



Autorité
luxembourgeoise
indépendante de
l'audiovisuel

Principes directeurs pour les élections européennes du 9 juin 2024

1. Informations préliminaires

2. Dispositions générales

2.1. Objectif et durée de la campagne électorale médiatique

2.2. Dispositif électoral

2.3. Réclamations et observations éventuelles

3. Spots électoraux

3.1. Partis éligibles et temps d'antenne mis à disposition

3.2. Durée des spots électoraux et possibilité de produire de nouveaux spots en cours de campagne

3.3. Langues admises pour les spots électoraux

3.4. Production des spots électoraux TV et radio

3.5. Ordre de diffusion des spots électoraux TV et radio

3.6. Rediffusion des spots électoraux sur RTL Télé Lëtzebuerg

4. Tables rondes « officielles »

4.1. Conditions de participation

4.2. Nombre et durée des tables rondes

4.3. Langues admises lors des tables rondes

4.4. Diffusion des tables rondes

5. Tribunes libres politiques et émissions d'actualité

1. Informations préliminaires

La loi du 22 juillet 2022 portant modification :

1. de la loi électorale modifiée du 18 février 2003 ;
2. de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques

a attribué deux nouvelles missions à l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel, ci-après l'Autorité, à savoir :

1. l'organisation de campagnes électorales médiatiques diffusées à travers les médias chargés d'une mission de service public dans le cadre des élections législatives, communales et européennes.
2. l'organisation des émissions d'information politique « tribunes libres » réservées aux partis politiques et groupements de candidats, diffusées par les médias chargés d'une mission de service public en dehors de toute campagne électorale.

Dans le cadre de sa mission d'organisation des campagnes électorales médiatiques, l'Autorité est censée, conformément à l'article 35, paragraphe 1^{er}, lettre m), de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques « *élaborer des principes directeurs concernant les conditions de production, de programmation et de diffusion des messages électoraux des partis politiques et des groupements de candidats ainsi que des programmes relatifs à la campagne électorale médiatique que les fournisseurs de services de médias audiovisuels ou sonores chargés d'une mission de service public sont tenus de diffuser.* »

Afin de préparer au mieux ses nouvelles missions et dans le souci d'orienter son intervention en qualité de régulateur en fonction des besoins constatés, l'Autorité a engagé un dialogue avec les acteurs concernés, notamment les partis politiques et groupements de candidats ainsi que les médias audiovisuels et sonores chargés d'une mission de service public.

Cette démarche est en ligne avec l'article 35, paragraphe 1^{er}, lettre m) de la loi précitée qui précise encore que « *l'élaboration des principes directeurs se réalise en étroite collaboration avec les fournisseurs de services de médias audiovisuels ou sonores précités ainsi que les partis politiques et les groupements de candidats.* »

Les présents principes directeurs ont été établis par l'Autorité en prenant en compte les échanges avec les médias chargés d'une mission de service public et les partis et groupements politiques et suite aux réunions de concertation qui se sont tenues le 7 février 2024 avec les partis politiques et le 2 février 2024 avec les médias concernés.

Les partis politiques, groupements politiques et listes politiques sont désignés ci-après collectivement comme étant les « partis ».

Les médias chargés d'une mission de service public, à savoir radio 100,7, RTL Télé Lëtzebuerg et RTL Radio Lëtzebuerg sont désignés ci-après comme « médias ».

2. Dispositions générales

Le but poursuivi par l'Autorité est de veiller à une présentation objective, équilibrée et équitable dans les médias concernés de tous les courants politiques participant au processus électoral, en vue d'une information diversifiée, complète, pertinente et critique des auditeurs et spectateurs, afin de les appuyer dans le processus de formation de leur opinion politique et de leur choix électoral.

Les partis et les médias véhiculent une communication digne et respectueuse de la personne humaine, de l'État de droit et des principes démocratiques.

Les activités de campagne électorale des partis et des candidats sur les médias sociaux ne sont pas couvertes par les présents principes directeurs.

2.1. Objectif et durée de la campagne électorale médiatique

Les élections ont lieu le 9 juin 2024.

La campagne électorale dans les médias débute le lundi, 6 mai 2024 à 0 h 00 pour se terminer le samedi, 8 juin 2024, à 24 h 00. Afin de satisfaire à l'objectif primaire de la campagne électorale, à savoir une information pertinente, diversifiée, complète et critique des auditeurs et spectateurs et le respect du principe d'équité entre les listes, les médias s'engagent à diffuser ni émissions politiques, ni messages ayant un caractère de propagande électorale à partir de ce moment jusqu'à la fermeture des bureaux de vote.

2.2. Dispositif électoral

Après la date limite de dépôt des listes, fixée au mercredi 10 avril 2024 à 18 h 00, les rédactions des médias concernées présentent un dispositif électoral écrit provisoire.

Ce dernier contient une énumération et une description prévisionnelles des émissions que les médias prévoient de diffuser au cours de la campagne électorale et en relation avec les élections européennes. Il s'agit d'émissions qui engendrent une visibilité sur les antennes d'un parti 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 dans lesquels sont invitées des personnes politiques.



Autorité
luxembourgeoise
indépendante de
l'audiovisuel

L'Autorité prend note des dispositifs provisoires et prend contact avec les rédactions concernées pour attirer, si nécessaire, leur attention sur le but primaire du dispositif électoral, à savoir le respect du principe d'équité entre les listes et une information pertinente, diversifiée, complète et critique des auditeurs et spectateurs. Les observations sont faites en tenant compte de l'intégralité de la durée de la campagne électorale médiatique. Les dispositifs provisoires, susceptibles d'être adaptés en fonction de l'actualité, sont communiqués par l'Autorité aux partis et publiés sur le site internet du régulateur au jour de l'ouverture de la campagne électorale, le 6 mai 2024. Les médias communiquent les éventuelles adaptations du dispositif dans un rythme hebdomadaire à l'Autorité. Ces dernières sont publiées, au fur et à mesure de leur réception, sur le site internet de l'Autorité.

Le dispositif est complémentaire aux spots électoraux et aux tables rondes que les médias sont tenus de diffuser dans le cadre de la campagne électorale médiatique officielle,

2.3. Réclamations et observations éventuelles

Toutes les réclamations et observations éventuelles, émanant des partis, des candidats ou du public, en relation avec la mise en œuvre des présents principes directeurs, sont adressées à l'Autorité qui veille à l'application correcte de ces principes.

Le déroulement de la campagne électorale et la mise en œuvre du dispositif électoral des médias font l'objet d'une évaluation par l'Autorité à la suite des élections.

3. Spots électoraux

3.1. Partis éligibles et temps d'antenne mis à disposition

Les partis présentant une liste complète disposent de 9 minutes d'antenne par media (cf. tableau en annexe¹).

Le temps d'antenne des partis présentant une liste incomplète, sera réduit au prorata des candidats figurant sur cette liste.

Afin de mettre l'Autorité en mesure d'informer les partis dans les plus brefs délais du temps d'antenne qui sera mis à leur disposition, ces derniers sont invités à communiquer leur liste de candidats ainsi que les données de contact de la personne en charge de la campagne médiatique au sein de leur parti (nom, adresse e-mail et numéro de téléphone), avant le 2 avril 2024 à 12 h 00 à l'Autorité. Toute information provisoire communiquée par l'Autorité dans ce cadre sera confirmée ou le cas échéant corrigée dès la publication des listes officielles par les autorités compétentes.

¹ Note d'information au 26 février 2024: cette annexe sera établie après la date de dépôt des listes de candidats. Les principes directeurs seront complétés à ce moment.

3.2. Durée des spots électoraux et possibilité de produire de nouveaux spots en cours de campagne

Chaque parti est libre de produire ses spots en respectant une durée maximale de 45 secondes et une durée minimale de 10 secondes par spot.

Les partis ont la possibilité de présenter en cours de campagne de nouveaux spots TV et radio. Un remplacement des spots initialement prévus peut avoir lieu, au plus tard 3 jours ouvrables (avant 12 h 00) avant le jour de diffusion prévu pour le spot à remplacer et à condition que le nouveau spot ait la même longueur que le spot initialement prévu pour la plage horaire en question. Les partis adressent la demande de remplacement et les nouveaux spots au(x) média(s) concerné(s) et en informent l'Autorité.

Un fichier à fournir par les médias détaille les normes techniques à respecter par les producteurs des messages (cf. annexe).

La date butoir pour la remise des spots à l'Autorité et aux médias est le 24 avril 2024 avant 12 h 00. Les spots remis après cette date, sans préjudice des dispositions relatives au remplacement des spots remis avant cette échéance, ne seront pas pris en compte.

3.3. Langues admises pour les spots électoraux

Les partis sont libres de produire leurs spots TV et radio dans la ou les langues de leur choix.

Afin de garantir l'accessibilité des spots TV au plus grand nombre et notamment aux personnes en situation de handicap, les partis ont l'obligation de pourvoir les spots TV d'un sous-titrage en langues allemande et française (voir recommandations en annexe).

3.4. Production des spots électoraux TV et radio

Les partis produisent leurs spots TV et radio pour leur compte et à leurs frais.

Les partis sont seuls responsables du contenu des spots. Le contenu ne relève pas de la responsabilité éditoriale des médias.

3.5. Ordre de diffusion des spots électoraux TV et radio

L'Autorité établit un plan de diffusion des spots électoraux pour les services de médias concernés. L'ordre de diffusion tient compte, dans la mesure du possible, de l'ordre inversé des listes, tel qu'issu du tirage au sort opéré par le président du bureau de vote central et assure une répartition équitable des spots des différents partis sur les différentes plages prévues au cours de la journée pour chaque média concerné et à différents moments à l'intérieur des plages prévues.

Ce plan est communiqué aux partis et aux médias dans les meilleurs délais dès réception de toutes les informations pertinentes (notamment la durée des spots individuels) et avant le début de la campagne médiatique.



Autorité
luxembourgeoise
indépendante de
l'audiovisuel

Les spots électoraux sont diffusés comme suit :

- *RTL Télé Lëtzebuerg* : du lundi au dimanche, 1 plage quotidienne vers 18 h 57;
- *RTL Radio Lëtzebuerg* : du lundi au vendredi, 3 plages quotidiennes, à savoir vers 6 h 50, 13 h 20 et 18h50;
- *radio 100,7* : du lundi au vendredi, 2 plages quotidiennes, à savoir vers 6 h 50 et 12 h 40 et les samedis, 1 plage quotidienne vers 6 h 50.

Les plages de diffusion des spots publicitaires sont identifiées au début et à la fin par un indicatif visuel et/ou sonore, du style «Op Ufro vun der Regierung an ënnert der Responsabilitéit vun deene respektive Parteien héiert / gesitt dir elo eng politesch Emissioun am Kader vun den Europawalen vum 9. Juni 2024 ».

3.6. Rediffusion des spots électoraux sur RTL Télé Lëtzebuerg

Les spots diffusés sur *RTL Télé Lëtzebuerg* sont inclus dans la rediffusion du programme après 20 h 00 et ne sont pas comptabilisés dans la mise à disposition des 9 minutes d'antenne.

4. Tables rondes « officielles »

4.1. Conditions de participation

Les partis présentant une liste complète de candidats sont invités aux trois tables rondes officielles.

4.2. Organisation des tables rondes

Les trois médias concernés organisent chacun une table ronde lors de laquelle les partis éligibles, conformément aux critères énumérés au point 4.1., sont représentés par un participant de leur choix, sous réserve des règles linguistiques dont question au point suivant.

L'Autorité encourage les partis, dans un but de promouvoir l'élimination des entraves pouvant exister en matière d'égalité entre femmes et hommes, tel que prévu à l'article 15, paragraphe 3 de la Constitution luxembourgeoise, à veiller à une représentation équilibrée des femmes et des hommes dans les tables rondes.

Les sujets abordés relèvent de la responsabilité exclusive des rédactions des médias. Les tables rondes sont diffusées en direct ou enregistrées dans les conditions du direct. Elles sont réalisées sous la responsabilité éditoriale des médias respectifs, et en conformité avec leurs cahiers des charges.

L'organisation des tables rondes, y inclus la prise de contact avec les partis, la fixation des dates et l'invitation des participants à l'enregistrement et/ou au tournage, sont prises en charge par les médias.

La durée minimale des tables rondes est fixée comme suit :

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

4.3. Langues admises lors des tables rondes

La langue véhiculaire est le luxembourgeois. Néanmoins, les candidats peuvent s'exprimer dans une autre langue officielle du pays. La compréhension du luxembourgeois est en tout état de cause requise.

La table ronde sur RTL Télé Lëtzebuerg est diffusée avec une interprétation simultanée en langue des signes allemande (DGS).

4.4. Diffusion des tables rondes

- *RTL Télé Lëtzebuerg* :

Diffusion d'une table ronde le dimanche 2 juin 2024 à 20 h 30.

RTL Radio Lëtzebuerg :

Diffusion d'une table ronde le dimanche 26 mai 2024 à 13 h 00.

- *radio 100,7* :

Diffusion d'une table ronde le dimanche 19 mai 2024 à 10 h 30.

Les plages de diffusion des tables rondes sont identifiées au début et à la fin par un indicatif visuel et/ou sonore.

5. Tribunes libres politiques et émissions d'actualité

Au cours de la période de la campagne électorale médiatique, la diffusion des tribunes libres politiques est suspendue.

Les émissions d'actualité, à savoir les journaux télévisés et radiophoniques pour autant que leur contenu n'est pas couvert par le dispositif électoral tel que défini au point 2.2. ne relèvent pas de la campagne électorale médiatique. À ces programmes s'appliquent notamment les règles générales du code de déontologie du Conseil de presse ainsi que les stipulations des concessions et cahiers des charges

(Les présents principes directeurs ont été adoptés par le Conseil d'Administration de l'Autorité en sa réunion du 26 février 2024.)