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

Décision du CSCA n° 25-07

03 oct 2007

DÉCISION DU CSCA N° 25-07 DU 03 OCTOBRE 2007

ORDONNANT L'ARRÊT DE LA DIFFUSION DU SPOT PUBLICITAIRE FAISANT LA PROMOTION DE LA GAUFRETTE "TAGGER".

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, notamment ses articles 3 (alinéas 8, 11 et 15), 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 ses articles 2 (paragraphe 3 alinéa « c ») et 67;

Vu l'article 129 du cahier des charges de la Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision- SNRT et l'article 34 du cahier des charges de SOREAD-2M ;

Vu le paragraphe D.1.2 de la charte déontologique d'antenne de la Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision- SNRT et le paragraphe 2.1 de la charte déontologique de SOREAD-2M relatifs aux contenus publicitaires ;

Après avoir pris connaissance des documents relatifs à l'instruction effectuée par les services de la Direction Générale de la Communication Audiovisuelle, au sujet du spot publicitaire faisant la promotion de la gaufrette « TAGGER », diffusé sur «El Oula » par la Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision- SNRT et sur « 2M » par SOREAD-2M;

Après avoir visionné ledit spot faisant la promotion de la gaufrette « TAGGER » en vue d'analyser sa conformité aux obligations et aux engagements de SOREAD-2M et de la Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision- SNRT, prévus dans la loi n° 77-03 et leurs cahiers des charges respectifs ;

ET APRÈS EN AVOIR DÉLIBÉRÉ :

Considérant que l'article 3 alinéa 15 du Dahir n° 1-02-212 portant création de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle dispose le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle *« veille au respect, par les organismes de communication audiovisuelle, de la législation et de la réglementation en vigueur en matière de publicité »* ;

Considérant que l'article 2 (alinéa 3) de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle qualifie de publicité interdite « *'celle ayant, notamment, pour objet : d'exploiter ou altérer la confiance particulière des mineurs à l'égard de leurs parents, enseignants et des personnes ayant une autorité légitime sur eux'»* ;

Considérant que l'article 67 de la même loi dispose que : *« Sont interdits les messages publicitaires contenant, explicitement ou implicitement, que ce soit par les images ou les propos, des éléments exploitant l'inexpérience et la crédulité des enfants et des adolescents»* ;

Considérant que l'article 129 de la Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision- SNRT et l'article 34 du cahier des charges de SOREAD-2M disposent que les sociétés s'engagent à « *ne pas diffuser de la publicité interdite ou de la publicité clandestine, telles que définies aux articles 2, 67 et 68 de la loi 77-03 précitée* » ;

Considérant que la Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision- SNRT et SOREAD-2M diffusent le spot publicitaire faisant la promotion de la gaufrette « TAGGER » ;

Considérant que, d'une part, ledit spot publicitaire contient des scènes donnant aux mineurs un mauvais exemple de la manière de se comporter vis-à-vis de leurs professeurs au sein des établissements d'enseignement et, d'autre part, que les mêmes scènes incitent à manquer au respect dû envers le corps enseignant, en ce qu'elles contiennent des éléments successibles d'exploiter l'inexpérience et la crédulité des enfants et des adolescents et ce, en associant la consommation de la gaufrette « TAGGER » à l'insouciance de l'étudiant vis-à-vis du refus de son professeur de recevoir sa copie d'examen remise en retard ;

Considérant, par conséquent, que le non respect des dispositions des articles 2 (paragraphes -d- de l'alinéa 3) et 67 de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle, ainsi que les dispositions de l'article 129 du cahier des charges de la Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision- SNRT et de l'article 34 du cahier des charges de SOREAD-2M justifie la qualification de ce spot publicitaire de publicité interdite ;

PAR CES MOTIFS :

1) Déclare que le spot faisant la promotion de la gaufrette « TAGGER » constitue une publicité interdite, tant qu'il contient des éléments successibles d'encourager les abus, imprudences et négligences ou d'altérer la confiance particulière des mineurs à l'égard de leurs enseignants ;

2) Ordonne, en conséquence, à SOREAD-2M et à la Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision- SNRT de faire cesser immédiatement la diffusion de ce spot publicitaire dans sa version actuelle ;

3) Ordonne la notification de la présente décision à SOREAD-2M et à la Société Nationale de Radiodiffusion et de Télévision- SNRT et sa publication au Bulletin Officiel.

Délibérée par le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle dans sa séance du 20 ramadan 1428 (03 octobre 2007), tenue au siège de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle à Rabat, en présence de Monsieur Ahmed Ghazali, Président, Madame Naïma El Mcherqui et Messieurs Mohammed Naciri, Salah-Eddine El Ouadie, Noureddine Affaya, El Hassane Bouqentar, et Abdelmounïm Kamal, conseillers.

Pour le Conseil Supérieur

de la Communication Audiovisuelle,

Le Président

Ahmed Ghazali

Liens

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