

Togo

Code de la presse et de la communication

Loi n°2020-001 du 07 janvier 2020

[NB - Loi n°2020-001 du 07 janvier 2020 relative au Code de la presse et de la communication en République Togolaise (JO 2020-01 bis)]

Titre 1 - Des dispositions générales

Chapitre 1 - De l'objet et du champ d'application

Art.1.- Le présent Code régit la libre expression dans le cadre des activités de l'information et de la communication ainsi que l'exercice desdites activités et fixe les règles d'établissement des sociétés de presse et de communication en République togolaise.

Il organise les libertés d'information et de communication telles que garanties par la Constitution, la loi organique relative à la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication (HAAC) et les instruments internationaux et régionaux relatifs à la liberté de presse et de communication auxquels le Togo est partie.

Art.2.- Les dispositions du présent Code s'appliquent aux professionnels des médias et aux sociétés de presse exerçant les activités de presse écrite, de presse audiovisuelle et de presse en ligne en République togolaise.

Art.3.- Le présent Code exclut de son champ d'application, les activités de production cinématographique.

Les réseaux sociaux sont également exclus du champ d'application du présent Code, lesquels sont soumis aux dispositions du droit commun.

Art.4.- Toute personne physique ou morale qui n'a ni représentation, ni siège en République togolaise, est soumise aux dispositions du présent Code si :

- les décisions d'exploitation prises à l'étranger sont mises à exécution en République togolaise ;
- elle utilise un imprimeur, un éditeur, un diffuseur ou un distributeur établi en République togolaise ;

- elle fait recours à des professionnels des médias établis en République togolaise.

Chapitre 2 - Des définitions

Art.5.- Au sens de la présente loi portant Code de la presse et de la communication, on entend par :

abus : fait d'outrepasser certains droits, de sortir d'une norme, d'une règle et, en particulier, injustice, acte répréhensible établis par l'habitude ou la coutume, excès. L'abus se réfère à l'usage excessif d'un droit ayant pour conséquence l'atteinte aux droits d'autrui ;

accès conditionnel : dispositif technique permettant, quel que soit le mode de transmission utilisée de restreindre l'accès à tout ou partie d'un ou plusieurs services de presse audiovisuelle au seul public autorisé à les recevoir ;

acteurs de la chaîne de valeur audiovisuelle : éditeurs de service, opérateur de diffusion et distributeurs de service ;

affiches publiques : feuilles, imprimés ou inscriptions apposés, fixés ou peints sur les murs ou autres supports par l'autorité publique et qui ont pour objet de rendre publiques certaines informations, indications ou annonces ;

Les affiches sont particulières ou privées lorsqu'elles sont apposées, fixées ou peintes sur les panneaux d'affichages, les murs ou autres supports à l'initiative d'un particulier ;

agence de presse : toute agence de production d'information qui fournit aux sociétés de presse écrite, audiovisuelle et en ligne, des informations brutes, des articles de presse écrite, des reportages ou magazines audiovisuels, des photographies ou tous autres éléments de production rédactionnelle ;

agence de production audiovisuelle : toute structure de management ou de production d'information à caractère utilitaire, publicitaire, commercial ou de divertissement au service aussi bien des sociétés de presse, des particuliers, que des institutions ;

bouquet : ensemble d'éditeurs de services et/ou contenus diffusés et commercialisés par un distributeur de service par câble, satellite, ADSL, Triple play, opérateur de télécommunication ;

cahier de charges : document administratif comportant l'énumération des clauses et conditions techniques, administratives et financières auxquelles est subordonnée l'exécution de la licence d'exploitation ;

comité directeur : groupe généralement restreint de personnes, formant un ensemble constitué, investi d'un pouvoir de surveillance et de décision. Il est chargé d'assurer le pilotage des différentes activités concourant à l'objet social de l'organisation, de suivre les décisions du conseil d'administration et un lieu d'échanges et de réflexion sur la stratégie et les questions d'intérêt général ;

co-directeur : Celui, celle qui partage avec une ou plusieurs autres personnes la direction d'une entreprise ;

communication électronique : toute émission, toute transmission et toute réception sous forme de signes, de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou d'informations de toute nature par fil, fibre optique, radioélectricité ou tout autre système électromagnétique ;

convention de concession : accord conclu entre l'organe de régulation de l'audiovisuel et le titulaire d'une licence en vue de fixer l'objet et la durée de la licence, les conditions et les procédures de son renouvellement, de la modification de ses termes et de sa fin ;

déontologie : ensemble des règles ou des devoirs régissant la conduite à tenir pour les membres d'une profession ou pour les individus chargés d'une fonction donnée ;

dépôt légal : obligation imposée par la loi de déposer, ou de faire parvenir par tous moyens, dans une ou plusieurs institutions spécifiques, des exemplaires de tout enregistrement de son et d'images ou de toute publication, reproduits sur tous supports et par tous procédés, pour leur distribution publique, leur location ou leur vente ;

diffamation : fausse accusation qui porte atteinte à l'honneur et à la considération d'une personne. La diffamation peut être raciste, sexiste, homophobe ;

dignité : respect, considération ou égards que mérite quelqu'un ; la dignité de la personne humaine est le principe selon lequel une personne ne doit jamais être traitée comme un objet ou comme un moyen, mais comme une entité intrinsèque ;

directeur : s'entend par le gérant, soit le directeur général, soit l'administrateur général, soit le président directeur général, soit le président selon la forme juridique de la société ;

directeur de publication : personne chargée au sein d'une entreprise de presse de rendre public le journal, l'ouvrage, ainsi que tout écrit, afin de le communiquer au public. C'est surtout le responsable du contenu, car il représente l'actionnaire. Le directeur de publication est en ce sens un personnage clef et central de l'organisme. Le directeur de la publication est obligatoirement le représentant légal de la personne morale éditrice d'une publication, il porte la responsabilité pénale de ses publications ;

distributeur de la presse : toute personne physique ou morale dont l'activité principale repose sur la distribution des publications périodiques ;

distributeur de services : toute personne qui établit avec des éditeurs de services des relations contractuelles en vue de constituer une offre de services de presse audiovisuelle mise à disposition auprès du public par un réseau de communication. Est également considérée comme distributeur de services, toute personne qui mène des activités de même nature en établissant des relations contractuelles avec d'autres distributeurs ;

droit au respect de la vie privée : droit pour une personne d'être libre de mener sa propre existence comme elle l'entend avec le minimum d'ingérences extérieures et de publicité ;

éditeur de services : toute société de presse audiovisuelle qui édite des services de télévision ou de radiodiffusion sonore ; les services sont composés des éléments de programmes que l'éditeur a produits, coproduits ou acquis à titre gratuit ou onéreux ainsi que des services interactifs additionnels et des services enrichis et qu'il met à la disposition du public ou d'une catégorie de public ;

émission : diffusion de sons et/ou d'images et de données, sous forme de programmes aux fins de réception par le public, quel que soit le moyen technologique utilisé ;

éthique : ensemble des règles et conceptions morales qui dictent ses actes à une personne physique ou à un groupe de personnes exerçant une même profession ;

exploitant de système d'accès sous condition : toute personne, physique ou morale, exploitant ou fournissant un système d'accès sous condition ;

fournisseur d'accès internet : personne physique ou morale qui dispose de serveurs connectés à internet et qui permet à ses utilisateurs d'accéder aux services internet ;

fréquence radioélectrique audiovisuelle : fréquences radioélectriques affectée à la presse audiovisuelle par l'autorité de régulation des télécommunications ;

fréquence radioélectrique ou hertzienne : rythme de répétition d'ondes électromagnétiques ou de propagation des ondes radioélectriques dans l'espace sans guide artificiel ;

HAAC : Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication ;

hébergeur : toute personne physique ou morale qui fournit un service d'hébergement du contenu numérique au profit des journaux électroniques et de leurs autres services interactifs, tels le courrier électronique, l'archivage des bases de données et les logiciels, en leur garantissant la protection numérique ;

imprimeur : toute personne physique ou morale dont l'activité principale consiste en l'impression des publications périodiques ;

information : élément de connaissance, exprimé sous forme écrite, visuelle, sonore, numérique et/ou multimédia ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique, susceptible d'être représenté à l'aide de conventions pour être utilisé, conservé, traité ou communiqué ;

intérêt public : encore appelé intérêt général, il se rapporte au « bien-être commun », à ce qui est important et utile pour le plus grand nombre de personnes, pour une communauté ou un pays. Une information d'intérêt public est une information dont la diffusion est susceptible de contribuer au progrès d'une communauté ou d'un pays ;

journaux d'information générale : publications périodiques qui constituent une source d'information sur les événements d'actualité nationale et internationale et destinées au grand public ;

licence : droit, attribué par voie réglementaire, d'établir et d'exploiter un service de presse audiovisuelle, portant approbation d'un cahier de charges et d'une convention de concession ;

manquement : action de se soustraire ou de se dérober à une obligation, à une loi ou à une règle ;

mécénat : contribution financière ou matérielle d'une personne physique ou morale à vocation commerciale ou non, à la production, à la diffusion, au transport ou à la

réception d'un programme de communication sociale, sans aucune association entre la personne morale mécène et le programme de communication utilisé ;

mission de service public : délégation confiée par l'Etat aux éditeurs publics ou privés pour exécuter une mission d'intérêt général, sous son contrôle, conformément aux obligations fixées par le présent Code ;

mode analogique : mode de radiodiffusion où le signal varie de façon continue dans le temps et où chaque canal ne peut transmettre qu'un seul programme ;

mode numérique : mode de radiodiffusion fondé sur la diffusion de signaux numériques par un réseau d'émetteurs ou de réémetteurs hertziens terrestres ;

multiplexage : technique qui consiste à faire passer des images de plusieurs télévisions à travers un seul support de transmission ;

multiplex : flux numérique transporté par une fréquence et utilisé pour véhiculer un certain nombre de données (services de programmes, services associés, services interactifs, données de signalisation) ;

œuvre africaine : toute œuvre dont l'établissement ou le siège de l'entreprise de production est installé dans l'un des Etats du continent africain ou dont l'auteur africain est installé hors du continent. Leur contenu est inspiré du vécu, des attentes et de la culture africaine ;

œuvre audiovisuelle : toute œuvre de création de fiction, d'animation, de documentaires, de vidéos-musiques et de captation ou de recreation de spectacles vivants ainsi que des émissions de divertissement ;

œuvre cinématographique : les films de fiction et documentaire de court, moyen et long métrage exploités en salle de cinéma ou à travers d'autres médias et disposant à cette fin d'un visa d'exploitation délivré par les autorités compétentes ; les émissions éducatives et culturelles, les films de vulgarisation scientifique et technique ;

ondes radioélectriques ou ondes hertziennes : ondes électromagnétiques dont la fréquence est par convention inférieure à 3000 GHz, se propageant dans l'espace sans guide artificiel ;

opérateur de diffusion : toute personne morale, distincte des éditeurs de services, détentrice d'une licence de diffusion, chargée de collecter et d'assembler les signaux de la ressource radioélectrique qui lui est assignée pour en assurer la diffusion ;

ordre public : ensemble des règles obligatoires qui touchent à l'organisation de la nation, à l'économie, à la morale, à la santé, à la sécurité, à la paix publique, aux droits et aux libertés essentielles de chaque individu ;

organe de presse ou organe d'information : moyens de diffusion collective d'informations destinées à un large public ;

organisme de radiodiffusion et de télévision : toute personne morale autorisée à fournir un service de radiodiffusion sonore ou de télévision au public en général ou à une partie du public ;

parrainage : contribution d'une personne physique, d'une personne morale publique ou privée au financement de programmes ou de service de médias audiovisuels afin de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses réalisations ;

position dominante : est présumé exercer une telle influence tout opérateur qui détient une part supérieure à 25 % du marché concerné à savoir le marché de la presse écrite, de la presse audiovisuelle ou de la presse en ligne ou d'un segment de marché. Il peut être tenu compte également du chiffre d'affaires de société de presse par rapport à la taille du marché, de sa capacité effective à influencer sur les conditions du marché, de son contrôle des moyens d'accès à l'utilisateur final ;

presse audiovisuelle : toute diffusion sur le territoire national, par un procédé de télécommunications, de signes, d'écrits, d'images ou de sons, d'informations ou de messages de toute nature à l'intention du public ;

presse écrite : ensemble des supports imprimés à vocation d'informations destinés au public et produit par des journalistes, techniciens et auxiliaires de presse tel que défini dans le présent Code et paraissant à intervalles réguliers ;

presse en ligne : tout service de communication au public utilisant le mode écrit ou audiovisuel avec internet comme support principal, édité à titre professionnel par une personne morale qui a la maîtrise éditoriale de son contenu.

La presse en ligne en mode écrit ou audiovisuel doit avoir un contenu original, d'intérêt général, renouvelé régulièrement, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique, qui ne constitue pas un outil de promotion, de propagande ou un accessoire d'une activité industrielle, politique ou commerciale ;

Ne peuvent être reconnus comme organes de presse en ligne les blogs, les réseaux sociaux notamment, Facebook, WhatsApp, Twitter, Imo, Instagram et autres. Il en est de même des services d'information et de communication au public en ligne dont l'objet principal est la diffusion de messages publicitaires ou d'annonces, sous quelque forme que ce soit.

producteur : toute personne physique ou morale qui prend l'initiative et la responsabilité de la réalisation de l'œuvre audiovisuelle et des programmes de flux ;

programme : suite ordonnée d'émissions, identifiées par un générique, un contenu original et une durée comportant des signes, signaux, écrits, images, sons ou messages de toute nature ;

publicité : forme de message diffusé contre rémunération ou autre contrepartie en vue, soit de promouvoir la fourniture de biens ou services y compris ceux qui sont présentés sous leur appellation générique, dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou de profession libérale, soit pour assurer la promotion commerciale d'une entreprise publique ou privée ou ensemble de procédés et moyens employés pour faire connaître une entreprise, vanter un produit ou un service ou en stimuler la consommation par la publication et la diffusion de messages ;

publications multimédia en ligne : toute publication grâce à un média qui, pour produire, recevoir et diffuser l'information via les Technologies de l'Information et de la

Communication (TIC), associée sur un même support au moins deux modes de communication tels que le texte, le son et l'image.

radiodiffusion sonore : médium qui diffuse, par voie électronique et numérique des informations générales et spécialisées destinées à être reçues simultanément par une partie ou l'ensemble du public ;

radio associative : radio créée pour un but non lucratif par une association ; elle peut être mise au service des objectifs de l'association ou au contraire, remplir une mission communautaire ; les radios locale et communautaire peuvent être créées par une association ;

radio communautaire : radio créée pour un but essentiellement social, et dans ce sens constitue un outil d'éducation, de distraction et de développement mis au service de la communauté concernée. Les radios scolaire et universitaire sont par exemple des radios communautaires ;

radio confessionnelle : radio d'obédience religieuse qui œuvre prioritairement pour la connaissance et la promotion des valeurs d'une religion ;

radio institutionnelle : radio créée par une institution ou un organisme et qui vise à mieux faire connaître ce dernier ; elle peut répondre aussi à des préoccupations d'ordre public ;

radiodiffusion : toute radiocommunication dont les émissions sont destinées à être reçues par le public ;

radiodiffusion sonore : toute communication au public par voie électronique destinée à être reçue simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie de public et dont le programme principal est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des sons et des données associées ;

réalisateur : la personne qui conduit sur le plan artistique et technique, les prises de vues, de son, le montage et la postproduction d'un film ;

redevances : contrepartie financière annuelle versée par le titulaire de la licence au trésor public pour garantir la jouissance des droits découlant de cette autorisation ;

réplique : rectification, par le biais de nouveaux commentaires, d'une idée ou opinion contestée ;

service de radiodiffusion : moyen de communication sonore de masse destiné à être reçu, par le public par l'intermédiaire d'un récepteur ;

service de radiodiffusion par satellite : moyen de communication électronique de masse dans lequel des signaux émis ou retransmis par des stations spatiales sont destinés à être reçus directement par le public en général ;

Dans le service de radiodiffusion par satellite, l'expression « reçu directement » s'applique à la fois à la réception individuelle et à la réception communautaire ;

site internet ou web : moyen d'expression sur internet constitué d'un ensemble de pages web hyper liées entre elles par des liens hypertextes et accessible à une adresse web. Il est destiné entre autres à faire la promotion d'un produit ou d'une institution ;

société de presse : toute personne morale légalement constituée qui met à la disposition du public en général ou de catégories de publics, un mode de diffusion de la pensée, paraissant à intervalles réguliers tels que presse écrite, presse audiovisuelle et presse en ligne ;

société de presse en ligne : tout service de communication au public en ligne éditée à titre professionnel par une personne morale qui a la maîtrise éditoriale de son contenu ;

société de presse de service public : outil étatique d'information, d'éducation, de développement et de promotion des valeurs morales et culturelles qui n'est ni gouvernemental, ni privé, ni commercial, ni communautaire. Il est accessible à tous et s'adresse à tous, indépendamment du sexe, de la religion, de l'âge, de l'appartenance politique, du statut social ou économique des uns et des autres. Il offre une information impartiale et des émissions d'intérêt général ayant un contenu national. L'Etat assure son financement ;

station de radiodiffusion et de télévision : lieu d'installation d'un service de radiodiffusion sonore ou de télévision ;

station terrienne : lieu situé généralement sur la surface de la terre qui communique avec un satellite ;

télé-achat : diffusion d'offres faite directement au public en vue de la fourniture, moyennant paiement de biens meubles ou immeubles, de services ou de droits et obligations s'y rapportant ;

télécommunication : transmission, émission ou réception de signes, de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de renseignements de toute nature, par fil, radioélectricité, optique ou autres systèmes électromagnétiques ;

télévision : médium qui diffuse par voie électronique et numérique, des images, des écrits, des sons et des données associées destinés à être reçus simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie du public ;

télévision confessionnelle : télévision d'obédience religieuse qui œuvre prioritairement pour la connaissance et la promotion des valeurs d'une religion ;

télévision privée commerciale : télévision à but lucratif dont les programmes font une large part à l'information, aux émissions de services, aux émissions à vocation culturelle et aux jeux ; une partie musicale présente une variété de genre ; les programmes sont financés au moins à 60 % par la publicité ;

télévision privée non commerciale : télévision locale et communautaire à but non lucratif. Elle peut éventuellement faire appel, pour une part non prépondérante de son temps d'antenne, soit à :

- des banques de programmes ;

- un fournisseur de programmes identifiés, à condition que ce dernier ne poursuive pas d'objectif commercial, qu'il ait un statut associatif et que cette fourniture soit sa spécificité et particulièrement celle de ses programmes ;

vendeur-colporteur de presse : personne qui, sur la voie publique ou par portage à domicile, vend des publications quotidiennes et assimilées ;

vidéoclub : toute boutique de services permettant la location des films (ou plus rarement des productions audiovisuelles telles que les séries télévisées) sur support vidéo (essentiellement cassettes VHS puis DVD, et plus récemment HD, DVD et Blu Ray) afin de les visionner à domicile, sur téléviseur, avant de les rapporter ;

vidéo projection : toute technologie multimédia conçue pour reproduire une source vidéo dite vidéogramme ou informatique, sur un écran séparé ou sur une surface murale blanche. Elle se fait dans un établissement exclusivement dédié à cette fin ;

vie privée : s'entend de l'intimité, de la vie familiale, de la vie au foyer, de la vie sentimentale, de la maternité, de l'état de santé, des pratiques religieuses, de la correspondance privée. Elle s'arrête là où commencent la vie publique et la vie professionnelle ;

voie hertzienne : voie radioélectrique en libre propagation dans l'espace, sans support physique ;

voie par câble : transport de l'information par tout moyen autre que sans fil ;

web radio ou net radio : station de radio diffusée sur internet grâce à la technologie de la lecture en continu. Comme pour les stations de radio classiques, il existe des web radios généralistes ou thématiques ;

web tv ou webtélé : station de télévision dont la diffusion et la réception de signaux vidéo se font par internet. Une webtélé utilise la technologie de lecture en continu (streaming) ou le téléchargement progressif pour diffuser ses contenus sur le web.

Chapitre 3 - Des principes généraux

Section 1 - De la liberté de presse

Art.6.- La liberté de presse est reconnue et garantie par l'Etat. Elle est régulée et protégée par la loi.

Toute personne a la liberté d'exprimer et de diffuser par parole, écrit ou tous autres moyens, ses opinions ou les informations qu'elle détient, dans le respect des limites définies par la loi.

Art.7.- L'installation, l'exploitation et l'utilisation des infrastructures et des services de communication, la diffusion et la réception des émissions audiovisuelles sont libres. La création d'une société de presse pour l'exercice de ces libertés est également libre.

Art.8.- L'exercice de la liberté d'information et de presse audiovisuelle, écrite et en ligne est libre et garanti, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas ci-après déterminés par la loi :

- atteinte à la vie privée et au droit à l'image d'autrui ;
- incitation à la haine raciale, ethnique ou religieuse ;
- apologie de crimes de guerre, de la sédition ou du terrorisme ;
- propos discriminatoires liés au sexe ou au handicap ;
- incitation à l'usage de produits stupéfiants, au négationnisme ;
- diffusion de propos diffamatoires ; de propos injurieux ou outrageants ;
- violation de secret professionnel, du secret des affaires et du secret défense qui interdisent la publication et la divulgation de certaines informations.

Art.9.- La liberté d'information et de communication telle que prévue par le présent Code s'exerce dans le respect notamment :

- de la déontologie en matière d'information et de communication ;
- de la dignité de la personne humaine ;
- de la libre entreprise ;
- du pluralisme des courants de pensée et d'opinion ;
- des impératifs de la défense nationale et de la sécurité ;
- des besoins du service public ;
- de la nécessité du développement d'une industrie de production audiovisuelle.

Art.10.- Toute personne a droit à l'information.

L'Etat garantit à toute personne vivant sur le territoire national le droit d'être informé, d'informer et d'accéder aux sources et aux moyens d'information dans le respect des lois relatives à la communication et à l'information.

Il s'oblige, à travers ses différents démembrements, structures et institutions, à favoriser l'exercice du droit à l'information.

Art.11.- Dans l'exercice régulier de sa mission de communicateur, conformément aux dispositions de la présente loi, aucun professionnel des médias, ne peut être empêché, ni interdit d'accès aux sources d'information.

Art.12.- L'Etat prend toutes les mesures susceptibles d'assurer à toute société de presse, publique ou privée, écrite, en ligne ou audiovisuelle, l'égalité à la libre concurrence afin de faciliter la mission d'intérêt général de la presse et des autres moyens de communication et d'information.

Art.13.- Les bandes de fréquences de radiodiffusions sonores et de télévisions couvrant le territoire national ainsi que l'espace de diffusion sont la propriété exclusive de l'Etat qui peut en attribuer, pour une durée déterminée, une partie pour exploitation aux personnes morales exploitant des chaînes de radiodiffusion sonore et de télévision ainsi qu'aux exploitants de services de presse audiovisuelle.

La HAAC est affectataire des fréquences de radiodiffusions sonores et de télévisions. Avant d'accorder l'autorisation d'installation et d'exploitation, la HAAC s'assure de la disponibilité des fréquences.

Art.14.- Toute personne physique ou morale désirant créer une société de presse en République togolaise, ne peut en contrôler plus de 25 % des titres publiés ou des stations de radio ou de télévision.

En sus de la condition prévue à l'alinéa premier, s'il s'agit :

- d'une personne physique, celle-ci doit fournir à la HAAC tous les renseignements sur le type et la forme juridique de la société de presse à créer ainsi que la liste complète des moyens prévus pour son exploitation ;
- d'une personne morale de droit togolais ou de nationalité étrangère, en plus des obligations mises à la charge des personnes physiques, elle doit prouver notamment que :
- plus de la moitié du capital social est détenu par des personnes physiques ou morales de droit togolais ;
- le dirigeant de la société est de nationalité togolaise.

Art.15.- La HAAC veille à l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans la communication écrite, en ligne et audiovisuelle et à l'accès équitable des partis politiques, des associations et des citoyens aux moyens officiels d'information et de communication.

Elle protège et promeut la liberté de presse et de communication et veille à la culture et au développement de la conscience professionnelle, au respect de la déontologie et de l'éthique en matière de presse et de communication.

Art.16.- En matière de presse écrite, de presse audiovisuelle et en ligne, la HAAC est habilitée à prendre des décisions pour sanctionner les comportements des acteurs des médias qui portent atteinte à la déontologie et à l'accès équitable aux médias de service public conformément à la loi organique relative à la HAAC.

Section 2 - De la qualité du journaliste et du technicien média

Art 17.- Au sens du présent Code, est journaliste :

- toute personne titulaire d'un diplôme professionnel de journaliste délivré par une école ou un institut de formation en journalisme régulièrement agréé par l'Etat ;
- toute personne titulaire d'au moins une licence ou d'un diplôme équivalent reconnu par l'Etat et qui exerce le métier de journaliste dans une société de presse pendant au moins trois ans ;
- toute personne titulaire d'un BTS ou d'un diplôme équivalent reconnu par l'Etat et qui exerce le métier de journaliste dans une société de presse pendant au moins cinq ans.

Art.18.- Est technicien des médias au sens du présent Code, toute personne titulaire d'un diplôme délivré par une école ou un institut de formation aux métiers d'ingénieur ou de technicien et exerçant dans les domaines de l'information et de la communication.

Art.19.- Au sens du présent Code, est auxiliaire de presse, toute personne titulaire d'un diplôme délivré par une école ou un institut de formation et exerçant dans les domaines de l'information et de la communication.

Sont considérés comme auxiliaires de presse les producteurs, les animateurs, les cameramen, les réalisateurs, les maquettistes, les photographes de presse, les dessinateurs de presse, les preneurs de sons, les rédacteurs traducteurs, les sténographes rédacteurs, les documentalistes de presse, les correcteurs de presse, les reporters-photographes, les graphistes et spécialistes de la publication assistée par ordinateur, les caricaturistes, les assistants de production, les scénaristes, les scriptes, les chroniqueurs animateurs, les animateurs en langue nationale et tous les autres métiers apparentés, à l'exclusion des agents de publicité et de tous ceux qui n'apportent, à un titre quelconque, qu'une collaboration occasionnelle.

Art.20.- La qualité de journaliste professionnel, de technicien des médias ou d'auxiliaire de presse est attestée et constatée par la détention d'une carte de presse, d'une carte de technicien de presse ou d'une carte d'auxiliaire de presse.

Pour se faire délivrer la carte de presse, le journaliste, technicien des médias ou auxiliaire de presse doit fournir la preuve qu'il a pour occupation principale, régulière et rétribuée, la recherche, la collecte, la sélection, l'exploitation, la publication et la présentation de l'information dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques, dans une ou plusieurs sociétés de presse audiovisuelle, dans une ou plusieurs agences de presse ou dans une ou plusieurs sociétés de presse en ligne.

En plus de la carte de presse de journaliste, technicien des médias ou auxiliaire de presse, les correspondants de presse et les envoyés spéciaux d'une société de presse étrangère doivent solliciter et obtenir leur accréditation auprès de la HAAC qui en fait copie aux ministères chargés de la communication et de la sécurité.

Art.21.- Les sociétés de presse peuvent s'adjoindre les services de collaborateurs non journalistes. Elles peuvent recevoir, publier ou diffuser toutes opinions, analyses, émissions, à condition que les écrits, les émissions soient signés par un auteur identifiable.

Le directeur de l'organe assume la responsabilité des écrits et des émissions.

Art.22.- Le journaliste, le technicien des médias et l'auxiliaire de presse ne doivent accepter de directives que des seuls responsables désignés de leur rédaction.

Art.23.- L'exercice de la profession de journaliste est incompatible avec la fonction d'attaché de presse, de chargé de communication et de chargé des relations publiques ou autres fonctions assimilées.

Section 3 - Des droits et devoirs du journaliste, des techniciens des médias et auxiliaires de presse

Sous-section 1 - Des droits du journaliste, des techniciens des médias et des auxiliaires de presse

Art.24.- Le journaliste exerce son métier en toute indépendance et en toute responsabilité. Il a le droit d'accéder librement à toutes les sources d'information et d'investiguer sans obstructions sur tous les faits d'intérêt public, sous réserve du respect

du « secret défense », du « secret de l'enquête et de l'instruction » et de la réglementation applicable.

Il peut ainsi obtenir toutes les accréditations nécessaires sur présentation de sa carte de presse.

Art.25.- La clause de conscience est une prérogative reconnue et garantie au journaliste dans l'exercice de ses fonctions.

Le journaliste peut invoquer la clause de conscience lorsqu'il y a changement manifeste dans la ligne éditoriale de l'organe d'information, si ce changement crée, pour lui, une situation de nature à porter atteinte à son honneur, à sa réputation ou d'une manière générale à ses intérêts moraux.

Art.26.- Le journaliste, le technicien des médias et l'auxiliaire de presse ont le droit de refuser de participer ou d'être associés à la réalisation d'actes ou à l'expression d'une opinion contraire aux règles de déontologie.

Toute sanction infligée à un journaliste, à un technicien des médias ou à l'auxiliaire de presse du fait de ce refus est nulle et de nul effet.

Art.27.- Tout journaliste qui se trouve en désaccord avec l'entreprise employeur peut évoquer la clause de conscience et prendre l'initiative de la rupture du contrat de travail tout en ayant droit aux indemnités dues en cas de licenciement.

Dans ce cas, le journaliste s'oblige au respect des règles relatives à la concurrence déloyale.

La clause de conscience est appréciée par le juge.

Art.28.- En dehors des espaces et des objectifs légalement protégés, le journaliste muni de sa carte de presse a droit, quel que soit son lieu de travail, à la sécurité de sa personne et de son matériel de travail.

Art.29.- Le journaliste, le technicien des médias et l'auxiliaire de presse peuvent bénéficier d'une formation continue et/ou de stages de perfectionnement.

Art.30.- Le journaliste, le technicien des médias et l'auxiliaire de presse privés sont régis par le Code du travail, la convention collective des journalistes et technicien de la communication. Ils peuvent se constituer en organisation professionnelle ou syndicale.

Art.31.- Le journaliste, le technicien des médias et l'auxiliaire de presse de service public, agents de l'Etat, sont soumis aux dispositions applicables à la profession dans la fonction publique et aux autres textes relatifs à la communication et à la profession.

Sous-section 2 - Des devoirs du journaliste, des techniciens des médias et des auxiliaires de presse

Art.32.- L'exercice de la profession de journaliste, de technicien des médias et d'auxiliaire de presse en République togolaise est soumis au respect du Code d'éthique et de déontologie de la presse et des lois et règlements en vigueur.

Le journaliste assume la responsabilité de tous ses écrits. Il publie uniquement les informations dont la source, la véracité et l'exactitude sont établies. Le moindre doute l'oblige à s'abstenir ou à émettre des réserves selon les formes professionnelles requises. Le traitement des informations susceptibles de mettre en péril la société, requiert du journaliste, une grande rigueur professionnelle et au besoin une certaine circonspection.

Art.33.- Le journaliste, le technicien des médias et l'auxiliaire de presse doivent collecter, traiter et diffuser l'information en toute honnêteté et en toute impartialité, dans le souci de recherche de la vérité et du respect du droit du public à l'information.

Art.34.- Le journaliste, le technicien des médias et l'auxiliaire de presse doivent défendre avec dignité, probité et honnêteté la liberté d'information et les droits qu'elle implique en se soustrayant à l'arbitraire des directions entrepreneuriales, managériales, éditoriales et des pouvoirs publics.

Art.35.- Le journaliste, le technicien des médias et l'auxiliaire de presse se doivent de ne pas déformer les faits, publier des informations, des documents, des images et des sons d'origine douteuse.

La calomnie, les accusations sans preuves, l'altération des documents, la déformation des faits sont des fautes professionnelles graves et constituent des pratiques contraires à la déontologie du journalisme.

Art.36.- Tout usage par le journaliste, le technicien des médias et les auxiliaires de presse de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des sons, des images ou des documents est prohibé, de même que la manipulation par eux-mêmes ou par des tiers des images en vue de les falsifier.

Art.37.- Le journaliste, le technicien de médias et l'auxiliaire de presse sont astreints au devoir de rectifier toute information mensongère publiée. Ils doivent garder le secret professionnel, protéger leurs sources d'information et s'interdire les accusations anonymes ou gratuites.

Art.38.- Le journaliste, le technicien des médias et l'auxiliaire de presse doivent éviter de s'immiscer dans la vie privée des personnes sans leur consentement.

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.

Au sens du présent Code, on entend par atteinte à la vie privée : toute captation, reproduction d'image, conservation, transmission ou la diffusion de tout commentaire, paroles prononcées, images, photos ou vidéos faite dans la sphère privée d'une personne sans son consentement.

Par ailleurs, entre dans la notion de vie privée : la vie sentimentale, la vie familiale, les souvenirs personnels, l'état de santé.

Art.39.- Le journaliste, le technicien des médias et l'auxiliaire de presse doivent respecter la dignité de la personne humaine.

Art.40.- Est proscrit tout reportage tendant à faire l'apologie de la haine raciale et tribale, l'apologie des discriminations, persécutions et exterminations perpétrées au cours d'actes terroristes, de guerres, d'accidents ou de catastrophes.

Art.41.- Le journaliste s'abstient de toute publication qui incite au régionalisme, à l'ethnocentrisme, à la discrimination, à la haine, à la xénophobie, à la violence et à la débauche. Il s'abstient également de toute incitation au crime ou au suicide et ne peut faire l'apologie du crime.

Art.42.- Dans l'exercice de leur profession, le journaliste, le technicien des médias et l'auxiliaire de presse doivent observer une intégrité morale.

Ils ne doivent accepter, en dehors de la rémunération qui leur est due par leur employeur, aucun avantage soit pécuniaire, soit en nature quelle qu'en soit la valeur, qui peut limiter leur objectivité et leur indépendance professionnelle ou d'opinion.

Ils ne doivent céder à aucune pression tendant à corrompre l'exactitude de l'information.

Ils ne doivent, en aucun cas, conditionner la publication d'information en leur possession à une rémunération ou toute autre forme d'avantages.

Art.43.- Le journaliste et le technicien des médias doivent se garder de porter atteinte à l'ordre public et à la sécurité nationale.

Section 4 - De la carte de presse

Art.44.- Peuvent se prévaloir de la qualité de journaliste professionnel, de technicien des médias ou auxiliaire de presse, les personnes répondant aux conditions de qualification telles que définies dans le présent Code.

Art.45.- Le journaliste professionnel, technicien des médias ou auxiliaire de presse peut faire prévaloir sa qualité soit à l'occasion de l'établissement d'un passeport ou de tout autre acte administratif, soit en vue de bénéficier des dispositions prises par les autorités en faveur des représentants des sociétés de presse ou de communication, soit en vue d'accéder aux sources d'informations.

Art.46.- La carte de presse donne à son titulaire un accès libre à tous les lieux et espaces d'événement ou de manifestations publiques, où il est susceptible de trouver des informations d'intérêt public ou utile à la réalisation de sa mission, sous réserve du respect du « secret défense », du « secret de l'enquête et de l'instruction » et de la réglementation applicable à l'accès à certains sites ou structures.

Art.47.- La HAAC délivre et renouvelle la carte de presse des journalistes, techniciens des médias et auxiliaires de presse qui en font la demande et qui remplissent les conditions requises conformément aux dispositions de la présente loi et de la réglementation en vigueur.

Art.48.- Les conditions de délivrance, de retrait, de renouvellement ou de suspension de la carte de presse ainsi que les droits et les devoirs du titulaire sont fixés par décret en conseil des Ministres.

Chapitre 4 - Des sociétés de presse

Section 1 - De la création, du statut et de la typologie

Art.49.- Les sociétés de presse sont créées par des personnes physiques ou morales, publiques ou privées, obligatoirement sous forme de sociétés, conformément aux dispositions prévues par l'Acte uniforme de l'Organisation pour l'Harmonisation du Droit des Affaires en Afrique (OHADA) et régissant les sociétés commerciales et les groupements d'intérêt économique.

L'Etat ainsi que d'autres entités publiques peuvent créer des sociétés de presse ou participer au capital.

Toutefois, des stations de services de radios/télévisions communautaires ou confessionnelles et les sociétés de presse à but non lucratif peuvent être créées dans les conditions et modalités prévues par le présent Code.

Art.50.- Il existe trois types de sociétés de presse :

- la société de presse écrite ;
- la société de presse audiovisuelle ;
- la société de presse en ligne.

Section 2 - De l'aide de l'Etat aux sociétés de presse

Sous-section 1 - Des avantages d'ordre économique et financier

Art.51.- L'Etat consent à la presse des avantages d'ordre économique et financier.

Les conditions d'éligibilité et modalités d'octroi sont fixées par décret en conseil des Ministres.

Art.52.- L'Etat alloue une subvention à la presse pour la couverture médiatique des consultations électorales.

Art.53.- Les conditions d'éligibilité et modalités de répartition de cette subvention aux sociétés de presse sont fixées par arrêté conjoint du Ministre chargé de la communication et du Ministre chargé des finances.

Art.54.- Les sociétés de presse pouvant bénéficier des avantages d'ordre économique et financier prévus aux articles 51 et 52 du présent Code doivent remplir les conditions ci-après :

- avoir un caractère d'intérêt général quant à la diffusion de la pensée : instruction, éducation, information, divertissement ;
- satisfaire aux dispositions du présent Code ;
- paraître, diffuser ou émettre régulièrement ;
- ne pas consacrer plus du quart de sa surface rédactionnelle ou du temps d'antenne à la publicité et aux annonces ;

- être en règle avec les organes de régulation et d'autorégulation.

Sous-section 2 - Du fonds de soutien et de développement de la presse

Art.55.- Il est créé un fonds de soutien et de développement de la presse appelé « Fonds Presse ». Il a pour but d'accompagner le secteur pour assurer une formation continue aux acteurs, de promouvoir le service d'intérêt général et de favoriser une meilleure organisation de la corporation. Les attributions, les modalités d'organisation et de fonctionnement du « Fonds Presse » sont précisées par décret.

Section 3 - Du financement des sociétés de presse

Sous-section 1 - Des entreprises du secteur public

Art.56.- Les entreprises du secteur public de la presse écrite et de la presse en ligne tirent leur financement des appuis et/ou rémunérations du service public alloués par l'Etat et des recettes publicitaires ou de parrainage.

Art.57.- Les ressources des entreprises publiques de presse audiovisuelle sont constituées :

- des appuis de l'Etat ;
- d'une redevance audiovisuelle, dont les sources et le pourcentage dans la structure de financement, ainsi que les modalités de collecte et de reversement sont précisées par décret ;
- des ressources provenant de financements obtenus dans le cadre du partenariat et de la coopération internationale ;
- des dotations budgétaires spéciales pour le financement des gros investissements d'intérêt général, des besoins exceptionnels et des missions particulières ;
- de recettes commerciales, tirées notamment de la publicité, du parrainage et du sponsoring.

Art.58.- Les entreprises du secteur public de la presse écrite, de la presse en ligne et de la presse audiovisuelle sont soumises au contrôle de l'Etat, à travers ses organes de contrôle, conformément aux lois et règlements en vigueur.

Elles doivent tenir une comptabilité distincte retraçant, en recettes et en dépenses, les opérations de toute nature relatives au fonctionnement ou à l'investissement.

Elles doivent établir chaque année, pour ces recettes et ces dépenses, un bilan financier qui est transmis au Ministre chargé des finances et au Ministre chargé de la communication.

Sous-section 2 - Des entreprises du secteur privé

Art.59.- Les entreprises du secteur privé de la presse écrite, de la presse en ligne et de la presse audiovisuelle définissent librement la politique de financement de leurs activités. Elles tirent leur financement, notamment, des abonnements, de la vente, des recettes

publicitaires, du parrainage, du sponsoring, des aides de l'Etat et des soutiens des partenaires techniques et financiers.

Chapitre 5 - Des dispositions relatives à l'autorégulation et à la régulation des sociétés de presse

Section 1 - De l'autorégulation

Art.60.- L'autorégulation est assurée par l'Observatoire Togolais des Médias (OTM), organe créé par les professionnels des médias.

Il a pour mission principale de garantir le respect des règles d'éthique et de déontologie dans les médias.

Les modalités d'organisation et de fonctionnement de l'organe d'autorégulation sont fixées par ses statuts et son règlement intérieur.

Section 2 - De la régulation de la presse audiovisuelle, de la presse écrite et en ligne

Art.61.- La régulation de la chaîne de valeur audiovisuelle, de la presse écrite et en ligne est assurée par la HAAC dont la loi organique en fixe les missions ainsi que les modalités d'organisation et de fonctionnement.

Titre 2 - Des dispositions spécifiques aux entreprises de presse

Chapitre 1 - Des dispositions relatives aux entreprises de presse écrite

Art.62.- Est qualifiée de société de presse écrite, au sens du présent Code, toute entreprise légalement constituée et ayant pour activité principale la collecte, le traitement et la diffusion des informations sur support papier et ayant à son service des journalistes, des techniciens et des auxiliaires de presse.

Une société de presse peut exploiter un ou plusieurs sociétés de presse.

Sont considérés comme sociétés de presse écrite : les journaux, dépêches d'agences de presse, revues spécialisées, magazines, cahiers ou feuilles d'information.

Art.63.- Ne sont pas assimilables aux sociétés de presse écrite, les publications ci-après :

- les feuilles d'annonce, prospectus, catalogues, almanachs ;
- les ouvrages publiés par livraison et dont la parution embrasse une période limitée, ou qui constituent un complément ou la mise à jour d'ouvrages déjà parus ;
- les publications ayant pour objet principal la diffusion d'horaires, de programmes, de cotations, de modèles, de plans ou devis ;

- les organes de documentation administrative.

Section 1 - Des publications nationales

Art.64.- Les publications nationales sont les publications des entreprises publiques ou privées ayant leur siège au Togo.

Art.65.- La société de presse est obligatoirement créée sous la forme d'une société.

Art.66.- Toute publication nationale doit mentionner les noms et qualités de ceux qui en ont la direction.

Le directeur de tout périodique d'informations générales ou politiques doit utiliser à temps plein des journalistes détenteurs de la carte de presse délivrée par la HAAC.

Lorsque le périodique est publié par une personne morale, le directeur de publication doit être choisi, selon le cas, parmi les membres du comité directeur.

Le nombre de journalistes détenteurs de la carte de presse doit être au moins égal au tiers de l'équipe rédactionnelle permanente employée dans chaque publication.

Art.67.- La majorité des propriétaires, associés, actionnaires, commanditaires, bailleurs de fonds ou autres participants à la vie financière d'une publication nationale doit être de nationalité togolaise. Sa participation doit être au moins égale à 51 % du capital social.

Dans le cas des sociétés par actions, celles-ci doivent être nominatives.

Art.68.- Les personnes jouissant d'une immunité à quelque titre que ce soit ne peuvent exercer les fonctions ci-après :

- directeurs et co-directeurs de publication ;
- directeurs et co-directeurs de radiodiffusion et de télévision ;
- adjoints aux directeurs ;
- rédacteurs en chef.

Sous-section 1 - De la déclaration de parution

Art.69.- Toute publication nationale est soumise, aux fins de l'obtention d'un récépissé, à une déclaration faite par écrit, signé du directeur de la publication.

Le directeur d'une publication doit :

- être de nationalité togolaise ;
- jouir de ses droits civils et politiques ;
- justifier d'au moins sept années d'expérience professionnelle en tant que journaliste ;
- être libre de tout engagement dans l'administration publique, de toute fonction ministérielle ou de tout mandat électif.

Tout périodique doit faire mention de son tirage sur tous les exemplaires de chacune de ses livraisons.

Art.70.- Le directeur de publication est civilement responsable du contenu du journal. Sa responsabilité est engagée pour tout article publié.

Art.71.- La déclaration de parution faite en quatre exemplaires sur papier timbré, est adressée à la HAAC.

Elle doit comporter :

- le titre de la publication ;
- la ou les langues d'édition et la périodicité de publication ;
- le nom et l'adresse du dirigeant ainsi que ceux du directeur de publication ;
- le plan des locaux devant abriter le siège de la société de presse ;
- la raison sociale de la personne morale ;
- la carte d'opérateur économique ;
- les cv de l'ensemble du personnel de l'entreprise, comportant au moins un tiers de journalistes détenteurs de la carte professionnelle ;
- la liste du matériel technique disponible ;
- le nom et l'adresse de l'imprimerie chargée de la production ;
- le plan de financement de la société de presse.

Art.72.- Le choix du titre d'un journal est libre. Cette liberté s'exerce dans le respect notamment :

- de la dignité de la personne humaine ;
- des impératifs de la défense nationale.

Le titre ne doit pas créer de confusion avec le titre d'un journal existant.

Les titres qui ne sont pas utilisés depuis douze mois sans motifs retombent dans le domaine public.

Lorsque le titre est exprimé dans une autre langue que le français, le déclarant, au moment de la déclaration, est tenu d'en donner la traduction dans la langue officielle.

Art.73.- Le directeur de la publication doit joindre à la déclaration les documents ci-après :

- une copie légalisée de son certificat de nationalité ;
- une copie légalisée de son acte de naissance ou toute pièce en tenant lieu ;
- un extrait de son casier judiciaire datant de moins de trois mois ;
- quatre photos d'identité récentes de format 4x4 ;
- un curriculum vitae détaillé ;
- des copies légalisées des diplômes et attestations de travail justifiant son expérience dans le domaine du journalisme ;
- les statuts et autres informations sur la société de presse ;
- la justification de l'accomplissement des formalités légales de constitution de la personne morale ;
- le plan de financement.

Art.74.- Après vérification du dossier de déclaration, la HAAC, avant de délivrer le récépissé s'assure que le déclarant satisfait aux dispositions de l'article 72.

Elle adresse pour information un exemplaire du dossier de déclaration aux services et institutions ci-après :

- ministère chargé de la Communication ;
- ministère chargé de l'Administration Territoriale ;
- procureur de la République près le tribunal dans le ressort duquel est faite la déclaration.

Art.75.- Le récépissé de déclaration de parution délivré par la HAAC à une société de presse écrite est personnel.

Art.76.- Toute modification relative aux changements de titre, de périodicité, de directeur de publication, de siège ou de raison sociale de la personne morale est soumise à une déclaration sur présentation d'un dossier adressé à la HAAC.

La HAAC se prononce dans un délai d'un mois.

Art.77.- Tout détenteur de récépissé de déclaration de parution ne voulant plus posséder une société de presse écrite est tenu d'en informer la HAAC.

En cas de cession, le nouvel acquéreur saisit la HAAC en vue de régulariser sa situation.

La HAAC en informe le ministère chargé de la communication, le ministère chargé de l'administration territoriale et le procureur de la République près le tribunal territorialement compétent.

Sous-section 2 - De l'impression des publications nationales

Art.78.- L'impression d'une publication nationale est libre de toutes contraintes sous réserve des dispositions de l'article 79 du présent Code.

Art.79.- Toute publication nationale doit porter l'indication du nom et de l'adresse de l'imprimeur.

Sous-section 3 - De la distribution de presse

Art.80.- Le distributeur d'une ou de plusieurs publications est tenu d'en faire la déclaration soit à la mairie, soit à la préfecture ou à la sous-préfecture de son domicile ou de sa résidence.

La déclaration doit comporter :

- les noms et prénoms du distributeur ;
- les dates et lieu de sa naissance, sa nationalité, sa profession et son domicile.

Il est délivré au déclarant dans un délai de huit jours un récépissé à produire à tout contrôle.

Art.81.- Le colporteur travaille sous la responsabilité du distributeur qui lui établit une carte professionnelle qu'il présente à toute réquisition.

Sous-section 4 - Du dépôt légal

Art.82.- Avant diffusion ou livraison de chaque publication, il est fait dépôt légal par le directeur de publication ou l'imprimerie de quinze exemplaires signés par l'un ou l'autre dans les conditions suivantes :

- deux au ministère chargé de l'Administration territoriale ;
- quatre au ministère chargé de la communication ;
- cinq auprès de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication ;
- deux auprès de l'Observatoire Togolais des Médias (OTM) ;
- deux à la Bibliothèque nationale.

Art.83.- Dans le cas de publications paraissant en dehors de Lomé, le dépôt est effectué en deux exemplaires à la Préfecture.

Toutefois, un dépôt en différé est fait dans un délai de sept jours auprès des entités prévues à l'article 82.

Section 2 - Des publications étrangères

Art.84.- Sont qualifiées de publications étrangères, les publications des entreprises de nationalité étrangère vendues au Togo et dont la déclaration de parution est faite dans un pays autre que le Togo.

Art.85.- Les directeurs de publication des sociétés de presse écrite étrangères doivent déposer :

- quatre exemplaires au ministère chargé de la Communication,
- deux exemplaires au ministère chargé de l'administration territoriale,
- cinq exemplaires à la Haute Autorité de l'audiovisuel et de la Communication,
- deux exemplaires au parquet du tribunal de 1ère instance de Lomé, et
- deux exemplaires à la bibliothèque nationale.

Art.86.- La distribution et la mise en vente au Togo de journaux et écrits périodiques étrangers sont libres.

En cas de violation de l'une des dispositions du présent Code, les journaux et périodiques étrangers peuvent faire l'objet d'une interdiction par décision de justice sur réquisition du procureur de la République, saisi par le président de la HAAC.

Section 3 - De la rectification ou du droit de réponse en matière de presse écrite

Art.87.- Le droit de rectification est reconnu à toute personne physique ou morale qui estime que ses actes ou propos ont été déformés ou inexactement rapportés par une société de presse écrite.

Les rectificatifs fournis par le plaignant sont à la charge de l'organe mis en cause et diffusés ou publiés dans les mêmes conditions que celles du message incriminé.

Art.88.- Le droit de réponse est reconnu également à toute personne physique ou morale qui peut l'exercer dans le cas où des imputations ou allégations susceptibles de porter atteinte à son honneur ou à sa réputation auraient été publiées dans une société de presse écrite.

La personne qui l'évoque est tenue de préciser les imputations ou allégations sur lesquelles il souhaite apporter une réponse et d'en fournir la teneur.

La réponse est prise en charge dans les mêmes conditions de publication que celles des imputations ou allégations incriminées.

Art.89.- Il est fait obligation au directeur de publication de faire insérer gratuitement, dans les mêmes conditions de publication que celles de l'article incriminé, toutes les rectifications qui lui sont adressées par un dépositaire de l'autorité publique, au sujet des actes relatifs à sa fonction qui ont été travestis par ladite société de presse écrite.

Art.90.- Le directeur de publication est tenu, dans les trois jours de leur réception, d'insérer les réponses ou les rectifications dans une société de presse écrite paraissant quotidiennement.

L'organe d'autorégulation peut être saisi par l'intéressé en cas de refus d'insertion.

Art.91.- S'agissant des sociétés de presse écrite non quotidiennes, le directeur de publication est tenu de procéder à l'insertion de la réponse dans la prochaine parution de l'organe.

Cette insertion est faite à la même place, suivant les mêmes caractères que l'article qui l'a provoquée, et sans aucune intercalation, à l'exclusion de l'adresse, des salutations, des réquisitions d'usage et de la signature ; celle-ci est limitée à la longueur de l'article qui l'a provoquée.

Toute réponse ayant fait l'objet de nouveaux commentaires par le journaliste donne droit à des répliques auxquelles les dispositions ci-dessus s'appliquent.

Chapitre 2 - Des dispositions relatives aux sociétés de presse audiovisuelle

Section 1 - Des règles communes aux entreprises de communication audiovisuelle

Art.92.- Les sociétés publiques et privées de radiodiffusion ou de télévision ont pour objectifs de :

- informer ;
- éduquer ;
- divertir ;
- véhiculer les cultures.

Sous-section 1 - Des conditions relatives à la délivrance des autorisations d'installations et d'exploitations

Art.93.- Les sociétés de presse audiovisuelles suivantes sont soumises à une autorisation préalable d'installation et d'exploitation délivrée par la HAAC. Il s'agit des sociétés :

- de production audiovisuelle ;
- d'édition de programmes ;
- de multiplex ;
- de diffusion ;
- de distribution ;
- d'agences de communication et de publicité ;
- de web télévision ;
- de web radio ;
- de vidéoclubs ;
- de vidéo-projection.

Art.94.- La HAAC accorde les autorisations d'installation et d'exploitation en tenant compte :

- de l'intérêt de chaque projet pour le public ;
- des impératifs prioritaires que sont la sauvegarde du pluralisme et des courants d'expression socioculturelle, la diversification des opérateurs ;
- de l'expérience acquise par le candidat dans les activités de communication ;
- du financement et des perspectives d'exploitation du service, notamment en fonction des possibilités de partage des ressources publicitaires entre les sociétés de presse audiovisuelle ;
- des participations directes ou indirectes détenues par le candidat dans le capital d'une ou plusieurs entreprises de communication.

Art.95.- L'autorisation accordée par la HAAC est personnelle. Tout détenteur d'une autorisation d'installation et d'exploitation d'une société de presse audiovisuelle, ne voulant plus en posséder, est tenu d'en informer la HAAC.

En cas de cession, le nouvel acquéreur saisit la HAAC en vue de régulariser sa situation.

Art.96.- L'exercice des activités de presse audiovisuelle autorisées est garanti par l'Etat.

Ces activités s'exercent dans les conditions prévues par la loi.

Art.97.- Le directeur de l'information, le directeur de la rédaction ou le rédacteur en chef d'une entreprise de presse audiovisuelle doit :

- être de nationalité togolaise ;
- jouir de ses droits civils et politiques ;
- justifier d'au moins sept années d'expérience professionnelle en tant que journaliste ;
- être libre de tout engagement à une fonction ministérielle ou mandat électif.

Art.98.- Les éditeurs de services doivent réserver au moins 60 % de leur temps d'antenne aux œuvres d'expression togolaise.

Les cahiers de charges et les conventions précisent les obligations de respect de ces dispositions en fonction de la nature des programmes des éditeurs.

Art.99.- L'exploitation des services de presse audiovisuelle se fait dans des conditions de concurrence loyale conformément à la législation en vigueur et sous le contrôle de la HAAC.

Le plagiat est interdit sous toutes ses formes.

Sous-section 2 - Des règles relatives aux concentrations et à l'actionnariat

Art.100.- En vue de prévenir la concentration des pouvoirs économiques dans le secteur de l'audiovisuel, il est interdit à toute personne morale agissant seule ou de manière concertée :

- d'exploiter plus d'un service de radio et d'un service de télévision de même nature ;
- de prendre des participations financières de plus de 25 % dans plus de deux sociétés titulaires de licences différentes.

Art.101.- Le capital d'une société de presse audiovisuelle doit être détenu par une ou plusieurs personnes de nationalité togolaise à hauteur de 51 % au minimum et 80 % du personnel doivent être des Togolais.

Le capital d'une société de presse audiovisuelle ne peut être détenu par une personne physique ou morale de nationalité étrangère directement ou indirectement au-delà de 25 %.

Sous-section 3 - Des dispositions relatives à la publicité

Art.102.- Les textes législatifs et réglementaires sur la publicité s'appliquent aux sociétés de presse audiovisuelle et de la presse écrite.

Art.103.- Le contenu des messages publicitaires, ne doit en aucun cas, méconnaître ou porter atteinte aux exigences de décence, de bonnes mœurs, de véracité et de respect des valeurs et des traditions nationales.

La publicité ne doit porter atteinte ni à l'image de l'Etat ou à l'ordre public, ni à la dignité humaine ou à la considération de la personne humaine, ni à la sensibilité des mineurs.

La publicité ne doit pas porter atteinte à la sécurité, à la santé publique et au respect dû aux institutions de l'Etat.

Art.104.- Les messages publicitaires doivent être exempts de :

- toute discrimination raciale, ethnique, de sexe ou de handicap ;
- scènes de violence ou contraires aux bonnes mœurs, d'exploitation des superstitions et des frayeurs, d'éléments pouvant encourager les abus, imprudences ou négligences ou d'éléments pouvant heurter les convictions religieuses, philosophiques ou politiques du public ;
- toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement.

Art.105.- Est interdite toute publicité mensongère ou trompeuse c'est à dire comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire les consommateurs en erreur. La publicité dissimulée est interdite.

Art.106.- Le contenu des messages publicitaires ne doit comporter aucune imputation ou allusion diffamatoire ou constituer une faute dommageable. Ces messages ne peuvent comporter de comparaisons dénigrant d'autres marques, produits, services, entreprises ou organismes identifiables.

Il est interdit de tenter de créer ou d'utiliser une confusion avec d'autres marques, produits, services, entreprises ou organismes.

Art.107.- La publicité pour la location-vente et les ventes à crédit doivent être présentées d'une manière claire, de telle sorte qu'elles ne puissent prêter à aucun malentendu, notamment sur le prix total que doit payer le consommateur.

Le prix doit être mentionné de manière lisible et intelligible pendant un temps d'exposition suffisant afin de permettre au public de prendre connaissance de l'intégralité des informations présentées.

Art.108.- Est interdite la publicité des médicaments qui ne peuvent être délivrés que sur prescription médicale.

Dans les autres cas, la publicité doit présenter le médicament ou le produit de façon objective et favoriser son bon usage. Elle ne doit pas être trompeuse ou porter atteinte à la santé publique.

Une prudence particulière s'impose dans le contenu, la formation ou la présentation d'un message publicitaire lorsque le produit ou le service est destiné à l'alimentation.

Art.109.- La publicité ne doit pas, sans motif légitime, présenter des mineurs en situation de vulnérabilité.

Elle ne doit, en aucun cas, exploiter l'inexpérience ou la crédulité des enfants, des adolescents et des déficients mentaux.

Lorsqu'elle s'adresse aux enfants et aux adolescents, la publicité ne doit ni être de nature à compromettre leur éducation, ni comporter de présentation visuelle ou de déclaration écrite ou orale qui puisse leur causer un dommage physique, matériel ou moral.

Art.110.- Il est interdit d'annoncer ou de présenter, sous quelque forme que ce soit, les séquences d'un film interdit aux mineurs ou d'un film n'ayant pas encore obtenu de visa d'exploitation des autorités compétentes.

Art.111.- Sont interdits les messages publicitaires relatifs à la promotion :

- des armes à feu, cartouches ou jouets de guerre ;
- des produits alimentaires, pharmaceutiques et cosmétiques non certifiés et non autorisés à être mis sur le marché ;
- des boissons alcoolisées de plus de 15 % ;
- des tabacs et produits du tabac.

Art.112.- La publicité ne doit faire appel, ni visuellement ni oralement, à des personnes présentant des émissions d'information.

Art.113.- Les messages publicitaires doivent être aisément identifiables.

Ils comportent, avant et après leur diffusion, les indications permettant de les identifier comme tels, grâce à des écrans reconnaissables par leurs caractéristiques optiques et acoustiques.

Art.114.- Les messages publicitaires ou les publi-reportages ne peuvent être insérés dans les journaux télévisés, les magazines d'actualité, les émissions religieuses et politiques et celles destinées aux enfants.

L'exposition de produits à des fins de publicité pendant toute la durée d'une émission est interdite.

Les bandeaux et autres messages à des fins de publicité ne peuvent excéder deux minutes par heure d'antenne, en dehors des autres messages publicitaires dont la diffusion est autorisée.

Art.115.- Les messages publicitaires peuvent être diffusés entre les émissions.

Toutefois, ils peuvent être insérés dans les émissions, à condition de ne pas porter atteinte à l'intégrité et à la valeur de ces émissions, de tenir compte des interruptions naturelles du programme ainsi que de sa durée et de sa nature et de ne pas porter atteinte aux droits des ayants droit. Dans les cas prévus ci-dessus, une période d'au moins vingt minutes doit s'écouler entre deux interruptions successives à l'intérieur d'une émission :

- lorsque les émissions se composent de parties autonomes ou dans les émissions sportives et dans celles retransmettant des événements et des spectacles comprenant des intervalles, les messages publicitaires sont insérés entre ces parties autonomes ou dans ces intervalles, sans débordement
- lorsque la diffusion d'une œuvre audiovisuelle est interrompue par la publicité, celle-ci ne peut comporter des messages d'une durée totale supérieure à cinq minutes.

Sous-section 4 - Des dispositions relatives au télé-achat

Art.116.- Les articles 102 à 115 du présent Code relatifs à la publicité s'appliquent aux émissions de télé-achat.

Les émissions de télé-achat doivent être clairement annoncées.

Art.117.- La marque, le nom du fabricant ou du distributeur d'un objet ou d'un produit, le nom du prestataire d'un service offert à la vente ne sont pas montrés, mentionnés ou indiqués à l'antenne et ne font pas l'objet, par un autre moyen, d'une annonce ou d'une publicité se rapportant à l'émission.

La marque est précisée lors de la commande ainsi que le nom du fabricant ou du distributeur qui donne sa garantie.

Art.118.- La présentation des biens ou services offerts à la vente doit être conçue dans le respect des intérêts des consommateurs et ne doit pas comporter d'allégations ou d'indications fausses ou de nature à induire le public en erreur.

Art.119.- Les biens ou services sont décrits, de manière aussi précise que possible, dans des conditions que déterminent les conventions et cahiers de charges.

Art.120.- Les conditions de commande ne doivent comporter aucune ambiguïté quant aux engagements souscrits.

Art.121.- Les conventions et cahiers de charges fixent les modalités selon lesquelles un même bien ou service peut être présenté à la fois dans une émission de télé-achat et dans un message publicitaire.

Art.122.- Les émissions de télé-achat ne peuvent être interrompues par des écrans publicitaires.

La durée de l'ensemble des émissions de télé-achat ne peut être supérieure à deux heures par jour.

Les services de télévision ne peuvent diffuser plus de huit émissions quotidiennes de télé-achat.

Section 2 - Des conditions d'exploitation des sociétés audiovisuelles

Art.123.- Toute demande d'autorisation d'installation et d'exploitation de radio ou de télévision privée doit être adressée à la HAAC aux fins d'établir le cahier de charges qui définit notamment :

- la durée et les caractéristiques du programme propre ;
- les zones géographiques et les catégories de services ;
- la liste des matériels techniques ;
- le temps consacré à la publicité, aux émissions parrainées ainsi que les modalités de leur insertion dans les programmes ;
- les compensations financières à payer conformément aux dispositions de l'article 95 du présent Code ;
- la part du chiffre d'affaires à consacrer au développement du patrimoine culturel national et à la promotion d'une industrie locale de production audiovisuelle ;
- la diffusion de programmes éducatifs et culturels ainsi que d'émissions sur la protection de l'enfance ;
- la diffusion de programmes relatifs à la protection et à la sauvegarde de l'environnement, au civisme et à la citoyenneté ;
- les pénalités en cas de non-respect des obligations conventionnelles.

La HAAC élabore également des cahiers de charges pour les sociétés de production audiovisuelle, les sociétés de diffusion des programmes, les sociétés de distribution.

Art.124.- Les demandes d'autorisation sont accompagnées des fiches techniques et des formulaires dûment remplis dont les renseignements portent sur :

- l'objet et les caractéristiques générales du service ;
- les caractéristiques techniques d'émission ;
- la composition du capital ;
- la liste des administrateurs ;
- les comptes prévisionnels d'exploitation.

Section 3 - De la rectification ou du droit de réponse en matière de la presse audiovisuelle

Art.125.- Les éditeurs de services diffusent gratuitement, dans leur prochain programme d'information, dans la prochaine émission de même nature ou dans un service de médias audiovisuels équivalent à ceux qui ont porté atteinte aux intérêts juridiquement protégés des personnes mises en cause, toutes rectifications qui leur sont adressées par toute personne physique ou morale ainsi que par une autorité publique.

Les éditeurs de services diffusent gratuitement, au plus tard quarante-huit heures après sa réception, tout droit de réponse d'une personne mise en cause par les services de programmes ou les services de médias audiovisuels à la demande, diffusés au public.

Le droit de réponse est diffusé dans les conditions techniques, d'audience et de durée équivalentes à celles des services de programmes ou des services de médias audiovisuels à la demande qui l'ont provoqué.

Les dispositions du présent article s'appliquent aux répliques lorsque la réponse est accompagnée de nouveaux commentaires.

Les répliques au droit de réponse peuvent faire l'objet d'une auto-saisine de l'organe de régulation.

Art.126.- En cas de refus ou de silence dans le délai imparti, le plaignant peut saisir la HAAC qui se prononce dans un délai de dix jours à compter de sa saisine. Lorsque la demande n'est pas satisfaite par la HAAC, le plaignant peut saisir le président du tribunal de première instance d'une requête. Il en est de même lorsque la décision de la HAAC n'intervient pas dans un délai de dix jours à compter de sa saisine.

Art.127.- La requête, pour être recevable, doit être déposée auprès du président du tribunal dans les trente jours à compter de l'expiration du délai imparti à la HAAC pour se prononcer.

Art.128.- Le président du tribunal statuant en matière de référé, peut ordonner sous astreinte la diffusion de la réponse.

Art.129.- Les éditeurs de services veillent à la protection des enfants mineurs vis-à-vis des productions pouvant compromettre leur épanouissement moral et intellectuel.

Ils sont tenus d'avertir le public sous une forme d'annonce, dont les modalités sont précisées dans leurs cahiers de charges et la convention, lorsqu'ils programment un film interdit aux mineurs.

Chapitre 3 - Des dispositions relatives aux sociétés de presse en ligne

Section 1 - Des conditions de fourniture de services de la société de presse en ligne

Art.130.- La presse en ligne en mode écrit ou audiovisuel doit avoir un contenu original, d'intérêt général, renouvelé régulièrement, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique, qui ne constitue pas un outil de promotion ou un accessoire d'une activité industrielle ou commerciale.

Art.131.- Ne peuvent être reconnus comme société de presse en ligne les blogs, les sites institutionnels, les réseaux sociaux et tous les autres sites dont l'objectif n'est pas de traiter et de diffuser des informations ayant un caractère journalistique.

Section 2 - Des conditions de création et d'exploitation des sociétés de presse en ligne

Art.132.- L'exploitation en République togolaise, d'une société de presse en ligne est soumise à une déclaration auprès de la HAAC.

Art.133.- L'hébergement des sociétés de presse en ligne est assuré par un opérateur installé au Togo et le nom du domaine principal doit avoir une extension « .tg ».

Nonobstant ces dispositions, la HAAC peut autoriser l'hébergement des sociétés de presse hors du territoire national au cas où les conditions techniques le justifient.

Art.134.- Les sociétés de presse en ligne répondent aux conditions suivantes :

- elles éditent à titre professionnel ;
- elles offrent un contenu faisant l'objet d'un renouvellement régulier, daté et non pas seulement de mises à jour ponctuelles et partielles.

Dans tous les cas, le contenu publié par les sociétés de presse en ligne doit respecter les principes généraux énoncés dans le présent Code.

Art.135.- Toute société de presse en ligne qui cesse de paraître pendant quatre-vingt-dix jours doit faire l'objet d'une nouvelle déclaration avant toute nouvelle parution.

Art.136.- Le dossier de déclaration du directeur de publication doit comporter :

- une copie légalisée du certificat de nationalité togolaise ;
- une copie du certificat de naissance ou de toute autre pièce en tenant lieu ;
- un extrait de casier judiciaire datant de moins de trois mois ;
- le titre de la publication ;
- quatre photos d'identité récentes de format 4x4 ;
- des copies légalisées de diplômes et attestations de travail justifiant d'au moins sept ans d'expérience certifiée par la HAAC ;
- la ou les langues de publication ;
- le plan des locaux devant abriter le siège de la société de presse en ligne ;

- les statuts de la société sous-seing privé ou authentique ;
- la carte unique d'installation ;
- le Registre du Commerce et du Crédit Mobilier (RCCM) ;
- le profil de l'ensemble du personnel de la société de presse en ligne, comportant au moins un tiers de journalistes détenteurs de la carte professionnelle ;
- la liste du matériel technique disponible ;
- l'adresse IP et celle de l'hébergeur ;
- le plan de financement de la société de presse en ligne.

Section 3 - Des obligations et de la responsabilité en matière de fourniture de service de presse en ligne

Art.137.- Le directeur de publication d'une société de presse en ligne a la maîtrise éditoriale du contenu publié. Sur les espaces de contribution personnelle des internautes, le directeur de publication met en place les dispositifs appropriés de modération pour encadrer les commentaires des internautes et permettant à toute personne de signaler la présence de contenus indécents ou inappropriés. Le directeur de publication doit rendre l'accès impossible ou retirer promptement de tels contenus.

Art.138.- Les personnes morales dont l'activité est d'offrir un service de presse en ligne, autres que de correspondance privée, sont tenues :

- d'informer leurs abonnés de l'existence de moyens techniques permettant de restreindre l'accès à certains services ou de les sélectionner ;
- de leur proposer au moins un de ces moyens ;
- de restreindre la fourniture d'accès après constat de commentaires injurieux ou portant atteinte à la dignité des personnes.

Art.139.- Les personnes morales qui assurent le stockage direct et permanent pour mise à disposition du public de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature accessibles par ces services, ne sont pénalement ou civilement responsables du fait du contenu de ces services que si, ayant été informées du caractère illicite du contenu qu'elles stockent ou saisies par une autorité judiciaire, elles n'ont pas agi promptement pour empêcher l'accès à ce contenu.

Section 4 - De la rectification et du droit de réponse en matière de presse en ligne

Art.140.- Le droit de réponse et de rectification est reconnu à toute personne nommée, citée ou désignée dans un contenu de presse en ligne.

Les dispositions relatives à la presse écrite et audiovisuelle en matière de droit de réponse sont applicables à la presse en ligne.

La publication ou la diffusion des rectificatifs et réponses se fait dans les 24 heures suivant leur réception.

Chapitre 4 - Des dispositions relatives aux radiodiffusions communautaires, rurales ou confessionnelles

Section 1 - Des dispositions relatives aux radiodiffusions communautaires et rurales

Art.141.- Les radiodiffusions communautaires et rurales sont des médias à but non lucratif créés par les communautés et régies par des statuts et règlements intérieurs.

Elles ne peuvent revêtir la forme de société de presse.

Elles ne peuvent être exploitées à des fins politiques et commerciales.

Art.142.- Les programmes de ces radiodiffusions communautaires et rurales respectent les obligations et missions qui leur sont assignées par les communautés. Ces programmes participent au développement économique, social, culturel et environnemental ainsi qu'à l'atteinte des objectifs des communautés. Les règles relatives notamment au respect des institutions de la République, de l'ordre public, des bonnes mœurs, de la diversité culturelle et ethnolinguistique et de la protection des mineurs doivent être observées dans la diffusion des programmes.

Un cahier de charges élaboré par la HAAC précise leurs obligations et missions.

Il est fait obligation aux radios communautaires et rurales de ne consacrer qu'au plus 20 % du temps d'antenne à des fins publicitaires.

Art.143.- Les radiodiffusions communautaires et rurales peuvent bénéficier des avantages d'ordre économique et financier accordés par l'Etat et les autres entités publiques. Ces avantages prennent la forme d'appui en personnel étatique, d'une réduction particulière des frais de redevance et de perception de subventions allouées à la presse dans son ensemble.

Section 2 - Des dispositions relatives aux radiodiffusions confessionnelles

Art.144.- Les radiodiffusions confessionnelles sont des médias à but non lucratif créés par les confessions religieuses et régies par des statuts et règlements intérieurs. Elles ne peuvent revêtir la forme d'une société de presse. Elles ne peuvent être exploitées à des fins politiques et commerciales.

Art.145.- Les programmes des radiodiffusions confessionnelles respectent les obligations et missions qui leur sont assignées par les confessions religieuses.

Un cahier de charges élaboré par la HAAC précise leurs obligations et missions.

Titre 3 - Des dispositions pénales

Chapitre 1 - Des crimes et délits en matière de communication

Section 1 - Des omissions

Art.146.- Est constitutif du délit d'omission et puni d'une amende de 200.000 à 500.000 FCFA tout manquement aux prescriptions relatives à la déclaration, à l'impression et au dépôt légal en ce qui concerne la presse écrite, à l'enregistrement et à la conservation des émissions radiodiffusées ou télévisées.

En cas de récidive, le double de la peine maximale est appliqué.

Section 2 - Du refus d'insertion ou de diffusion du droit de réponse

Art.147.- En cas de refus d'insertion ou de diffusion de la réponse malgré l'ordonnance de référé prévue à l'article 128 du présent Code, le directeur de publication ou de diffusion en cause est passible d'une peine d'amende de 500.000 à 1.000.000 FCFA.

Une suspension de parution ou d'émission de quinze jours pour les quotidiens et les hebdomadaires, de six à douze mois pour les trimestriels et les semestriels peut être prononcée contre la société de presse en cause sans préjudice de la peine d'amende prévue à l'alinéa précédent.

Art.148.- Est considéré comme refus d'insertion et puni de la même peine, le fait de retrancher une partie de la réponse que la publication était tenue de reproduire.

Art.149.- L'action pénale en insertion forcée se prescrit dans un délai de douze mois.

Ce délai commence à courir à compter du jour de la parution de la publication dans laquelle la réponse a dû être publiée.

Section 3 - Du non-respect de la déontologie en matière de presse

Art.150.- Tout manquement aux règles déontologiques prescrites dans le cadre du présent Code est passible d'une peine d'amende de 500.000 à 2.000.000 FCFA.

La requête est faite sur l'initiative de la partie civile ou du procureur de la République.

En cas de récidive, le maximum de la peine porté au double est appliqué.

Art.151.- Tout propriétaire ou directeur d'une société de presse ou l'un de ses collaborateurs qui reçoit ou se fait promettre une somme d'argent ou tout autre avantage aux fins de travestir la publicité en information, est passible d'une peine d'amende d'un million à 5.000.000 FCFA.

Section 4 - De l'exploitation illicite des sociétés de presse

Art.152.- Toute exploitation d'une société de presse avant l'obtention de l'autorisation dans les conditions prévues dans le présent Code est passible d'une peine d'amende d'un million à 3.000.000 FCFA.

En cas de récidive, le maximum de la peine porté au double est appliqué.

Section 5 - De la diffusion de fausses informations

Art.153.- La diffusion ou la publication d'informations contraires à la réalité dans le but manifeste de manipuler les consciences ou de déformer l'information ou les faits est passible d'une peine d'amende de 500.000 à 1.000.000 FCFA.

Toute reproduction, par une société de presse d'informations contraires à la réalité, publiées ou diffusées par un organe étranger de publication ou de diffusion, est punie d'une peine d'amende de 500.000 à 1.000.000 FCFA.

Une suspension de parution ou d'émission de trente jours à trois mois peut être prononcée contre l'organe en cause sans préjudice de la peine d'amende prévue à l'alinéa précédent.

En cas de récidive, le double du maximum de la peine prévue aux alinéas 1 à 2 du présent article est appliqué.

Art.154.- Le directeur d'une société de presse a l'obligation d'exiger tous les renseignements nécessaires sur les auteurs des articles publiés ou diffusés.

Art.155.- Toute personne convaincue d'avoir prêté, de quelque manière que ce soit, son nom au propriétaire ou au commanditaire d'une publication visée par le présent Code est punie de trois mois à deux ans d'emprisonnement et d'une amende de 200.000 à 1.000.000 FCFA.

Au cas où l'opération de « prête-nom » a été faite par une société ou une association, la responsabilité pénale prévue par le présent article s'étendra au président du conseil d'administration, au gérant ou aux dirigeants suivant le type de société ou d'association en cause.

Art.156.- Tout journaliste, technicien ou auxiliaire des médias, détenteur de la carte de presse, qui a eu recours aux réseaux sociaux comme moyens de communication pour commettre toute infraction prévue dans le présent Code, est puni conformément aux dispositions du droit commun.

Section 6 - Des appels aux crimes et délits

Art.157.- Tout journaliste, technicien ou auxiliaire des médias, détenteur de la carte de presse, qui a soit appelé à la haine interraciale ou interethnique, soit appelé la

population à enfreindre les lois de la République est puni conformément aux dispositions du droit commun.

En cas de récidive, le double de la peine maximale est appliqué.

Art.158.- Tout journaliste, technicien ou auxiliaire des médias, détenteur de la carte de presse, qui a appelé les forces armées et les forces de l'ordre à se détourner de leurs devoirs envers la patrie est puni conformément aux dispositions du droit commun.

Section 7 - Des délits contre les institutions et les personnes

Sous-section 1 - De l'offense au Président de la République, aux membres des Assemblées parlementaires, du gouvernement et aux autres personnalités

Art.159.- Constitue un délit d'offense au Président de la République, au Président de l'Assemblée nationale, au président du Sénat, au Premier Ministre, aux députés, aux sénateurs, aux membres du gouvernement et les institutions constitutionnelles, tout fait ou action manifesté par l'un des moyens énoncés dans le présent Code portant atteinte à l'honneur, à la dignité et la considération de leur personne, de même qu'aux fonctions dont ils assurent la charge.

Le délit commis dans le cas prévu par cette disposition est puni d'une amende de 2.000.000 à 5.000.000 FCFA.

En cas de récidive, le double de la peine maximale prévue est appliqué.

Art.160.- Toute allégation ou imputation mensongère d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération des personnes ou du corps auquel le fait est imputé est une diffamation.

La publication directe, la diffusion ou la reproduction d'une allégation ou imputation qualifiée de diffamation, est punie d'une amende d'un million à 3.000.000 FCFA.

En cas de condamnation, le juge peut ordonner la destruction des exemplaires mis en vente, distribués ou exposés au regard du public. Il peut en outre ordonner la suspension de la publication ou de la société de presse audiovisuelle pour une durée d'un à trois mois.

En cas de récidive, le double de la peine maximale prévue à l'alinéa 2 du présent article est appliqué.

Art.161.- La diffamation commise envers les cours et tribunaux, les forces armées et les forces de l'ordre, les corps constitués, les administrations publiques, est punie d'une amende d'un million à 3.000.000 FCFA.

En cas de récidive le double de la peine maximale prévue à l'alinéa précédent est appliqué.

Art.162.- Est punie de la peine prévue à l'article 161 du présent Code, toute diffamation commise, en raison de leurs fonctions ou de leur qualité, envers les Ministres des cultes, les dignitaires des ordres nationaux, les fonctionnaires, les dépositaires ou agents de

l'autorité publique, les citoyens chargés d'un service ou d'un mandat public, temporaire ou permanent, les jurés ou les témoins du fait de leur déposition.

Art.163.- Est punie d'une amende d'un million à 3.000.000 FCFA, la diffamation commise à l'égard des particuliers.

Art.164.- Toute expression outrageante, tout terme de mépris ou toute invective ne renfermant l'imputation d'aucun fait est une injure.

L'injure commise envers les personnes ou les corps désignés à l'article 161 est punie d'une amende de 200.000 à 1.000.000 FCFA.

Art.165.- Les diffamations ou injures dirigées contre la mémoire des morts sont punies de la peine prévue à l'article 164 ci-dessus.

Art.166.- Quiconque expédie une correspondance à découvert contenant une diffamation, soit envers des particuliers, soit envers les personnes ou les corps désignés aux articles 161 et 162 ci-dessus, est puni d'une amende d'un million à 3.000.000 FCFA.

Section 8 - Les délits contre les Chefs d'Etat, les Chefs de Gouvernement, les membres du Gouvernement et agents diplomatiques étrangers

Art.167.- L'offense commise publiquement envers les Chefs d'Etat, les chefs de gouvernement et les membres de gouvernement étrangers, est punie d'une amende de 2.000.000 à 5.000.000 FCFA.

En cas de récidive, le double de la peine maximale prévue à l'alinéa précédent est appliqué.

Art.168.- L'outrage commis publiquement envers les chefs de mission et autres agents diplomatiques accrédités auprès du gouvernement de la République togolaise est puni d'une amende d'un million à 3.000.000 FCFA.

En cas de récidive, le double de la peine maximale prévue à l'alinéa précédent est appliqué.

Art.169.- La mise en vente, la distribution ou la reproduction des œuvres interdites, la publication ou la diffusion sous un titre différent d'une œuvre interdite, lorsqu'elles sont faites sciemment sont punies d'une amende d'un million à 3.000.000 FCFA.

En cas de récidive, le double du maximum de l'amende prévue à l'alinéa précédent est appliqué.

Section 9 - Des entraves à la liberté de la presse et de la communication

Art.170.- Constitue un délit d'entrave à la liberté de la presse et de la communication, tout fait ou action de nature à empêcher l'impression ou la libre circulation de la presse ou à empêcher le journaliste d'exercer librement son activité.

Est puni d'une amende d'un million à 5.000.000 FCFA quiconque se rend coupable des faits et actions de cette nature.

En cas de récidive, le double de la peine maximale prévue à l'alinéa 2 du présent article est appliqué.

Art.171.- Lorsque l'entrave à la liberté de la presse et de la communication est exercée avec violence sur le journaliste, le technicien de la communication, l'auxiliaire de presse ou contre la société de presse, les dispositions du Code pénal relatives aux violences volontaires, destructions et dégradations sont applicables.

Art.172.- Pour tous les cas de violation de la législation en matière de presse et de délits de presse, notamment l'offense et l'injure, la HAAC peut être saisie.

La HAAC doit, dans le cas prévu à l'alinéa précédent, se prononcer dans les quinze jours de sa saisine, sauf en cas d'exercice du droit de réponse prévu dans le présent Code.

Chapitre 2 - Des poursuites et de la répression des crimes et délits

Section 1 - Des personnes responsables des crimes et délits de communication

Art.173.- Peuvent être poursuivis comme auteurs principaux des crimes et délits commis par voie de presse ou tout autre moyen d'information et de communication :

- les directeurs et co-directeurs de publication ;
- les directeurs et co-directeurs de radiodiffusion et de télévision ;
- les adjoints aux directeurs ;
- les rédacteurs en chef.

Art.174.- Lorsque les directeurs et co-directeurs de publication, de radiodiffusion et de télévision sont en cause, les auteurs des productions et des articles incriminés peuvent être poursuivis comme complices conformément à la loi. Les éditeurs et les imprimeurs peuvent être poursuivis comme complices si l'irresponsabilité des directeurs et codirecteurs de publication est prononcée par les tribunaux, auquel cas, les poursuites sont engagées dans les trois mois du délit ou au plus tard dans les trois mois de la constatation judiciaire de l'irresponsabilité des directeurs et co-directeurs.

Art.175.- Les propriétaires des publications écrites, en ligne et des organes de communication de masse sont solidairement responsables des condamnations civiles prononcées contre leurs organes ou leurs agents.

Section 2 - De la compétence et de la procédure

Art.176.- Les poursuites pour les crimes et délits commis par voie de presse ou tout autre moyen de communication ont lieu d'office à la requête du ministère public, dans les formes et délais prescrits par le présent Code, sauf dans les cas ci-après :

- les poursuites pour offense ou outrage envers les Chefs d'Etat étrangers, les membres d'un gouvernement étranger, les chefs de mission et les membres du corps

diplomatique accrédité au Togo ont lieu sur demande des personnes offensées ou outragées. La demande est adressée au ministère chargé des affaires étrangères et de la coopération qui transmet au ministère chargé de la justice ;

- les poursuites pour offense ou outrage envers les membres de l'Assemblée nationale ou du Sénat ont lieu sur plainte du ou des membres de l'Assemblée nationale ou du Sénat qui s'estiment diffamés ou injuriés ;
- les poursuites pour diffamation ou injure envers les cours et tribunaux, les forces armées, les forces de l'ordre, les corps constitués, les administrations publiques ont lieu sur plainte du Ministre de tutelle ou du chef de corps ;
- les poursuites pour diffamation ou injure envers les fonctionnaires, les agents dépositaires de l'autorité publique et envers les citoyens chargés d'un service ou d'un mandat public, ont lieu, soit sur leur plainte, soit sur plainte du chef du département dont ils relèvent ;
- les poursuites pour diffamation ou injure envers les particuliers, ont lieu sur plainte de la personne diffamée ou injuriée ;
- les poursuites pour diffamation envers la mémoire des morts ont lieu sur plainte des ayants droit.

Toutefois, les poursuites peuvent être exercées d'office par le ministère public lorsque la diffamation ou l'injure commise envers un groupe de personnes appartenant à une race ou à une ethnie, à une région ou à une confession déterminée, a eu pour but d'inciter à la haine entre citoyens.

Dans le cas de poursuites pour diffamation ou injure, le désistement du plaignant met fin aux poursuites.

Dans tous les cas, si le prévenu est domicilié au Togo, il ne peut faire l'objet de détention préventive, sauf dans les cas prévus aux articles 157 et 158 du présent Code.

Art.177.- Il est fait obligation au directeur de l'organe de publication ou de diffusion en cause de publier ou de faire publier à ses frais le jugement rendu.

En cas de refus de publication ou de diffusion du jugement, le plaignant peut saisir le juge des référés qui ordonne, sous astreinte, la publication.

Art.178.- Le procureur de la République peut faire procéder sur ordonnance à la saisie conservatoire des journaux ou écrits périodiques, des écrits ou imprimés, des supports sonores et audiovisuels conformément aux dispositions du présent Code relatif aux crimes et aux délits.

L'ordonnance de saisie doit être motivée et notifiée au directeur de publication ou de radiodiffusion et de télévision qui peut interjeter appel.

Le président de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication et le Ministre chargé de la communication sont informés de cette mesure.

L'action du ministère public prévue par le présent Code se prescrit pour après trois ans à compter du jour de la commission de l'infraction.

Titre 4 - Des dispositions transitoires et finales

Art.179.- Tous les organes de presse écrite, audiovisuelle et en ligne titulaires d'une autorisation avant l'entrée en vigueur du présent Code, disposent d'un délai de trois ans pour s'y conformer. Passé ce délai, tous les récépissés et autorisations préalablement donnés deviennent nuls et de nul effet.

Toute personne exerçant déjà comme journaliste, technicien ou auxiliaire des médias, ne réunissant pas les conditions prévues aux articles 17, 18 et 19 du présent Code, peut faire valoir son ancienneté d'au moins 10 ans certifiée par la HAAC.

Toute autre personne ne réunissant pas les conditions suscitées dispose d'un délai de trois ans pour se conformer au présent Code.

Art.180.- La présente loi abroge toutes les dispositions antérieures contraires notamment la loi n°98-004 du 11 février 1998 portant Code de la presse et de la communication modifiée par la loi n°2000-06 du 23 février 2000 modifiée par la loi n°2002-026 du 25 septembre 2002 modifiée par la loi n°2004-015 du 27 août 2004 et la loi n°2002-027 du 25 septembre 2002 portant carte d'identité professionnelle des journalistes et techniciens de la communication.

Art.181.- La présente loi sera exécutée comme loi de l'Etat.