

**DECISION DU CSCA N° 14-17  
DU 20 RAMADAN 1438 (15 JUIN 2017)  
PORTANT ADOPTION D'UNE RECOMMANDATION RELATIVE  
AUX PROGRAMMES TRAITANT DE LA SANTE DANS  
LES SERVICES AUDIOVISUELS**

*Le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle,*

Vu la Constitution, notamment ses principes relatifs aux libertés et droits fondamentaux, et ses articles 20, 21, 28, 31 et 165 ;

Vu les Chartes et Conventions internationales se rapportant au droit à la santé, ratifiées par le Maroc, notamment la Déclaration Internationale des Droits de l'Homme (article 25) et le Pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels (article 12) ;

Vu la loi n° 77-03 du 7 janvier 2005 relative à la communication audiovisuelle, telle que modifiée et complétée, notamment par la loi n° 66-16 du 25 août 2016, en particulier son préambule et ses articles 2, 3 et 9 ;

Vu la loi n° 11-15 du 25 août 2016 portant réorganisation de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle, notamment son article 3 ;

Vu la loi n°131-13 du 19 février 2015 relative à l'exercice de la médecine, notamment son article 108 ;

Considérant les dispositions des cahiers des charges des opérateurs publics relatives aux principes du service public de la communication audiovisuelle, à la déontologie et à la publicité, et vu les dispositions des cahiers des charges des opérateurs privés relatives à la déontologie et à la publicité ;

Vu les Décisions du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle relatives à la santé dans les médias audiovisuels ;

Compte tenu des travaux de la commission « Médias et Santé » ;

**Après en avoir délibéré**

Attendu que le droit à la santé ne signifie pas absence de maladie ou de handicap, mais concerne le bien-être physique, mental et psychosocial de la personne et qu'il constitue un droit fondamental consacré par la Constitution de 2011 qui garantit à tous un accès équitable aux soins ;

Conscients du rôle des services audiovisuels, d'une part, dans la promotion de la culture des droits de l'Homme en matière de santé, notamment à travers l'information, l'éducation et la sensibilisation, ainsi que dans le réajustement des comportements sanitaires à risque et dans l'orientation des citoyens et citoyennes vers des comportements et habitudes sanitaires positifs, tout en sensibilisant la société sur les

dangers des maladies et épidémies et sur les mesures préventives s'y rapportant et, d'autre part, dans la lutte contre la stigmatisation des malades et leur exclusion, particulièrement les personnes qui souffrent de troubles mentaux ou psychologiques ;

Considérant l'importance que revêtent les différents programmes traitant de la santé sous ses différentes formes, qu'il s'agisse des émissions en studio, des émissions de débat, des émissions interactives avec le public via téléphone, messages électroniques ou réseaux sociaux, ou des émissions spéciales et des documentaires traitant de la santé physique, mentale ou psychologique des personnes et de la santé de la société, pour la diffusion des connaissances relatives à la santé, la mise en garde du public contre les dangers des épidémies et des maladies, son incitation à adopter un mode de vie sain et à se débarrasser des mauvaises habitudes en vue de préserver sa santé et celle de la société ;

Considérant l'obligation de respecter le droit du citoyen à l'information en matière de santé, et compte tenu de la spécificité des programmes audiovisuels traitant de la santé, qui tout en représentant une valeur ajoutée certaine en matière de sensibilisation peuvent parfois induire le public en erreur en l'incitant à adopter des comportements pouvant porter atteinte à sa santé ;

Rappelant les Décisions du Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle (CSCA ) en rapport avec la question de la santé, notamment la Décision n°40-11 de 2011 ordonnant l'arrêt de la diffusion du spot publicitaire faisant la promotion d'un produit cosmétique, à cause d'informations erronées qu'il contenait sur la santé ; la Décision n° 11-14 en date du 16 juin 2014, ordonnant à une radio privée de cesser de prescrire des traitements durant une émission relative à la santé et d'empêcher l'usage de la qualité de médecin lorsqu'on en est pas un, et enfin la Décision n°10-17 du 13 mars 2017 portant avertissement à l'adresse d'une radio privée à cause de la diffusion d'information erronée portant atteinte à la réputation d'un médecin ;

Considérant les principaux résultats émanant des rapports élaborés par la Direction Générale de la Communication Audiovisuelle sur les programmes relatifs à la santé, notamment les émissions relatives à l'herboristerie, qui ont permis de relever leur augmentation en nombre et en volume horaire dans les grilles des programmes diffusés par les services audiovisuels publics et privés, ainsi que la diversification et la pluralité des sujets traités et qui portent à la fois sur l'herboristerie, la santé physique et mentale, l'auto-développement et la « roquia chariya » et tenant compte du caractère interactif de ces émissions, des différentes catégories d'auditeurs ciblées et de la qualité des intervenants dans l'animation et l'encadrement de ces programmes;

Considérant la nature des manquements relevés dans ces rapports, pouvant être résumé dans le fait que les émissions ne se limitent pas à présenter les informations sur la santé mais vont jusqu'à établir des diagnostics, la prescription de traitements aux auditeurs, l'outrage de la spécialité annoncée et l'incitation des auditeurs à délaisser la médecine moderne en remettant en cause son efficacité.

Compte tenu des résultats du rapport réalisé par la Direction Générale en 2016 sur les programmes traitant de la santé mentale et psychologique dans les services

audiovisuels, et qui a mis l'accent sur le rôle de ces derniers dans la sensibilisation à l'importance de la prise en charge des personnes atteintes de maladies mentales ou psychologiques et la sensibilisation de la société sur la nécessité de lutter contre la stigmatisation de ces malades et leur exclusion ;

En vue de renforcer l'encadrement des programmes traitant de la santé dans les services audiovisuels par une recommandation définissant un certain nombre de règles précisant les qualités des intervenants, les contenus des programmes et des discours publicitaires sur ce sujet et ce, dans le respect des principes de la liberté de la communication audiovisuelle, de son indépendance et de son corollaire la responsabilité éditoriale des opérateurs;

Le CSCA recommande ce qui suit :

## **I. Règles relatives aux intervenants dans les émissions de santé**

Les opérateurs audiovisuels veillent dans leurs programmes relatifs à la santé :

Article 1 : à s'assurer que les médecins intervenants dans ces programmes sont inscrits sur la liste de l'Ordre national des médecins ;

Article 2 : à donner des informations précises et fiables sur la qualité, les qualifications scientifiques et le domaine de spécialité des intervenants ;

Article 3 : à ce que les intervenants respectent leur domaine de spécialisation.

Article 4 : à garantir la pluralité des intervenants afin d'assurer la diversité des opinions

Article 5 : au respect par les intervenants dans ces émissions des dispositions juridiques et déontologiques propres à la médecine ;

## **II. Règles relatives aux contenus liés à la santé**

Les opérateurs audiovisuels veillent dans leurs programmes traitant de la santé :

Article 6 : à ce que les intervenants dans ces émissions n'établissent pas de diagnostics relatifs à l'état de santé des auditeurs qui les appellent pour demander conseil ;

Article 7 : à ce que les intervenants dans ces émissions ne prescrivent pas de traitements aux auditeurs mais les incitent à solliciter l'avis d'un spécialiste ;

Article 8 : à ne pas s'apitoyer sur les malades et à ne pas les stigmatiser, notamment ceux atteints de maladies mentales et psychologiques ;

Article 9 : à fournir des informations et des données vraies et crédibles tout en mentionnant les sources des chiffres et des statistiques diffusés ;

Article 10 : à ce que les intervenants fassent la distinction entre les informations scientifiques médicales et leurs avis personnels sur les questions liées à la santé et abordées dans les émissions qu'ils animent ;

Article 11 : à ce que les intervenants ne profitent pas des émissions de santé pour faire de la publicité clandestine au profit des professionnels de santé, ni pour attirer la clientèle au profit de ces derniers ;

Article 12 : à ne pas diffuser de déclarations susceptibles de discréditer les traitements médicaux, ni sous-estimer leurs collègues ou porter atteinte à leur réputation.

### **III. Règles encadrant les discours publicitaires relatifs au domaine de la santé**

Les opérateurs audiovisuels sont tenus de respecter, dans les émissions de santé, les dispositifs légaux et réglementaires régissant les discours publicitaires dans leur rapport avec la santé et ce, en s'abstenant de :

Article 13 : diffuser de la publicité contenant une incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des messages publicitaires en faveur du charlatanisme.

Article 14 : diffuser des spots publicitaires contenant toutes formes de données pouvant induire le public en erreur ou enfreignant son droit à la confidentialité des informations relatives à son état de santé ou présentant des données sanitaires mensongère ou l'incitant à la pratique illégale de la médecine ou à la pratique du charlatanisme.

Article 15 : diffuser des publicités de produits ou services nocifs pour la santé des personnes ou dont la consommation requiert une consultation d'un professionnel spécialisé en la matière, notamment dans le cas de médicaments et ce, sans préjudice des dispositions légales et réglementaires en vigueur ;

Article 16 : diffuser des publicités pouvant porter préjudice morale ou physique ou exposant la santé et la sécurité physique ou mentale des enfants et adolescents au danger ;

Article 17 : inciter les enfants, implicitement ou explicitement, à des comportements, à l'achat ou à la consommation de produits ou services susceptibles de porter atteinte à leur santé.

Les opérateurs audiovisuels veillent également à :

Article 18 : mettre en garde le public, lors de la diffusion de publicités relatives à des produits alimentaires, sur les dangers de la consommation excessive de certains produits et le sensibilise sur l'importance d'adopter une alimentation saine et équilibrée et sur la nécessité incontournable de s'adonner à l'exercice physique.

#### **IV. Dispositions générales**

Les opérateurs audiovisuels veillent dans leurs programmes relatifs à la santé à :

Article 19 : garantir la variété des thèmes abordés et notamment leur cohérence avec les évolutions que connaît la situation sanitaire aux niveaux national, régional et local.

Article 20 : assurer la diversité linguistique dans les émissions de santé pour permettre l'accès à ce type de contenu aux différentes catégories de la société.

Article 21 : s'assurer de l'utilisation du langage des signes afin de permettre aux personnes malvoyantes et malentendantes de suivre les programmes télévisés en rapport avec la santé.

Article 22 : à entreprendre des initiatives dans le domaine de l'éducation aux médias en matière de santé, en vue de développer l'esprit critique du citoyen face au flux d'informations traitant de la santé, qu'offrent les nouveaux médias ;

Article 23 : à utiliser les dispositifs d'autorégulation afin d'améliorer la qualité des émissions de santé.

Délibéré par le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle lors de sa séance du 20 ramadan 1438 (15 juin 2017), tenue au siège de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle à Rabat.

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