Propositions pour la campagne médiatique en vue des élections européennes du 26 mai 2019

Document de synthèse établi suite aux consultations avec les partis politiques et les médias concernés en date du 26 février 2019

Contrairement au passé, la campagne médiatique pour les élections européennes 2019 ne se déroule pas sous l’égide de la Commission consultative « campagnes électorales », mais sous la surveillance de l’Autorité luxembourgeoise indépendante de l’audiovisuel.

Le but poursuivi par l’Autorité est de veiller à une présentation équilibrée et équitable dans les médias nationaux luxembourgeois de tous les courants politiques participants au processus électoral, en vue d’une information pertinente et critique des auditeurs et spectateurs.

La campagne électorale officielle dans les médias débute le lundi, 29 avril 2019 pour se terminer le vendredi, 24 mai 2019.

Elle est divisée en trois parties distinctes :

1/ Les spots de campagne de tous les organismes ayant déposé une liste. Selon les différents médias, les listes disposent d’une certaine durée de temps d’antenne (voir annexe). Cette durée bénéficie à toute liste complète.

Chaque liste est libre de produire ses messages dans le cadre de ces durées respectives en respectant une durée maximale de 45 secondes par spot. Un fichier à fournir par les médias détaille les normes techniques à respecter par les producteurs des messages.

Les fournisseurs de services de médias diffusent les messages selon l’ordre des listes tel qu’issu du tirage au sort opéré par la présidente du bureau de vote central. Ils soumettent la conduite d’antenne des spots à l’Autorité en vue de la vérification de cette règle.

Les spots de campagne sont diffusés comme suit :

* *radio 100,7* : du lundi au vendredi, 2/3 fois par jour [quel horaire ?]
* *RTL Radio Lëtzebuerg* : du lundi au vendredi, 2/3 fois par jour [quel horaire ?]
* *RTL Télé Lëtzebuerg* : du lundi au dimanche, fois par jour [quel horaire ?]

Les messages diffusés sur *RTL Télé Lëtzebuerg* sont inclus dans la rediffusion du programme après 20h00.

2/ Les trois médias concernés organisent chacun une table ronde lors de laquelle tous les organismes ayant déposé une liste complète sont représentés par un participant de leur choix. Les sujets abordés relèvent de la responsabilité éditoriale des rédactions. Les tables rondes sont diffusées en direct ou enregistrées dans les conditions du direct.

La durée minimale des tables rondes consacrée au débat d’idées est fixée comme suit :

* *RTL Télé Lëtzebuerg :* 90 minutes
* *RTL Radio Lëtzebuerg*: 60 minutes
* *radio 100,7*: 60 minutes

3/ Après la date limite de dépôt des listes (fixée au 27 mars 2019), les rédactions concernées présentent un dispositif électoral écrit. Ce document contient une énumération et une description des émissions (hors actualités quotidiennes) prévues en relation avec les élections européennes ou qui engendrent une visibilité sur les antennes d’une liste ou d’un candidat, comme par exemple mais non pas exclusivement les face-à-face et autres rondes de discussion à plusieurs participants, les invités de la rédaction, les magazines ou les émissions de variétés (telles des émissions de cuisine où sont invités des hommes ou femmes politiques).

Pendant la période de la campagne électorale officielle, les tribunes libres sont mises en veille.

L’ALIA évalue les dispositifs et soumet, si nécessaire et en concertation avec les rédactions concernées, des changements pour atteindre le but primaire du dispositif électoral, à savoir l’équité entre les listes et une information diversifiée, complète et critique des auditeurs et spectateurs. L’évaluation est faite en tenant compte de l’intégralité de la durée de la campagne officielle. Les dispositifs définitifs sont communiqués par l’ALIA aux listes et publiés sur le site du régulateur.

Les plages de diffusion des spots publicitaires et des tables rondes sont identifiées au début et à la fin par un indicatif visuel et/ou sonore. *(„Dir héiert/gesidd elo eng walpolitesch Emissioun am Kader vun den Europawalen de 26. Mee.“*)

Les émissions d’actualité (*Nachrichtensendungen*) ne relèvent pas de la campagne électorale officielle et ne font pas partie des émissions régies par le dispositif électoral des rédactions. A ces programmes, tels les journaux télévisés et radiophoniques, s’appliquent les règles générales du code de déontologie du Conseil de presse ainsi que les stipulations des concessions et cahiers des charges.

Toutes les plaintes, réclamations et observations éventuelles, émanant des listes, des candidats ou du public, sont adressées à l’ALIA. En cas de dérapage injustifié, l’ALIA invite le fournisseur de service de médias concerné à rééquilibrer le contenu de ses programmes au cours de la durée de la campagne officielle restant à courir.

La mise en œuvre du dispositif électoral des différents services de médias fait l’objet d’une évaluation par l’Autorité à la suite des élections européennes.

Les activités de campagne électorale des partis, listes ou candidats sur les médias sociaux ne tombent pas sous la surveillance de l’ALIA.