

Décision du CSCA n° 38-06 du 2 jourmada II 1427 (28 juin 2006) relative à l'émission « Yaoumyat El Fallah » diffusée sur radio Médi 1.

LE CONSEIL SUPERIEUR DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE,

Vu le dahir n° 1-02-212 du 22 Jourmada II 1423 (31 août 2002) portant création de la Haute autorité de la communication audiovisuelle, notamment ses articles 3 (alinéas 8, 11 et 15), 11, 12, 16 et 17 ;

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 (alinéas 2 et 4) et 65 ;

Vu le cahier de charges de la Radio Méditerranée Internationale – Médi 1, notamment ses articles 14, 19 (alinéas 1 et 2), 23 et 33-2° ;

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 l'émission « Yaoumyat El Fallah » diffusée sur la Radio Médi 1 ;

Après avoir écouté ladite émission, en ce qu'elle contient des éléments non conforme aux obligations imposées à la société Radio Méditerranée Internationale – ci-après « l'opérateur » - par la loi n° 77-03 et par le cahier des charges de la Radio Médi 1 ;

Après avoir mis en demeure la société concernée, par lettre en date du 9 juin 2006, en vue de prendre les mesures nécessaires pour mettre fin aux manquements constatés ;

Après avoir pris connaissance des rapports établis par les services de la direction générale de la communication audiovisuelle, constatant la continuation des manquements au-delà du délai imparti à l'opérateur par la lettre de mise en demeure du 9 juin 2006 précitée pour mettre l'émission « Yaoumyat El Fallah » en conformité avec les dispositions de la loi n° 77-03 et du cahier de charges de la Radio Médi 1 ;

Et après en avoir délibéré :

Attendu que malgré la mise en demeure qui lui a été adressée, le 9 juin 2006, l'opérateur a repris la présentation des services du parrain au sein de l'émission « Yaoumyat El Fallah » ;

Attendu que l'animateur de l'émission a affirmé lors de l'émission du 21 juin 2006 : « Cela fait des semaines déjà que j'ai commencé à vous parler, chaque mercredi et jeudi, de la nouvelle vision et des nouveautés du crédit agricole (...) Aujourd'hui, je voudrais vous parler d'un autre crédit qui n'est autre que « Salaf Istithmar » du crédit agricole (...) J'ai dit que « Salaf Istithmar » était nouveau car il apporte plusieurs nouveautés, atouts et améliorations. En quoi consistent ces nouveautés apportées par « Salaf Istithmar » du crédit agricole ? Ce sont des questions importantes dont vous aurez la réponse demain, à la même heure » ;

Attendu que l'animateur a affirmé lors de l'émission du 22 juin 2006 : « J'ai commencé hier à vous parler du nouveau crédit du crédit agricole, notamment « Salaf Istithmar » (...) Cela fait partie de l'engagement du crédit agricole (...) Grâce à ce crédit, nos frères les agriculteurs peuvent bénéficier d'un crédit de 100 % pour l'achat du tracteur et de ses accessoires, comme la charrette, les machines à ratisser, à répartir les semences ou les engrais, ou autres (...) Parmi les nouveautés de « Salaf Istithmar » du crédit agricole, il y a l'intérêt qui est inférieur à l'intérêt ordinaire des crédits contractés par l'agriculteur auprès du crédit agricole, mais la plus grande nouveauté de « Salaf

Istithmar » du crédit agricole est la rapidité avec laquelle l'agriculteur peut avoir la réponse et l'autorisation d'achat. La réponse ne dépassera pas deux jours et l'autorisation pour l'achat du tracteur et de ses accessoires n'excèdera pas cinq jours. Mieux encore, les gens qui vendent ce matériel, qui sont presque tous affiliés à l'association « AMEMA » se chargeront de la première partie du dossier, après le choix du tracteur et du matériel par l'agriculteur, pour lui faciliter les formalités d'assurances. « Salaf Istithmar » va les faciliter et les alléger, c'est dans l'intérêt de l'agriculteur, de notre agriculture et de notre pays » ;

Attendu que l'article 2 (paragraphe 2) de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle stipule qu'est considérée comme 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 lors de l'émission « Yaoumyat El Fallah », diffusée quotidiennement sur la Radio Médi 1 à 6 h 17 mn et à 6 h 47 mn, sont présentés de manière explicite, récurrente et argumentée les nouveaux services bancaires commercialisés par le parrain de l'émission, en l'occurrence le « Crédit Agricole », de même que les atouts de cette institution, en tant que partenaire des projets agricoles – comme le démontrent les extraits ci-dessus repris ;

Attendu le fait que l'évocation explicite, récurrente et argumentée des nouveaux services bancaires commercialisés par le parrain de l'émission prouve, au sens de l'article 2.2° de la loi n° 77-03, le caractère intentionnel de la présentation faite par l'opérateur ;

Attendu que l'opérateur, en vertu de l'article 14 (paragraphe 2) de son cahier de charges, s'engage « ... à ne pas diffuser de la publicité clandestine » ;

Attendu que l'article 2 (paragraphe 4) de la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle définit le parrainage comme « 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 19-1° du cahier de charges de la Radio Médi 1 définit de manière détaillée les conditions et les modalités de parrainage des programmes, en stipulant que « Le contenu et la programmation des émissions parrainées ne doivent pas être influencés par le parrain dans des conditions susceptibles de porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriale du service. Elles ne doivent pas inciter à l'achat ou à la location des produits ou services du parrain ou d'un tiers. La référence au parrain ne doit, en aucun, cas s'accompagner de citations de nature argumentaire ».

Attendu que l'article 19-2° du même cahier de charges stipule que « La présence du parrain doit être clairement identifiée, en tant que telle, au début ou à la fin de l'émission. Cette identification peut se faire par le nom du parrain, sa dénomination, sa raison sociale, son secteur d'activité, ses marques, les indicatifs sonores qui lui sont habituellement associés, à l'exclusion de tout slogan publicitaire ou de la

présentation de ses services ou d'un ou plusieurs de ses produits ... En dehors de sa présence dans les génériques de début et de fin d'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 ».

Attendu que la manière de présenter et d'évoquer le parrain au sein de l'émission objet de la présente décision n'est ni ponctuelle ni discrète, étant donné que ce dernier est cité de façon ostentatoire, qu'il y est fait la promotion de ses services, de la même manière que les auditeurs y sont invités à se diriger vers ses agences ;

Attendu que ce type d'émission, se basant sur un discours publicitaire conçu autour de la présentation des services du parrain sans distance critique, leur valorisation sans retenue et le caractère répétitif et persuasif de la présentation, constitue un format de programmes publicitaires qui, par son manque d'impartialité et le parti pris qui le caractérise, favorise le but promotionnel au détriment du but informatif et présente, de ce fait, un risque manifeste d'induire en erreur le public quant au caractère prétendument vulgarisateur et de service du programme et de porter atteinte à l'indépendance éditoriale des opérateurs ;

Attendu que l'article 23 du cahier de charges de la Radio Médi 1 stipule que « L'opérateur fait connaître ses programmes au moins une semaine avant leur diffusion... (et) communique à la Haute autorité, au plus tard dans les délais ci-dessus, la grille de ses programmes ainsi que les modifications qui y sont apportées, le cas échéant » ;

Et attendu que l'émission concernée n'est nullement citée dans la grille des programmes adressée à la Haute autorité par l'opérateur, en application de l'article 23 précité,

PAR CES MOTIFS :

1) Déclare que les conditions de citation du parrain – le Crédit agricole – au sein de l'émission «Yaoumyat El Fallah », diffusée par la Radio Médi 1, font que ladite émission tombe sous le coup de la qualification de « publicité clandestine » définie à l'article 2.2° de la loi n° 77-03 et interdite par l'article 14 (paragraphe 2) de son cahier de charges, de même qu'elles ne respectent pas les dispositions relatives aux conditions de citation du parrain, telles que fixées par l'article 19 dudit cahier de charges ;

2) Décide, en conséquence, d'adresser un avertissement à la société Radio Méditerranée Internationale à l'effet de se conformer aux conditions de citation du parrain, de cesser la publicité clandestine au sein de l'émission «Yaoumyat El Fallah » et, enfin, d'intégrer cette émission dans la grille des programmes communiquée à la Haute autorité ;

3) Ordonne la société Radio Méditerranée Internationale de se conformer au contenu du présent avertissement dès réception de la présente décision ;

4) Ordonne la notification de la présente décision à la société Radio Méditerranée Internationale et sa publication au *Bulletin officiel*

Délibéré par le Conseil supérieur de la communication audiovisuelle dans sa séance du 2 jourmada II 1427 (28 juin 2006), tenue au siège de la Haute autorité de la communication audiovisuelle à Rabat, en présence de M. Ahmed Ghazali, président, M^{me} Naïma El Mcherqui et MM. Mohamed Naciri, Mohammed Nouredine Affaya, El Hassane Bouqentar, Abdelmounim Kamal, conseillers.

*Pour le Conseil supérieur
de la communication audiovisuelle,
Le président,
AHMED GHAZALI.*