



7 novembre 2006

ANNEXE

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 1^{er} 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 1986¹, 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 1^{er} 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.

1.1. 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.

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. »

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.

TABLEAU RÉCAPITULATIF DES RÈGLES APPLICABLES À L'ACTUALITÉ ÉLECTORALE				
Dénomination de la période	Début et fin de période	Candidats à prendre en compte	Principe applicable au temps de parole	Principe applicable au temps d'antenne
Période préliminaire	Du 1 ^{er} décembre 2006 à la veille de la publication de la liste des candidats établie par le Conseil constitutionnel	Candidats déclarés ou présumés	Équité	Équité
Période intermédiaire	Du jour de la publication de la liste des candidats établie par le Conseil constitutionnel à la veille de l'ouverture de la campagne au (dimanche 8 avril 2007)	Candidats figurant sur la liste établie par le Conseil constitutionnel	Égalité	Équité
Période de campagne	À compter de l'ouverture de la campagne (lundi 9 avril 2007) jusqu'au 2 ^{ème} tour de scrutin (dimanche 6 mai 2007)	Candidats figurant sur la liste établie par le Conseil constitutionnel	Égalité dans des conditions de programmation comparables	Égalité dans des conditions de programmation comparables

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 micro-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 TF1, France 2, France 3 (édition nationale), Canal Plus (programmes en clair) et M6 (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.

Est également interdite :

- 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 1^{er} décembre 2006 et :

- pour l'ensemble de la période allant du 1^{er} 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 :

- TF1 ;
- France 2 ;
- France 3 pour son programme national ;
- Canal+ pour ses programmes en clair ;
- M6 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 (M6) pour ses programmes locaux ;
- LCI ;
- I-Télé ;
- BFM TV ;
- Euronews ;
- NT1 ;
- Direct 8 ;
- TMC ;
- Canal Plus et ses déclinaisons pour ses programmes cryptés ;
- TV5 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 (01-40-58-39-99) au plus tard le dimanche soir suivant la fin de la période relevée :

PÉRIODE RELEVÉE	DATE DE TRANSMISSION (au plus tard)
Du vendredi 1 ^{er} décembre au vendredi 29 décembre 2006	Lundi 2 janvier 2007
Du samedi 30 décembre 2006 au vendredi 19 janvier	Dimanche 21 janvier
Du samedi 20 janvier au vendredi 2 février	Dimanche 4 février
Du samedi 3 février au vendredi 16 février	Dimanche 18 février
Du samedi 17 février au vendredi 2 mars	Dimanche 4 mars
Du samedi 3 mars au vendredi 9 mars	Dimanche 11 mars
Du samedi 10 mars au vendredi 16 mars	Dimanche 18 mars
Du samedi 17 mars au vendredi 23 mars	Dimanche 25 mars
Du samedi 24 mars au vendredi 30 mars	Dimanche 1 ^{er} avril
Du samedi 31 mars au vendredi 6 avril	Dimanche 8 avril
Du samedi 7 avril au vendredi 13 avril	Dimanche 15 avril
Du samedi 14 avril au vendredi 20 avril	Dimanche 22 avril
Du samedi 21 avril au vendredi 27 avril	Dimanche 29 avril (*)
Du samedi 28 avril au vendredi 4 mai	Dimanche 6 mai (*)

(*) : compte tenu de la proximité du scrutin, des éléments d'information pourront être demandés dans le courant de la semaine concernée par le décompte

Un modèle de relevé (version 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.

Période	Journaux d'information, magazines et émissions spéciales	Temps examinés	Périodicité d'examen par le CSA
Période préliminaire	Du 1 ^{er} décembre au 29 décembre 2006	Temps cumulés à compter du 1 ^{er} décembre 2006	Mensuel
	Du 30 décembre 2006 au 2 mars 2007	Temps cumulés à compter du 1 ^{er} décembre 2006 et par période bimensuelle	Bimensuel
	Du 3 mars 2007 à la veille de la publication de la liste des candidats	Temps cumulés à compter du 1 ^{er} décembre 2006 et par période hebdomadaire	Hebdomadaire
Période intermédiaire	De la date de publication de la liste des candidats à la veille du début de la période de campagne	Temps cumulés à compter de la date de publication de la liste des candidats et par période hebdomadaire	Hebdomadaire
Période de campagne du premier tour	Du premier jour de la campagne jusqu'au vendredi précédant le premier tour de scrutin	Temps cumulés à compter du 1 ^{er} jour de la campagne du premier tour	Hebdomadaire
Période de campagne du second tour	Du lundi suivant le 1 ^{er} tour de scrutin jusqu'au dimanche précédant le deuxième tour de scrutin	Temps cumulés à compter du premier jour de la campagne du deuxième tour	Hebdomadaire
	Du lundi jusqu'au vendredi précédant le deuxième tour de scrutin	Temps cumulés à compter du lundi précédant le deuxième tour	Hebdomadaire

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.

NB : Les calendriers mentionnés aux 2.2.1. et 2.2.2. sont susceptibles de modifications après la publication de la liste des candidats établie par le Conseil constitutionnel.