

PAR CES MOTIFS :

1- déclare que la société « MEDI 1 SAT » a enfreint les dispositions de son cahier de charges en ce qui concerne les obligations relatives à la couverture des procédures judiciaires et à la présomption d'innocence ;

2- décide, en conséquence, d'adresser un avertissement à la société « MEDI 1 SAT » ;

3- ordonne la notification de la présente décision à la société « MEDI 1 SAT » et sa publication au *Bulletin Officiel*.

Délibérée par le Conseil supérieur de la communication audiovisuelle - CSCA - lors de sa séance du 3 reheb 1434 (13 mai 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 Alatiassi et Khadija El Gour, Membres.

*Pour le Conseil supérieur
de la communication audiovisuelle,*

La présidente,

AMINA LEMRINI ELOUAHABI.

**Décision du CSCA n° 17-13 du 25 reheb 1434 (4 juin 2013)
relative à l'émission le « Grand morning de l'info »
diffusée par « Eco médias » sur le service
radiophonique « RADIO ATLANTIC ».**

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 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 kaada 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 » diffusée sur « RADIO ATLANTIC » ;

Et 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 » diffusée 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 paellas géantes, ses déguisements, ses cadeaux !... » ;

Attendu que l'article 2 alinéa 4 de la loi n° 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 en 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 rejev 1434 (4 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.

**Décision du CSCA n° 18-13 du 2 chaabane 1434 (11 juin 2013)
concernant le non respect des obligations relatives aux
messages publicitaires par la société « MEDI 1 SAT ».**

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 modifié et complété, notamment son article 3 (alinéa 8, 11, 15 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 son préambule et ses articles 2, 46 (dernier paragraphe), 48, 49, 63 et 66 ;

Vu le cahier des charges de la société « MEDI 1 SAT » notamment, son article 21 (alinéa 1) ;

Après avoir pris connaissance des documents relatifs à l'instruction effectuée par la direction générale de la communication audiovisuelle concernant l'édition du soir du journal d'information du 22 février 2013 diffusé sur le service télévisuel édité par la société « MEDI 1 SAT » ;

Et après en avoir délibéré :

Attendu que, dans le cadre des missions de suivi régulier des programmes diffusés par les services audiovisuels, La Haute autorité de la communication audiovisuelle a relevé des observations concernant l'édition du soir du journal d'information du 22 février 2013 diffusé sur le service télévisuel édité par la société « MEDI 1 SAT » ;

Attendu que, l'édition du soir du journal d'information du 22 février 2013 comprenait une rubrique dédiée à la présentation des services de la société « MEDITEL » et ce, en utilisant les termes :

بالإضافة إلى سهولة استعمالها وإلى كونها تسمح ببيع الوقت وتجنب التنقلات، تعد "ميديتيل كاش" خدمة مؤمنة بفضل رقم سري يوضع رهن إشارة الزبائن يحمي المعاملات من جميع المخاطر. يتطلب الانخراط في هذه الخدمة أن يكون الشخص زبون لشركة ميديتيل وأن يزور أقرب وكالة معتمدة لدى "ميديتيل كاش" مصحوبا بالبطاقة الوطنية لتشغيل حساب "ميديتيل كاش" في الحين وبشكل مجاني... »

« En plus de la facilité d'utilisation et du gain de temps, tout en évitant les déplacements, « MEDITEL CASH » est un service sécurisé par un code secret mis à la disposition des clients pour protéger la transaction de tous les dangers. L'abonnement à ce service nécessite que la personne soit un client de la société Méditel et qu'il s'adresse au point de vente agréé « MEDITEL CASH » accompagné de la CIN pour l'activation du compte « MEDITEL CASH » gratuitement... » ;

Attendu que, l'article 66 de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle dispose que « Les journaux parlés et les journaux télévisés, les émissions et les magazines d'information ou autres genres se rapportant à l'exercice de droits politiques ne peuvent comporter de la publicité ni être parrainés. Ils doivent être exempts de publi-reportage » ;

Attendu que, l'article 21.2 du cahier des charges de l'opérateur dispose que « Les journaux, les émissions et les magazines d'information et les émissions consacrées, partiellement ou totalement, à l'actualité politique ou se rapportant à l'exercice de droits politiques ne peuvent être parrainés, et doivent être exempts de publi-reportage » ;

Attendu que, les propos utilisés durant le journal d'information en vue d'informer le public sur le service présenté par la société « Méditel » constituent un discours de portée publicitaire, constitutif d'un non respect par l'opérateur de ses obligations relatives aux messages publicitaires ;

Attendu que, la Haute autorité de la communication audiovisuelle a adressé, en date du 22 mai 2013, une demande d'explications à l'opérateur en ce qui concerne l'édition du soir du journal d'information du 22 février 2013 ;

Attendu que, la Haute autorité de la communication audiovisuelle a reçu, en date du 4 juin 2013, les explications de l'opérateur relativement aux discours utilisés pour informer sur le service présenté par la société « Méditel », sans pour autant, que celles-ci justifient ce qui a été relevé comme observations quant au non respect des obligations relatives aux messages publicitaires ;

Attendu que, sur la base de ce qui précède, la rubrique dédiée à la présentation du service de la société « Méditel » dépasse le caractère informatif pour s'inscrire dans la catégorie des messages à portée publicitaire ;

Attendu, qu'en conséquence, il se doit de prendre les mesures appropriées à l'encontre de l'opérateur eu égard à ce qui précède,

PAR CES MOTIFS :

1. déclare que la société « MEDI 1 SAT » a enfreint les dispositions de son cahier de charges en ce qui concerne les obligations relatives aux messages publicitaires ;

2. décide, en conséquence, d'adresser un avertissement à la société « MEDI 1 SAT » ;