

Début de la période électorale : triple vigilance pour les médias

RÉGULATION Le CSA tire les enseignements du scrutin d'octobre pour les guider

► La période électorale en vue du triple scrutin de mai est déclarée ouverte ce mardi.
► Pendant trois mois, les médias audiovisuels appliquent un règlement spécifique. Avec quelques points d'attention.

Ce mardi 26 février commence la période électorale pour les éditeurs de services de médias audiovisuels. Concrètement, pendant trois mois, chaque éditeur devra respecter des obligations spécifiques pour la couverture médiatique de la campagne. Et ce, jusqu'au triple scrutin (régional, fédéral et européen) du 26 mai prochain. C'est ce qu'on appelle la période de prudence. C'est aussi la date à laquelle les médias doivent remettre au régulateur leur dispositif électoral, détaillant la couverture médiatique du scrutin.

C'est le moment choisi par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) pour rappeler au public son droit d'exprimer une plainte, et aux médias audiovisuels les obligations inscrites dans le Règlement élections. Modifié début 2018, il contient quatre obligations renforcées : la visibilité des « petites listes », la représentation équilibrée femmes-hommes (en nette amélioration), l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle et la production des contenus pour les réseaux sociaux. Des « nouveautés » appliquées pendant la période électorale du scrutin d'octobre dernier, sorte de test pour les deux parties. Depuis lors, le CSA a publié une évaluation du traitement médiatique des élections, un appui solide pour anticiper le prochain appel aux urnes.

C'est ici tout l'enjeu pour le CSA de faire le point à l'entame de cette nouvelle période électorale. Puisque de nouvelles obligations figuraient dans le règlement, le régulateur peut apporter une réponse aux médias quant à la manière de les appliquer. Les suites, ou non, des dossiers introduits concernant le scrutin d'octobre leur indiquent comment se préparer au suivant. « C'est une période très intense pour les éditeurs.

On peut parfois se laisser déborder, c'est donc important que les règles soient claires. On a un rôle d'accompagnement, on répond à leurs questions », indique Manon Letouche, conseillère juridique au sein du Secrétariat d'instruction du CSA. Et le triple enjeu du scrutin de mai ajoute un degré de vigilance du côté des médias comme du CSA. Les médias doivent respecter l'équilibre de la représentativité des tendances politiques en prenant en considération le niveau du scrutin. L'échelle locale du scrutin communal laisse place à l'échelle européenne et fédérale. « Des deux côtés, ce triple scrutin complexifie l'enjeu de savoir sur quelle base on détermine la représentativité des partis », estime la conseillère.

Lors de la précédente période électorale, le CSA a reçu 69 plaintes pour 23 dossiers ouverts. La majorité concerne l'équilibre et la représentativité des tendances politiques et la visibilité des petites listes. A ce sujet, le bilan fut globalement positif mais « un effort reste à réaliser pour l'intégration systématique des plus petits partis dans la programmation des éditeurs », indique le régulateur. Le travail concernant l'égalité des genres et la diversité mérite d'être poursuivi afin que les programmes électoraux « soient plus représentatifs de notre société ».

En 2018, quatre dossiers ont été ouverts concernant la couverture de deux partis : le PP et La droite

Ainsi, à l'heure de déclarer ouverte la période électorale, le CSA annonce deux points d'attention : la présence des petites listes et l'accessibilité des programmes. Le deuxième était le plus gros manquement de la part des médias en 2018. « C'est une question démocratique : les publics doivent avoir accès à une information complète pour pouvoir faire leur choix électoral en connaissance de cause. Ça ne semble pas avoir été totalement intégré », observe Manon Letouche. Des plaintes émanant du public ont été relayées auprès des médias en question et certains ont annoncé y porter une attention particulière.

Ce n'est pas un point d'attention pour le scrutin de mai, mais le « cordon sanitaire médiatique », article 14 du règle-

ment, fait l'objet d'un focus particulier. Il concerne « l'interdiction de donner l'accès aux débats électoraux, aux tribunes électorales ou tout accès en direct à des partis non démocratiques, prônant ou ayant prôné des doctrines ou des messages incitant à la discrimination, à la haine ou à la violence ». En 2018, le Secrétariat d'instruction a ouvert quatre dossiers concernant la couverture médiatique de partis pouvant poser question : le Parti populaire et La droite.

« On a clairement senti un doute des médias concernant le Parti populaire : est-ce qu'on les invite ou pas ? Jusqu'ici, la question ne s'était pas posée », indique Manon Letouche. Pour déterminer si les médias audiovisuels avaient correctement appliqué le Règlement élections, le CSA a ouvert des instructions. Le régulateur s'est appuyé sur la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme et sur celle du Conseil d'État, saisi en 1999 et qui avait annoncé que les éditeurs avaient un pouvoir d'appréciation. Cela signifie que les médias doivent déterminer eux-mêmes s'il est souhaitable d'inviter le PP lors des débats. Qu'ils l'invitent ou non, ils doivent démontrer qu'ils ont exercé ce pouvoir d'appréciation avec prudence. Ils doivent consulter des institutions compétentes comme Unia ou

le Crisp pour déterminer ce qui rentre ou pas dans le cordon sanitaire.

« Le CSA n'est pas un institut d'études politiques, on ne va pas dire que tel parti rentre dans le cadre ou pas, si l'éditeur a fait un travail de recherches approfondies, s'il a consulté et s'il peut justifier son choix de manière objective », explique Manon Letouche. C'était donc le cas pour les quatre dossiers ouverts en 2018, classés sans suite. Canal C, chaîne de télé namuroise, par exemple, a choisi de ne pas inviter le PP. Pour se justifier, elle a transmis son analyse des statuts, du programme, du manifeste et des vidéos pour démontrer que, selon elle, il y avait un risque de dérapage en direct. Et c'est bien l'enjeu. « Le but n'est pas de dire que les éditeurs ne doivent pas informer les électeurs sur l'existence des divers partis, ils sont invités à le faire. C'est d'éviter de donner la parole à un parti qui risque de faire des incitations à la discrimination, à la haine et à la

violence », souligne la conseillère. S'il indique ses raisons de le faire, un média peut prendre des mesures de précaution et ne pas inviter un parti. Il peut aussi enregistrer les débats dans les conditions du direct pour qu'un comité de visionnage vérifie l'absence de dérapages. Cette méthode, utilisée lors du scrutin d'octobre et validée par le CSA, pourrait en inspirer d'autres durant les trois prochains mois. ■

LOLA LEMAIGRE

LES PLAINTES

« Le public fait avancer la régulation »

Comment choisir les points d'attention et les thématiques clés à destination des médias ? La réponse se trouve de l'autre côté de l'écran : le public. Chaque année, il se mobilise davantage et transfère ses plaintes au CSA. « C'est important que les publics soient bien informés de leurs droits par rapport aux informations qu'ils peuvent recevoir pendant les élections, souligne Manon Letouche. Et du fait qu'en tant que citoyen, ils ont le droit d'estimer que l'équilibre n'est pas respecté. C'est le message qu'on a envie de faire passer pour le premier jour de la période électorale : le fait que les citoyens puissent porter plainte est un enjeu démocratique. » On entend une voix s'élever pour dire que certaines plaintes n'aboutissent pas, qu'elles « tombent dans l'oreille d'un sourd ». Pas tout à fait. « Même quand la plainte ne donne pas lieu à une sanction, cela fait avancer la régulation des médias. On observe bien une mobilisation des publics, que ce soit des citoyens, des candidats ou des militants. Que le public se saisisse de ses droits ! », encourage la conseillère.

L.L.E