

**Décision du CSCA n° 55-15 du 25 kaada 1436 (10 septembre 2015)
relative au non respect des dispositions relatives à la
publicité de la part de la « SOCIETE PRIVEE DE
COMMUNICATION ET DE LOISIRS ».**

LE CONSEIL SUPÉRIEUR 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 ses articles 3 (alinéa 8, 11 et 16) 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
son article 2 alinéa 2 ;

Vu le cahier des charges de la « Société Privée de
Communication et de Loisirs », notamment ses articles 20.1
et 34.2 ;

Après avoir pris connaissance des documents relatifs
à l'instruction effectuée par la direction générale de
la communication audiovisuelle au sujet des journaux
d'informations du 11 et du 16 mars 2015 diffusés par le service
radiophonique « MEDINA FM » ;

APRÈS EN AVOIR DÉLIBÉRÉ :

Après avoir pris connaissance des documents relatifs
à l'instruction effectuée par la Direction Générale de la
communication audiovisuelle au sujet des éditions du 1^{er}
et 15 mars 2015 de l'émission « JAWLATE MEDINA FM FI
AL ASSWAKE AL MAGHRIBIYA » diffusée sur le service
radiophonique « MEDINA FM » ;

Après en avoir délibéré :

Attendu que, dans le cadre des missions de suivi
régulier des programmes des services audiovisuels, la Haute
Autorité de la communication audiovisuelle a relevé des
observations concernant les éditions du 1^{er} et 15 mars 2015
de l'émission « JAWLATE MEDINA FM FI AL ASSWAKE
AL MAGHRIBIYA » diffusée sur le service radiophonique
« MEDINA FM » qui ont contenu des termes tels que :

«السؤال ديالكم حول المنتوجات التسويقية ديال التعااضدية
الفلاحية المغربية للتأمين، تايدفعنا للقول أن «لامامدا»، باعتبارو
الشريك الرئيسي للفلاح في المغرب، عطانا واحد المسؤولية ملقاة على
عاتقنا من أجل توفير الفلاح واحد المجموعة من المنتوجات اللي يمكن
تماشي مع التطلعات الأساسية ديالو، من أجل مواجهة الإكراهات
اللي تاعيشها الفلاح على طول الموسم الفلاحي...» وهاذ «لامامدا»
أنا تانقطع معاها هادي خمس سنوات، اللاي عمرها دار، الناس
تايتقبلونا، الناس تايتعاملو معنا. خاص غير الفلاحة يمشيو يسوريو
راسهم يسوريولفلاحة ديالهم. ناس الله يكثر خيرهم، ناس في المستوى» ;

Attendu que l'article 2 de la loi n° 77-03 relative à la
communication audiovisuelle définit la publicité comme il
suit :

« – une publicité : toute forme de message radiodiffusé
ou télévisé, notamment par des images, des dessins ou
formes, des discours écrits ou verbaux, diffusé contre

rémunération ou autre contrepartie, destinée à informer le public ou à attirer son attention en vue, soit de promouvoir la fourniture de biens ou services, y compris ceux qui sont présentés sous leur appellation générique, dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou agricole ou de profession libérale, soit d'assurer la promotion commerciale d'une entreprise publique ou privée ;

- une publicité clandestine : la présentation verbale ou visuelle, de manière explicite ou implicite, de marchandises, de services, du nom, de la marque ou des activités d'un producteur de marchandises ou d'un prestataire de services dans des programmes, lorsque cette présentation est faite de façon intentionnelle par l'opérateur de communication audiovisuelle dans un but publicitaire non explicite et risque d'induire le public en erreur sur la nature d'une telle présentation. Une présentation est considérée comme intentionnelle notamment lorsqu'elle est faite contre rémunération ou toute autre forme de paiement » ;

Attendu que l'édition ayant compris des termes tels que ceux précités, a donc présenté de façon intentionnelle des services fournis par une entité commerciale déterminée ;

Attendu que, il ressort du contexte général de l'émission et de la nature des questions posées par le présentateur qu'elle a encouragé le représentant de la société « MAMDA » à parler des types d'assurances agricoles, de leurs avantages et à inviter les agriculteurs à souscrire aux assurances annoncées et ce, en plus de la présentation élogieuse de la société « MAMDA » par l'animatrice de l'émission en utilisant des termes tels que : « ترافق الفلاح في مسيرته التنموية وتتعيش معاه أصعب اللحظات », ce qui démontre l'intention délibérée de présenter lesdites informations ;

Attendu que, eu égard à la nature des informations présentées, le contenu de l'émission est considéré comme destiné à informer le public et à attirer son attention sur les services d'une entreprise, et sur la promotion commerciale à celle-ci, et remplit donc les conditions du but publicitaire non explicite visé à l'article 2 alinéa 2 précité ;

Attendu que les termes cités lors de l'édition en question réunissent l'ensemble des éléments constitutifs de la publicité clandestine et la font tomber, de ce fait, sous le coup de l'interdiction édictée par l'article 20.1° du cahier des charges qui 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 n° 77-03 » ;

Attendu que le Conseil Supérieur de la communication audiovisuelle a décidé, lors de sa réunion du 25 juin 2015, d'adresser une demande d'explications à l'opérateur eu égard aux observations enregistrées ;

Attendu que la Haute Autorité de la communication audiovisuelle a reçu, en date du 24 juillet 2015, une lettre de la « Société Privée de Communication et de Loisirs » par laquelle elle expose un ensemble de données relativement aux observations enregistrées ;

Attendu que l'article 34.2 du cahier des charges dispose que : « En cas de manquement à une ou plusieurs dispositions ou prescriptions applicables au Service ou à l'Opérateur, et sans préjudice des pénalités pécuniaires visées ci-dessus, la

Haute Autorité peut, hormis ses décisions de mise en demeure, prononcer à l'encontre de l'Opérateur, compte tenu de la gravité du manquement, l'une des pénalités suivantes :

- l'avertissement ;
- la suspension de la diffusion du service ou d'une partie du programme pendant un mois au plus (...) » ;

Attendu que, en conséquence, il se doit de prendre les mesures appropriées à l'encontre de l'opérateur « Société Privée de Communication et de Loisirs ».

PAR CES MOTIFS :

1. Déclare que la « Société Privée de Communication et de Loisirs » a enfreint les dispositions relatives à la publicité ;
2. Décide d'adresser un avertissement à la « Société Privée de Communication et de Loisirs » ;
3. Ordonne la notification de la présente décision à la « Société Privée de Communication et de Loisirs », ainsi que sa publication au *Bulletin officiel*.

Délibérée par le Conseil supérieur de la communication audiovisuelle - CSCA - lors de sa séance du 25 kaada 1436 (10 septembre 2015), tenue au siège de la Haute Autorité de la communication audiovisuelle à Rabat, où siégeaient Madame Amina Lemrini Elouahabi, Présidente, Madame et Messieurs Mohamed Abderahim, Mohamed Gallaoui, Bouchaib Ouabbi et Khadija El Gour, Membres.

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

AMINA LEMRINI ELOUAHABI.

Le texte en langue arabe a été publié dans l'édition générale du « Bulletin officiel » n° 6426 bis du 20 rabii I 1437 (1^{er} janvier 2016).