

COLLÈGE D'AVIS

Avis n°3/2011

Objet : Règlement relatif aux programmes de radio et de télévision en période électorale

Partie 1. Note explicative sur le règlement

Introduction

A l'occasion des échéances électorales, le Collège d'avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel a pris l'habitude d'adresser des recommandations à l'ensemble des éditeurs de services radiophoniques et télévisuels. Ainsi, le Collège d'avis a adopté ses premières « Recommandations relatives à l'information et à la publicité pour la période couvrant la campagne électorale du 13 mars au 13 juin 1999 »¹ dans la perspective des élections législatives de 1999. Ces recommandations ont ensuite été actualisées en vue des élections locales de 2000² puis des élections législatives de 2003³.

Avec le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, l'élaboration de telles recommandations devient obligatoire : l'article 135, § 1^{er}, 5° impose au Collège d'avis de rédiger et tenir à jour un règlement sur l'information politique en périodes électorales. Le premier règlement « relatif à l'information et à la publicité en radio et en télévision en période électorale » est ainsi rédigé en vue des élections régionales et européennes de 2004⁴, sur les bases jetées par les précédentes recommandations. Le principe est alors de remettre à jour le règlement avant chaque échéance électorale, ce qui sera le cas pour les élections locales de 2006⁵, date depuis laquelle les recommandations faites aux éditeurs ont intégré aux principes énoncés dans des dispositions légales et réglementaires, des principes tirés des pratiques et usages des éditeurs. Ces principes visent, depuis, l'ensemble des programmes, qu'ils soient liés ou non à l'actualité électorale.

A l'occasion des élections législatives de 2007, le Collège d'avis choisit de proposer une version intemporelle du règlement, de manière à le rendre opérationnel pour toute élection⁶. Des ajustements mineurs seront encore pris par la suite, pour les élections régionales et européennes de 2009⁷ et les élections législatives anticipées de 2010⁸.

Pour ces dernières, vu l'urgence de la situation (démission imprévue du gouvernement), l'ajustement avait uniquement consisté à adapter sommairement le règlement aux modifications apportées en 2009

¹ Recommandation du 10 mars 1999.

² Recommandation du 26 juin 2000.

³ Avis n° 01/2003 du 12 février 2003.

⁴ Avis n° 01/2004 du 11 février 2004.

⁵ Avis n° 03/2006 du 25 avril 2006.

⁶ Avis n° 02/2007 du 16 janvier 2007

⁷ Notamment sur la question des sondages. Avis n° 01/2009 du 13 janvier 2009.

⁸ Avis n° 01/2009 du 13 janvier 2009, actualisé sommairement le 5 mai 2010.

au décret devenu le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels. Le Collège n'avait d'ailleurs pas pu se réunir. Des remaniements restaient nécessaires, principalement sur deux plans :

1. La force obligatoire du règlement :

Si l'article 135, § 1^{er}, 5° du décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels prévoit toujours que le Collège d'avis a notamment pour mission de rédiger et tenir à jour un règlement portant sur l'information politique en périodes électorales, il demande également que, désormais, ce règlement soit transmis au Gouvernement pour approbation afin d'avoir force obligatoire. Il est donc nécessaire que le nouveau règlement s'adapte formellement à la force obligatoire qu'il acquerra après approbation par le Gouvernement.

2. Les « nouveaux » médias :

Le règlement doit prendre la mesure de l'évolution des médias linéaires et non linéaires, quelle qu'en soit la plateforme de diffusion (les services à la demande sur les réseaux câblés et les services linéaires et à la demande sur Internet). Les principes généraux qui ont fondé les anciens règlements restent d'application, mais ceux-ci sont appelés à s'appliquer parfois d'une manière différente de celle dont ils s'appliquent aux services plus traditionnels⁹.

La présente note, qui repart de la formulation des anciennes dispositions, qui en commente les évolutions et les changements majeurs, fait office de transition entre l'ancien et le nouveau règlement. Elle joue ainsi le rôle de note explicative, destinée à éclairer le texte du règlement qui sera publié au Moniteur après approbation du Gouvernement.

I. CHAMP D'APPLICATION

Période de référence [1.1.]¹⁰

1. (art.1)¹¹ Par analogie avec la période de limitation et de contrôle des dépenses électorales instaurée par les lois des 4 juillet 1989, 19 mai 1994 et 7 juillet 1994 relatives à la limitation et au contrôle des dépenses électorales, respectivement pour les élections législatives, régionales, européennes et locales, le règlement relatif aux programmes de radio et de télévision en période électorale couvre une période débutant trois mois avant le scrutin.

2. (art.1) En cas d'élections législatives anticipées ou d'élections régionales ou locales extraordinaires, cette période peut descendre jusqu'à 40 jours (élections législatives et régionales) ou 50 jours (élections locales).

3. (art.1) Si, à l'entame de la période de référence, l'ensemble des listes n'est pas connue ou si les candidats ne sont pas tous déclarés, les éditeurs seront particulièrement attentifs dès lors qu'interviendront, sur leurs services, des militants notoires, personnalités politiques et mandataires sortants.

⁹ La qualification de service de média audiovisuel est précisée par le décret coordonné du 26 mars 2009.

¹⁰ Les références entre crochets renvoient à la numérotation du règlement de 2009.

¹¹ Les articles entre parenthèses renvoient aux articles du nouveau règlement.

4. (art.3) S'agissant des « nouveaux » médias et, plus particulièrement, des services non linéaires (vod, catch up TV, podcast...), seuls les contenus ajoutés ou modifiés après le début de la période doivent répondre aux impératifs du règlement.

Le règlement s'applique donc aux contenus ajoutés après le commencement de la période de référence. Les contenus anciens ne seront quant à eux soumis au règlement que dans l'hypothèse où ils font l'objet d'un traitement éditorial nouveau après le début de la période électorale¹². De cette manière, le nouveau règlement n'impose pas aux éditeurs de retirer les contenus antérieurs qui ne seraient pas conformes à la présente recommandation, pour autant que ces contenus ne soient ni modifiés, ni déplacés et soient conformes aux règles audiovisuelles applicables hors période électorale.

Responsabilité éditoriale [1.2.]

5. (art.2) Le règlement rappelle aux éditeurs qu'ils sont responsables de son respect pour tous les programmes diffusés sur les services dont ils assument la responsabilité éditoriale. Conformément à l'article 1^{er}, 46° du décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels, un éditeur assume la responsabilité éditoriale d'un service lorsqu'il exerce un contrôle effectif sur la sélection et l'organisation de ses programmes.

Services édités par ou pour le compte de candidats, listes ou partis et ouvertement dédiés à la communication électorale de ceux-ci [3]

6. (art.1) Le règlement exclut de son champ d'application les services édités par ou pour le compte de candidats, listes ou partis et ouvertement dédiés à la communication électorale de ceux-ci¹³.

Cette exclusion vise tous les services qui constituent des outils de propagande ou qui se réclament ouvertement d'une idéologie, d'un parti, d'une liste ou d'un candidat.

II. DISPOSITIONS GENERALES

7. (art.4 et 5) Les principes d'équilibre et de représentativité ainsi que d'exclusion d'accès en direct à l'antenne des représentants de partis, mouvements ou tendances politiques visés à l'article 14 du règlement s'appliquent à l'ensemble des programmes diffusés en période électorale.

Balises électorales [2.8]

8. (art.6) Les émissions spéciales, débats, tribunes et autres séquences portant spécifiquement sur les élections seront précédés d'une mention particulière annonçant qu'ils s'inscrivent dans le cadre de la campagne électorale. Cette mention devra être identifiable à l'antenne.

¹² Par traitement éditorial nouveau, il faut entendre une modification, par l'éditeur, du contenu ou de la présentation du programme concerné, par exemple en le faisant « remonter » dans la liste des programmes ou en le mettant en valeur par des moyens divers.

¹³ Dans la mesure où ils peuvent être qualifiés de services de médias audiovisuels, ce qui devra s'apprécier au cas par cas, en fonction des sept critères d'identification des services de médias audiovisuels tels que définis dans le décret coordonné du 26 mars 2009 et la directive SMA.

III. DISPOSITIF ELECTORAL DES EDITEURS

Adoption d'un dispositif électoral [2.1.]

9. (art.7) Alors qu'aucune obligation légale spécifique à la période électorale ne s'impose aux éditeurs de services privés en matière d'information, certains ont pris l'initiative d'adopter des dispositifs particuliers en s'inspirant de plusieurs dispositions constitutionnelles, légales et réglementaires. Le règlement a intégré une disposition y relative dès 2003, qui visait à encourager les éditeurs de services radiophoniques et télévisuels à adopter un tel dispositif, dans leur règlement d'ordre intérieur, avant l'ouverture de la campagne. Cette démarche est dorénavant rendue obligatoire.

10. (art.7) En vue de concourir à l'indépendance de la programmation des éditeurs vis-à-vis de toute autorité, il convient de préciser que, pour les points qui concernent les programmes électoraux et d'information, ces dispositifs internes font adéquatement l'objet d'un avis de la rédaction avant leur approbation par les conseils d'administration des éditeurs.

A défaut de rédaction, cet avis est évidemment inopérant, sauf quand l'éditeur est tenu de recourir à des journalistes professionnels à l'occasion de la période électorale. Dans ce cas, ce sont ces journalistes qui rendent un avis sur le dispositif électoral¹⁴.

Conformément à l'avis du Conseil de déontologie journalistique du 14 septembre 2011 « sur la couverture des dispositifs des campagnes électorales dans les médias audiovisuels », rendu à la demande du CSA, et selon lequel « *la responsabilité des choix éditoriaux et des dispositifs de campagnes électorales appartient aux rédactions* », les éditeurs sont encouragés à déléguer à leur(s) rédaction(s) l'élaboration du dispositif électoral visé à l'article 7.

Publicité du dispositif électoral [2.2.]

11. (art.7) Les éditeurs doivent communiquer leur dispositif électoral au CSA et le mettre à la disposition du public sur leur site Internet ou, s'ils n'en disposent pas, sur le site Internet du CSA.

12. (art.7) Ils doivent également le transmettre, à la demande, aux candidats et aux formations politiques.

IV. COMMUNICATION COMMERCIALE ET INSTITUTIONNELLE

Publicité « politique » [1.3.]

13. (art.8) Le règlement interdit aux éditeurs de diffuser des spots publicitaires à caractère commercial en faveur des partis politiques et des candidats, à la radio et à la télévision, pendant la période électorale.

Anciennement, les articles 12, § 1^{er} et 24, 5° du décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels instaurent une interdiction permanente de la publicité et du parrainage en

¹⁴ Voy. point 35, *infra*.

faveur des partis politiques, des organisations professionnelles et de l'adhésion à des convictions religieuses ou philosophiques.

Toutefois, par un arrêt n° 161/2010 du 22 décembre 2010, la Cour constitutionnelle a annulé cette interdiction en ce qu'elle concerne les partis politiques et les organisations professionnelles¹⁵. La Cour a en effet considéré que le caractère absolu et permanent de l'interdiction n'était pas raisonnablement justifié et pouvait empêcher certaines formations d'accéder à un moyen important pour elles de faire connaître leurs positions au public.

Si la publicité et le parrainage pour les partis politiques ne sont dès lors plus interdits de manière permanente, ils restent cependant soumis à une interdiction plus ponctuelle qui est, elle, prévue par les lois des 4 juillet 1989, 19 mai 1994 et 7 juillet 1994 relatives à la limitation et au contrôle des dépenses électorales respectivement pour les élections législatives, régionales, européennes et locales. Pendant la période de référence d'en principe trois mois, ces lois interdisent aux partis, aux candidats et à tout tiers de diffuser des spots publicitaires à caractère commercial à la radio et à la télévision.

Sans que ces lois ne définissent la notion de « spot publicitaire à caractère commercial », l'on peut néanmoins en déduire qu'elle recouvre la publicité et le parrainage. En effet, la propagande électorale est incompatible avec la notion de télé-achat. Quant à l'autopromotion, elle consisterait, pour un parti ou un candidat, à réaliser sa propagande sur son propre service. Or, un tel service n'entre pas dans le champ d'application du règlement, comme cela a été exposé ci-avant.

14. (art.8) Comme par le passé, le règlement prévoit que les éditeurs prendront soin d'éviter de diffuser des publicités ou parrainages qui mettent en évidence, même indirectement, un candidat ou une formation politique.

Ils veilleront aussi à ne pas diffuser de messages publicitaires ou de parrainages qui comportent des références verbales ou visuelles de nature à influencer directement ou indirectement le scrutin.

15. (art.8) 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 ou 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 qui contreviennent aux dispositions visées au point 31 (article 14).

Communications gouvernementales [1.6.]

16. (art.9) Conformément à la loi du 18 février 1977 portant certaines dispositions relatives au service public de la radiodiffusion et de la télévision ainsi qu'à l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 21 septembre 2000 relatif aux communications en langue française du Gouvernement de la Communauté française, du Gouvernement de la Région wallonne, du Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale, des Collèges de la Commission communautaire commune et de la Commission communautaire française de la Région de Bruxelles-Capitale, les communications gouvernementales sont suspendues dans les deux mois qui précèdent le scrutin¹⁶ à moins qu'elles ne soient motivées par

¹⁵ Mais pas en ce qui concerne l'adhésion à des convictions religieuses et philosophiques.

¹⁶ A l'exception des communications programmées en raison de la Fête de la Communauté française.

l'urgence. En toute hypothèse, ni le nom ni l'image du ou des ministres n'accompagnent le message qui doit être strictement informatif.

17. (art.9) Plus généralement, dans les deux mois qui précèdent tout scrutin, et dans des conditions d'exception et de présentation analogues, le règlement prévoit depuis 2007 que les éditeurs prennent soin d'éviter de diffuser des communications de nature institutionnelle traitant d'objets d'intérêt européen, fédéral, régional, communautaire, communal ou provincial et émanant des pouvoirs concernés.

18. (art.3) S'agissant des « nouveaux » médias et, plus particulièrement, des médias non linéaires, cette règle n'implique pas de retirer du service les anciennes communications gouvernementales ou communications de nature institutionnelle mais simplement de ne pas leur assurer de traitement éditorial nouveau et de ne pas ajouter de nouveaux contenus de ce type pendant la période concernée.

V. PROGRAMMES D'INFORMATION

Objectivité, équilibre et représentativité dans les émissions d'information [1.4.]

19. (art.10) Les émissions d'information relatives à la campagne électorale sont soumises à une obligation d'objectivité. Elles doivent avoir un caractère équilibré et représentatif des différentes tendances idéologiques, philosophiques et politiques.

20. (art.11) Les programmes d'information qui recourent à l'interactivité (e-mail, SMS...) en diffusant certaines interventions du public ne peuvent discréditer abusivement ou valoriser à outrance l'une ou l'autre tendance idéologique, ou l'un ou l'autre candidat.

21. (art.11) Les éditeurs s'assureront de la mise en place d'une procédure de sélection, de modération et de traitement des interventions interactives du public, qui permette d'éviter le discrédit abusif ou la valorisation à outrance de toute formation ou candidat. Cette procédure sera insérée dans le dispositif électoral.

22. (art.3) Il est admis, vu la nature non linéaire d'un service, que l'objectif d'équilibre et de représentativité y soit obtenu par des moyens différents de ceux en usage dans les services linéaires.

Le règlement, à cet égard, entend respecter l'autonomie des éditeurs en leur laissant la possibilité de définir, dans leur dispositif électoral, la manière dont ils s'y prendront précisément.

Caractère équilibré et représentatif des débats [2.3]

23. (art.10) Le règlement prévoit que, lors de débats organisés aussi bien en radio qu'en télévision, l'éditeur veille à assurer un caractère équilibré et représentatif des différentes tendances idéologiques et philosophiques.

24. (art.12) Il convient, par ailleurs, que ces débats revêtent un caractère contradictoire, soit par la diffusion de séquences portant sur diverses listes, soit par l'organisation de débats mettant en présence plusieurs candidats de listes différentes ou des candidats et des journalistes, soit par la confrontation de candidats et de citoyens non candidats.

25. (art.11) Lors des débats qui recourent à l'interactivité, l'éditeur sera attentif au fait que, dans leur équilibre global, les messages mis en évidence, en lecture, en bandeau ou en plein écran, ne discréditent abusivement ou ne valorisent à outrance l'une ou l'autre tendance idéologique ou philosophique ou l'un ou l'autre candidat.

Ne sont pas visées les formes d'interactivité qui font intervenir le public en plateau lorsque ce public est sélectionné selon des critères de sélection propres à ce genre de débats ni les messages du public sélectionnés pour susciter un échange avec les participants au débat.

N'est pas visée non plus l'expression des journalistes sur les réseaux sociaux. Celle-ci est encadrée notamment par l'avis du Conseil de déontologie journalistique du 13 octobre 2010 « sur l'application de la déontologie journalistique aux réseaux sociaux ».

26. (art.12) Toute limitation du nombre des participants aux débats doit être fixée sur la base de critères objectifs, raisonnables et proportionnés au but poursuivi.

27. (art.12) Par analogie avec le principe de précaution relatif aux sondages, et au vu des pratiques des éditeurs dans l'organisation de débats électoraux, les éditeurs s'abstiendront de diffuser de tels débats la veille du scrutin, sauf cas d'urgence dûment motivé par des circonstances extraordinaires.

28. (art.17) L'éditeur veillera autant que possible à tenir compte, dans les débats organisés dans le cadre de la couverture des élections, de la diversité des candidats et de la population concernée par les élections.

29. (Chap.V) Dans le règlement, les règles relatives à l'objectivité, l'équilibre et la représentativité des débats et les règles relatives à l'objectivité, l'équilibre et la représentativité des programmes d'information ont été rassemblées dans une même section consacrée aux programmes d'information car, bien que les débats soient soumis à certaines règles spécifiques qui leur sont propres, ils constituent des programmes d'information et sont donc également soumis aux règles plus générales qui s'appliquent à ceux-ci.

Nouvelles listes ou listes non représentées [2.4.]

30. (art.13) Les éditeurs veilleront à faire connaître au plus grand nombre, selon des modalités dont ils auront l'appréciation, les listes qui se présentent pour la première fois, les listes qui n'avaient pas d'élus à la suite des élections précédentes ou les listes qui, sur la base des critères objectifs, raisonnables et proportionnés définis par l'éditeur, n'auraient pas accès aux débats visés à l'article 12 du règlement.

Accès à l'antenne des partis liberticides [1.5.]

31. (art.14) S'appuyant sur les articles 10, § 2, 14 et 17 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, sur les articles 10 et 11 de la Constitution, sur les articles 9, 1°, 67, §1^{er}, 9° et 68 du décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels, sur l'article 7, §§ 1^{er} et 3 du décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF, sur les articles 7.1, c) à e) et 19, a), 3 du contrat de gestion de la RTBF, sur l'article 18 lu en combinaison avec l'article 3 de la loi du

16 juillet 1973 dite loi du Pacte culturel, et sur les dispositions contenues dans la loi du 30 juillet 1981 tendant à réprimer certains actes inspirés par le racisme et la xénophobie, la loi du 23 mars 1995 tendant à réprimer la négation, la minimisation, la justification ou l'approbation du génocide commis par le régime national-socialiste allemand pendant la seconde guerre mondiale, la loi du 10 mai 2007 tendant à lutter contre certaines formes de discrimination et le décret du 12 décembre 2008 relatif à la lutte contre certaines formes de discrimination, le règlement dispose que les éditeurs de services s'abstiendront de donner l'accès à leurs services de médias audiovisuels et aux contenus associés qu'ils développent sur d'autres plateformes, lors de tribunes ou de débats électoraux, ou directement, lors d'autres émissions, à des représentants de partis, mouvements ou tendances politiques relevant de courants d'idées non démocratiques ou prônant ou ayant prôné habituellement des doctrines ou messages :

- constitutifs d'outrages aux convictions d'autrui ;
- incitant à la discrimination, à la haine ou à la violence à l'égard d'une personne, d'un groupe ou d'une communauté en raison de leur sexe, de leur prétendue race, de leur couleur, de leur ascendance ou origine nationale ou ethnique ;
- contenant des éléments tendant à la négation, la minimisation, la justification, l'approbation du génocide commis par le régime national-socialiste allemand pendant la seconde guerre mondiale ou tout autre forme de génocide ;
- basés sur des distinctions, dans la jouissance des droits et libertés reconnus par la Convention européenne, fondées notamment sur le sexe, la prétendue race, la couleur, la langue, la religion, les opinions politiques ou toutes autres opinions, l'origine nationale ou sociale, l'appartenance à une minorité nationale, la fortune, la naissance ou toute autre situation ;
- visant à la destruction ou à la limitation des droits et libertés garantis dans l'ordre juridique belge ;

Une telle disposition ne signifie pas qu'il est interdit de parler des partis non démocratiques ou d'interviewer leurs représentants dès lors que ceux-ci n'ont pas la parole en direct et que les thèses qu'ils défendent sont encadrées par la pratique journalistique.

32. (art.15) Les éditeurs de services qui se posent des questions quant à la qualification des partis ou candidats visés à l'article 14 peuvent consulter le Centre pour l'égalité des chances et la lutte contre le racisme, la Commission nationale permanente du Pacte culturel ou tout autre organe ou institution susceptible de pouvoir les renseigner sur ces questions.

Présence des candidats ou de soutiens de candidats hors émissions électorales [2.7.]

33. (art.16) Hors les émissions électorales, les éditeurs de services veilleront à limiter aux seules nécessités de l'information l'intervention de candidats dans d'autres rôles ou fonctions que celle de candidat.

De même, les éditeurs prendront soin, dans les émissions d'information qui ne sont pas directement liées à l'actualité électorale, d'éviter toute intervention de tiers en faveur d'un candidat, qui dresse un

bilan de l'action passée ou qui expose les éléments d'un programme et qui peuvent avoir un impact direct et significatif sur le scrutin.

34. (art.3) S'agissant des nouveaux médias et, plus particulièrement, des médias non linéaires, cette règle n'implique pas de retirer du service les contenus antérieurs à la période de référence montrant des candidats dans d'autres rôles ou fonctions mais simplement de ne pas assurer à ces contenus de traitement éditorial nouveau et de ne pas en ajouter de nouveaux pendant la période concernée.

Recours aux journalistes professionnels [2.9.]

35. (art.18) Durant la période électorale, les éditeurs qui ne sont habituellement pas tenus de recourir à des journalistes professionnels et qui diffusent des programmes d'information ou des émissions électorales, veilleront à faire assurer la gestion de ceux-ci par un(e) journaliste professionnel(le) ou dans les conditions d'accéder à ce titre conformément à la loi du 30 décembre 1963 relative à la reconnaissance et à la protection du titre de journaliste professionnel.

Cette disposition vise notamment les radios indépendantes. Leur attention est attirée sur le fait que l'obligation de recourir à des journalistes professionnels ne leur impose pas d'engager de tels journalistes sous contrat d'emploi mais simplement de confier la gestion de leurs émissions électorales à des journalistes professionnels. Ils peuvent, pour ce faire, recourir occasionnellement à des journalistes indépendants ou travaillant pour la presse écrite, qui devront être consultés sur les points du dispositif électoral relatifs aux programmes électoraux et d'information.

36. (art.18) Eu égard à la responsabilité éditoriale qui leur incombe, les éditeurs qui recourent à la mise en commun de ressources humaines journalistiques s'assureront, en tant que client, que le fournisseur respecte les obligations qui s'imposent à leurs services, comme celle de faire assurer les programmes d'information par au moins un journaliste professionnel et de respecter le règlement du Collège d'avis relatif aux programmes de radio et de télévision en période électorale.

Usage du français [1.7.]

37. (art.19) Les éditeurs de services sonores diffusés sur plateforme fermée assurent l'usage généralisé du français dans les programmes d'information ou qui nécessitent un traitement journalistique et dans les émissions à caractère électoral afin de favoriser le débat public sur les questions politiques et d'éviter le repli identitaire.

38. (art.19) Cette règle est d'application sauf dérogation motivée accordée par le Collège d'autorisation et de contrôle, conformément à l'article 53, § 2, 1°, c ou à l'article 61, 3° du décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels, et sous réserve du respect des conditions précisées dans cette dérogation.

En tous les cas, les éditeurs de services sonores diffusés sur plateforme fermée ont l'obligation de ne diffuser des contenus faisant l'objet d'un traitement journalistique dans une langue autre que le français qu'au *pro rata* du pourcentage de la dérogation octroyée, ainsi que de fournir au CSA, sur simple demande, la traduction intégrale de tout propos tenu sur antenne dans une autre langue que le français. Ces conditions sont inspirées de celles qui figurent déjà dans les décisions de dérogation en matière d'usage du français du Collège d'autorisation et de contrôle.

Ensuite, pour tout programme d'information ou programme électoral diffusé en langue étrangère, la radio devra également diffuser un programme similaire en langue française. Par similaire, il faut entendre un programme dans lequel les personnes présentes, les thématiques abordées et les conditions d'audience sont comparables à celles du programme diffusé en langue étrangère. Il pourrait, par exemple, s'agir d'un résumé en français du programme d'abord diffusé en langue étrangère.

39. (art.19) Contrairement aux radios diffusées sur plateforme fermée, les radios diffusées sur plateforme ouverte (essentiellement les services diffusés sur Internet) ne sont pas soumises à l'obligation d'émettre en langue française et peuvent émettre des programmes d'information ou à caractère électoral en langue étrangère sans avoir besoin d'une dérogation motivée du Collège d'autorisation et de contrôle (article 61 *a contrario* du décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels).

Le cas échéant, elles devront fournir au CSA, sur simple demande, la traduction intégrale de tout propos tenu sur antenne dans une autre langue que le français.

40. (art.19) Les éditeurs de services télévisuels qui diffusent des programmes d'information et à caractère électoral en langue étrangère doivent être en mesure de fournir au CSA, sur simple demande, la traduction intégrale de tout propos tenu sur antenne dans une autre langue que le français.

Pour les services télévisuels diffusés sur plateforme fermée, il est également requis que, si le service propose une certaine proportion de ses programmes en langue étrangère, il respecte la même proportion pour ses programmes électoraux et d'information.

Accessibilité des programmes consacrés aux élections [2.10.]

41. (art.20) Aux fins de participation du plus grand nombre au débat démocratique, tout ou partie des programmes consacrés aux élections devront, en fonction notamment des moyens techniques, humains et financiers de l'éditeur et dans le respect des dispositions du règlement du Collège d'avis relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes à déficience sensorielle, être sous-titrés, interprétés en langue des signes ou audiodécrits.

Parmi le volume de programmes qu'ils sont désormais tenus de rendre accessibles aux publics vulnérables¹⁷ en vertu du règlement du Collège d'avis relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes à déficience sensorielle¹⁸, les éditeurs veilleront à ce que figurent certains programmes consacrés aux élections.

Dans ce but, les éditeurs sont invités à réfléchir, lors de la rédaction de leur dispositif électoral, à la manière dont ils entendent mettre en œuvre cette obligation.

¹⁷ Soit toute personne qui ne peut recevoir la communication radiodiffusée dans son intégralité du fait d'une déficience sensorielle, à savoir les personnes sourdes, malentendantes, aveugles et malvoyantes.

¹⁸ Arrêté du 15 septembre 2011 du gouvernement de la Communauté française portant approbation du règlement du Collège d'avis relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes à déficience sensorielle.

VI. DIVERS

Sondages [2.5.]

42. (art.21) Les éditeurs veilleront à s'abstenir de toute diffusion de sondages, simulations de vote ou consultations analogues du vendredi précédant le scrutin à minuit jusqu'à la fermeture du dernier bureau de vote sur le territoire belge.

43. (art.21) De même, aucun résultat, partiel ou définitif, ne peut être communiqué au public avant la fermeture du dernier bureau de vote.

44. (art.3 et 21) S'agissant des nouveaux médias et, plus particulièrement, des médias non linéaires, cette règle n'implique pas de retirer du service les contenus anciens faisant état de sondages mais simplement de ne pas leur assurer de traitement éditorial nouveau et de ne pas ajouter de nouveaux contenus comportant des sondages pendant la période concernée.

45. (art.21) Le règlement prévoit que doivent être mentionnés à l'antenne les éléments pertinents permettant d'apprécier la portée des sondages ou consultations analogues, comme par exemple la taille de l'échantillon, la marge d'erreur, la date du sondage, la méthode d'enquête utilisée, le(s) commanditaire(s) et la proportion de sans réponse.

46. (art.21) Il sera fait preuve du plus grand discernement dans la diffusion de résultats de sondages et de leur commentaire. A cet égard, le règlement invite les éditeurs à établir dans leur dispositif électoral des lignes de conduite destinées à évaluer les sondages, enquêtes, simulations de vote et consultations analogues avant d'en diffuser les résultats sur antenne.

Candidature des animateurs, présentateurs ou journalistes [2.6.]

47. (art.22) Tout animateur(trice), présentateur(trice) ou journaliste candidat(e) déclaré(e) aux élections devrait, à l'invitation de l'éditeur, s'abstenir d'être présent(e) à l'antenne dans sa fonction durant la campagne électorale.

48. (art. 3 et 22) S'agissant des nouveaux médias et, plus particulièrement, des médias non linéaires, cette règle n'implique pas de retirer du service les contenus antérieurs à la période de référence montrant l'animateur, présentateur ou journaliste concerné dans sa fonction mais simplement de ne pas assurer à ces contenus de traitement éditorial nouveau et de ne pas en ajouter de nouveaux pendant la période concernée.

49. (art.22) En toute hypothèse, l'animateur, présentateur ou journaliste concerné s'abstiendra, dans sa fonction, de faire état de sa candidature.

50. (art.22) Les éditeurs fixent, dans leur dispositif électoral, les modalités de l'absence sur leur(s) service(s) des candidats avec lesquels ils collaborent professionnellement. A cette occasion, ils tiennent compte du fait que ces modalités relèvent de manière importante des règles de déontologie professionnelle applicables à ces candidats.

Consultation [3.], information et évaluation

51. (art.23) Les éditeurs de services peuvent consulter le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour les questions relatives à la mise en œuvre de ce règlement.

52. (art.24) Le CSA assure une mission d'information de tous les éditeurs sur le présent règlement, selon les moyens qu'il juge les plus appropriés.

Le CSA a pris l'habitude d'organiser des modules d'information sur ce règlement avant ou pendant chaque période électorale de manière à familiariser les nouveaux entrants avec les différentes dispositions existantes ou à assurer des échanges de bonnes pratiques entre les différents éditeurs. Ces rencontres permettent à chacun d'exprimer ses interrogations et de gagner en efficacité sur le terrain.

53. (art.25) Le présent règlement fera l'objet d'une évaluation du Collège d'avis au cours de la troisième année suivant son approbation par le Gouvernement de la Communauté française.

Partie 2. Règlement relatif aux programmes de radio et de télévision en période électorale

Vu le décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels, l'article 135, § 1^{er}, 5° ;

Considérant que cet article donne mission au Collège d'avis de rédiger et tenir à jour des règlements portant sur l'information politique en périodes électorales ;

Considérant les articles 10, 14 et 17 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, relatifs à la liberté d'expression, l'interdiction de la discrimination et l'interdiction de l'abus de droit ;

Considérant les articles 10, 11 et 19 de la Constitution, relatifs à l'égalité, l'interdiction de la discrimination, notamment des minorités idéologiques et philosophiques, et à la liberté d'expression ;

Considérant la loi du 16 juillet 1973 garantissant la protection des tendances idéologiques et philosophiques, dite « loi du Pacte culturel » ;

Considérant la loi du 18 février 1977 portant certaines dispositions relatives au service public de la radiodiffusion et de la télévision ;

Considérant la loi du 30 juillet 1981 tendant à réprimer certains actes inspirés par le racisme et la xénophobie ;

Considérant les lois des 4 juillet 1989, 19 mai 1994 et 7 juillet 1994 relatives à la limitation et au contrôle des dépenses électorales, respectivement pour les élections législatives, régionales, européennes et locales ;

Considérant la loi du 23 mars 1995 tendant à réprimer la négation, la minimisation, la justification ou l'approbation du génocide commis par le régime national socialiste allemand pendant la seconde guerre mondiale ;

Considérant la loi du 10 mai 2007 tendant à lutter contre certaines formes de discrimination ;

Considérant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF ;

Considérant le décret du 12 décembre 2008 relatif à la lutte contre certaines formes de discrimination ;

Considérant le décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels ;

Considérant l'arrêté du gouvernement du 21 septembre 2000 relatif aux communications en langue française du Gouvernement de la Communauté française, du Gouvernement de la Région wallonne, du Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale, des Collèges de la Commission communautaire commune et de la Commission communautaire française de la Région de Bruxelles-Capitale ;

Considérant le contrat de gestion de la RTBF, approuvé par arrêté du Gouvernement du 13 octobre 2006 portant approbation du troisième contrat de gestion de la Radio-Télévision belge de la Communauté française pour les années 2007 à 2011 incluses ;

Considérant l'arrêté du gouvernement du 15 septembre 2011 portant approbation de l'avis n° 02/2011 du Collège d'avis intitulé « Règlement relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes à déficience sensorielle » ;

Considérant la recommandation n°01/2005 du Collège d'autorisation et de contrôle, intitulée « Recommandations aux éditeurs de services de radiodiffusion relatives aux manifestations d'expression de discrimination ou de haine » ;

Considérant l'avis n° 04/2005 du Collège d'avis, intitulé « Recommandations relatives aux sondages et pratiques y assimilées » ;

Considérant l'avis n° 05/2006 du Collège d'avis, intitulé « Egalité, multiculturalité et inclusion sociale. Présence et représentation des femmes dans les services de radiodiffusion » ;

Considérant l'avis n° 06/2006 du Collège d'avis, intitulé « L'accessibilité des services de radiodiffusion en Communauté française aux publics vulnérables » ;

Considérant l'avis n° 07/2006 du Collège d'avis, intitulé « Présence et représentation des minorités culturelles dans les médias audiovisuels » ;

Considérant, l'avis n°1/2011 du Collège d'avis, intitulé « Recommandation relative à l'accessibilité des programmes aux personnes à déficience sensorielle » ;

Le Collège d'avis du CSA, réuni en séance le 22 novembre 2011, adopte ce qui suit :

I. CHAMP D'APPLICATION

1. Les dispositions du présent règlement s'appliquent à toutes les élections organisées en Belgique, c'est-à-dire les élections législatives fédérales, les élections régionales, les élections européennes et les élections communales et provinciales.

Elles 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. Par exception, elles ne s'appliquent toutefois pas aux services diffusés sur plateforme ouverte, édités par ou pour le compte de candidats, listes, idéologies ou partis et ouvertement dédiés à la communication électorale de ceux-ci.

Elles s'appliquent pendant les trois mois qui précèdent le scrutin, sauf dans le cas d'élections anticipées, où cette période peut être ramenée à 40 jours (élections législatives fédérales et élections régionales) ou 50 jours (élections locales) avant le scrutin.

2. 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 coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels.

3. Pour les services non linéaires, le présent règlement ne s'applique qu'aux contenus ajoutés après le commencement de la période électorale ainsi qu'aux contenus antérieurs qui feraient l'objet d'un traitement éditorial nouveau.

II. DISPOSITIONS GENERALES

4. 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.

5. Les éditeurs s'abstiennent de donner l'accès en direct à l'antenne à des représentants de partis, mouvements ou tendances politiques visés à l'article 14.

6. Les émissions spéciales, débats, tribunes et autres séquences portant spécifiquement sur les élections sont précédés d'une mention particulière, identifiable à l'antenne, annonçant qu'ils s'inscrivent dans le cadre de la campagne électorale.

III. DISPOSITIF ELECTORAL DES EDITEURS

7. Avant l'ouverture de la campagne, les éditeurs adoptent des dispositions spécifiques en matière électorale.

Ces dispositions aborderont la mise en œuvre des différentes règles inscrites dans le présent règlement et qui s'appliquent à eux.

Si le(s) service(s) visé(s) recour(en)t en temps normal à des journalistes professionnels sous contrat d'emploi, les dispositions qui visent les programmes électoraux et d'information feront l'objet d'un avis de la rédaction. Les services qui recourent, uniquement en période électorale, à des journalistes professionnels externes pour assurer la gestion de leurs programmes d'information conformément à l'article 18, soumettront les dispositions qui visent les programmes électoraux et d'information à l'avis de ces journalistes professionnels externes.

Les dispositions seront transmises pour information au Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Leur publicité sera assurée sur le site Internet de l'éditeur ou, s'il n'en dispose pas, sur le site Internet du CSA.

Elles seront transmises, à la demande, aux candidats et formations politiques.

IV. COMMUNICATION COMMERCIALE ET INSTITUTIONNELLE

8. 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.

9. Les communications gouvernementales et les communications de nature institutionnelle similaires traitant d'objets d'intérêt européen, fédéral, régional, communautaire, communal ou provincial et émanant des pouvoirs concernés seront suspendues dans les deux mois précédant tout scrutin à moins qu'elles ne soient motivées par l'urgence. En toute hypothèse, ni le nom, ni l'image du ou des membres de l'exécutif concerné n'accompagneront le message, qui doit être strictement informatif.

V. PROGRAMMES D'INFORMATION

10. Les éditeurs assurent l'objectivité, ainsi que l'équilibre et la représentativité des différentes tendances idéologiques, philosophiques et politiques dans les programmes d'information et les débats électoraux qu'ils diffusent.

Lorsqu'un éditeur diffuse des programmes qui, pris individuellement, ne présentent pas toutes les tendances idéologiques, philosophiques et politiques de manière équilibrée, il doit assurer l'équilibre et la représentativité dans la programmation globale de son service, sur l'ensemble de la période électorale. A cette fin, il précise, dans les dispositions électorales visées à l'article 7, la manière dont l'équilibre et la représentativité seront assurés, en tenant compte du caractère linéaire ou non linéaire de son service.

11. Dans les programmes électoraux et d'information, en ce compris les débats, qui recourent à l'interactivité, les éditeurs s'assurent du fait que, dans leur équilibre global, les messages mis en évidence, en lecture, en bandeau ou en plein écran ne discréditent abusivement ou ne valorisent à outrance l'une ou l'autre tendance idéologique ou philosophique, ou l'un ou l'autre candidat.

Ils sont invités à inscrire dans leur dispositif électoral les règles de sélection, modération et traitement qu'ils appliquent aux messages interactifs, notamment en matière de signature.

12. Les débats électoraux revêtent un caractère contradictoire, soit par la diffusion de séquences portant sur diverses listes, soit par la mise en présence de plusieurs candidats de listes différentes ou de candidats et de journalistes, soit par la confrontation de candidats et de citoyens non candidats.

Toute limitation du nombre des participants aux débats doit être fixée sur la base de critères objectifs, raisonnables et proportionnés au but poursuivi. Ces critères sont inscrits dans le dispositif électoral visé à l'article 7.

Les éditeurs ne diffuseront pas de débats la veille du scrutin, sauf cas d'urgence dûment motivé par des circonstances extraordinaires.

13. Les éditeurs veillent à faire connaître au plus grand nombre, selon des modalités dont ils ont l'appréciation :

- les listes qui se présentent pour la première fois,
- les listes qui n'avaient pas d'élus à la suite des élections précédentes,
- les listes qui, sur la base des critères objectifs, raisonnables et proportionnés définis par l'éditeur, n'auraient pas accès aux débats visés à l'article 12.

14. Les éditeurs s'abstiendront de donner l'accès à leurs services de médias audiovisuels et à leurs contenus associés qu'ils développent sur d'autres plateformes, lors de tribunes, de débats électoraux ou, directement, lors d'autres émissions, à des représentants de partis, mouvements ou tendances politiques relevant de courants d'idées non démocratiques ou prônant ou ayant prôné habituellement des doctrines ou messages :

- constitutifs d'outrages aux convictions d'autrui ;
- incitant à la discrimination, à la haine ou à la violence à l'égard d'une personne, d'un groupe ou d'une communauté en raison de leur sexe, de leur prétendue race, de leur couleur, de leur ascendance ou origine nationale ou ethnique ;
- contenant des éléments tendant à la négation, la minimisation, la justification, l'approbation du génocide commis par le régime national-socialisme allemand pendant la seconde guerre mondiale ou tout autre forme de génocide ;
- basés sur des distinctions, dans la jouissance des droits et libertés reconnus par la Convention européenne, fondées notamment sur le sexe, la prétendue race, la couleur, la langue, la religion, les opinions politiques ou toutes autres opinions, l'origine nationale ou sociale, l'appartenance à une minorité nationale, la fortune, la naissance ou toute autre situation ;
- visant à la destruction ou à la limitation des droits et libertés garantis dans l'ordre juridique belge.

15. Les éditeurs de services sont invités à consulter le Centre pour l'égalité des chances et la lutte contre le racisme, la Commission nationale permanente du Pacte culturel ou tout autre organe ou institution idoine afin de vérifier la qualification des partis et des candidats visés à l'article 14.

16. Les éditeurs de services veillent, hors programmes à caractère électoral, à limiter aux seules nécessités de l'information l'intervention de candidats dans d'autres rôles ou fonctions que celui de candidat.

De même, les éditeurs prennent soin, dans les programmes d'information qui ne sont pas directement liés à l'actualité électorale, d'éviter toute intervention de tiers en faveur d'un candidat ou parti, pour dresser un bilan de l'action passée ou pour exposer les éléments d'un programme.

17. Dans la mesure du possible, l'éditeur reflète, dans la couverture des élections, la diversité des candidats et de la population concernée par les élections.

18. Durant la période électorale, les éditeurs de services qui ne sont habituellement pas tenus de faire assurer leurs programmes d'information par des journalistes professionnels reconnus conformément à la loi du 30 décembre 1963 relative à la reconnaissance et à la protection du titre de journaliste professionnel ou se trouvant dans les conditions pour accéder à ce titre et qui diffusent des émissions électorales, feront assurer la gestion de ceux-ci par un(e) journaliste professionnel(le) ou se trouvant dans les conditions pour accéder à ce titre.

19. Les éditeurs de services qui diffusent, pendant la période électorale, un programme d'information dans une langue autre que le français, qu'il soit ou non directement lié à l'actualité électorale, communiquent au CSA, sur simple demande de celui-ci, la traduction intégrale de ce programme.

Les programmes électoraux ou d'information ne peuvent, sur les plateformes fermées, être diffusés en langue étrangère qu'au *pro rata* du pourcentage global de programmes diffusés en langue étrangère.

Sur les services sonores diffusés sur plateforme fermée, les éditeurs doivent, pour tout programme électoral ou d'information diffusé en langue étrangère, également diffuser un programme similaire en langue française.

20. Les éditeurs assurent l'accessibilité de tout ou partie des programmes à caractère électoral, en fonction notamment de leurs moyens techniques, humains et financiers et dans le respect des dispositions du règlement du Collège d'avis relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes à déficience sensorielle.

VI. DIVERS

21. Les éditeurs s'abstiennent de diffuser tout sondage, simulation de vote ou consultation analogue du vendredi précédant le scrutin à minuit jusqu'à la fermeture du dernier bureau de vote sur le territoire belge. De même, aucun résultat, partiel ou définitif, ne peut être communiqué au public avant la fermeture du dernier bureau de vote.

Les éditeurs mentionnent, à l'antenne, les éléments pertinents permettant d'apprécier la portée des sondages ou consultations analogues comme, par exemple, leur nature, la taille de l'échantillon, la marge d'erreur, la date du sondage, la méthode d'enquête utilisée, le(s) commanditaire(s) et la proportion de sans réponse.

Les éditeurs font preuve du plus grand discernement dans la diffusion des résultats de sondages et de consultations ainsi que de leur commentaire. A cet égard, ils fixent, dans leur dispositif électoral visé à

l'article 7, les lignes de conduite suivant lesquelles ils évalueront les sondages, enquêtes, simulations de vote et consultations analogues avant d'en diffuser les résultats sur antenne.

22. Les éditeurs veillent à ce que les animateur(trice)s, présentateur(trice)s ou journalistes candidat(e)s déclaré(e)s aux élections s'abstiennent, dans leurs fonctions, de faire état de leur candidature. Ils fixent, dans leur dispositif électoral, les modalités de l'absence, durant la campagne électorale, sur leur(s) service(s) des candidats avec lesquels ils collaborent professionnellement.

23. Les éditeurs de services peuvent consulter le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour les questions relatives à la mise en œuvre de ce règlement.

24. Le CSA assure une mission d'information de tous les éditeurs sur le présent règlement, selon les moyens qu'il juge les plus appropriés.

25. Le présent règlement fera l'objet d'une évaluation du Collège d'avis au cours de la troisième année suivant son approbation par le Gouvernement de la Communauté française.

Bruxelles, le 29 novembre 2011