Publié sur *Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle* (https://www.haca.ma)

Décision du CSCA n° 12-14

22 juil 2014

DECISION DU CSCA N°12-14

DU 24 RAMADAN 1435 (22 JUILLET 2014)

RELATIVE AUX CONDITIONS D□INSERTION DE LA PUBLICITE

PAR «SOREAD-2M»

Le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle,

Vu le Dahir n° 1.02.212 du 22 joumada II 1423 (31 août 2002) portant création de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle, tel que modifié et complété, notamment, son article 3 (alinéas 8, 11, 15 et 16) ;

Vu la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle, promulguée par Dahir n°1.04.257 du 25 kaâda 1425 (7 janvier 2005), notamment son préambule et ses articles 2 (alinéa 1et 5), 46 (dernier paragraphe), 48, 49 et 53 ;

Vu le Cahier des charges de la Société « SOREAD-2M », notamment, ses articles 49.3 et 72 ;

Vu la lettre adressée par la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle à la Société « SOREAD-2M », en date du 10 juillet 2014, en vue de recueillir ses

explications relativement au constat de non respect des conditions d'insertion de la publicité ;

Vu la lettre de réponse de la Société « SOREAD-2M », reçue en date du 16 juillet 2014 ;

Après avoir pris connaissance des documents relatifs à l'instruction effectuée par la Direction Générale de la Communication Audiovisuelle ;

Et après en avoir délibéré :

Attendu que, dans le cadre de sa mission de suivi des programmes des services audiovisuels, la Direction Générale de la Communication Audiovisuelle a relevé, sur le service télévisuel « 2M », des dépassements significatifs et récurrents des quotas et des seuils autorisés par les dispositions du cahier des charges de SOREAD-2M relatives aux modalités de diffusion de la publicité, notamment celles relatives à la durée maximale globale de publicité durant une heure glissante, à la durée minimale devant séparer deux séquences publicitaires et à la durée maximale de chaque séquence publicitaire, et ce, durant la période courant entre le 29 juin et le 05 juillet 2014 (1er au 7 Ramadan 1435) ;

Attendu que l'opérateur a diffusé, à titre d'exemple le 5 juillet 2014, deux séquences publicitaires, séparées d'une durée n'excédant pas 27 secondes, et deux autres séquences, le 2 juillet 2014, séparées d'une durée n'excédant pas 47 secondes ;

Attendu que l'opérateur a diffusé, le 1er juillet 2014, une durée globale de plus de 26 minutes durant une seule heure glissante, et ce, sans prendre en compte ce qu'il a considéré comme spots de publicité non commerciale, qui s'ils étaient pris en compte, ramèneraient cette durée à plus de 28 minutes, entre 19 heures 33 minutes et 20 heures 33 minutes, laissant déduire que le dépassement de la durée permise est supérieur à 8 minutes, ramenant la durée globale de la publicité à laquelle a été exposé le téléspectateur à près d'une demi-heure au titre d'une heure ;

Attendu que l'opérateur a diffusé, à titre d'exemple, le 4 juillet 2014, des séquences publicitaires dépassant de plus de deux minutes, le seuil permis, atteignant une séquence de 8 minutes 26 secondes sans discontinuer, et ce sans prendre en compte ce qu'il a considéré comme spots de publicité non commerciale, qui s'ils étaient pris en compte, ramèneraient cette durée pour le téléspectateur à plus de 8 minutes et 57 secondes, sans discontinuer ;

Attendu que, l'article 49.3 du cahier des charges de la « SOREAD-2M » dispose que :

[illegible]

[illegible]

vue de recueillir ses éclaircissements, relativement aux dépassements répétitifs constatés, au vu d'un état détaillé qui lui a été communiqué ;

Attendu que la Société « SOREAD-2M » a argué du fait que l'état des dépassements relevés, concernant la durée globale de publicité durant une heure glissante, fait l'objet d'une différence claire de modalité de calcul des séquences publicitaires, entre les services techniques de la chaîne et les services compétents auprès de la Haute Autorité, ce qui engendre une différence dans les durées constatées,(…) et que la plupart des dépassements enregistrés par la Haute Autorité, tels que portés au tableau relatif à la durée de publicité pendant une heure glissante, s'annulent en déduisant la durée globale des spots publicitaires non commerciaux de la durée publicitaire globale ;

Attendu que l'article 49.3 du cahier des charges de la société dispose que :

"تبث البلاغات ذات المنفعة العامة المستجيبة لمقاييس الإشهار غير التجاري كما هو معرف في الفقرة **5** من المادة **2** من القانون **77.03** المذكور أعلاه، وكذلك الخطابات غير الإشهارية المروجة لإنتاجات ولتظاهرات ثقافية مغربية،خارج الوصلات الإشهارية ولا تحتسب مدتها ضمن مجموع الحصص الإشهارية المرخص لها بالنسبة لكل خدمة من الخدمات التي تقدمها الشركة" ؛

Attendu que le point 5 de l'article 2 de la loi 77.03 relative à la communication audiovisuelle définit la publicité non commerciale comme étant :

- « Tout message diffusé contre rémunération ou paiement similaire et qui réunit les conditions suivantes :

a - être diffusé dans le but de servir l'intérêt général ;

b - **être demandé par une personne publique**, quelle qu'en soit la forme, par un organisme non commercial placé sous le contrôle, la tutelle ou la dépendance des pouvoirs publics, par une institution internationale

de droit public ou de droit privé ou par une organisation ou association professionnelle, sociale, culturelle, scientifique ou sportive ;

c - ne comporter aucune indication de marque de produits ou de services ni aucune allusion à une telle marque tant par la forme du message que par son identification à un message similaire mais comportant cette allusion. Les produits ou les services ne peuvent être présentés que sous une dénomination générique ;

d - ne mentionner aucun nom d'entreprise ou de personnes morales autres que celles visées au point « b » ci-dessus et n'y faire aucune allusion tant par la forme du message que par son identification à un message similaire mais comportant cette allusion. » ;

Attendu que la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle avait reçu un courrier, en date du 12 juillet 2013, de la société « SOREAD-2M », l'informant que cette dernière avait reçu une demande du Ministère de l'Habitat, de l'Urbanisme et de la Politique de la ville, à travers le Ministre de la Communication, en vue de faire bénéficier les insertions publicitaires concernant la commercialisation des offres d'habitat social, d'une réduction de 50% et que, de ce fait, la société comptait déduire cette catégorie de spots publicitaires de la publicité commerciale ;

Attendu que la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle avait notifié à la société, en date du 13 août 2013, qu'eu égard à la définition légale de la publicité non commerciale, telle que prévue à l'article 2, point 5 de la loi relative à la communication audiovisuelle, lesdits spots, sujets de la demande, entraient dans la catégorie des contenus publicitaires commerciaux et devaient donc être comptés dans les durées globales déterminées pour la publicité commerciale ;

Attendu qu'il résulte de la réponse de l'opérateur, qu'il continue à considérer certains spots comme non commerciaux, bien que certains revêtent un caractère

commercial avéré, et qu'il les inclut, cependant, à l'intérieur des séquences publicitaires ;

Attendu que les spots publicitaires précités visent à attirer l'attention du public aux produits de l'habitat social, de **sociétés privées**, et constituent donc des messages comportant une indication de marque, de produits ou de services et réunit, donc, de ce fait, les éléments caractérisant la publicité commerciale, telle que définie au point 1 de l'article 2 de la loi 77.03 relative à la communication audiovisuelle ;

Attendu que la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle a relevé, durant la période courant entre le 29 juin et le 05 juillet 2014, plusieurs dépassements de la durée maximale globale de publicité durant une heure glissante, ainsi que le non respect de la durée devant séparer deux séquences publicitaires et de la durée prévue pour les séquences publicitaires, ce qui met l'opérateur en situation de non-conformité avec les conditions d'insertion des messages publicitaires ;

Attendu que la diffusion de spots publicitaires au profit d'entités publiques, et visant l'intérêt général, réunissant les conditions requises par l'article 2, point 5 de la loi relative à la communication audiovisuelle, définissant la publicité non commerciale, doit se faire en dehors des séquences publicitaires, séparées des autres programmes par un générique publicitaire ou un signal sonore les distinguant, et ce conformément aux dispositions de l'article 49.3 du cahier des charges ;

Attendu que la diffusion de spots publicitaires non commerciaux, à l'intérieur des séquences publicitaires, constitue un manquement aux dispositions l'article 49.3 du cahier des charges précité ;

Attendu que l'article 72 du cahier des charges de la « SOREAD-2M » dispose que :

" [illegible] 0,5% [illegible].

إلا أنه وعندما ينجم عن الإخلال تحقيق ربح غير مشروع من طرف الشركة، يمكن للهيأة العليا أن تحدد عقوبة مالية تساوي، على أقصى تقدير، ضعفي الربح المحقق بطريقة غير مشروعة. ولهذا الغرض يتعين على الشركة أن تضع رهن إشارة الهيأة العليا جميع الوثائق والمعلومات الضرورية حول الربح الناجم عن الإخلال. وفي حالة العود، يمكن أن يبلغ قدر العقوبة المالية ثلاثة أضعاف الربح غير المشروع الناجم عن الإخلال." ؛

Attendu que, eu égard à ce qui précède et au vu du nombre de dépassements et de leurs durées, il se doit de prendre les mesures appropriées à l'encontre de l'opérateur ;

PAR CES MOTIFS :

1- Déclare que la « SOREAD-2M » a enfreint les dispositions de son cahier des charges en ce qui concerne les obligations relatives aux modalités d'insertion de la publicité suivantes :

- la durée maximale globale de publicité durant une heure glissante ;

- la durée minimale devant séparer deux séquences publicitaires ;

- la durée maximale de chaque séquence publicitaire ;

- L'insertion de spots de publicité non commerciale au sein des séquences publicitaires.

2- Décide l'application d'une sanction pécuniaire à l'encontre de la « SOREAD-2M » d'un montant d'Un million cinq cent mille (**1.500.000,00**) Dirhams, payable dans les trente jours à compter de la date de notification de la présente décision à ladite société ;

3- Ordonne la notification de la présente décision à la « SOREAD-2M » et sa publication au Bulletin Officiel.

Délibérée par le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle - CSCA - lors de sa séance du 24 Ramadan 1435 (22 Juillet 2014), tenue au siège de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle à Rabat, où siégeaient Madame Amina Lemrini Elouahabi, Présidente Madame et Messieurs Rabha Zeidguy, Mohamed Abderahim, Mohamed Auajjar, Bouchaib Ouabbi, Khadija El Gour et Talaa Assoud Alatlassi, Membres.

Pour le Conseil Supérieur

de la Communication Audiovisuelle,

La Présidente

Amina LEMRINI ELOUAHABI

Liens
[1] https://www.haca.ma/fr/javascript%3A%3B