

DECISION DU CSCA N° 01-18
DU 05 JOUMADA I 1439 (23 JANVIER 2018)
RELATIVE A L'EMISSION « Le Morning de Momo »
DIFFUSEE PAR LA SOCIETE « HIT RADIO MAROC »

Le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle,

Vu la loi n° 11-15 portant réorganisation de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle, notamment ses articles 3 (alinéa 1) et 4 (alinéa 8 et 9) ;

Vu la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle, telle que modifiée et complétée, notamment son article 2 (alinéa 2) ;

Vu le cahier des charges de la Société « Hit Radio Maroc », 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 concernant l'édition du 13 octobre 2017 de l'émission « Le Morning de Momo » ;

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 un ensemble d'observations concernant l'édition du 13 octobre 2017 de l'émission « Le Morning de Momo » qui a contenu des termes tels que : *« (...) Parce que j'ai besoin de courir, et pour courir il faut de bonnes espadrilles. Et je ne trouverai pas mieux que les espadrilles de NIKE. (...) »* ;

Attendu que l'article 2 de la loi 77-03 relative à la communication audiovisuelle telle que modifiée et complétée dispose que :

« Pour application des dispositions de la présente loi, constitue :

- 1- 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 (...);*

2- *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, sans préjudice du principe de la liberté de la communication audiovisuelle, ainsi que du droit de tout opérateur de concevoir librement ses programmes et de choisir les modalités de leur diffusion conformément aux dispositions légales et réglementaires en vigueur, le contenu audiovisuel précité a présenté le nom d'une entreprise et de sa marque de manière claire, et ce dans un contexte qui a associé le lieu de la diffusion (point de vente NIKE) et la nature spécifique de certaines séquences du programme qui avaient pour conséquence d'attirer l'attention des auditeurs d'une manière ou d'une autre sur des produits de l'entité commerciale, ce qui fait que l'émission a contenu, un contenu susceptible, d'attirer l'attention d'au moins une partie du public et de l'induire en erreur sur la nature d'une telle présentation ;

Attendu que les termes contenus dans l'édition précitée réunissent donc l'ensemble des éléments constitutifs de la publicité clandestine et s'inscrivent, de ce fait, sous 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 77- 03 précitée (...)* » ;

Attendu que, le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a décidé, lors de sa plénière du 21 décembre 2017, d'adresser une demande d'explications à l'opérateur « Hit Radio Maroc » eu égard aux différentes observations enregistrées ;

Attendu que, le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a reçu en date du 10 janvier 2018 une lettre de la société « Hit Radio Maroc » 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 s'impose de prendre les mesures appropriées à l'encontre de la société « Hit Radio Maroc » ;

PAR CES MOTIFS :

1. Déclare que la société « Hit Radio Maroc » a enfreint les dispositions légales et réglementaires en vigueur, relatives à la communication publicitaire, notamment celles relatives à la publicité clandestine ;
2. Décide, au regard de la réponse de l'opérateur, d'adresser un avertissement à la société « Hit Radio Maroc » ;
3. Ordonne la notification de la présente décision à la société « Hit Radio Maroc » et sa publication au Bulletin Officiel.

Délibéré par le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle lors de sa séance du 05 jourmada I 1439 (23 janvier 2018), tenue au siège de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle à Rabat,

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

**La Présidente
Amina Lemrini Elouahabi**