

**DECISION DU CSCA N°40-11
DU 17 RAMADAN 1432 (18 AOUT 2011)
ORDONNANT L'ARRET DE LA DIFFUSION
DU SPOT PUBLICITAIRE FAISANT LA PROMOTION
DE LA CREME ECLAIRCISANTE « SHIRLEY »
DIFFUSE PAR SOREAD- 2M**

Le Conseil Supérieur 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 modifié et complété, notamment ses articles 3 (alinéas 8, 11 et 15), 11 et 12 ;

Vu la loi n° 77-03 relative à la Communication Audiovisuelle, promulguée par Dahir n° 1.04.257 du 25 Kaada 1425 (7 janvier 2005), notamment ses articles 2 (paragraphe a et e de l'alinéa 3), 9 (alinéa 5) ;

Vu le cahier des charges de la société SOREAD-2M, notamment son article 35 (paragraphe 35.1 et 35.6) ;

Vu la charte déontologique d'antenne de la société SOREAD-2M, notamment, son deuxième chapitre (Paragraphe 2.1) relatif aux contenus publicitaires ;

Vu la lettre du Ministère de la Santé en date du 18 août 2011 en réponse à la demande d'avis qui lui a été adressée par le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle, en date du 15 août 2011, sur les propriétés physico-chimiques de la crème éclaircissante « SHIRLEY » ;

Vu la lettre du Centre Antipoison et de Pharmacovigilance du Maroc en date du 16 août 2011 en réponse à la demande d'avis qui lui a été adressée par le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle, en date du 15 août 2011, sur les propriétés physico-chimiques de la crème éclaircissante « SHIRLEY » ;

Après avoir pris connaissance des documents relatifs à l'instruction effectuée par les services de la Direction Générale de la Communication Audiovisuelle au sujet du spot publicitaire diffusé sur 2M, pour la promotion de la crème éclaircissante « SHIRLEY » ;

Et après avoir visionné le spot publicitaire faisant la promotion de ladite crème, en ce qu'il contient comme commentaires et allusions vantant les vertus supposées du produit et ce, en vue d'analyser sa conformité aux obligations et aux engagements de SOREAD-2M tels que prévus par la loi n°77-03 relative à la communication audiovisuelle et par son cahier de charges ;

Et après en avoir délibéré :

Attendu que, la société SOREAD-2M diffuse le spot publicitaire faisant la promotion de la crème éclaircissante « SHIRLEY », produit dont l'utilisation topique a soulevé une forte controverse suscitée par les spécialistes de la santé ;

Attendu que les éléments de réponse contenus dans les avis du Ministère de la Santé et du Centre Antipoison et de Pharmacovigilance du Maroc, à la demande du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle, sur les propriétés physico-chimiques de la crème éclaircissante « SHIRLEY », conduisent à considérer que l'utilisation de la crème objet du spot publicitaire constitue un risque élevé pour la santé des consommateurs, prouvé scientifiquement par le biais d'analyses et d'études réalisées à l'initiative des deux institutions;

Attendu que l'article 3 du Dahir n° 1.02.212 portant création de la Haute Autorité dispose que : « *Le Conseil Supérieur de la communication audiovisuelle : ... Veille au respect, par tous les pouvoirs ou organes concernés, des lois et règlements applicables à la communication audiovisuelle ; ... Contrôle le respect, par les organismes de communication audiovisuelle, du contenu des cahiers des charges et, de manière générale, le respect, par lesdits organismes, des principes et règles applicable au secteur ;...Veille au respect, par les organismes de communication audiovisuelle, de la législation et de la réglementation en vigueur en matière de publicité... » ;*

Attendu que l'article 2 (paragraphe a et e de l'alinéa 3) de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle qualifie comme publicité interdite : « *a) la publicité contenant des ... incitations à des comportements préjudiciables à la santé ... e) celle comportant des indications mensongères sur la santé ... » ;*

Attendu que l'article 9 de la loi n° 77-03 susvisée dispose que : « *sans préjudice des sanctions prévues par les textes en vigueur, les émissions et les reprises de programmes ou de parties de programmes ne doivent pas être susceptibles de : ... comporter des incitations à des comportements préjudiciables à la santé... » ;*

Attendu que l'article 35 paragraphes 35.1 et 35.6 du cahier des charges de la société SOREAD-2M dispose : « *La société s'engage à ne pas diffuser de la publicité interdite ... telles que définies aux articles 2 (alinéas 2 et 3), 67 et 68 de la loi 77.03... La Société s'interdit, également, la diffusion de toute communication publicitaire d'un produit ou d'un service nuisible à la santé des personnes » ;*

Attendu que le chapitre 2 (paragraphe 2.1) de la charte déontologique d'antenne de la société SOREAD-2M stipule que : « *la chaîne ne diffuse pas de publicité interdite telle que définie par la loi ou précisée dans le cahier des charges, et en particulier : ...une publicité comportant des indications mensongères sur la santé... » ;*

Attendu que, sur la base de ce qui précède, le spot publicitaire susvisé constitue une publicité interdite et qu'il convient, par conséquent, d'enjoindre la cessation de sa diffusion ;

PAR CES MOTIFS :

- 1) Déclare que le spot faisant la promotion de la crème éclaircissante « SHIRLEY » constitue une publicité interdite ;
- 2) Ordonne, en conséquence, à SOREAD-2M de cesser immédiatement la diffusion de ce spot publicitaire ;
- 3) Ordonne la notification de la présente décision à SOREAD-2M et sa publication au Bulletin Officiel.

Délibérée par le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle, lors de sa séance du 17 Ramadan 1432 (18 août 2011), tenue au siège de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle à Rabat, où siégeaient Monsieur Ahmed Ghazali, Président, Mesdames et Messieurs Rabha Zeidguy, Faouzi Skali, Mohamed Gallaoui, Mohamed Abderahim, Mohamed Auajjar, Bouchaib Ouabbi, Talaa Assoud Alatlassi et Khadija El Gour, Conseillers.

**Pour le Conseil Supérieur
de la Communication Audiovisuelle,
Le Président
Ahmed Ghazali**