

Attendu que l'article 10 de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle impose aux opérateurs de communication audiovisuelle de diffuser « sur demande de la Haute autorité, un démenti ou une réponse demandée par toute personne ayant subi un préjudice à la suite de la diffusion d'une information la concernant qui porte atteinte à sa dignité ou est susceptible d'être mensongère » :

Attendu que la demande tend à faire bénéficier le PJD d'un droit de réponse concernant des déclarations, considérées par ledit parti comme étant « des accusations graves et diffamatoires » proférées lors de l'émission « Hiwar », diffusée sur « Al Oula », éditée par la SNRT, il échoit de déclarer ladite demande recevable en la forme.

Au Fond :

Attendu qu'en ce qui concerne la demande de droit de réponse du PJD au sujet de ce qui a été annoncé par M. Hakim BEN CHEMASS, secrétaire général adjoint du PAM, il s'est avéré, suite au visionnage de l'enregistrement de l'émission, objet de la demande, que l'invité de cette édition de « Hiwar » a déclaré, en réponse à la question qui lui avait été adressée par le journaliste animateur que « l'un des leaders du PJD, dans le cadre de la réunion du conseil de la ville de Rabat, l'a dit d'une manière très grave, et moi j'ai protesté et mon parti a diffusé un communiqué à ce sujet lorsqu'il a dit : que reste-t-il depuis que les campagnards et les rifains contrôlent désormais la ville de Rabat ? » ;

Attendu que le PAM avait déjà publié un communiqué à ce sujet, en date du 23 juillet 2009, précisant que ces affirmations ont été proférées par l'un des membres du PJD lors de la première réunion du conseil de la ville de Rabat ; que par ailleurs, les conseillers du PJD au Conseil de la ville de Rabat ont précédemment publié un communiqué sur le même sujet, en date du 06 janvier 2010, dans lequel ils ont réfuté catégoriquement les déclarations du secrétaire général adjoint du PAM ; que c'est, d'ailleurs, la même position qui a été exprimée par le PJD dans sa demande de droit de réponse soumise à la Haute Autorité, et dans laquelle ledit parti considère que les propos tenus par le secrétaire général adjoint du PAM constituent une « accusation grave et calomnieuse » ;

Attendu que la Haute autorité ne peut vérifier la véracité des déclarations, considérées par le Secrétaire Général adjoint du PAM comme émanant de l'un des membres du PJD, eu égard à l'existence de deux positions officielles des deux partis, où chacun défend ardemment son point de vue ;

Attendu que la Haute autorité ne peut s'assurer de la véracité de tels propos étant donné que les dispositions du dahir n° 1-02-212, du 22 Joumada II 1423 (31 août 2002), portant création de la Haute autorité de la communication audiovisuelle, ainsi que celles de 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), ne confèrent au Conseil supérieur de la communication audiovisuelle aucune prérogative lui permettant de convoquer et auditionner une personne afin de recueillir sa déposition, et ce du fait que la Haute Autorité est une institution administrative indépendante qui exerce ses compétences, à titre exclusif, envers les opérateurs publics et privés de la communication audiovisuelle,

PAR CES MOTIFS,

En la forme :

Déclare la demande formulée par le PJD recevable en la forme.

Au fond :

1- Décide le rejet de la demande de droit de réponse émanant du PJD ;

2 - Ordonne la notification de la présente décision au PJD, ainsi que sa publication au *Bulletin officiel*.

Délibérée par le Conseil supérieur de la communication audiovisuelle, lors de sa séance du 1^{er} rabii II 1431 (17 mars 2010), tenue au siège de la Haute autorité de la communication audiovisuelle à Rabat, où siégeaient M. Ahmed Ghazali, président, M^{me} Naima El Mcherqui, MM. Mohamed Affaya, El Hassan Bouqentar, Abdelmounim Kamal, conseillers, et en l'absence de MM. Ilyas El Omari et Salah Eddine El Oudie qui se sont récusés.

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° 5846 du 26 joumada II 1431 (10 juin 2010).

**Décision du CSCA n° 17-10 du 1^{er} rabii II 1431 (17 mars 2010)
relative au non respect des conditions de parrainage et de
publicité par la société « MFM Radio. TV ».**

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, tel que complété et modifié, notamment ses articles 3.9°, 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 (alinéas 2, 3 et 4) et 65 ;

Vu le cahier des charges du « Réseau des radios MFM » édité par la société « MFM Radio.TV », désignée ci-après par « l'opérateur », notamment ses articles 19 (alinéas 1 et 2), 20 (alinéa 1^{er}) et 34 (alinéa 1^{er}) ;

Après avoir pris connaissance des documents, établis par la Direction générale de la communication audiovisuelle, dans le cadre de l'instruction relative aux émissions « Ain âla assouk » présentée par les radios « Casa FM » et « MFM Atlas », et « Yaoumiyate Assouk » présentée par « MFM Saiss » ;

Après avoir procédé à l'écoute des émissions en question et analysé les manquements qu'elles comportent en infraction flagrante aux obligations légales et contractuelles incombant à l'opérateur, en vertu de la loi 77-03 ainsi que de son cahier des charges ;

Après en avoir délibéré :

Attendu que l'animateur de l'émission « Ain âla assouk » du service radiophonique « Casa FM », parrainée par un produit commercial, a déclaré, dans l'une des éditions, que : « cette émission vous est présentée avec la contribution de « Head and Shoulders », shampoing n° 1 au monde contre les pellicules » ;

Attendu que, lors de l'émission du 11 février 2010, l'animateur ne s'est pas limité à désigner le parrain au début et à la fin de l'émission, mais a saisi l'occasion, au sein même de cette dernière, afin de prodiguer des conseils en relation avec le produit, tout en présentant au passage expressément les qualités et les avantages du produit ;

Attendu que l'animateur, lors de sa présentation des atouts du parrain de l'émission, a déclaré : « nous sommes venus vers vous aujourd'hui avec le produit « Head and Shoulders » qui a fait ses preuves et dont tout le monde parle, car il reste le shampoing n° 1 au monde contre les pellicules. Il existe en grand et petit volume, avec une nouveauté consistant en petits sachets faciles à utiliser et à manipuler et peuvent être utilisés jusqu'à trois fois aussi bien par les hommes que par les femmes. Le prix de ces sachets ne dépasse pas 50 centimes » ;

Attendu qu'en date du 25 février 2010, l'animateur de l'émission « Ain âla assouk », diffusée par le service radiophonique « MFM Atlas », a déclaré au début et à la fin de ladite émission parrainée par le même produit commercial : « cette émission vous est présentée avec la contribution de « Head and Shoulders », shampoing n° 1 au monde contre les pellicules » ;

Que l'animateur a déclaré lors de la même émission du 25 février 2010 : « le shampoing « Head and Shoulders » sert à laver les cheveux, bien entendu/ - Head and shoulders - shampoing pour hommes et femmes/ - Head and Shoulders -, shampoing contre les pellicules / - Head and Shoulders-, shampoing contre toutes les formes de pellicules / l'utilisation de - Head and Shoulders - deux fois par semaine fortifie les cheveux et élimine définitivement les pellicules » ;

Attendu que l'animateur de l'émission « Yaoumiyate assouk », diffusée par le service radiophonique « MFM SAISS », en date du 23 février 2010, a déclaré au début et à la fin de l'émission : « cette émission vous est présentée avec la contribution de - Head and Shoulders -, shampoing n° 1 au monde contre les pellicules » ;

Que l'animateur de la même émission, a déclaré : « nous sommes arrivés, dans le cadre de notre émission, au point concernant la présentation des avantages du shampoing - Head and Shoulders -, shampoing n° 1 au monde contre les pellicules, et qu'en parlant de pellicules, nous en avons déjà précisé les causes qui sont multiples ... et la non utilisation de certaines marques de shampoings qui aident à l'élimination des pellicules, dont - Head and Shoulders -, naturellement ... et qu'il y a d'autres cas nécessitant seulement que la personne choisisse le shampoing indiqué et qui est aussi - Head and Shoulders - considérés parmi les plus efficaces et les plus importants des shampoings contre les pellicules » ;

Attendu que l'animateur de l'émission « Ain âla assouk », diffusée par le service radiophonique « Casa FM », lors de ses éditions des 7 et 14 janvier 2010, parrainées par un produit commercial, avait fait état des avantages de ce dernier en déclarant : « Ce produit, désormais connu des auditeurs et qui est « FAIRY », une seule bouteille a suffi pour nettoyer 8250 assiettes ... qu'il a été prouvé qu'une seule bouteille nettoie 6000 ustensiles, voire maintenant 12000 ». Il a également recommandé aux femmes l'utilisation du produit parrain pour éviter des désagréments et les inconvénients des autres produits ;

Attendu que l'article 19.1 du cahier des charges de la société « MFM Radio.TV » stipule que : « La référence au parrain ne doit, en aucun cas, s'accompagner de citations de nature argumentaire ou promotionnelle... », dispositions qui n'ont pas été respectées par l'opérateur lorsqu'il a déclaré que le shampoing « Head and Shoulders », produit du parrain, est « le numéro 1 au monde contre les pellicules », sachant que la qualification du produit de « numéro 1 » qui revêt un caractère général et absolu, est de nature à induire en erreur, et qu'il échoit à l'opérateur d'éviter l'utilisation de telles expressions lors de la présentation du parrain, notamment lorsqu'il s'avère difficile d'en vérifier la véracité par des moyens objectifs et scientifiques ;

Attendu que l'article 19.1 du cahier des charges de la société « MFM Radio.TV » stipule d'une part que : « Le contenu et la programmation des émissions parrainées ne doivent pas être influencés par le parrain dans des conditions susceptibles de porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale du service », et d'autre part qu'« Elles ne doivent pas inciter à l'achat ou à la location des produits ou services du parrain ou d'un tiers », dispositions que l'opérateur n'a pas respecté en ce sens que les présentateurs de toutes les émissions sus indiquées incitent les auditeurs à l'utilisation des produits de leurs parrains respectifs ;

Attendu que l'article 19.2 du cahier des charges de la société « MFM Radio.TV » stipule que : « 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 », dispositions que l'Opérateur n'a pas respecté étant donné que le nom du parrain a été évoqué de manière ostentatoire tout au long des émissions parrainées ;

Attendu que l'article 20.1 du cahier des charges de la société « MFM Radio.TV » 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), 66, 67 et 68 de la loi 77-03 », dispositions que l'opérateur n'a pas respecté dans la mesure où il a présenté, au sein d'un programme non publicitaire, les noms de produits dans un objectif d'en faire la publicité, pouvant ainsi induire les auditeurs en erreur sur la nature de l'offre ;

Attendu que l'article 20.1 du cahier des charges de la société « MFM Radio.TV » dispose également que : « ... En vue d'assurer la séparation entre le contenu éditorial et le contenu commercial, l'opérateur garantit l'indépendance des contenus de ses émissions vis-à-vis des annonceurs », dispositions que l'opérateur n'a pas respecté dans la mesure où la confusion entre le contenu éditorial et le contenu commercial est totale et avérée ;

Attendu que l'article 34.1 du cahier des charges relatif aux sanctions pécuniaires permet au Conseil supérieur de la communication audiovisuelle de décider, à l'encontre de l'opérateur, une sanction pécuniaire dont le montant est arrêté en fonction de la gravité des manquements relevés,

PAR CES MOTIFS :

1) Déclare que l'opérateur a enfreint les dispositions légales et a manqué à ses obligations afférentes au parrainage et à la publicité ;

2) Décide d'appliquer une sanction pécuniaire d'un montant de cent vingt mille dirhams (120.000 DH) à l'encontre de la société « MFM Radio.TV », dont le règlement doit intervenir dans un délai de trente (30) jours à compter de la date de notification de la présente décision à la société « MFM Radio.TV » ;

3) Ordonne la notification de la présente décision à la société « MFM Radio.TV » et sa publication au *Bulletin officiel*.

Délibérée par le Conseil supérieur de la communication audiovisuelle, lors de sa séance du 1^{er} rabii II 1431 (17 mars 2010), tenue au siège de la Haute autorité de la communication audiovisuelle à Rabat, où siégeaient M. Ahmed Ghazali, président, Mme Naïma El Mcherqui et MM. Salah-Eddine El Oudie, Ilyas El Omari, Mohammed Affaya, El Hassan Bouqentar et Abdelmounïm 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° 5846 du 26 jourmada II 1431 (10 juin 2010).

Décision du CSCA n° 18-10 du 15 rabii II 1431 (31 mars 2010) portant modification de la décision du CSCA n° 37-08 du 16 ramadan 1429 (17 septembre 2008) portant approbation de cession de l'autorisation de commercialisation du bouquet « Al Awael/Arabesque » à la société « Digital Platform Maroc ».

LE CONSEIL SUPERIEUR DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE.

Vu le dahir n° 1-02-212 du 22 jourmada II 1423 (31 août 2002) portant création de la Haute autorité de la communication audiovisuelle, tel que complété et modifié et notamment ses articles 3.9°, 11 et 12 ;

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 14, 33, 34, 35 et 36 ;

Vu la décision de la Haute autorité en date du 29 juillet 2005, fixant la procédure de traitement des demandes d'autorisation, en application des dispositions de l'article 33 de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle ;

Vu la décision du Conseil supérieur de la communication audiovisuelle n° 37-08 du 16 ramadan 1429 (17 septembre 2008) portant approbation de cession de l'autorisation de commercialisation du bouquet « Al Awael/Arabesque » en faveur de la société « Digital Platform Maroc » ;

Vu la demande d'autorisation, en date du 09 mars 2010, de la société « Digital Platform Maroc » pour inclure les chaînes télévisuelles citées en annexe dans le service à accès conditionnel « Al Awael/Arabesque » qu'elle commercialise ;

Vu le dossier d'instruction de la demande établi par la Direction générale de la communication audiovisuelle,

DECIDE :

1) D'accorder à la société « Digital Platform Maroc SARL », sise, à Casablanca – 53, rue Ali Abderrazak, quartier Racine, 20100, immatriculée au registre de commerce n° 164.497 l'autorisation d'inclure les chaînes télévisuelles citées en annexe dans le service à accès conditionnel « Al Awael/Arabesque » qu'elle commercialise ;

2) De modifier, en conséquence, l'annexe I de la décision du Conseil supérieur de la communication audiovisuelle n° 37-08 du 16 ramadan 1429 (17 septembre 2008) portant approbation de cession de l'autorisation de commercialisation du bouquet « Al Awael/Arabesque » en faveur de la société « Digital Platform Maroc » ;

3) De notifier la présente décision à la société « Digital Platform Maroc » et de la publier au *Bulletin officiel*.

Délibérée par le Conseil supérieur de la communication audiovisuelle, lors de sa séance du 15 rabii II 1431 (31 mars 2010), tenue au siège de la Haute autorité de la communication audiovisuelle à Rabat, où siégeaient M. Ahmed Ghazali, président, Mme Naïma El Mcherqui, MM. Salah Eddine El Oudie, Ilyas El Omari, El Hassan Bouqentar et Abdelmounïm Kamal, conseillers.

*Pour le Conseil supérieur
de la communication audiovisuelle,*

Le président,

AHMED GHAZALI.

*

* *

Annexe

**Liste des chaînes commercialisées
dans le cadre du service « Al Awael/Arabesque »**

- ART Films 1 ;
- ART Films 2 ;
- ART Films 3 ;
- ART Films 4 ;
- ART Films 5 ;
- ART Feuilletons ;
- ART Drama ;
- Hekayat Kaman ;
- ART Sport 1 ;
- ART Sport 2 ;
- ART Sport 3 ;
- ART Sport 4 ;
- ART Sport 5 ;
- ART Sport 6 ;
- ART Prime Sport ;
- Show Time Maghreb ;
- Escales ;
- Mangas ;
- Toute l'histoire ;
- Animaux ;