

PRESENTATION DE LA DECISION DU CSCA N°14-07 RELATIVE A LA GARANTIE DU PLURALISME POLITIQUE DANS LES MEDIAS AUDIOVISUELS PENDANT LA PERIODE DES ELECTIONS LEGISLATIVES GENERALES DE 2007



De quoi est-il question dans cette décision ?

- des modalités d'accès équitable aux médias audiovisuels par les partis politiques participant aux élections générales législatives pendant la période électorale, en dehors de celles concernant les émissions relatives à la campagne électorale qui sont arrêtées par voie réglementaire ;
- des conditions de production des émissions relatives à la campagne électorale dans les médias audiovisuels publics, en complément des textes réglementaires pris en application de l'article 295 de la loi n°9.97 formant code électoral,

A qui s'adresse-t-elle ?

Cette décision s'adresse particulièrement aux médias audiovisuels publics, auxquels est impartie la mission de service public de garantir des conditions d'accès équitables aux partis politiques participant aux élections générales législatives.

Elle s'adresse, également, à titre accessoire, aux opérateurs audiovisuels privés qui envisageraient de couvrir l'actualité électorale et de contribuer à l'animation de la période électorale.

Comment sont répartis les rôles entre les institutions chargées de l'organisation de l'accès des partis politiques aux médias audiovisuels ?

Le Gouvernement :

Le code électoral vise les médias publics. Les textes réglementaires établis par le gouvernement en application de l'article 295 de la loi n°9.97 formant code électoral concernent la TVM (Al Oula) , la chaîne 2M, la Radio Nationale et la Radio Amazigh.

Obligation de diffuser les émissions relatives à la campagne électorale, de typologie déterminée (décret pris en application de l'article 295 de la loi n°9.97 formant code électoral) de ***durées prédéfinies*** (arrêté interministériel pris en application du décret susvisé) et ***préprogrammées*** (tirage au sort prévu par l'arrêté susvisé)

Emissions concernées :

- Interventions directes (et spots)
- Invitations aux JT et aux JR
- Séquence unique de couverture de meeting(s)

Contrôle : La HACA contrôle, a posteriori, le respect des durées prédéfinies par l'arrêté interministériel pour chaque parti et le respect de la programmation préétablie (heures et ordres de passages de chaque parti résultants du tirage au sort).

Elle contrôle, a posteriori, également, le respect des règles relatives à la production desdites émissions.

La HACA :

La décision du CSCA n°14-07 vise l'ensemble des médias audiovisuels publics et privés participant à l'animation de la période électorale.

Obligation d'équilibrer les périodes d'accès et les temps d'antenne et de parole consacrés aux partis politiques (**accès réguliers et équitables**)

Programmes concernés : Tous les programmes, **concus en toute liberté par les médias audiovisuels** (JT, JR, émissions de débats, magazines d'information ...) traitant des activités des partis et/ou de l'actualité relative aux élections.

Contrôle : La HACA contrôle le respect de l'équité et la régularité d'accès des partis politiques, aussi bien en période de précampagne qu'en période de campagne électorale

Définitions

Période électorale : la période comprenant la période de ***précampagne électorale***, ainsi que la période de ***campagne électorale***. Le choix de l'expression « ***période électorale*** » est dicté par les termes de l'article 22, 2e tiret du dahir portant création de la HACA. En effet, cet article dispose que « La Haute Autorité veille, en particulier, à ce qu'***en période électorale***, les candidats concurrents aient droit à des temps d'antenne réguliers et équitables sur les stations de radio et de télévision de portée nationale et régionale ».

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

Période de la précampagne électorale : la période qui commence trente jours avant la date de clôture de l'année législative 2006/2007 (13 juin 2007 à zéro heure) et se termine à la date de début de la période de la campagne électorale (24 août 2007 à minuit). L'institution d'une période de précampagne se justifie par les considérations suivantes:

- S'approprier une réalité avérée : le commencement et l'installation de la campagne dans les médias longtemps avant le lancement officiel de la campagne électorale ;

- La mission de veille impartie à la HACA au 2^e tiret de l'article 22 du Dahir s'étend sur toute la **période électorale** et ne se limite pas seulement à la durée de la campagne électorale ;
- Offrir au public de l'information, et non seulement de la communication électorale élaborée par les partis politiques, dans une optique d'encouragement de la modernisation du traitement de l'actualité électorale par les médias audiovisuels.

Emissions relatives à la campagne électorale : l'ensemble des programmes visés par le décret relatif à l'utilisation des moyens audiovisuels publics pendant la campagne électorale par les partis politiques à l'occasion des élections générales communales et législatives, pris en application de l'article 295 de la loi n°9.97 formant Code électoral. Cette expression s'inspire des termes de l'article 22 du dahir portant création de la HACA qui dispose, dans son 2^e paragraphe, que celle-ci est habilitée à fixer les règles nécessaires au respect de l'équité devant être assurée ... « quant aux conditions de production, de programmation et de diffusion des **émissions relatives aux campagnes électorales** » ;

Ces émissions (interventions directes et spots, invitations aux JT et aux JR, séquence unique de couverture de meetings), sont de durées prédéfinies par l'arrêté interministériel pris en application du décret susvisé. Elles sont par ailleurs préprogrammées, les heures et ordres de passages de chaque parti étant établis lors d'une séance de tirage au sort organisée en présence des représentants des partis politiques.

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

Temps de parole : Le temps pendant lequel s'exprime à l'antenne un intervenant d'un parti politique.

Temps d'antenne : La durée consacrée à l'antenne à un parti ou à l'un de ses candidats dans les services audiovisuels. Elle comprend pour chaque parti :

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

Qui peut diffuser les émissions relatives à la campagne électorale ?

Seuls les opérateurs publics peuvent, dans le respect des dispositions du décret, programmer et diffuser les émissions relatives à la campagne électorale. Les opérateurs privés sont expressément interdits de diffuser ces émissions (article 17)

Comment garantir le respect du principe de l'équité par les médias audiovisuels et selon quelle répartition ?

Un principe est une référence générale

Les médias audiovisuels garantissent à tous les partis participant aux élections générales législatives, aussi bien en période de précampagne électorale qu'en période de campagne électorale, des temps d'antenne et de parole **réguliers et équitables**, ainsi que des conditions

de programmation comparables dans le cadre des programmes de la période électorale (**article 2**).

Des critères précis :

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

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

Sur quel référentiel s'est-on appuyé pour édicter ces critères ?

Afin d'inscrire son action dans le cadre de sa mission de régulateur du secteur audiovisuel, la Haute Autorité a retenu comme base de calcul et de répartition, devant servir à l'appréciation de l'équité d'accès des partis politiques aux médias audiovisuels, les critères retenus par les textes réglementaires établis par le gouvernement. En effet :

- Les règles édictées par la HACA déclinent les critères d'appréciation et d'évaluation du principe de l'équité d'accès des partis politiques à l'antenne des médias audiovisuels, proportionnellement à la représentativité de ces partis, en référence à la typologie du spectre politique national adoptée par l'arrêté interministériel, pris en application du décret 233-97-2 relatif à l'utilisation des médias audiovisuels publics lors des élections générales
- La répartition des temps d'antenne et de parole pour l'ensemble des programmes de la période électorale a été établie proportionnellement aux durées garanties par le gouvernement aux partis politiques participant aux législatives de 2007 dans les médias publics lors de la campagne électorale, à travers les émissions relatives à la campagne électorale visées par le décret 233-97-2 relatif à l'utilisation des médias audiovisuels publics lors des élections générales

Quelle base temporelle pour l'appréciation de l'équité ?

Le respect de l'équité est apprécié séparément en période de précampagne électorale et en période de campagne électorale (Article 3, 2^{ème} alinéa).

Quid de la comptabilisation des temps d'antenne et de parole ne se rapportant pas à l'actualité électorale ?

La couverture de l'actualité non liée aux élections générales législatives pendant la période électorale *continue d'obéir aux dispositions de la décision du CSCA n° 46-06* (Article 3, 3^{ème} alinéa)

Comment la décision prévient-elle les « abus » dans le traitement de l'actualité non liée aux élections ?

Pendant toute la durée de la période électorale, **les médias audiovisuels s'abstiennent d'inviter les représentants des partis politiques** participant aux élections ainsi que leurs candidats aux programmes traitant de l'actualité non liée aux élections générales législatives, **sauf en cas d'impératif majeur lié à l'actualité.** (Article 3, 4^{ème} alinéa)

Quelles règles de gestion pour les traitements localisés de l'actualité électorale ?

Lorsqu'il est traité d'une candidature particulière dans une circonscription électorale donnée, les médias audiovisuels veillent à ce que les autres candidatures relevant de la circonscription concernée, et éventuellement les personnes qui les soutiennent, bénéficient de conditions de traitement équitables. (Article 4). *Il s'agit ainsi d'une règle suffisamment contraignante pour obliger les médias locaux à se conformer strictement au principe d'équité et pour responsabiliser les médias nationaux dans le sens de tenir autant de comptabilités que de circonscriptions traitées, s'ils traitent de candidatures particulières dans des circonscriptions électorales données.*

Quelles règles déontologiques particulières pour les médias audiovisuels en période électorale ?

Honnêteté, objectivité et respect de la dignité

- Les médias audiovisuels doivent observer les règles de *l'honnêteté et de la neutralité* et doivent *s'abstenir de diffuser tout programme pouvant propager de fausses informations ; comportant de la diffamation, de l'insulte ou du dénigrement, ou tout programme qui risque de perturber le cours normal de la période électorale par son contenu ou par sa forme.* (article 5)
- *Compte tenu de la spécificité de la période électorale*, les médias audiovisuels sont appelés, dans le cadre de leur *obligation générale de maîtrise d'antenne*, à faire preuve d'une *vigilance particulière* quant à la *diffusion de tout ce qui est susceptible de conduire à la réclamation d'un droit de réponse ou de la diffusion d'un démenti* pendant toute la durée de la période électorale. (article 5)
- Les médias audiovisuels doivent, *tout particulièrement* dans leurs programmes de la période électorale, *distinguer clairement l'opinion de l'information.* (article 6)
- Les comptes rendus, commentaires et présentations liés à l'actualité électorale doivent être traités avec rigueur et être *exposés avec un souci permanent d'équilibre et d'honnêteté.* Les médias audiovisuels doivent veiller, également, à ce que *les extraits des déclarations* et écrits des candidats, ceux des représentants des partis politiques,

ainsi que les commentaires auxquels ils peuvent donner lieu *ne soient pas sortis du contexte* général dans lequel ils ont été formulés et que *leur sens ne soit pas perverti*. (article 6)

Prévention de situations de conflits d'intérêts

- Les médias audiovisuels sont tenus de veiller à ce que les journalistes, animateurs, présentateurs et assimilés, qui y opèrent et qui seraient candidats aux élections législatives, s'abstiennent de paraître ou de s'exprimer de quelque façon que ce soit dans le cadre de l'exercice de leur fonction, dès l'annonce officielle de leur candidature et jusqu'à la clôture du dernier bureau de vote. (Article 7)
- Les sociétés nationales de l'audiovisuel public veillent à ce que leurs personnels participant à la production des émissions relatives à la campagne électorale observent la neutralité et de secret professionnel. (Article 22)

Quid de la participation de candidats aux campagnes de sensibilisation ou d'incitation à la participation ?

En période de précampagne électorale, elles sont tolérées mais comptabilisées

Pendant toute la durée de la période de précampagne électorale, *les apparitions et les interventions d'un candidat*, d'un représentant ou d'un membre des instances dirigeantes d'un parti politique *au sein de spots ou de capsules de sensibilisation* ou d'incitation à la participation aux élections sont *comptabilisées* respectivement *au titre du temps d'antenne et de parole qui échoit au parti en question* selon les règles prévues par la présente décision (article 8, 1^{er} alinéa)

En période de campagne électorale, elles sont interdites

Dès le début de la période de campagne électorale et jusqu'à la clôture du dernier bureau de vote, *les médias audiovisuels s'abstiennent de diffuser tout spot ou capsule de sensibilisation* ou d'incitation à la participation aux élections *mettant en scène un ou plusieurs candidats*, représentants ou membres des instances dirigeantes de parti politique. (article 8, 2^{ème} alinéa)

Quelles règles particulières pour adapter les conditions de diffusion des programmes aux difficultés des personnes sourdes et malentendantes

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

Fin de la campagne dans les médias et règles de vigilance

- Les médias audiovisuels *s'abstiennent de diffuser tout contenu de nature électorale* au profit des partis *pendant le jour du scrutin*.
- Il est *interdit*, également, *de diffuser tout résultat* partiel ou définitif *avant la fermeture du dernier bureau de vote sur le territoire national*. (Article 10)

Quel formalisme d'invitation entre les médias audiovisuels et les partis ?

Afin d'éviter tout litige pouvant provenir des annulations de dernières minutes, et de permettre une interaction raisonnable et positive entre les opérateurs audiovisuels et les partis politiques, les médias audiovisuels invitent les partis politiques à participer aux programmes de la période électorale **48 heures au moins avant la date de leur production et ce, par écrit contre accusé de réception.** (article 13)

Quelles obligations d'information pèsent sur les opérateurs à l'égard de la HACA ?

Afin de faciliter les échanges entre la HACA et les médias, notamment eu égard à la durée relativement courte de la période électorale :

- Pendant toute la durée de la période électorale, les médias audiovisuels transmettent à la Haute Autorité, chaque lundi, la liste des programmes de la période électorale diffusés au cours de la semaine écoulée. (article 15 2^{ème} alinéa)
- Concernant les émissions relatives à la campagne électorale, les médias audiovisuels informent par écrit la Haute Autorité de la grille de programmation de ces émissions au plus tard vingt quatre heures avant le début de la période de la campagne électorale.(article 16)

Quel encadrement juridique pour la production des émissions relatives à la campagne électorale

Production chez les opérateurs publics

Obligation : les sociétés nationales de l'audiovisuel public sont obligées d'assurer la production des émissions relatives à la campagne électorale (Article 18, 1^{er} alinéa)

Condition pour la productions de spots de partis: adresser aux sociétés nationales de l'audiovisuel public une demande par écrit contre accusé de réception, dix jours après réception de la notification des spécifications techniques et des délais de remise (Article 18 2^{ème} alinéa)

Equité de traitement : les sociétés nationales de l'audiovisuel public garantissent aux partis politiques des conditions de production similaires pour les émissions relatives à la campagne électorale (article 18 3^{ème} alinéa)

Prévention de contestations : le représentant mandataire du parti politique signe le bon à diffuser de chaque émission à la fin du montage, une copie des émissions de radio et audiovisuelles de l'ensemble des émissions produites prêts à diffuser sont remises, contre accusé de réception, au signataire du bon à diffuser. (article 21)

Production par les moyens propres des partis

Principe : Les partis politiques peuvent réaliser, par leurs propres moyens, leurs spots ainsi que tout ou partie de leurs émissions relatives à la campagne électorale consacrées aux « interventions directes ». (article 19)

Condition : remettre aux sociétés nationales de l'audiovisuel public des émissions sous le format « programmes prêts à diffuser », de durées conformes aux dispositions des textes réglementaires devant être pris en application de l'article 295 de la loi n°9.97 formant code électoral, conformes aux spécifications techniques requises par lesdites sociétés dont elles les informent, par écrit contre accusé de réception, cinquante (50) jours avant la date de début de la période de la campagne électorale (article 19). Un délai de 10 jours est ainsi accordé aux

partis pour s'enquérir des spécifications techniques et des délais de remise et évaluer leur capacité (ou celles de leurs prestataires de production) à les respecter, avant de devoir recourir, dans la négative le cas échéant, aux sociétés nationales de l'audiovisuel public pour leur assurer la production de spots.

Gestion des risques :

- Les sociétés nationales de l'audiovisuel public s'assurent de la conformité des émissions relatives à la campagne électorale produits par les moyens propres des partis politiques aux dispositions des articles 5, 11 de la décision. (article 20)
- Le délai de remise doit tenir compte de la nécessité d'introduire les modifications qui s'avéreraient nécessaires pour la mise en conformité de l'émission avec les dispositions de la décision, notamment celles prévues à l'article 11 (article 19)

Quelles contraintes et quelles spécifications éditoriales ?

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

- Porter atteinte aux dogmes du Royaume telles que prévues à l'article 9 (alinéa 1er) de la loi sur la communication audiovisuelle n°77.03 ;
- porter atteinte à l'ordre public ou la sécurité des personnes et des biens ;
- recourir à tout moyen d'expression portant atteinte à la dignité de la personne humaine et au respect d'autrui;
- porter atteinte aux secrets protégés par la loi ;
- permettre aux partis politiques de procéder à des appels de fonds.

Ces programmes et ces émissions ne peuvent en outre comporter :

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

Quelles spécifications techniques ?

Les spécifications techniques sont arrêtées par les sociétés nationales qui les portent à la connaissance des partis souhaitant recourir à des producteurs « privés », par écrit contre accusé de réception, cinquante (50) jours avant la date de début de la période de la campagne électorale (article 19)

Quid de la couverture des rassemblements électoraux pendant la période de la campagne électorale (article 14) ?

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

Format : reportages diffusés au sein de leurs journaux télévisés ou radiodiffusés

Comptabilisation : principe de l'équité

Entrée en vigueur

La décision du CSCA entre en vigueur dès sa publication au Bulletin Officiel.

Les mécanismes opérationnels de mise en œuvre

Régulation, auto-régulation

En ce qui concerne les émissions relatives à la campagne électorale (partie fixe, préprogrammée), les opérateurs publics, après avoir établi une grille prévisionnelle de diffusion sur la base de la réglementation en vigueur, informent la Haute Autorité du contenu et des modalités de cette dernière, dans des conditions de nature à faciliter sa mission de régulation et de contrôle a posteriori. Les médias audiovisuels publics ne disposant à ce niveau d'aucune marge de manœuvre éditoriale, étant donné qu'ils agissent en tant que simples diffuseurs.

Pour ce qui est de la « partie dynamique », représentée par les programmes de la période électorale (informations et magazines d'informations, de débats ...), les médias audiovisuels doivent bien évidemment assurer un suivi, pour leurs besoins propres, en effectuant le décompte des temps de parole et d'antenne accordés aux différents partis, afin de veiller à préserver les équilibres tels que définis par le présent projet de décision. La Haute Autorité se charge, également, d'établir les décomptes des temps de parole et d'antenne.

Plaintes

Les partis qui participent aux élections peuvent saisir la Haute Autorité d'une plainte afférente au non respect du pluralisme en période électorale législative générale.

Comptabilisation

La comptabilité tenue pour les programmes de la période électorale diffusés par les médias audiovisuels publics et privés est totalement indépendante de celle relatives aux émissions relatives à la campagne électorale (ou « partie fixe ») diffusé par les médias publics.

Egalement, la comptabilité tenue pour les programmes de la période électorale est faite distinctement pour la période de précampagne électorale et la période de la campagne électorale.

Procédures et pouvoirs de contrôle de la HACA

A partir du début de la période électorale, la Haute Autorité établit des rapports hebdomadaires sur la garantie du pluralisme dans les programmes électoraux autres que ceux de la campagne officielle, qu'elle transmet aux opérateurs afin de leur permettre de mieux assurer le suivi des temps d'antenne et de parole qu'ils consacrent à l'actualité électorale. A cette fin, une structure *ad hoc* sera constituée pour renforcer l'unité pluralisme au sein dudit département.

Pour ce qui a trait aux émissions relatives à la campagne électorale, la Haute Autorité devra veiller à leur conformité aux dispositions des textes pris en application de l'article 295 du code électoral (qui donnent notamment lieu à l'établissement d'une grille prévisionnelle de diffusion par les médias audiovisuels publics), ainsi qu'au respect des conditions de production établies par la décision du CSCA n°14-07

Concernant le pouvoir de vérification et de sanction, il convient de rappeler que la Haute Autorité est habilitée par la législation en vigueur à contrôler l'application de cette décision et le respect du pluralisme par la totalité des médias audiovisuels, dans tous les programmes de la période électorale et les émissions relatives à la campagne électorale (parties dynamique et fixe) et sur l'ensemble de la dite période (précampagne et campagne électorale).