



سُلْطَةُ تَنْظِيمِ الْإِشْهَارِ  
Autorité de régulation de la publicité

# الدليل

القانوني للإشهار السياسي



الانتخابات الرئاسية 2024



**المادة 7:** دون المساس بالعقوبات الواردة في النصوص المعمول بها يجب أن لا يتضمن الإشهار بأي شكل من الأشكال رسائل يمكن أن:

- تمس من قيم الجمهورية الإسلامية الموريتانية كما هي محددة في الدستور وخاصة تلك المتعلقة بالإسلام والحوزة الترابية والوحدة الوطنية.
- تمس بكرامة الإنسان أو تنافي الأخلاق العامة أو العادات الفاضلة
- تخدم المصالح. الضيقة أو القضايا الطائفية والفتوية
- تمجد العنف أو تحرض على الإرهاب أو التمييز المؤسس على النوع والأصل والمنزلة الاجتماعية عند الميلاد والانتماء إلى جماعة أو قبيلة أو عرق أو جنس...
- تمس بالنظام العام أو بأمن الأشخاص والأماكن أو بحماية البيئة.
- تشجع على التجاوزات أو الطيش أو الإهمال أو يمكن أن تصدم القناعات الدينية للجمهور الموريتاني
- تحوي تصريحات أو ادعاءات أو بيانات أو عروضاً خاطئة أو كاذبة أو خادعة أو من شأنها أن تضلل الجمهور...
- تستخدم أية مؤثرات إخراجية خادعة.

**المادة 8:** لا يجوز أن يتضمن أي إشهار رموزاً للدولة إلا إذا كان ذلك لفائدة النفع العام وكان مصدر الرسالة سلطة عمومية يخولها القانون ذلك.

**المادة 10:** يتحمل مسؤولية مضامين الرسالة الإشهارية مهما كانت الوسائط التي تحملها، كل شخص ينشرها أو يأمر بنشرها أو يأذن في نشرها.

**المادة 11:** يحظر على وسائل الاتصال نشر أي رسالة إشهارية دون موافقة مسبقة من المعلن أو مقدم خدمات إشهار موكل من قبل المعلن. تكون الموافقة مكتوبة وموقعة وتحدد عدد الرسائل الإشهارية ومضامينها وطبيعة الوسائط المستخدمة.

**المادة 53:** يجب أن يكون مصدر الرسالة الإشهارية معلوماً ومضمونها صادقا ومنسجماً مع أحكام النصوص المعمول بها وخصوصاً أحكام المادة 7 أعلاه.

**المادة 66:** تصاغ رسائل الإشهار على عموم التراب الوطني باللغة الرسمية وباللغات الوطنية حسب الجمهور المستهدف مع وجوب مراعاة سلامتها نحويًا ويمكن استخدام لغات أجنبية عند الاقتضاء.

**المادة 84:** لا يمكن لنشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية والبرامج الإخبارية والأجناس الصحفية الأخرى المرتبطة بممارسة الحقوق السياسية أن تتضمن أي إشهار ولا أن تكون مرعية؛ ويجب كذلك ألا تشتمل على تقارير إشهارية.

**المادة 123:** يحظر من منتصف الليل وحتى الساعة السادسة صباحاً كل إشهار صاحب يعكس صفو السكينة العامة.. لاسيما قرب المساجد وأماكن العبادة الأخرى؛ والمؤسسات الصحية والمدرسية والمقابر..

**المادة 145:** تمنع الرعاية الإشهارية الصريحة أو المضمرة للنشاطات السياسية.

**المادة 146:** لا يسمح للشخصيات والأحزاب السياسية ولا المنظمات النقابية والمجموعات المهنية بممارسة أي شكل من أشكال الرعاية لبرنامج إعلامي أو أي نشاط آخر.

**المادة 147:** تمنع كل أشكال الرعاية للمناشط ذات الطابع القبلي أو الإثني أو الفتوي أو الطائفي وكل النشاطات غير المرخصة.

## الفصل 6: الإشهار السياسي

الإشهار السياسي: هو الإشهار الهادف إلى ترقية برنامج أو نشاط سياسيين أو سمعة شخصية أو تشكيلتين سياسيتين. (المادة 1 الفقرة 19).

\* **المادة 177:** يشمل الإشهار السياسي خلال الحملات الانتخابية النشاطات التالية:

- حصص مجانية للإشهار السياسي في وسائل الإعلام العمومية توفر بإنصاف للوائح المتنافسة وفق الشروط المحددة في النصوص المعمول بها
- حصص معوضة للإشهار السياسي في وسائل الإعلام العمومية والخصوصية والجمعوية.
- الإشهار السياسي عبر مساحات الإشهار الخارجي.
- الإشهار السياسي عبر القنوات غير الإعلامية.

\* **المادة 178:** لا يجوز أثناء الحملات الانتخابية أن يتجاوز حيز الإشهار السياسي اليومي المعوض في وسائل الإعلام المسموعة المرئية 5% بالنسبة للمؤسسات العمومية والجمعوية و10% بالنسبة للمؤسسات الخصوصية التجارية. كما لا يمكن أن يتجاوز هذا الحيز في الصحافة المكتوبة والإلكترونية نفس النسب من مساحتها الإجمالية. وتلتزم مؤسسات الإعلام باحترام التسعيرة المبلغة لسلطة التنظيم.

\* **المادة 179:** تحدد بقرار من السلطة المكلفة بتنظيم وسائل الإعلام الترتيبات المتعلقة بالإشهار السياسي عبر وسائل الإعلام أثناء الفترات الانتخابية؛ وذلك بالتنسيق مع سلطة التنظيم.

\* **المادة 180:** يحظر استخدام المرافق العمومية وكل موارد الدولة ووسائلها في نشاطات الإشهار السياسي.

\* **المادة 181:** يحظر كل نشر لنتائج استطلاع للرأي يتعلق بالانتخابات ما لم تكن صادرة عن مؤسسة لاستطلاع الرأي معتمدة بالطرق القانونية.

\* **المادة 182:** يجب على وسائل الإعلام أن تعلق أثناء الحملات الانتخابية كل إشهار غير سياسي من شأن مضامينه أن تؤثر لائحة مرشحة على حساب لائحة منافسة ولا يستأنف هذا الإشهار إلا بعد ظهور النتائج النهائية للانتخابات.

\* **المادة 183:** دون المساس بالترتيبات التشريعية والتنظيمية المعمول بها في المجال الانتخابي تلزم الهيئات والشخصيات السياسية المنخرطة في حملات سياسية انتخابية:

- بتحديد الشخصيات والتشكيلات السياسية والبرامج محل الإشهار.
- بتعيين الوكلاء المعتمدين المكلفين بتسيير حملات الإشهار السياسي في وسائل الإعلام
- بتحديد المخصصات المرصودة للإشهار السياسي الانتخابي وتبليغها للسلطات المختصة

\* **المادة 184:** يمكن للسلطات العمومية والجهات المشرفة على تنظيم الانتخابات أن تطلق حملات لترسيخ الوعي المدني الانتخابي وإرشاد المواطنين إلى أداء واجباتهم الانتخابية وممارسة حقوقهم المدنية على الوجه الأكمل.

\* **المادة 185:** تنظم وسائل الإعلام العمومية أثناء الفترات الانتخابية حملات إعلام واتصال تسهم في ترسيخ الوعي المدني الانتخابي ونشر ثقافة الديمقراطية والمواطنة.



- \* **المادة 186:** يجب أن تتسم حملات الإشهار المنصوص عليها في المادتين 184 و185 السابقتين بالتجرد والحياد والموضوعية والابتعاد عن كل مضمون يؤثر بشكل صريح أو ضمني أحد المترشحين على منافسيه.
- \* **المادة 187:** لا تستخدم الأملاك العامة للدولة لإقامة مواقع مؤقتة لنشاطات الإشهار الانتخابي إلا بعد موافقة مكتوبة من الجهة المختصة.
- \* **المادة 188:** يخضع الإشهار السياسي لأحكام المادة 123 أعلاه.
- \* **المادة 189:** يمنع كل إشهار سياسي خلال فترة الصمت الانتخابي التي تسبق الاقتراع بـ 24 ساعة ويجب أن تكون مكاتب التصويت خالية من أية مظاهر إخبارية.
- \* **المادة 190:** يمنع خارج فترات الحملات الانتخابية كل إشهار سياسي في وسائل الإعلام العمومية والخصوصية والجمعوية عبر جميع أشكال الرسائل الصريحة أو المموهة ولا يشمل هذا المنع الإشهارات المتعلقة بتنظيم أنشطة سياسية ولا الكلام الصادر عن رجال السياسة خارج فترات الحملات الانتخابية أثناء برامج ذات طابع سياسي أو نشاطات سياسية تغطيها وسائل الإعلام بشكل موضوعي.



سُلْطَةُ تَنْظِيمِ الْأَشْهُارِ  
*Autorité de régulation de la publicité*

- Désigner les mandataires chargés de gérer leur campagne de publicité politique dans les médias ;
  - Fixer les budgets alloués à la publicité politique électorale et notifier leurs montants aux autorités compétentes.
- \* **Article 184:** Les autorités publiques et les institutions chargées de l'organisation des élections peuvent lancer des campagnes d'éducation au civisme électoral pour sensibiliser les citoyens à s'acquitter de leurs devoirs électoraux et à exercer leurs droits civiques dans les meilleures conditions.
- \* **Article 185:** Les médias publics organisent en période électorale des campagnes d'information et de communication visant à enraciner le civisme électoral et à diffuser la culture démocratique et citoyenne.
- \* **Article 186 :** Les campagnes citées dans les articles 184 et 185 précédents doivent être impartiales, neutres, objectives et sans aucun contenu favorisant de manière explicite ou implicite un candidat au détriment de ses concurrents.
- \* **Article 187 :** Le domaine public ne peut être utilisé pour implanter des sites temporaires de publicité électorale sans l'autorisation écrite de l'autorité compétente.
- \* **Article 188 :** La publicité politique est soumise aux dispositions de l'article 123 ci-dessus
- \* **Article 189 :** Est prohibée toute publicité politique durant la période de silence électoral précédent de 24 heures le scrutin.  
Les bureaux de vote doivent être exempts de toute apparence publicitaire électorale.
- \* **Article 190 :** En dehors des périodes de campagnes électorales, la publicité de nature politique par toute forme de message explicite ou déguisé, est prohibée dans les médias publics, privés et associatifs. Cette interdiction ne frappe pas les annonces relatives à l'organisation politiques, d'activités ni les propos d'hommes politiques tenus au cours d'émissions à caractère politique ou lors d'une activité politique dont la couverture est objectivement assurée par les médias.

## 2. Dispositions propres à la publicité politique

### Chapitre 6 : de la publicité politique

- \* **Article 177 :** La publicité politique période électorale comprend les activités suivantes:
  - Des tranches d'antenne et espaces gratuits de publicité politique dans les médias publics, offerts équitablement aux listes en lice, dans les conditions prévues par les textes en vigueur;
  - Des tranches d'antenne et espaces payants de publicité politique dans les médias publics, privés et associatifs ;
  - La publicité à travers les espaces de publicité extérieure ;
  - La publicité à travers les canaux non médiatiques.
  
- \* **Article 178 :** L'espace réservé à la publicité politique payante en période électorale ne peut excéder %5 de la durée des programmes des médias audiovisuels publics et associatifs et %10 de la durée des programmes des médias audiovisuels privés. Dans la presse écrite et électronique, ce quota ne peut excéder les mêmes pourcentages de l'espace médiatique total. Les médias publics, privés et associatifs sont tenus de respecter leurs tarifications notifiées à l'Autorité de régulation.
  
- \* **Article 179:** Les modalités relatives à la publicité politique en période électorale dans les organes de presse sont fixées par décision de l'instance chargée de la régulation des médias, en concertation avec l'Autorité de régulation.
  
- \* **Article 180:** Est prohibée toute utilisation des services publics et des ressources et moyens de l'Etat dans la publicité politique.
  
- \* **Article 181:** Toute publication des résultats de sondage d'opinion lié aux élections, n'émanant pas d'une institution de sondage dûment agréée, est interdite.
  
- \* **Article 182 :** Les médias doivent suspendre durant les campagnes électorales toute publicité non politique dont les contenus sont de nature à favoriser une liste candidate au détriment d'une liste rivale. La diffusion de ces publicités ne peut être reprise qu'après la proclamation des résultats définitifs des élections.
  
- \* **Article 183 :** Sans préjudice des dispositions législatives et réglementaires applicables en matière électorale, les institutions et les personnalités politiques engagées dans les campagnes électorales doivent :
  - Désigner les personnalités, les formations politiques et les programmes objet de publicité ;





- \* **Article 53 :** La source du message publicitaire doit être connue et son contenu véridique et conforme aux textes en vigueur, notamment les dispositions de l'article 7 ci-dessus.
- \* **Article 66 :** Les messages publicitaires sont formulés sur l'ensemble du territoire national dans la langue officielle et en langues nationales, selon la nature du public. Des langues étrangères peuvent être utilisées, le cas échéant.
- \* **Article 84 :** Les journaux parlés et les journaux télévisés, les émissions et les magazines d'information ou autres genres se rapportant à l'exercice de droits politiques ne peuvent comporter de la publicité ni être parrainés. Ils doivent être exempts de publiportages.
- \* **Article 123 :** Est interdit de minuit à six heures du matin toute publicité sonore dont l'intensité du bruit perturbe la tranquillité publique, notamment à proximité des mosquées et autres lieux de culte, des structures de santé, des établissements scolaires et des nécropoles.
- \* **Article 145 :** Le parrainage publicitaire explicite ou implicite des activités politiques est interdit.
- \* **Article 146 :** Les personnalités et les partis politiques, ainsi que les organisations syndicales et les groupes socioprofessionnels ne doivent pas parrainer, sous quelque forme que ce soit, un programme médiatique ou une autre activité.
- \* **Article 147 :** Est prohibée toute forme de parrainage des activités à caractère tribal, ethnique, particulariste ou sectaire, ainsi que toute autre activité non autorisée.



- \* **Article 7 :** Sans préjudices des sanctions prévues par les textes en vigueur, la publicité ne doit pas comporter, sous quelque forme que ce soit, des messages susceptibles de :
  - porter préjudice aux valeurs de la République Islamique de Mauritanie telles que définies par la Constitution, notamment celles relatives à l'Islam, à l'intégrité territoriale et à l'unité nationale ;
  - porter atteinte à la dignité de la personne humaine, à la moralité publique et aux bonnes mœurs ;
  - servir les intérêts et la cause de groupes d'intérêts particularistes et sectaires ;
  - faire l'apologie de la violence ou inciter au terrorisme ou à la discrimination fondée sur le genre, l'origine, le statut social à la naissance, l'appartenance à une groupe, une tribu, une ethnie ou une race ;
  - porter atteinte à l'ordre public, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement ;
  - encourager les abus, imprudences ou négligences ou choquer les convictions religieuses du public mauritanien,
  - véhiculer des allégations, indications ou présentations fausses, mensongères, trompeuses, ou de nature à induire en erreur le public ;
  - utiliser des effets spéciaux trompeurs.
  
- \* **Article 8 :** Aucune publicité ne doit contenir des symboles de l'Etat, sauf pour cause d'intérêt général et si la source du message est une autorité publique compétente.
  
- \* **Article 10 :** Les contenus des messages publicitaires diffusés, sous quelque support publicitaire que ce soit, engagent la responsabilité de la personne qui l'aura diffusé, fait diffuser ou autorisé sa diffusion.
  
- \* **Article 11 :** Il est interdit aux moyens de communication de diffuser un message publicitaire sans l'autorisation préalable de l'annonceur ou d'un prestataire de services publicitaires mandaté par l'annonceur. L'autorisation doit être écrite et signée. Elle fixe le nombre des messages publicitaires, leurs contenus et la nature des supports utilisés.





سُلْطَةُ تَنْظِيمِ الْأَشْهُارِ  
*Autorité de régulation de la publicité*

# Le guide

juridique de la Publicité politique



**Élection présidentielle 2024**