ROYAUME DU MAROC

CAHIER DE CHARGES

SOCIETE D'ETUDES ET DE REALISATIONS AUDIOVISUELLES

SOREAD-2M

الهيئة العليا
للاتصال السمعي البصري
Haute Autorité de la
Communication Audiovisuelle

PRÉAMBULE :

DE LA SOCIÉTÉ ET DE SES MISSIONS DE SERVICE PUBLIC

Le présent cahier des charges encadre l'activité dans le secteur audiovisuel de la Société d'Etudes et de Réalisations Audiovisuelles S.A. (SOREAD), éditrice des services de télévision et de radio dénommés « 2M ».

La SOREAD, ci-après désignée « la société », est une société anonyme de droit marocain dont le capital social, indiqué en annexe 1 du présent cahier des charges, est majoritairement détenu par l'Etat. Au sens des articles 1er et 47 de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle, la société est une société nationale de l'audiovisuel appartenant au secteur public de la communication audiovisuelle.

La société est soumise aux dispositions de la loi n° 77-03 précitée et de ses textes d'application, du dahir n°1-02-212 du 31 août 2002 portant création de la Haute autorité de la communication audiovisuelle, ainsi que du présent cahier des charges pris en application des articles 48, 49 et 81 de la loi n° 77-03 précitée.

Le siège social de la société est situé à Casablanca, Km 7,300 Route de Rabat.

La société assure, dans l'intérêt général, des missions de service public visant à satisfaire les besoins d'information, de culture, d'éducation et de divertissement du public.

Elle propose une programmation de référence, généraliste et diversifiée, à l'intention du public le plus large, fondée sur les valeurs de la civilisation marocaine islamique, arabe et amazigh ainsi que sur les valeurs humanistes universelles.

Elle soutient les valeurs de démocratie, de liberté, de tolérance, d'ouverture et de modernité, et favorise le dialogue et la cohésion nationale, dans le respect des individualités, des pensées et des croyances.

Elle garantit le respect de la pluralité d'expression des courants de pensée et d'opinion.

Elle accompagne, au travers de ses programmes, l'effort de modernisation et de développement socio-économique du pays et encourage le civisme, les comportements citoyens, la solidarité, la responsabilité et le goût d'entreprendre.

Elle assure une information de qualité, nationale et internationale. Elle favorise également l'expression régionale et une information de proximité.

L'information proposée rend compte notamment de la vie publique nationale et régionale, des préoccupations collectives, de l'actualité sociale, de la conduite des réformes, et fournit aux téléspectateurs et auditeurs les éléments de compréhension et d'analyse leur permettant d'exercer leur liberté de jugement, leurs droits et leurs devoirs dans la communauté nationale.

La société assure la diffusion des discours de S.M. le Roi et rend compte des activités Royales.

Elle rend compte de l'actualité des débats parlementaires.

Elle assure la diffusion des communiqués et messages que le gouvernement peut à tout moment faire programmer.

Elle contribue à l'intégration de tous dans la communauté nationale, notamment par la pluralité des genres de programmes, par leur diversité linguistique et par leur diffusion internationale à destination des Marocains résidant à l'étranger.

Elle porte une attention particulière à proposer des émissions à destination des publics jeunes et favorise le dialogue intergénérationnel.

Elle s'efforce de développer progressivement l'accès des personnes malentendantes aux programmes télévisuels par tout procédé approprié.

Elle valorise l'identité nationale, le patrimoine et la création artistique.

Elle favorise la création originale de productions audiovisuelles, cinématographiques et musicales nationales.

Elle garantit le respect du droit d'auteur et des droits voisins, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur et aux engagements internationaux du Maroc.

Les programmes de la société sont destinés à être diffusés sur l'ensemble du territoire national, à l'intention du public le plus nombreux.

La société favorise, dans la mesure des possibilités techniques et de ses capacités financières, l'expression régionale sur des antennes décentralisées sur le territoire du Royaume.

La société contribue également au rayonnement de la culture et de la civilisation marocaines à l'étranger à destination d'auditoires étrangers et des Marocains résidant à l'étranger.

Pour l'accomplissement de ces missions et dans l'intérêt du public, la société recherche et favorise des solutions de complémentarité et de coordination avec les autres sociétés nationales de l'audiovisuel.

Pour la réalisation de ses missions ci-dessus exposées, la société conclut des contrats programmes annuels ou pluriannuels avec l'Etat.

Les dispositions des Titres II à IV du présent cahier des charges sont applicables à l'ensemble des services édités par SOREAD-2M.

TITRE PREMIER

PROGRAMMATION ET PRODUCTION

CHAPITRE PREMIER

DISPOSITIONS PARTICULIÈRES APPLICABLES AU SERVICE DE TÉLÉVISION 2M

Article 1er – Objet

Les dispositions du présent chapitre s'appliquent au service de télévision dénommé 2M diffusé par voie hertzienne terrestre sur le territoire national et qui peut être simultanément et intégralement diffusé par satellite.

Article 2 – Horaires

Le programme est diffusé tous les jours et au moins vingt heures par jour en moyenne annuelle.

Article 3 - Caractéristiques générales de la programmation

La société propose une programmation de référence, généraliste et diversifiée, tendant à satisfaire les besoins d'information, de culture, d'éducation et de divertissement du public le plus large.

Cette programmation comporte l'ensemble des genres de programmes :

- journaux et magazines d'information politique et générale ;
- magazines de société ;
- magazines culturels, documentaires, émissions de connaissance et d'éducation ;
- programmes consacrés à la religion ;
- émissions de vie pratique ;
- variétés musicales, jeux et divertissements, spectacles vivants ;
- oeuvres audiovisuelles de fiction ;
- oeuvres cinématographiques ;
- programmes pour l'enfance et la jeunesse ;
- retransmissions et émissions sportives.

Article 4 - Emissions d'information

La société produit et diffuse, chaque jour, au moins trois journaux télévisés.

Dans le respect du pluralisme des courants d'expression et d'opinion, les journaux télévisés présentent les principaux événements de la vie nationale dans les domaines politique, économique, social, culturel et sportif. Ils rendent compte des activités Royales.

Ils rendent compte également des annonces gouvernementales, des principales activités ministérielles, des débats parlementaires et des activités importantes des formations politiques et syndicales représentatives, dans le respect des règles d'équité d'accès définies par la Haute autorité de la communication audiovisuelle. Ils informent le public national des principaux événements de la vie locale et régionale, grâce à l'apport en images ou en commentaires des équipes journalistiques déployées dans ses centres régionaux de production à travers le Royaume. Ils traitent également des principaux événements internationaux.

La société programme aussi, au moins quarante fois par année, des émissions de reportages, d'entretiens ou de débats dédiées à l'actualité politique et générale, dont au moins dix sont consacrées au débat politique

Elle assure la diffusion des discours de S.M. le Roi.

Elle diffuse, chaque semaine au cours de la session parlementaire, parmi ses programmes débutant entre 9 h et minuit, un magazine, d'une durée au moins égale à vingt-cinq minutes, consacré aux débats parlementaires et à l'expression des formations politiques représentées au Parlement, dans le respect des règles d'équité d'accès définies par la Haute autorité de la communication audiovisuelle.

L'ensemble des émissions d'information visées au présent article représente chaque année un minimum de 400 (quatre cents) heures.

Article 5 - Magazines de société

La société propose, au moins quatre-vingt fois par année, des émissions de reportages, d'entretiens ou de débats consacrés aux faits de société, aux préoccupations citoyennes ou aux questions économiques et sociales.

L'ensemble des magazines de société visés au présent article représente chaque année un minimum de 70 (soixante-dix) heures.

Article 6 - Emissions religieuses

La société diffuse régulièrement, et au moins chaque vendredi et chaque jour pendant le mois de Ramadan et lors des fêtes religieuses, des émissions consacrées à l'islam, et notamment aux prières, aux événements religieux, aux apports de la religion dans les conduites individuelles, l'éducation et les comportements en société.

Ces programmes favorisent l'explication et le commentaire, dans un esprit de tolérance et de respect de la liberté d'autrui et des autres religions et civilisations.

Article 7 - Emissions culturelles et de connaissance

La société propose, chaque jour, parmi ses programmes débutant entre 9 h et minuit, au moins deux émissions de reportages ou de documentaires, d'entretiens ou de débats, consacrées à l'expression littéraire, au cinéma, à la musique, au théâtre ou au spectacle vivant, aux arts plastiques, à la découverte du monde, des civilisations et des modes de vie, à l'histoire, aux sciences humaines, à la nature ou à la vie animale, aux sciences ou aux techniques.

Elle rend compte de l'actualité des manifestations culturelles d'envergure internationale, nationale et régionale.

Elle s'attache à valoriser les arts et traditions populaires mais également à favoriser l'expression de nouveaux talents et l'innovation artistique nationale dans sa diversité régionale et linguistique.

Article 8 - Emissions sportives

La société s'attache à exposer à l'antenne une diversité de disciplines sportives.

Elle diffuse des captations et des retransmissions de compétitions sportives nationales et internationales répondant aux attentes d'un large public.

Elle soutient le développement du sport national et consacre en sa faveur, sous forme de partenariats ou d'achats de droits de captation ou de diffusion exclusive d'événements, une dépense annuelle au moins égale à :

- 2 % du chiffre d'affaires publicitaire, en 2006 ;
- 2,5 % en 2007 ;
- 3 % à compter de 2008.

L'assiette de référence est le chiffre d'affaires publicitaire net réalisé par le service au cours de l'exercice précédent.

Elle propose également, au moins trois fois par semaine, des magazines consacrés à l'actualité sportive nationale et internationale, et s'efforce de rendre compte des événements sportifs d'importance régionale.

L'acquisition par la société du droit d'exploitation exclusive d'une compétition sportive ou de toute autre manifestation publique ne peut faire obstacle à l'information du public sur lesdits événements par les autres services de communication audiovisuelle. Sous réserve de ses engagements contractuels, la société ne peut s'opposer à la reprise à titre gratuit, par d'autres services de communication audiovisuelle, d'extraits librement choisis par ces derniers. Ces extraits, d'une durée totale maximale d'une minute et trente secondes, ne peuvent être diffusés par le service utilisateur qu'au sein d'émissions d'information et dans la limite de quatre fois par jour pour la période comprise entre 9 h et minuit. La société s'oblige à mettre à la disposition de tout service de communication audiovisuelle intéressé, dans l'heure qui suit la fin de la diffusion sur son antenne, l'enregistrement desdits extraits, contre paiement le cas échéant des frais d'établissement de la copie.

Lorsqu'elle diffuse les extraits d'une compétition ou d'une manifestation dont le droit d'exploitation exclusive a été acquis par un autre service de communication audiovisuelle, la société accompagne la diffusion desdits extraits d'une identification suffisante du service de communication audiovisuelle dont elle utilise les images.

Article 9 - Emissions de service

La société diffuse, au moins dix fois par semaine parmi ses programmes débutant entre 9 h et minuit, des émissions consacrées à la vie quotidienne, concernant par exemple la santé, l'éducation civique, la consommation, la prévention des accidents domestiques, la cuisine, les occupations ménagères, l'éducation et la formation, la gestion financière.

Article 10- Emissions destinées à l'enfance, à l'adolescence et à la jeunesse

La société diffuse, chaque jour et pour une durée d'au moins dix heures par semaine, des programmes destinés aux enfants, aux heures où ce public est disponible, en tenant compte des congés scolaires.

La société réalise un effort particulier dans la production d'émissions destinées au jeune public. Elle propose, au moins une fois par semaine, des émissions destinées aux adolescents et aux jeunes adultes, particulièrement consacrées à leurs centres d'intérêts culturels et sociaux, à la vie quotidienne et aux loisirs, à la formation et à l'insertion dans la vie professionnelle.

Les programmes destinés à l'adolescence et à la jeunesse s'attachent à promouvoir les valeurs de civisme et l'accès de ce public à la citoyenneté.

Article 11 - Emissions musicales et de divertissements

La société diffuse régulièrement, et au moins sept fois par semaine parmi ses programmes débutant entre 9 h et minuit, des émissions de variétés musicales, de jeu ou d'humour.

Elle s'attache à la variété de l'expression artistique et favorise la création marocaine, dans sa diversité régionale et linguistique, et l'émergence de nouveaux talents.

Les émissions de jeu privilégient le recours à l'imagination et à la connaissance.

Article 12— Fiction, cinéma et théâtre

La société diffuse régulièrement, à différents horaires de la journée, et au moins trois fois par semaine parmi ses programmes de première partie de soirée débutant entre 20 h et 22 h, des œuvres de fiction, des oeuvres cinématographiques ou des représentations théâtrales.

Dans cette partie de soirée, les oeuvres audiovisuelles et cinématographiques marocaines qu'elle produit, coproduit ou dont elle acquiert les droits de diffusion bénéficient d'une exposition privilégiée en première diffusion.

Article 13— Contribution à la production audiovisuelle nationale

La société donne, dans la composition de ses programmes, la préférence à la production audiovisuelle nationale, telle que définie au 11 de l'article 1er de la loi n°77- 03 précitée, et fait appel en priorité aux ressources marocaines pour la création d'oeuvres audiovisuelles.

La production audiovisuelle nationale représente un minimum de quatre heures par jour en première diffusion, en moyenne annuelle.

Au sein de son effort en faveur de la production audiovisuelle nationale, la société contribue à la production d'oeuvres audiovisuelles, telles que définies au 7 de l'article 1er de la loi n° 77-03 précitée. Chaque année, elle diffuse au moins 150 (cent cinquante) heures d'oeuvres audiovisuelles marocaines inédites qu'elles a produites, coproduites ou dont elle a acquis les droits de diffusion, dont au moins quinze téléfilms, quatre séries ou feuilletons, dix pièces de théâtre et dix documentaires.

Par œuvre inédite, on entend la première diffusion en clair sur le réseau hertzien terrestre au sein du territoire national.

La société soutient le développement du secteur de la production audiovisuelle nationale. Hors les émissions d'information, elle fait appel aux prestations intellectuelles, artistiques ou techniques d'entreprises de production externes, installées au Maroc et ayant recours à des compétences majoritairement nationales, pour au moins :

- 20 % du budget qu'elle consacre à la production audiovisuelle nationale, hors information, en 2006 ;
- 25% en 2007 ;
- 30 % à compter de 2008.

La société s'engage à assurer un traitement équitable et transparent entre producteurs et à favoriser la libre concurrence dans le secteur de la production audiovisuelle.

Article 14 - Contribution à la production cinématographique nationale

La société contribue à la production d'oeuvres cinématographiques d'origine marocaine. Elle participe, sous forme d'apports en coproduction (en numéraire ou en industrie) ou d'achats de droits de diffusion, à la production originale d'au moins dix longs-métrages et d'au moins dix courts-métrages marocains chaque année.

Article 15 – Publicité

La société est autorisée à diffuser des séquences publicitaires, comportant chacune un ou plusieurs messages publicitaires.

Les séquences publicitaires doivent être aisément identifiables comme telles et nettement séparées du reste du programme, avant comme après leur diffusion, par des génériques spécifiques aux séquences publicitaires, et d'une durée minimale de quatre secondes, reconnaissables à leurs caractéristiques optiques et acoustiques. Lesdits génériques ne doivent pas comporter de publicité, ni permettre l'identification d'un quelconque parrain.

En dehors des séquences publicitaires, la société s'interdit tout type de présentation verbale ou visuelle, de manière explicite ou implicite, de marchandises, de services, du nom, de la marque ou des activités d'un producteur de marchandises ou d'un prestataire de services dans des programmes, lorsque cette présentation est faite de façon intentionnelle dans un but publicitaire non explicite et risque d'induire le public en erreur sur la nature d'une telle présentation. Une présentation est considérée comme intentionnelle notamment lorsqu'elle est faite contre rémunération ou toute autre forme de paiement.

Elle s'interdit également la diffusion de messages publicitaires produits par ou pour des partis politiques ou des organisations syndicales, qu'ils donnent lieu ou non à des paiements.

Sont également interdits de diffusion les messages publicitaires non respectueux des personnes en raison de leur origine, de leur sexe, de leur appartenance ou non à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée, et notamment en les associant à des images, des sons ou des scènes susceptibles de leur attirer le mépris ou le ridicule public.

A l'exception des programmes de téléachat, si un numéro de téléphone ou une adresse Internet (ou tout autre type de contact) est mentionné dans un message publicitaire, il ne doit pas permettre, en le composant ou en s'y connectant, de passer directement commande du bien ou du service promu dans le message. La présence de cette mention dans le message publicitaire doit être uniquement un moyen d'obtenir plus d'informations sur ledit bien ou service ou, éventuellement, de laisser ses coordonnées afin d'être contacté ultérieurement.

Chaque séquence publicitaire ne peut excéder une durée de 6 minutes.

La durée totale des séquences publicitaires ne peut excéder 8 minutes par heure en moyenne annuelle.

Pour une heure donnée, la durée totale des séquences publicitaires ne peut excéder 16 minutes en 2006, 15 minutes en 2007, 14 minutes à compter de 2008. Toutefois, pendant le mois de Ramadan, ce plafond est porté respectivement à 20 minutes, 18 minutes et 16 minutes.

Les séquences publicitaires peuvent être insérées entre les émissions ou au sein des émissions.

Toutefois, les programmes destinés particulièrement aux enfants de moins de dix ans, les journaux et magazines d'information ainsi que les émissions d'un autre genre se rapportant à l'exercice de droits politiques ne peuvent être interrompus par des séquences publicitaires.

Une période d'au moins vingt minutes, qui peut être réduite à quinze minutes pendant le mois de Ramadan, doit s'écouler entre deux interruptions successives à l'intérieur d'une même émission. Cette période est portée à quarante-cinq minutes dans les oeuvres cinématographiques.

Dans les retransmissions sportives et dans les émissions retransmettant des événements et des spectacles comprenant des intervalles, les séquences publicitaires sont insérées entre les parties autonomes composant le programme ou dans ces intervalles.

Le volume sonore des séquences publicitaires ne doit pas excéder le volume sonore moyen du reste des programmes.

Les messages d'intérêt général répondant aux critères de la publicité non commerciale telle que définie au 5 de l'article 2 de la loi n° 77-03 précitée ainsi que les messages non publicitaires de promotion d'événements culturels marocains peuvent être diffusés en dehors des séquences publicitaires et leur durée n'est pas comptabilisée dans les volumes visés aux 8e et 9e alinéas du présent article.

L'ensemble des prescriptions du présent article est applicable sans préjudice des dispositions légales en vigueur.

Article 16 - Parrainage

16.1 Conditions du parrainage

La société est autorisée à diffuser des programmes parrainés, dont le financement bénéficie des contributions de personnes morales de droit public ou privées désirant promouvoir leur nom, leur image, leur activité ou leurs réalisations.

Toutefois, les journaux et magazines d'information ainsi que les émissions d'un autre genre se rapportant à l'exercice de droits politiques ne peuvent être parrainés.

Le contenu et la programmation des émissions parrainées ne doivent pas être influencés par le parrain dans des conditions susceptibles de porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale du service.

Les émissions parrainées par un même parrain ne peuvent excéder 10% de l'ensemble de la grille des programmes hebdomadaire.

16.2 Identification du parrain

La présence du parrain doit être clairement identifiée en tant que telle au début ou à la fin de l'émission. Cette identification peut se faire par le nom du parrain, sa dénomination, sa raison sociale, son secteur d'activité, ses marques, facteurs d'image ou signes distinctifs qui lui sont habituellement associés tels que sigle, logotype ou indicatif sonore, à l'exclusion de la présentation de ses services, d'un ou plusieurs de ses produits et de leur conditionnement.

Toutefois, lorsque le parrainage est destiné à financer une émission de jeu ou de concours ou une séquence de ce type au sein d'une émission, des produits ou services du parrain peuvent être remis gratuitement aux bénéficiaires à titre de lots.

La référence au parrain ne doit en aucun cas s'accompagner de citations de nature argumentaire, ni inciter directement à l'achat ou à la location des produits ou services du parrain ou d'un tiers.

En dehors de sa présence dans les génériques de début et de fin d'émission, la mention du parrain au cours de l'émission parrainée et dans les bandes-annonces n'est possible que dans la mesure où elle est ponctuelle et discrète et se fait par les moyens d'identification énumérés plus haut.

Article 17— Autopromotion

La société est autorisée à diffuser des messages visant à promouvoir ses propres programmes télévisés ou radiophoniques, ou des produits connexes directement dérivés de ces programmes et destinés expressément à permettre au public d'être informé de la programmation, ou de retirer tous les avantages de ces programmes ou d'intervenir dans ces programmes.

Les messages d'autopromotion des programmes du service de télévision 2M peuvent être diffusés en dehors des séquences publicitaires et leur durée n'est pas comptabilisée dans les volumes visés aux 8e et 9e alinéas de l'article 15.

Les règles d'interruption des programmes prescrites à l'article 15 sont applicables aux messages d'autopromotion.

Article 18 - Télé-achat

La société est autorisée à diffuser des émissions de télé-achat dans la limite de deux heures par jour.

En vue de prévenir une programmation excessive, en nombre et en durée, d'émissions de télé-achat, ces émissions ne peuvent avoir une durée unitaire inférieure à quinze minutes et ne peuvent être diffusées qu'entre minuit et 11 h heures et, dans la limite d'une heure, entre 14 h et 16 h.

Les émissions de télé-achat doivent être clairement annoncées comme telles.

Elles ne peuvent être interrompues par des séquences publicitaires.

Afin d'éviter que le télé-achat ne soit un moyen détourné pour un annonceur d'assurer, en sus des campagnes publicitaires, la promotion de ses biens ou services, les émissions de télé-achat ne peuvent comporter l'indication d'une quelconque marque.

Article 19 - Diversité culturelle et linguistique

Les programmes sont diffusés, au choix de la société et notamment en fonction de leur origine, du public auquel ils s'adressent ou de leurs horaires de diffusion, en langue arabe, en amazigh, en dialectes marocains ou en langue étrangère.

En moyenne annuelle, les programmes diffusés en langue arabe, en amazigh ou en dialectes marocains représentent au moins 70 % du temps d'antenne compris entre 9 h et minuit. Pour l'accomplissement de cette obligation, la société bénéficie d'une période de montée en charge de deux années civiles, en respectant un minimum de 60 % en 2006 et de 65 % en 2007

La société s'engage à réserver une part conséquente de ses programmes aux œuvres culturelles et artistiques dans la diversité de leurs expressions arabe, amazighe et dialectales. Dans le cadre de ses missions de service public, la société s'engage à apporter une contribution conséquente à la valorisation, au développement, à la production et à la diffusion de la culture et de la langue amazighes en tant que partie intégrante de la culture et de la civilisation marocaines.

La société diffuse particulièrement en amazigh, parmi ses programmes débutant entre 9 h et minuit, au moins :

- un programme quotidien, du lundi au vendredi ;
- une émission d'information, de société ou de culture chaque fin de semaine ;
- deux heures de chansons chaque mois, au sein de l'ensemble de sa programmation musicale et de variétés ;
- douze téléfilms, films ou représentations théâtrales chaque année. Pour l'accomplissement de cette dernière obligation, la société bénéficie d'une période de montée en charge de deux années civiles, en respectant un minimum de quatre téléfilms, films ou représentations théâtrales en 2006 et de huit téléfilms, films ou représentations théâtrales en 2007.

Article 20 — Accès des personnes malentendantes

La société s'efforce de développer progressivement l'accès des personnes malentendantes aux programmes diffusés, par tout procédé approprié.

Elle veille, lors de la diffusion des programmes d'information, des programmes destinés aux jeunes public et des programmes comprenant des débats sur des questions d'ordre politique, économique, social ou autres, à assurer une traduction en langage compréhensible par les personnes sourdes ou malentendantes. A cet effet, elle diffuse, au moins dix fois par mois et pour une durée mensuelle d'au moins cinq heures, des émissions accessibles à ce public. Pour l'accomplissement de cette obligation, la société bénéficie d'une période de montée en charge de deux années civiles, en respectant un minimum mensuel de quatre émissions et deux heures en 2006 et de huit émissions et quatre heures en 2007.

Article 21 — Respect des obligations de programmation

Les obligations de programmation inscrites aux articles 4 à 13 ainsi qu'au dernier alinéa de l'article 19 s'entendent en première diffusion. L'expression « en première diffusion » désigne la première diffusion du programme considéré par le service à compter du 1er janvier 2006.

Pour tenir compte des besoins d'aménagements conjoncturels de la grille de programmes dans l'intérêt du public notamment aux périodes spécifiques de congés scolaires et de Ramadan, la société est autorisée à déroger exceptionnellement aux obligations de périodicité de programmation quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle inscrites au présent chapitre à condition de respecter le volume annuel qui résulte néanmoins desdites obligations.

CHAPITRE II

DISPOSITIONS PARTICULIERES APPLICABLES AU SERVICE INTERNATIONAL DE TELEVISION 2M-MAROC DIFFUSE PAR SATELLITE

Article 22 — Objet

Les dispositions du présent chapitre s'appliquent au service international de télévision dénommé 2M-MAROC diffusé par satellite à destination d'auditoires étrangers et des Marocains résidant à l'étranger et qui ne consiste pas en la reprise intégrale et simultanée du service de télévision diffusé sur le territoire national.

Article 23 — Programmation et production

La société est chargée de valoriser le patrimoine culturel national et de promouvoir son rayonnement à l'étranger, pour contribuer à l'effort d'ouverture du Maroc sur le reste du monde et ce, notamment, par la diffusion par les moyens de transmission appropriés, à des heures et périodes étudiées, d'oeuvres audiovisuelles et cinématographiques marocaines, ainsi que d'émissions d'information, de documentaires et de magazines sur le Maroc.

Le programme est diffusé tous les jours et au moins vingt heures par jour en moyenne annuelle.

La programmation de ce service consiste essentiellement en la reprise partielle ou intégrale de programmes produits ou acquis par la société pour la diffusion sur le territoire national, sous réserve des exigences prioritaires de respect des droits d'auteurs et droits voisins.

Dans la programmation de ce service, la société diffuse des oeuvres audiovisuelles et cinématographiques nationales dans une proportion au moins égale à celle observée sur le service diffusé par voie hertzienne terrestre sur le territoire national.

Au regard des publics auxquels ils s'adressent, des décalages horaires ou encore des règles juridiques applicables à une diffusion internationale, les programmes proposés par ce service peuvent différer, par leur nature, leur périodicité, leurs horaires de programmation, leur ordonnancement ou leur langue de diffusion des programmes diffusés sur le territoire national.

CHAPITRE III

DISPOSITIONS PARTICULIERES APPLICABLES AU SERVICE DE RADIODIFFUSION 2M

Article 24 – Horaires

Le programme est diffusé tous les jours et au moins vingt heures par jour en moyenne annuelle.

Article 25 - Caractéristiques générales de la programmation

La société veille à satisfaire les besoins de culture, d'éducation, d'information et de divertissement d'un large public, et particulièrement du jeune public, en valorisant, dans sa diversité, l'identité nationale et en promouvant et en valorisant le patrimoine artistique marocain.

La programmation comporte des programmes musicaux, des bulletins d'information, et des émissions consacrées notamment aux centres d'intérêts de la jeunesse, à la promotion des jeunes talents, à l'actualité musicale et culturelle, aux loisirs et au sport.

Les journaux d'information représentent au maximum 10 % du temps d'antenne annuel compris entre 7 h et minuit.

La société assure la diffusion des discours de S.M. le Roi.

Article 26 — Contribution à la création artistique nationale

La société favorise la création artistique marocaine et l'émergence de nouveaux talents.

Elle consacre une part minimale de 30 %, en volume horaire de sa programmation musicale, aux oeuvres marocaines ou aux artistes d'origine marocaine. Pour l'accomplissement de cette obligation, la société bénéficie d'une période de montée en charge d'une année civile, en respectant un minimum de 20 % en 2006.

Article 27 - Publicité, parrainage et autopromotion

La société est autorisée à diffuser des séquences publicitaires, comportant chacune un ou plusieurs messages publicitaires, dans la limite de huit minutes par heure en moyenne annuelle et de quatorze minutes pour une heure donnée.

Les prescriptions relatives à la publicité et au parrainage prévues au chapitre premier sont applicables au service de radiodiffusion 2M en ce qu'elles ne sont pas contradictoires avec les prescriptions du présent article ou avec la nature radiophonique du service.

Le générique de début et de fin des séquences publicitaires doit être d'une durée minimale de deux secondes.

La société est autorisée à diffuser sur ce service des messages visant à promouvoir ses propres programmes radiophoniques ou télévisés, ou des produits connexes directement dérivés de ces programmes et destinés expressément à permettre au public d'être informé de la programmation, ou de retirer tous les avantages de ces programmes ou d'intervenir dans ces programmes. Les messages d'autopromotion des programmes du service de radiodiffusion 2M peuvent être diffusés en dehors des séquences publicitaires et leur durée n'est pas comptabilisée dans le volume visé au premier alinéa du présent article. Les règles d'interruption des programmes prescrites à l'article 15 sont applicables aux messages d'autopromotion.

TITRE II

DEONTOLOGIE

Article 28 - Obligations déontologiques générales

Sous réserve du respect des dispositions légales et du présent cahier des charges, la société conçoit librement ses programmes et ses règles de programmation et en assure l'entière responsabilité.

Cette liberté s'exerce dans le respect de la dignité humaine, de la liberté et de la propriété d'autrui, de la diversité et du caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion ainsi que dans le respect des valeurs religieuses, de l'ordre public, des bonnes moeurs et des besoins de la défense nationale.

La société veille notamment, sur l'ensemble de ces programmes, à :

- ne pas porter préjudice aux valeurs du Royaume du Maroc telles que définies par la constitution, notamment celles relatives à la monarchie, à l'islam et à l'intégrité territoriale du Royaume ;
- ne pas porter atteinte à la moralité publique ;
- ne pas faire l'apologie et servir les intérêts et la cause exclusifs de groupes d'intérêts politiques, ethniques, économiques, financiers, idéologiques ou philosophiques ;
- ne pas faire l'apologie de la violence ou inciter à la discrimination raciale, au terrorisme ou à la violence à l'égard d'une personne ou d'un groupe de personnes en raison de leur origine, de leur sexe, de leur appartenance ou non à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée ;

- ne pas inciter à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement.

Sans préjudice du droit à l'information du public, la société prend les précautions nécessaires lorsque des images difficilement soutenables ou des témoignages relatifs à des événements particulièrement dramatiques sont diffusés au sein de ses programmes. Tout programme ou toute partie de programme comportant des séquences susceptibles de heurter les personnes sensibles est précédé d'un avertissement approprié, oral ou graphique.

La société conserve en toutes circonstances la maîtrise de son antenne. Elle contrôle, préalablement à leur diffusion, tous les programmes ou parties de programmes enregistrés. S'agissant des émissions réalisées en direct, elle informe ses présentateurs ou journalistes ainsi que ses responsables de réalisation et de diffusion des procédures à suivre pour conserver en permanence ou le cas échéant pour rétablir instantanément la maîtrise de l'antenne.

Article 29 - Respect de la personne

29.1 Inaliénabilité de la dignité humaine

La dignité de la personne humaine constitue l'une des composantes de l'ordre public. Il ne saurait y être dérogé par des conventions particulières, même si le consentement est exprimé par la personne intéressée. A cet effet, la société veille, dans ses émissions, au respect de la personne humaine et de sa dignité.

29.2 Applications diverses à l'obligation de respect des personnes

Le recours aux procédés permettant de recueillir des images et des sons à l'insu des personnes filmées ou enregistrées doit être limité aux nécessités de l'information du public. Il doit être restreint aux cas où il permet d'obtenir des informations d'intérêt général, difficiles à recueillir autrement. Le recours à ces procédés doit être porté à la connaissance du public et doit préserver l'anonymat des personnes et des lieux, sauf si leur consentement a été recueilli préalablement à la diffusion de l'émission.

Les personnes invitées à l'antenne sont informées, chaque fois que possible, du nom et du sujet de l'émission pour laquelle elles sont sollicitées. Lorsqu'elles sont invitées à un débat en direct, elles sont informées, dans la mesure du possible, de l'identité et de la qualité des autres intervenants.

La société veille en particulier :

- à ce qu'il soit fait preuve de retenue dans la diffusion d'images ou de témoignages susceptibles d'humilier les personnes ;
- à éviter la complaisance dans l'évocation de la souffrance humaine, ainsi que tout traitement avilissant ou rabaissant l'individu au rang d'objet ;
- à ce que le témoignage de personnes sur des faits relevant de leur vie privée ne soit recueilli qu'avec leur consentement éclairé ;
- à ce que la participation des personnes à des émissions de plateau, de jeu ou de divertissement, ne s'accompagne d'aucune renonciation de leur part, à titre irrévocable ou pour une durée indéterminée, à leurs droits fondamentaux notamment le droit d'exercer un recours en cas de préjudice ;
- à ce qu'il soit fait preuve de mesure lors de la diffusion d'informations ou d'images concernant une victime ou une personne en situation de péril ou de détresse.

29.3 Couverture des procédures judiciaires

Dans le respect du droit à l'information, la diffusion d'émissions, d'images, de propos ou de documents relatifs à des procédures judiciaires ou des faits susceptibles de donner lieu à une information judiciaire nécessite qu'une attention particulière soit apportée au respect de la présomption d'innocence, au secret de la vie privée et de l'anonymat des personnes concernées, et particulièrement des mineurs.

La société s'engage à ne pas :

- publier des actes d'accusation et tous autres actes de procédure criminelle ou correctionnelle avant qu'ils ne fassent l'objet d'un débat en audience publique ;
- rendre compte des débats de procès en déclaration de paternité et en divorce, exception faite des jugements qui pourront être publiés ;
- rendre compte des délibérations intérieures des cours et des tribunaux ainsi que des auditions se déroulant à huit clos en vertu de la loi ou par décision des tribunaux.

La société veille, dans la présentation des décisions de justice, à ce que ne soient pas commentées les décisions juridictionnelles dans des conditions de nature à porter atteinte à l'autorité de la justice ou à son indépendance. Lorsqu'une procédure judiciaire en cours est évoquée à l'antenne, l'opérateur doit veiller à ce que (i) l'affaire soit traitée avec neutralité, rigueur et honnêteté ; (ii) le pluralisme soit assuré par la présentation des différentes thèses en présence, en veillant notamment à ce que les parties en cause ou leurs représentants soient mis en mesure de faire connaître leur point de vue.

Article 30 - Honnêteté de l'information et des programmes

30.1 L'exigence d'honnêteté de l'information s'applique à l'ensemble des programmes des services édités par la société.

Elle doit vérifier le bien-fondé de l'information, notamment par le recours à des sources diversifiées et crédibles. Dans la mesure du possible, son origine doit être indiquée.

Le commentaire des faits et événements publics doit être impartial et exempt de toute exagération ou sous estimation.

Lorsque la parole est donnée à des invités ou au public, la société doit veiller à l'équilibre, au sérieux et à la rigueur des prises de parole dans le respect de l'expression pluraliste des divers courants d'idée et d'opinion.

Le recours aux procédés de vote du public ou de micro-trottoir ne peut être présenté comme représentatif de l'opinion générale ou d'un groupe en particulier, ni abuser le téléspectateur sur la compétence ou l'autorité des personnes sollicitées.

30.2 La société veille à éviter toute confusion entre l'information et le divertissement. Lorsqu'une émission comporte les deux, les séquences doivent être clairement distinctes. Les programmes d'information sont placés sous la responsabilité de journalistes professionnels.

30.3 La société veille à ce que les programmes d'information qu'elle diffuse soient réalisés dans des conditions qui garantissent l'indépendance de l'information vis-à-vis de tout groupement économique ou courant politique.

Elle veille, également, à ce que les journalistes, intervenant dans les émissions d'information, ne tirent pas profit de leur position pour faire valoir des idées partisanes. Le principe est de distinguer l'énoncé des faits, d'une part, et le commentaire, d'autre part.

Lorsqu'un intervenant extérieur est invité dans une émission, il doit être clairement identifié par ses titres et sa qualité afin que le public soit en mesure d'évaluer l'opinion exprimée comme personnelle. Dans ce cadre, la société veille à la compétence et à la légitimité réelle des experts et à l'expression d'une diversité d'opinion.

30.4 Sous réserve du principe d'équité d'accès à l'antenne et des dispositions légales ou réglementaires, y compris celles éditées par la Haute Autorité, lorsque la société, dans le cadre des journaux d'information, communique ou fait une présentation d'un événement organisé par un parti politique, une organisation syndicale, une association professionnelle ou organisation sociale, elle doit s'attacher, notamment par la modération du ton et la mesure dans l'importance accordée audit événement, à ce que cette communication ou présentation revête un caractère strictement informatif.

30.5 La société veille à l'adéquation entre le contexte dans lequel des images ont été recueillies et le sujet qu'elles illustrent. Toute utilisation d'images d'archives est annoncée par une incrustation à l'écran, éventuellement répétée. Si nécessaire, mention est faite de l'origine des images.

Les images produites pour une reconstitution ou une scénarisation de faits réels, ou supposés tels, doivent être présentées comme telles aux téléspectateurs.

Dans les émissions ou séquences d'information, la société s'interdit de recourir à des procédés technologiques permettant de modifier le sens et le contenu des images.

Il appartient à la société de prendre les précautions nécessaires lorsque des images ou des sons difficilement soutenables ou des témoignages relatifs à des événements particulièrement dramatiques sont évoqués à l'antenne. Le public doit en être averti préalablement**.**

30.6 La société informe systématiquement le public du prix à payer pour l'utilisation d'un service télématique ou téléphonique présenté à l'antenne.

Article 31 - Protection du jeune public

La société veille, dans ses émissions, à la protection des enfants et des adolescents. A cet effet, elle s'assure que dans les émissions destinées au jeune public, la violence, même psychologique, ne puisse être perçue comme continue, omniprésente ou présentée comme unique solution aux conflits.

Elle s'abstient, également, de solliciter le témoignage de mineurs placés dans des situations difficiles dans leur vie privée, à moins d'assurer une protection totale de leur identité par un procédé technique approprié et de recueillir l'assentiment du mineur ainsi que le consentement des personnes exerçant l'autorité parentale.

Article 32 - Respect de la moralité publique

La société ne peut en aucun cas diffuser des programmes faisant explicitement ou implicitement l'apologie de la violence, des comportements délinquants, inciviques ou amoraux, racistes ou manquant au respect d'une personne ou groupe de personnes en raison notamment de leur origine, de leur sexe, de leur appartenance ou non à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée.

Article 33 - Classification des programmes et signalétique

33.1 La société s'oblige à respecter la classification des programmes de fiction, et le cas échéant de certaines autres catégories de programmes selon son appréciation, en quatre classes au regard de l'impératif de la protection de l'enfance et de l'adolescence, et à leur attribuer la signalétique correspondante selon les modalités suivantes :

- catégorie I (aucune signalétique) : les programmes pour tous publics ;
- catégorie II (pictogramme carré de couleur verte avec incrustation d'un -10 en noir) : les programmes comportant des scènes susceptibles de heurter le jeune public, déconseillés aux moins de 10 ans ;
- catégorie III (pictogramme carré de couleur jaune avec incrustation d'un -12 en noir) : les programmes dont le scénario recourt de manière systématique et répétée à la violence physique ou psychologique, déconseillés aux moins de 12 ans ;
- catégorie IV (pictogramme carré de couleur rouge avec incrustation d'un -16 en noir) : les programmes de grande violence et nécessitant l'accord parental, déconseillés aux moins de 16 ans ;

Cette signalétique est présentée à l'antenne pour toute la durée du programme. Elle est également portée à la connaissance du public à l'occasion des bandes annonces et dans les avant-programmes communiqués à la presse.

Cette signalétique est accompagnée, immédiatement avant le début du programme concerné, d'un avertissement sonore dans la langue du programme.

33.2 La société s'interdit de diffuser les programmes de catégorie II et III pendant les horaires suivants :

- du lundi au vendredi entre 12 h et 14 h et entre 17 h et 19 h ;
- le samedi et le dimanche jusqu'à 14 h.

Elle s'interdit de diffuser les programmes de catégorie IV tous les jours avant 22h30.

Article 34 - Obligations spécifiques relatives à la publicité, au parrainage et au télé-achat

La société s'engage à ne pas diffuser de la publicité interdite ou de la publicité clandestine telles que définies aux articles 2, 67 et 68 de la loi n° 77-03 précitée.

Elle garantit l'indépendance des contenus de ses programmes à l'égard des annonceurs.

Elle interdit à ses journalistes de participer à toute publicité commerciale.

Elle veille à ce qu'un même annonceur ne puisse représenter plus de :
- 15 % de son chiffre d'affaires publicitaire net annuel, en 2006 et 2007 ;
- 12 % à compter de 2008.

Toutefois, pour tenir compte des aléas du marché publicitaire et des contraintes de gestion commerciale, un dépassement maximal de 2 % peut être toléré à condition que, l'année suivante, la part de cet annonceur soit réduite afin que la règle de plafonnement soit strictement respectée sur les deux années cumulées.

La société arrête et publie les tarifs publicitaires et les conditions générales de vente de l'espace publicitaire dans le respect des principes de transparence et de non discrimination.

Les émissions de télé-achat respectent l'exigence générale d'honnêteté qui s'applique à l'ensemble des programmes et les interdictions de contenu prescrites pour la publicité par la réglementation en vigueur.

TITRE III

DIFFUSION TECHNIQUE

Article 35 - Attribution et usage des fréquences hertziennes terrestres

La société s'engage à diffuser ses services à l'ensemble du public à titre gratuit, et vise à couvrir la population la plus nombreuse sur le territoire national.

Pour la diffusion hertzienne de ses services de télévision et de radio, la société exploite les fréquences terrestres qui lui ont été attribuées selon la liste figurant à l'annexe 2 du présent cahier des charges.

La société peut régulièrement ou occasionnellement diffuser des programmes télévisuels ou radiophoniques spécifiquement destinés à une zone géographique en substituant à son signal national de diffusion un signal local ou régional (décrochage), à la condition que, par le volume horaire ou la nature des programmes, cette pratique ne soit pas assimilable à l'édition d'un nouveau service.

La société bénéficie, au titre de l'article 6 de la loi n° 77-03 précitée, d'un droit d'attribution prioritaire, par la Haute autorité de la communication audiovisuelle, des fréquences supplémentaires qui apparaîtront nécessaires à l'accomplissement de ses missions de service public.

A cet effet, toute demande d'assignation de nouvelles fréquences faite par la société doit préciser de manière claire les nécessités de service public à pallier.

Lorsque la demande d'assignation de nouvelles fréquences est faite par la société pour l'édition d'un nouveau service, elle doit contenir les éléments d'information suivants :
- la date de commencement de l'émission du service ;
- les nécessités de service public ;

- les particularités du service par rapport aux autres services édités par la société, d'une part, et aux autres services similaires édités par les autres sociétés nationales de l'audiovisuel public, d'autre part ;
- la durée quotidienne d'émission ;
- la description détaillée des modes techniques d'émission, y compris le transport des signaux ;
- les équipements et installations à utiliser, notamment ceux installés ou à installer aux points hauts ;
- la ou les fréquences nécessaires à l'émission ;
- la ou les zones géographiques desservies ;
- la moyenne quotidienne sur une année de chaque catégorie de programmes ;
- la ou les langues des programmes à diffuser ;
- la grille type des programmes ;
- les ressources financières propres au service ;
- les ressources humaines affectées au service.

L'émission du nouveau service ne peut en aucun cas commencer avant l'approbation des modifications y afférentes apportées au cahier de charges.

La société ne peut utiliser les fréquences radioélectriques qui lui sont assignées pour un usage autre que celui prévu par la loi, par le présent cahier des charges ainsi que par la décision d'assignation des fréquences. Les spécificités techniques des fréquences qui lui sont assignées sont précisées en annexe.

La société met en œuvre les mesures arrêtées par les autorités compétentes en matière de défense nationale, de sécurité publique et de sécurité de la santé des personnes.

Les caractéristiques des signaux diffusés doivent être conformes aux normes techniques fixées en annexe.

La société s'engage à mettre en œuvre tous les moyens technologiques nécessaires à l'effet de prévenir les brouillages et les interférences possibles avec l'usage des autres moyens ou techniques de télécommunication.

Article 36 - Infrastructures et sites d'émission

Les infrastructures et moyens techniques de diffusion de l'opérateur doivent respecter les exigences essentielles, au sens du 5 de l'article 1er de la loi n° 77-03 précitée.

La société s'engage à permettre la co-utilisation éventuelle de ses infrastructures et sites d'émission, lorsque ces équipements ont une capacité suffisante et sous réserve que cette co-utilisation ne porte pas atteinte à ses intérêts légitimes ni compromette l'accomplissement des missions de service public qui lui sont imparties.

Les conditions et modalités de la co-utilisation des infrastructures et sites d'émission doivent être fixées par des conventions entre la société et les opérateurs intéressés. Une copie desdites conventions est transmise sans délai à la Haute Autorité.

Tout refus de co-utilisation opposé par la société à un opérateur demandeur doit être motivé et communiqué à la Haute Autorité.

TITRE IV

BONNE GOUVERNANCE

CHAPITRE I

RELATIONS AVEC LES AUTRES SOCIETES NATIONALES DE L'AUDIOVISUEL

Article 37— Conventions

Sous l'égide de l'autorité gouvernementale chargée de la communication, la société conclut une convention avec la Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision (S.N.R.T.) et, le cas échéant, avec toute autre société nationale de l'audiovisuel qui viendrait à être créée, en vue d'organiser les coordinations nécessaires ou les partenariats utiles, notamment en matière de :

- contribution au rayonnement de la culture et de la civilisation marocaines à l'étranger à destination d'auditoires étrangers et des Marocains résidant à l'étranger, particulièrement par une diffusion satellitaire ;
- captation des discours à la nation et couverture des déplacements de S.M. le Roi sur le territoire national ou hors du territoire national ;
- acquisition et exploitation de droits de diffusion de manifestations régulières ou événementielles de dimension nationale ou internationale, et notamment de compétitions sportives ;
- coproduction d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques ;
- mise à disposition, à titre gracieux ou payant, de programmes ou d'extraits de programmes ;
- financement d'études d'audience.

CHAPITRE II

RELATIONS AVEC LE PUBLIC

Article 38 - Respect de la programmation

38.1 Programmation des services télévisuels

La société fait connaître les programmes au plus tard quinze jours avant le premier jour de diffusion des programmes de la semaine concernée.

Elle s'engage à ne plus les modifier dans un délai inférieur à dix jours par rapport au jour de diffusion, celui-ci y inclus, sauf exigences liées aux événements sportifs et circonstances exceptionnelles :
- cas de force majeure de nature technique ;
- événement nouveau lié à l'actualité ;
- problème lié aux droits protégés par la réglementation relative à la propriété intellectuelle ;
- décision de justice ;
- décision expresse de suspension d'une partie du programme prononcée par la Haute Autorité ;
- intérêt manifeste pour le public décidé après concertation avec les opérateurs concernés ;
- évaluation par la société d'un désintérêt manifeste du public suite à la diffusion des premiers numéros ou épisodes d'une série de programmes, notamment en contre-performance d'audience significative.

/0 0tMC 6 0 12 70.86 249.79932 Tm( )T9.79932 Tm( )TjETEMC P ÞMCI120(/7P3)TjETEMC P 2 0p..Sa

La société est autorisée à déroger jusqu'au 31 décembre 2005 aux obligations faisant expressément référence à une période annuelle, ainsi qu'aux obligations du titre premier relatif à la programmation et à la production et à l'obligation de classification des programmes inscrite à l'article 33.

Article 49 – Modifications

Pendant la période de validité précitée, le gouvernement soumet à l'approbation de la Haute Autorité d'éventuelles modifications au présent cahier des charges, visant notamment à tenir compte de besoins nouveaux et imprévisibles à la date de sa conclusion ou des évolutions significatives relatives :

- à la concurrence dans le secteur audiovisuel ;
- aux ressources financières de la société et particulièrement à celles provenant de l'Etat ou du marché publicitaire ;
- aux technologies de production ou de diffusion ;
- ou aux réactions ou attentes du public.

Par ailleurs, la procédure de modification s'imposera dans le cas d'évolutions législatives ou réglementaires directement applicables au secteur audiovisuel en général ou à la société en particulier.

Etabli le

Approuvé par
Le Conseil Supérieur de la
Communication Audiovisuelle
Le 27 juillet 2005

Pour le Conseil