المملكة المغربية
ⵜⴰⴳⵍⴷⵉⵜ ⵏ ⵍⵎⵖⵔⵉⴱ
Royaume du Maroc

الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري
Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle

Suivi de la couverture médiatique des élections législatives générales de 2026
par les radios et télévisions marocaines

Synthèse du rapport de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle





Sommaire

A. Contexte, dispositif et méthodologie du suivi électoral
B. Résultats du suivi : pluralisme, diversité et intégrité de la couverture électorale
1. Une diversité des formats de programmes et de nouvelles modalités de traitement médiatique
2. Une complémentarité des offres éditoriales des services audiovisuels publics et privés
3. La garantie du pluralisme politique durant la période électorale : un accès équitable des partis politiques aux médias audiovisuels
4. Mise en œuvre des principes de parité et de diversité
    4.1. Présence et représentation des femmes dans les programmes de la période électorale
    4.2. Présence et représentation des jeunes dans les programmes de la période électorale
    4.3. Présence et représentation des Marocains du monde dans les programmes de la période électorale
    4.4. Présence et représentation des personnes en situation de handicap dans les programmes de la période électorale
    4.5. Diversité linguistique des contenus électoraux
    4.6. Diversité territoriale : une couverture électorale à dominante nationale
5. Respect des règles d'intégrité et de neutralité dans les contenus audiovisuels électoraux
    5.1. Détection et suivi des contenus électoraux générés ou modifiés par l'intelligence artificielle
    5.2. Prévention et lutte contre les fausses informations électorales
    5.3. Neutralité des experts
    5.4. Respect des restrictions relatives aux sondages d'opinion
    5.5. Traitement médiatique du boycott des élections et de l'abstention électorale
6. Respect des règles de programmation et de diffusion des séquences de la campagne électorale officielle
7. Respect des dispositions encadrant la couverture du jour du scrutin
8. Décisions du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle relatives aux plaintes et aux autosaisines concernant les contenus de la période électorale
C. Principaux enseignements du suivi des élections législatives de 2026 et perspectives de renforcement du pluralisme inclusif
D. Annexes
Annexe n° 1 : Situations relevées par la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle le jour du scrutin et ayant donné lieu à des rectifications diffusées à l'initiative des services de radio concernés avant la fermeture des bureaux de vote
Annexe n° 2 : Données détaillées relatives aux décisions du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle concernant les contenus électoraux

Les élections législatives générales du 23 septembre 2026, en tant qu'étape importante de la vie démocratique nationale, ont constitué un moment marquant pour la régulation de la communication audiovisuelle. En effet, l'échéance électorale ne se limite pas à être un moment de compétition politique ; elle constitue également un temps essentiel pour l'information, le débat public et l'exercice de la citoyenneté, contribuant ainsi à renforcer le rendement démocratique d'élections libres, transparentes et équitables.

C'est dans cette perspective que s'inscrit le mandat confié par l'article 165 de la Constitution à la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle, en matière de veille au respect de l'expression pluraliste des courants d'opinion et de pensée. Ce mandat revêt une importance particulière durant la période électorale, lorsque l'accès équitable des partis politiques aux médias audiovisuels et la qualité de l'information fournie au public constituent des conditions essentielles à l'exercice d'un choix électoral libre et éclairé.

A Contexte, dispositif et méthodologie du suivi électoral

La Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle a réuni les conditions nécessaires à la mobilisation des ressources humaines, des moyens techniques et des dispositifs logistiques permettant d'assurer un suivi rigoureux et efficace de l'expression pluraliste dans les médias audiovisuels durant les élections législatives de 2026.

Cette mobilisation s'est notamment traduite par :

- La tenue du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle en session ouverte pendant toute la période électorale. Ce dispositif lui a permis de prendre régulièrement connaissance des résultats du suivi des programmes, des principales observations et des évaluations intermédiaires, ainsi que d'examiner, dans les délais appropriés, les cas qui lui ont été soumis au regard des dispositions de sa décision normative n° 50-26 relative à la garantie du pluralisme de l'expression politique durant les élections législatives de 2026.

- La mise en place d'un comité de veille et d'accompagnement, chargé notamment de renforcer la communication opérationnelle continue avec les opérateurs de radio et de télévision, de faciliter leur appropriation des règles applicables à la période électorale et de contribuer à leur mise en œuvre effective.

- L'utilisation du système informatique HMS de la Haute Autorité, qui permet de capter, stocker, trier, segmenter et caractériser les contenus audiovisuels diffusés par les services de radio et de télévision. Ce système a permis de produire des tableaux de bord régulièrement actualisés, présentant notamment les durées de prise de parole et les temps d'antenne accordés aux partis politiques sur chaque service audiovisuel.

La Haute Autorité a également déployé un dispositif spécifique de suivi des contenus générés ou modifiés par l'intelligence artificielle. À cet effet, elle a développé, en mobilisant ses compétences internes, le logiciel AI Detect_HacaTool, qui s'appuie sur plusieurs modèles spécialisés dans l'analyse des contenus sonores et visuels, afin de détecter les contenus audiovisuels présentant des indices de génération ou de manipulation par des techniques d'intelligence artificielle.

- La publication d'un guide consacré au pluralisme politique dans les médias audiovisuels, présentant de manière pédagogique, simplifiée et accessible au grand public les principes, les règles et les mécanismes encadrant l'expression politique pluraliste, aussi bien durant les périodes électorales qu'en dehors de celles-ci.

- L'organisation, par la Direction Générale de la Communication Audiovisuelle, de rencontres avec les représentants des services de radio et de télévision, destinées à assurer une interaction renforcée et un accompagnement rapproché des opérateurs, en vue de garantir une mise en œuvre optimale du cadre normatif et réglementaire régissant l'expression pluraliste pendant la période électorale.

À l'issue de de la période électorale et grâce à cette mobilisation, la Haute Autorité a pu élaborer un rapport détaillé sur la couverture médiatique consacrée aux élections législatives générales du 23 septembre 2026 par les radios et télévisions publiques et privées.

La méthodologie adoptée pour l'élaboration de ce rapport repose sur une conception du pluralisme médiatique selon laquelle celui-ci ne saurait être réduit à une simple répartition du temps d'antenne entre les différentes formations politiques. Il constitue, fondamentalement, un droit garanti au citoyen : le droit d'accéder à un débat public démocratique, pluraliste et diversifié.

Pour réaliser ce rapport, la Haute Autorité a assuré le suivi des contenus électoraux diffusés par 39 services audiovisuels, nationaux et régionaux, publics et privés, dont 7 services de télévision et 32 services de radio.
Ce suivi a couvert l'ensemble de la période électorale, fixée à 39 jours par la décision n° 50-26 du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle précitée, comprenant :

- La période de la pré-campagne électorale : 15 août - 9 septembre 2026 ;
- La période de la campagne électorale officielle : 10 - 22 septembre 2026 ;
- Le jour du scrutin.

Dans la présentation des données quantitatives et qualitatives, le rapport établit une distinction entre deux catégories de programmes :

- d'une part, les programmes diffusés durant toute la période électorale à l'initiative des services audiovisuels publics et privés qui en assument l'entière responsabilité éditoriale ;
- d'autre part, les programmes de la campagne électorale officielle, diffusés du 10 au 22 septembre 2026 par les six services audiovisuels publics concernés : Al Aoula, 2M, Tamazight TV, Medi 1 TV, la Radio Nationale et la Radio Amazighe.

Ces derniers comprennent conformément aux dispositions du décret n° 2.11.610 du 4 novembre 2011 relatif à l'utilisation des moyens de communication audiovisuelle publics lors des campagnes électorales :

- les capsules d'interventions directes des représentants des partis politiques ;
- les interventions des représentants des partis politiques invités des journaux d'information ;
- la couverture des rassemblements électoraux.

Afin de dégager des tendances générales représentatives et de garantir la pertinence de l'analyse des données recueillies, la Haute Autorité a choisi de concentrer son analyse détaillée sur les 19 services audiovisuels ayant chacun consacré au moins deux heures de temps d'antenne aux partis politiques durant la période électorale.

Au total, la Haute Autorité a analysé 5 047 contenus audiovisuels à caractère électoral, diffusés par les 19 services audiovisuels retenus, dont 8 publics et 11 privés, répartis entre 4 services de télévision et 15 services de radio. Ces contenus représentent un volume global de 768 heures, 36 minutes et 19 secondes de diffusion.

Le suivi fait apparaître une intensification de la couverture médiatique des élections durant la campagne officielle, tant en nombre de contenus diffusés qu'en volume horaire. Ainsi, la moyenne quotidienne est passée de 116 contenus, totalisant 15 heures, 20 minutes et 42 secondes avant l'ouverture de la campagne officielle, à environ 156 contenus par jour, représentant 28 heures, 25 minutes et 59 secondes de diffusion pendant la campagne.

La présente synthèse expose les principales données et conclusions du rapport de la Haute Autorité relatif au suivi des programmes diffusés par les radios et télévisions durant la période électorale, publié sur le portail de l'institution www.haca.ma

B Résultats du suivi : pluralisme, diversité et intégrité de la couverture électorale

1- Une diversité des formats de programmes et de nouvelles modalités de traitement médiatique

La couverture médiatique des élections ne s'est pas limitée aux journaux d'information. Elle s'est également déployée à travers d'autres formats de programmes, offrant des espaces diversifiés de traitement de l'actualité électorale, d'analyse et de débat.

Les journaux d'information ont concentré la grande majorité des contenus électoraux diffusés, avec 4 178 contenus, soit 82,8 % du nombre total et 27,8 % du volume horaire global.

Les magazines d'information et les émissions de débat, avec 732 contenus, ont représenté 14,5 % du nombre total, tout en concentrant 69,2 % du volume horaire global. Cette répartition témoigne de la place importante accordée aux formats longs, propices à l'approfondissement des enjeux électoraux, à la confrontation des idées et au débat politique.

Les messages de sensibilisation (65 contenus) et les autres programmes ne relevant pas directement de l'information (72 contenus) ont contribué à diversifier les formats et les approches de traitement des questions électorales.

Les 19 services audiovisuels retenus dans le cadre du suivi ont tous consacré des magazines d'information et des émissions de débat à l'actualité électorale, à travers une diversité de formats et d'approches éditoriales.

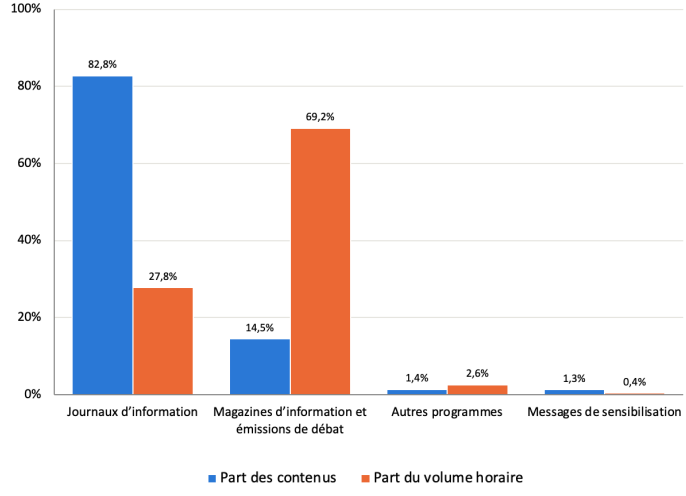
Cette diversité s'est notamment traduite par :

- Des entretiens avec les représentants des partis politiques ;
- Des analyses des programmes électoraux sous leurs dimensions politiques, économiques et sociales ;
- Des reportages de terrain ;
- Des rubriques quotidiennes de décryptage et de vulgarisation des procédures et des dispositions légales encadrant les élections, ainsi que de présentation et de comparaison des offres politiques des différents partis ;
- Des émissions donnant la parole aux acteurs de la société civile, proposant des éclairages juridiques ou des revues de presse ;
- Des programmes et rubriques spécifiquement destinés aux jeunes et aux Marocains résidant à l'étranger.

Il convient de souligner que les données présentées dans cette section portent exclusivement sur les programmes conçus et diffusés à l'initiative des services audiovisuels publics et privés durant la période électorale, dans le cadre de leur autonomie et de leur responsabilité éditoriale.

Elles n'incluent donc pas les programmes de la campagne électorale officielle, tels que définis par les dispositions du décret n° 2.11.610 du 4 novembre 2011 relatif à l'utilisation des moyens de communication audiovisuelle publics lors des campagnes électorales.

Répartition des contenus électoraux diffusés par les services audiovisuels selon le type de programme



5 047
Nombre total de contenus électoraux
768 h 36 min 19 s
Volume horaire global

2 - Une complémentarité des offres éditoriales des services audiovisuels publics et privés

Les services audiovisuels publics et privés ont contribué, chacun selon sa vocation et ses spécificités éditoriales, à la couverture des élections, participant ainsi à la diversification de l'offre d'information électorale.
Dans le cadre des missions de service public qui leur sont légalement confiées, les huit services audiovisuels publics ont assuré la part prépondérante de cette couverture, avec 3 724 contenus électoraux, soit 73,8 % du nombre total, représentant un volume de 501 heures, 33 minutes et 12 secondes, correspondant à 65,3 % du volume horaire global.

Pour leur part, les onze services audiovisuels privés ont également contribué à cette couverture, avec 1 323 contenus électoraux, soit 26,2 % du nombre total, pour un volume de 267 heures, 3 minutes et 7 secondes, représentant 34,7 % du volume horaire global.
Cette répartition met en évidence le rôle central des médias audiovisuels publics dans l'information électorale, ainsi que la contribution complémentaire des services privés à la diversité de l'offre médiatique et des espaces de débat politique.

Répartition des contenus électoraux entre les services audiovisuels publics et privés

Services audiovisuels	Nombre de contenus	Part des contenus	Volume horaire	Part du volume horaire	Durée moyenne par contenu
Services publics (8)	3.724	73,8%	501:33:12	65,3%	00:08:05
Services privés (11)	1.323	26,2%	267:03:07	34,7%	00:12:07
Total	**5.047**	**100%**	**768:36:19**	**100%**	**00:09:08**

Répartition des contenus électoraux entre les services audiovisuels publics et privés selon le type de programme

Type de programme	Contenus – Public	Contenus – Privé	Volume horaire – Public	Volume horaire – Privé
Journaux d'information	3.176	1.002	172:13:39	41:30:19
Magazines d'information et émissions de débat	465	267	311:28:54	220:33:22
Autres programmes	57	15	16:32:22	03:11:28
Messages de sensibilisation	26	39	01:18:17	01:47:58
Total	**3.724**	**1.323**	**501:33:12**	**267:03:07**

Il convient de préciser que les données présentées dans cette section concernent les programmes diffusés durant la période électorale à l'initiative des services audiovisuels publics et privés, qui en assument l'entière responsabilité éditoriale.

Elles ne prennent donc pas en compte les programmes de la campagne électorale officielle, tels que définis par les dispositions du décret n° 2.11.610 du 4 novembre 2011 relatif à l'utilisation des moyens de communication audiovisuelle publics lors des campagnes électorales.

3 - La garantie du pluralisme politique durant la période électorale : un accès équitable des partis politiques aux médias audiovisuels

Par sa décision n° 50-26, le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a défini un cadre de référence destiné à garantir un accès équitable des partis politiques aux services de radio et de télévision durant l'ensemble de la période électorale.

Fondé sur des règles précises de répartition des temps d'antenne, ce dispositif vise à concilier le respect du principe d'équité dans l'expression des différentes sensibilités politiques avec la préservation de l'indépendance éditoriale des médias audiovisuels, afin de leur permettre d'exercer pleinement leur rôle d'information et d'animation du débat démocratique.

À cet effet, l'article 10 de la décision n° 50-26 prévoit que les partis politiques bénéficient de temps d'antenne équitables, ainsi que de conditions de programmation comparables, en tenant compte de leur niveau de représentativité au sein des deux Chambres du Parlement.

Pour l'application de ce principe, les partis politiques sont répartis en trois groupes :

- Premier groupe : les partis disposant d'un groupe parlementaire dans l'une des deux Chambres du Parlement, ou comptant un nombre de membres au moins égal au seuil requis pour constituer un groupe dans la Chambre concernée.
- Deuxième groupe : les partis représentés au Parlement, mais ne remplissant pas les conditions d'appartenance au premier groupe.
- Troisième groupe : les partis non représentés au Parlement.

Sur la base de cette classification, la décision a fixé les proportions de référence que chaque service audiovisuel doit respecter dans la répartition du volume horaire global consacré à l'expression des partis politiques durant la période électorale, selon la classification suivante:

- 50 % du temps d'antenne pour les partis du premier groupe ;
- 30 % pour ceux du deuxième groupe ;
- 20 % pour ceux du troisième groupe.

Au sein de chacun de ces groupes, le temps d'antenne attribué doit être réparti à parts égales entre les partis qui le composent.
Ce dispositif repose ainsi sur une double exigence : l'équité entre les groupes de partis, fondée sur leur représentativité parlementaire, et l'égalité de traitement des partis appartenant à un même groupe.

Dans ce cadre, les 19 services audiovisuels suivis ont consacré aux 28 partis politiques participant aux élections un volume global de 348 heures, 50 minutes et 32 secondes de temps d'antenne, soit une moyenne quotidienne de 8 heures, 56 minutes et 41 secondes.

Sur ce volume global, 274 heures, 49 minutes et 43 secondes, soit 78,8 %, ont été consacrées aux prises de parole directes des personnalités partisanes, témoignant de la place importante accordée à l'expression des acteurs partisans dans la couverture électorale.

Les temps d'antenne cumulés par parti ont varié de 3 heures, 32 minutes et 1 seconde à 29 heures, 2 minutes et 23 secondes. Sept partis ont bénéficié de plus de 20 heures de temps d'antenne, tandis que six autres ont enregistré des durées comprises entre 10 et 20 heures.

Le secteur audiovisuel public a assuré 66,1 % du volume global des temps d'antenne accordés aux partis politiques, contre 33,9 % pour le secteur privé.
La comparaison avec les précédentes échéances électorales fait ressortir une augmentation sensible du volume global des temps d'antenne consacrés aux partis politiques par les services audiovisuels publics et privés.

En effet, ce volume était de 231 heures, 2 minutes et 53 secondes lors des élections législatives, régionales et communales de 2021, au bénéfice de 31 partis politiques, et de 229 heures, 36 minutes et 1 seconde lors des élections législatives de 2016, au bénéfice de 33 partis.

Ainsi, malgré un nombre de partis participants inférieur à celui des deux précédents scrutins, le volume global des temps d'antenne a progressé d'environ 51 % par rapport à 2021 et de 52 % par rapport à 2016.

Par ailleurs, l'analyse de la répartition des temps d'antenne entre les trois groupes de partis politiques met en évidence des différences entre les services audiovisuels publics et privés, au regard des proportions de référence fixées par la décision n° 50-26.
Dans le secteur audiovisuel public, la répartition observée est très proche des proportions réglementaires de référence :

- Premier groupe : 116 h 31 min 56 s, soit 50,5 % des temps d'antenne du secteur public, pour une proportion de référence de 50 % ;
- Deuxième groupe : 67 h 24 min 53 s, soit 29,2 %, pour une proportion de référence de 30 % ;
- Troisième groupe : 46 h 36 min 30 s, soit 20,2 %, pour une proportion de référence de 20 %.

Ces résultats traduisent un respect globalement très satisfaisant du principe d'équité par les services audiovisuels publics, avec des écarts particulièrement limités par rapport aux proportions de référence.

Dans le secteur audiovisuel privé, la répartition présente des écarts plus marqués :

- Premier groupe : 71 h 00 min 35 s, soit 60,0 % des temps d'antenne du secteur privé ;
- Deuxième groupe : 31 h 49 min 08 s, soit 26,9 % ;
- Troisième groupe : 15 h 27 min 30 s, soit 13,1 %.

Cette répartition fait apparaître une représentation plus importante des partis du premier groupe, au détriment relatif de ceux des deuxième et troisième groupes, par rapport aux proportions de référence.

Dans l'ensemble, ces résultats mettent en évidence une progression notable de la place accordée à l'expression politique dans les médias audiovisuels, accompagnée d'une application du principe d'équité plus proche des proportions réglementaires dans le secteur public que dans le secteur privé.

Pour l'ensemble des services audiovisuels publics et privés, la répartition globale des temps d'antenne s'est établie comme suit :

Groupes de partis politiques	Temps d'antenne	Part constatée	Proportion de référence
Premier groupe	187:32:31	53,8%	50%
Deuxième groupe	99:14:01	28,4%	30%
Troisième groupe	62:04:00	17,8%	20%
Total	**348:50:32**	**100%**	**100%**

Ces résultats sont à apprécier au regard des proportions de référence fixées par l'article 10 de la décision n° 50-26, respectivement établies à 50 %, 30 % et 20 %.

Il convient de souligner que les données présentées dans cette section portent exclusivement sur les programmes conçus et diffusés à l'initiative des services audiovisuels publics et privés durant la période électorale, dans le cadre de leur autonomie et de leur responsabilité éditoriale.

Elles n'incluent donc pas les programmes de la campagne électorale officielle, tels que définis par les dispositions du décret n° 2.11.610 du 4 novembre 2011 relatif à l'utilisation des moyens de communication audiovisuelle publics lors des campagnes électorales.

4 - Mise en œuvre des principes de parité et de diversité

4.1. Présence et représentation des femmes dans les programmes de la période électorale

Le suivi de la couverture audiovisuelle des élections législatives de 2026 met en évidence une présence encore minoritaire des femmes parmi les intervenants, malgré une progression de leur participation à l'expression politique par rapport aux précédentes échéances électorales.
Sur l'ensemble des programmes consacrés aux élections, qu'il s'agisse des programmes diffusés à l'initiative des opérateurs audiovisuels ou de ceux de la campagne électorale officielle, 7 471 interventions de personnes ont été recensées, dont 1 763 féminines (23,6 %) et 5 708 masculines (76,4 %).

Cette représentation varie sensiblement selon la nature des programmes :

- Dans les programmes diffusés à l'initiative des 19 services audiovisuels, les femmes ont représenté 20,9 % des intervenants, soit 1 217 sur un total de 5 836.
- Dans les programmes de la campagne électorale officielle présentés par les partis politiques, leur part a atteint 33,4 %, soit 546 intervenantes sur un total de 1 635.

Présence des femmes et des hommes parmi les intervenants dans les programmes consacrés aux élections par les services audiovisuels publics et privés (programmes de la période électorale et de la campagne officielle)

Période concernée	Intervenantes	Part des femmes	Intervenants hommes	Part des hommes	Total
Programmes de la période électorale	1.217	20,9%	4.619	79,1%	5.836
Programmes de la campagne officielle	546	33,4%	1.089	66,6%	1.635
Total	**1.763**	**23,6%**	**5.708**	**76,4%**	**7.471**

Dans les programmes diffusés à l'initiative des opérateurs audiovisuels, des femmes ont pris la parole dans 866 contenus, soit 31,5 % des 2 752 contenus ayant donné lieu à des interventions, représentant un volume horaire cumulé de 246 heures, 48 minutes et 4 secondes.

Répartition des intervenantes entre les services audiovisuels publics et privés

Services audiovisuels	Nombre d'intervenantes	Total des intervenants	Part des femmes
Services publics	1.051	4.933	21,3%
Services privés	166	903	18,4%
Total	**1.217**	**5.836**	**20,9%**

- Une présence féminine légèrement plus importante dans les médias publics

L'analyse par secteur fait apparaître une représentation des femmes relativement plus élevée dans les services audiovisuels publics que dans les services privés.

Dans les services publics, 1 051 intervenantes ont été recensées, soit 21,3 % des 4 933 intervenants ayant participé aux programmes électoraux.

Dans les services privés, les femmes ont représenté 18,4 % des intervenants, soit 166 sur un total de 903.

Ces résultats révèlent une sous-représentation des femmes dans les deux secteurs, avec un écart de 2,9 points en faveur des services publics.

- Une progression de la part des femmes dans les temps de parole politiques

L'analyse des durées de prise de parole des personnalités politiques féminines fait apparaître une situation différente de celle observée pour le nombre d'intervenantes.

Dans les services audiovisuels publics, les femmes ont bénéficié de 30 heures, 56 minutes et 44 secondes de prise de parole, soit 17,2 % du volume global des interventions des personnalités politiques.

Dans les services privés, leur temps de parole a atteint 23 heures, 59 minutes et 26 secondes, représentant 25,4 % du volume correspondant.

Évolution de la part des femmes dans les temps de parole des personnalités partisanes :

- 2011 : 9,41 % ;
- 2016 : 13 %,
- 2021 : 19 % ;
- 2026 : 20 %, correspondant à 54 h 56 min 10 s.

La comparaison avec les trois précédentes élections législatives révèle que bien qu'elle ait doublé en quinze ans (entre 2011 et 2026), la part des femmes dans les temps de parole des personnalités partisanes demeure toutefois insuffisante pour parvenir à une représentation équilibrée des femmes et des hommes dans l'expression politique médiatisée.

- Contribution des intervenantes au débat sur les questions d'intérêt général

L'analyse thématique des programmes ayant donné la parole aux femmes montre que leur participation au débat électoral ne s'est pas limitée aux questions spécifiquement liées à la condition féminine.

En effet, sur les 866 contenus ayant accueilli des interventions féminines, 747 contenus, soit 86,3 %, ont porté sur des questions d'intérêt général. Ces programmes ont représenté 209 heures, 48 minutes et 27 secondes, soit 85 % du volume horaire correspondant.

Les interventions féminines ont notamment porté sur :

- Les programmes électoraux des partis politiques et les attentes des citoyens ;
- Les enjeux de santé et d'emploi dans les offres politiques ;
- Le rôle de la société civile dans l'accompagnement des politiques publiques ;
- La formation des observateurs électoraux ;
- La conciliation entre les obligations professionnelles et l'exercice du droit de vote ;
- Les stratégies de communication et de marketing électoral ;
- La mobilisation des électeurs et l'encouragement à la participation au scrutin ;
- Les attentes des populations dans les différentes régions du Royaume, notamment à travers les reportages de terrain.

Parallèlement, 119 contenus, soit 13,7 % des programmes ayant donné la parole aux femmes, ont été consacrés à des questions présentées comme les concernant spécifiquement. Leur volume horaire a atteint 36 heures, 59 minutes et 37 secondes.

Ces programmes ont principalement abordé :

- Le rôle de la liste électorale régionale dans le renforcement de la représentation féminine à la Chambre des Représentants ;
- Le plaidoyer du mouvement féministe auprès des partis politiques pour l'intégration des droits des femmes dans leurs programmes électoraux ;
- La prise en compte des enjeux d'égalité entre les femmes et les hommes dans les offres politiques ;
- La place des femmes au sein des partis, au-delà de leur représentation numérique, et les conditions de leur autonomisation politique ;
- Le renforcement de la participation politique féminine dans les régions de Dakhla-Oued Eddahab, Laâyoune-Sakia El Hamra et Tanger-Tétouan-Al Hoceïma ;
- Le recul du taux d'activité des femmes et les engagements des partis politiques pour y remédier.

Répartition des contenus ayant donné la parole aux femmes selon les thématiques abordées

Thématiques	Services publics	Services privés	Total
Questions d'intérêt général	632	115	747
Questions présentées comme concernant spécifiquement les femmes	102	17	119
Total	**734**	**132**	**866**

Cette répartition témoigne de la diversité des domaines dans lesquels les femmes ont contribué au débat électoral, et rappelle l'importance de ne pas cantonner leur expression médiatique aux seules questions relatives aux droits des femmes ou à l'égalité de genre.

- Présence des femmes dans les programmes de la campagne officielle

Dans les programmes de la campagne électorale officielle, les partis politiques ont présenté 546 intervenantes sur un total de 1 635 intervenants, soit 33,4 %. Cette proportion montre une légère progression par rapport aux précédentes élections législatives, où elle s'établissait à 32 % en 2021 et à 26,78 % en 2016.

Des femmes sont intervenues dans 311 des 747 séquences diffusées, soit 41,6 % de l'ensemble des séquences de la campagne officielle. Celles-ci comprennent les interventions radiophoniques et télévisées dans le cadre des capsules d'expression directe, la couverture des rassemblements électoraux ainsi que les interventions des représentants des partis en tant qu'invités des journaux d'information.

La représentation féminine a toutefois varié sensiblement d'un parti à l'autre. 11 des 28 partis politiques participant aux élections ont présenté une proportion de femmes égale ou supérieure au tiers de leurs intervenants, tandis que les taux observés selon les partis se sont échelonnés de 4,9 % à 60 %.

Ces résultats mettent en évidence une progression de la visibilité des femmes dans la communication électorale des partis politiques, mais également des disparités persistantes dans la place qui leur est accordée.

Dans l'ensemble, le suivi de la couverture audiovisuelle des élections législatives de 2026 fait ainsi ressortir des avancées dans la participation des femmes au débat politique médiatisé, sans que celles-ci se traduisent encore par une représentation équilibrée. Le renforcement de la présence féminine, tant en nombre d'intervenantes qu'en temps de parole, demeure un enjeu important pour la consolidation d'un pluralisme politique pleinement inclusif.

4.2. Présence et représentation des jeunes dans les programmes de la période électorale

Le suivi de la couverture audiovisuelle des élections législatives de 2026 fait ressortir une progression de la présence des jeunes dans les programmes de la période électorale, tant en matière de participation aux débats que de traitement des questions les concernant. Cette évolution s'accompagne toutefois de disparités importantes entre les services audiovisuels publics et privés, ainsi qu'entre les différentes catégories de programmes.

Sur l'ensemble des programmes consacrés aux élections, qu'il s'agisse des programmes diffusés à l'initiative des opérateurs audiovisuels ou de ceux de la campagne officielle, cette présence se répartit comme suit :

- **Dans les programmes diffusés à l'initiative des 19 services audiovisuels**, 1 701 jeunes intervenants ont été recensés, soit 29,1 % de l'ensemble des intervenants (5 836).
- **Dans les programmes de la campagne officielle présentés par les partis politiques**, les jeunes ont représenté 30,4 % des intervenants, soit 497 sur un total de 1 635.

Par ailleurs, l'âge de 1 086 intervenants, soit 14,5 % du total, n'a pas pu être déterminé dans le cadre du suivi.

Présence des jeunes parmi les intervenants dans les programmes électoraux

Catégorie de programmes	Jeunes intervenants	Total des intervenants	Part des jeunes
Programmes à l'initiative des opérateurs	1.701	5.836	29,1%
Programmes de la campagne officielle	497	1.635	30,4%
Total	**2.198**	**7.471**	**29,4%**

Au-delà de la présence des jeunes parmi les intervenants, 1 135 contenus électoraux ont abordé des questions liées à la jeunesse ou à sa participation au processus électoral, qu'ils aient ou non donné directement la parole à de jeunes intervenants.

Ces contenus représentent **22,5 % des 5 047 contenus électoraux analysés**, pour un volume horaire global de 377 heures, 11 minutes et 30 secondes.

La place accordée à ces thématiques varie selon la catégorie des médias : elles ont été abordées dans 24,9 % des contenus diffusés par les services de l'audiovisuel public, contre 15,6 % dans les services privés.

Répartition des contenus abordant des questions liées aux jeunes entre les services publics et privés

Services audiovisuels	Contenus liés aux jeunes	Total des contenus	Proportion
Services publics	929	3.724	24,9%
Services privés	206	1.323	15,6%
Total	**1.135**	**5.047**	**22,5%**

- Une progression de la visibilité des jeunes par rapport aux élections de 2021

La comparaison avec les précédentes élections fait apparaître une progression de la présence des jeunes dans les programmes audiovisuels de la période électorale, ainsi qu'une attention accrue portée aux questions qui les concernent.

En 2026, les jeunes ont pris la parole dans 892 contenus, soit 32,4 % des programmes comportant des interventions, contre 369 contenus, représentant 20 %, lors des élections de 2021.

Parallèlement, le nombre de contenus abordant des questions liées aux jeunes est passé de 491 en 2021, soit 16 % de l'ensemble des contenus électoraux, à 1 135 en 2026, soit 22,5 %.

Ces évolutions traduisent un renforcement de la place de la jeunesse dans la couverture audiovisuelle des élections, aussi bien comme acteur du débat public que comme sujet des politiques publiques et des programmes électoraux.

- Une représentation des jeunes nettement plus importante dans les médias publics

L'analyse par secteur révèle des écarts particulièrement marqués dans la participation des jeunes aux programmes de la période électorale.

Dans les services audiovisuels publics, 1 587 jeunes intervenants ont été recensés, représentant 32,2 % de l'ensemble des intervenants.

Dans les services privés, leur nombre s'est établi à 114, soit 12,6 % du total des intervenants.

Répartition des jeunes intervenants entre les services audiovisuels publics et privés

Services audiovisuels	Jeunes intervenants	Total des intervenants	Part des jeunes
Services publics	1.587	4.933	32,2%
Services privés	114	903	12,6%
Total	**1.701**	**5.836**	**29,1%**

Avec un écart de près de 20 points entre les deux secteurs, les médias audiovisuels publics ont accordé une place proportionnellement beaucoup plus importante aux jeunes dans leurs programmes liés aux élections.

4.3. Présence et représentation des Marocains du monde dans les programmes de la période électorale

Le suivi de la couverture audiovisuelle des élections législatives de 2026 fait apparaître une progression significative de la place accordée aux questions relatives aux Marocains du monde dans les programmes audiovisuels de la période électorale. Cette évolution est toutefois marquée par une présence encore limitée des Marocains résidant à l'étranger parmi les intervenants. Par ailleurs, leurs prises de parole ont été principalement centrée sur les enjeux qui les concernent directement.

Sur l'ensemble des programmes consacrés aux élections, qu'il s'agisse des programmes diffusés à l'initiative des opérateurs audiovisuels ou de ceux de la campagne officielle, 199 interventions de Marocains du monde ont été recensées, représentant 2,7 % du nombre cumulé des intervenants (7 471). Cette présence se répartit comme suit :

- Dans les programmes diffusés à l'initiative des 19 services audiovisuels, 185 intervenants appartenant à cette catégorie ont été recensés, soit 3,2 % de l'ensemble des intervenants (5 836).

- Dans les programmes de la campagne officielle présentés par les partis politiques, leur nombre s'est établi à 14, soit 0,9 % des 1 635 intervenants.

Il convient de préciser que ces données portent exclusivement sur les intervenants dont l'appartenance à la catégorie des Marocains du monde a été explicitement mentionnée lors de la diffusion. Elles ne permettent donc pas de mesurer de manière exhaustive leur présence effective dans les programmes de la période électorale.

Présence des Marocains du monde parmi les intervenants dans les programmes électoraux

Catégorie de programmes	Intervenants marocains du monde	Total des intervenants	Part des intervenants
Programmes à l'initiative des opérateurs	185	5.836	3,2%
Programmes de la campagne officielle	14	1.635	0,9%
Total	**199**	**7.471**	**2,7%**

Dans les programmes diffusés à l'initiative des opérateurs audiovisuels, des Marocains du monde ont pris la parole dans **82 contenus, soit 3 % des 2 752 contenus** ayant donné lieu à des interventions, pour un volume horaire de 26 heures, 13 minutes et 41 secondes.

- Une progression importante de la couverture médiatique des questions relatives aux Marocains du monde

Au-delà de la présence des Marocains du monde parmi les intervenants, 378 contenus électoraux ont abordé des questions liées à leur situation, à leurs préoccupations ou à leur participation au processus électoral, qu'ils aient ou non donné directement la parole à des Marocains résidant à l'étranger.

Ces contenus représentent 7,5 % des 5 047 contenus électoraux analysés, pour un volume horaire global de 74 heures, 18 minutes et 47 secondes.

La part de ces contenus s'est établie à 7,8 % dans les services audiovisuels publics, contre 6,5 % dans les services privés. Elle a atteint 8,2 % dans les magazines d'information.

Répartition des contenus abordant des questions relatives aux Marocains du monde entre les services publics et privés

Services audiovisuels	Contenus relatifs aux Marocains du monde	Total des contenus	Proportion
Services publics	292	3.724	7,8%
Services privés	86	1.323	6,5%
Total	**378**	**5.047**	**7,5%**

La comparaison avec les élections de 2021 met en évidence une augmentation particulièrement marquée de la couverture médiatique des questions relatives aux Marocains du monde.

Le nombre de contenus consacrés à ces questions est passé de 38 en 2021 à 378 en 2026, tandis que celui des contenus ayant directement donné la parole à des Marocains du monde est passé de 24 à 82.

Ces évolutions témoignent d'une attention accrue portée à la place des Marocains du monde dans le processus électoral et aux enjeux de leur participation à la vie politique nationale.

Elles révèlent néanmoins un décalage entre la visibilité croissante des questions relatives aux Marocains du monde et leur présence effective parmi les intervenants dans les programmes électoraux.

- Une présence plus importante des Marocains du monde dans les médias publics

L'analyse par secteur montre que les services audiovisuels publics ont accordé une place proportionnellement plus importante aux Marocains du monde parmi les intervenants.

Dans les services publics, 171 intervenants appartenant à cette catégorie ont été recensés, soit 3,5 % de l'ensemble des intervenants dans leurs programmes électoraux.

Dans les services privés, leur nombre s'est établi à 14, représentant 1,6 % du total des intervenants.

Répartition des intervenants Marocains du monde entre les services audiovisuels publics et privés

Services audiovisuels	Intervenants marocains du monde	Total des intervenants	Proportion
Services publics	171	4.933	3,5%
Services privés	14	903	1,6%
Total	**185**	**5.836**	**3,2%**

Ces résultats soulignent le rôle plus important joué par les médias audiovisuels publics dans l'ouverture des programmes électoraux à l'expression des Marocains du monde.
Ils montrent également que leur présence demeure quantitativement limitée dans les deux secteurs, au regard de l'ensemble des intervenants recensés.

- Une expression principalement centrée sur les questions relatives aux Marocains du monde

L'analyse des thématiques abordées dans les programmes ayant donné la parole aux Marocains du monde montre que leurs interventions ont été majoritairement consacrées aux questions les concernant directement.
Sur les 82 contenus ayant accueilli leurs interventions, 72, soit 87,8 %, ont porté sur des enjeux propres aux Marocains du monde, représentant un volume horaire de 16 heures, 6 minutes et 28 secondes, soit 61,4 % du volume horaire correspondant.
Ces interventions ont principalement été diffusées dans les journaux d'information (50 contenus).

Elles ont notamment porté sur :

- Le lancement de la plateforme électronique destinée à l'établissement des procurations de vote et les modalités du vote par procuration ;
- La participation politique des Marocains du monde et leur faible représentation au sein des institutions élues ;
- Les possibilités de candidature des Marocains résidant à l'étranger sur les listes électorales nationales et régionales ;
- La prise en compte de leurs préoccupations dans les programmes électoraux des partis politiques ;
- Leurs attentes à l'égard du prochain gouvernement ;
- Les propositions relatives à l'instauration du vote électronique.

Ces programmes ont notamment donné la parole à des universitaires, à des spécialistes des questions migratoires, à des responsables associatifs ainsi qu'à des citoyens marocains résidant dans différents pays d'accueil.

Parallèlement, 10 contenus, soit 12,2 % des programmes ayant donné la parole aux Marocains du monde, ont porté sur d'autres questions d'intérêt général, pour un volume horaire de 10 heures, 7 minutes et 13 secondes, représentant 38,6 % du volume horaire correspondant.
Ces interventions ont principalement eu lieu dans des magazines d'information (8 contenus).

Elles ont notamment concerné :
- L'analyse des programmes électoraux de plusieurs partis politiques, avec la participation de Marocains du monde en qualité de têtes de liste ou de citoyens intervenant depuis l'étranger ;
- Le rôle de la liste électorale régionale dans le renforcement de la participation politique des femmes ;
- L'importance de la mobilisation des citoyens et de leur participation aux élections.

Répartition des contenus ayant donné la parole aux Marocains du monde selon les thématiques abordées

Thématiques	Services publics	Services privés	Total
Questions relatives aux Marocains du monde	68	4	72
Autres questions d'intérêt général	4	6	10
Total	**72**	**10**	**82**

Cette répartition met en évidence une participation encore largement concentrée sur les questions spécifiques aux Marocains du monde, contrairement à une expression plus transversale dans les débats politiques, économiques et sociaux d'intérêt national.
Elle souligne ainsi l'intérêt d'une approche éditoriale qui reconnaisse les Marocains du monde non seulement comme une catégorie de citoyens porteuse de préoccupations particulières, mais également comme des acteurs à part entière du débat public national, susceptibles de contribuer à la réflexion collective sur l'ensemble des enjeux du pays.

- Une présence très limitée dans les programmes de la campagne officielle

Dans les programmes de la campagne électorale officielle, cinq partis politiques ont présenté au total 14 intervenants appartenant à la catégorie des Marocains du monde, dont 3 femmes et 11 hommes.

Ces intervenants ont représenté seulement 0,9 % de l'ensemble des personnes présentées par les partis politiques dans les programmes de la campagne officielle.

Cette faible présence met en évidence la place encore restreinte accordée aux Marocains du monde dans la communication électorale directe des partis politiques.

Dans l'ensemble, le suivi de la couverture audiovisuelle des élections législatives de 2026 fait ressortir une amélioration notable de la visibilité médiatique des questions relatives aux Marocains du monde, sans progression équivalente de leur participation directe au débat électoral.

Ces constats invitent à distinguer deux dimensions complémentaires du pluralisme inclusif : la prise en compte des préoccupations des Marocains du monde dans les contenus médiatiques et leur accès effectif aux espaces d'expression et de débat sur les affaires publiques nationales.

4.4. Présence et représentation des personnes en situation de handicap dans les programmes de la période électorale

Le suivi de la couverture audiovisuelle des élections législatives de 2026 fait apparaître une progression de la place accordée aux questions relatives au handicap et de la participation des personnes concernées aux programmes audiovisuels de la période électorale, par rapport aux élections de 2021. Cette évolution demeure toutefois limitée au regard des enjeux d'inclusion et d'accessibilité du débat démocratique.

Sur l'ensemble des programmes consacrés aux élections, qu'il s'agisse des programmes diffusés à l'initiative des opérateurs audiovisuels ou de ceux de la campagne officielle, 104 interventions de personnes en situation de handicap ont été recensées, représentant 1,4 % du nombre cumulé des intervenants (7 471).

Cette présence se répartit comme suit :

- **Dans les programmes diffusés à l'initiative des 19 services audiovisuels**, 88 interventions de personnes en situation de handicap ont été recensées, soit 1,5 % de l'ensemble des intervenants (5 836).
- **Dans les programmes de la campagne officielle présentés par les partis politiques**, 16 occurrences ont été relevées, représentant 1 % des 1 635 interventions recensées.

Il convient de souligner que ces chiffres constituent des valeurs minimales, l'identification des personnes en situation de handicap reposant sur les caractéristiques perceptibles ou expressément mentionnées au cours de la diffusion. Cette limite méthodologique est particulièrement importante pour les programmes radiophoniques et les situations de handicap non apparentes.

Par ailleurs, 641 intervenants, soit 8,6 % de l'ensemble des intervenants, ont été classés dans la catégorie « non déterminée ».

Présence des personnes en situation de handicap parmi les intervenants dans les programmes électoraux

Catégorie de programmes	Interventions recensées	Total des interve-nants	Proportion
Programmes à l'initiative des opérateurs	88	5.836	1,5%
Programmes de la campagne officielle	16	1.635	1,0%
Total	**104**	**7.471**	**1,4%**

Dans les programmes diffusés à l'initiative des opérateurs audiovisuels, des personnes en situation de handicap ont pris la parole dans 65 contenus, soit 2,4 % des 2 752 contenus comportant des interventions, pour un volume horaire cumulé de 20 heures, 57 minutes et 21 secondes.

- Une progression de la couverture des questions relatives au handicap, mais des limites persistantes en matière d'accessibilité

Au-delà de la présence des personnes en situation de handicap parmi les intervenants, 172 contenus électoraux ont abordé des questions relatives à leurs droits, à leurs préoccupations ou à leur participation au processus électoral, qu'ils aient ou non donné directement la parole à des personnes concernées.

Ces contenus représentent 3,4 % des 5 047 contenus électoraux analysés, pour un volume horaire global de 53 heures, 13 minutes et 55 secondes. La part de ces contenus s'est établie à 3,5 % dans les services audiovisuels publics et à 3,3 % dans les services privés, révélant une attention relativement comparable des deux secteurs aux questions liées au handicap.

Répartition des contenus abordant des questions relatives au handicap entre les services publics et privés

Services audiovisuels	Contenus relatifs au handicap	Total des contenus	Proportion
Services publics	129	3.724	3,5%
Services privés	43	1.323	3,3%
Total	**172**	**5.047**	**3,4%**

La comparaison avec les élections de 2021 met en évidence une évolution contrastée.

D'une part, le nombre de contenus abordant les questions relatives au handicap est passé de 101 en 2021 à 172 en 2026, tandis que celui des contenus ayant donné directement la parole à des personnes en situation de handicap est passé de 31 à 65.

D'autre part, le nombre de contenus accompagnés d'une interprétation en langue des signes a diminué, passant de 174 en 2021 à 109 en 2026. Ces derniers se répartissent entre Al Aoula (67 contenus) et Tamazight TV (42 contenus), contre 170 contenus diffusés sur Al Aoula en 2021.

Ces résultats mettent en évidence un décalage entre l'amélioration de la visibilité médiatique des questions liées au handicap et l'évolution des dispositifs destinés à rendre les contenus électoraux accessibles aux personnes concernées.

- Une présence limitée dans les services audiovisuels publics et privés

L'analyse par secteur fait apparaître une faible représentation des personnes en situation de handicap parmi les intervenants des programmes électoraux, aussi bien dans les médias publics que privés.

Dans les services audiovisuels publics, 72 interventions de personnes en situation de handicap ont été recensées, soit 1,5 % de l'ensemble des intervenants.

Dans les services privés, leur nombre s'est établi à 16, représentant 1,8 % du total des intervenants.

Répartition des intervenants en situation de handicap entre les services audiovisuels publics et privés

Services audiovisuels	Interventions recensées	Total des intervenants	Proportion
Services publics	72	4.933	1,5%
Services privés	16	903	1,8%
Total	**88**	**5.836**	**1,5%**

- Une participation principalement centrée sur les questions relatives au handicap

L'analyse thématique des programmes ayant donné la parole à des personnes en situation de handicap montre que leurs interventions ont été majoritairement consacrées aux questions les concernant directement. Sur les 65 contenus ayant accueilli leurs interventions, 56, soit 86,2 %, ont porté sur des enjeux spécifiques au handicap, pour un volume horaire de 11 heures, 53 minutes et 3 secondes, représentant 56,7 % du volume horaire correspondant.

Ces interventions ont principalement été diffusées dans les journaux d'information (49 contenus).

Elles ont notamment abordé :

- Les conditions d'une participation effective et inclusive des personnes en situation de handicap aux élections législatives ;
- Leurs droits constitutionnels et leur représentation dans les institutions politiques ;
- La prise en compte des enjeux liés au handicap dans les programmes électoraux des partis politiques ;
- Leurs attentes à l'égard du prochain gouvernement et de la mise en œuvre des engagements électoraux.

Ces programmes ont notamment donné la parole à des responsables associatifs, à un conseiller en développement inclusif ainsi qu'à des électeurs présentant un handicap visuel ou moteur.

Parallèlement, 9 contenus, soit 13,8 % des programmes ayant accueilli leurs interventions, ont porté sur d'autres questions d'intérêt général, pour un volume horaire de 9 heures, 4 minutes et 18 secondes, représentant 43,3 % du volume horaire correspondant.

Ces interventions, toutes diffusées dans des magazines d'information, ont notamment concerné :

- Le rôle des associations de la société civile dans l'accompagnement des politiques publiques ;
- L'analyse des programmes électoraux de plusieurs partis politiques ;
- Le discours politique et les enjeux de communication durant la campagne électorale.

Répartition des contenus ayant donné la parole aux personnes en situation de handicap selon les thématiques abordées

Thématiques	Services publics	Services privés	Total
Questions relatives au handicap	50	6	56
Autres questions d'intérêt général	7	2	9
Total	**57**	**8**	**65**

Cette répartition montre que la participation des personnes en situation de handicap au débat électoral demeure largement associée aux problématiques spécifiques du handicap, alors que leur contribution aux autres débats politiques, économiques et sociaux reste plus limitée.

Elle souligne l'importance d'une approche inclusive de l'expression médiatique, permettant aux personnes en situation de handicap d'intervenir non seulement sur les questions relatives à leurs droits et à leurs besoins spécifiques, mais également sur l'ensemble des enjeux d'intérêt général.

- Une présence très limitée dans les programmes de la campagne officielle

Dans les programmes de la campagne électorale officielle, 16 séquences comportant la présence de personnes en situation de handicap ont été recensées.

Ces séquences ont concerné trois personnes présentées par trois partis politiques :

- Le Parti de l'Istiqlal : un enfant apparaissant dans un message électoral diffusé à 12 reprises sur les quatre chaînes de télévision publiques concernées : Al Aoula, 2M, Tamazight TV et Medi 1 TV ;
- Le Parti de la Société Démocratique : une tête de liste non voyante intervenant dans trois séquences ;
- Le Parti Socialiste Unifié : une femme tête de liste apparaissant dans une séquence.

Ces données montrent que la présence des personnes en situation de handicap dans les programmes de la campagne officielle est restée particulièrement restreinte, les 16 occurrences recensées correspondant à seulement trois personnes.

- Une accessibilité très insuffisante des programmes de la campagne officielle

S'agissant de l'accessibilité des programmes de la campagne officielle, seules 12 des 500 séquences diffusées par les quatre chaînes de télévision ont bénéficié d'une interprétation en langue des signes, soit 2,4 % du total. Ces 12 diffusions se répartissent à raison de trois séquences par chaîne et concernent exclusivement le message électoral du Parti de l'Istiqlal.

Ce résultat met en évidence le caractère très limité de l'accessibilité en langue des signes des programmes télévisés de la campagne officielle, alors même que ces programmes constituent un dispositif essentiel d'information des électeurs et de présentation des offres politiques.

Dans l'ensemble, le suivi de la couverture audiovisuelle des élections législatives de 2026 fait ressortir une progression de la visibilité des questions relatives au handicap et de la participation directe des personnes concernées, sans que cette évolution s'accompagne d'une amélioration comparable de l'accessibilité des contenus électoraux.

Ces constats soulignent que l'inclusion des personnes en situation de handicap dans le débat démocratique ne peut se limiter à leur représentation dans les programmes ou au traitement médiatique de leurs préoccupations. Elle suppose également la mise en place de conditions effectives d'accès à l'information électorale et aux différentes offres politiques.

L'accessibilité apparaît ainsi comme une dimension essentielle du pluralisme inclusif et de l'égalité d'accès des citoyens à l'information en période électorale.

4.5. Diversité linguistique des contenus électoraux

L'analyse de la diversité linguistique dans la couverture audiovisuelle des élections législatives de 2026 porte sur les programmes diffusés à l'initiative des services audiovisuels publics et privés, dans le cadre de leur autonomie et de leur responsabilité éditoriale.

Elle exclut les programmes de la campagne électorale officielle, régis par les dispositions du décret n° 2.11.610 du 4 novembre 2011 relatif à l'utilisation des moyens de communication audiovisuelle publics lors des campagnes électorales.

Sur un volume global de 274 heures, 49 minutes et 43 secondes de prise de parole des personnalités partisanes, la répartition selon les langues utilisées s'établit comme suit :

- Arabe : 198 h 40 min 22 s, soit 72,3 % du volume global ;
- Amazighe : 50 h 00 min 50 s, soit 18,2 % ;
- Français : 26 h 08 min 31 s, soit 9,5 %.

Cette répartition confirme la place prépondérante de l'arabe dans l'expression politique médiatisée, tout en faisant apparaître une présence significative de l'amazighe, qui représente près d'un cinquième des temps de parole des personnalités partisanes.

Dans les services audiovisuels publics, sur un volume global de 180 heures, 19 minutes et 25 secondes, la répartition des temps de parole s'établit comme suit :

- Arabe : 131 h 21 min 25 s, soit 72,8 % ;
- Amazighe : 48 h 22 min 55 s, soit 26,8 % ;
- Français : 35 min 05 s, soit 0,3 %.

La part de l'amazighe atteint ainsi plus du quart des temps de parole politiques dans les médias publics, illustrant leur contribution essentielle à la diversité linguistique de l'expression électorale.

Dans les services audiovisuels privés, sur un volume global de 94 heures, 30 minutes et 18 secondes, la répartition est sensiblement différente :

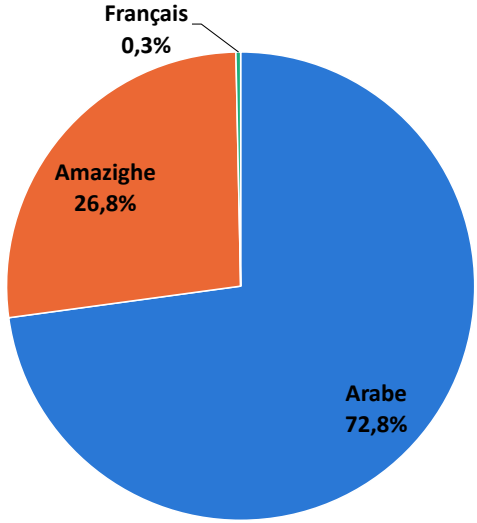
- Arabe : 67 h 18 min 57 s, soit 71,2 % ;
- Français : 25 h 33 min 26 s, soit 27 % ;
- Amazighe : 1 h 37 min 55 s, soit 1,7 %.

L'amazighe représente 26,8 % des temps de parole dans les médias publics, contre seulement 1,7 % dans les médias privés. À l'inverse, le français occupe une place nettement plus importante dans les services privés, avec 27 % des temps de parole, contre 0,3 % dans les services publics.

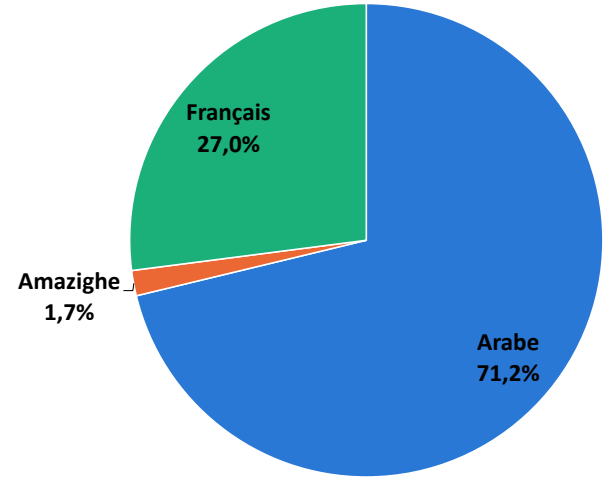
Répartition des durées de prise de parole des personnalités partisanes selon la langue et le secteur audiovisuel

Services audiovisuels	Arabe	Amazighe	Français	Total
Services publics	131:21:25	48:22:55	00:35:05	180:19:25
Services privés	67:18:57	01:37:55	25:33:26	94:30:18
Total	**198:40:22**	**50:00:50**	**26:08:31**	**274:49:43**

Répartition des durées de prise de parole des personnalités partisanes selon la langue – Services publics



Répartition des durées de prise de parole des personnalités partisanes selon la langue – Services privés



Ces résultats mettent en évidence **le rôle déterminant du secteur audiovisuel public dans la présence de l'amazighe au sein du débat électoral**, tandis que les services privés se caractérisent par une place plus importante accordée au français.

Ils soulignent également que la diversité linguistique de l'expression politique résulte de contributions différenciées des deux secteurs.
Dans une perspective de pluralisme inclusif, la diversité linguistique constitue une dimension essentielle de l'accès des citoyens à l'information électorale et de leur participation au débat démocratique. Elle contribue à rendre les offres politiques accessibles à des publics aux pratiques linguistiques diverses et à mieux refléter la pluralité culturelle et linguistique de la société marocaine.

4.6. Diversité territoriale : une couverture électorale à dominante nationale

L'analyse de la diversité territoriale porte exclusivement sur les programmes électoraux diffusés à l'initiative des services audiovisuels publics et privés, dans le cadre de leur autonomie et de leur responsabilité éditoriale.
Elle exclut les programmes de la campagne électorale officielle, régis par les dispositions du décret n° 2.11.610 du 4 novembre 2011 relatif à l'utilisation des moyens de communication audiovisuelle publics lors des campagnes électorales.

- Une classification des contenus selon leur ancrage territorial

Afin d'apprécier la place accordée aux différentes dimensions territoriales dans la couverture électorale, la Haute Autorité a classé les contenus analysés en quatre catégories : **nationale, régionale, locale et multirégionale**.
Cette classification a également permis d'identifier les régions concernées par les contenus à dimension territoriale, parmi les douze régions du Royaume.

- Une nette prédominance des contenus à dimension nationale

Le suivi fait apparaître une forte prédominance de la dimension nationale dans la couverture audiovisuelle des élections législatives de 2026, en cohérence avec la nature nationale du scrutin et les enjeux politiques qui lui sont associés.
Sur les 5 047 contenus électoraux analysés, 4 573 contenus, soit 90,6 %, ont présenté une dimension nationale, pour un volume horaire de 723 heures, 58 minutes et 23 secondes.
474 contenus, soit 9,4 % du total, ont été consacrés à des sujets présentant une dimension régionale, locale ou multirégionale, représentant un volume de 44 heures, 37 minutes et 56 secondes.
Cette répartition témoigne d'une couverture électorale principalement structurée autour des enjeux nationaux, tandis que les approches spécifiquement ancrées dans les réalités régionales et locales ont occupé une place plus restreinte.

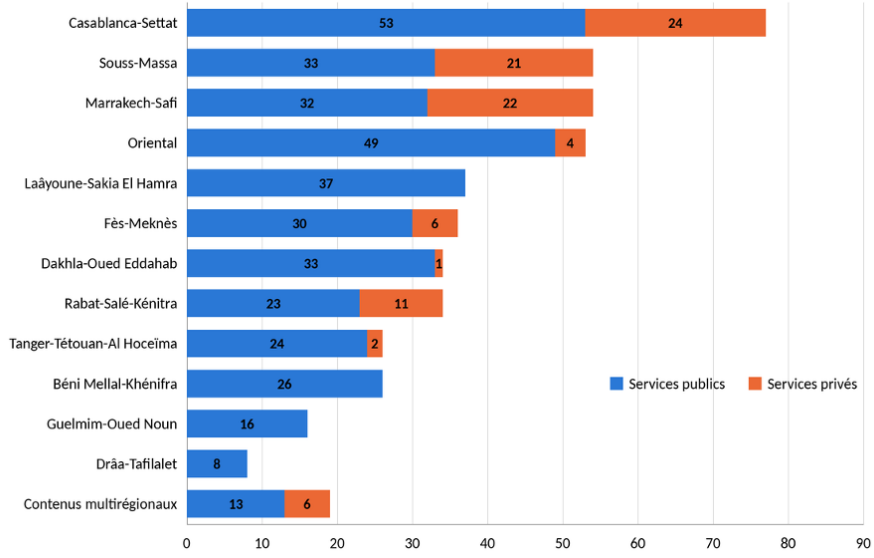
- Une place légèrement plus importante des territoires dans les médias publics

Les services audiovisuels publics ont diffusé 377 contenus à dimension régionale, locale ou multirégionale, représentant 10,1 % de leur offre électorale.
Dans les services privés, 97 contenus ont relevé de ces catégories, soit 7,3 % de l'ensemble de leurs contenus électoraux.
Au total, ces contenus ont été diffusés par six services audiovisuels publics et neuf services privés.
Ces résultats montrent que les médias publics ont accordé une place proportionnellement plus importante aux approches territoriales, même si celles-ci sont demeurées minoritaires dans l'offre électorale des deux secteurs.

- Une couverture des douze régions du Royaume

Les contenus à dimension régionale ou locale ont concerné l'ensemble des douze régions du Royaume, avec toutefois des différences importantes dans leur fréquence.

Répartition des contenus électoraux à dimension régionale ou locale selon les douze régions entre les services audiovisuels publics et privés



La région de Casablanca-Settat arrive en tête avec 77 contenus, suivie de Souss-Massa et Marrakech-Safi (54 contenus chacune), puis de l'Oriental (53 contenus).

À l'autre extrémité, les régions de Guelmim-Oued Noun et de Drâa-Tafilalet ont enregistré respectivement 16 et 8 contenus.

Cette répartition fait apparaître une couverture territoriale étendue à l'ensemble des régions, mais caractérisée par une visibilité médiatique inégale des différents espaces régionaux.

Une faible part des contenus régionaux, locaux et multirégionaux dans l'offre électorale globale

L'analyse détaillée des contenus selon leur dimension territoriale confirme la prédominance de l'approche nationale :

- Dimension nationale : 4 573 contenus, soit 90,6 % du total ;
- Dimension régionale : 233 contenus, soit 4,6 % ;
- Dimension locale : 222 contenus, soit 4,4 % ;
- Dimension multirégionale : 19 contenus, soit 0,4 %.

Répartition des contenus électoraux selon leur dimension territoriale et le secteur audiovisuel

Dimension territoriale	Services publics	Services privés	Total	Volume horaire
Nationale	3.347	1.226	4.573	723:58:23
Régionale	210	23	233	18:04:50
Locale	154	68	222	19:17:59
Multirégionale	13	6	19	07:15:07
Total	**3.724**	**1.323**	**5.047**	**768:36:19**

Dans l'ensemble, le suivi révèle une couverture électorale largement dominée par les enjeux nationaux, avec un effort de couverture de la campagne et de l'information électorales dans l'ensemble des régions du Royaume.

Cette prédominance doit être appréciée au regard de la nature nationale du scrutin législatif. Elle n'en souligne pas moins l'intérêt de renforcer la place des réalités territoriales dans l'information électorale, afin de mieux rendre compte de la diversité des préoccupations des citoyens, des enjeux propres aux différentes régions et des attentes exprimées à l'échelle locale.

Dans une perspective de pluralisme inclusif, la diversité territoriale ne se limite pas à la présence médiatique des différentes régions : elle implique également la prise en compte de la diversité des réalités locales, des préoccupations citoyennes et des expressions politiques issues des territoires.

5 - Respect des règles d'intégrité et de neutralité dans les contenus audiovisuels électoraux

5.1. Détection et suivi des contenus électoraux générés ou modifiés par l'intelligence artificielle

Dans le cadre de la mise en œuvre de l'article 6 de la décision n° 50-26 du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle du 16 juin 2026, la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle a mis en place un dispositif spécifique de détection et d'analyse des contenus électoraux générés ou modifiés par l'intelligence artificielle.

Cette initiative s'inscrit dans une démarche d'adaptation de la régulation audiovisuelle aux transformations de l'environnement informationnel et aux nouveaux risques que les technologies d'intelligence artificielle peuvent faire peser sur l'intégrité de l'information et la sincérité du débat électoral, dans le respect de la liberté et de la responsabilité éditoriales des opérateurs audiovisuels.

Le dispositif poursuit deux objectifs complémentaires :

- Prévenir les risques de manipulation de l'information électorale, notamment par la diffusion de contenus synthétiques susceptibles d'induire le public en erreur ou d'altérer sa perception des faits et des acteurs politiques ;
- Veiller à la transparence de l'utilisation de l'intelligence artificielle dans les contenus audiovisuels, y compris lorsque celle-ci répond à des finalités légitimes d'information, de pédagogie ou de vérification.

À cette fin, la Haute Autorité a développé en interne AI Detect_HacaTool, un outil numérique mobilisant plusieurs modèles spécialisés dans l'analyse des contenus sonores et visuels afin de repérer d'éventuels éléments générés ou modifiés par l'intelligence artificielle.

Ce dispositif a été appliqué à 4 621 extraits de programmes diffusés par 36 services audiovisuels, comprenant 1 916 séquences vidéo et 2 705 fichiers audio.

La méthodologie retenue repose sur la complémentarité entre détection automatisée et expertise humaine. Les contenus signalés par l'outil font systématiquement l'objet d'une vérification par les analystes de la Haute Autorité, auxquels revient l'appréciation définitive de leur nature et de leur contexte de diffusion.

Sur les 858 contenus signalés par AI Detect_HacaTool, l'examen humain a permis de confirmer la présence d'éléments générés par l'intelligence artificielle dans sept contenus seulement.

Diffusés sur Medi 1 TV et Al Aoula, ces contenus s'inscrivaient principalement dans une démarche d'information et de sensibilisation à la participation électorale.

Aucun des contenus confirmés n'a été utilisé à des fins de promotion d'un parti politique ou d'un candidat.

Toutefois, les sept contenus concernés ne comportaient aucune mention ou signalétique claire permettant au public d'identifier les images générées par l'intelligence artificielle.

Ces résultats mettent en évidence deux enseignements principaux. D'une part, les contenus synthétiques confirmés dans le périmètre analysé n'ont pas été utilisés à des fins de promotion partisane. D'autre part, l'absence d'identification explicite des images générées par l'intelligence artificielle souligne l'importance de la transparence comme exigence de l'intégrité de l'information électorale, indépendamment de la finalité du contenu diffusé.

Ils illustrent également la nécessité de maintenir une validation humaine des résultats produits par les outils automatisés, dont les signalements ne sauraient, à eux seuls, constituer une preuve de l'utilisation de l'intelligence artificielle.

5.2. Prévention et lutte contre les fausses informations électorales

Le suivi de la couverture audiovisuelle des élections législatives de 2026 n'a révélé aucun cas de diffusion de fausses informations susceptibles d'influencer le déroulement normal du scrutin ou de porter atteinte à l'intégrité de l'information électorale. La Haute Autorité n'a, par ailleurs, reçu aucune plainte à ce sujet.

Ce constat concerne les contenus relevant du périmètre de suivi de la Haute Autorité et ne préjuge pas des informations ayant circulé sur d'autres supports, notamment les plateformes numériques.

Parallèlement, les services audiovisuels ont contribué à la sensibilisation du public aux risques de désinformation électorale et aux moyens de s'en prémunir.

Ainsi, conformément aux dispositions de l'article 5 de la décision n° 50-26 du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle, dix services audiovisuels ont diffusé au moins 48 contenus consacrés aux fausses informations et à la désinformation numérique, à travers différentes langues et différents formats éditoriaux.

Ces contenus ont notamment abordé les risques de manipulation de l'information en période électorale, l'utilisation de l'intelligence artificielle à des fins de désinformation, les responsabilités liées à la diffusion de contenus trompeurs et l'importance de la vérification des informations. À titre d'illustration, Al Aoula a diffusé, dans son journal principal de 20 h 30, un sujet approfondi intitulé « Les élections à l'ère de l'intelligence artificielle : le défi de la vérité et les risques de désinformation ».

Diffusé les 4, 5 et 7 septembre 2026, ce sujet a également été repris dans les journaux d'information en français, en amazighe et en espagnol, contribuant ainsi à élargir la portée de cette sensibilisation auprès de publics linguistiquement diversifiés.

De son côté, Medi 1 TV a consacré deux épisodes de son émission « **مجتمع التحدي** » à l'utilisation de l'intelligence artificielle dans le contexte électoral et à la responsabilité pénale liée à la désinformation électorale.

La Radio Nationale, Radio 2M, la Radio Internationale, Radio Plus Agadir et Radio Plus Casablanca ont également traité des nouvelles dispositions réprimant la diffusion de fausses informations, ainsi que des moyens de repérer et de prévenir la circulation de contenus trompeurs sur les réseaux sociaux.

Plusieurs de ces programmes ont expressément fait référence aux dispositions pertinentes de la décision n° 50-26 du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle.

Par ailleurs, plusieurs services audiovisuels ont relayé des communications officielles visant à clarifier des faits ayant donné lieu à des rumeurs ou à des interprétations trompeuses.

Cette démarche a notamment concerné :

- Le démenti du procureur du Roi à El Jadida, relatif à une rumeur présentant un accident de la circulation comme une prétendue tentative de ciblage d'un candidat aux élections ;
- Le communiqué du procureur général du Roi près la Cour d'appel de Settat, concernant l'enquête relative à la fuite d'un enregistrement sonore susceptible de porter atteinte au processus électoral.

La diffusion de ces communications a contribué à mettre à la disposition du public des éléments officiels de clarification sur des faits susceptibles d'alimenter la circulation d'informations trompeuses en période électorale.

Dans l'ensemble, le suivi fait ressortir l'absence de cas relevés de désinformation électorale dans les contenus audiovisuels analysés, ainsi qu'une mobilisation de plusieurs opérateurs autour de la sensibilisation aux risques liés aux fausses informations.

Ces constats mettent en évidence la double contribution des médias audiovisuels régulés à l'intégrité de l'information électorale : veiller à la fiabilité des contenus qu'ils diffusent et renforcer la capacité des citoyens à identifier les informations trompeuses.
Dans un environnement informationnel marqué par la multiplication des sources, la circulation rapide des contenus et le développement de l'intelligence artificielle générative, cette double responsabilité constitue une dimension essentielle de la protection du droit des citoyens à une information fiable et à un choix électoral éclairé.

5.3. Neutralité des experts

Le suivi a recensé 1 386 intervenants présentés en qualité d'experts, sur la base de leurs compétences académiques, scientifiques ou professionnelles, ou des fonctions institutionnelles justifiant leur capacité d'analyse. Ils représentent 23,7 % de l'ensemble des intervenants dans les programmes concernés.
L'examen des 277 contenus ayant accueilli ces interventions n'a révélé aucun manquement à l'obligation de prévenir l'instrumentalisation de la qualité d'expert à des fins d'expression d'opinions ou de positions susceptibles de porter atteinte à l'intégrité de la compétition électorale.
Certains services audiovisuels ont, par ailleurs, pris soin de porter à la connaissance du public l'appartenance partisane d'invités intervenant en qualité d'experts.

Cette pratique contribue à la transparence de l'information et à la distinction nécessaire entre l'expression d'une expertise et celle d'un engagement politique, sans remettre en cause le droit des experts à avoir des convictions ou des affiliations partisanes.

5.4. Respect des restrictions relatives aux sondages d'opinion

Durant la période comprise entre le quinzième jour précédant le début de la campagne électorale officielle et la clôture des opérations de vote, aucun service audiovisuel n'a diffusé de résultats de sondages d'opinion présentant un lien direct ou indirect avec les élections.
Ce constat atteste du respect, par les services audiovisuels suivis, des dispositions de l'article 21 de la décision n° 50-26 du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle.

5.5. Traitement médiatique du boycott des élections et de l'abstention électorale

Le suivi a permis de distinguer deux questions de nature différente : le boycott des élections, en tant que prise de position politique publiquement exprimée, et l'abstention électorale, en tant que phénomène de participation politique dont les médias ont analysé les causes et les implications.
S'agissant du boycott électoral, plusieurs contenus audiovisuels ont rendu compte de prises de position et d'événements liés à des appels au boycott, dans le cadre de la couverture de l'actualité politique.
Ces contenus ont notamment porté sur :

- Un rassemblement organisé devant le siège du Parlement à Rabat par une association de défense des droits humains ;
- L'interpellation de plusieurs représentants d'un parti politique à la suite d'activités liées à un appel au boycott des élections.

Dans ce cadre, la présidente de l'association concernée a notamment été invitée à s'exprimer sur la liberté de manifester et d'exprimer publiquement des positions critiques à l'égard des élections.

Concernant l'abstention électorale, plusieurs journaux d'information et magazines de débat ont abordé ce phénomène, en accordant une attention particulière à la participation des jeunes.

Les discussions ont notamment porté sur :

- Les facteurs expliquant le désengagement d'une partie des jeunes à l'égard de la vie politique et électorale ;
- Le rôle des partis politiques dans l'encadrement et la mobilisation des citoyens ;
- Les raisons de l'abstention parmi les électeurs pourtant inscrits sur les listes électorales ;
- La faible inscription des jeunes âgés de 18 à 25 ans sur les listes électorales.

Ces contenus ont ainsi permis d'aborder la participation électorale sous ses différentes dimensions, en distinguant les prises de position politiques appelant au boycott des analyses consacrées aux comportements d'abstention et aux facteurs susceptibles de les expliquer.

6 - Respect des règles de programmation et de diffusion des séquences de la campagne électorale officielle

Le suivi de la campagne électorale officielle a permis de vérifier le respect, par les six services audiovisuels publics concernés, des obligations relatives à la programmation et à la diffusion des séquences attribuées aux partis politiques conformément aux résultats du tirage au sort.

Ces séquences comprennent les interventions d'expression directe radiodiffusées et télévisées des partis participant aux élections, les prestations de leurs représentants en qualité d'invités des journaux d'information et la couverture de leurs rassemblements électoraux, conformément aux dispositions du décret n° 2.11.610 du 4 novembre 2011 relatif à l'utilisation des moyens de communication audiovisuelle publics lors des campagnes électorales.
Les équipes de la HACA ont constaté que 756 séquences prévues à l'issue du tirage au sort, 747 ont effectivement été diffusées ce qui représente un taux de réalisation de 98,8 % des séquences programmées.
Parmi les séquences diffusées :

- 744 l'ont été à la date et à l'heure initialement programmées ;
- 3 ont été diffusées à une autre date.

Les neuf séquences non diffusées, concernant sept partis politiques, résultent de difficultés de coordination entre les services audiovisuels et les partis concernés, relatives à la programmation des rassemblements électoraux ou à la participation des invités aux journaux d'information.

Les services audiovisuels concernés ont informé le public des motifs de ces non-diffusions aux horaires initialement prévus, assurant ainsi la transparence sur les modifications apportées à la programmation.

- La comparaison avec les précédentes échéances électorales fait apparaître les résultats suivants :
- 2021 : 808 séquences diffusées sur 858 programmées, soit 94,2 % ;
- 2016 : 688 séquences diffusées sur 725 programmées, soit 94,9 % ;
- 2011 : 823 séquences diffusées sur 858 programmées, soit 95,9 %, toutes catégories de programmes confondues.

Avec un taux de réalisation de 98,8 % en 2026, la diffusion des programmes de la campagne officielle atteint ainsi un niveau supérieur à celui enregistré lors des trois précédentes élections législatives.

- Une réalisation intégrale des interventions directes des partis politiques

L'analyse par catégorie de programmes fait apparaître des niveaux de réalisation différenciés.

L'intégralité des 504 séquences d'interventions radiodiffusées et télévisées des partis politiques a été diffusée, conformément à la programmation prévue.

Pour les deux autres catégories :

- 161 des 168 séquences consacrées à la couverture des rassemblements électoraux ont été diffusées, soit 95,8 % ;
- 82 des 84 séquences réservées aux invités des journaux d'information ont été diffusées, soit 97,6 %.

Répartition de la diffusion par les radios et télévisions des différentes catégories des contenus au titre de la campagne officielle

Catégorie de séquences	Programmées	Diffusées	Non diffusées	Taux de réalisation
Interventions d'expression directe	504	504	0	100%
Couverture des rassemblements électoraux	168	161	7	95,8%
Invités des journaux d'information	84	82	2	97,6%
Total	**756**	**747**	**9**	**98,8%**

Ces résultats montrent que les séquences d'expression directe, qui constituent un dispositif central d'accès des partis politiques aux médias audiovisuels publics durant la campagne officielle, ont été intégralement assurées.

Les séquences non diffusées ont exclusivement concerné les deux catégories nécessitant une coordination particulière avec les partis politiques pour l'organisation des interventions ou la couverture de leurs activités électorales.

Un respect global de la programmation attribuée aux partis politiques

Conformément aux modalités de répartition prévues, chaque parti politique appartenant au premier ou au deuxième groupe a bénéficié d'une programmation de 30 séquences, réparties entre les six services audiovisuels publics, comprenant :

- 18 interventions radiodiffusées ou télévisées ;
- 6 couvertures de rassemblements électoraux ;
- 6 prestations en qualité d'invité des journaux d'information.

Chaque parti appartenant au troisième groupe a bénéficié d'une programmation de 24 séquences, comprenant :

- 18 interventions radiodiffusées ou télévisées ;
- 6 couvertures de rassemblements électoraux.

Ces résultats traduisent un niveau élevé d'exécution des obligations de programmation et de diffusion de la campagne officielle, avec des écarts limités par rapport aux résultats du tirage au sort.

- Le respect des règles applicables aux contenus de la campagne officielle

L'examen des 747 séquences diffusées a permis de constater le respect des dispositions du premier alinéa de l'article 29 de la décision n° 50-26 du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle.

De même, les 500 séquences télévisées ont respecté les restrictions légales relatives à l'utilisation de certains éléments visuels, notamment :

- L'interdiction d'utiliser les emblèmes nationaux en dehors des cas autorisés ;
- L'interdiction d'apparaître dans des lieux de culte ;
- L'interdiction d'apparaître à l'intérieur de sièges officiels ;
- L'interdiction de faire figurer des éléments susceptibles de constituer des marques commerciales.

Dans le cadre des utilisations autorisées par le deuxième alinéa de l'article 29 de la décision précitée, cinq séquences ont comporté l'image du drapeau national et du portrait officiel de Sa Majesté le Roi, présents dans les salles accueillant les rassemblements électoraux concernés.

Ces cinq séquences relevaient toutes de la catégorie « couverture des rassemblements électoraux » : quatre ont été diffusées sur Medi 1 TV et une sur Tamazight TV.

Aucune utilisation de l'hymne national n'a été relevée dans les séquences diffusées.

Ces constats confirment le respect des prescriptions encadrant l'utilisation des symboles nationaux, des lieux institutionnels et des éléments visuels à caractère commercial dans les programmes de la campagne officielle.

- Une diffusion des séquences en arabe et en amazighe

Sur le plan linguistique, les 747 séquences diffusées se répartissent comme suit :

- 542 séquences en arabe, soit 72,6 % ;
- 205 séquences en amazighe, soit 27,4 %, diffusées sur les deux services audiovisuels utilisant cette langue (TV Tamazight et Radio Amazighe).

Cette répartition témoigne de la présence des deux langues officielles du Royaume dans les programmes de la campagne électorale officielle et de la contribution des services concernés à l'accessibilité linguistique de l'expression politique.

Dans l'ensemble, le suivi fait ressortir un niveau particulièrement élevé de respect des obligations de programmation et de diffusion des séquences de la campagne officielle, marqué notamment par la réalisation intégrale des interventions directes des partis politiques, la transparence sur les séquences non diffusées et le respect des règles encadrant les contenus.

Ces résultats confirment l'importance du dispositif réglementaire de la campagne officielle dans la garantie d'un accès organisé, équitable et transparent des partis politiques aux médias audiovisuels publics, au service de l'information des citoyens et du pluralisme électoral.

7- Respect des dispositions encadrant la couverture du jour du scrutin

- Une large mobilisation des services audiovisuels pour la couverture du scrutin

La couverture du jour du scrutin des élections législatives de 2026 a mobilisé 45 services audiovisuels, dont 14 chaînes de télévision et 31 services de radio, avec des volumes de diffusion variables selon leur identité éditoriale et leurs choix de programmation.

Au total, plus de 2 010 contenus ont été consacrés au déroulement des opérations électorales.

Parmi ces services, 26 ont consacré plus d'une heure à la couverture du scrutin, diffusant 1 069 contenus pour un volume horaire cumulé de 112 heures, 21 minutes et 24 secondes, soit une durée moyenne d'environ 6 minutes et 18 secondes par contenu.

Cette couverture se répartit comme suit :

- Sept chaînes de télévision ont diffusé 437 contenus, pour un volume de 48 heures, 27 minutes et 18 secondes, représentant 43 % de la durée totale ;
- Dix-neuf services de radio ont diffusé 632 contenus, pour un volume de 63 heures, 54 minutes et 6 secondes, soit 57 % de la durée totale.

Six radios régionales publiques relevant de la SNRT (Fès, Oujda, Agadir, Tétouan, Casablanca et Tanger) ont chacune consacré plus de deux heures de diffusion à la couverture du scrutin, contribuant ainsi à rendre compte de son déroulement dans les différentes régions du Royaume.

Les contenus ont été diffusés en cinq langues, grâce à la mobilisation conjointe des équipes de présentation dans les studios centraux et des correspondants déployés sur le terrain dans plusieurs régions et provinces.

Cette organisation a permis d'assurer une couverture à la fois nationale et territorialisée des opérations de vote, en tenant compte de la diversité linguistique des publics.

À titre de comparaison, lors des élections législatives de 2021, le suivi avait porté sur 22 services audiovisuels, ayant diffusé 1 317 contenus pour un volume horaire d'environ 69 heures et 30 minutes.

- Un respect global des règles garantissant la neutralité de l'information le jour du scrutin

Le suivi de la couverture audiovisuelle du jour du scrutin a permis de constater le respect des principales restrictions réglementaires destinées à préserver la liberté du choix électoral, l'égalité entre les partis politiques et la sincérité des opérations de vote.

Ce respect s'est notamment traduit par :

- L'absence de diffusion de résultats de sondages réalisés à la sortie des bureaux de vote, ainsi que d'estimations de résultats ou de pronostics, jusqu'à la fermeture du dernier bureau de vote ;
- L'absence de diffusion de contenus électoraux au bénéfice des partis politiques durant la journée du scrutin, ainsi que de résultats électoraux avant l'achèvement des opérations de vote sur l'ensemble du territoire national ;
- L'absence de diffusion de déclarations, de communiqués, de commentaires ou de prises de position émanant d'observateurs électoraux avant la clôture du scrutin.

Ces constats témoignent de la prise en compte, par les services audiovisuels, des exigences particulières qui encadrent l'information électorale le jour du vote.

- Un dispositif de veille et de dialogue ayant permis des rectifications en temps utile

Parallèlement au suivi des contenus diffusés, le comité de veille et d'accompagnement de la Haute Autorité a maintenu un dialogue permanent avec les services audiovisuels, afin de favoriser le respect des dispositions applicables et de permettre, le cas échéant, la correction rapide des situations relevées.

Dans ce cadre, trois services de radio ont procédé, de leur propre initiative, à la rectification de trois situations signalées par la Haute Autorité au cours de la journée du scrutin.

Ces rectifications ont toutes été diffusées avant la fermeture des bureaux de vote, permettant de remédier aux situations concernées pendant le déroulement même des opérations électorales.

Cette démarche illustre l'intérêt d'une régulation fondée sur la vigilance, le dialogue et la réactivité, permettant de prévenir la persistance d'éventuels manquements sans attendre la mise en œuvre de procédures a posteriori. Dans l'ensemble, le suivi du jour du scrutin met en évidence une mobilisation importante des médias audiovisuels pour informer les citoyens sur le déroulement des opérations de vote, accompagnée d'un certain niveau de vigilance en matière de respect des règles de neutralité et d'intégrité de l'information électorale.

Il souligne également l'apport du dispositif de veille et d'accompagnement de la Haute Autorité, dont l'interaction avec les opérateurs a permis des rectifications rapides, dans le respect de leur responsabilité éditoriale.

Annexe n° 1 : Situations relevées par la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle le jour du scrutin et ayant donné lieu à des rectifications diffusées à l'initiative des services de radio concernés avant la fermeture des bureaux de vote.

8. Décisions du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle relatives aux plaintes et aux autosaisines concernant les contenus de la période électorale

Dans le cadre de ses missions de régulation, le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a adopté cinq décisions relatives à des plaintes et à des cas d'autosaisine concernant des contenus diffusés durant la période électorale.

Selon la nature des faits examinés et leur qualification juridique, ces décisions ont donné lieu au classement de plaintes, à des rappels adressés aux opérateurs concernés et à la suspension temporaire d'un programme.

- Une sanction fondée sur les exigences de neutralité et de réserve

Dans le cadre d'une autosaisine, le Conseil Supérieur a décidé, par sa décision n° 62-26, de suspendre pour une durée d'un mois, à compter du 19 septembre 2026, la diffusion d'un programme religieux sur une radio privée.

Le Conseil a considéré que les propos tenus par l'invité permanent du programme constituaient un manquement au devoir de réserve attaché à sa qualité religieuse, ainsi qu'aux exigences d'objectivité et de neutralité applicables.

Dans son appréciation, le Conseil a également tenu compte des manquements précédemment relevés concernant le même programme.

Des rappels aux exigences d'équilibre, de neutralité et de responsabilité éditoriale

À la suite d'une plainte, le Conseil Supérieur a attiré l'attention d'une chaîne de télévision publique sur la nécessité de garantir une mise en œuvre effective du principe d'équilibre dans la présentation des points de vue divergents, particulièrement lorsque les sujets traités suscitent des positions contradictoires dans le débat public.

Le Conseil a rappelé que cet équilibre constitue une garantie essentielle de l'intégrité de l'information et contribue à permettre au public de se forger librement ses opinions et ses convictions, sur la base d'une information pluraliste.

À la suite d'une autre plainte, le Conseil Supérieur a également attiré l'attention d'une radio privée sur les exigences de responsabilité éditoriale, de neutralité et de maîtrise de l'antenne, ainsi que sur la nécessité de préserver un climat de sérénité, de retenue et de respect dans les échanges radiophoniques, particulièrement durant la période électorale.

- Le respect de la liberté de communication et des principes de proportionnalité et de progressivité

Par ailleurs, le Conseil Supérieur a procédé au classement de trois plaintes, en l'absence de manquements aux dispositions légales et réglementaires applicables aux contenus concernés, conformément au principe de liberté de la communication audiovisuelle.

Dans l'ensemble de ses décisions, le Conseil a veillé à concilier la protection de la liberté de communication avec le respect des exigences réglementaires garantissant l'intégrité du débat électoral.

À cet égard, il a appliqué les principes de proportionnalité et de progressivité, afin d'adapter les mesures prises à la nature et à la gravité des manquements constatés, tout en tenant compte des éventuelles situations de récidive et des décisions antérieurement prononcées.

Cette approche traduit une conception de la régulation visant à assurer l'effectivité des obligations légales et réglementaires, sans restreindre au-delà de ce qui est nécessaire la liberté éditoriale des opérateurs audiovisuels.

Annexe n° 2 : Données détaillées relatives aux décisions du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle concernant les contenus électoraux.

C Principaux enseignements du suivi des élections législatives de 2026 et perspectives de renforcement du pluralisme inclusif

Le suivi de la couverture audiovisuelle des élections législatives du 23 septembre 2026 permet de dégager plusieurs enseignements concernant la contribution des médias audiovisuels au débat démocratique, l'effectivité des garanties du pluralisme politique et les conditions de renforcement de sa dimension inclusive. Au-delà de l'appréciation du respect des obligations réglementaires, ces enseignements éclairent les évolutions du rôle des médias professionnels dans un environnement informationnel profondément transformé par les plateformes numériques et les technologies d'intelligence artificielle.

- La confirmation du rôle essentiel des médias audiovisuels dans la préservation d'un espace public commun et pluraliste

Le premier enseignement concerne le rôle essentiel que continuent de jouer les radios et télévisions nationales dans l'information des citoyens et leur accès au débat démocratique en période électorale.

Dans un environnement informationnel de plus en plus fragmenté, où les mécanismes de ciblage et de recommandation algorithmique tendent à segmenter les publics et les discours politiques, les médias audiovisuels régulés conservent une fonction démocratique singulière : celle d'offrir un espace commun de débat, permettant la confrontation pluraliste des idées, des programmes et des visions politiques.

Malgré la présence croissante des partis politiques sur les réseaux sociaux, les radios et télévisions publiques et privées ont constitué des espaces importants de présentation, de discussion et de mise en perspective des offres politiques, chaque service contribuant à cette dynamique selon sa vocation éditoriale, ses missions et ses moyens.

Alors que les plateformes numériques ont notamment permis aux acteurs politiques de développer leur visibilité, de mobiliser leurs publics et de diffuser directement leurs messages, les médias audiovisuels professionnels ont offert des espaces dans lesquels ces discours ont pu être interrogés, confrontés à d'autres points de vue et replacés dans leur contexte.

Cette différenciation des fonctions, qui n'exclut pas leur complémentarité, souligne l'importance de préserver un environnement médiatique professionnel, pluraliste et régulé, garantissant aux citoyens l'accès à une information électorale diversifiée, intelligible et soumise aux exigences de l'éthique journalistique.

-La préservation globale de la qualité du débat électoral dans un contexte de durcissement des échanges politiques

Comparativement aux élections générales de 2021, la couverture audiovisuelle des élections législatives de septembre 2026 a été marquée par une plus grande virulence de certains échanges politiques, parfois caractérisés par des propos excessifs ou des confrontations particulièrement vives.

Néanmoins, les journalistes et animateurs ont, dans l'ensemble, exercé leurs responsabilités éditoriales et assuré la maîtrise de l'antenne, contribuant ainsi à contenir les dérives susceptibles de porter atteinte à la qualité du débat, notamment les attaques personnelles, les invectives et les propos attentatoires à la dignité des personnes.

Cette évolution intervient dans un contexte de transformation des pratiques de communication politique, marqué notamment par l'influence croissante des réseaux sociaux et la diffusion de formes d'expression privilégiant parfois la polarisation, la surenchère et la disqualification de l'adversaire.

Face à ces évolutions, l'encadrement réglementaire des médias audiovisuels, conjugué aux exigences déontologiques de la profession et aux mécanismes d'autorégulation, contribue à préserver les conditions d'un débat politique contradictoire, mais respectueux des droits des personnes et des principes démocratiques.

- Un respect global des obligations réglementaires et une contribution à l'intégrité de l'information électorale

Le suivi a mis en évidence un niveau globalement satisfaisant de respect des obligations réglementaires applicables aux différentes étapes du processus électoral, depuis la période précédant la campagne officielle jusqu'au jour du scrutin.

Les manquements relevés ont donné lieu, selon les cas, à des interventions de la Haute Autorité ou à des décisions du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle, dans le respect des procédures et des principes encadrant l'exercice de la régulation.

Par ailleurs, aucun cas de diffusion de fausses informations susceptibles de porter atteinte à l'intégrité de l'information électorale n'a été relevé dans les contenus audiovisuels ayant fait l'objet du suivi de la Haute Autorité.

Ce constat revêt une importance particulière dans un environnement numérique marqué par la circulation de contenus trompeurs, la diffusion de discours haineux ou discriminatoires, notamment à l'encontre de candidates, et l'émergence de nouvelles formes de manipulation de l'information, telles que les hypertrucages (deepfakes).

Dans ce contexte, les médias audiovisuels professionnels et régulés ont confirmé l'importance de leur contribution à la fiabilité de l'information électorale et à la préservation d'un espace de débat soumis à des règles de responsabilité et de transparence.

- Une mobilisation importante des services audiovisuels et une diversification des formats de couverture électorale

Les résultats du suivi témoignent d'une mobilisation significative des services audiovisuels publics et privés.

Parmi les 39 services audiovisuels suivis durant les 39 jours de la période électorale, les 19 services retenus pour l'analyse détaillée ont diffusé 5 047 contenus électoraux, représentant plus de 768 heures de programmes.

Cette mobilisation s'est accompagnée d'une diversité de formats et de modalités de traitement de l'actualité électorale.

Outre les journaux d'information, les services audiovisuels ont proposé des débats contradictoires, des entretiens, des analyses de programmes politiques, des reportages de terrain ainsi que des émissions explicatives et pédagogiques consacrées au processus électoral.

Cette diversité éditoriale a permis d'aller au-delà de la simple restitution des activités et des déclarations partisanes, en mettant à la disposition des citoyens des éléments d'information, de contextualisation et de comparaison des différentes offres politiques.

Elle a ainsi contribué à renforcer la fonction des médias audiovisuels comme espaces d'information, d'explication et de délibération démocratique.

- La nécessité de dépasser une approche essentiellement quantitative pour renforcer la dimension inclusive du pluralisme

L'un des principaux enseignements du suivi réside dans la nécessité d'approfondir la dimension qualitative et inclusive du pluralisme dans les programmes d'information et de débat.

Si l'accès équitable des partis politiques aux médias constitue une garantie fondamentale du pluralisme électoral, il ne suffit pas, à lui seul, à assurer la diversité effective des expressions, des expériences et des points de vue proposés aux citoyens.

La qualité du débat démocratique dépend également de la diversité des personnes qui y participent, de la nature des sujets sur lesquels elles sont invitées à s'exprimer et de la place accordée aux différentes réalités sociales, territoriales et linguistiques du pays.

À cet égard, les résultats du suivi des élections législatives de 2026 font apparaître des avancées, mais également la persistance de déséquilibres dans l'accès de certaines catégories de la société aux espaces d'expression politique.

La représentation des femmes demeure notamment limitée. Elles ont constitué 33,4 % des intervenants dans les programmes de la campagne officielle, dont le choix des participants relève des partis politiques, et non des responsables éditoriaux des radios et télévisions.

De même, leur part dans le temps global de parole accordé aux personnalités partisanes dans les programmes électoraux s'est établie à 20 %, contre 19 % en 2021, soit une progression limitée qui témoigne de la persistance d'un déséquilibre dans l'expression politique médiatisée.

La participation des jeunes présente également une évolution contrastée. Si leur présence s'est élargie dans les programmes produits à l'initiative des opérateurs audiovisuels, leur représentation dans les séquences de la campagne officielle a connu un recul par rapport à 2021.

Les Marocains du monde et les personnes en situation de handicap ont bénéficié d'une attention médiatique accrue, sans que cette évolution se traduise par une participation aussi importante aux débats consacrés aux questions d'intérêt général.

Ces constats soulignent les limites d'une conception de l'inclusion réduite à la seule visibilité médiatique des différentes composantes de la société.

L'enjeu n'est pas uniquement de parler des femmes, des jeunes, des Marocains du monde ou des personnes en situation de handicap, mais également de leur donner pleinement la parole sur les choix collectifs et les politiques publiques qui concernent l'ensemble de la société.

Dans cette perspective, la diversité des intervenants constitue non seulement une exigence de représentation, mais aussi une condition d'enrichissement du débat démocratique, par la confrontation d'expériences, de sensibilités et de visions différentes.

- L'accessibilité de l'information électorale : des efforts à poursuivre et à consolider

L'accessibilité des programmes électoraux aux personnes en situation de handicap constitue un autre domaine appelant des efforts soutenus.

La diffusion de contenus électoraux accompagnés d'une interprétation en langue des signes sur deux chaînes publiques témoigne d'une diversification des services concernés par cette démarche.

Toutefois, le nombre de contenus accompagnés d'une interprétation en langue des signes est passé de 174 en 2021 à 109 en 2026, ce qui souligne la nécessité de renforcer la continuité et l'étendue des dispositifs d'accessibilité.

Cette exigence revêt une importance particulière pour les programmes permettant aux citoyens de connaître les offres politiques, de suivre les débats contradictoires et de disposer des éléments nécessaires à la formation de leur choix électoral.

L'accessibilité de l'information ne constitue pas une dimension accessoire du pluralisme : elle conditionne la possibilité, pour tous les citoyens, d'exercer effectivement leur droit à l'information et de participer à la vie démocratique.

En résumé, la HACA recommande d'approfondir la réflexion et d'ouvrir, par la concertation entre toutes les parties prenantes - médias, régulateurs, partis politiques, associations de droits humains, etc- de nouvelles perspectives de renforcement du pluralisme inclusif.

Trois axes d'action semblent prioritaires à ce niveau :

- Premièrement : enrichir l'évaluation qualitative du pluralisme.

Il s'agit de compléter les indicateurs traditionnels relatifs aux temps d'antenne et aux durées de prise de parole par une analyse plus approfondie de la diversité des intervenants, des rôles qu'ils occupent dans les programmes, des sujets sur lesquels ils s'expriment et des conditions dans lesquelles ils participent au débat public.

Cette approche permettrait de mieux apprécier non seulement la présence des différentes catégories de la société dans les médias, mais aussi la portée effective de leur contribution au débat démocratique.

- Deuxièmement : encourager une représentation plus inclusive de la société dans les programmes d'information et de débat.

Cette orientation implique de favoriser une participation plus diversifiée des femmes, des jeunes, des Marocains du monde et des personnes en situation de handicap, en veillant à ce que leur expression ne soit pas limitée aux questions qui les concernent directement.

Elle suppose également de renforcer la prise en compte des réalités territoriales et de la diversité linguistique de la société marocaine, afin d'élargir la pluralité des expériences et des perspectives représentées dans les programmes audiovisuels.

- Troisièmement : améliorer progressivement l'accessibilité des programmes électoraux.

Cette orientation vise notamment à élargir le recours à l'interprétation en langue des signes, au sous-titrage ainsi qu'aux dispositifs et technologies adaptés aux personnes en situation de handicap visuel.

Une démarche concertée avec les opérateurs audiovisuels, tenant compte de leurs contraintes techniques, financières et organisationnelles, permettrait de définir des objectifs progressifs et mesurables, afin de garantir la pérennité des améliorations engagées.

En conclusion générale, du point de vue du régulateur indépendant qu'est la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle, la mobilisation des médias audiovisuels publics et privés à l'occasion des élections législatives du 23 septembre 2026 a confirmé leur rôle essentiel dans la garantie du droit des citoyens à l'information, l'expression du pluralisme politique et la qualité du débat démocratique.

L'enjeu est désormais de faire de cette mobilisation, particulièrement forte en période électorale, une exigence permanente de la vie médiatique et démocratique. Car le pluralisme ne saurait se limiter à la confrontation des offres politiques lors des échéances électorales. Il doit s'inscrire dans la durée, se nourrir de la diversité des voix, des expériences et des sensibilités de la société, et garantir à tous les citoyens la possibilité d'accéder à l'information, de prendre part au débat public et de contribuer à la délibération collective.

C'est dans cette continuité entre le temps électoral et le temps démocratique que réside l'ambition d'un pluralisme véritablement substantiel et inclusif, à même de contribuer à la consolidation démocratique et d'accompagner les profondes transformations que connaît le Royaume, sous la conduite éclairée de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, que Dieu L'Assiste.

D Annexes

Annexe n° 1 : Situations relevées par la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle le jour du scrutin et ayant donné lieu à des rectifications diffusées à l'initiative des services de radio concernés avant la fermeture des bureaux de vote

Radio Mars

- Fait relevé : Dans la chronique d'opinion politique diffusée dans le cadre de l'émission matinale « Mars Attack » (07h34–07h52), l'invité de l'émission a formulé, le jour du scrutin, des pronostics concernant le classement des partis politiques, estimant que le Parti Authenticité et Modernité arriverait en tête, suivi du Rassemblement National des Indépendants. Il a également porté des appréciations sur les campagnes électorales d'autres partis.
- Rectificatif : Entre 11h56 et 12h01, la radio a diffusé un rectificatif précisant que les propos tenus relevaient de l'opinion personnelle de l'invité et ne reflétaient pas sa ligne éditoriale. Elle a réaffirmé son engagement en faveur de la neutralité et invité les citoyens à participer au scrutin et à exercer librement leur droit de vote.

Chada FM

- Fait relevé : Dans l'émission « Sabah Al Khair Ya Maghrib » (08h32–08h33), un auditeur intervenant par téléphone a cité à deux reprises le nom d'une candidate. L'animateur a ensuite fait référence à sa qualité de dirigeante d'un parti politique.
- Rectificatif : Entre 15h05 et 15h16, dans le cadre de l'émission « Parlement du peuple », la radio a diffusé un rectificatif dans lequel l'animateur a réaffirmé l'indépendance de la station et son engagement à observer une égale distance à l'égard de l'ensemble des partis politiques. Revenant sur l'incident survenu dans la matinée, il a également invité les auditeurs à s'abstenir de citer les noms des candidats ou des partis politiques.

Radio régionale de Tanger

- Fait relevé : Dans l'émission « Houna Tanger » (10h08–10h10), un invité a établi une comparaison entre les partis de la majorité gouvernementale sortante concernant la présentation de leurs bilans respectifs. Il a nommément cité un parti politique, le présentant comme le seul à avoir rendu public son bilan.
- Rectificatif : Dans l'après-midi, la radio a diffusé un rectificatif précisant que l'animateur avait rappelé à l'invité la nécessité de ne pas mentionner les noms des partis politiques ou des candidats. Elle a également réaffirmé son engagement à observer une égale distance à l'égard de l'ensemble des acteurs politiques.

Annexe n° 2 : Données détaillées relatives aux décisions du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle concernant les contenus électoraux

1- Plaintes

Plainte du parti du Front des Forces Démocratiques

Le 19 août 2026, la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle a reçu une plainte du parti du Front des Forces Démocratiques faisant valoir que certains médias audiovisuels continuaient à couvrir les activités et déclarations de M. Mustapha Benali et à les présenter au public comme émanant du représentant légal ou du secrétaire général du parti du Front des Forces Démocratiques, alors que, selon la plainte, des éléments juridiques, administratifs et judiciaires établiraient le contraire.

Le parti demandait à la Haute Autorité d'inviter les opérateurs de communication audiovisuelle à respecter leur obligation de vérification et à s'assurer de la qualité juridique et organisationnelle des personnes présentées au public au nom du Front des Forces Démocratiques.

Après examen et délibération, le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a considéré, lors de sa réunion du 17 septembre 2026, que la plainte ne satisfaisait pas aux conditions formelles prévues par la loi et déterminées par la décision du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle n° 83-20 du 22 octobre 2020 relative à la procédure de traitement des plaintes.

Le Conseil a également considéré que le différend soulevé par la plainte relevait des affaires internes du parti et qu'il appartenait à ses instances internes ainsi qu'à la justice de le trancher, dès lors qu'il nécessitait des investigations et une appréciation du bien-fondé des griefs et de la validité des arguments avancés.

Le Conseil a par ailleurs considéré que le rôle des médias, y compris audiovisuels, consiste, dans le respect de la liberté de la communication audiovisuelle, à couvrir les sujets qu'ils estiment d'actualité et présentant un intérêt pour leurs publics, afin de permettre à ceux-ci de disposer de tous les éléments nécessaires pour se forger librement et objectivement leurs propres opinions et convictions.

Plaintes du Parti de l'Union Marocaine pour la Démocratie et du Parti du Centre Social

La Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle a reçu, le 28 août 2026, une plainte du Parti de l'Union Marocaine pour la Démocratie et, le 2 septembre 2026, une plainte du Parti du Centre Social concernant l'émission « ساعة الصراحة » diffusée par 2M.

Les deux plaintes indiquaient que les partis concernés avaient reçu de la chaîne des invitations à participer à une émission consacrée aux élections de 2026. Après examen des invitations, ils ont estimé que le dispositif proposé instaurait une logique de discrimination et d'exclusion, la qualité d'« invité principal » étant réservée aux partis représentés au Parlement, tandis que leur participation était limitée à une rubrique secondaire en « وجها لوجه » d'une durée ne dépassant pas quinze minutes et consistant principalement à interroger l'invité principal sur son parcours politique au gouvernement ou dans l'opposition.

Le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a considéré que les dispositions de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle, telle que modifiée et complétée, notamment ses articles 3 et 4, consacrent le principe de la liberté de l'opérateur dans la conception et la diffusion de ses programmes, dès lors que ceux-ci ne contreviennent pas aux règles encadrant cette liberté.

Aucune disposition législative ou réglementaire n'impose aux opérateurs d'inviter un parti politique déterminé dans une émission déterminée selon une forme, un format, une réalisation ou un contenu particuliers.

En outre, conformément à son mandat constitutionnel et institutionnel, l'intervention de la Haute Autorité s'exerce a posteriori, c'est-à-dire après diffusion et mise à disposition du public, afin de vérifier le respect, par les opérateurs audiovisuels, des principes encadrant le pluralisme politique tels qu'ils sont définis par les textes législatifs et réglementaires régissant le processus électoral.

En conséquence, après examen et délibération sur les deux plaintes, et au regard des dispositions de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle, notamment ses articles 3 et 4, le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a considéré que le rôle et les compétences de la Haute Autorité ne s'étendent ni au contrôle préalable ni à l'intervention dans les choix artistiques, techniques, logistiques ou éditoriaux des opérateurs dans le but d'imposer l'invitation d'un parti selon une forme ou un format déterminé, conformément au principe de liberté de la communication audiovisuelle.

Plainte de M. Rachid El Hamri

Le 7 septembre 2026, la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle a reçu une plainte de M. Rachid El Hamri concernant des propos diffusés lors de l'édition du 2 septembre 2026 de l'émission « ساعة الصراحة » sur 2M.

La plainte indiquait que l'émission avait comporté plusieurs accusations directes et personnelles à l'encontre du plaignant, formulées par l'invité M. Idriss Azami Al Idrissi.

Selon la plainte, celui-ci aurait notamment évoqué un « conflit d'intérêts lié à l'activité des carrières dans la région de Skhirat » ainsi que l'organisation de « banquets électoraux lors de précédentes campagnes », allégations que le plaignant considérait comme susceptibles de porter atteinte à son image, à sa réputation et à sa dignité auprès de l'opinion publique et des électeurs.

Après visionnage, il est apparu que l'échange à l'origine des griefs faisait suite à une question posée à l'invité principal par M. El Houcine Nafi, intervenant dans l'une des rubriques du programme. La question portait, compte tenu de la candidature de l'invité principal dans la circonscription de Skhirat-Témara, sur sa compétition avec l'actuel président de la commune de Skhirat, le plaignant, présenté par l'intervenant comme appartenant au « parti des conflits d'intérêts et des fraudeurs ».

L'invité principal avait réagi en formulant des critiques particulièrement sévères concernant la gestion du secteur de la propreté par le plaignant, son bilan parlementaire, ainsi que des accusations de « conflit d'intérêts » et de tentative d'influencer les électeurs.

Le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a considéré que, si les propos tenus s'inscrivaient dans le contexte des confrontations politiques propres à la période électorale, les deux positions exprimées au cours de l'émission convergeaient globalement dans le même sens concernant la gestion locale du plaignant, ses activités partisanes et sa campagne électorale, et ce sans présentation de son point de vue sur la gestion de la commune qu'il préside.

Cette situation était susceptible de rendre plus difficile, pour le public, la possibilité de se forger librement et objectivement sa propre opinion et ses propres convictions.

Le Conseil Supérieur a également estimé que l'intervention et la réaction des présentateurs de l'émission face aux accusations, critiques et mentions répétées et explicites du nom du plaignant n'avaient pas été suffisamment fermes pour rectifier ou relativiser les propos des deux invités, compte tenu notamment de l'absence du point de vue de la personne concernée, au regard des exigences liées à la maîtrise de l'antenne.

Lors de sa réunion du 17 septembre 2026, le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a décidé de prendre les mesures appropriées à l'égard de la chaîne et d'attirer tout particulièrement son attention sur la nécessité de respecter les dispositions légales et réglementaires encadrant le secteur audiovisuel, notamment celles relatives à la responsabilité éditoriale.

Le Conseil a également rappelé la nécessité de mettre pleinement en œuvre le principe d'équilibre dans la présentation de points de vue divergents lorsqu'un sujet de débat public donne lieu à des positions différentes. Ce principe constituant l'une des garanties de l'intégrité de l'information et l'un des fondements permettant au public de se forger objectivement ses propres convictions.

Plaintes de M. Abdellah Ghazi et du Rassemblement National des Indépendants

La Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle a reçu deux plaintes concernant la même émission. La première, en date du 7 septembre 2026, a été déposée par M. Abdellah Ghazi, en sa qualité de président de la commune de Tiznit, concernant le contenu de l'édition du 4 septembre 2026 de l'émission « الحقيقـة في 90 دقيقـة », diffusée par Radio Mars.

La seconde, datée du 15 septembre 2026, a été déposée par le Rassemblement National des Indépendants et concernait l'édition du 14 septembre 2026 de la même émission.

La plainte de M. Abdellah Ghazi indiquait que l'émission du 4 septembre 2026 avait comporté plusieurs accusations ainsi que des qualificatifs jugés diffamatoires et attentatoires à la dignité des responsables et élus de la commune, notamment lorsqu'ils ont été qualifiés de « الأشرار », accusés de négligence et de manque de responsabilité, et lorsque les données financières et techniques relatives au soutien apporté à l'équipe Amal Tiznit et au projet de construction d'un stade de football ont été mises en doute.

Le plaignant a considéré que ces éléments constituaient un manquement aux exigences d'intégrité, d'objectivité, d'équilibre et de maîtrise d'antenne.

La plainte du Rassemblement National des Indépendants indiquait, quant à elle, que l'émission du 14 septembre 2026 avait comporté des déclarations de l'animateur qui, en évoquant le parti, avait utilisé les expressions suivantes « لا باس ملي مـازال مخرجنـاش الحجـر كنضربو به ».

Le parti a estimé que cette formule dépassait les limites de la critique et du commentaire médiatique acceptables en raison de sa connotation menaçante et de la référence explicite à « الحجر والضرب » lorsqu'il s'agissait de s'adresser à un acteur politique participant aux élections.

Le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a considéré que les expressions employées par l'animateur dans les deux émissions précitées dépassaient le cadre habituel et communément admis de la critique, de l'analyse et du débat sur les événements sportifs.

Le Conseil a également estimé que, compte tenu de leur contexte et de leur teneur, ces expressions constituaient un manquement à l'obligation de maîtrise d'antenne, laquelle impose à l'animateur de maintenir, en toutes circonstances, un niveau de mesure, de responsabilité et de retenue dans le discours médiatique.

En conséquence, lors de sa réunion du 17 septembre 2026, après examen des éléments des deux plaintes, délibération et visionnage des contenus concernés, le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a décidé d'attirer l'attention de la radio sur la nécessité de respecter les dispositions légales et réglementaires encadrant le secteur audiovisuel, notamment celles relatives à la responsabilité éditoriale ainsi qu'aux exigences d'impartialité, de sérénité, de mesure et de maintien d'un niveau de débat respectueux de l'ensemble des auditeurs, particulièrement pendant la période électorale.

2 - Autosaisines

La Haute Autorité a relevé que l'édition du 18 septembre 2026 du programme « ديـن ودنيـا », diffusé sur Chada FM, comportait plusieurs propos tenus par l'invité permanent de l'émission, présenté en qualité de « professeur, cheikh et prédicateur », notamment :

- إلى كان هـذا السـيد هـذا كيسـتحق، هنيئـا لـك، إنسـان صـادق، إنسـان معقـول، إنسـان يـعني كيخـاف اللـه، إنسـان كيخـدم الوطـن، إنسـان (...)» كيخـدم المواطـن، إنسـان كيـحترم الديـن، كيخـدم الديـن، معمـرو طعـن في الديـن ولا في أحكام الديـن ولا في أحكام الشرع، نعـام أسـيدي غـادي نصـوت عليـه، هنيئـا لـك. لكـن المصيبـة لما تكـون أنك صوتـت على واحد من الفاسـدين، نهـب، سرق، احتـال، أخذ، اسـتغل، طعـن في الدين، اسـتهزأ بالديـن، وفي الأخير تصـوت عليـه، توقـف حـداه يـوم القيامـة، سـتكتب شـهادته، غانكتـب الشـهادة ديالـو. الشـهادة ديالك غتكتـب معاه، يـا إما صالحة غتكـون معـاه، يـا إمـا فاسـدة غتكـون معـاه (...)»؛
- لكـن إلى حنـا اختارينـا النـاس همـا صالـحين، مسـتقم.. تيـصلي، تيخـاف الله، متيضيعـش الأمانة، شـفناه عندنا فالحـي وعاهدنا وعرفناه، وشـفنا (...)» الأخلاق ديالـو.. ولا يطعـن فالديـن، المهـم فهـادشي كلـه الوطـن والديـن، لايطعـن لا في ديـن ولا ينهـب أموال هـذا البلد، هـذا نصوت عليـه(...)»؛

Le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a considéré que ces propos contrevenaient au devoir de réserve inhérent à la qualité religieuse. Il a relevé, à cet égard, l'association de la pratique publique des rites religieux et du statut symbolique de l'intervenant à des propos de nature à orienter la volonté électorale.

Le Conseil a également estimé que le discours ainsi tenu ne respectait pas les exigences d'objectivité et de neutralité et impliquait, en outre, une discrimination négative entre différentes composantes de la société. Ce discours contrevenait ainsi à l'exigence de contribution à l'effort de cohésion sociale, particulièrement durant la période électorale.

Le Conseil Supérieur a également considéré que la réaction de l'animatrice de l'émission aux propos précités avait, dans son ensemble, abondé dans le sens du discours tenu. Cette réaction n'était pas conforme aux exigences de maîtrise d'antenne, d'animation responsable et de maintien d'un niveau de débat respectueux de l'ensemble des auditeurs. Le Conseil a en outre relevé que l'animatrice n'avait pas suffisamment mis l'accent sur le fait que les propos et affirmations de l'invité n'exprimaient qu'un avis personnel.

En conséquence, lors de sa réunion du 18 septembre 2026, le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a décidé de suspendre pour une durée d'un mois, à compter du 19 septembre 2026, la diffusion du programme ديـن ودنيـا sur Chada FM, pour non-respect des obligations relatives à l'intégrité de l'information et des programmes, aux exigences déontologiques ainsi qu'au devoir de maîtrise de l'antenne.


انتخابات
2026