

Décision du CSCA n° 14-07 du 8 jourmada I 1428 (25 mai 2007) relative à la garantie du pluralisme politique pendant la période des élections législatives générales (2007) dans les médias audiovisuels.

LE CONSEIL SUPERIEUR DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE,

Vu le dahir n° 1-02-212 du 22 jourmada II 1423 (31 août 2002) portant création de la Haute autorité de la communication audiovisuelle, en particulier son article 3 (alinéas 14) et son article 22 (alinéas 2 et 3) ;

Vu la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle, promulguée par le dahir n° 1-04-257 du 25 kaada 1425 (7 janvier 2005), notamment son préambule et les articles 3 (2^e alinéa), 8 (1^{er} alinéa) et 47 (1^{er} alinéa) ;

Vu la loi n° 9-97 formant Code électoral, promulguée par le dahir n° 1-97-83 du 23 kaada 1417 (2 avril 1997), en particulier son article 295 ;

Et après en avoir délibéré lors de sa plénière du 8 jourmada I 1428 (25 mai 2007), le Conseil supérieur de la communication audiovisuelle,

DECIDE :

PREAMBULE

Les médias audiovisuels assument un rôle fondamental dans la prise de conscience politique du citoyen. Ils contribuent à le mobiliser et à l'inciter à participer aux élections qui représentent une étape majeure de la vie démocratique et un mécanisme de participation politique dans le choix de ses représentants dans la gestion des affaires publiques.

La gestion de la période électorale dans les médias audiovisuels exige le respect des dispositions légales en vigueur et des règles déontologiques communément admises, ce qui est de nature à garantir :

- au citoyen-électeur une information audiovisuelle libre, pluraliste et honnête, à même de lui permettre de former, en toute indépendance et connaissance de cause, sa propre opinion et sa conviction sur les programmes électoraux en compétition et d'exercer, de manière démocratique, son droit de vote ;
- aux partis politiques, participant aux élections, un accès équitable et régulier en temps d'antenne et de parole pendant la période électorale.

A cet effet, en application des dispositions de l'article 22 du dahir n° 1-02-212 portant création de la Haute autorité de la communication audiovisuelle, la présente décision édicte :

- les conditions et les modalités pratiques devant permettre à la Haute autorité de la communication audiovisuelle de veiller sur l'accès équitable aux médias audiovisuels des partis politiques participant aux élections générales législatives pendant la période électorale, en dehors de celles concernant les émissions relatives à la campagne électorale ;
- en complément des textes réglementaires devant être pris en application de l'article 295 de la loi n° 9-97 formant Code électoral, les conditions de production des émissions relatives à la campagne électorale dans les médias audiovisuels publics.

Titre premier

*Définitions et régime juridique général
applicable à la période électorale*

ARTICLE PREMIER. – Définitions

Pour l'application des dispositions de la présente décision, on entend par :

1 – *Médias audiovisuels* : les sociétés nationales de l'audiovisuel public et les opérateurs privés de communication audiovisuelle, tels que définis par les dispositions de la loi n° 77-03 ;

2 – *Emissions relatives à la campagne électorale* : l'ensemble des programmes visés par le décret relatif à l'utilisation des moyens audiovisuels publics pendant la campagne électorale par les partis politiques à l'occasion des élections générales communales et législatives, pris en application de l'article 295 de la loi n° 9-97 formant Code électoral ;

3 – *Période électorale* : la période comprenant la période de précampagne électorale, ainsi que la période de campagne électorale ;

4 – *Période de la précampagne électorale* : la période qui commence trente jours avant la date de clôture de l'année législative 2006/2007 (13 juin 2007 à zéro heure) et se termine à la date de début de la période de la campagne électorale (24 août 2007 à minuit) ;

5 – *Période de la campagne électorale* : la période arrêtée par le décret n° 2-07-162 du 10 rabii I 1428 (30 mars 2007) fixant la date du scrutin pour l'élection des membres de la Chambre des représentants, du samedi 25 août à zéro heure au jeudi 6 septembre 2007 à minuit ;

6 – *Programmes de la période électorale* : l'ensemble des programmes diffusés par les médias audiovisuels traitant des activités des partis politiques et de l'actualité relative aux élections, tout au long de la période électorale, à l'exclusion des émissions relatives à la campagne électorale ;

7 – *Temps de parole* : le temps pendant lequel s'exprime à l'antenne un intervenant d'un parti politique ;

8 – *Temps d'antenne* : la durée consacrée à l'antenne à un parti ou à l'un de ses candidats dans les services audiovisuels. Elle comprend :

- le temps de parole ;
- la durée de présentation d'un sujet et des analyses qui l'accompagnent ;
- la durée des reportages et des commentaires.

ART. 2. – Les médias audiovisuels garantissent à tous les partis participant aux élections générales législatives, aussi bien en période de précampagne électorale qu'en période de campagne électorale, des temps d'antenne et de parole réguliers et équitables, ainsi que des conditions de programmation comparables dans le cadre des programmes de la période électorale.

ART. 3. – Le principe de l'équité est apprécié, pour les programmes de la période électorale, sur la base de la représentativité des partis politiques, telle que arrêtée lors de la dernière année législative au sein de la Chambre des représentants et de la Chambre des conseillers, en fonction des trois catégories suivantes :

- La première catégorie est composée des partis politiques disposant au sein de la première ou de la deuxième chambre du Parlement d'un nombre de sièges égal au moins à celui requis pour constituer un groupe parlementaire dans l'une ou l'autre chambre. Elle bénéficie de 40% de la durée globale de diffusion consacrée aux programmes de la période électorale, répartis à égalité entre les huit partis politiques qui la composent ;
- La deuxième catégorie est composée des partis politiques représentés au sein du Parlement, autres que ceux appartenant à la première catégorie. Elle bénéficie de 30% de la durée globale de diffusion consacrée aux programmes de la période électorale, répartis à égalité entre les huit partis politiques qui la composent ;
- La troisième catégorie est composée des partis non représentés au sein du Parlement. Elle bénéficie de 30% de la durée globale de diffusion consacrée aux programmes de la période électorale, répartis à égalité entre les dix-sept partis politiques qui la composent. Si un ou plusieurs nouveaux partis politiques viennent à être régulièrement créés, le nombre des partis composant cette catégorie sera modifié d'office en conséquence.

L'équité est appréciée séparément en période de précampagne électorale et en période de campagne électorale.

Pour la couverture de l'actualité non liée aux élections générales législatives pendant la période électorale, les médias audiovisuels sont tenus d'observer les dispositions de la décision du Conseil supérieur de la communication audiovisuelle n° 46-06 du 4 ramadan 1427 (27 septembre 2006), relative aux règles de la garantie du pluralisme d'expression des courants de pensée et d'opinion dans les services de communication audiovisuelle en dehors des périodes électorales.

Pendant toute la durée de la période électorale, les médias audiovisuels s'abstiennent d'inviter les représentants des partis politiques participant aux élections ainsi que les candidats aux programmes traitant de l'actualité non liée aux élections générales législatives, sauf en cas d'impératif majeur lié à l'actualité.

ART. 4. – Lorsqu'il est traité d'une candidature particulière dans une circonscription électorale donnée, les médias audiovisuels veillent à ce que les autres candidatures relevant de la circonscription concernée, et éventuellement les personnes qui les soutiennent, bénéficient de conditions de traitement équitables.

ART. 5. – Les médias audiovisuels doivent observer les règles d'honnêteté et de neutralité et doivent s'abstenir de diffuser tout programme pouvant contenir des informations fausses, des propos diffamatoires, vexatoires ou dénigrants, ou tout programme qui risque de perturber le cours normal de la période électorale par son contenu ou par sa forme.

Les médias audiovisuels doivent faire preuve d'une vigilance particulière quant à la diffusion de tout ce qui est susceptible de conduire à la réclamation d'un droit de réponse ou de la diffusion d'un démenti pendant toute la durée de la période électorale.

ART. 6. – Les médias audiovisuels doivent distinguer clairement l'opinion de l'information.

Les comptes rendus, commentaires et présentations liés à l'actualité électorale doivent être traités avec rigueur et être exposés avec équilibre et honnêteté. Les médias audiovisuels doivent veiller, également, à ce que les extraits des déclarations et d'écrits des candidats, de ceux des représentants des partis politiques, ainsi que les commentaires ne soient pas sortis du contexte général dans lequel ils ont été formulés et que leur sens ne soit pas perverti.

ART. 7. – Les médias audiovisuels sont tenus de veiller à ce que les journalistes, animateurs, présentateurs et assimilés, qui opèrent et qui seraient candidats aux élections législatives, s'abstiennent de paraître ou de s'exprimer de quelque façon que ce soit dans le cadre de l'exercice de leur fonction, dès l'annonce officielle de leur candidature et jusqu'à la clôture du dernier bureau de vote.

ART. 8. – Pendant toute la durée de la période de précampagne électorale, les apparitions et les interventions d'un candidat, d'un représentant ou d'un membre des instances dirigeantes d'un parti politique au sein de spots ou de capsules de sensibilisation ou d'incitation à la participation aux élections sont comptabilisées respectivement au titre du temps d'antenne et de parole du parti en question selon les règles prévues par la présente décision.

Dès le début de la période de campagne électorale et jusqu'à la clôture du dernier bureau de vote, les médias audiovisuels s'abstiennent de diffuser tout spot ou capsule de sensibilisation ou d'incitation à la participation aux élections mettant en scène un ou plusieurs candidats, représentants ou membres des instances dirigeantes de partis politiques.

ART. 9. – Les médias audiovisuels veillent à faciliter l'accès des personnes sourdes ou malentendantes aux principaux programmes consacrés à l'actualité électorale, notamment à travers la traduction en langage des signes et les sous-titrages.

ART. 10. – Pendant le jour du scrutin, les médias audiovisuels s'abstiennent de diffuser tout contenu de nature électorale au profit des partis.

Il est interdit, également, de diffuser tout résultat partiel ou définitif avant la fermeture du dernier bureau de vote sur le territoire national.

ART. 11. – Les programmes de la période électorale ainsi que les émissions relatives à la campagne électorale ne peuvent en aucun cas comporter des éléments de nature à :

- porter atteinte aux dogmes du Royaume telles que prévues à l'article 9 (alinéa 1^{er}) de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle ;
- porter atteinte à l'ordre public ou à la sécurité des personnes et des biens ;
- recourir à tout moyen d'expression portant atteinte à la dignité de la personne humaine et au respect d'autrui ;
- porter atteinte aux secrets protégés par la loi ;
- permettre de procéder à des appels de fonds.

Ces programmes et ces émissions ne peuvent, en outre, comporter :

- toute apparition dans l'enceinte de bâtiments officiels identifiables comme tels, locaux, régionaux ou nationaux ;
- toute apparition d'éléments, de lieux ou de bâtiments susceptibles de constituer une référence commerciale ou publicitaire ;
- tout usage des emblèmes nationaux ;
- tout usage total ou partiel de l'hymne national.

ART. 12. – Les médias audiovisuels veillent, dans tous les programmes de la période électorale ainsi que dans les émissions relatives à la campagne électorale produites par leurs propres moyens, au respect des droits d'auteur et droits voisins, ainsi qu'au respect du droit à l'image, conformément à la législation en vigueur.

ART. 13. – Les médias audiovisuels invitent les partis politiques à participer aux programmes de la période électorale quarante-huit (48) heures au moins avant la date de leur production et ce, par écrit contre accusé de réception.

ART. 14. – Dans le cadre des programmes de la période électorale, les médias audiovisuels peuvent rendre compte, sous forme de reportages diffusés au sein de leurs journaux d'information télévisés ou radiodiffusés, des rassemblements organisés par les partis politiques participants aux élections, dans des conditions de programmation et de diffusion comparables.

Les temps d'antenne et de parole alloués à ces reportages sont comptabilisés selon les règles d'équité définies à l'article 3 de la présente décision.

ART. 15. – Sous réserve des dispositions de l'article 17 de la présente décision, les médias audiovisuels peuvent diffuser aussi bien les programmes de la période électorale que les émissions relatives à la campagne électorale.

Pendant toute la période électorale, les médias audiovisuels transmettent à la Haute autorité, chaque lundi, la liste des programmes de la période électorale diffusés au cours de la semaine écoulée.

ART. 16. – Les sociétés nationales de l'audiovisuel public assurent la programmation et la diffusion des émissions relatives à la campagne électorale conformément aux conditions et aux modalités arrêtées par le décret pris en application de l'article 295 de la loi n° 9-97 formant Code électoral. Ils informent par écrit la Haute autorité de la grille de programmation desdites émissions au plus tard vingt quatre heures avant le début de la période de la campagne électorale.

ART. 17. – Les opérateurs privés de communication audiovisuelle sont exclus de la diffusion des émissions relatives à la campagne électorale.

Titre II

Conditions applicables à la production des émissions relatives à la campagne électorale

ART. 18. – Les sociétés nationales de l'audiovisuel public assurent la production des émissions relatives à la campagne électorale au profit des partis politiques participant aux élections.

Les sociétés nationales de l'audiovisuel public assurent la production de spots au profit des partis politiques participant aux élections, qui leur en font demande, par écrit contre accusé de réception, dans les dix (10) jours suivant la notification des

spécifications techniques et des délais de remises prévus à l'article 19 de la présente décision.

Les sociétés nationales de l'audiovisuel public garantissent aux partis politiques des conditions de production similaires pour les émissions relatives à la campagne électorale.

ART. 19. – Les partis politiques peuvent produire, par leurs propres moyens, leurs spots ainsi que tout ou partie des émissions relatives à la campagne électorale dédiées à leurs séances d'interventions. Dans ce cas, les partis doivent remettre aux sociétés nationales de l'audiovisuel public des émissions sous le format « programmes prêts à diffuser » conformes aux spécifications techniques requises par lesdites sociétés et de durées conformes aux dispositions des textes réglementaires devant être pris en application de l'article 295 de la loi n° 9-97 formant Code électoral.

Les sociétés nationales de l'audiovisuel public informent tous les partis politiques desdites spécifications techniques et des délais de remise desdites émissions, par écrit contre accusé de réception, cinquante (50) jours au moins avant la date de début de la période de la campagne électorale. Le délai de remise doit tenir compte de la nécessité d'introduire les modifications qui s'avèreraient nécessaires pour la mise en conformité de l'émission avec les dispositions de la présente décision.

ART. 20. – Les sociétés nationales de l'audiovisuel public s'assurent de la conformité des émissions relatives à la campagne électorale produites par les moyens propres des partis politiques aux dispositions des articles 5 et 11 de la présente décision.

ART. 21. – A la fin du montage des émissions relatives à la campagne électorale produites par les sociétés nationales de l'audiovisuel public, le représentant mandataire du parti politique signe le bon à diffuser de chaque émission.

Une copie de l'ensemble des émissions de radio et de télévision produites prêtes à diffuser sont remises au signataire du bon à diffuser contre accusé de réception.

ART. 22. – Les sociétés nationales de l'audiovisuel public veillent à ce que leurs personnels participant à la production des émissions relatives à la campagne électorale observent la neutralité et le secret professionnel.

ART. 23. – La présente décision entre en vigueur dès sa publication au *Bulletin officiel*

Délibéré par le Conseil supérieur de la communication audiovisuelle lors de sa séance du 8 jourmada I 1428 (25 mai 2007), tenue au siège de la Haute autorité de la communication audiovisuelle à Rabat, où siégeaient M. Ahmed Ghazali, président, Madame Naïma El Mcherqui et MM. Mohamed Naciri, Mohammed Noureddine Affaya, Salah-Eddine El Oudie, El Hassane Bouquentar, Abdelmounim Kamal et Ilyas Omari, conseillers.

*Pour le Conseil supérieur
de la communication audiovisuelle,*

Le président,

AHMED GHAZALI.