

ART. 12. – *Les obligations d'information de l'institut*

L'institut établit, au moins à l'expiration de chaque trimestre, un rapport périodique sur l'évolution du panel et le rend public dans les conditions et les formes convenues avec le groupement. Les éléments d'information devant être renseignés dans le rapport sont arrêtés d'un commun accord entre l'institut et le groupement.

Un rapport semestriel relatif à la rotation du panel est établi par l'institut dans le mois qui suit l'expiration de chaque semestre. Ce rapport présente les éléments objectifs ayant justifié les suppressions de foyers et les nouveaux recrutements, le cas échéant.

ART. 13. – *Publication au « Bulletin officiel »*

La présente décision sera publiée au « Bulletin officiel ».

ART. 14. – *Date d'entrée en vigueur*

La présente décision entrera en vigueur dès sa publication au « Bulletin officiel. »

Délibéré par le conseil supérieur de la communication audiovisuelle dans sa séance du 16 moharrem 1427 (15 février 2006), tenue au siège de la Haute autorité de la communication audiovisuelle à Rabat, où siégeaient M. Ahmed Ghazali, président, M^{me} Naima Elmcherqui et MM. Mohamed Naciri, Salah-Eddine El Oudie, Mohamed Nouredine Affaya et Abdelmounim kamal, conseillers.

*Pour le Conseil supérieur
de la communication audiovisuelle,*

*Le président
du Conseil supérieur
de la communication audiovisuelle,*

AHMED GHAZALI.

Décision n° 04-06 du 5 safar 1427 (6 mars 2006) relative au spot publicitaire diffusé sur radio MEDI 1 pour la promotion des produits et services « SHELL ».

LE CONSEIL SUPERIEUR 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, 12 et 16 ;

Vu la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle, promulguée par le dahir n° 1-04-257 du 25 kaada 1425 (7 janvier 2005), notamment ses articles 2 (paragraphe c. et f. de l'alinéa 3), 9 (avant dernier alinéa), 65 (dernier alinéa) et 68 ;

Vu le cahier des charges de la « Radio Mediterranee Internationale MEDI 1 », notamment son article 14, 2^e alinéa ;

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, dans ses versions arabe et française, diffusé sur radio MEDI 1 pour la promotion des produits et services « SHELL » ;

Et après avoir écouté ledit spot, dans ses versions arabe et française, en ce qu'il contient comme commentaires, pour mettre en exergue les particularités des produits et services précités ;

Et après en avoir délibéré :

Attendu que le spot publicitaire, dans sa version française, vante les particularités des stations de distribution des carburants « SHELL » sous forme d'un dialogue où un premier consommateur affirme : « ils

sont les seuls à avoir dans chaque station un expert qualité qui veille sur la qualité des carburants » et un second consommateur ajoute que : « Shell est seule à avoir et des experts qualité sur ses stations et des laboratoires mobiles » (.....) ;

Attendu que le spot publicitaire, dans sa version arabe, met en exergue les particularités des stations de distribution des carburants « SHELL », par la voix d'un père s'adressant à son fils dans les termes suivants :

« شال هي الوحيدة لي عندها مختصين بالجودة في المحطات وفي نفس الوقت مختبرات متجولة »

Attendu que l'article 2 (paragraphe c. et f. de l'alinéa 3) de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle qualifie de publicité interdite : « c. celle comportant des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur les consommateurs et f. celle comportant le dénigrement d'une entreprise, d'une organisation, d'une activité industrielle, commerciale, » ;

Attendu que l'article 65, dernier alinéa, de la loi n° 77-03 susvisée dispose que « lorsque la publicité contient une comparaison, celle-ci ne doit pas induire en erreur les consommateurs et doit respecter les principes de la concurrence loyale. Les éléments de comparaison doivent s'appuyer sur des faits objectivement vérifiables et choisis loyalement. » ;

Attendu que l'article 68, de la loi n° 77-03 susvisée dispose qu'est interdite toute publicité audiovisuelle mensongère ou trompeuse comportant des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur. La détermination du caractère prohibé est faite conformément à la législation et à la réglementation en vigueur. » ;

Attendu que l'article 14, alinéa 2, du cahier des charges de la Radio Méditerranée Internationale – MEDI 1 dispose que « L'opérateur s'engage à ne pas diffuser de la publicité clandestine ou de la publicité interdite telles que définies aux articles 2 (alinéas 2 et 3), 67 et 68 de la loi » ;

Attendu qu'après l'analyse du spot publicitaire considéré, il ressort l'emploi d'affirmations, tel que « Shell » est « la seule à avoir dans chaque station un expert qualité », et qu'elle est « la seule (dans la version française) à avoir et des experts qualité sur ses stations et des laboratoires mobiles », qui ne peuvent être confirmés objectivement à partir du seul contenu du spot publicitaire ;

Attendu que le spot publicitaire sous entend que toute personne désirant utiliser des combustibles obéissants aux normes de qualité, doivent se diriger exclusivement vers les stations « Shell », parce qu'elles sont les seules à disposer, contrairement à leurs concurrentes, de ce que le spot a qualifié d'experts qualité et de laboratoires mobiles ;

Attendu que les commentaires et allusions contenus dans ce spot, eu égard aux multiples et différentes interprétations qu'ils peuvent susciter et des impressions qu'ils donnent aux auditeurs, sont de nature à induire ces derniers en erreur et à porter préjudice aux intérêts des entreprises concurrentes ;

Attendu que l'utilisation d'expressions comme « les seuls » et « la seule », ou de toutes expressions analogues, de portée générale et absolue, peuvent être source de confusion et de contestation, d'où la nécessité d'éviter leur utilisation chaque fois que l'annonceur n'est pas en mesure de prouver, par le seul contenu du spot publicitaire, qu'elles correspondent à une réalité précise et identifiable comme telle ;

Attendu qu'en application des dispositions de l'article 3-15° du dahir n° 1-02-212 portant création de la Haute autorité de communication audiovisuelle, 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* » ;

Attendu que, sur la base de ce qui précède, le spot publicitaire susvisé constitue une publicité interdite et qu'il convient, par conséquent, d'enjoindre la cessation de sa diffusion, tant que ne sera pas supprimé les expressions « la seule » et « les seuls », dans sa version française, et, de l'expression « الوحيدة », dans sa version arabe,

PAR CES MOTIFS :

1. déclare le spot publicitaire faisant la promotion des produits et des services « SHELL » susvisé interdit, tant qu'il ne sera expurgé des expressions « la seule » et « les seuls », dans sa version française, et, de l'expression « الوحيدة », dans sa version arabe ;

2. ordonne, en conséquence, à la société Radio Mediterranee Internationale – RMI de faire cesser immédiatement la diffusion sur la Radio Médi 1 de ce spot publicitaire, aussi bien dans ses versions actuelles arabe que française ;

3. ordonne la notification de la présente décision à la société Radio Méditerranée Internationale – RMI et sa publication au *Bulletin officiel*;

Délibéré par le Conseil supérieur de la communication audiovisuelle dans sa séance du 5 safar 1427 (6 mars 2006), tenue au siège de la Haute autorité de la communication audiovisuelle à Rabat, où siégeaient M. Ahmed Ghazali, président, M^{me} Naïma El Mcherqui et MM. Mohamed Naciri, Ilyas El Omari, Mohammed Noureddine Affaya, Salah - eddine El Oudie, El Hassane Bouquentar, Abdelmounim Kamal, conseillers.

*Pour le Conseil supérieur
de la communication audiovisuelle,
Le président.*

AHMED GHAZALI.

Le texte en langue arabe a été publié dans l'édition générale du « Bulletin officiel » n° 5413 du 18 rabii I 1427 (17 avril 2006).