

CONSEIL SUPERIEUR DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

Décision du CSCA n° 46-11 du 13 kadaa 1432 (11 octobre 2011) relative à la garantie du pluralisme politique pendant la période des élections législatives générales (2011) dans les Médias Audiovisuels.

LE CONSEIL SUPÉRIEUR DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE,

Vu la Constitution, promulguée par le dahir n°1-11-91 du 27 chaabane 1432 (29 juillet 2011), notamment son Préambule et ses articles 1, 6, 11, 28, 71, 154, 165 et 179 ;

Vu le dahir n° 1-02-212 du 22 joumada II 1423 (31 août 2002) portant création de la Haute autorité de la communication audiovisuelle, tel que modifié et complété, en particulier son préambule et ses articles 3 et 22 ;

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 ses articles 3 (2^{ème} alinéa), 8 (2^{ème} et 4^{ème} alinéas), 9, 47 (1^{er} alinéa) et 48 (6^{ème} alinéa) ;

Vu la loi n° 9-97 formant Code électoral, tel que modifiée et complétée ;

Vu la loi n° 11-30 relative aux conditions et modalités de l'observation indépendante et neutre des élections promulguée par le dahir n° 1-11-162 du 1^{er} kaada 1432 (29 septembre 2011), notamment son article 17 ;

Vu la décision du CSCA 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 ;

Et après en avoir délibéré lors de sa réunion plénière du 11 octobre 2011,

DÉCIDE :

PREAMBULE

La Constitution du Royaume, à travers les valeurs, les principes, les règles et les institutions qu'elle consacre, consolide les fondamentaux de nature à garantir la pratique démocratique au sein de l'Etat et de la société, en entourant notamment le processus électoral de toutes les garanties juridiques nécessaires au renforcement de la transparence, de l'indépendance, de la crédibilité et de la bonne gouvernance.

Les médias audiovisuels assument un rôle fondamental dans la sensibilisation 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.

En application des dispositions constitutionnelles applicables en la matière, la Haute autorité de la communication audiovisuelle contribue, dans le cadre de ses prérogatives, à la garantie des libertés et droits fondamentaux liés aux élections, à travers l'adoption des règles garantissant l'accès équitable des partis politiques et des candidats aux médias audiovisuels lors de la période électorale, ainsi que le suivi et le contrôle de leur mise en œuvre.

En effet, l'encadrement de la période électorale dans les médias audiovisuels exige le respect des dispositions légales en vigueur et des règles déontologiques communément admises et ce, en vue de 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 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.

Chapitre premier

Définitions et principes généraux

ARTICLE PREMIER. – 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 relative à la communication audiovisuelle ;

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

3 – **Période de la précampagne électorale** : la période qui commence le 30^{ème} jour avant le début de la campagne électorale à zéro heure et se termine le jour précédant le début de cette dernière à minuit ;

4 – **Période de la campagne électorale** : la période arrêtée en vertu de la loi n° 9-97 formant Code électoral, tel que modifié et complété, et des textes pris pour son application ;

5 – **Programmes de la période électorale** : l'ensemble des programmes diffusés par les médias audiovisuels tout au long de la période électorale, qui traitent de l'actualité afférente aux élections, à l'exclusion des émissions relatives à la campagne électorale ;

6 – **Emissions relatives à la campagne électorale** : l'ensemble des émissions visées par le décret relatif à l'utilisation des moyens audiovisuels publics pendant la campagne électorale par les partis politiques à l'occasion des élections communales et législatives, pris en application de la loi n° 9-97 formant Code électoral, tel que modifié et complété ;

7 – **Temps de parole** : la durée pendant laquelle s'exprime à l'antenne un représentant 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 médias 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 politiques, au sein des programmes de la période électorale, des temps d'antenne et de parole réguliers et équitables, ainsi que des conditions de programmation comparables.

ART. 3. – Pour la couverture de l'actualité non liée aux élections législatives générales, pendant la période électorale, les médias audiovisuels sont tenus d'observer les dispositions de la décision du CSCA 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.

ART. 4. – Les médias audiovisuels veillent à ce que les programmes de la période électorale, ainsi que les émissions relatives à la campagne électorale, ne comportent en aucun cas des éléments de nature à :

- porter atteinte aux fondamentaux du Royaume tels que prévus par la Constitution ;
- porter atteinte à l'ordre public ;
- porter atteinte à la dignité de la personne humaine ou au respect d'autrui ;
- porter atteinte aux données protégées par la loi ;
- permettre de procéder à des appels de fonds ;
- inciter au racisme, à la haine ou à la violence.

En outre, ces programmes et ces émissions ne peuvent comporter :

- tout usage des emblèmes nationaux ;
- tout usage total ou partiel de l'hymne national ;
- toute apparition dans l'enceinte de lieux de culte ou tout usage partiel ou total de ces lieux ;
- 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.

Chapitre II

Normes et critères relatifs au respect du pluralisme

ART. 5. – L'accès équitable des partis politiques aux programmes de la période électorale est apprécié en fonction d'un juste équilibre entre les référentiels de l'égalité et de la représentativité parlementaire. Chaque média audiovisuel assure à tous les partis politiques un accès minimum égalitaire au sein du volume horaire global de ses programmes de la période électorale. La partie restante de ce volume horaire est répartie en fonction de la représentativité parlementaire de chaque parti, telle qu'observée lors de l'année législative écoulée.

En application des dispositions de l'alinéa précédent, les médias audiovisuels garantissent l'accès équitable à chacun des partis politiques en répartissant le volume horaire global des programmes de la période électorale en fonction des trois catégories suivantes :

- la première, composée des partis politiques disposant au sein de l'une ou l'autre des deux chambres du Parlement du nombre de sièges requis pour constituer un groupe parlementaire. Les partis politiques composant cette catégorie bénéficient de 35 % du volume horaire global des programmes de la période électorale, répartis à égalité entre eux ;

- la deuxième, composée des partis politiques représentés par au moins un député ou un conseiller au Parlement. Les partis politiques composant cette catégorie bénéficient de 35% du volume horaire global des programmes de la période électorale, répartis à égalité entre eux ;

- la troisième, composée des partis politiques non représentés au Parlement. Les partis politiques composant cette catégorie bénéficient de 30% du volume horaire global des programmes de la période électorale, répartis à égalité entre eux. Tout parti politique qui viendrait à être créé après la publication de la présente décision, conformément aux dispositions légales et réglementaires en vigueur, sera automatiquement classé dans la présente catégorie.

ART. 6. – Lorsqu'il est traité d'une candidature spécifique 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. A cet effet, les médias audiovisuels rendent compte de toutes les candidatures.

ART. 7. – Les médias audiovisuels veillent, particulièrement en période électorale, 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. 8. – Les médias audiovisuels doivent spécialement veiller à observer les règles d'honnêteté et de neutralité en vigueur, notamment en s'abstenant de diffuser tout programme pouvant contenir des informations fausses ou trompeuses, ainsi que des propos diffamatoires ou dénigrants, ou plus généralement tout programme qui risque de perturber le cours normal de la période électorale par son contenu ou par sa forme.

ART. 9. – Les médias audiovisuels doivent particulièrement veiller, dans leurs programmes de la période électorale, à distinguer clairement l'information de son commentaire, en présentant avec clarté, équilibre et neutralité les opinions portant sur l'actualité électorale.

A cet effet, les médias audiovisuels doivent notamment s'assurer que :

- les déclarations et avis des candidats ou des représentants de partis politiques ne soient pas extraits du contexte général dans lequel ils ont été formulés, et que leur sens ne soit pas perverti ;
- les journalistes ne tirent pas profit de leur position pour faire passer des opinions partiales.

ART. 10. – En ce qui concerne les programmes de la période électorale dont la vocation n'est pas de nature strictement informative, les médias audiovisuels s'abstiennent d'inviter des candidats ou des représentants de partis politiques, si le principe de l'équité ne peut être correctement respecté sur l'ensemble de la période électorale, sauf en cas d'impératif majeur lié à l'actualité pouvant être dûment justifié auprès de la Haute autorité.

ART. 11. – Les médias audiovisuels sont tenus de veiller à ce que leurs journalistes, animateurs et présentateurs ou assimilés, 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 aux élections législatives générales et jusqu'au lendemain de la clôture du dernier bureau de vote.

ART. 12. – Pendant la période électorale, les médias audiovisuels présentent par leur qualité partisane les universitaires, experts, intellectuels et acteurs associatifs à l'occasion de leur participation aux programmes de la période électorale, lorsque leur appartenance politique est connue.

ART. 13. – Pendant toute la durée de la période de précampagne électorale, les apparitions et interventions de membres de partis politiques ou de candidats au sein de capsules de sensibilisation ou d'incitation à la participation aux élections dans les programmes de la période électorale sont comptabilisées au titre du temps d'antenne et de parole du parti concerné.

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 des membres d'instances dirigeantes de partis politiques.

ART. 14. – Sans préjudice des dispositions légales y afférentes, la diffusion des résultats de tout sondage d'opinion relatif aux élections législatives générales doit être accompagnée des indications suivantes :

- le nom de l'organisme ayant réalisé le sondage ;
- le nom et la qualité du commanditaire du sondage ;
- l'objet du sondage ;
- le nombre des personnes interrogées ;
- le territoire concerné par le sondage ;
- la ou les dates pendant lesquelles le sondage a été réalisé.

ART. 15. – Les médias audiovisuels veillent à garantir aux personnes sourdes et malentendantes l'accès aux principaux programmes de la période électorale, notamment à travers la traduction en langage des signes ou de sous-titrages adéquats.

Chapitre III

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

ART. 16. – Les médias audiovisuels invitent les partis politiques à participer aux émissions relatives à la campagne électorale quarante-huit (48) heures au moins avant la date de leur production et ce, par écrit contre accusé de réception.

ART. 17. – Dans le cadre des programmes de la période électorale, les médias audiovisuels peuvent rendre compte des rassemblements organisés par les partis politiques, dans des conditions de programmation et de diffusion comparables.

Dans ce cadre, les temps d'antenne et de parole alloués à ces reportages sont comptabilisés selon les règles définies à l'article 5 de la présente décision.

ART. 18. – Sous réserve des dispositions des articles 17 et 23 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 sont tenus d'informer préalablement la Haute autorité, dans les conditions qu'elle précise, de la grille de leurs programmes dédiés à l'actualité électorale, et de l'aviser de tout changement éventuel.

ART. 19. – 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 voie réglementaire en application de la loi n° 9-97 formant Code électoral, tel que modifiée et complétée. Ils informent par écrit la Haute autorité du planning de diffusion desdites émissions au plus tard vingt-quatre heures (24h) avant le début de la période de la campagne électorale.

ART. 20. – Seules les sociétés nationales de l'audiovisuel public sont en charge de la diffusion des émissions relatives à la campagne électorale, telles que définies par voie réglementaire.

ART. 21. – 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.

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. 22. – 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'intervention. Dans ce cas, les partis politiques 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 la loi n° 9-97 formant Code électoral, tel que modifiée et complétée.

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, 20 jours au moins avant la date du début de la période de la campagne électorale. Le délai de remise doit tenir compte de la nécessité d'introduire les modifications, le cas échéant, pour la mise en conformité de l'émission avec les dispositions de la présente décision.

ART. 23. – 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 de la présente décision.

ART. 24. – À 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 » est remise au signataire du bon à diffuser contre accusé de réception.

ART. 25. – 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.

Chapitre IV*Règles relatives à l'honnêteté et à la neutralité
pendant le jour du scrutin*

ART. 26. – Les médias audiovisuels s'abstiennent, le jour du scrutin, de diffuser, par quelque moyen que ce soit, tout sondage d'opinion, tout sondage « sorties d'urnes », ainsi que toute estimation de résultats ou les pronostics.

ART. 27. – Pendant le jour du scrutin, les médias audiovisuels s'abstiennent de diffuser tout contenu de nature électorale au profit des partis politiques et tout résultat avant la fermeture du dernier bureau de vote sur le territoire national.

ART. 28. – Le jour du scrutin, les médias audiovisuels s'abstiennent de diffuser toute déclaration, communiqué ou commentaire des observateurs des élections avant la fermeture des bureaux de vote.

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

Délibérée par le Conseil supérieur de la communication audiovisuelle, lors de sa séance du 13 kaada 1432 (11 octobre 2011), tenue au siège de la Haute autorité de la communication audiovisuelle à Rabat, où siégeaient Monsieur Ahmed Ghazali, Président, Mesdames et Messieurs Rabha Zeidguy, Faouzi Skali Mohamed Gallaoui, Mohamed Abderahim, Mohamed Auajjar, Bouchaib Ouabbi, Talaa Assoud Alatlassi et Khadija El Gour, Conseillers.

*Pour le Conseil supérieur
de la communication audiovisuelle,*

Le président,

AHMED GHAZALI.

Le texte en langue arabe a été publié dans l'édition générale du « Bulletin officiel » n° 5987 du 19 kaada 1432 (17 octobre 2011).