



الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري
Хорошо +++++ | Эфирное вещание
Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle

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

[Accueil](#) > Décision du CSCA n° 17-13

[A](#) [1] [+A](#) [1]

Décision du CSCA n° 17-13

04 juin 2013

**DECISION DU CSCA N° 13-17
DU 25 RAJAB 1434 (04 JUIN 2013)
RELATIVE A L'EMISSION LE « GRAND MORNING DE L'INFO »
DIFFUSEE PAR « ECO MEDIAS » SUR LE SERVICE RADIOPHONIQUE « RADIO ATLANTIC »**

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 préambule et ses articles 3 (alinéas 8 et 11), 11 et 12 ;

Vu la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle, promulguée par le Dahir n° 1.04.257 du 25 Kaâda 1425 (7 janvier 2005), notamment son article 3 alinéa ;

Vu le cahier des charges encadrant le service radiophonique dénommé «RADIO ATLANTIC », édité par la Société « ECO MEDIAS », notamment ses articles 19 (alinéas 1 et 2) et 34.1 ;

Après avoir pris connaissance des documents relatifs à l'instruction effectuée par les services de la Direction Générale de la Communication Audiovisuelle au sujet des éditions du 12 février 2013 et du 26 mars 2013 de l'émission le « Grand Morning de l'Info » diffusé sur « RADIO ATLANTIC» ;

Après en avoir délibéré :

Attendu que, dans le cadre des missions de suivi des programmes des services audiovisuels, la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle a relevé un ensemble d'observations concernant les éditions du 12 février 2013 et du 26 mars 2013 de l'émission le « Grand Morning de l'Info » diffusé sur « RADIO ATLANTIC» ;

Attendu que, durant lesdites éditions, le parrain de l'émission a été présenté en ces termes : « Ça y est, j'ai trouvé mon restaurant préféré ! Une cuisine d'ici et d'ailleurs dans une véritable ambiance de bistro
Trois jours de dingue avec ses trois groupes live, ses paella géantes, ses déguisements, ses cadeaux !... » ;

Attendu que l'article 2 alinéa 4 de la loi 77-03 définit le parrainage comme étant « toute contribution d'une entreprise publique ou privée au financement de programmes dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses réalisations » ;

Attendu que l'article 19.2 du cahier des charges de l'opérateur dispose que : « La présence du parrain doit être clairement identifiée, en tant que telle, au début et/ou à la fin de l'émission. Cette identification peut se faire par le nom du parrain, sa dénomination, sa raison sociale, son secteur d'activité, ses marques, les indicatifs sonores qui lui sont habituellement associés, à l'exclusion de tout slogan publicitaire ou de la présentation argumentée de ses services ou d'un ou plusieurs de ses produits.

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

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

Attendu que, les termes utilisés pour la présentation du parrain de l'émission sont argumentés et de nature publicitaire relativement aux produits du parrain ;

Attendu que, l'article 19.2 du cahier des charges de l'opérateur interdit toute présentation argumentée des services et produits du parrain ;

Attendu que, l'opérateur a acquiescé dans les réponses qu'il a adressé à la Haute Autorité qu'il était possible de considérer les termes utilisés pour la présentation du parrain comme ayant une teneur publicitaire et qu'il a pris ses dispositions en vue de sensibiliser les services concernés chez l'opérateur ;

Attendu que, les réponses précitées n'ont apporté aucun éclairage supplémentaire concernant les constats relevés ;

Attendu que l'article 34.1 du cahier des charges encadrant le service radiophonique « RADIO ATLANTIC » prévoit que : « Sans préjudice des autres pénalités prévues par la réglementation en vigueur, le Conseil supérieur peut décider à l'encontre de l'Opérateur une sanction pécuniaire, dont le montant doit être fonction de la gravité du manquement commis, sans pouvoir excéder un pourcent (1%) du chiffre d'affaires net réalisé au cours du dernier exercice clos par l'Opérateur » ;

Attendu que, en conséquence, il se doit de prendre les mesures appropriées à l'encontre de la société « ECO MEDIAS » eu égard à ce qui précède.

PAR CES MOTIFS:

1. Déclare que la société « ECO MEDIAS », éditrice du service radiophonique dénommé « RADIO ATLANTIC », a enfreint les dispositions relatives au parrainage.
2. Décide une sanction pécuniaire à l'encontre de la société « ECO MEDIAS » d'un montant de Vingt Mille Dirhams (20.000,00 Dhs) payable, conformément à la loi, dans un délai de 30 jours à compter de la notification de cette décision à la société « ECO MEDIAS ».
3. Ordonne la notification de la présente décision à la Société « ECO MEDIAS », ainsi que sa publication

au Bulletin Officiel.

Délibérée par le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle - CSCA - lors de sa séance du 25 rajab 1434 (04 juin 2013), tenue au siège de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle à Rabat, où siégeaient Madame Amina Lemrini Elouahabi, Présidente, Mesdames et Messieurs Rabha Zeidguy, Faouzi Skali, Mohamed Abderahim, Mohamed Auajjar, Bouchaib Ouabbi, Talaa Assoud Alatlasi et Khadija El Gour, Membres.

**Pour le Conseil Supérieur
de la Communication Audiovisuelle,**

**La Présidente
Amina Lemrini Elouahabi**

Liens

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