

Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 16 janvier 2025

(Dossier d'instruction n° 11-24)

- 1 En cause la SA RTL Belgium, dont le siège est établi avenue Jacques Georgin, 2 à 1030 Bruxelles ;
- 2 Vu le décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos, et en particulier les articles 9.1.2-3, § 1^{er}, 13^o et 9.2.2-1 à 9.2.2-3 ;
- 3 Vu le rapport d'instruction établi par le Secrétariat d'instruction du Conseil supérieur de l'audiovisuel ;
- 4 Vu le grief notifié à la SA RTL Belgium par lettre recommandée à la poste du 2 juillet 2024 ;

« d'avoir enfreint les articles 4, et 8 du Règlement du 25 octobre 2023 relatif aux programmes sur les services de médias audiovisuels en période électorale tel qu'approuvé par l'Arrêté du Gouvernement de la Communauté Française du 14 décembre 2023, en diffusant en période électorale un programme de divertissement ainsi que des spots de communication commerciale faisant apparaître des candidats aux élections » ;
- 5 Entendu M. Jean-Stéphane Malherbe, responsable du pôle « divertissement » dans le département « contenus », Mme. Pauline Steghers, juriste d'entreprise, et Mme. Laurence Vandenbrouck, secrétaire générale, en la séance du 28 novembre 2024 ;

1. Exposé des faits

- 6 Du 10 mars au 5 mai 2024, la septième saison de l'émission « Mariés au premier regard » a été diffusée sur RTL-TVi, à raison d'un épisode tous les dimanches soir.
- 7 Après la diffusion de l'édition du 24 mars, le CSA a été interpellé en raison de la présence, en pleine campagne électorale, de représentants politiques dans le programme.
- 8 Le Secrétariat d'instruction a alors visionné l'émission et constaté qu'en effet, deux bourgmestres y étaient filmés en train d'officier chacun un mariage. Il s'agissait, d'une part, de M. Laurent Devin, bourgmestre de Binche et tête de liste PS pour les élections régionales du 9 juin 2024 dans la circonscription du Centre (Soignies-La Louvière), et, d'autre part, de M. Benoît Dispa, bourgmestre de Gembloux et tête de la liste Les Engagés pour les mêmes élections dans la circonscription de Namur.
- 9 Le Secrétariat d'instruction a également monitoré quatre autres épisodes de la septième saison du programme, déjà diffusés au moment de l'ouverture d'instruction, et a constaté que M. Laurent Devin apparaissait aussi dans l'émission du 17 mars 2024. Il a également relevé la présence, le 7 avril 2024, de Mme. Valérie Lecomte, bourgmestre de Somme-Leuze et quatrième candidate sur la liste MR pour les élections fédérales de juin 2024 dans la circonscription de Namur.

- 10 La présence de ces personnes a également été relevée dans des capsules vidéo publiées sur la page Facebook de RTL TVi et sur la page Facebook de « Mariés au premier regard », sur laquelle elles ont été publiées aux dates suivantes :
- Le 26 mars 2024 à 16 heures 22 : M. Benoît Dispa
 - Le 26 mars 2024 à 10 heures 34 : M. Laurent Devin
 - Le 08 avril 2024 à 18 heures 35 : Mme Valérie Lecomte
- 11 Compte tenu de la période électorale en cours, qui avait commencé le 9 février et qui allait se poursuivre jusqu'au scrutin du 9 juin 2024, et estimant que certains éléments des programmes et capsules susmentionné.e.s étaient susceptibles de poser question au regard du Règlement relatif aux programmes sur les services de médias audiovisuels en période électorale, le Secrétariat d'instruction a décidé de s'auto-saisir et, le 10 avril 2024, il a adressé à l'éditeur un courrier d'ouverture d'instruction.
- 12 Le 24 avril 2024, l'éditeur a fourni ses éléments de réponses au Secrétariat d'instruction.
- 13 Le 20 juin 2024, le Secrétariat d'instruction a clôturé son rapport d'instruction, dans lequel il a proposé au Collège de notifier à l'éditeur le grief visé au point 4. Le Collège a suivi cette proposition le 27 juin 2024.

2. Arguments de l'éditeur de services

- 14 L'éditeur a exprimé ses arguments pendant l'instruction ainsi que lors de son audition par le Collège, le 28 novembre 2024.
- 15 Il décrit le programme en cause comme une émission de docu-télé réalité inspirée de formats étrangers, dans laquelle des aspirant.e.s au mariage se rencontrent le jour-même de leur mariage, avec l'assurance que le ou la partenaire qui leur a été assigné.e l'a été par des expert.e.s sur la base d'une forte compatibilité.
- 16 Les émissions comportent donc des séquences dans lesquelles des mariages sont célébrés par des bourgmestres, mais l'éditeur précise que ceux et celles-ci n'y apparaissent que de manière « anecdotique », uniquement en tant qu'officiant.e.s et pas en tant que candidat.e.s aux élections. Leur nom et leur parti n'est d'ailleurs pas mentionné dans l'émission.
- 17 S'agissant des griefs qui lui sont reprochés, l'éditeur a développé, pendant l'instruction, une argumentation à titre principal et une argumentation à titre subsidiaire.
- 18 A titre principal, il estime que les dispositions issues du Règlement du Collège d'avis du CSA du 25 octobre 2023 relatif aux programmes sur les services de médias audiovisuels en période électorale (ci-après, « le Règlement élections ») ne s'appliquaient pas au programme concerné.
- 19 En effet, comme l'indique la page du site web du CSA consacrée au Règlement élections¹, ce règlement a pour but d'aider le public à façonner son opinion de manière objective afin de voter de manière éclairée. Dès lors, selon l'éditeur, il est normal qu'il s'applique à tous les programmes, toutes les communications commerciales et toutes les communications gouvernementales qui ont pour objectif d'aider le public à se forger une opinion, mais qu'il ne s'applique en revanche pas aux autres programmes. Par conséquent, « Mariés au premier regard », qui est un programme de pur

¹ [2024: Règlement | Elections](#)

- divertissement et qui n'est en rien lié à la couverture des élections, ne serait pas visé par le Règlement élections.
- 20 A titre subsidiaire, l'éditeur estime que, s'il fallait malgré tout considérer que le Règlement élections s'applique aux émissions et aux communications commerciales et gouvernementales non électorales, il n'en a cependant pas méconnu les dispositions.
- 21 Tout d'abord, en ce qui concerne l'article 4 du Règlement, qui impose aux éditeurs d'assurer l'équilibre et la représentativité des différentes tendances, l'éditeur indique qu'il ressort de la page du site web du CSA consacrée au Règlement élections que cette disposition ne s'appliquerait qu'aux programmes électoraux. Cette page mentionne en effet que « *les éditeurs de services de médias audiovisuels doivent veiller à l'objectivité dans leur traitement, et à l'équilibre et la représentativité des différentes tendances idéologiques, philosophiques et politiques dans leurs programmes consacrés aux élections* ».
- 22 Selon l'éditeur, sa thèse principale est donc corroborée en ce qui concerne l'article 4 du Règlement. Toutefois, même s'il fallait considérer que les principes d'équilibre et de représentativité s'appliquent également aux programmes non électoraux, l'éditeur relève qu'en l'espèce, l'apparition de candidat.e.s aux élections dans l'émission est tellement anecdotique (voir point 16) qu'elle n'est pas susceptible de mettre à mal l'équilibre entre les différentes tendances et ne devait donc pas être comptabilisée à cette fin.
- 23 Sur ce point, l'éditeur argumente également au regard de l'article 2.b, alinéa 2 de son dispositif électoral, qui prévoit que les interventions à l'antenne de candidat.e.s doivent être comptabilisées et que les candidat.e.s « *n'auront pas accès à d'autres émissions que celles relevant de l'information entre le 9 février et le 9 juin 2024* ». Il estime que cette disposition n'a pas non plus été méconnue puisque, d'une part, l'apparition de candidat.e.s dans l'émission était trop anecdotique pour devoir être comptabilisée, et que, d'autre part, l'interdiction d'accès aux autres émissions doit s'interpréter comme une interdiction d'accès *au tournage*. Or, en l'espèce, la saison 7 de « Mariés au premier regard » a été tournée à l'été 2023, bien avant le commencement de la période électorale allant du 7 février au 7 juin 2024, à un moment où les candidatures aux élections n'étaient d'ailleurs pas encore connues. L'éditeur considère donc qu'il n'avait pas à interdire l'accès de son émission aux bourgmestres concerné.e.s dès lors que son tournage a eu lieu avant la période électorale et qu'il n'était pas encore établi que ces bourgmestres allaient se présenter aux élections du 9 juin 2024.
- 24 Ensuite, en ce qui concerne l'article 8 du Règlement, qui interdit aux éditeurs de diffuser, d'une part, de la publicité et du parrainage en faveur de candidat.e.s et de partis politiques, et, d'autre part, toute communication commerciale mettant un.e candidat.e ou un parti en évidence ou comportant des références verbales ou visuelles de nature à influencer le scrutin, l'éditeur estime également ne pas l'avoir méconnu.
- 25 Les contenus critiqués par le Secrétariat d'instruction au regard de cet article sont des vidéos diffusées sur les réseaux sociaux de l'éditeur comportant des extraits de l'émission et montrant des images des bourgmestres candidat.e.s aux élections de juin 2024, que le Secrétariat d'instruction qualifie de spots d'autopromotion.
- 26 L'éditeur estime que ces vidéos ne constituent pas des publicités ou du parrainage pour ces candidat.e.s.
- 27 Il estime également qu'il ne s'agit pas de spots d'autopromotion, ni pour les bourgmestres en question (car elles devraient, pour ce faire, être diffusées sur un service édité par ces mêmes bourgmestres ou par leur parti), ni même pour l'émission « Mariés au premier regard ». En effet,

elles ne suivent pas les codes habituellement appliqués aux spots d'autopromotion en termes de durée ou de montage. Il s'agit plutôt de courtes séquences extraites du programme et postées par l'éditeur sur ses réseaux sociaux après leur diffusion. Il doute d'ailleurs qu'elles tombent dans le champ d'application de l'article 8 du Règlement élections qui vise la diffusion de communications commerciales par les éditeurs sur des services de médias audiovisuels. En l'occurrence, l'éditeur n'estime pas avoir « diffusé » des spots sur un tel service mais avoir seulement posté des vidéos sur un réseau social sur lequel il n'a « aucune prise ».

- 28 L'éditeur reconnaît toutefois avoir bien diffusé, sur RTL-TVi, de véritables spots d'autopromotion pour l'émission « Mariés au premier regard » mais, pendant l'instruction, il avait soutenu que même ceux-là ne posaient pas de problème au regard de l'article 8 du Règlement élections. En effet, dans les deux spots (sur neuf) dans lesquels apparaissaient des bourgmestres candidat.e.s aux élections, ces candidat.e.s n'étaient pas « mis en évidence » il n'y avait pas de référence verbale ou visuelle de nature à influencer le scrutin puisqu'aucune attention particulière n'était réservée à ces personnes dans les spots et que leur nom, parti ou statut de candidat.e n'était pas mentionné.
- 29 Par la suite, lors de son audition, l'éditeur est cependant partiellement revenu sur l'argumentation qu'il avait développée pendant l'instruction. S'il maintient que la présence purement « anecdotique », dans ses émissions et spots, de bourgmestres candidat.e.s aux élections n'a pas pu, selon lui, réellement influencer le scrutin, il semble admettre que le Règlement élections s'appliquait à ces contenus et qu'il aurait dû faire preuve de plus de prudence et d'anticipation.
- 30 Il explique son manque de précautions par deux raisons. Tout d'abord, le fait que la saison 7 de l'émission, diffusée pendant la période pré-électorale, ait été tournée bien avant cette période, à l'été 2023, moment auquel les élections n'étaient pas encore présentes dans ses préoccupations. Et ensuite, il pense qu'au vu du rôle limité joué par les bourgmestres dans le programme, il n'a pas pensé au fait que leur présence pourrait avoir des implications.
- 31 *A contrario*, lorsqu'un de ses programmes – même sans aucune dimension électorale – est susceptible de conférer une exposition médiatique *conséquente* à un.e participant.e acti.f.ve en politique, il indique justement y être fort attentif. Il relève ainsi que, si la diffusion de l'émission « Les Traîtres », qui a déjà mis en scène un politicien parmi les candidat.e.s, avait été envisagée pendant une période électorale, il aurait veillé à ne pas y inclure à nouveau un.e politicien.ne. De même, lors de la production de la saison de l'émission « L'amour est dans le pré » destinée à être diffusée à partir de septembre 2024 (donc pendant la période pré-électorale précédant le scrutin local du 13 octobre), alors qu'un candidat envisageait de se présenter aux élections, il a fait le choix d'y renoncer afin de pouvoir participer à l'émission.
- 32 L'éditeur indique donc qu'à l'avenir, si une nouvelle saison du programme « Mariés au premier regard » devait être diffusée en période pré-électorale, il prendrait les mesures suivantes :
- Au moment de la production, il demanderait aux bourgmestres appelé.e.s à officier les mariages quelles sont leurs intentions lors du futur scrutin. S'il s'avère que certain.e.s de ces bourgmestres envisagent de se présenter aux élections, l'éditeur chercherait à déterminer s'il est possible que le mariage soit célébré par un.e autre officiant.e, comme un.e échevin.e, voire un.e conseil.ler.ère communal.e n'envisageant pas de se présenter au scrutin en question.
 - S'il n'y a pas d'autre solution que de faire célébrer le mariage par un.e futur.e candidat.e aux élections, l'éditeur veillerait à limiter son apparition au strict nécessaire et, notamment, à ne pas montrer ce ou cette candidat.e dans les spots d'autopromotion de l'émission.
 - Si l'émission montre des candidat.e.s, l'éditeur se propose également de comptabiliser leur apparition dans leur temps d'antenne et celui de leur parti afin de prendre en compte ce temps d'antenne pour assurer l'équilibre et la représentativité des différentes tendances.

- 33 L'éditeur précise que ces différentes mesures pourraient être prévues dans son prochain dispositif électoral pour tous ses programmes sans lien avec les élections mais néanmoins susceptibles de faire apparaître – même anecdotiquement – des candidat.e.s aux élections.
- 34 L'éditeur témoigne également de son souci de respecter les règles en indiquant qu'il souhaite organiser prochainement une émission rassemblant des bourgmestres mais qu'il se demande que faire en ce qui concerne le Bourgmestre de Saint-Josse-ten-Noode, dès lors que le résultat des élections a été annulé pour cette commune et qu'il devra y être revoté début 2025. Il envisage en tout état de cause de faire preuve de prudence jusqu'au nouveau scrutin.

3. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

3.1. Sur le premier volet du grief : équilibre et représentativité des tendances

- 35 Selon l'article 4 du Règlement du Collège d'avis du CSA du 25 octobre 2023 relatif aux programmes sur les services de médias audiovisuels en période électorale, approuvé par arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 14 décembre 2023 (ci-après, « le Règlement élections ») :

« Sans préjudice des articles 10 à 17, les éditeurs assurent l'équilibre et la représentativité des différentes tendances idéologiques, philosophiques et politiques dans l'ensemble des programmes qu'ils diffusent. »

- 36 L'argument de l'éditeur, selon lequel cette disposition ne s'appliquerait qu'aux programmes, communications commerciales et communications gouvernementales ayant pour objectif d'aider le public à se forger une opinion en vue des élections, ne peut pas être suivi.
- 37 L'article 4 précise en effet sans équivoque que l'obligation qu'il comporte doit être respectée *dans l'ensemble des programmes* que diffusent les éditeurs.
- 38 Si besoin en est, ce constat est renforcé par le fait que l'article 4 précise s'appliquer *« sans préjudice des articles 10 à 17 »*. Or, ces articles prévoient des règles visant à modaliser de manière plus précise les principes d'équilibre et de représentativité dans les programmes d'information. Cela signifie donc que ces principes s'appliquent d'une manière particulièrement réglementée par les articles 10 à 17 pour les programmes d'information (parmi lesquels les programmes spécifiquement électoraux), mais qu'ils s'appliquent également à tous les autres programmes même si, pour ceux-ci, davantage de liberté est laissée aux éditeurs quant aux modalités d'application.
- 39 Ce constat est également confirmé par l'article 1^{er}, alinéa 3 du Règlement qui dispose que les dispositions du Règlement *« s'adressent à tous les éditeurs de services de médias audiovisuels relevant de la Communauté française de Belgique, que ces derniers consacrent ou non des émissions ou parties d'émissions aux élections »*, et par l'article 2 qui précise que *« Les éditeurs sont responsables du respect du présent règlement pour tous les programmes diffusés sur les services dont ils assument la responsabilité éditoriale au sens du décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos »*.
- 40 Comme le relevait le Secrétariat d'instruction dans son rapport, en vertu de l'adage *« Interpretatio cessat in claris »* (L'interprétation cesse lorsque le texte est clair/ pour qu'il y ait lieu à interprétation, encore faut-il qu'il y ait besoin d'interprétation), il n'est pas nécessaire d'interpréter un texte dont les dispositions sont claires.

- 41 Le fait que le site web du CSA indique que « *les éditeurs de services de médias audiovisuels doivent veiller à l'objectivité dans leur traitement, et à l'équilibre et la représentativité des différentes tendances idéologiques, philosophiques et politiques dans leurs programmes consacrés aux élections* » ne remet pas en question ce qui précède. En effet, une page Internet explicative, même sur le site d'une autorité publique, ne prime pas sur le texte clair d'un texte réglementaire. En outre, l'éditeur a omis de noter que, sur la même page, le site précise que « *Le règlement s'applique à tous les éditeurs de services de médias audiovisuels même à ceux qui ne couvrent pas les élections* ».
- 42 Cette lecture de l'article 4 – et d'ailleurs de l'ensemble du Règlement élections – comme s'appliquant à tous les programmes des éditeurs, y compris les programmes non électoraux, est d'ailleurs la seule qui a un sens pour assurer l'efficacité du Règlement. En effet, si le Règlement ne s'appliquait qu'aux programmes électoraux et si les éditeurs pouvaient, donc, dans un autre type de programme, donner une visibilité spécifique à un.e candidat.e ou à un parti sans assurer l'équilibre et la représentativité des autres partis, cela pourrait tout à fait influencer indûment le scrutin. L'exemple qui est donné en ce sens dans le rapport d'instruction est, à ce titre très parlant : il va de soi que si un programme, par exemple de divertissement, sans aucun lien avec les élections, faisait intervenir un.e ou des candidat.e.s parmi ses protagonistes, ce programme pourrait influencer les électeurs et électrices en fonction du capital sympathie ou, au contraire, de l'image négative acquise par ce ou ces candidat.e.s dans le programme.
- 43 Il est donc très clair que l'article 4 du Règlement élections devait être respecté par l'éditeur même dans l'émission « Mariés au premier regard » qui n'est pas une émission électorale ou d'information.
- 44 Se pose alors la question de savoir si l'éditeur a ou non respecté cette disposition en montrant, dans cette émission, diffusée pendant la période pré-électorale allant du 9 février au 9 juin 2024, des bourgmestres candidat.e.s aux élections du 9 juin.
- 45 Sur ce point, sans réellement reconnaître une infraction ayant pu influencer le résultat du scrutin, l'éditeur admet avoir manqué de prudence en ne prenant pas plus de précautions pour minimiser la visibilité des bourgmestres concerné.e.s et en ne comptabilisant pas leur temps d'antenne afin de l'équilibrer par ailleurs.
- 46 Le Collège partage globalement cette analyse. Il semble assez clair que l'éditeur n'a pas volontairement souhaité donner de la visibilité aux bourgmestres concerné.e.s afin d'influencer le scrutin. Il est fort probable qu'effectivement, l'éditeur n'ait pas pensé, au moment du tournage de l'émission, que celle-ci serait diffusée en période pré-électorale et que certain.e.s officiant.e.s des mariages seraient candidat.e.s au scrutin du 9 juin 2024. Leur présence dans l'émission est effectivement assez anecdotique par rapport à la durée totale du programme et n'était sans doute pas de nature à *significativement* influencer sur le scrutin.
- 47 Toutefois, l'on ne peut pas exclure que, malgré tout, comme le relève le Secrétariat d'instruction dans son rapport, l'émission ait, *de facto*, offert aux bourgmestres concerné.e.s une visibilité certaine en les filmant dans un contexte émouvant et joyeux et en leur conférant ce faisant une image particulièrement avenante et positive. En outre, même si le nom des bourgmestres en question, leur parti et leur statut de candidat.e.s aux élections n'a pas été mentionné, il s'agissait de personnalités connues, si pas par l'ensemble des citoyens, du moins par les téléspectat.eur.ice.s habitant dans leur région. Ils et elles ont donc vraisemblablement pu être reconnu.e.s. Et si leur apparition ne comportait guère de portée politique, elle emportait néanmoins un apport important de capital sympathie et de notoriété pour eux et elles.
- 48 Cette raison était suffisante pour justifier que l'éditeur veille au respect de l'article 4 du Règlement élections. En l'occurrence, pour ce faire, il aurait fallu que, comme il le suggère pour l'avenir, et

comme cela était d'ailleurs prévu à l'article 2.b, alinéa 2 de son dispositif électoral, il veille à éviter ou du moins à minimiser la présence de candidat.e.s dans son émission (et ce peu importe qu'elle soit tournée avant ou pendant la période pré-électorale, ce qui compte étant le moment de sa diffusion). Il aurait donc dû s'enquérir des intentions des bourgmestres officiant.e.s et, dans la mesure du possible, remplacer ceux et celles qui comptaient se présenter aux élections par d'autres personnes. Alternativement, si ceci s'était avéré impossible, il aurait alors dû veiller à comptabiliser le temps d'antenne donné à des candidat.e.s aux élections et à compenser ce temps par d'autres interventions d'autres candidats et partis dans sa programmation globale afin que celle-ci respecte les principes d'équilibre et de représentativité des différentes tendances.

49 Le grief est donc établi.

3.2. Sur le second volet du grief : équilibre et représentativité des tendances

50 Selon l'article 8 du Règlement élections :

« La publicité et le parrainage en faveur des partis politiques et des candidats sont interdits.

Par extension, les éditeurs ne diffusent pas de communications commerciales qui mettent, même indirectement, un candidat ou une formation politique en évidence ou qui comportent des références verbales ou visuelles de nature à influencer directement ou indirectement le scrutin.

En revanche, les messages de type institutionnel émanant de pouvoirs publics ou d'associations non gouvernementales sont autorisés quand ils invitent les citoyens à présenter leur candidature, à exercer effectivement leur droit de vote ou quand ils invitent, de manière générale, les citoyens à ne pas voter pour des formations ou des candidats représentant des tendances politiques visées à l'article 14. »

51 En l'occurrence, il ressort du rapport d'instruction que c'est l'alinéa 2 de cet article qu'il est reproché à l'éditeur de ne pas avoir respecté. Le Collège, tout comme le Secrétariat d'instruction, n'a jamais considéré que les épisodes de « Mariés au premier regard » et les capsules vidéos publiées sur les réseaux sociaux de l'éditeur dans le cadre de cette émission constituaient de la publicité ou du parrainage pour les bourgmestres candidat.e.s aux élections apparaissant dans ces contenus.

52 La question qui se pose donc est de savoir si l'éditeur a diffusé des communications commerciales mettant en évidence (même indirectement) des candidat.e.s aux élections ou comportant des références verbales ou visuelles de nature à influencer (même indirectement) le scrutin.

53 Ceci implique de d'abord déterminer si des communications commerciales ont été diffusées. A cet égard, l'éditeur estime que les capsules vidéo qu'il a diffusées sur ses réseaux sociaux ne peuvent être considérées comme de l'autopromotion car elles n'en respectent pas les codes habituels en termes de durée et de montage.

54 L'article 1.3-1, 3° du décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos définit l'autopromotion (qui est une forme de communication commerciale en vertu de l'article 1.3-1, 6°/1) comme « *tout message diffusé à l'initiative d'un éditeur de services ou d'un fournisseur de services de partage de vidéos et qui vise à promouvoir ses propres services, programmes ou des produits connexes directement dérivés de ses propres programmes* ».

55 Cette définition ne comporte aucune condition de durée ni de format : à partir du moment où un message a pour but de promouvoir les programmes d'un éditeur à l'initiative duquel il est diffusé, il s'agit d'autopromotion.

- 56 En l'occurrence, les vidéos postées par l'éditeur sur ses réseaux sociaux relevaient donc de l'autopromotion puisqu'elles visaient manifestement à attirer et fidéliser le public autour de l'émission « Mariés au premier regard » en entretenant son intérêt pour les intrigues passées et à venir dans ce programme.
- 57 L'éditeur conteste cependant que ces vidéos ne soient tombées dans le champ d'application du Règlement élections, dès lors qu'elles n'étaient pas diffusées sur un de ses services de médias audiovisuels mais postées sur un réseau social.
- 58 Sur ce point, le Collège a déjà eu l'occasion, dans un contexte déterminé, de considérer qu'une page sur un réseau social pouvait être constitutive d'un service de médias audiovisuels². Ceci nécessite que cette page remplisse les sept critères prévus par la définition de cette notion, et notamment celui d'avoir pour objet principal des programmes de nature audiovisuelle. En l'occurrence, le Collège estime qu'il n'est pas nécessaire d'examiner si tel est le cas pour les pages Facebook concernées, car l'éditeur admet de toute façon avoir également diffusé des spots d'autopromotion pour « Mariés au premier regard » sur le service RTL-TV*i* (dont personne ne conteste la nature de service de médias audiovisuels). Il a en outre précisé que deux de ces spots contenaient des images de bourgmestres candidat.e.s aux élections officiant des mariages dans l'émission. L'examen du grief peut donc se faire uniquement sur la base de ces spots-là, pour éviter de se lancer dans des débats accessoires à la question qui est ici en jeu et qui touche à la manière dont l'éditeur a respecté le Règlement élections.
- 59 Ces spots ont-ils mis en évidence des candidat.e.s ou des formations politiques ? Le Collège estime que oui, car même s'ils ne tournaient pas autour de ces candidat.e.s qui n'y apparaissaient qu'incidemment, en tant qu'officiant.e.s de mariages, ils ont donné à ces candidat.e.s une visibilité – qu'on peut même qualifier de « sympathique », au vu du contexte – par rapport aux autres candidat.e.s au même scrutin. Les candidat.e.s montrés ont donc été mis.es indirectement en évidence.
- 60 Par ailleurs, ces spots comportaient-ils des références verbales ou visuelles de nature à influencer le scrutin ? Là aussi, le Collège considère qu'il peut répondre positivement à cette question : en montrant (référence visuelle) des candidat.e.s au scrutin dans un contexte positif, même de manière incidente, les spots ont pu conférer à ces candidat.e.s un capital sympathie de nature à influencer leur score à l'élection. Même si cette influence a probablement été peu significative, elle ne peut être exclue.
- 61 Le grief est, dès lors, établi.

3.3. Synthèse

- 62 Il découle de ce qui précède que le grief est établi dans ses deux volets. En donnant de la visibilité à des bourgmestres candidat.e.s aux élections du 9 juin 2024 dans plusieurs épisodes de « Mariés au premier regard » et dans des spots d'autopromotion pour cette émission, l'éditeur a méconnu les principes d'équilibre et de représentativité des différentes tendances et a pu, indirectement, influencer le scrutin.

² Collège d'autorisation et de contrôle, 30 juin 2022, en cause la SA Cobelfra ([Décision Radio Contact : Dignité humaine – CSA Belgique](#))

- 63 Le Collège constate toutefois que ceci s'est fait de manière non intentionnelle, sans doute parce que l'émission a été produite longtemps avant le début de la période pré-électorale et parce que les candidat.e.s aux élections montrés dans les émissions et dans ses spots d'autopromotion n'y occupaient pas une place centrale.
- 64 L'infraction n'en est pas pour autant moins sérieuse, et il y a lieu de ne pas la reproduire, mais à cet égard, l'éditeur témoigne d'une prise de conscience rassurante.
- 65 Il apparaît clairement que, pour les programmes dans lesquels des candidat.e.s aux élections pourraient jouer un rôle plus important, l'éditeur est bien conscient de la nécessité de ne pas les diffuser en période pré-électorale. Quant aux programmes comme « Mariés au premier regard », où il est possible que des candidat.e.s apparaissent de manière plus « anecdotique », l'éditeur semble avoir d'ores et déjà mené une réflexion, entre l'instruction et le moment de son audition, sur des mesures pouvant être prises pour assurer au mieux le respect de la réglementation. Le futur peut donc être envisagé avec sérénité. Si, à l'avenir, l'éditeur devait à nouveau envisager la diffusion, en période pré-électorale, d'une émission susceptible de montrer de manière incidente des candidat.e.s, il veillerait, par des mesures appropriées, à faire en sorte que cette exposition ne puisse pas influencer sur le scrutin.
- 66 Pour les raisons qui précèdent, le Collège estime que la régulation a atteint ses objectifs et qu'il n'est plus nécessaire de sanctionner l'éditeur.
- 67 Il encourage l'éditeur à conserver cette démarche prudente à l'approche des futurs scrutins et à mener, suffisamment en amont de ceux-ci, une réflexion sur l'inscription, dans son dispositif électoral, de mesures visant à garantir la conformité au Règlement de *tous* ses programmes, y compris ceux dans lesquels des candidat.e.s aux élections n'apparaîtraient pas en tant que protagonistes principaux.

Fait à Bruxelles, le 16 janvier 2025.

DocuSigned by: Mathilde Alet 8CA19B3ED537454... DocuSigned by: Karim Bourki 08013E62BA9E470...