

Première partie

**JOURNAL**  **OFFICIEL**

DE LA

REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO

CABINET DU PRESIDENT DE LA REPUBLIQUE

**DIRECTIVE DU CONSEIL SUPERIEUR  
DE L'AUDIOVISUEL ET DE LA  
COMMUNICATION N°CSAC/AP/002/  
2015 DU 05 MARS 2015 RELATIVE A  
LA CAMPAGNE ELECTORALE A  
TRAVERS LES MEDIAS**

57<sup>e</sup> Année

Numéro spécial

19 janvier 2016

**JOURNAL OFFICIEL  
DE LA  
REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO**

**SOMMAIRE**

**CONSEIL SUPERIEUR DE L'AUDIOVISUEL  
ET DE LA COMMUNICATION**

Page

*Conditions d'abonnement, d'achat du numéro et des insertions*

Les demandes d'abonnement ainsi que celles relatives à l'achat de numéros séparés doivent être adressées au Service du Journal Officiel, Cabinet du Président de la République, B.P. 4117, Kinshasa 2.

Les montants correspondant au prix de l'abonnement, du numéro et des insertions payantes sont payés suivant le mode de paiement des sommes dues à l'Etat.

Les actes et documents quelconques à insérer au Journal Officiel doivent être envoyés au Journal Officiel de la République Démocratique du Congo, à Kinshasa/Gombe, Avenue Colonel Lukusa n° 7, soit par le Greffier du Tribunal s'il s'agit d'actes ou documents dont la Loi prescrit la publication par ses soins, soit par les intéressés s'il s'agit d'actes ou documents dont la publication est faite à leur diligence.

Les abonnements sont annuels ; ils prennent cours au 1<sup>er</sup> janvier et sont renouvelables au plus tard le 1<sup>er</sup> décembre de l'année précédant celle à laquelle ils se rapportent.

Toute réclamation relative à l'abonnement ou aux insertions doit être adressée au Service du Journal Officiel, B.P. 4117, Kinshasa 2.

- Directive du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication n° CSAC/AP/002/2015 du 05 mars 2015 relative à la campagne électorale à travers les médias.....5

## **CONSEIL SUPERIEUR DE L'AUDIOVISUEL ET DE LA COMMUNICATION**

### **DIRECTIVE DU CONSEIL SUPERIEUR DE L'AUDIOVISUEL ET DE LA COMMUNICATION N°CSAC/AP/002/ 2015 DU 05 MARS 2015 RELATIVE A LA CAMPAGNE ELECTORALE A TRAVERS LES MEDIAS**

**L'ASSEMBLEE PLENIERE DU CONSEIL SUPERIEUR DE L'AUDIOVISUEL ET  
DE LA COMMUNICATION**, siégeant en sa 29<sup>ème</sup> session extraordinaire le 05  
MARS 2015 à Kinshasa, capitale de la République Démocratique du Congo,

Vu la Constitution de la République Démocratique du Congo, spécialement ses  
articles 23, 24 et 212 ;

Vu la Loi organique n°11/001 du 10 janvier 2011 portant composition, attributions  
et fonctionnement du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication,  
notamment ses articles 8, 9 point 18, 19 et 20 ;

Vu la Loi n°15/001 du 12 février 2015 modifiant et complétant la Loi n°06/006 du 9  
mars 2006 portant organisation des élections présidentielle, législatives,  
provinciales, urbaines, municipales et locales en République Démocratique du  
Congo, telle que modifiée à ce jour par la Loi n°11/003 du 25 juin 2011  
spécialement ses articles 30 et 33 ;

Vu la Loi n°04/002 du 15 mars 2004 portant organisation et fonctionnement des  
partis et regroupements politiques, spécialement son article 19 ;

Vu la Loi n°96/002 du 22 juin 1996 portant modalités d'exercice de la liberté de la  
presse, spécialement en ses articles 5, 6, 35 et 36 ;

Considérant les résolutions et recommandations des associations des  
professionnels des médias issues d'ateliers et séminaires organisés en 2006 ainsi  
que celles émanant des tables rondes des médias et des partis politiques tenues  
en 2011 sur les principes directeurs de la campagne électorale dans les médias ;

Considérant la pertinence du Code de bonne conduite adopté à Kinshasa le 10  
août 2011 par les acteurs politiques et les médias sur le processus électoral ainsi

que celle du Code de bonne conduite signé par les partis politiques sous les auspices de la CENI du 8 février 2014;

Considérant le vide juridique en matière d'affichage électoral en République Démocratique du Congo et la nécessité d'édicter des normes y relatif;

Considérant la nécessité de mettre à jour, d'édicter les normes relatives à l'accès aux médias durant la campagne électorale et de garantir aux candidats en compétition des conditions égales;

Après concertation avec la Commission Electorale Nationale Indépendante, en sigle CENI ;

Vu l'urgence et l'opportunité ;

Après débats et délibérations,

## ARRETE :

### CHAPITRE I : DES GENERALITES

#### Article 1<sup>er</sup> :

Les dispositions de la présente Directive réglementent, à titre exclusif, la campagne électorale 2015-2016, à travers les médias et les autres moyens de communication de masse sur l'ensemble du territoire national.

#### Article 2 :

Conformément à l'article 11 de la Loi électorale, les campagnes électorales sont fixées par le calendrier arrêté par la CENI

#### Article 3 :

Pendant la période sus-indiquée, tous les médias sont astreints à observer une grande rigueur dans la collecte, le traitement, la programmation et la diffusion de l'information.

A cet effet, ils sont tenus de respecter les textes légaux et réglementaires régissant la profession ainsi que l'éthique et la déontologie des journalistes congolais.

#### Article 4 :

Les médias doivent notamment en cette période :

1. s'interdire la diffusion des chansons, clips, jeux, spots, communiqués, proverbes, saynètes, écrits satiriques et caricatures qui sont de nature à inciter à la haine, à toutes les formes de discrimination ou à mettre en péril la cohésion nationale ;
2. Eviter la diffusion des résultats de sondages d'opinion 48 heures avant les scrutins ;
3. S'interdire, en ce qui concerne la revue de presse :
  - de reprendre les informations dont la véracité n'est pas établie par l'organe qui relaye ;
  - de commenter et de porter quelque jugement de valeur sur les informations relayées ;
4. S'interdire de programmer et de diffuser les émissions à téléphone ouvert.
5. S'interdire d'afficher, en permanence ou par intermittence en médaillon sur l'écran : le logo, l'effigie ou le message d'un candidat ;
6. S'interdire de diffuser en dehors des tranches réservées à la communication électorale, les chansons de propagande dont la programmation fera l'objet d'une mesure d'application du CSAC.

#### Article 5 :

Les médias audiovisuels des secteurs public et privé doivent, en outre, veiller à la stricte observance des obligations résultant des Codes de bonne conduite pour les acteurs politiques et les médias signé sous l'égide du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication ainsi que du Code de bonne conduite des partis politiques signé sous les auspices de la CENI, relatif au respect du caractère pluraliste et du principe d'équilibre en matière d'information.

En conséquence, en sa qualité de pouvoir organisateur de la campagne électorale à travers les médias, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication peut être amené à suspendre sans délai les émissions qui enfreignent les présentes dispositions en vertu de l'article 63 de la Loi organique n°11/001 du 11 janvier 2011.

**Article 6 :**

Pendant la période de campagne électorale, l'accès aux médias publics est réglementé comme suit :

1. Les Institutions de la République continuent de bénéficier de la couverture médiatique de toutes leurs activités, liées à la gestion de l'Etat. Cette couverture ne s'étend cependant pas aux émissions spéciales ni aux magazines rétrospectifs.
2. Sont exclues du bénéfice de la disposition susdite, les activités non liées à la gestion de la chose publique **accomplies par** les membres d'Institutions de la République candidats aux différents scrutins.
3. ~~Toute candidate, tout candidat, tout parti politique légalement constitué, tout~~ regroupement de partis politiques, tout mouvement ou association se réclamant de ce candidat, peut bénéficier au maximum et ensemble de trois (03) reportages par scrutin.
4. Aucun reportage relatif aux activités des institutions de la République, des partis politiques et des composantes de la Société civile ne peut excéder trois (03) minutes ou 1500 signes dans les colonnes du bulletin de l'Agence Congolaise de Presse (ACP).
5. Aucune activité institutionnelle bénéficiant d'une couverture médiatique ne peut contenir les signes distinctifs, logo ou effigie d'un parti politique ou candidat en compétition.

Toutefois, les Institutions concernées par la gestion et l'organisation des élections, à savoir : les Cours et Tribunaux, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication, la Commission Electorale Nationale Indépendante ne sont pas astreintes à cette limitation.

**Article 7 :**

En vertu de ses prérogatives constitutionnelles, le Président de la République, conserve l'accès permanent et sans limitation aux médias du secteur public, lorsqu'il n'intervient pas en qualité de candidat.

**CHAPITRE II : DES MEDIAS DU SECTEUR PUBLIC****SECTION I : DISPOSITIONS GENERALES****Article 8 :**

Seuls les candidats aux différents scrutins dont la liste a été officiellement arrêtée par les Institutions compétentes peuvent bénéficier des dispositions prévues au titre de campagne électorale dans les médias du secteur public.

**Article 9 :**

Dès la publication de la liste, les candidates et candidats font connaître au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication l'identité des représentants habilités à remplir en leur nom les différentes formalités. Ils en font ampliation au Ministère chargé de la Communication et des Médias.

**Article 10 :**

Les genres d'intervention sont choisis par les candidates et les candidats ou leurs représentants dûment mandatés parmi les possibilités définies à la Section II.

**Article 11 :**

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication réunit les candidates et les candidats ou leurs représentants dûment mandatés pour porter à leur connaissance les dispositions prises et pour tirer au sort les dates et l'ordre de passage des interventions.

Le tirage au sort se déroule en séance publique radiotélévisée par l'audiovisuel du secteur public ainsi que par les médias du secteur privé impliqués dans la campagne électorale.

Les résultats des tirages au sort sont publiés dans les médias.

Les séances d'enregistrement sont organisées dans l'ordre de diffusion des interventions résultant du tirage au sort.

**Article 12 :**

Toute défaillance de la part d'un(e) candidat(e) ou de ses représentants dans un créneau d'enregistrement, pour une raison ou une autre, entraîne pour le bénéficiaire la perte sans contrepartie de la tranche qui lui est allouée.

**Article 13 :**

Lorsqu'un candidat ou une candidate n'a pas utilisé la totalité de son temps d'antenne, il ne peut obtenir le report du reliquat.

**Article 14 :**

Si, pour une raison quelconque, un candidat ou une candidate renonce à utiliser tout ou partie de la plage horaire d'intervention qui lui est attribuée, les interventions des autres candidats se déroulent selon la programmation établie.

Toutefois, lorsqu'un candidat ou une candidate le souhaite, son temps d'antenne peut être utilisé par un de ses représentants dûment mandaté.

**Article 15 :**

Le personnel des organes de presse de service public est tenu, en ce qui concerne les opérations mentionnées dans la présente Directive, aux obligations du secret professionnel et de la confidentialité.

**Article 16 :**

Sont exclus de la couverture de la campagne électorale, les chargés de communication, les attachés de presse, les chargés de relations publiques, les agents de publicité et les journalistes permanents auprès des institutions publiques.

A cet effet, les responsables des médias doivent établir et acheminer au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication la liste de tout le personnel concerné par l'alinéa précédent.

**Article 17 :**

Tous les candidats ou candidates bénéficient du même temps d'antenne et de la gratuité des prestations.

**Article 18 :**

Pendant la durée de la campagne, le principe d'égalité de traitement entre candidats doit être scrupuleusement respecté dans les programmes d'information tant à la radio, à la télévision que dans les médias publics écrits.

**Article 19 :**

Chaque candidate et chaque candidat dispose, au scrutin présidentiel, de trente minutes d'émission radio (deux fois quinze minutes) et de trente minutes d'émission télévisée (deux fois quinze minutes) qui seront réparties par tirage au sort sur toute la durée de la campagne à raison de quinze minutes par intervention (Déclaration ou entretien).

**Article 20 :**

Concernant les autres scrutins législatifs, provinciaux, urbains, municipaux et locaux, ils feront l'objet des mesures d'application du CSAC

**Article 21 :**

Seules sont habilitées à participer à la campagne électorale en appui à l'audiovisuel de service public :

- La station nationale de radiodiffusion,
- La chaîne nationale de télévision,
- Les stations de radiodiffusion et les chaînes de télévision provinciales du service public de l'audiovisuel,
- Les stations privées (commerciales, associatives, confessionnelles et communautaires) de radiodiffusion et de télévision retenues par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication pour suppléer le service public, à charge du Trésor public.

**Article 22 :**

Les temps d'antenne sont utilisés par les candidats et candidates en personne. Toutefois, chaque candidate ou candidat peut demander que les partis, regroupements de partis ou personnalités indépendantes qui soutiennent sa candidature et dûment mandatés, assistent aux enregistrements après en avoir informé par écrit, vingt-quatre (24) heures à l'avance, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication.

Leur nombre ne peut excéder vingt-cinq (25).

**Article 23 :**

Dès la publication des résultats du tirage au sort de l'ordre de passage des candidats et pendant la diffusion des émissions officielles de la campagne, les services de la Radiodiffusion et de la Télévision Nationales ne peuvent plus, sans l'accord du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication, modifier la programmation annoncée.

Cette disposition s'applique, de la même manière aux médias publics écrits.

**SECTION II : GENRES D'INTERVENTION****Article 24 :**

Les candidats ont la possibilité de choisir parmi les genres d'intervention suivants :

a) Déclarations

Elles sont prononcées par le ou la candidat(e) pendant quinze minutes

b) Entretiens

Le (la) candidat(e) peut faire intervenir une ou plusieurs personnes de leur choix, au maximum trois (3) pour répondre à un questionnaire standard pendant quinze minutes.

c) Message écrit

Le (la) candidat(te) peut faire publier un message écrit, à rédiger sous forme générique d'éditorial, à imprimer en noir/blanc et à diffuser dans les médias publics écrits.

Le texte ne peut dépasser huit mille (8000) signes, titres et espaces compris. Il n'est pas accompagné ni de photo du (de) candidat (e) ni d'une quelconque illustration dessinée.

Le numéro de la page, la police et la force de caractère ainsi que l'interlignage sont fixés par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication de manière identique pour les candidats.

Outre le temps d'antenne consenti à tous les candidats au scrutin présidentiel dans les médias audiovisuels publics, chacun d'entre eux est tenu de participer à un entretien radio-télévisé en direct de quatre-vingt-dix (90) minutes avec un panel de trois (3) journalistes.

Les trois (3) journalistes interviewers sont déterminés par le candidat parmi les cinq (5) présélectionnés par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication, à l'issue d'une procédure transparente d'appel à candidatures lancé dans la profession médiatique trente (30) jours avant le début de la campagne électorale.

Le candidat ou la candidate se présente sur les lieux de l'enregistrement, au moins trente (30) minutes avant le démarrage de l'émission en vue des préparatifs techniques de l'émission.

**Article 25 :**

Quel que soit le genre retenu, les candidats ne peuvent :

1. faire apparaître des lieux officiels dans leurs éléments de décor ;
2. recourir à une illustration sonore comportant tout ou partie de l'hymne national ;
3. faire usage du drapeau de la RDC, ni des armoiries nationales ;
4. recourir à un moyen d'expression ayant pour effet de tourner en dérision les autres candidats. Toutefois, les candidats ont la latitude de commenter les programmes des concurrents.

Le (la) candidat(e) est tenu d'informer le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication du genre d'intervention choisi au plus tard vingt-quatre (24) heures avant la séance d'enregistrement.

**Article 26 :**

Les candidats peuvent faire apparaître dans le décor de leurs interventions le titre, la couleur, l'emblème ou le(s) signe(s) choisis par eux.

Les formats des éléments d'illustration devront répondre aux conditions techniques de cadrage retenues par la télévision nationale.

Sous le contrôle du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication, il est arrêté pour tous les candidats un fond de décor compatible avec les normes techniques de la télévision nationale.

**Article 27 :**

Au cours de leurs interventions, les candidates ou candidats s'expriment dans les langues nationales de leur choix sur toutes les questions qui entrent dans l'objet de la campagne électorale, à condition de ne pas porter atteinte à la vie privée, à l'éthnie, à la province, au sexe et à la religion de leurs concurrents et d'éviter de s'en prendre nommément à ceux-ci.

En tout état de cause, les interventions ne doivent pas être utilisées pour porter atteinte à la vie privée ni traiter des sujets manifestement étrangers à cette campagne, notamment à des fins de publicité commerciale.

**Article 28 :**

Les partis politiques, les regroupements politiques ou candidats indépendants doivent s'interdire d'utiliser les enfants mineurs à des fins de propagande électorale.

**Article 29 :**

Il sera réservé à chaque candidat ou candidate au scrutin présidentiel une page intérieure du Bulletin de l'Agence Congolaise de Presse (ACP) pour faire paraître leurs programmes. L'ordre de publication est établi par un tirage au sort dont les résultats sont publiés dans les médias.

Le message est déposé au CSAC 72 heures avant le jour de la publication.

**SECTION III : DE LA REALISATION****III.1. - ENREGISTREMENTS****Article 30 :**

Sauf dispositions contraires prises par le CSAC, les enregistrements des émissions sont effectués dans les locaux de la Radiodiffusion Télévision Nationale Congolaise (RTNC) quarante-huit (48) heures avant leur diffusion.

**Article 31 :**

Les enregistrements à la radio et à la télévision s'effectuent simultanément. Le temps imparti à la production des émissions (enregistrement, lecture des bandes) est d'une heure trente (1h30') minutes pour une émission de quinze (15) minutes (Déclarations et entretiens).

Les tranches horaires disponibles pour les enregistrements sont communiquées au candidat ou à la candidate ou à ses représentants le jour des tirages au sort et réparties dans les conditions définies à l'article 18 de la présente Directive.

**Article 32 :**

A la fin de l'enregistrement d'une première prise techniquement utilisable, les candidats peuvent refaire autant de prises que possible dans le temps imparti à l'enregistrement, à la lecture des bandes et à la sélection de celle qui sera diffusée.

**Article 33 :**

La réalisation de chacune des interventions à la radiodiffusion et à la télévision est assurée par la Radiodiffusion Télévision Nationale Congolaise (RTNC) et/ou par tout autre média, expressément désigné par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication.

**Article 34 :**

Il est loisible au candidat et à la candidate de se faire assister par un ou deux conseillers qui ne peuvent se substituer au personnel responsable de la réalisation de l'intervention, ni modifier les conditions techniques de l'enregistrement et du



montage. Ces personnes ainsi que celles participant à l'intervention ont seules accès au studio.

Elles ne peuvent en aucun cas être choisies parmi le personnel des organes d'information de service public, quelles que soient leurs fonctions auprès des candidates et candidats.

Leur identité doit être communiquée au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication par les candidats ou leurs représentants, vingt-quatre heures (24) avant les séances d'enregistrement.

#### Article 35 :

Chaque intervention à la Radiodiffusion et à la Télévision est précédée et suivie d'annonces indiquant l'identité du candidat ou de la candidate auquel l'intervention est attribuée et à quel titre elle l'est, les noms et prénoms des intervenants.

Le temps nécessaire à ces annonces n'est pas pris sur le temps d'antenne alloué à chaque candidat ou candidate.

A la télévision, ces annonces sont écrites directement à l'écran sur fond de couleur et avec des caractères identiques pour tous les candidats.

A la radiodiffusion, ces annonces sont lues sans aucun commentaire par un agent de la station.

#### Article 36 :

En cas d'incident technique non imputable aux candidats ou à leurs représentants, le temps d'enregistrement prévu à l'article 18 de la présente Directive est prolongé d'une durée égale à celle de l'incident.

De même, les médias écrits publics sont tenus d'indiquer dans le sommaire du numéro précédent l'identité du candidat ou de la candidate dont le message est annoncé pour la prochaine édition.

#### Article 37 :

Un ou deux représentants du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication assistent à la prise de vue ou du son. Ils s'assurent du bon déroulement conformément aux dispositions prévues par la présente Directive.

#### Article 38 :

Avant la diffusion, un « bon à diffuser » est signé par le représentant du Régulateur en accord avec le(a) candidat(e) ou son (sa) délégué(e).

### III.2 – MONTAGE

#### Article 39 :

Pour les interventions télévisées, il est ajouté au temps d'enregistrement en studio un temps de montage de soixante (60) minutes pour les émissions d'une durée de quinze (15) minutes.

Pour les émissions radiodiffusées, il est ajouté au temps d'enregistrement en studio un temps de montage de trente (30) minutes.

Les montages sont effectués sous la responsabilité technique des réalisateurs qui ont procédé à l'enregistrement des émissions.

### III.3 – DIFFUSION

#### Article 40 :

Les émissions sont diffusées dans le délai légal de déroulement de la campagne pour les scrutins correspondants.

A la radio, les émissions sont diffusées immédiatement après le journal parlé de 19 heures, heure de Kinshasa.

A la télévision, les émissions sont diffusées immédiatement après le journal télévisé de 20 heures, heure de Kinshasa.

#### Article 41 :

En cas d'incident de diffusion affectant une partie ou la totalité des émissions, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication décide éventuellement de la reprise partielle ou totale des émissions de campagne qui ont été affectées par l'incident.

Cette disposition relative à la réparation assumée par le diffuseur est applicable, mutatis mutandis aux publications imprimées et distribuées par les médias publics écrits.

En cas de contestation, le litige est porté devant le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication.

**Article 42 :**

Les enregistrements des émissions diffusées dans le cadre de la présente Directive sont conservés pendant trente (30) jours puis déposés dans les archives de chaque média requis par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication. Une copie de ces enregistrements sera réservée au CSAC.

Cette disposition est également applicable aux publications assumées par les médias publics écrits.

**Article 43 :**

L'ensemble des opérations techniques relatives aux émissions de campagne est coordonné par les Directeurs des Programmes de radios et télévisions, sous leur responsabilité et sous le contrôle du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication.

**CHAPITRE III : DES MEDIAS AUDIOVISUELS DU SECTEUR PRIVE**

**SECTION 1. MEDIAS AUDIOVISUELS**

**Article 44 :**

Dans le cadre de la couverture de l'actualité nationale durant la campagne électorale, les radios et télévisions privées commerciales, associatives et communautaires doivent manifester leur intention de couvrir la campagne électorale et remplir les conditions requises par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication et y être formellement désignées.

Elles veilleront à ce que les candidats bénéficient d'un traitement et d'un accès équilibrés à l'antenne.

**Article 45 :**

Les comptes rendus, commentaires et présentations relatifs à la campagne électorale doivent être exploités par les rédactions dans un souci constant d'équilibre et d'impartialité.

**Article 46 :**

Les directeurs des informations ou de rédaction veillent à ce que le choix des extraits des déclarations et écrits des candidats ou de leurs représentants ainsi que les commentaires auxquels ils peuvent donner lieu n'en dénaturent pas le sens.

**Article 47 :**

Il est demandé aux directeurs des informations et/ou des rédactions d'être attentifs à leur politique d'invitation en ce qui concerne les magazines ou émissions spéciales afin que soient respectés le principe d'équité et d'impartialité.

En tout état de cause, tous les médias doivent veiller scrupuleusement au traitement équilibré de l'information.

**Article 48 :**

Dans le cadre de la campagne électorale, il est interdit d'interrompre les messages des candidats ou autres invités par des plages publicitaires de quelque nature que ce soit.

**Article 49 :**

Les médias audiovisuels du secteur privé (commerciaux, associatifs et communautaires) doivent conserver pour le compte du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication durant trente (30) jours après le scrutin, les enregistrements de toutes les émissions concernant la campagne électorale. Une copie de ces enregistrements est à déposer au CSAC.

**Article 50 :**

Sans préjudice de l'article 40 de la présente Directive, les médias audiovisuels du secteur privé (commerciaux, associatifs et communautaires) ont l'obligation de respecter les dispositions légales en matière de droit de réponse.

**Article 51 :**

Durant la période de campagne électorale, les stations de radio et les chaînes de télévision du secteur privé commercial, associatif et communautaire sont tenues de respecter strictement les cahiers des charges des émissions de campagne électorale ainsi que les grilles de programmes communiqués au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication.

Les innovations et adaptations dictées par l'impératif de la campagne électorale constituent une grille spéciale des programmes, à déposer pour avis de conformité au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication quinze (15) jours avant la date officielle du démarrage de ladite campagne.

**SECTION 2. MEDIAS IMPRIMES**

**Article 52 :**

Les journaux et périodiques d'informations du secteur privé sont habilités à couvrir la campagne électorale.

Ils doivent veiller cependant à la stricte observance des textes légaux et réglementaires régissant la profession, de l'éthique et la déontologie des journalistes congolais ainsi que des dispositions de la présente Directive.

Une copie de chaque édition est déposée au CSAC.

**Article 53 :**

En sa qualité de pouvoir organisateur de la campagne électorales à travers les médias, le Conseil supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication peut être amené, en vertu des dispositions pertinentes de sa Loi organique, à sanctionner, sans délai, les journaux ou périodiques qui enfreignent les présentes dispositions.

**Article 54 :**

Les publications institutionnelles, utilisées comme supports de communication institutionnelle des entreprises ou organisations publiques ou privées, ne peuvent se prêter à la campagne électorale.

Il en est de même de la presse gratuite.

**Article 55 :**

Tout organe de presse imprimé, qui crée, pendant ce temps, un supplément électoral, a l'obligation d'en tenir informé le CSAC.

Le supplément, ainsi déclaré, devra aussi se conformer à la recommandation stipulée au second alinéa de l'article 70 de la présente Directive.

Il en sera de même de toute nouvelle publication spécialement créée pour la période électorale.

Le respect du principe d'impartialité et de l'équilibre doit être de mise dans le traitement de l'information électorale des candidats en compétition.

**Article 56 :**

Les médias imprimés du secteur privé ont l'obligation de respecter pendant la période de la campagne électorale, les dispositions légales en matière de droit de réponse.

**CHAPITRE IV : DES MEDIAS EN LIGNE, DE L'AFFICHAGE ET DU COLPORTAGE**

**Article 57 :**

Les candidats(es) légalement constitué(e)s peuvent créer des sites Internet dans le cadre de leur propagande électorale, dont la dénomination et les conditions d'hébergement sont communiqués au CSAC.

Si ces sites sont interactifs, les candidat(e)s doivent veiller à ce que le contenu placé par des suiveurs « Followers » soit constamment contrôlé et vérifié afin de ne pas porter atteinte aux bonnes mœurs, à la dignité humaine, à la vie privée ou à la sécurité de l'Etat.

Les médias en ligne existant ou à créer sont astreints au strict respect des textes légaux et réglementaires en vigueur en République Démocratique du Congo ainsi que du principe de l'équilibre et de l'impartialité dans le traitement de l'information électorale.

**Article 58 :**

Durant la période de campagne électorale, la promotion de l'image ou du programme du candidat ou de la candidate peut être accomplie par voie d'affichage ou de distribution des tracts. Les acteurs politiques bénéficiaires de cette propagande sont pénalement et civilement responsables du contenu illicite du message écrit ou énoncé en leur faveur.

**Article 59 :**

Durant la campagne électorale, l'apposition des affiches de propagande est autorisée sur les panneaux mis en place à cette fin sur l'ensemble du territoire national. Le démontage de ces panneaux doit intervenir sept (7) jours, au plus tard, après la clôture officielle de campagne électorale.

Toutefois, les affiches apposées dans un rayon de 100 mètres du Centre de vote doivent être enlevées 24 heures avant le jour du vote.

Les façades de maisons et immeubles à usage privé peuvent faire office de panneaux électoraux, sur la base d'arrangements particuliers et écrits entre les personnes concernées devront être communiqués au CSAC et à la GENI.

**Article 60 :**

Le nombre d'affiches apposées sur un emplacement prévu à cet effet n'est pas limité, pourvu que le format soit inférieur à 297mm x 420 mm.

Toutefois, dans un rayon de 100mètres, chaque candidat(e), parti ou regroupement politique ne peut installer qu'un seul panneau d'affichage.

**Article 61 :**

Sont interdits :

- l'affichage sur les murs des édifices à usage officiel et dans le périmètre des lieux à usage public ;
- la superposition et la destruction des affiches des candidats concurrents.

Sont également interdits tout traçage ou écrit sur la chaussée publique ainsi que toute apposition sur des panneaux et plateformes de circulation routière, sur les poteaux d'électricité, sur les caniveaux d'évacuation des eaux, sur les troncs

d'arbres ou autres dispositifs de décoration de la cité ainsi que sur les véhicules publics de transport en commun et d'entreprise.

Toutefois, avec l'accord des responsables régulièrement affectés à leur gestion, certains lieux publics peuvent accueillir sur leurs sites des panneaux mobiles, mis en place tout au long de la journée, entre 7 h et 17 h. Le retrait immédiat de ces panneaux est obligatoire à l'issue de l'horaire de leur exposition.

**Article 62 :**

L'affichage mobile effectué sur véhicules, avec remorques tractées, est astreint à l'information préalable à l'autorité compétente 48 heures avant.

**Article 63 :**

L'affichage électoral, sur panneaux fixes ou sur panneaux mobiles, s'arrête sur l'ensemble du territoire national la veille du scrutin à 24 heures avant le jour du scrutin.

Il est également interdit de distribuer ou de faire distribuer, le jour du scrutin, des circulaires, tracts ou autres documents relatifs à la campagne électorale.

De même, l'animation des sites Internet interactifs dédiés à la campagne électorale s'arrête la veille du scrutin à 24 heures avant le jour du scrutin.

**Article 64 :**

La distribution des tracts électoraux ainsi que de tout matériau de propagande électorale se fait de main à main, afin d'éviter toute cohue ou la pollution des lieux concernés.

Est également prohibé le largage des tracts électoraux à partir des aéronefs survolant tout ou partie du territoire national

**Article 65 :**

La campagne électorale peut s'effectuer par colportage, éventuellement amplifié par du matériel électrique.

Toutefois, les colporteurs ne doivent pas se fixer à des endroits immuables, au risque de transformer leur exercice en pollution sonore pour les populations riveraines.

Le colportage par véhicules est astreint à autorisation de la police de circulation routière, le tracé du circuit devant éviter certains sites, notamment les écoles, les hôpitaux, les maisons de repos, les bureaux officiels.

## CHAPITRE V : DES DISPOSITIONS FINALES

### Article 66 :

La campagne électorale à travers les médias prend fin à minuit, 24 heures avant le jour du scrutin.

### Article 67 :

Les candidats désireux de faire couvrir des manifestations et autres meetings par les médias du secteur public pendant la campagne électorale sont tenus de faire connaître au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication le programme des dites manifestations soixante-douze (72) heures avant le démarrage de la campagne.

### Article 68 :

Dans le cadre de la couverture de l'actualité liée à l'élection présidentielle, les médias veillent à faire respecter les règles d'objectivité, d'impartialité, d'équilibre et d'égal accès.

À l'exception des journaux parlés, des journaux télévisés et des programmes relevant de la rédaction, les interventions des candidat(e)s et de ceux qui les soutiennent sont prohibées à travers les médias audiovisuels.

Sont interdites dans les écrits et émissions de propagande électorale, les interventions, sous forme d'invitation, d'interview ou d'apparition ponctuelle, des personnages assimilés au patrimoine commun et relevant des univers de la science, de la tradition, de la religion, du spectacle ou du sport, agissant *à* qualité.

Cette disposition s'applique, *mutatis mutandis*, aux affiches de campagne électorale.

### Article 69 :

Pendant la durée de la campagne électorale, l'utilisation à des fins de propagande de tout procédé de publicité commerciale est interdite dans les médias.

### Article 70 :

En ce qui concerne la couverture de l'actualité non liée aux différents scrutins, il est interdit aux médias audiovisuels de relayer tout ou partie des émissions spécifiquement enregistrées pour la campagne.

### Article 71 :

Toute incitation à la violence, à la haine, à toute forme de discrimination ainsi que toute atteinte à la vie privée des individus sont proscrites dans les médias.

### Article 72 :

Avant la fermeture du dernier bureau de vote sur le territoire national, aucun résultat partiel ou définitif ne peut être communiqué au public à travers les médias.

Après la fermeture des bureaux de vote et jusqu'à la proclamation des résultats par la Commission Electorale Nationale Indépendante, les médias écrits, audiovisuels et en ligne doivent indiquer avec précision la source de tout chiffre relatif au scrutin qu'ils publient. Ils doivent impérativement mentionner leur caractère partiel et provisoire.

### Article 73 :

Les émissions de campagne électorale doivent être mentionnées dans les annonces de programmes et dans les éditions d'informations diffusées par les médias audiovisuels.

Les chaînes de télévision ont l'obligation d'afficher leurs logos à l'écran durant toute la durée des émissions de campagne électorale.

**Article 74 :**

Les journalistes, les animateurs, les producteurs, les techniciens et tous autres professionnels des médias sont tenus, durant cette période, de faire preuve d'un sens élevé de professionnalisme dans l'accomplissement de leur mission.

Les Institutions de la République impliquées dans le processus électoral leurs assurent les facilités matérielles et financières y relatives.

**Article 75 :**

Pendant la période pré-électorale, électorale et post-électorale, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication peut, suivant l'article 6 de la Loi organique interdisant à travers les médias l'apologie du crime, l'incitation à la violence, à la dépravation des mœurs et à la xénophobie, à la haine tribale, ethnique, raciale ou religieuse ainsi qu'à toutes formes de discrimination, et en cas de violation flagrante des lois de la République ou des règles de déontologie et d'éthique professionnelle, prononcer contre tout contrevenant un embargo de 7 à 90 jours sans préjudices des poursuites judiciaires.

**Article 76 :**

La présente Directive entre en vigueur à la date de son adoption par l'Assemblée Plénière du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication.

Fait à Kinshasa, le 05 mars 2015

Pour l'Assemblée Plénière du CSAC,

Le Rapporteur

Le Président

**Chantal KANYIMBO MANYONGA**

**Christophe Tito NDOMBI K.**

Ont siégé :

1. **ÁTUFUKA MBUNZE François** : Membre ;
2. **BANZA TIEFOLO Gaudens** : Membre ;

3. **EALE IKABE Jean-Pierre** : Membre ;
4. **EKAMBO DUASENGE Jean Chrétien** : Membre ;
5. **JUAKALI KAMBALE Octave** : Membre ;
6. **KANYIMBO MANYONGA Chantal** : Rapporteur ;
7. **LUBOYA MVIDIE Célestin** : Membre ;
8. **LWEMBA lu MASANGA** : Rapporteur adjoint ;
9. **MAYELA KINKELA Maguy** : Membre ;
10. **MUKAMBILWA BWAMI Primo** : Membre ;
11. **MUSAKA SALA Pétronille** : Membre ;
12. **NDOMBI K. Christophe Tito** : Président ;
13. **NKOY NSASIES Alain** : Vice-président ;
14. **ONOKOKO OKENDE Thaddée** : Questeur.