



الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري
ⴰⵏⵏⴰⵏⵉ ⴰⵏⵏⴰⵏⵉ ⴰⵏⵏⴰⵏⵉ ⴰⵏⵏⴰⵏⵉ ⴰⵏⵏⴰⵏⵉ
Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle

Publié sur *Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle* (<https://www.haca.ma>)

[Accueil](#) > Décision du CSCA n° 07-05

[A](#) [1] [^A](#) [1]

Décision du CSCA n° 07-05

29 avr 2005

DÉCISION DU CSCA N° 07-05 DU 20 RABII I 1426 (29 AVRIL 2005) RELATIVE À LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE DÉNOMMÉE «JAWAL JEUNE»

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, et notamment ses articles 3 (alinéas 8, 11 et 15), 11, 12, 15, 16;

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), et notamment ses articles 2 (paragraphe e) et f) de l'alinéa 3), 9 (avant dernier alinéa), 65 (dernier alinéa) et 68 ;

Après avoir pris connaissance des documents relatifs à l'instruction effectuée par les services de la Direction Générale de la Communication Audiovisuelle au sujet de la campagne publicitaire dénommée « Jawal Jeune » diffusée sur les deux chaînes de télévision pour la promotion du service de la téléphonie mobile de la société Maroc Telecom ;

Et après avoir visualiser les différents spots composant cette campagne publicitaire, en ce qu'ils contiennent comme images, commentaires et allusions pour mettre en exergue les particularités des services « Jawal Jeune », de la société précitée, en termes d'étendue de couverture, de qualité du réseau, de générosité des promotions et d'abondance des avantages, et pour mentionner que l'ensemble de ces avantages sont offerts par la société Maroc Telecom et qu'ils ne sont offerts nulle part ailleurs ;

Et après en avoir délibéré :

Attendu que le troisième spot publicitaire met en scène un acteur dans une région montagneuse portant une tenue militaire, attentif à un commentaire en langue française au sujet des nouveaux services de la société Maroc Telecom, dans les termes suivants :

- 1- "La couverture la plus large et la meilleure qualité du réseau, c'est chez Maroc Telecom et nulle part ailleurs."
- 2- "les promotions les plus généreuses, c'est chez Maroc Telecom et nulle part ailleurs."
- 3- "les bonus les plus avantageux, c'est toujours chez Maroc Telecom et nulle part ailleurs." ;

Attendu qu'après avoir écouté ce commentaire, l'acteur mis en scène pose la question suivante en langue française : « Et qu'est-ce qu'il y a ailleurs ? » ; et après un silence de quelques secondes, la réponse survient, en image et en son, sous forme d'une explosion en arrière plan ;

Attendu que le but de ce spot, d'une part, est de mettre en exergue différents avantages de services de la société Maroc Telecom dont le service « Jawal Jeune » et, d'autre part, de dénier de manière catégorique l'existence d'offres ou de services similaires ailleurs, c'est-à-dire chez tout autre opérateur de téléphonie mobile ;

Attendu que les commentaires et allusions contenus dans ce spot, ainsi que la scène et la détonation de l'explosion, eu égard aux multiples et différentes interprétations qu'elles peuvent susciter et des impressions qu'elles donnent aux téléspectateurs (consommateurs), sont de nature à induire les consommateurs en erreur ;

Attendu qu'en application des dispositions de l'article 2-3°-e) de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle qualifiée comme publicité interdite : « celle comportant, sous quelque forme que ce soit, des indications de nature à induire les citoyens en erreur » ;

Attendu que, de surcroît, et en application des dispositions du dernier alinéa de l'article 65 de la loi n° 77-03 précitée, « lorsque la publicité contient une comparaison, celle-ci ne doit pas induire en erreur les consommateurs et doit respecter les principes de la concurrence loyale » ;

Attendu que le marché marocain de la téléphonie mobile, concerné par les services objet de cette publicité, ne comprend que deux opérateurs, l'identification du concurrent visé par le message publicitaire en cause est dès lors aisée ;

Attendu qu'en application des dispositions de l'article 3-15° du dahir n° 1.02.212 portant création de la haute Autorité de communication audiovisuelle, le Conseil Supérieur de la communication audiovisuelle « veille au respect, par les organismes de communication audiovisuelle, de la législation et de la réglementation en vigueur en matière de publicité » ;

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, tant que ne sont pas supprimés les commentaires « Et nulle part ailleurs » et « Et, qu'est-ce qu'il y a ailleurs ? » ainsi que la séquence de l'explosion en tant que réponse à la question « Et, qu'est-ce qu'il y a ailleurs ? » ;

PAR CES MOTIFS :

1) Déclare le spot publicitaire susvisé interdit tant que ne sont pas supprimés les commentaires « Et nulle part ailleurs » et « Et, qu'est-ce qu'il y a ailleurs ? », ainsi que la séquence de l'explosion en tant que réponse à la question « Et, qu'est-ce qu'il y a ailleurs ? » ;

2) Ordonne, en conséquence, aux deux chaînes de télévision de faire cesser immédiatement la diffusion de ce spot publicitaire dans sa version actuelle ;

3) Ordonne la notification de la présente décision aux deux chaînes de télévision précitées et sa publication au Bulletin Officiel.

Délibéré par le Conseil Supérieur de la Communication Audiovisuelle dans sa séance du 20 rabii I 1426 (29 avril 2005), tenue au siège de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle à Rabat, où siégeaient Monsieur Ahmed Ghazali, Président, Madame Naïma El Mcherqui et Messieurs Mohamed Naciri, Ilyas El Omari, Mohammed Nouredine Affaya, El Hassane Bouqentar, Abdelmounîm Kamal, conseillers.

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

Liens

[1] <https://www.haca.ma/fr/javascript%3A%3B>