

REPOBLIKAN'I MADAGASIKARA

*Fitiavana-Tanindrazana-Fandrosoana*

---

PRESIDENCE DE LA REPUBLIQUE

---

**LOI N° 2016-029**

Portant Code de la Communication Médiatisée.

**EXPOSE DES MOTIFS**

Le Code de la communication est l'instrument fondamental qui régit le secteur de la communication médiatisée. Il est le fruit de longues et laborieuses discussions nationales ayant impliqué les professionnels du secteur ainsi que plusieurs responsables politiques, économiques et sociaux. Il pose les grands principes des libertés, dont notamment celles édictées par la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et par la Constitution. Il tient également compte des textes internationaux et nationaux, tels que l'Accord de Florence de 1950 sur l'importation d'objets à caractère éducatif, scientifique et culturel; l'Accord de Nairobi du 26/11/1976, les Instruments internationaux en matière d'audiovisuel et de presse écrite tels la Déclaration de principes sur la liberté d'expression en Afrique inspirée de la Charte Africaine des droits de l'Homme et des Peuples, la Loi n°90-031 du 21/10/1990 sur la Communication, l'Ordonnance n°92-039 du 14/09/1992 sur la Communication audiovisuelle, le Droit comparé sur les concepts de "dépenalisation" des infractions de presse, de la protection des sources et du droit numérique, la Loi n° 2014-006 du 19 juillet 2014 sur la lutte contre la cybercriminalité, le Code Pénal, le Code de Procédure Pénale, le Code du Travail et d'autres législations en matière sociale ainsi que la Loi n°2003-036 du 30 janvier 2004 sur les sociétés commerciales.

La liberté fondamentale est un principe acquis depuis de longue date à Madagascar.

Cependant la liberté d'expression s'est toujours heurtée à la notion "d'ordre public" dont l'appréciation relève des autorités judiciaires. Le présent Code consacre les droits d'autrui, le droit à la liberté d'expression lesquels, selon les articles 10 et 11 de la Constitution, sont des droits universels, inviolables et inaltérables et s'exercent conformément aux dispositions du Pacte International des Droits Civils et Politiques ainsi qu'aux autres conventions relatives aux Droits de l'Homme adoptées par l'Etat. Des dispositions particulières relatives à la protection de l'enfance et de l'adolescence sont prévues dans ce Code.

Le Code prévoit en outre des dispositions sécuritaires à l'égard du professionnel de la communication médiatisée dont l'inviolabilité des entreprises de presse, la protection des matériels et équipements du journaliste ainsi que celle des sources d'information.

L'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée (ANRCM) est créée. Sa mission principale est de réguler les activités du secteur de la communication médiatisée. Le secteur privé, largement représenté au sein de cet organisme, a l'obligation de se soumettre et de se conformer aux nouvelles dispositions prévues par le présent Code.

Le concept de dépenalisation est à la base du présent Code. Il ne signifie cependant pas déqualification des infractions mais plutôt remplacement des peines privatives de liberté en peines d'amende. Il concerne les infractions classiques telles l'outrage, la diffamation ou l'injure par voie médiatique. Les autres infractions notamment celles qualifiées de crime ou délit de droit commun restent régies par le Code Pénal ou les dispositions spécifiques les régissant.

L'exercice de la liberté d'informer est indissociable des responsabilités du journaliste dont le premier devoir est de répondre au droit du citoyen à une information juste et impartiale.

Le présent Code comporte 209 articles répartis en dix titres.

- Le Titre I se rapporte aux dispositions générales et comprend deux chapitres: le premier chapitre donne les définitions des termes techniques relatifs au secteur de la communication médiatisée et le second détermine le champ d'application du Code.

- Le Titre II se rapporte au principe de la libre circulation de l'information qui consacre la liberté d'informer et de communiquer par voie médiatisée.

- Le Titre III détermine les infractions par voie de communication médiatisée et comprend huit chapitres: le premier concerne les publications interdites et les publications nécessitant une autorisation préalable, le second l'atteinte à la vie privée, le troisième l'atteinte au droit à l'image, le quatrième les délits contre les personnes, le cinquième la provocation aux crimes et aux délits, le sixième fixe la responsabilité des médias, le septième indique la procédure et le huitième les peines complémentaires, la récidive et les prescriptions.

- Le Titre IV se rapporte à l'organisation générale en matière de communication médiatisée et comprend deux chapitres: le premier énonce les rôles de l'Etat et le second met en place l'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée.

- Le Titre V se rapporte aux droits, devoirs et obligations des professionnels de la communication médiatisée et comprend six chapitres: le premier traite

de l'exercice du métier de journaliste professionnel, le second des devoirs et obligations du journaliste professionnel, le troisième des droits et avantages du journaliste professionnel, le quatrième des droits de réponses et de rectifications, le cinquième des organisations professionnelles de la communication médiatisée et le sixième des droits des journalistes et du personnel de l'audiovisuel public.

- Le Titre VI se rapporte aux publications et aux agences de presse et comprend cinq chapitres: le premier chapitre traite de la constitution d'une entreprise de presse, le second du dépôt légal, le troisième des organes de presse, le quatrième des activités de groupage, de distribution et de vente et le cinquième de l'aide de l'Etat aux publications de presse.

- Le Titre VII se rapporte aux services audiovisuels et comprend cinq chapitres: le premier chapitre traite des dispositions générales communes, le second des services de radio et télédiffusion privés, le troisième du service public de radio et télédiffusion, le quatrième des conditions d'installation et d'exploitation des stations terriennes à usage privé et le cinquième de la communication médiatisée sur la toile.

- Le Titre VIII se rapporte à la publicité et assimilés et comprend trois chapitres: le premier chapitre pose les principes généraux, le second énonce le régime juridique et l'organisation des entreprises de publicité et le troisième prévoit les modalités d'insertion de la publicité, la publicité extérieure et le parrainage dans les médias de masse.

- Le Titre IX traite de la cinématographie.

- Le Titre X se rapporte aux dispositions transitoires, diverses et finales.

Tel est l'objet de la présente loi.

REPOBLIKAN'I MADAGASIKARA

*Fitiavana-Tanindrazana-Fandrosoana*

---

PRESIDENCE DE LA REPUBLIQUE

---

**LOI N° 2016-029**

Portant Code de la Communication Médiatisée.

Le Sénat et l'Assemblée nationale ont adopté en leurs séances respectives en date du 13 et du 14 juillet 2016,

**LE PRESIDENT DE LA REPUBLIQUE,**

- Vu la Constitution,
- Vu la décision n° 30-HCC/D3 du 12 août 2016 de la Haute Cour Constitutionnelle,

**PROMULGUE LA LOI DONT LA TENEUR SUIT :**

**TITRE PREMIER**

**DISPOSITIONS GENERALES**

**CHAPITRE PREMIER**

**DES DEFINITIONS**

Article premier. Pour l'application du présent Code, on entend par :

**1- Agence de communication :** société de conseil, de conception, de coordination et de mise en œuvre de stratégies de communication, de messages publicitaires, de supports et de distribution aux diffuseurs.

**2- Agence de publicité :** entreprise indépendante de conception de messages publicitaires, de réalisation et de distribution des supports cités ci-dessus.

**3- Annonceur :** personne physique ou morale communiquant un message payant, à caractère publicitaire ou non, dans le support d'un diffuseur.

**4- Antenne collective :** dispositif de captage d'émissions de radio et de télédiffusion auquel sont reliés plusieurs appareils récepteurs d'émissions.

**5- Centrale d'achat d'espaces :** société dont l'activité principale consiste à acheter des espaces publicitaires pour le compte des annonceurs ou des agences de publicité ou en vue de leur revente.

**6- Communication :** transmission d'un message d'un émetteur à un récepteur

**7- Communication Audiovisuelle :** mise à la disposition du public ou d'une partie du public par un procédé de télécommunication, de signes, de signaux, de sons, d'écrits, d'images, de documents, de données statistiques et d'informations de toute nature n'ayant pas le caractère d'une correspondance privée.

**8- Communication médiatisée :** une communication qui se fait par l'intermédiaire des medias écrits ou audiovisuels ou électroniques ou des discours, des communications dans les lieux publics et par voie d'affiches et annonces exposées

au public, que cette communication soit sous la forme d'une diffusion d'une proximité ou de masse.

**9- Cryptage :** mode d'abréviation ou de signe convenu grâce auquel on souhaite rendre la compréhension d'un document impossible à toute personne n'ayant pas la clé de déchiffrement.

**10- Culture :** ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances.

**11- Décrochage :** moment de basculement d'un programme national en programme local et inversement.

**12- Dépôt légal :** obligation pour tout éditeur, imprimeur, producteur importateur de déposer chaque document qu'il édite, imprime, produit ou importe auprès des organismes habilités à recevoir le dépôt.

**13- Digital Audio Broadcast (D.A.B) :** technique permettant de numériser le signal sonore depuis le départ jusqu'à l'arrivée. La D.A.B permet l'exploitation d'un service de radiodiffusion sonore numérique de terre ou par satellite.

**14- Diffuseur :** titre de presse ou station de radio ou de télévision ou tout autre moyen de communication servant à véhiculer des informations, des loisirs ou des publicités.

**15- Diffusion :** le fait de répandre l'œuvre dans tout le public de toute manière appropriée: mise en circulation, radio et télédiffusion, transmission...

**16- Digital Vidéo Broadcast (D.V.B)** : technique permettant de numériser le signal depuis le départ jusqu'à l'arrivée. La D.V.B permet l'exploitation d'un service de Télévision Numérique Terrestre ou par satellite.

**17- Digital Versatile Disc ou D.V.D** : disque compact mélangeant sur un même support: des textes, des graphiques, des sons et des images fixes ou animées, muettes ou sonores.

**18- Distributeur** : personne exploitant un réseau de radio ou de télédiffusion ou gérant une société de distribution.

**19- Données par satellite** : informations sonores ou télévisuelles reçues par satellite.

**20- Droit de la communication** : ensemble de règles régissant le monde de la communication médiatisée.

**21- Editeur** : personne physique ou morale propriétaire ou locataire-gérant, en charge de l'impression, de la publication, de la reproduction et de la diffusion de documents imprimés et graphiques de tout genre.

**22- Edition** : totalité des exemplaires d'une œuvre publiés en une fois.

**23- Emission** : tout programme transmis par radio ou télédiffusion.

**24- Emission par satellite** : transmission par satellite d'œuvres ou programmes en vue de leur réception par le public au moyen de signaux porteurs de programmes

produits électroniquement.

**25- Enregistrement sonore :** incorporation de tous genres de sons dans une forme matérielle durable, leur permettant ainsi d'être perçus, reproduits, radiodiffusés ou communiqués sous toutes formes à maintes reprises.

**26- Enseigne :** signe apposé sur une entreprise et la distinguant des autres entités économiques. Il indique un endroit d'exploitation posé de façon visible sur un mur, identifie l'entreprise et rallie la clientèle.

**27- Fréquence :** caractéristique technique identifiant la propagation des ondes radioélectriques dans l'espace.

**28- Hertz :** unité dérivée de fréquence du système international équivalent à un évènement par seconde.

**29- Information :** fait de porter à la connaissance du public des renseignements, des événements, des faits ou données nouvelles. Cette notion est liée dans certaines mesures à celle de la communication. Avant toute publication, le journaliste doit s'assurer que l'information n'est pas fabriquée, fautive ou mensongère.

**30- Journaliste professionnel :** celui qui a pour principale et régulière occupation de chercher des faits auprès des sources et de les communiquer par les moyens appropriés au public. Il tire l'essentiel des ressources nécessaires à son existence de cette occupation.

Y sont assimilés les reporter photographes, les reporter cameramen, les secrétaires de rédaction, reporter preneurs de sons, les rédacteurs, les rédacteurs traducteurs.

**31- Licence :** forme particulière d'autorisation devant être délivrée obligatoirement par les autorités compétentes.

**32- Lieu public :** tout endroit relevant de la vue du public, en dehors des propriétés privées et des zones à accès réglementés.

**33- Ligne éditoriale :** vision du monde et de l'actualité à laquelle adhère toute une équipe de journalistes et qu'elle veut partager avec son lectorat, son auditoire. Cette ligne éditoriale ne se réfère pas obligatoirement à une idéologie politique, à celle d'un parti ou d'un leader, ou à celle d'un ou des intérêts économiques. La ligne rédactionnelle obéit aux principes et règles d'éthique et de déontologie journalistique.

**34- Media :** moyens de publication d'informations et de divers messages (art, culture, éducation, publicité...) à destination du public.

**35- Media online ou communication numérique :** conception, publication et diffusion d'informations diverses sur le web.

**36- Numérisation d'un signal vidéo :** technique permettant de décomposer une image en éléments numériques appelés pixels auxquels sont attribués des valeurs de luminosité et de couleur par des faisceaux hertziens, par câbles ou par satellite.

**37- Œuvre :** toute création intellectuelle originale exprimée sous forme reproductible.

**38- Œuvres audiovisuelles :** émissions autres que: œuvres cinématographiques, écrits et émissions d'information, variétés, jeux, émissions autres que de fiction majoritairement réalisées en plateau, retransmissions sportives; messages publicitaires, téléachat; autopromotion; services de télétexte.

**39- Œuvres cinématographiques :** œuvres de fiction réalisées et produites en studio ou en décors naturels projetés en salle ou sur écran.

**40- Organe de presse :** entreprise qui fournit des éléments journalistiques tirant sa principale ressource de ces données.

**41- Organisme de radiodiffusion :** personne morale fournissant un service de radiodiffusion au public.

**42- Pigiste ou free-lance :** collaborateur occasionnel lié à l'entreprise de presse ou à un organisme d'information par un contrat de prestation de services moyennant rémunération calculée sur la base unitaire d'un article demandé et accepté, même non publié, ou d'un produit audiovisuel commandé, même non diffusé.

**43- Pré-enseigne :** Signe ou inscription ou indication implanté ou apposé à proximité de l'immeuble où s'exerce une activité.

**44- Producteur :** personne physique responsable de la chaîne de production de documents sonores et audiovisuels: cassettes audio, vidéogrammes, compact disques, films, documentaires, pièces théâtrales, œuvres musicales, clips, publicités, multimédia, logiciels, progiciels, bases de données de systèmes experts, jeux vidéo et autres produits de l'intelligence artificielle.

**45- Production audiovisuelle :** industrie de la conception et de la réalisation des œuvres audiovisuelles telles que les émissions de radio et de télédiffusion.

**46- Production propre :** programme conçu par les professionnels d'une station de radio ou de télédiffusion dont la diffusion ou la retransmission simultanée ou

différée par une autre station est interdite sauf autorisation des concepteurs.

**47- Professionnels de la communication médiatisée :** personnes physiques ayant pour principale et régulière occupation la recherche de faits et d'informations en vue de les communiquer au public par les moyens de communication médiatisée: journaliste, reporter d'images, rédacteur, réalisateur, cinéaste, vidéaste, publiciste, animateur, cyber-journaliste, correspondant de presse, caméraman...

**48- Publication :** impression, parution, mise en vente d'une œuvre imprimée telle que journal, livre..., elle désigne l'ouvrage publié lui-même.

**49- Publication de presse :** mode de diffusion par écrit de la pensée mis à disposition du public paraissant à intervalles réguliers: journaux, périodiques, revues, magazines, bulletins d'agence de presse, feuilles d'annonces, catalogues, almanachs, publications commerciales et industrielles.

**50- Publicité commerciale :** toute forme de message radiodiffusé contre rémunération ou paiement similaire par une institution ou une entreprise publique ou privée dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou de profession libérale dans le but de promouvoir la fourniture contre paiement de biens ou de services y compris les biens immeubles, les droits et les obligations.

**51- Publicité extérieure :** toute publicité utilisant les médias liés aux déplacements et à la vie quotidienne tel l'affichage urbain et routier, la publicité des transports et la publicité lumineuse. Elle consiste en toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir ces inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités.

**52- Radio et télédiffusion :** services diffusant au public des programmes sonores et télévisuels.

**53- Redevance :** taxe prélevée auprès des auditeurs et téléspectateurs ayant pour objet le financement partiel ou principal des antennes publiques et de télévision.

**54- Réémission :** émission d'un programme de radio ou télédiffusion reçue d'une autre source, ou nouvelle émission différée d'une émission antérieure transmise ou reçue et enregistrée précédemment.

**55- Régie de publicité :** entreprise dont l'activité consiste à démarcher des annonceurs ou des agences pour fournir en contrats de publicité les supports dont elle a la charge.

**56- Réseau câblé :** installation de distribution par câble de services de radio et de télédiffusion.

**57- Satellite :** dispositif situé dans l'espace extraterrestre capable de transmettre des signaux pour les besoins de la télécommunication.

**58- Station terrienne :** station implantée sur la surface terrestre communiquant par voie satellitaire.

**59- Supports de communication :** outils de diffusion d'informations.

**60- Télévision Numérique Terrestre ou TNT :** mode de diffusion numérique terrestre de la télévision dans laquelle les signaux vidéos, audio et des données sont numérisés.

**61- TNT HD :** mode de diffusion numérique terrestre véhiculant la vidéo à haute définition.

**62- Télévision Numérique Satellitaire ou TNS** : mode de diffusion numérique satellitaire de la télévision dans laquelle les signaux vidéos, audio et des données sont numérisés.

**63- Vie privée** : tout ce qui se rapporte à l'intimité de la vie d'autrui: familiale, au travail, aux loisirs, à l'image, sentimentale et médicale.

**64- Voie hertzienne** : voie radioélectrique en libre propagation dans l'espace sans support physique.

**65- Voie par câble** : voie empruntant un câble.

## CHAPITRE II

### DU CHAMP D'APPLICATION

Article 2. Le présent Code est applicable sur l'ensemble du territoire national :

- à la communication médiatisée telle que définie à l'article premier du présent Code;

- à toutes les composantes de la communication médiatisée incluant notamment l'exercice de la profession, les entreprises et les services, les médias, la publicité, l'internet;

- aux services de radio et télédiffusion sonore et/ou visuelle;
  
- à la cinématographie.

Article 3. Le territoire, au sens du présent Code, comprend les espaces terrestres et aériens de la Grande Ile, les petites îles maritimes relevant de la souveraineté de l'Etat de la République de Madagascar ainsi que les eaux intérieures et la mer territoriale.

Article 4. L'entreprise de communication est censée être établie à Madagascar et régie par le présent Code, lorsque son siège social se situe à Madagascar ou si la majorité de son personnel y réside, même si les décisions relatives à la programmation sont prises à l'étranger.

## **TITRE II**

### **DU PRINCIPE DE LA LIBRE CIRCULATION**

#### **DE L'INFORMATION**

Article 5. Le droit à la liberté d'expression est un droit universel, inviolable et inaltérable, garanti par l'article 11 de la Constitution qui s'exerce conformément aux dispositions du Pacte International des Droits Civils et Politiques, aux autres conventions s'y rapportant, adoptées par l'Etat. C'est le droit de rechercher, de recevoir et de communiquer librement des informations et des opinions quel que soit le média utilisé.

Nul ne peut limiter la liberté d'échanges d'informations pouvant entraver l'accès aux informations ou portant atteinte au droit des citoyens à une information libre, pluraliste et transparente.

Article 6. L'information sous toutes ses formes n'est soumise à aucune contrainte préalable, sauf celle portant atteinte à l'ordre public et aux bonnes mœurs.

La liberté d'information, quel qu'en soit le support, est un droit. L'exercice de ce droit comporte des devoirs et des responsabilités et est soumis à certaines formalités, conditions, ou sanctions prévues par les textes législatifs et réglementaires en vigueur, lesquelles constituent des mesures nécessaires dans une société démocratique.

Article 7. Nul ne peut être empêché, ni interdit d'accès aux sources d'information, ni inquiété de quelque façon que ce soit dans l'exercice régulier de sa mission de communicateur.

Le journaliste et tout citoyen ont le droit d'accès à toutes les sources d'informations. Le journaliste a le droit de s'informer sans entrave sur tous les faits d'intérêt public, sauf dispositions contraires spécifiques régissant le domaine.

Les conditions, les modalités et les procédures relatives à l'accès aux documents administratifs des organismes publics seront définies par un texte spécifique.

Article 8. Toute personne physique ou morale de nationalité malagasy ou de nationalité étrangère résidant sur le territoire national, a le droit d'émettre et de recevoir, d'entreprendre, de créer des services de communication et d'information.

Article 9. Bénéficiaire de la protection des sources les personnes suivantes :

1° les journalistes, soit toute personne qui, dans le cadre d'un travail indépendant ou salarié, ainsi que toute personne morale, contribue régulièrement et directement à la collecte d'informations, le traitement par la rédaction, la production d'éléments sonores ou vidéo, ou la diffusion d'informations, par le biais d'un média, au profit du public;

2° les collaborateurs de la rédaction, soit toute personne qui, par l'exercice de sa fonction, est amenée à prendre connaissance d'informations pouvant conduire à l'identification d'une source et ce, à travers la collecte, le traitement éditorial, la production ou la diffusion de ces mêmes informations.

Article 10. Les personnes visées à l'article 9 ont le droit de taire leurs sources d'information et de ne pas communiquer des renseignements, enregistrements et documents susceptibles notamment :

1. de révéler l'identité de leurs informateurs;
  
2. de dévoiler la nature ou la provenance de leurs informations;  
de divulguer l'identité de l'auteur d'un texte ou d'une production audiovisuelle;  
de révéler le contenu des informations et des documents eux-mêmes, dès lors qu'ils permettent d'identifier l'informateur.

Article 11. La protection des sources d'information visée aux articles précédents ne peut être levée qu'à la requête des autorités judiciaires si elle est de nature à prévenir la commission d'infractions constituant une menace grave pour l'intégrité physique d'une ou de plusieurs personnes et si les conditions cumulatives suivantes sont remplies:

1. les informations demandées revêtent une importance cruciale pour la prévention de la commission de ces infractions;

2. les informations demandées ne peuvent être obtenues d'aucune autre manière.

Article 12. Les mesures d'information ou d'instruction telles que fouilles, perquisitions, saisies, écoutes téléphoniques et enregistrements ne peuvent concerner des données relatives aux sources d'information des personnes visées à l'article 9 que si ces données sont susceptibles de prévenir la commission des infractions visées à l'article 11 et dans le respect des conditions qui y sont définies.

Article 13. L'exercice des libertés reconnues à l'article 7 ne peut être limitée que par le respect des libertés et droits d'autrui et par l'impératif de sauvegarde de l'ordre public dont l'appréciation relève des juridictions compétentes.

Article 14. Toute infraction relative à la liberté de communication médiatisée doit comporter un élément objectif matérialisé par la publication de l'information ou du message incriminé, et un élément subjectif qui est l'intention coupable ou la volonté de nuire.

### **TITRE III**

## **DES INFRACTIONS PAR VOIE DE COMMUNICATION MEDIATISEE**

### **CHAPITRE PREMIER**

## **DES PUBLICATIONS INTERDITES ET DES PUBLICATIONS NECESSITANT UNE AUTORISATION PREALABLE**

Article 15. L'interdiction d'emploi de tout appareil photographique, d'enregistrement sonore en cours de procès demeure régie par l'article 358 du Code de procédure pénale.

Toutefois, lorsque la décision est rendue, la prise de photo et de son en dehors de la salle d'audience est libre.

Article 16. Le journaliste ne peut détenir ou faire usage d'appareils photographiques, cinématographiques ou enregistreurs audiovisuels dans les cantonnements ou locaux militaires, les sites d'importance vitale en matière de défense, sans consentement préalable du Commandement.

Sont également interdits la prise de photo et le tournage de film à l'intérieur des musées sauf autorisation expresse des autorités compétentes.

Toute violation de cette disposition est passible d'une peine d'amende de 1.000.000 à 2.000.000 Ariary.

Article 17. Est interdite toute publication sous toutes les formes médiatiques ou autres de l'identité des mineurs de moins de 18 ans sauf consentement par écrit des parents ou de toute personne ou institution assurant leur garde ou ayant autorité sur l'enfant.

La violation de cette disposition est passible d'une peine d'amende de 1.000.000 à 2.000.000 Ariary.

Article 18. L'importation, la distribution, l'exportation, la production, la publication, l'exposition et la vente des matières pornographiques impliquant des enfants sont punies des peines prévues par l'article 346 du Code pénal.

Article 19. Est interdite la publication non autorisée des débats en huis clos, des rapports ou tout autre document tenus ou établis au sein des institutions de la République pouvant compromettre l'ordre public ou la sécurité nationale dont l'appréciation relève des juridictions.

La violation de cette disposition est passible de la peine prévue par l'article 17.

## CHAPITRE II

### DE L'ATTEINTE A LA VIE PRIVEE

Article 20. Le journaliste s'abstient de porter toute atteinte à la vie privée des personnes, même lorsque ces personnes assument des fonctions ou un rôle politique. Toutefois, lorsque l'intérêt public le justifie, le journaliste peut révéler des informations lorsque celles-ci compromettent la morale publique et/ou constituent une menace pour la santé publique.

Constitue une atteinte à la vie privée, la divulgation de l'intimité de la vie privée d'autrui :

1. La captation, l'enregistrement, la conservation, la transmission ou la publication, sans le consentement de leur auteur, des paroles prononcées, des images, des photos ou des vidéos à titre privé ou confidentiel ;
2. La publication, par quelque moyens que ce soit, de montage réalisé avec les paroles ou l'image d'une personne, sans son consentement, s'il n'apparaît pas à l'évidence qu'il s'agit d'un montage.

Toute atteinte à la vie privée commise par l'un des moyens ci-dessus énumérés est punie d'une amende de 1.000.000 à 6.000.000 Ariary.

## CHAPITRE III

### DE L'ATTEINTE AU DROIT A L'IMAGE

Article 21. Toute personne dispose d'un droit à l'image. Pour l'information du public, le consentement du sujet n'est pas requis.

Toutefois, le fait prévu à l'alinéa précédent constitue une atteinte au droit à l'image, infraction passible d'une amende de 1.000.000 à 6.000.000 Ariary, si le plaignant justifie d'un préjudice.

Est interdite et punie de la même peine que dessus l'utilisation à des fins publicitaires de l'image d'une personne, sans son consentement.

Article 22. Toute image prise, publiée ou diffusée dans le cadre de toute manifestation publique dont notamment les cérémonies officielles, les réunions sportives, les spectacles de toutes sortes ne constitue pas une atteinte au droit à l'image.

## CHAPITRE IV

### DES DELITS CONTRE LES PERSONNES

Article 23. Toute allégation ou imputation publique d'un fait incorrect qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération d'une personne, à la présomption d'innocence dont elle bénéficie avant toute condamnation définitive, ou d'un corps auquel le fait est imputé constitue une diffamation à condition qu'il en résulte un préjudice personnel et direct à la personne ou au corps visé.

Est punissable la publication directe ou par voie de reproduction de cette allégation ou de cette imputation, même si elle est faite sous forme dubitative ou si elle vise une personne ou un corps non expressément nommé, mais dont l'identification est rendue possible par les termes des discours, appels, menaces, écrits, imprimés, affiches, dessins, annonces ou publications électroniques.

La diffamation commise par l'un des moyens ci-dessus énoncés, envers un Etat, les institutions de l'Etat et les corps constitués, les Cours, les tribunaux, les forces armées est punie d'une peine d'amende de 1.000.000 à 6.000.000 Ariary.

La diffamation commise par les mêmes moyens contre une personne, un citoyen chargé d'un service ou d'un mandat public, temporaire ou permanent, un assesseur à l'occasion de leurs fonctions ou un témoin à raison de sa déposition est punie d'une peine d'amende de 1.000.000 à 2.000.000 Ariary.

Article 24. Toute expression outrageante, termes de mépris ou invectives qui ne renferment l'imputation d'aucun fait et proférés contre une personne, constitue une injure.

L'injure commise par les mêmes moyens envers les corps ou les personnes désignées à l'article 21 du présent Code est passible d'une peine d'amende de 1.000.000 à 2.000.000 Ariary.

L'injure commise dans les conditions prévues à l'alinéa premier incitant à la discrimination, la haine ou la violence à l'égard d'une personne ou d'un groupe de personnes en raison de leur origine ou appartenance ou non-appartenance à une Nation, de leur race ou de leur religion est passible d'une amende de 5.000.000 à 10.000.000 Ariary.

Article 25. Les dispositions des articles 21, 22 et 24 sont applicables aux diffamations ou injures dirigées contre la mémoire des morts lorsque les auteurs de

ces diffamations ou injures avaient l'intention de porter atteinte personnellement à l'honneur ou à la considération des héritiers.

## CHAPITRE V

### DE LA PROVOCATION AUX CRIMES ET AUX DELITS

Article 26. L'utilisation des moyens de la communication médiatisée pour inciter à la haine entre les genres, les religions ou la population, à la violence, au meurtre, à l'atteinte à l'intégrité corporelle de l'homme, à la xénophobie, à la discrimination, pour faire l'apologie des crimes, des crimes de guerres et des crimes contre l'humanité, ou pour porter atteinte aux bonnes mœurs et à l'intégrité du territoire national ou mettre en péril l'unité nationale, est passible des peines prévues par le Code Pénal.

Article 27. Est complice d'une action qualifiée de crime ou délit celui qui par tout moyen de communication médiatisée, soit par des discours, cris, menaces, imprimés, dessins, gravures, peintures, emblèmes, images, annonces, affiches et publications électroniques ont provoqué la commission des dites infractions, que la provocation ait été ou non suivie d'effet.

L'auteur de telles infractions est passible des peines prévues par le Code pénal à l'encontre de l'auteur principal.

Article 28. Toute provocation par l'un des moyens énoncés à l'article 24 adressée à des militaires, des armées de terre, de mer ou de l'air ou à des agents de toute autre force publique constituée dans le but de les détourner des devoirs auxquels ils sont astreints de par leur rôle et de l'obéissance qu'ils doivent à leurs chefs dans tout ce qu'ils leur commandent pour l'exécution des lois et règlements qui les régissent, est punie d'une amende de 3.000.000 à 6.000.000 Ariary.

Article 29. Quiconque, par un moyen de communication écrite ou audiovisuelle ou par voie de fait, menaces, manœuvres concertées, aura organisé ou tenté d'organiser le refus collectif de l'impôt est puni d'une amende de 1.000.000 à 3.000.000 Ariary.

Article 30. La publication, la diffusion ou la production par quelque moyen que ce soit de fausses nouvelles, de pièces ou faits trafiqués, altérés, falsifiés ou mensongèrement attribués à des tiers et laquelle aura induit le public en erreur, troublé la paix publique ou aura été susceptible de la troubler, est punie d'une amende de 3.000.000 à 6.000.000 Ariary.

Les mêmes faits sont punis de la même peine lorsque la publication, la diffusion ou la reproduction faite est de nature à ébranler la discipline ou le moral des armées ou à entraver la paix civile.

Est punie de la même peine toute entrave par quelque moyen que ce soit, au déroulement des fêtes nationales ou toute incitation, par tout support audiovisuel, à s'abstenir d'y participer, que cette incitation ait été ou non suivie d'effet.

Les mêmes faits sont punis de la même peine lorsque la publication, la diffusion ou la reproduction est de nature à ébranler la confiance du public en la solidité de la monnaie, à provoquer des retraits de fonds des caisses publiques ou des établissements obligés par la loi à effectuer des versements à des caisses publiques, à inciter le public à la vente des titres ou des effets publics, ou à les détourner de l'achat ou la souscription de ces titres ou effets, que ces allégations ou provocations aient été ou non suivies de résultats.

Article 31. L'outrage aux bonnes mœurs commis par les moyens de communication médiatisée est puni d'une amende de 2.000.000 à 5.000.000 Ariary.

Est punie de la même peine l'outrage aux bonnes mœurs à travers toute exposition de dessins, gravures, peintures, emblèmes ou images obscènes par tout support audiovisuel.

## CHAPITRE VI

### **DE LA RESPONSABILITE DES MEDIAS**

Article 32. Sont retenus comme auteurs principaux de délits de presse et encourent les peines prévues par ce présent Code suivant l'ordre ci-après :

- le Directeur de Publication, à défaut;
  
- le rédacteur en chef, à défaut;
  
- l'auteur de l'article.

Article 33. Peuvent être tenus comme complices des délits de presse toutes personnes auxquelles les articles 59 et 60 du Code Pénal se réfèrent.

Article 34. Les propriétaires de radio, télévision, journaux, périodiques, agences de presse, salle de cinéma et de salle de vidéo sont solidairement et civilement responsables des condamnations pécuniaires prononcées au profit des tiers contre les personnes désignées aux articles 32 et 33 conformément aux dispositions des articles 220 et suivants de la loi du 2 juillet 1966 portant Théorie Générale des Obligations.

Le recouvrement des amendes et dommages-intérêts est poursuivi, selon le statut juridique de l'entreprise, soit sur l'actif de l'entreprise soit sur les biens personnels des auteurs de l'infraction.

Article 35. L'action civile résultant des délits de diffamation ne peut être poursuivie séparément de l'action publique sauf dans le cas de décès de l'auteur du fait incriminé ou d'amnistie.

## CHAPITRE VII

### DE LA PROCEDURE

Article 36. La poursuite des délits par voie de communication médiatisée ou par tout autre moyen de publication a lieu à la diligence du Ministère Public, de la partie civile ou de toute personne lésée, suivant les modalités ci-après, selon la procédure de citation directe ou de l'instruction préparatoire prévue par le Code de procédure pénale :

1. dans le cas d'injure ou de diffamation envers les cours, tribunaux et autres corps indiqués aux articles 24 et 25, la poursuite n'a lieu que sur une délibération prise en assemblée générale des membres; à défaut, sur la plainte du chef de corps ou du Ministre duquel le corps relève;
2. dans le cas d'injure ou de diffamation envers un ou plusieurs membres d'une assemblée parlementaire, la poursuite n'a lieu que sur plainte de la personne ou des personnes intéressées ;
3. dans le cas d'injure ou de diffamation envers les fonctionnaires publics, les dépositaires ou agents de l'autorité publique et envers les citoyens chargés d'un service ou d'un mandat public, la poursuite a lieu soit sur leurs plaintes, soit sur la plainte du ministère dont ils relèvent ;
4. dans le cas de diffamation envers un assesseur ou un témoin, la poursuite a

lieu sur plainte de ces derniers ;

5. en cas de diffamation ou d'injure envers les particuliers ou contre la mémoire d'un mort, la poursuite a lieu sur plainte de la personne diffamée ou injuriée, de l'époux, des héritiers ou des légataires universels.

Toutefois, la poursuite peut être exercée par le ministère public lorsque la diffamation ou l'injure commise aura entraîné la discrimination, la haine ou la violence à l'égard d'une personne ou d'un groupe de personnes à raison de leur origine ou de leur appartenance ou non-appartenance à une race, une nation ou à une religion déterminée.

En cas de délit flagrant, la saisie des supports audiovisuels contenant l'émission mise en cause peut être effectuée par le ministère public ou sur son instruction pour la constitution des éléments de preuves.

Le directeur de la publication peut demander main levée de la saisie devant la juridiction pénale laquelle statue sur l'opportunité de la demande.

Article 37. En cas de diffamation pendant la période électorale contre un candidat, les délais de procédure de citation directe sont ceux prévus par l'article 77 du Code de procédure pénale.

Article 38. Si le prévenu entend prouver la véracité des faits diffamatoires, il doit dans un délai fixé par le juge, produire à l'audience :

- les pièces justificatives de sa défense;
  
- et/ou les noms des témoins qu'il se réserve de citer.

Article 39. Si le plaignant entend apporter la preuve contraire aux faits diffamatoires allégués, il produit au premier appel de l'affaire toute pièce qu'il juge utile à l'appui de sa plainte et/ ou les noms des témoins qu'il se réserve de citer à comparaître.

Article 40. Le Tribunal correctionnel statue dans un délai maximum de trois mois en matière de diffamation et d'injure commises par voie de communication médiatisée.

Dans le cas prévu à l'article 37, le Tribunal rend son jugement avant le jour du scrutin.

Article 41. Les décisions rendues par les tribunaux de première instance sont susceptibles d'appel dans les formes et délai prévus par le Code de procédure pénale.

Les arrêts rendus par les Cours d'appel en la matière sont susceptibles de pourvoi en cassation dans les forme et délai prévus par la Loi organique 2004-036 du 1<sup>er</sup> octobre 2004 relative à l'organisation, aux attributions, au fonctionnement et à la procédure applicable devant la Cour Suprême et les trois Cours la composant.

Article 42. La poursuite des crimes commis par les agents de communication, d'information et de publication a lieu conformément aux règles du droit commun.

## CHAPITRE VIII

### **DES PEINES COMPLEMENTAIRES,**

### **DE LA RECIDIVE ET DES PRESCRIPTIONS**

Article 43. En cas de condamnation ou en cas de récidive dans la commission des infractions de presse prévues aux articles précédents, le juge peut ordonner la confiscation des matériels de communication audiovisuelle saisis et tout support ayant servi à la commission de l'infraction au profit de l'Etat ou d'un organisme public.

Article 44. En cas de récidive, la fermeture définitive de l'entreprise et/ou la radiation du journaliste peut être prononcée par le Ministre chargé de la communication.

L'entreprise faisant l'objet de fermeture définitive ne peut en aucun cas fonctionner sous une autre dénomination sociale.

Article 45. La suspension provisoire d'un ou des programmes, en partie ou en totalité d'une rubrique de publication peut être prononcée pour une durée n'excédant pas trois (03) mois.

Cette mesure de suspension est sans effet sur les contrats de travail en cours ainsi que sur les autres obligations contractuelles et légales qui incombent à l'employeur.

Article 46. L'action publique en matière de diffamation et d'injure par voie de communication médiatisée se prescrit par six (06) mois. La prescription court du jour où la diffamation ou l'injure a été commise ou du jour du dernier acte de procédure s'il en a été pris.

Les autres infractions qualifiées de crime ou délit sont soumises aux prescriptions de droit commun.

## **TITRE IV**

**De L'ORGANISATION GENERALE en matière  
de Communication MEDIATISEE**

**CHAPITRE PREMIER**

**DU ROLE DE L'ETAT EN MATIERE  
DE COMMUNICATION MEDIATISEE**

Article 47. La communication médiatisée vise à :

- a) promouvoir et garantir l'exercice de la liberté de presse et de la Communication médiatisée ainsi que les libertés d'expression, et d'opinion dans le respect de la dignité de la personne humaine, de la vie privée des citoyens et de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion;
  
- b) raffermir et consolider par le service de la communication médiatisée, l'unité de la nation, la culture du civisme, du patriotisme, de la démocratie et de la bonne gouvernance, la lutte contre la pauvreté et la sauvegarde du patrimoine national, naturel et culturel;
  
- c) promouvoir la créativité artistique, scientifique et technologique en favorisant la libre circulation de l'information;
  
- d) veiller à l'expression pluraliste de l'information;
  
- e) encourager le développement de l'industrie de la communication, de la culture et le rayonnement culturel de la Nation dans son espace géographique et dans le monde;

f) développer les infrastructures d'information et de communication;

g) doter le secteur de la communication médiatisée d'un cadre de développement répondant aux normes technologiques, politiques et juridiques évolutives;

h) contribuer au développement de la communication cinématographique, en collaboration avec le ministre chargé de l'art et de la culture;

i) promouvoir les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC);

j) promouvoir le respect des droits humains et l'égalité de genre.

Article 48. Le Ministère chargé de la Communication élabore la politique sectorielle de l'Etat en matière d'information et de communication ainsi que la planification des réseaux publics d'information et de communication.

Article 49. Le Ministère chargé de la Communication assure la gestion des ressources destinées à la communication médiatisée et relevant du domaine public: il octroie et retire les licences d'exploitation.

Il établit le plan de développement pour la mise en œuvre de la politique d'accès de la population malagasy aux services de radiodiffusion et de télévision dans les

zones urbaines et rurales , en favorisant les zones difficilement accessibles.

Il conçoit des infrastructures en vue de la décentralisation et de la déconcentration des media et des services de communication.

Article 50. L'Etat applique les instruments juridiques internationaux relatifs à la communication médiatisée pour le développement du secteur.

## CHAPITRE II

### **DE L'AUTORITE NATIONALE DE REGULATION DE LA COMMUNICATION MEDIATISEE (ANRCM)**

Article 51. Est instituée une autorité administrative indépendante dénommée "Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée" ou ANRCM chargée au nom de l'Etat de :

- réguler l'exercice des activités de communication médiatisée;
- déterminer et contrôler le respect des cahiers de charges;
- arbitrer les litiges nés des activités de la communication médiatisée;
- assurer l'égalité de traitement entre les opérateurs de presse, de communication, de publicité et de cinématographie;

- garantir le caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion;
  
- veiller à la promotion de la langue et de la culture malagasy;
  
- garantir les conditions de la libre concurrence entre opérateurs;
  
- promouvoir la qualité et la diversité des programmes ainsi que le développement de la production et de la création audiovisuelle nationale;
  
- faire respecter les droits de diffusion en matière audiovisuelle;
  
- faciliter les implantations et les relations entre les organes de presse sur tout le territoire afin de maintenir le caractère pluraliste de l'information et de la communication et veiller à ce qu'ils ne fassent pas l'objet de concentration;
  
- saisir les autorités compétentes si besoin est;
  
- prendre des mesures administratives à caractère préventif;
  
- recevoir et traiter les doléances des citoyens face aux agissements de la

presse.

- établir un rapport annuel sur l'état de la communication médiatisée à Madagascar.

Article 52. L'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée est composée de 11 membres dont :

- Un (1) représentant du Ministère chargé de la Communication;
- Un (1) représentant du Ministère chargé des Télécommunications;
- Un (1) représentant du Ministère chargé de la Culture;
- Un (1) représentant du Ministère chargé des Finances;
- Un(1) représentant de l'Autorité de Régulation des Télécommunications;
- Un (1) représentant du secteur des médias publics;

- Trois (3) représentants des organes de presse privée;
  
- Un (1) représentant de l'Ordre des Journalistes de Madagascar;
  
- Un magistrat élu par le Conseil Supérieur de la Magistrature.

Article 53. L'organisation et le fonctionnement de l'Autorité Nationale de Régulation des Communications Médiatisées sont fixés par décret pris en Conseil des Ministres.

## **TITRE V**

### **DES DROITS, DEVOIRS ET OBLIGATIONS DES PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION MEDIATISEE**

#### **CHAPITRE PREMIER**

#### **DE L'EXERCICE DU METIER DE JOURNALISTE PROFESSIONNEL**

Article 54. L'exercice de la profession de journaliste est libre. Toutefois, seules les personnes titulaires d'un diplôme, brevet de qualification, ou certificat délivré par un établissement de formation professionnelle en journalisme, peuvent obtenir une carte d'identité professionnelle délivrée par la commission paritaire au sein de l'Ordre des journalistes.

Peuvent également obtenir une carte d'identité professionnelle toute personne pouvant justifier qu'elle a exercé d'une manière permanente la profession pendant trois années consécutives. Un arrêté du Ministre chargé de la communication fixera les modalités d'application de cette disposition.

Les autorités civiles et militaires peuvent, si besoin est, prêter assistance aux titulaires de la dite carte dans l'exercice de leur fonction de journaliste.

Article 55. Il est créé au sein de l'ordre des journalistes une commission paritaire composée de représentants du Ministère de tutelle, des représentants des journalistes et des représentants des organisations patronales de la communication médiatisée.

Elle est chargée de délivrer la carte d'identité professionnelle de journaliste conformément aux dispositions de l'article 54.

La carte d'identité professionnelle est délivrée pour une période de quatre (04) ans renouvelable tant que le titulaire exerce la profession de journaliste.

Un arrêté du Ministre chargé de la Communication fixe l'organisation et le fonctionnement de la commission

Article 56. Les modalités d'organisation et de fonctionnement de l'Ordre des journalistes de Madagascar et de la commission paritaire sont fixées par arrêté du Ministre en charge de la Communication.

## CHAPITRE II

### **DES DEVOIRS ET OBLIGATIONS**

## DU JOURNALISTE PROFESSIONNEL

Article 57. Dans un souci d'organisation et d'harmonisation des rapports des membres de la profession et des pouvoirs publics, l'Ordre des Journalistes de Madagascar est institué en tant que gardien des règles d'éthique et de déontologie de la profession. Il collabore avec les organisations patronales de la communication médiatisée.

Article 58. Les devoirs et obligations incombant aux journalistes sont stipulés dans les règles d'éthique et de déontologie ainsi qu'il suit:

*a- Les devoirs du journaliste :*

- Respecter les faits, quelles qu'en puisse être les conséquences pour lui-même, et ce en raison du droit que le public a de connaître la vérité;
  
- Ne publier que les informations dont l'origine, la véracité et l'exactitude sont établies. Dans le cas contraire, les accompagner de réserves nécessaires; ne pas supprimer les informations essentielles et ne pas altérer les propos, les textes et les documents;
  
- Défendre, en tout lieu et en toute circonstance, la liberté qu'il a d'informer, de commenter et de critiquer, en tenant le scrupule et le souci de la justice comme règle première dans la publication honnête de ses informations;
  
- Ne pas user des méthodes déloyales pour obtenir des informations, des photographies ou des documents, ni confondre son rôle avec celui d'un

policier;

- Ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui d'un de publicitaire ou de propagandiste;

- N'accepter aucune consigne directe ou indirecte des annonceurs, des autorités administratives ou politiques;

- Refuser tout avantage en numéraire ou en nature quelles qu'en soient la valeur et la provenance pour services rendus ou attendus;

- Refuser toute pression et n'accepter de directive rédactionnelle que des responsables de la rédaction. Assumer la responsabilité pleine et entière de tous ses écrits;

- Ne jamais révéler les circonstances dans lesquelles le journaliste a connu les faits qu'il rapporte, et ce, pour la protection de l'auteur des informations qu'il a pu recueillir;

- S'abstenir de toute atteinte à l'éthique sociale: incitation au tribalisme, à la xénophobie, à la révolte, aux crimes et délits; outrage aux bonnes mœurs, apologie des crimes, des crimes de guerre et des crimes contre l'humanité;

- Respecter la vie privée des personnes. Le droit de la personne de

protéger sa réputation et son intégrité doit être respecté. Eviter de publier des informations qui violent l'intimité de la vie privée;

- Rectifier toute information publiée qui se révèle inexacte;
- Ne reconnaître que la juridiction de ses pairs souverains en matière d'honneur professionnel;

*b- Les obligations du journaliste :*

- Le journaliste vérifie l'exactitude de ses informations;
- Il Conserve les enregistrements sonores ou visuels, notamment pour apporter les preuves de ce qui est rapporté;
- Le journaliste fait la distinction entre faits et commentaires;
- Le journaliste, dans la collecte, le traitement et la diffusion de l'information doit agir avec le maximum d'objectivité possible;
- Le journaliste doit, en toutes circonstances, et quelles que soient ses propres convictions personnelles, agir en son âme et conscience, avec

honnêteté;

- Le journaliste doit garder son indépendance éditoriale et résister aux pressions politiques, sociales ou financières susceptibles d'infléchir sa rigueur dans le traitement de l'information. Il n'accepte d'autres directives que celles des responsables de sa rédaction, de sa morale ou de son éthique personnelle lorsqu'il travaille seul;
  
- Le journaliste informe les personnes peu familières avec la presse que leurs propos pourront être diffusés et donc portés à la connaissance d'un large public;
  
- Le journaliste s'interdit tout plagiat et cite les confrères dont il reprend les informations;
  
- Le journaliste signe les photos illustrant son article ou fait clairement référence à leur source.

Article 59. Constituent des manquements aux devoirs et obligations du journaliste professionnel :

- L'inobservation des dispositions édictées aux alinéas a. et b. de l'article 58 ci-dessus;

- Les imputations dommageables, les attaques personnelles ou les insinuations malveillantes à l'égard d'un citoyen, d'un groupe de citoyens, d'une association ou d'un corps professionnel;
  
- Les paroles injurieuses ou outrageantes à l'endroit d'un citoyen, d'un groupe de citoyens, d'une association ou d'un corps professionnel;
  
- La diffamation qui porte atteinte à l'honneur d'une personne ou de toute personnalité;
  
- L'appel au trouble à l'ordre public;
  
- Les publications contraires à la pudeur et aux bonnes mœurs;
  
- La diffusion d'images, de photographies, de publications ou d'illustrations obscènes, licencieuses ou pornographiques;
  
- La publication de fausses informations;
  
- Les publications non autorisées compromettant l'intérêt général;

- La non signature des publications ou l'utilisation de faux noms;
- Le non-respect de cahier de charge;
- Les atteintes à la déontologie et à l'accès équitable des medias de service public;
- Les atteintes à la vie privée de tout citoyen

Le conseil de l'ordre des journalistes s'érige en conseil de discipline pour connaitre des manquements aux règles d'éthique et de déontologie du journaliste dans l'exercice de ses fonctions.

Les manquements aux règles d'éthique et de déontologie sont passible des sanctions suivantes :

- l'avertissement;
- le blâme;
- l'interdiction temporaire d'exercer la profession;

- la radiation, nonobstant l'application des autres sanctions prévues par le présent Code.

Le Conseil de l'Ordre est habilité à intervenir dans tout procès mettant en cause la presse.

### CHAPITRE III

## DES DROITS ET AVANTAGES

## DU JOURNALISTE PROFESSIONNEL

Article 60. Dans l'exercice de ses fonctions :

- Tout journaliste revendique la protection de ses sources d'information;
- Tout journaliste revendique le libre accès à toutes les sources d'information et le droit d'enquêter librement sur tous les faits qui conditionnent la vie publique. Le secret des affaires publiques ou privées ne peut, en ce cas, être révélé au journaliste que par exception et en vertu des motifs clairement exprimés;
- Tout journaliste refuse toute subordination qui serait contraire à la ligne générale de l'organe d'information avec lequel il collabore, de même que toute subordination qui ne serait pas clairement impliquée par cette ligne générale.

En vertu de la clause de conscience, le journaliste ne peut être contraint d'accomplir un acte professionnel ou d'exprimer une opinion qui serait contraire à sa conviction, son honneur, sa réputation ou ses intérêts moraux;

- L'équipe rédactionnelle est obligatoirement informée de toute décision définitive sur toute mesure intéressant la composition de la rédaction: embauche, licenciement, mutation et promotion de journaliste;
- En considération de sa fonction et de ses responsabilités, le journaliste a droit non seulement au bénéfice des conventions collectives, mais aussi à un contrat personnel assurant la sécurité matérielle et morale de son travail ainsi qu'à une rémunération correspondant au rang social qui est le sien et suffisante pour garantir son indépendance économique;

Article 61. Les journalistes et les professionnels de la communication médiatisée non soumis au statut général des fonctionnaires ou au statut des agents non-encadrés de l'Etat sont obligatoirement liés à leur employeur par un contrat de travail régi par les dispositions du Code du travail.

Toutefois, si une entreprise de presse ou de media recourt temporairement au service d'un journaliste professionnel, ce dernier est lié à l'entreprise par un contrat de prestation de service.

En cas de licenciement sans motif légitime, sans cause réelle et sérieuse, une indemnité de rupture est due au journaliste, dont le montant ne peut être inférieur à la somme représentant un mois par année de service, des derniers appointements, le maximum étant fixé à quinze (15) mois.

En cas de faute lourde, laissée à l'appréciation de la juridiction sociale, le licenciement ne donne droit à aucune indemnité.

Article 62. Eu égard à la situation particulière du journaliste et pour préserver sa liberté d'opinion et son indépendance intellectuelle, la clause de conscience lui permettra :

1. Par dérogation aux dispositions du Code de travail, de rompre son contrat sans respecter le préavis dans les cas suivants :

a. cession du journal ou de l'entreprise de presse ou de télévision;

b. cessation de parution du journal ou du périodique, cession d'émission de l'entreprise de radio ou de télévision;

c. changement dans l'orientation ou de la ligne éditoriale du journal, périodique, entreprise de communication, si ce changement crée pour le journaliste ou pour le professionnel de la communication une situation de nature à porter atteinte à son honneur, à sa réputation, à sa conscience ou d'une manière générale, à ses intérêts moraux.

2. De prétendre dans les cas prévus aux paragraphes b. et c. du présent article, à l'indemnité de rupture prévue à l'article 59.

Toutefois, si le journaliste se dévie de la ligne éditoriale dans l'exercice de son métier, il ne peut pas se prévaloir de la clause de conscience.

En cas de contestation ou de difficultés, le Conseil de l'Ordre des Journalistes s'érige en commission arbitrale pour statuer sur la rupture.

Article 63. L'Ordre des journalistes est ampliatrice de toute attestation de recrutement, de toute décision de licenciement et de toute lettre de démission du journaliste professionnel.

Article 64. Les pigistes n'étant pas des salariés, ne bénéficient pas de la législation concernant leur contrat de travail. Ils sont entièrement et essentiellement indépendants de l'organe de presse ou d'information concernant les modalités de travail.

Article 65. Le journaliste titulaire de la carte d'identité professionnelle bénéficie des avantages prévus par les conventions et traités internationaux dûment ratifiés par Madagascar ainsi que ceux prévus par les lois et règlements nationaux en vigueur.

Article 66. Les professionnels de la Communication Médiatisée jouissent des droits et privilèges leur permettant d'exercer convenablement leur profession. Les droits et privilèges découlant de la reconnaissance explicite d'une ou des conventions internationales ratifiées par Madagascar, d'une législation ou d'une réglementation nationale sont de droit applicables conformément aux conventions internationales et à la législation nationale en vigueur.

Article 67. Le journaliste a le droit de s'abstenir d'effectuer tout acte professionnel et en particulier d'exprimer son opinion qui soit contraire aux règles d'éthique et de déontologie;

Il n'encourt aucune sanction du fait de son refus.

Article 68. Toute agression commise par toute personne physique ou morale, par les autorités publiques, par les forces de l'ordre à l'endroit des journalistes ou une équipe de reportage ou d'une station radio et de télédiffusion portant atteinte à leur matériel de travail, est passible de poursuites et de sanctions conformément aux dispositions du Code pénal. Une copie de la plainte de la victime peut être communiquée à l'Ordre des Journalistes de Madagascar.

Sauf en cas de condamnation judiciaire et dans l'exercice de leur métier, est interdite la confiscation des matériels de travail du journaliste ou d'un organe de presse.

L'altération et la destruction des données y contenues sous toutes les formes, sont également interdites.

Article 69. Le journaliste et les professionnels de la communication bénéficient des conditions de travail garanties par une convention collective ainsi que l'exercice du droit syndical conformément à la législation du travail.

## CHAPITRE IV

### **DES DROITS DE REPONSES**

### **ET DE RECTIFICATIONS**

Article 70. Lorsque la prestation d'une communication médiatisée porte directement atteinte à l'honneur ou à la réputation ou rapporte inexactement et dénature les propos et les actes d'une personne physique ou morale ou d'un dépositaire de l'autorité publique dans l'exercice de sa fonction, ces personnes peuvent exercer leur droit de réponse et de rectification dans les conditions fixées par le présent Code.

Lorsque la prestation porte atteinte à l'honneur ou à la réputation d'une personne ou

d'un groupe de personnes à raison de leur origine ou de leur appartenance ou de leur non-appartenance à une association ou à un parti déterminé, le droit de réponse ou de rectification peut être exercé par les associations pour la défense des droits de l'homme ou par l'association à laquelle cette personne ou ce groupe de personnes appartient, sous réserve des conditions prescrites par les textes législatifs et réglementaires régissant les associations.

Toutefois, lorsque les faits concernent des personnes considérées individuellement, l'action de l'association n'est recevable qu'en vertu d'un mandat de l'intéressé.

La personne ou l'association adresse au directeur de publication de la station audiovisuelle ou de l'organe de presse concerné une demande écrite avec accusé de réception contenant le droit de réponse dans les quinze (15) jours suivant la publication ou la diffusion de la prestation contestée. Copie de la demande sera adressée à l'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée.

En cas d'abus d'exercice du droit de réponse dont l'appréciation relève du juge compétent, la station audiovisuelle ou l'organe de presse concerné peut demander réparation devant la juridiction civile.

Article 71. Dans les trois (03) jours suivant la réception de la demande, le directeur de publication ou de la station ou à défaut le rédacteur en chef de la station audiovisuelle ou de l'organe de presse est tenu de faire connaître au demandeur par lettre recommandée avec accusé de réception ou par acte extrajudiciaire, les motifs du refus de publication ou de diffusion.

En cas de silence ou de refus du directeur de publication ou du Rédacteur en Chef ou d'acceptation non suivie d'exécution par ces derniers, le demandeur peut saisir les autorités judiciaires compétentes statuant en référé. Le juge peut assortir sa décision d'astreintes de 200.000 Ariary par jour de retard.

Est assimilé au refus d'insertion le fait de retirer la réponse ou de rectifier une édition spéciale publiée ou diffusée dans une ou plusieurs des régions desservies par l'entreprise incriminée.

Le Président du Tribunal, statuant en la forme des référés, se prononce dans les dix (10) jours de sa saisine.

Pendant la période électorale, le président du Tribunal peut être saisi sous la forme de la procédure de référé à bref délai.

En cas d'appel, il sera statué par la juridiction du premier président de la Cour d'Appel dans les dix (10) jours de sa saisine.

Article 72. L'action en insertion forcée se prescrit par trois (03) mois à compter de la publication ou de la diffusion de la prestation contestée.

Toutefois, toute personne mise en cause dans une communication écrite ou audiovisuelle dans le cadre d'une poursuite pénale ayant abouti à une décision de non-lieu, de relaxe ou d'acquittement peut également exercer l'action en insertion forcée, dans les trois (03) mois où la décision est devenue définitive.

En cas de demande d'exercer le droit de réponse ou de rectification, le délai de conservation des documents incriminés, par l'entreprise de communication médiatisée, est de trois (03) mois après l'intervention de la décision définitive, pour la sauvegarde des preuves.

Article 73. La réponse ou la rectification est publiée ou diffusée dans les mêmes formes et conditions de publication ou de diffusion de la prestation contestée.

La réponse et les rectifications sont publiées ou diffusées gratuitement.

Le droit de réponse ou de rectification n'emporte pas renonciation à l'exercice d'une action en indemnisation devant le Tribunal civil.

## CHAPITRE V

### DES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES

#### DE LA COMMUNICATION MEDIATISEE

Article 74. L'exercice du droit syndical et associatif pour le respect des intérêts communs est reconnu aux professionnels de la communication, dans le respect des droits et libertés garantis par la Constitution.

Les journalistes et les patrons de presse sans distinction d'aucune sorte, ont le droit, sans autorisation préalable, de constituer des organisations de leurs choix, ainsi que de s'affilier à ces organisations, à la seule condition de se conformer aux statuts de ces dernières, ou de ne pas s'y affilier.

Les organisations créées peuvent avoir une envergure ou une couverture géographique locale, régionale ou nationale.

Article 75. Les autorités publiques doivent s'abstenir de toute intervention de nature à limiter ce droit ou en entraver l'exercice légale.

Article 76. Les dispositions du Code du Travail relatives aux organisations des travailleurs et des employeurs sont applicables aux professionnels de la communication médiatisée.

Article 77. La carte de membre délivrée par une organisation syndicale ou associative ne peut pas se substituer à la carte professionnelle délivrée par la commission paritaire. Elle ne donne pas le droit d'entrée à une manifestation quelconque.

Article 78. L'accréditation pour des manifestations spécialisées ou protocolaires est laissée aux soins des organisateurs, sans pour autant constituer une entrave à l'endroit de l'entreprise d'information et de communication.

## CHAPITRE VI

### **DES DROITS DES JOURNALISTES ET DU**

### **PERSONNEL DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC**

Article 79. Les journalistes et le personnel des services publics de communication audiovisuelle ne peuvent faire l'objet de discrimination fondée sur l'opinion, la croyance, l'origine ou l'appartenance syndicale ou politique dans l'exercice de leur fonction.

Le recrutement, la nomination, l'avancement et la mutation s'effectuent sans autre condition que les capacités professionnelles requises.

Article 80. Le droit de grève est reconnu au personnel des services publics des chaînes de radio et de télévision sans qu'il puisse être porté préjudice à la continuité du service ni aux intérêts fondamentaux de la Nation.

Les modalités d'exercice de ce droit doivent respecter les réglementations en vigueur et les normes internationales.

**TITRE VI**  
**DES PUBLICATIONS**  
**ET DES AGENCES DE PRESSE**

**CHAPITRE PREMIER**  
**DE LA CONSTITUTION**  
**D'UNE ENTREPRISE DE PRESSE**

Article 81. Toute entreprise privée de presse dotée de la personnalité morale ou non est libre d'exercer son activité dans le respect des règles édictées par le présent Code et ses textes d'application.

Article 82. Indépendamment de ses obligations légales d'inscription, toute entreprise de presse doit être enregistrée auprès de l'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée et ses statuts y déposés.

Article 83. Toute entreprise de presse doit être enregistrée auprès des Autorités, lequel enregistrement doit comporter les renseignements suivants :

1. si elle n'est pas dotée de la personnalité morale : les noms, prénoms et adresse de la personne physique propriétaire ainsi que son capital.
2. si elle est dotée de la personnalité morale : sa dénomination ou sa raison sociale, son siège social, ses statuts, son capital social, les noms, prénoms et adresses de son représentant légal.
3. dans tous les cas, les noms, prénoms et adresses du directeur de publication et ainsi que du directeur de la rédaction et du rédacteur en chef pour les entreprises de communication de masse offrant des services d'informations, le directeur gérant pour les agences publicitaires ou les sociétés d'exploitation cinématographique ou les sociétés d'édition.
4. les services de communication qu'elle assure.

Toute infraction aux dispositions du présent article est passible d'une amende de 100.000 à 500.000 Ariary prononcée contre les dirigeants de l'entreprise.

Article 84. Le prête-nom au profit d'une entreprise privée de communication est interdit.

Article 85. Toute entreprise de presse écrite, audiovisuelle, sur la toile hébergée à Madagascar doit avoir un directeur de publication. Le directeur de publication qu'il soit ou non salarié de l'entreprise de presse doit être le propriétaire ou l'actionnaire majoritaire ou le représentant légal.

En cas d'élection du directeur de la publication à un mandat public électif ou de nomination à une autre fonction non cumulative, son remplacement sera fait dans un délai maximum de trois (03) mois à compter de la date de proclamation officielle des résultats de l'élection ou de sa nomination.

Le directeur de publication doit résider à Madagascar, avoir la majorité civile, jouir des droits civils et civiques et n'avoir pas fait l'objet d'une condamnation judiciaire.

Article 86. En cas de recrutement de personnel étranger, son nombre ne doit pas dépasser le tiers de l'effectif total du personnel de l'entreprise.

Les étrangers doivent justifier des expériences professionnelles requises et obtenir l'autorisation du ministre chargé de l'emploi après visa de l'inspection du travail et être en possession de visa de séjour.

## CHAPITRE II

## DU DEPOT LEGAL

Article 87. L'obligation du dépôt légal s'impose à toute entreprise de communication médiatisée.

Les références de dépôt légal doivent figurer sur les exemplaires des documents et supports publiés, reproduits, imprimés et édités, sous peine d'interdiction de publication, de saisie des documents et des produits et/ou d'une amende de 1.000.000 à 2.000.000 Ariary.

Article 88. L'obligation du dépôt légal répond aux soucis de :

- contrôle aux fins de prévention ou de sanction des infractions et de conservation de la preuve des infractions;
  
- collecte et conservation des documents au titre de patrimoine national;
  
- constitution et diffusion de bibliographies nationales;
  
- consultation des documents, sous réserve des confidentialités protégées par la loi et dans les conditions conformes à la législation sur la propriété intellectuelle.

Un décret pris en Conseil de Gouvernement précise les formalités d'exécution du

dépôt légal.

Article 89. Les organismes dépositaires des documents soumis au dépôt légal sont :

- l'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée;
  
- la bibliothèque nationale;
  
- les archives nationales ou autres entités spécialisées publiques ou privées mandatées par celles-ci.
  
- Le ministère de l'intérieur.

Article 90. Font l'objet d'un dépôt légal dès lors qu'ils sont mis à la disposition du public ou rendus publics, les documents imprimés et graphiques (journaux, périodiques, bulletins d'agence ou de presse, dépliants, brochures, jaquettes, affiches, affichettes, cartes postales, cartes de géographie et autres, timbres, estampes, gravures, livres, manuels de cours scolaire, travaux de recherche à vulgariser) les documents photographiques, les reproductions de dessin, les œuvres musicales (partitions, cantiques, chants, chansons), les poèmes et recueils de poèmes, les pièces théâtrales, les documents sonores, audiovisuels (cassettes, compact disque, Cd-rom, film, série, documentaire, clip, publicité, homélies) et multimédias, quel que soit leur procédé technique de production, d'édition ou de diffusion.

Cette liste n'est pas toutefois limitative.

Font également l'objet de dépôt légal les logiciels, les progiciels, les bases de données, les systèmes experts, les autres produits de l'intelligence artificielle, y compris les jeux vidéo, dès lors qu'ils sont mis à la disposition du public ou rendus publics par la diffusion d'un support matériel.

Article 91. Sont exclus du dépôt légal :

- les bulletins de liaison strictement interne ou exclusivement destinés à l'utilisation interne d'une entreprise ou les travaux d'impression à caractère administratif tels que modèles, formules et contextures pour factures, registres;
  
- les travaux d'impression à caractère commercial tels que les tarifs, les étiquettes, les cartes d'échantillon et les factures;
  
- les lettres et enveloppes à en-tête;
  
- les bulletins de vote ainsi que les titres de publication non encore imprimés;
  
- les titres de valeurs financières.

Les documents de tout genre, d'origine locale ou étrangère non-énumérés dans la liste des documents visés à l'article précédent et à l'alinéa précédent sont soumis

aux formalités de contrôle du ministère de l'intérieur pour la sécurité morale.

Article 92. Tous travaux d'impression, de production ou d'édition soumis à l'application des dispositions du présent Code doivent être enregistrés dans des registres spéciaux tenus par l'imprimeur ou par le producteur, ou par l'éditeur.

Chaque inscription est affectée d'un numéro par ordre chronologique.

Ces registres doivent être tenus à jour et être mis à la disposition des autorités lorsque celles-ci estiment nécessaire de les consulter.

Article 93. Sur les exemplaires d'une œuvre soumise au dépôt légal, sont portées les mentions suivantes :

1. nom et adresse de l'imprimeur ou du producteur ou de l'éditeur;
2. mois et année de création ou d'édition;
3. le nombre de tirage ;
4. les mots "dépôt légal de l'imprimeur" (DLI) ou "dépôt légal du producteur" (DLP) ou "dépôt légal de l'éditeur"(DLE), suivis de l'indication de l'année ou du trimestre au cours duquel le dépôt a été effectué;
5. les numéros d'ordre dans la série de travaux de la maison d'impression, de la maison de production et de la maison d'édition. Pour les auteurs éditant eux-mêmes leur produit, est mentionné le nom de l'auteur suivi du mot "éditeur". Pour les journaux et périodiques, y est porté le numéro d'ordre dans la série de parution.

Les nouveaux tirages, éditions ou productions portent le millésime de leur confection. Y sont portées les mentions ci-dessus énumérées ainsi que la date primitive du dépôt légal.

Les photographies, audiogrammes et vidéogrammes mis en vente, en distribution, en location ou cédés pour reproduction portent le nom ou la marque de l'auteur et

du concessionnaire du droit de reproduction, ainsi que l'année de confection.

Les exemplaires déposés sont conformes aux exemplaires imprimés, produits ou édités, mis en vente, en location ou en distribution.

## SECTION PREMIERE

### *Du Dépôt Légal de l'Imprimeur (DLI)*

Article 94. Le Dépôt Légal incombant à l'Imprimeur (DLI) est effectué dès l'achèvement des travaux d'imprimerie de l'œuvre.

Pour tout ouvrage dont la confection nécessite la collaboration d'autres services spécialisés, le dépôt légal est effectué par le service ayant traité l'ouvrage en dernier.

Les documents imprimés par l'Etat et les services publics sont également soumis aux formalités du dépôt légal.

Tout document ou ouvrage édité à l'étranger mais imprimé à Madagascar est soumis aux formalités du dépôt légal de l'imprimeur et porte le numéro d'ordre du registre d'imprimerie.

Tout concessionnaire du droit d'imprimerie est soumis aux formalités que dessus.

## SECTION II

### *Du dépôt Légal de l'Editeur (DLE)*

Article 95. Le Dépôt Légal incombant à l'Editeur est effectué dès l'achèvement du tirage de l'édition avant la mise en vente, en location, en distribution ou la cession du droit de reproduction.

Pour tout ouvrage dont l'édition nécessite la collaboration d'autres éditeurs ou d'autres services spécialisés, le dépôt légal est effectué par l'éditeur ou le service ayant traité l'ouvrage en dernier.

Tout ouvrage ou document édité à Madagascar mais imprimé à l'étranger est soumis aux formalités du Dépôt Légal de l'Editeur (DLE) et porte le numéro d'ordre du registre d'édition.

Tout concessionnaire du droit d'édition est soumis aux formalités que dessus.

### SECTION III

#### *Du Dépôt Légal du Producteur (DLP)*

Article 96. Le Dépôt Légal incombant au Producteur est effectué dès l'achèvement de la production avant la mise en vente, en location, en distribution ou la cession du droit de reproduction.

Pour tout ouvrage dont la production nécessite la collaboration de services spécialisés tels les studios d'enregistrement, de duplication, de montage, de mixage ou autres, le dépôt légal est effectué par le service ayant traité l'ouvrage en dernier avant sa diffusion au public.

Tout ouvrage ou document produit à Madagascar mais édité à l'étranger est soumis aux formalités du Dépôt Légal du Producteur (DLP) et porte le numéro d'ordre du

registre de production.

Tout concessionnaire du droit de reproduction est soumis aux formalités que dessus.

## SECTION IV

### *De la garantie du dépôt légal*

### *et du contrôle à l'importation*

Article 97. L'accomplissement des formalités du Dépôt Légal de l'Imprimeur, de l'éditeur et du producteur garantit la publication du journal, du document, de l'ouvrage et de toute œuvre de l'intelligence.

La même garantie est acquise aux documents importés soumis toutefois au contrôle du ministère de l'intérieur pour la sécurité morale.

## SECTION V

### *Des sanctions*

Article 98. Sans préjudice de l'application des peines prévues par le Code pénal en matière de faux et d'usage de faux, l'inexécution totale ou partielle de l'obligation du dépôt légal et de celle du contrôle des documents importés et l'usage de faux en matière de dépôt légal sont sanctionnés par la saisie des documents imprimés, édités ou produits et par le paiement d'une amende de 1.000.000 à 2.000.000 Ariary.

Article 99. En cas de récidive aux infractions visées à l'article précédent, le prévenu est puni du double de la peine d'amende prévue.

## SECTION VI

### *Des entreprises éditrices*

Article 100. Sept (07) jours au moins avant la publication de tout journal ou périodique une déclaration de publication sera déposée au Procureur de la République du siège de l'entreprise. La déclaration contient :

- le titre du journal ou du périodique, son mode de publication et sa périodicité;
  
- le nom, le domicile du directeur de publication et éventuellement du codirecteur de publication;
  
- l'indication de l'imprimerie où le journal ou le périodique est imprimé;
  
- le nombre minimum de tirage.

Un extrait du casier judiciaire du directeur de publication est joint à cette déclaration.

Le titre du journal ou du périodique, sous peine de sanction pour concurrence déloyale doit être différent de celui des autres journaux ou périodiques déjà existants.

Toute modification aux mentions ci-dessus énumérées doit être faite par le propriétaire du journal ou du périodique, le directeur de publication ou le codirecteur de publication dans les quinze (15) jours suivant la décision de modification, sous peine de saisie des exemplaires tirés.

Article 101. La déclaration est faite par écrit, en double exemplaire et signée du propriétaire de l'entreprise de presse ou du directeur de publication. Il en sera délivré récépissé portant date d'enregistrement de la déclaration.

Article 102. Dans toute publication de presse, les mentions suivantes sont portées dans les exemplaires à publier :

- les nom et prénom du propriétaire et du copropriétaire de l'entreprise de presse;
  
- la dénomination ou la raison sociale, le siège social, la forme juridique et le nom du représentant légal de l'entreprise d'édition;
  
- les noms du directeur de publication et du codirecteur de publication;
  
- le nom du responsable de la rédaction;
  
- le nombre de tirage par numéro, la date de l'édition et le millésime;

- le numéro du dépôt légal de l'imprimeur;

- le numéro du dépôt légal de l'éditeur.

Toute infraction aux dispositions du présent article est passible d'une amende de 1.000.000 à 2.000.000 Ariary contre le propriétaire de l'entreprise ou le directeur de publication.

En cas de récidive, l'amende est portée au double.

Article 103. La publication du journal ou du périodique ne pourra se poursuivre qu'après régularisation des formalités prescrites à l'article précédent sous peine d'une amende de 200.000 Ariary par numéro irrégulièrement publié, prononcée contre le propriétaire de l'entreprise et le directeur de publication.

En cas d'opposition ou d'appel contre la décision rendue, il sera statué par la juridiction d'opposition ou d'appel dans un délai de trois (03) mois.

Article 104. La reprise de la publication d'un titre ou écrit interdit sous un titre ou une présentation différente est passible d'une amende de 200.000 à 500.000 Ariary.

Tout message publié doit être précédé de la mention "publicité" ou "communiqué" ou "publi-reportage".

Article 105. En cas de condamnation pour les infractions prévues aux articles 101 et 102, le juge peut ordonner, aux frais du condamné, la publication de la décision

dans un quotidien ou son affichage.

### CHAPITRE III

## DES ORGANES DE PRESSE

Article 106. Tout organe de presse doit se conformer aux législations nationales relatives à la création des entreprises.

Article 107. Les agences étrangères de communication et de presse peuvent s'établir à Madagascar sous réserve de la réciprocité et conformément aux conditions prévues par le présent Code.

Article 108. Ne peuvent se prévaloir du titre d'organe de presse que ceux inscrits sur une liste établie par l'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée.

### CHAPITRE IV

## DES ACTIVITES DE GROUPE, DE DISTRIBUTION ET DE VENTE

Article 109. La diffusion de la presse imprimée est libre. Toute entreprise éditrice est libre d'assurer elle-même la distribution de ses propres journaux ou périodiques par les moyens qu'elle jugera les plus convenables.

Article 110. A l'exception des exemplaires destinés aux abonnés, le groupage et la distribution des journaux ou périodiques peuvent être assurés par une messagerie de presse.

La messagerie de presse est une entreprise spécialisée dans l'acheminement des journaux des lieux d'impression aux points de vente. En concertation avec les sociétés éditrices, elle assure l'organisation et la coordination de la vente.

Article 111. Les messageries de presse peuvent être constituées sous forme de sociétés coopératives. Ces dernières assurent d'une manière équitable l'acheminement de tous les journaux ou périodiques qui leur sont confiés.

Article 112. Toute entreprise éditrice ou toute messagerie de presse peut confier l'exécution de certaines opérations matérielles à des entreprises tierces et les modalités d'exécution des tâches seront fixées d'accord parties.

Article 113. L'organisation et le fonctionnement des messageries de presse seront fixés par décret.

## SECTION PREMIERE

### *Du colportage, de la vente*

Article 114. Le colporteur ou le distributeur est un travailleur libre. L'exercice de la profession de colporteur ou de distributeur sur la voie publique, ou en tout autre lieu public ou privé, de livres, écrits, brochures, dessins, gravures, lithographies et photographies, est soumis à l'autorisation de la Commune du lieu d'exercice de l'activité.

La demande d'autorisation contient les noms, prénoms, domicile, âge et lieu de naissance du colporteur ou du distributeur. Il lui sera délivré immédiatement et sans frais un récépissé de sa demande.

Article 115. Le colporteur et le distributeur seront poursuivis s'ils colportent ou distribuent sciemment des livres, écrits, brochures, journaux, dessins, gravures, lithographies, présentant un caractère délictueux. Ils sont passibles d'une peine d'amende de 400.000 à 1.000.000 Ariary. Les auteurs des dits produits délictueux sont également passibles de la même peine.

## CHAPITRE V

### DE L'AIDE DE L'ETAT

### AUX PUBLICATIONS DE PRESSE

Article 116. Les entreprises de presse bénéficient des droits et avantages prévus par les conventions et traités internationaux dûment ratifiés par Madagascar ainsi que ceux prévus par les lois et règlements nationaux en vigueur.

Article 117. Le bénéfice des droits et avantages prévus à l'article précédent requiert l'avis préalable de l'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée.

L'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée peut émettre des recommandations auprès du Ministère de tutelle en vue d'accorder des conditions supplémentaires d'éligibilité aux droits et avantages prévus à l'alinéa ci-dessus.

Article 118. Toute fausse déclaration en vue d'obtenir frauduleusement les droits et avantages prévus à l'article 116 est punie d'une amende de 1.000.000 à 3.000.000 Ariary. La saisie des biens objet de la fausse déclaration sera ordonnée.

Article 119. Les entreprises de presse peuvent bénéficier de tarif réduit jusqu'à 50% pour les envois postaux des journaux, périodiques, courriers électroniques et les autres formes de communication multimédia.

# **TITRE VII**

## **DES SERVICES AUDIOVISUELS**

### **CHAPITRE PREMIER**

#### **DISPOSITIONS GENERALES COMMUNES**

Article 120. Les dispositions ci-après fixent :

- les conditions d'établissement et d'exploitation sur le territoire national des installations de radiodiffusion et de télédiffusion autres que celles de l'Etat, soit pour usage privé, soit pour exploitation au profit des tiers;
  
- les conditions d'installation et d'exploitation des stations terriennes de télédiffusion à usage privé ou ouvert au public.

Article 121. Les licences d'exploitation des stations de radio et de télédiffusion privées et celles sur la toile sur toute l'étendue du territoire national sont délivrées dans les conditions définies par les réglementations en vigueur régissant le secteur des télécommunications et celles fixées par le présent Code.

Article 122. L'installation et l'exploitation des stations de radio et de télédiffusion même à titre expérimental, à usage privé ou public, doivent faire l'objet d'un contrôle de conformité technique auprès de l'Autorité Nationale de Régulation des Télécommunications.

Article 123. Les organismes de radio et de télédiffusion peuvent autoriser ou interdire la réémission de leurs émissions.

Sont soumises à l'autorisation de l'entreprise de communication audiovisuelle, secteur public ou privé, sociétés privées de distribution de bouquet satellitaire, la reproduction de ses programmes ainsi que leur mise à la disposition du public par vente, louage, échange ou projection dans des lieux accessibles au public moyennant ou non le paiement d'un droit.

Un exemplaire de la convention de réémission ou de rediffusion est déposé auprès de l'Autorité Nationale de Régulation des Communications Médiatisées.

## CHAPITRE II

### **DU SERVICE DE RADIO ET DE TELEDIFFUSION A USAGE PRIVE**

Article 124. Le domaine d'intervention des services privés de communication audiovisuelle porte notamment sur la diffusion d'informations, la promotion culturelle et le développement social, la promotion des droits de l'homme et du genre, le sport, la publicité commerciale et industrielle, la formation du citoyen et les divertissements non prohibés par les textes en vigueur

Article 125. Le service privé de la radio et de la télédiffusion a pour mission sur l'ensemble du territoire national de servir l'intérêt général notamment de :

- répondre aux besoins contemporains en matière d'information, d'éducation, de distraction et de culture pour les différentes couches de la population, en vue d'accroître les connaissances, de développer l'esprit d'initiative et le sens de responsabilité et la participation des citoyens à la vie nationale;

- favoriser la communication sociale par l'expression, la formation et l'information des diverses communautés culturelles, sociales, professionnelles et spirituelles ;
  
- assurer la promotion de la création artistique malgache ;
  
- contribuer à la production et à la diffusion des œuvres de l'esprit;
  
- contribuer au développement social.

Article 126. La couverture audiovisuelle nationale est réservée aux stations de radiodiffusion et de télévision publiques.

Article 127. Les activités autorisées dans le cadre du présent Code sont à caractère commercial ou non commercial.

Toute personne physique ou morale de droit privé malgache peut postuler et être autorisée à créer, installer et exploiter un service privé de radio et de télédiffusion, à distribuer par tout support technique des émissions radiophoniques ou télévisuelles et utiliser des fréquences radioélectriques ou d'autres techniques réglementées.

Toutefois, les radiodiffusions privées ne peuvent émettre en onde courte.

Article 128. Les demandes de licence pour la diffusion des programmes de radio et télédiffusion précisent le type d'entreprise d'audiovisuelle envisagé conformément aux dispositions légales et réglementaires en vigueur.

Les demandes de licence pour la diffusion des programmes de radio et télédiffusion précisent le type d'entreprise audiovisuelle envisagé conformément aux dispositions légales et réglementaires en vigueur.

Article 129. Si le candidat est une personne physique, sont précisés dans la demande :

- le montant des investissements prévus pour l'exploitation du projet;
- la liste complète et détaillée des moyens nécessaires à l'exploitation;
- les expériences professionnelles du promoteur;
- le(s) nom(s) du ou des journalistes professionnels à recruter;
- les modalités de fonctionnement de l'activité de communication.
- le lieu d'implantation de la station;

- la zone de couverture.

Si le candidat est une personne morale, sont produits et précisés :

- les statuts de l'entreprise requérante;
- le montant des investissements prévus pour l'exploitation du projet;
- les expériences professionnelles des dirigeants ou des associés;
- le(s) nom(s) du ou des journalistes professionnels à recruter;
- les modalités de fonctionnement de l'activité de communication;
- le lieu d'implantation de la station;
- la zone de couverture.

Article 130. La licence est octroyée pour une durée de quinze (15) ans pour les

télévisions et les radiodiffusions. Cette durée est renouvelable par tacite reconduction.

Article 131. La licence d'exploitation est incessible et non transférable.

Article 132. Les bénéficiaires de licence et de fréquence s'acquittent des frais, droits, redevances et taxes prévus par les lois et règlements auprès des organismes habilités à les percevoir.

Article 133. Le retrait de la licence est effectué si, après une mise en demeure restée infructueuse son bénéficiaire :

- ne s'acquitte pas des droits, taxes et redevances auquel il est soumis, son bénéficiaire;
  
- ne se conforme pas aux prescriptions légales, réglementaires et contractuelles;
  
- a fait l'objet d'une décision judiciaire de retrait de la licence.

Article 134. En cas de retrait de la licence son titulaire doit mettre les équipements de la station hors service.

Article 135. La licence devient caduque lorsque le bénéficiaire se trouve dans l'impossibilité de poursuivre ses activités durant une (01) année, sauf cas de force

majeure.

Article 136. Faute pour le bénéficiaire de demander la réutilisation de la licence à l'expiration du délai ci-dessus, celle-ci est soumise à nouvelle procédure d'appel à candidature.

Article 137. Le titulaire d'une autorisation d'utilisation de fréquence doit l'exploiter dans les six (06) mois de sa notification sous peine de retrait de l'autorisation.

Article 138. Les cahiers de charges fixés par l'Autorité Nationale de Régulation des Communications Médiatisées portent mention de toutes les identifications concernant le requérant et définissent la ou les fréquences autorisées, la grille de programmes, le temps consacré à la publicité et aux émissions parrainées ou sponsorisées et les modalités d'insertion des différents programmes.

Article 139. Les cahiers de charges déterminent les différentes vocations des stations de radiodiffusion et de télédiffusion: politique, culturelle, sociale, sportive, éducative, confessionnelle, artistique, commerciale ou non-commerciale. Cette liste n'est pas exhaustive.

Article 140. Sont interdites les émissions de nature à compromettre la sûreté intérieure et extérieure de l'Etat, à violer les dispositions stipulées dans les conventions et traités internationaux auxquels Madagascar adhère ou qu'elle a ratifiés, à porter atteinte à l'ordre public et aux bonnes mœurs.

## SECTION PREMIERE

### *Des radiodiffusions privées commerciales*

Article 141. Au sens du présent Code, les radiodiffusions privées commerciales sont celles dont :

- les programmes privilégient l'information, les émissions de service, les émissions à vocation culturelle et les divertissements;
  
- les émissions musicales sont diversifiées;
  
- la publicité peut assurer une grande partie du financement.

Article 142. La création d'une entreprise de radiodiffusion privée commerciale est régie par la Loi n° 2003-036 du 30 janvier 2004 sur les sociétés commerciales quant au régime juridique, au capital social, au siège social, à la dénomination, à l'actionnariat, au fonctionnement et à l'organisation.

Parmi le personnel de l'entreprise figurent des journalistes professionnels.

## SECTION II

### *Des radiodiffusions privées non commerciales*

Article 143. Les radiodiffusions privées non commerciales sont des radios associatives, communautaires ou confessionnelles.

Leur création est régie par les textes relatifs aux associations à but non lucratif

quant à leur régime juridique, leur siège social, leur dénomination, leur fonctionnement et leur organisation.

Article 144. Elles sont par vocation des radiodiffusions de proximité, ayant pour objectif le développement économique, social, culturel et culturel de la région couverte par leurs émissions. Leurs programmes sont généralement conçus par les habitants de la région constitués en associations paysannes, culturelles ou en organismes d'aide ou d'éducation dont l'objectif est la promotion du développement local.

Elles peuvent éventuellement faire appel pour leur temps d'antenne :

- soit à des banques de programmes ;
  
- soit à des fournisseurs de programmes à des fins non-commerciales et à statut associatif.

Les radiodiffusions privées non commerciales peuvent émettre de la publicité dont les modalités de diffusion sont fixées par l'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée.

Article 145. Les radios privées non commerciales ne peuvent diffuser que de la publicité dont l'aspect est reconnu d'intérêt public dans leur zone de couverture, sous peine de sanction pour concurrence déloyale vis-à-vis des stations de radio privée commerciale.

Elles ne peuvent pas diffuser de la publicité de marque et événementielle à but

lucratif.

Toute dérogation à ces mesures est soumise à l'autorisation de l'Autorité Nationale de Régulation des Communications Médiatisées.

Leur financement est assuré par le mécénat, le sponsoring, le parrainage public ou privé et la publicité collective d'intérêt général.

Elles sont autorisées à utiliser les recettes issues de diffusion d'avis et de communiqués.

Article 146. La rédaction des informations des radiodiffusions privées non commerciales est confiée à des professionnels de la communication.

Article 147. Les radiodiffusions privées non commerciales peuvent bénéficier des subventions de l'Etat, des collectivités territoriales décentralisées ou des organismes nationaux et internationaux.

Article 148. Les radiodiffusions privées non commerciales étrangères sont autorisées à diffuser des émissions dans les conditions ci-dessus énumérées sous réserve de certaines spécifications précisées dans la convention d'implantation.

Ces stations sont assujetties au paiement de droits, taxes et redevances fixés par voie d'arrêté du ministère chargé de la communication.

Les stations étrangères de radiodiffusion non commerciales autorisées sont représentées à Madagascar dans leur zone de couverture par des succursales fonctionnant avec un ou des correspondants qualifiés et un personnel local.

Les modalités, conditions et spécifications complémentaires propres à chacune des stations sont précisées dans une convention établie entre elles et l'Autorité Nationale de Régulation des Communications Médiatisées.

### SECTION III

#### *Des télévisions privées commerciales*

Article 149. La création d'une entreprise de télévision privée commerciale obéit aux règles et conditions prévues par la Loi n° 2003-036 du 30 janvier 2004 sur les sociétés commerciales quant au régime juridique, au capital social, au siège social, à la dénomination, à l'actionnariat, au fonctionnement et à l'organisation.

Parmi le personnel de l'entreprise figurent des journalistes professionnels.

L'entreprise s'engage à :

- assurer une programmation dont une production propre à concurrence de 20% au moins, fixé dans le cahier des charges;
  
- mettre en valeur dans ses programmes le patrimoine culturel malagasy;
  
- selon des modalités fixées par l'Autorité Nationale de Régulation des Communications Médiatisées, conclure avec des personnes physiques ou morales nationales ou étrangères des accords de coproduction ou des contrats de prestations pouvant représenter au moins 5% de sa programmation;

- respecter le programme de traitement des informations préétabli;
- rédiger un rapport annuel d'activités à présenter à l'Autorité Nationale de Régulation des Communications Médiatisées au cours du premier trimestre de l'exercice suivant.

Selon des modalités fixées par l'Autorité Nationale de Régulation des Communications Médiatisées, les entreprises de télévisions privées commerciales peuvent conclure avec des personnes physiques ou morales nationales ou étrangères des accords de coproduction ou des contrats de prestations pour leur programmation dont le pourcentage sera fixé dans les cahiers de charges.

## SECTION IV

### *Des télévisions privées non commerciales*

Article 150. Les stations de télévision privées non commerciales sont des télévisions associatives, communautaires ou confessionnelles.

Leur création est régie par les textes relatifs aux associations à but non lucratif quant à leur régime juridique, leur siège social, leur dénomination, leur fonctionnement et leur organisation.

Article 151. Elles sont par vocation des télévisions de proximité, ayant pour objectif le développement économique, social, culturel et culturel de la région couverte par leurs émissions. Leurs programmes sont généralement conçus par les habitants de la région constitués en associations paysannes, culturelles ou en organismes d'aide ou d'éducation dont l'objectif est la promotion du développement local.

Elles peuvent éventuellement faire appel pour leur temps d'antenne :

- soit à des banques de programmes ;
  
- soit à des fournisseurs de programmes à des fins non-commerciales.

Les télévisions privées non commerciales peuvent émettre de la publicité dont les modalités de diffusion sont fixées par l'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée.

Article 152. Les télévisions privées non commerciales ne peuvent diffuser que de la publicité dont l'aspect est reconnu d'intérêt public dans leur zone de couverture, sous peine de sanction pour concurrence déloyale vis-à-vis des stations de télévision privée commerciale.

Elles ne peuvent pas diffuser de la publicité de marque et événementielle à but lucratif.

Toute dérogation à ces mesures est soumise à l'autorisation de l'Autorité Nationale de Régulation des Communications Médiatisées.

Leur financement est assuré par le mécénat, le sponsoring, le parrainage public ou privé et la publicité collective d'intérêt général.

Les télévisions privées non commerciales peuvent bénéficier des subventions de l'Etat, des collectivités territoriales décentralisées ou des organismes nationaux et internationaux.

Elles sont autorisées à utiliser les recettes issues de la diffusion d'avis et de communiqués.

Article 153. La rédaction des informations des télévisions privées non commerciales est confiée à des professionnels de la communication.

## SECTION V

### *Des sociétés privées distributrices*

#### *de bouquet satellitaire crypté*

Article 154. La création et le fonctionnement des sociétés privées distributrices de bouquet satellitaire sont régis par la loi sur les sociétés commerciales quant à leur régime juridique, leur capital social, leur siège social, leur dénomination, leur actionnariat, leur fonctionnement et leur organisation.

Au moins deux tiers du personnel de l'entreprise doivent être des nationaux.

Elles présentent un rapport annuel d'activités à l'Autorité Nationale de Régulation des Communications Médiatisées courant du premier trimestre de l'exercice suivant.

Article 155. Ces sociétés sont assujetties au paiement de droits, taxes et redevances fixés par voie d'arrêté du ministère chargé de la communication.

Ces sociétés sont représentées à Madagascar dans leur zone de couverture par des succursales fonctionnant avec un ou plusieurs correspondants qualifiés.

Article 156. Toute distribution de bouquet satellitaire crypté et payant non conforme aux dispositions du présent Code est illicite.

Après une lettre de mise en demeure adressée aux fins de mise en conformité demeurée infructueuse, tout distributeur de bouquet satellitaire crypté fonctionnant sans autorisation administrative préalable encourt une peine d'amende de 2.000.000 à 10.000.000 Ariary.

### CHAPITRE III

## DU SERVICE PUBLIC DE RADIO

## ET DE TELEDIFFUSION

Article 157. Font partie du service public de la communication audiovisuelle: les éditeurs et distributeurs de radiodiffusion ou de télédiffusion ayant pour mission commune d'offrir au public dans toutes ses composantes, un ensemble de programmes et de services caractérisés par la diversité et le pluralisme, la qualité et l'aspect d'innovation, le respect des droits humains et des principes démocratiques.

Article 158. Le service public de la communication audiovisuelle favorise les échanges entre la population dans toutes ses composantes et l'insertion sociale. Il défend la langue malagasy dans sa diversité, met en valeur le patrimoine culturel et linguistique et concourt à la diffusion de la création intellectuelle et artistique et des connaissances économiques, scientifiques et techniques.

### SECTION PREMIERE

#### *Du service public national*

Article 159. Le service public national couvre tout le territoire national. Il est appelé à s'étendre au-delà des frontières nationales par les procédés de télécommunication modernes en vue du rayonnement culturel malgache au sein des espaces régionaux et internationaux.

Article 160. Le service public national comprend les établissements publics de radiodiffusion et de télédiffusion.

Article 161. Le secteur public national concourt notamment à la culture d'une identité nationale, à l'intégrité territoriale et à l'unité nationale, au développement économique, à la promotion des œuvres culturelles et artistiques, à la protection et à la sauvegarde de l'environnement naturel et culturel.

Article 162. Le secteur public national est soumis aux obligations de diffusion des bulletins météorologiques selon les périodes et horaires prévus par les conventions de l'Union Internationale des Télécommunications (UIT).

Article 163. Le secteur public national, en concurrence avec le secteur privé, retransmet les événements d'envergure nationale et d'importance majeure.

Article 164. Le secteur public national a le monopole de la diffusion par voie hertzienne terrestre du canal VHF et des ondes courtes sauf dérogation expresse prise en Conseil des Ministres.

## SECTION II

### *Des services publics de communication*

Article 165. Font partie des services publics provinciaux, régionaux ou locaux de radiodiffusion et de télédiffusion, les services placés sous la tutelle directe des provinces, des régions et/ou des communes. Leur mission principale consiste à concourir au développement des circonscriptions dans lesquelles ils sont implantés dans les domaines politique, économique, social, éducatif et culturel. Ils offrent un large éventail de programmes répondant aux besoins et aux spécificités de la population des régions ou des localités où ils sont exploités.

Article 166. Les services publics provinciaux, régionaux et locaux doivent interrompre leurs émissions au profit d'une diffusion de programmes d'importance nationale majeure.

Une telle mesure est prise en concertation avec le service public national de radiodiffusion et de télédiffusion conformément aux modalités fixées par arrêté du Ministre chargé de la Communication.

Article 167. L'ouverture d'une nouvelle exploitation de services publics provinciaux, régionaux et locaux est communiquée par l'Administration à l'Autorité Nationale de Régulation des Communications Médiatisées.

Article 168. Les services publics provinciaux, régionaux et locaux sont régis par le statut commun des entreprises audiovisuelles publiques.

## CHAPITRE IV

### **DES CONDITIONS D'INSTALLATION ET D'EXPLOITATION**

### **DES STATIONS TERRIENNES A USAGE PRIVE**

Article 169. L'installation et l'exploitation des stations terriennes de télédiffusion à usage privé, même à titre expérimental, doivent faire l'objet d'une autorisation dans les conditions fixées par le présent Code.

Article 170. La licence octroie à son bénéficiaire l'exclusivité de l'exploitation des équipements à des fins de réception et/ou d'émission de programmes.

## CHAPITRE V

### DE LA COMMUNICATION

### MEDIATISEE SUR LA TOILE

Article 171. L'accès de tous aux réseaux de la société d'information est encouragé et favorisé dans des conditions équitables et non discriminatoires.

Article 172. La liberté de communication sur Internet s'exerce dans le respect de la vie privée et du droit spécifique aux nouvelles technologies et ce, afin de pallier aux problèmes créés par l'émergence de la société de l'information mise à mal par la collecte informatique des données.

Toutefois, les données personnelles d'un individu ou d'une entité spécifique sont protégées par la loi. La publication des informations y relatives, sans l'autorisation des intéressés, expose son auteur aux peines prévues par les articles 28 et 29 du présent Code.

Article 173. Les atteintes à la vie privée par la diffusion sur la toile sont punies des peines prévues par les articles 28 et 29 du présent Code.

Article 174. Une communication audiovisuelle en ligne se distingue d'une

communication privée en ligne lorsqu'elle met à disposition du public ou de catégories de public, par un procédé de télécommunications, de signes, de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature qui n'ont pas le caractère d'une correspondance privée.

Article 175. Les services de radio et de télévision accessibles sur la toile sont soumis aux mêmes obligations que les services de même nature accessibles par voie hertzienne, par câble ou connexion, à l'exception des obligations relevant de la particularité des modes de transmission non applicables sur la toile.

La communication médiatisée sur la toile est soumise à autorisation administrative et à la régulation de l'Autorité Nationale de Régulation des Communications Médiatisées.

Article 176. Le fournisseur d'accès internet et tout autre prestataire de service en ligne a le devoir de vérifier le contenu des sites qu'il héberge. Il notifie l'Autorité Nationale de Régulation des Communications Médiatisées de toute activité ou contenu illicite dont il a connaissance. A défaut de notification immédiate, il est sanctionné par une peine d'amende de 1.000.000 à 3.000.000 Ariary.

Les clients d'un hébergeur ou les propriétaires de site web doivent lui fournir leur identité réelle et leurs coordonnées exactes.

## **TITRE VIII**

### **DE LA PUBLICITE ET ASSIMILES**

#### **CHAPITRE PREMIER**

#### **PRINCIPES GENERAUX**

Article 177. La publicité consiste à informer le public ou à attirer son attention dans un but commercial par le biais de messages audiovisuels appropriés.

La publicité par voie de communication médiatisée est libre sous réserve du respect des droits de la personne humaine et celui des droits des consommateurs.

La programmation des diffusions publicitaires doit respecter le droit moral lié aux œuvres et créations artistiques.

Article 178. La publicité est véhiculée par l'ensemble des moyens de communication existants, et notamment les media de masse, les divers imprimés distribués par voie postale ou sur la voie publique, banderoles et affichages urbains et routiers, murs d'habitation, publicité lumineuse, promotion sur le lieu de vente, divers gadgets, voitures de transports en commun et tout support.

Article 179. La publicité doit être conforme aux exigences de décence et de respect de la personne humaine, de son droit et de sa conscience.

En cas d'infraction à cette disposition, une lettre de mise en demeure est adressée au diffuseur et/ou à l'annonceur aux fins de mise en conformité ou de suppression.

Article 180. Sont interdits les messages publicitaires contenant toute discrimination sociale, raciale et de genre, toute scène de violence ou contraire aux bonnes mœurs, toute exploitation de superstitions et des frayeurs, d'éléments pouvant encourager des abus, d'imprudences ou de négligences ou d'éléments pouvant choquer les convictions religieuses et tout autre message faisant l'objet d'interdiction légale.

Est également interdite la diffusion de messages mensongers et subliminaux.

Toute infraction au présent article est passible d'une peine d'amende de 1000000 Ar à 3.000000 Ariary contre l'annonceur et le diffuseur sans préjudice d'une action en indemnisation intentée par la victime.

Article 181. Toute publicité ne doit en aucun cas exploiter l'inexpérience et la crédulité du public et notamment des enfants et des adolescents.

Toute infraction au présent article est passible de la même peine que dessus contre l'annonceur et/ou le diffuseur.

Article 182. Les enfants de moins de quinze (15) ans ne peuvent être les acteurs principaux d'une publicité que s'il existe un rapport direct entre eux et le produit ou le service objet de la publicité.

L'utilisation des mineurs à des fins publicitaires est subordonnée à l'autorisation préalable de ses parents ou de celui qui a la garde de l'enfant. Ces personnes ont le droit de prendre connaissance du contenu du produit final.

## CHAPITRE II

### **DU REGIME JURIDIQUE ET DE L'ORGANISATION**

#### **DES ENTREPRISES DE PUBLICITE**

Article 183. Les agences de publicité telles les centrales d'achat d'espaces, les régies de publicité, les agences de relations publiques, les agences de pigo publicitaire et pigo media ou les diffuseurs sont soumis aux dispositions de la législation sur les sociétés commerciales quant à leur constitution.

Article 184. Les agences de publicité doivent respecter l'image de marque, le

graphisme et les couleurs de l'annonceur conformément au cahier des charges.

Toute violation de cette disposition est sanctionnée par une peine d'amende de 200.000 à 500.000 Ariary.

### CHAPITRE III

## **DES MODALITES D'INSERTION DE LA PUBLICITE, DE LA PUBLICITE EXTERIEURE ET DU PARRAINAGE DANS LES MEDIA DE MASSE**

### SECTION PREMIERE

#### *Des modalités d'insertion de la publicité*

Article 185. Les entreprises audiovisuelles déterminent librement la durée du temps qu'elles consacrent à la publicité et aux émissions parrainées ainsi que les modalités d'insertion de celles-ci dans leurs programmes.

Article 186. Quel que soit le support de diffusion, les messages publicitaires, les communiqués, les informations, les publi-reportages et les émissions de service dans les articles de presse et les émissions audiovisuelles doivent être précisés en tant que tels pour éviter toute confusion.

### SECTION II

#### *De la publicité extérieure*

Article 187. Les plaques publicitaires, les enseignes et pré-enseignes doivent être visibles et implantées sur la voie publique en préservant l'environnement et en respectant le plan d'urbanisme.

Elles ne peuvent être apposées sur les édifices culturels, dans les établissements scolaires et universitaires, dans les monuments naturels et historiques, dans les sites classés, dans les parcs nationaux et les réserves naturelles.

Toute infraction à cette disposition est passible d'une amende de 1.000.000 à 10.000.000 Ariary.

Un arrêté du ministre chargé de la communication détermine la procédure d'installation des publicités extérieures.

### SECTION III

#### *Du parrainage*

Article 188. Sont autorisées les contributions d'entreprises publiques ou privées désirant, dans le cadre d'un parrainage, financer des émissions audiovisuelles dans le but de promouvoir leur image, leurs activités, leurs réalisations ou leurs produits, sous réserve du respect des horaires de programmation des entreprises audiovisuelles.

### SECTION IV

#### *Du télé-achat*

Article 189. Les émissions de télé-achat consacrées en tout ou en partie à la présentation ou à la promotion d'objets, de produits ou de services offerts directement à la vente peuvent être programmées dans les émissions de radiodiffusion ou de télévision.

Article 190. Les chaînes publiques peuvent diffuser des émissions de télé-achat.

Article 191. Les émissions de télé-achat sont expressément annoncées pour éviter toute confusion avec d'autres émissions sous peine de suspension du programme.

Article 192. L'offre de vente par émission de télé-achat doit être précise quant au prix, à la garantie, à la qualité, à la marque du produit, au nom du fabricant et aux modalités de vente.

Toute violation à cette disposition est sanctionnée par la même mesure que dessus.

Article 193. Les dispositions des articles 181 et 182 du présent Code relatives à la protection des enfants sont applicables aux émissions de télé-achat.

## **TITRE IX**

### **DE LA CINEMATOGRAPHIE**

#### **CHAPITRE PREMIER**

#### **DE L'AUTORISATION D'ŒUVRE**

#### **CINEMATOGRAPHIQUE**

Article 194. Toute production, tout tournage d'œuvre cinématographique sont soumis à l'autorisation préalable du Ministère chargé de la Culture.

Si la demande d'autorisation émane d'un producteur étranger, elle est soumise préalablement au visa du ministère des affaires étrangères.

Article 195. La demande de tournage dans les aires protégées, les sites et monuments historiques est soumise préalablement au visa des autorités administratives ou des départements ministériels concernés.

## CHAPITRE II

### **DE LA PROTECTION DE L'ENFANCE**

### **ET DE L'ADOLESCENCE**

Article 196. Sont interdits toute production, tout tournage et toute diffusion d'œuvre cinématographique à caractère pédopornographique ou incitation à la débauche\_à toute forme de violence.

Toute infraction à cette disposition est passible des peines prévues par les diverses lois en vigueur et de la confiscation des matériels utilisés à la commission de l'infraction.

Article 197. Les films cinématographiques à caractère commercial sont classés en trois catégories dont les modalités seront fixées par voie réglementaire.

## CHAPITRE III

### **DE LA DIFFUSION DES ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES**

### **PAR VOIE DE COMMUNICATION MEDIATISEE**

Article 198. La diffusion d'une œuvre cinématographique par voie de communication médiatisée est soumise à l'autorisation du Ministère de tutelle.

Article 199. Toutes mesures non prévues par le présent Code en matière cinématographique seront définies par des textes spécifiques.

## **TITRE X**

### **DISPOSITIONS TRANSITOIRES, DIVERSES ET FINALES**

#### **CHAPITRE PREMIER**

### **DISPOSITIONS SPECIFIQUES RELATIVES AU BASCULEMENT VERS LA TELEVISION NUMERIQUE TERRESTRE**

Article 200. Conformément à la convention de l'Union Internationale des Télécommunications, le basculement de la Télévision analogique vers la TNT est obligatoire pour les Etats membres.

Article 201. Le système télévisuel analogique sera progressivement modifié en mode de diffusion Télévision Numérique Terrestre suivant des modalités fixées par décret pris en Conseil des Ministres.

#### **CHAPITRE II**

### **DISPOSITIONS TRANSITOIRES, DIVERSES ET FINALES**

Article 202. Les délais prévus dans le présent Code sont des délais francs.

Article 203. L'actuel bureau de l'ordre des journalistes poursuit ses attributions et missions jusqu'à l'expiration de son mandat.

La commission de délivrance de la carte d'identité professionnelle assure la délivrance de la carte jusqu'à la mise en place effective de la commission paritaire en charge de cette fonction prévue par le présent Code.

Article 204. Jusqu'à la mise en place de l'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée, les structures de régulation existantes continuent d'assurer leurs missions respectives.

Article 205. L'Autorité Nationale de Régulation de la Communication Médiatisée sera mise en place dans les douze (12) mois de la promulgation du présent Code.

Article 206. Les Stations de radio et de télédiffusion doivent se conformer aux dispositions du présent Code dans les dix huit (18) mois de sa promulgation.

Article 207. Les installations des stations privées déjà existantes, qui ont fait l'objet d'une autorisation d'exploitation et/ou d'extension de lieu d'activités et/ou de rajout d'activité dans le domaine de la communication audiovisuelle feront une déclaration écrite au Ministère chargé de la Communication, en vue d'une mise en conformité dans les dix huit (18) mois de l'entrée en vigueur du présent Code.

Article 208. Toutes les dispositions antérieures contraires au présent Code restent et demeurent abrogées notamment la Loi n° 90-031 du 21 décembre 1990 sur la Communication et ses textes d'application, l'Ordonnance n° 92-039 du 14 septembre 1992 sur la Communication audiovisuelle et ses textes d'application.

Article 209. Le présent Code sera publié au *Journal Officiel* de la République de Madagascar.

Il sera exécuté comme loi de l'Etat.

Promulguée à Antananarivo, le 24 août 2016

**RAJAONARIMAMPIANINA Hery Martial**