

**Décision du CSCA n°29-25
du 10 kaada 1446 (08 mai 2025)
Relative à l'émission "لالة مولاتي"
diffusée par le service radiophonique « Med Radio »
édité par la Société Audiovisuelle Internationale**

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 premier), 4 (alinéas 8 et 9) ;

Vu la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle, telle que modifiée et complétée, notamment ses articles 2 (alinéas premier, 2 et 4) et 3 ;

Vu le Cahier des Charges de la Société Audiovisuelle Internationale notamment ses articles 22.1, 22.2, 23, 24 et 33 ;

Après avoir pris connaissance du rapport d'instruction établi par la Direction Générale de la Communication Audiovisuelle au sujet de l'édition du 03 mars 2025 de l'émission "لالة مولاتي" diffusée par le service radiophonique « Med Radio » édité par la société audiovisuelle internationale ;

Après en avoir délibéré :

Attendu que la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle a relevé, dans le cadre du suivi régulier des émissions audiovisuelles, que le service radiophonique « Med Radio », a diffusé lors de l'édition du 3 mars 2025 de l'émission "لالة مولاتي", un ensemble de jeux-concours ayant comporté de manière récurrente des références certaines offres commerciales des parrains de cette émission et ce, par l'utilisation de propos tels que :

- *Concours Chhiwat ramadan avec « Al Itkane »*
- **Présentatrice de la séquence :**

"(...) أكيد كل المستمعات شنو وجدتنو على طبلة الفطور الرمضانية بكل أنواع الدقيق الإتقان، صيفطو لنا الشكل النهائي مرفوق بشنو النوع ديال دقيق الإتقان اللي استعملتوه واش السמיד الرقيق واش الفينو واش القمح الكامل الشعير ولا الدقيق الأبيض ديال الإتقان (...)"

➤ *Concours Chhiwat ramadan avec « Damti »*

- **Participante :**

"(...) الحشوة ديانا اللي كاتجي رائعة مع داك الحبة ديال ضامتي ديال البكري حيث استعملت الكفتة ديال البكري (...)"؛

- **Présentatrice du concours :**

"(...) والسيدات يعني يديرو الحشوة اللي بغاو، وكاتبني بضامتي ديال البكري الله يعطيك الصحة (...)"

➤ *Concours Ramadan léger et malin avec Marjane*

- **Mention d'offres et de réductions spéciales pour le mois de Ramadan :**

"(...) إذن مستمعينا أكيد على أنه تقضية رمضان تخفاف مع مرجان من خلال التخفيضات والعروض المميزة اللي كتقدم ليكم "مرجان" واللي هي خاصة بشهر رمضان الكريم ... وأكيد مسابقة مميزة جدا اللي كاتخليكوم تفوزوا ب 1000 درهم كاتزاد فبطاقتكم "مرجان" ... من خلال تطبيق مارجيو l'application فالهواتف دياكوم مباشرة ديال مرجان أولا دخلوا www.marjane.ma يوميا مستمعينا (...)"؛

- (...) "هاد رمضان أنتبرعو، هاد رمضان أنقتاصدو، هاد رمضان أنتبرعو، بغيتي كل ما تشهى وتقتاصد سير لمرجان قاصد" (...). " « marjane j'y vais j'y gagne! » ؛

- **Invitation des participantes à profiter des réductions :**

"(...) تاتكون عروض كاتغير كايكونو تخفيضات كاتغيرو... فالأيام العشرة ديال رمضان كايكونو تخفيضات مختلفين كذلك فالوسط ديال رمضان وأكيد مع اقتراب عيد الفطر كايكونو تخفيضات أخرى مميزة (...)" .

➤ *Concours je cuisine ou je ne cuisine pas avec Lesieur*

- **Présentatrice du concours :**

- (...) " آرا ما تفننو فالشهوات الرمضانية وتعطيو كل لقمة قيمة، تعطيوها قيمة مع زيت لوسبور". (...)"؛

- (...) "آييه تبارك عليك طويجين على حقو وطريقو بالدجاج أو بالبطاطا الفريت اللي مقلمية فزيت لوسبور (...)"

➤ *Concours chhiwate ramadan avec Or blanc*

- (...) "دخلتو للوليدات هو أصلا داك الجبن زوين في المذاق ديالو مع داك **Les choux** ماكايكلوهومش ما بانش ليهم...مزيان دخلتي إييه دابا نتى عطيتيهم ديك البنة والتعليكة ديال "Or blanc" أو فنفس الوقت داك الكرومب les choux ممتاز . (...)"؛

- (...) "كانزيد معاها ديك الساشيا كاملة ديال الجبن المبشور.. ديال "Or blanc" عرفتي كايعطيها تاهو واحد التعليكة وكايعطيها واحد المذاق زوين . (...)"

➤ *Concours conseils electroplanet*

- *Mention de certaines offres :*

- (...) "واستافدوا من العروض المميزة اللي كاينة فالعجانة اللي زوين هو أنو الأجهزة الكهربائية مع **Electroplanet** بما فيهوم العجانة اللي تكلمنا عليها اليوم فكايين عروض وأثمنة مميزة كاتناسب كل Les budgets اللي عندك، يعني عندك 700 درهم غادي تاخدي عجانة، عندك 800 درهم، عندك 1000 درهم ونتي عادة . (...)"؛

- (...) "عروض رمضان رجعات مع **Electroplanet**، عصارة رائعة غير ب 299 درهم (...)"؛

Attendu que la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle a adressé un courrier à la société audiovisuelle internationale, en date du 04 avril 2025, au sujet des observations précitées ;

Attendu que la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle a reçu, en date du 17 avril 2025, une réponse de la société audiovisuelle internationale exposant un ensemble d'éléments au sujet des observations enregistrées ;

Attendu que l'article 2 de la loi n°77.03 relative à la communication audiovisuelle telle que modifiée et complétée dispose que **la publicité** est :

« 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. » ;

Attendu que l'article 2 de la loi n°77.03 relative à la communication audiovisuelle, telle que modifiée et complétée dispose que la **publicité clandestine** est :

« 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'article 2 de la loi n°77.03 relative à la communication audiovisuelle, telle que modifiée et complétée dispose que le **parrainage** est : *« 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 22.1 du cahier des charges de la société audiovisuelle internationale dispose que :

*« Les séquences publicitaires, comportant un ou plusieurs messages publicitaires, doivent être aisément identifiables comme telles et **nettement séparées** du reste des émissions, par des signaux audios spéciaux distinctifs appelés « Générique » spécifiques à la publicité d'une durée minimale de deux (02) secondes, reconnaissables à leurs caractéristiques acoustiques avant comme après leur diffusion. Lesdits génériques ne doivent pas comporter de publicité, ni permettre l'identification d'un quelconque annonceur. L'Opérateur est autorisé à diffuser des séquences publicitaires, comportant chacune un ou plusieurs messages publicitaires, dans la limite de 18 minutes par heure. (...) » ;*

Attendu que l'article 22.1 du cahier des charges impose des conditions et des règles spécifiques pour l'insertion des messages publicitaires, lesquelles doivent :

- être facilement identifiables et **nettement séparées** des autres programmes par des signaux sonores spécifiques (*générique*) distinctifs de la publicité, d'une durée d'au moins deux secondes avant et après la diffusion du message publicitaire ;
- ne pas dépasser une durée de 18 minutes de diffusion de messages publicitaires par heure.

Attendu que l'article 23 du cahier des charges du service radiophonique « Med Radio » 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 la citation ou la présentation du nom du parrain, sa dénomination, son secteur d'activité, ses produits ou ses marques commerciales ou les indicatifs sonores (...). En dehors de sa présence dans les génériques de début et/ou à la fin de l'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. Elles ne doivent pas inciter à l'achat ou à la location des produits ou services du parrain ou d'un tiers. » ;

Attendu que l'article 23 du cahier des charges définit un ensemble d'éléments relatifs à la mention du parrain :

- l'obligation de mentionner le parrain au début et/ou à la fin du programme ;
- la mention explicite du parrain à travers la citation ou l'affichage de son nom, de sa dénomination commerciale, de son secteur d'activité, de ses produits ou de ses marques, y compris l'identifiant sonore qui lui est habituellement associé ;
- l'interdiction de mentionner le parrain pendant le programme ou dans le cadre des messages publicitaires, sauf si cette mention ne comporte aucune incitation à la consommation ni aucun message de nature justificative ou promotionnelle.

Attendu que l'article 24 du service radiophonique « Med Radio » dispose que :
 « *L'Opérateur s'engage à **garantir son indépendance éditoriale** à l'égard des tiers, **notamment les groupements économiques, en particulier les parrains et les annonceurs**, en leur refusant toute intervention dans les contenus et la programmation qu'il diffuse sur le Service. Le montant des recettes provenant d'un même annonceur, de manière directe ou indirecte, quel que soit le nombre de ses produits ou services, ne peut excéder 30% du chiffre d'affaires publicitaire net annuel de l'opérateur. Toute référence à une norme ou signe distinctif identifiant la qualité doit porter l'homologation des autorités publiques ou des organisations professionnelles dûment habilitées à cet effet, conformément à la législation et la réglementation en vigueur.* » ;

Attendu que l'article 24 du cahier des charges impose un ensemble d'obligations relatives à la publicité et au parrainage, notamment :

- Le titulaire de la licence est tenu **de garantir son indépendance éditoriale vis-à-vis de toutes les parties, en particulier les groupes économiques, en particulier les annonceurs et les parrains** ;
- **Il est interdit de permettre aux annonceurs et aux parrains d'intervenir dans le contenu et la programmation des émissions diffusées sur son service** ;
- Les revenus perçus auprès d'un même annonceur ne doivent pas dépasser 30 % du chiffre d'affaires publicitaire annuel net de l'opérateur.

Attendu que le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a considéré que les contenus médiatiques précités n'étaient pas précédés de signaux sonores spécifiques (*générique*) distinctifs de la publicité, permettant de séparer clairement le contenu des concours dans leur ensemble, des éléments à caractère publicitaire destinés à être promus, ce qui constitue un manquement du service radiophonique « Med Radio » **à ses obligations relatives aux conditions d'insertion des messages publicitaires.**

Considérant également que le Conseil Supérieur a estimé que les expressions mentionnées ci-dessus comportaient la mention de noms, de marques commerciales liées aux parrains des concours, **de manière claire, répétée et en dehors du cadre spécifiquement prévu pour la présentation de ceux-ci** ; ces mêmes mentions étant associées à des formulations à **caractère élogieux et promotionnel**, visant à attirer l'attention du public ou, du moins, une partie de celui-ci et ce, sans distinction suffisante aucune entre le contenu éditorial des programmes et le contenu commercial, **constituant de ce fait, l'ensemble des caractéristiques d'une publicité clandestine** ;

Attendu que le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle a estimé que le contenu diffusé était susceptible de :

- Induire le public en erreur quant à la nature du contenu médiatique présenté puisqu'il expose les auditeurs à des messages à visée publicitaire non signalés comme tels et non séparés du contenu éditorial ;
- Affecter la liberté de choix du public entre un contenu éditorial et un contenu publicitaire ; une liberté qui suppose notamment une identification claire et préalable de la nature du contenu."

Attendu que l'article 33 du cahier des charges de la société audiovisuelle internationale dispose que : « *En cas de manquement à une ou plusieurs dispositions ou prescriptions applicables au Service ou à l'Opérateur, et sans préjudice des sanctions pécuniaires visées ci-dessus, le Conseil Supérieur peut prononcer à l'encontre de l'Opérateur, compte tenu de la gravité du manquement, l'une des pénalités suivantes : L'avertissement ; Le blâme; La suspension de la diffusion du Service ou d'une partie du programme du service pendant un mois au plus ; (...)* » ;

Attendu que, en conséquence, il s'impose de prendre les mesures appropriées à l'encontre de la société audiovisuelle internationale.

PAR CES MOTIFS :

1. Déclare que la société audiovisuelle internationale éditrice du service radiophonique « Med Radio » n'a pas respecté les conditions d'insertion de la publicité et du parrainage ;
2. Décide d'adresser un avertissement à la société audiovisuelle internationale ;
3. Décide de notifier la présente décision à la société audiovisuelle internationale et sa publication au Bulletin Officiel ;

Délibérée par le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle - CSCA - lors de sa séance du 10 kaada 1446 (08 mai 2025), tenue au siège de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle à Rabat, où siégeaient Madame Latifa Akharbach, Présidente, Mesdames et Messieurs Narjis Rerhaye, Jaafar Kansoussi, Ali Bakkali Hassani, Yassir Ghorbal, Fatima Baroudi, Mohamed Laroussi, Abdellatif Aadil et Adil Benhamza, Membres.

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

**La Présidente
Latifa Akharbach**