting, etc.).

Les interventions de candidats ou de soutiens investis de fonctions officielles sont comptabilisées au titre du candidat si :

- elles contribuent à dresser un bilan de l'action passée ;
- elles exposent les éléments d'un programme ;
- elles peuvent avoir un impact direct et significatif sur le scrutin en excédant manifestement le champ de compétence de ces fonctions officielles.

b) Le temps d'antenne comprend le temps de parole et l'ensemble des éléments éditoriaux consacrés à un candidat et à ses soutiens.

Il comprend notamment :

- les reportages et les commentaires qui les accompagnent portant sur un candidat et ses soutiens. Ces reportages peuvent notamment porter sur les déplacements des candidats, leur participation à des meetings ou des distributions de tracts, etc. ;
- un sujet ou la présentation d'un reportage consacré à un candidat et ses soutiens par le présentateur du journal télévisé ou bien des reprises de propos tenus par un candidat et à ses soutiens ;
- la présentation en plateau d'un candidat.

En revanche, ne sont pas inclus dans le temps d'antenne :

- les éditoriaux politiques ou commentaires qui ne concernent pas un candidat en particulier et portent sur l'actualité générale de la campagne en vue du scrutin ;
- les présentations de résultats de sondages.

1.1.2.4. L'équité.

a) L'appréciation de la notion d'équité se fonde sur un ensemble d'éléments :

La représentativité des candidats :

Celle-ci peut être évaluée en prenant en compte en particulier les résultats que le candidat ou la formation politique qui le soutient ont obtenu aux plus récentes élections, notamment à l'élection présidentielle de 2002.

La capacité à manifester concrètement l'intention affirmée d'être candidat :

A titre d'exemple, pourront être pris en compte pour mesurer cette capacité :

- l'organisation de réunions publiques ;
- la participation à des débats et la contribution à des tribunes ;
- la création d'instruments de communication spécifiques ;
- la désignation d'un mandataire financier ;
- plus globalement, l'utilisation par le candidat de tout moyen de communication permettant de porter à la connaissance du public les éléments de son programme.

b) Pendant la période préliminaire, l'équité concerne :

- le temps de parole et le temps d'antenne pour les programmes d'information : journaux ou émissions d'information quotidiennes, magazines ou émissions spéciales d'information ;
- le temps de parole seulement pour les autres émissions de programme.

c) Pendant la période intermédiaire, l'équité concerne uniquement le temps d'antenne pour les programmes d'information.

1.1.2.5. L'égalité.

a) Le principe d'égalité implique que les temps de parole et d'antenne des candidats et de leurs soutiens soient égaux.

b) Pendant la période intermédiaire, l'égalité concerne uniquement le temps de parole pour les programmes d'information, d'une part, et pour les autres émissions de programme, d'autre part.

c) Pendant la période de campagne, l'égalité concerne :

- le temps de parole et le temps d'antenne pour les programmes d'information ;
- le temps de parole seulement pour les autres émissions de programme.

L'égalité doit être respectée en assurant aux candidats des conditions de programmation comparables.

1.1.3. Autres dispositions de la recommandation.

a) Traitement éditorial :

Les comptes rendus, commentaires et présentations auxquels donne lieu l'élection doivent être exposés par les rédactions avec un

souci constant de mesure et d'honnêteté et ne doivent défavoriser aucune des candidatures.

Les rédactions veillent également à ce que le choix des extraits des déclarations et écrits des candidats ainsi que les commentaires auxquels ils peuvent donner lieu n'en dénaturent pas le sens général.

Les services de télévision et de radio veillent en particulier à ce que l'utilisation d'archives audiovisuelles comportant des images ou déclarations 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 leur source et de leur date.

b) Date et heure limites pour la diffusion des interventions liées à l'actualité électorale :

Conformément au deuxième alinéa de l'article L. 49, alinéa 2, 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, pour l'outre-mer, dans les collectivités où le scrutin est organisé le dimanche, 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 le samedi précédant le scrutin.

L'effet de cette interdiction est avancée au vendredi à 0 heure pour les programmes diffusés sur le continent américain et dans les départements et collectivités d'outre-mer où le scrutin est organisé le samedi. Ces départements et collectivités sont les suivants :

- Guadeloupe ;
- Guyane ;
- Martinique ;
- Saint-Pierre-et-Miquelon ;
- Polynésie française.

c) Accessibilité des programmes aux personnes sourdes ou malentendantes :

Les services de télévisions TF 1, France 2, France 3 (édition nationale), Canal+ (programmes en clair) et M 6 (édition nationale) veillent à favoriser l'accès (par sous-titrage et/ou

langue des signes) des personnes sourdes ou malentendantes aux principaux programmes consacrés à l'actualité électorale diffusés aux heures de grande écoute.

d) Diffusion de messages publicitaires :

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

Sont également interdites :

- l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par tous moyens de communication audiovisuelle pendant les trois mois précédant le scrutin ;

- la diffusion, dans les six mois précédant le scrutin, de toute campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité sur le territoire des collectivités intéressées par le scrutin.

Les services de télévision et de radio susceptibles de diffuser des messages publicitaires en faveur du secteur de la presse veillent 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 conséquences éventuelles du scrutin.

Les services de télévision et de radio susceptibles de diffuser des messages publicitaires en faveur du secteur de l'édition veillent à ne pas diffuser de messages publicitaires en faveur d'ouvrages littéraires dont l'auteur est directement concerné par l'élection présidentielle, ou dont le titre ou le contenu sont liés aux enjeux de cette élection.

e) Communication de sondages :

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.

f) Communication des résultats de l'élection :

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.

Le CSA demande à l'ensemble des services de radio et de télévision de ne pas diffuser de résultats partiels ou définitifs du scrutin avant la fermeture du dernier bureau de vote dans le territoire concerné (métropole ou collectivité située en outre-mer).

Les services de radio et de télévision diffusant sur le territoire métropolitain s'abstiennent de faire connaître avant la fermeture du dernier bureau de vote sur le territoire métropolitain non seulement les résultats métropolitains, mais encore ceux enregistrés dans des collectivités situées en outre-mer ou dans des centres de vote à l'étranger.

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.

1.2. Traitement de l'actualité non liée à la campagne présidentielle.

Par « actualité non liée », on entend l'ensemble des interventions politiques qui portent sur des sujets autres que la campagne électorale et ne présentent aucun lien, direct ou indirect, avec celle-ci.

S'agissant de cette actualité, il est demandé aux services de radio et de télévision de continuer à respecter le principe de référence en matière de pluralisme.

Ainsi, pour le traitement de l'actualité nationale ou internationale, les services de radio et de télévision doivent respecter un équilibre entre le temps d'intervention des membres du Gouvernement, celui des personnalités appartenant à la majorité parlementaire et celui des personnalités de l'opposition parlementaire, et leur assurer des conditions de programmation comparables.

En outre, ces services continuent de veiller à assurer un temps d'intervention équitable :

- aux personnalités appartenant à des formations parlementaires ne se rattachant ni à la majorité ni à l'opposition ;
- aux personnalités appartenant à des formations politiques non représentées au Parlement.

Conformément à la pratique constante du Conseil supérieur de l'audiovisuel, les interventions du Président de la République ne sont pas prises en compte dès lors qu'elles ne sont pas tenues à titre de candidat ou de soutien à un candidat.

Pour les programmes locaux, les télévisions et radios locales et les télévisions ou radios nationales procédant à des décrochages locaux doivent assurer la couverture de l'actualité régionale ou locale en tenant compte des équilibres politiques locaux ou régionaux.

2. Modalités d'application

des dispositions de la recommandation

2.1. Modalités de décompte.

2.1.1. Programmes d'information.

Les temps relevés dans l'ensemble des programmes d'information (journaux ou émissions d'information quotidiennes, magazines ou émissions spéciales d'information) seront globalisés en vue de leur appréciation par le CSA, qui tiendra compte, en tant que de besoin, de la périodicité de certains de ces programmes.

Pendant la période préliminaire, l'équité concernant l'accès à l'antenne des candidats déclarés ou présumés et de leurs soutiens doit être respectée à la fois en temps cumulé à compter du 1er décembre 2006 et :

- pour l'ensemble de la période allant du 1er décembre 2006 au 29 décembre 2006 ;
- par période bimensuelle du 30 décembre 2006 jusqu'au 2 mars 2007 ;
- par période hebdomadaire à compter du 3 mars 2007.

Pendant la période intermédiaire, le principe d'égalité applicable au temps de parole et le principe d'équité applicable au temps d'antenne doivent être respectés en temps cumulé et par période hebdomadaire sur l'ensemble de cette période.

Pour la période de campagne, le principe d'égalité fixé par la recommandation devra être respecté :

- pour le premier tour de scrutin, sur l'ensemble de la campagne ;
- pour le second tour, d'une part, du lundi suivant le premier tour de scrutin au dimanche suivant, et, d'autre part, du lundi au vendredi minuit précédant le second tour de scrutin.

2.1.2. Autres émissions du programme.

En ce qui concerne les autres émissions du programme (notamment documentaires, émissions de variétés ou de divertissement), les services devront respecter, pour les seuls temps de parole, les principes fixés par la recommandation :

a) Pendant l'ensemble de la période préliminaire ;

b) Pendant l'ensemble de la période intermédiaire ;

c) Pendant la campagne :

- pour le premier tour de scrutin, sur l'ensemble de la campagne ;

- pour le second tour, d'une part, du lundi suivant le premier tour de scrutin au dimanche suivant et, d'autre part, du lundi au vendredi minuit précédant le second tour de scrutin.

Si ces principes ne peuvent être respectés, le Conseil supérieur de l'audiovisuel considère qu'il y a lieu d'éviter les interventions des candidats ou de ceux qui les soutiennent dans ces émissions.

2.2. Relevés de temps de parole et d'antenne : calendrier et formalisation.

Le CSA veillera à l'application de sa recommandation par deux moyens :

- d'une part, en examinant les relevés de temps de parole, afin de veiller à l'accès à l'antenne équitable puis égal des candidats et de leurs soutiens ;

- d'autre part, par le biais des réclamations dont il sera éventuellement saisi.

2.2.1. Modalités d'établissement et de transmission des relevés.

2.2.1.1. Le CSA relèvera selon le calendrier ci-dessous les temps sur les services de télévision suivants :

TF 1 ;

France 2 ;

France 3 pour son programme national ;

Canal+ pour ses programmes en clair ;

M 6 pour son programme national.

2.2.1.2. Les autres services de télévision et de radio établiront des relevés de temps de parole

qui seront adressés à la direction des programmes du CSA selon deux modalités, précisées par la recommandation :

a) Services de télévision et de radio devant transmettre de façon systématique des relevés de temps de parole :

Services de télévision :

France 4 ;

France 5 pour l'ensemble de son programme ;

Réseau France Outremer pour ses programmes régionaux et pour France Ô ;

France 3 pour ses programmes régionaux ou locaux ;

Métropole Télévision (M 6) pour ses programmes locaux ;

LCI ;

I-Télé ;

BFM TV ;

Euronews ;

NT 1 ;

Direct 8 ;

TMC ;

Canal+ et ses déclinaisons pour ses programmes cryptés ;

TV 5 pour ses programmes propres ;

France 24.

Services de radio :

Réseau France Outremer ;

Radio France (France Info, France Inter, France Culture, France Musique et les antennes régionales de France Bleu) ;

RFI ;

Europe 1 ;

RTL ;

BFM ;

RMC Info ;

Radio Classique.

Les relevés devront parvenir au CSA,

département du pluralisme de l'information, par courriel (adresses : frederic.lombart@csa.fr et nicolas.cizel@csa.fr) ou, à défaut, par télécopie (téléphone : 01-40-58-39-99), au plus tard le dimanche soir suivant la fin de la période relevée :

=====
Vous pouvez consulter le tableau en cliquant,
en bas du document, dans l'encart "version
PDF"
JO n° 262 du 11/11/2006 texte numéro 82
=====

Un modèle de relevé (versions papier et électronique) sera remis aux services de radio et de télévision.

Le CSA examinera les temps de parole transmis au même rythme que pour les télévisions hertziennes analogiques ;

b) Autres services de télévision et de radio :

Ces services communiqueront au CSA, sur sa demande, des éléments relatifs aux temps de parole des personnalités politiques.

2.2.2. Calendrier d'examen des relevés.

Le CSA procédera à un examen des relevés selon le calendrier ci-dessous :

=====
Vous pouvez consulter le tableau en cliquant,
en bas du document, dans l'encart "version
PDF"
JO n° 262 du 11/11/2006 texte numéro 82
=====

Si des déséquilibres devaient apparaître, au fur et à mesure de ces bilans, le CSA pourra intervenir auprès des services concernés en leur demandant d'y remédier afin que les résultats globaux soient satisfaisants sur l'ensemble de la période.