

Le Président de la République

181554

20-8-82

Dakar, le **11 AOUT 1982**

48/82

*Information
Legislation*

Monsieur le Président,

Je vous fais parvenir, ci-joint, un décret ordonnant la présentation à l'Assemblée nationale d'un projet de loi relatif à la Publicité.

Je vous prie de bien vouloir soumettre ce projet à la délibération de l'Assemblée nationale.

Veuillez agréer, Monsieur le Président, l'assurance de ma haute considération.

Monsieur Amadou Cissé Dia
Président de l'Assemblée
nationale
- D A K A R -



[Signature]
Abdou Diouf

PRIMATURE

N° 82.630 / PM.SGG.SL

~~SECRET~~

ordonnant la présentation à l'Assemblée nationale d'un projet de loi relatif à la Publicité.

LE PRESIDENT DE LA REPUBLIQUE,

VU la Constitution ;

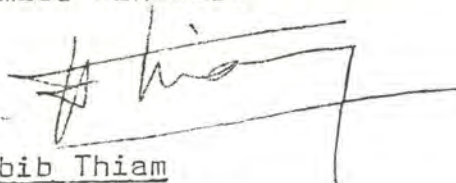
~~SECRET~~ ;

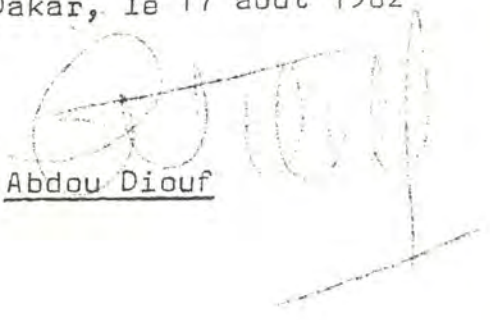
Article 1er. - Le projet de loi dont le texte est annexé au présent décret, sera présenté à l'Assemblée nationale par le Ministre de l'Information et des Télécommunications, qui est chargé d'en exposer les motifs et d'en soutenir la discussion.

Article 2. - Le Ministre de l'Information et des Télécommunications et le Secrétaire d'Etat chargé des Relations avec les Assemblées, sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret.

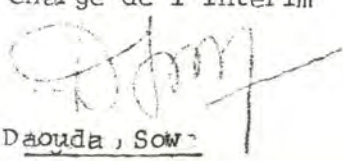
Fait à Dakar, le 17 août 1982

Par le Président de la République
Le Premier Ministre

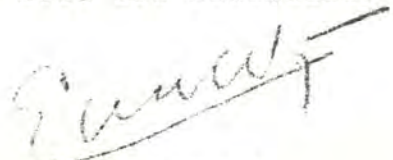

Habib Thiam


Abdou Diouf

Pour Le Ministre de l'Information et
des Télécommunications,
Le Ministre chargé de l'intérim


Daouda Sow

Le Secrétaire d'Etat chargé des Relations avec les Assemblées


Soqui Konaté

REPUBLIQUE DU SENEGAL

MINISTERE DE L'INFORMATION
ET DES TELECOMMUNICATIONS

PROJET DE LOI RELATIF A LA PUBLICITE
EXPOSE DES MOTIFS

En l'absence d'une réglementation du secteur de la publicité au Sénégal, de nombreux professionnels étrangers, munis de lettres de recommandations, arrivent à passer des contrats de publicité avec des annonceurs locaux au détriment d'agents de publicité exerçant sur place.

Travaillant à l'insu des autorités, des agents publicitaires clandestins, outre qu'ils ne remplissent pas les conditions requises pour exercer une activité commerciale au Sénégal, n'acquittent aucun droit sur les rémunérations qu'ils perçoivent et transfèrent hors du pays.

Ces opérations se traduisent par un manque à gagner pour nos agences de publicité et par une fuite de devises vers l'étranger.

Aucun texte sénégalais ne régissant les agents de publicité opérant sur place, nous nous trouvons, de ce fait, devant un vide juridique qu'il est urgent de combler.

C'est pourquoi, les dispositifs du présent projet de loi ont pour objectifs :

- de prévoir la mise sur pied d'un organisme de concertation, de régulation et de contrôle pour une publicité saine et conforme aux US et coutumes de la Société Sénégalaise.
- de mettre un terme au pillage de notre marché publicitaire par une réglementation des activités de la publicité.

L'organisme de contrôle dont la création est proposée permettra l'application des principes de base de toute publicité.

.../...

- 2 -

En effet, les règles fondamentales auxquelles la publicité doit obéir pour être un instrument de pratiques loyales sont, entre autres, la décence, la loyauté, la véracité, la protection de la personne privée, des enfants et des adolescents, les impératifs de la sécurité, etc.....

L'application de la loi en matière de publicité sera donc un pas important dans la moralisation des relations entre professionnels, la protection des consommateurs contre une publicité tapageuse et extravagante.

REPUBLIQUE DU SENEGAL

ASSEMBLEE NATIONALE

Vème LEGISLATURE

DEUXIEME SESSION ORDINAIRE DE 1982

RAPPORT

fait

au nom de l'Intercommission constituée par les commissions de
l'Information et de la Législation

sur

le projet de loi n° 48/82 relatif à la publicité.

par Boubacar SECK

Rapporteur

Monsieur le Président,
Monsieur le Ministre,
Mes chers collègues,

La commission de l'Information s'est réunie le mardi 14 décembre 1982, sous la présidence du collègue Louis DA COSTA, Président de la dite commission, à l'effet d'examiner le projet de loi n° 48/82 relatif à la publicité.

De l'exposé des motifs du Ministre de l'Information, il se dégage les observations suivantes :

1°/ l'absence de texte sénégalais régissant les agents de publicité opérant sur place a permis à de nombreux professionnels étrangers, munis de lettres de recommandations, non seulement de passer des contrats de publicité avec des ^{annonceurs} locaux au détriment d'agents de publicité exerçant sur place, mais de n'acquitter aucun droit sur les rémunérations qu'ils perçoivent et transfèrent hors du pays ;

2°/ la situation que voilà se traduit par un manque à gagner pour nos agences de publicité et par une fuite de devises vers l'étranger ;

3°/ pour combler ce vide juridique, le gouvernement a introduit ce projet de loi dont les objectifs visent :

./.

- à prévoir la mise sur pied d'un organisme de concertation, de régulation et de contrôle pour une publicité saine et conforme aux us et coutumes de la société sénégalaise ;

- à mettre un terme au pillage de notre marché publicitaire par une réglementation des activités de la publicité.

Le débat qui a suivi cet exposé a tourné autour de trois questions relatives au monopole de la S.P.T. sur le marché, à la fixation des prix pratiqués et aux agences publicitaires régulièrement installées.

Le Ministre a répondu que pour des raisons de structure et d'efficacité, la S.P.T., qui est une société d'économie mixte, ne peut exercer un monopole sur le marché de la publicité qui est un marché libre, où les prix sont librement fixés à la suite de négociations entre professionnels.

Parmi ces professionnels, et à côté de la S.P.T., il a cité : Médiafrique, CIDOP, Africa, Publisen, SCOP, etc., avant de demander à la commission, qui a donné son accord, d'ajouter à l'article 6 un dernier tiret avec l'inscription suivante : - et d'examiner les demandes d'autorisation administrative présentées par les agences et personnes étrangères.

Les commissaires, après avoir rendu un hommage mérité au Ministre de l'Information, pour sa constance dans le travail qu'il accomplit avec compétence et qui se caractérise par des réalisations concrètes et fortement appréciées par le peuple, ont

L'ASSEMBLEE NATIONALE,

après en avoir délibéré, a adopté, en sa séance du
VENDREDI 7 JANVIER 1983, la loi dont la teneur suit :

Chapitre premier - Des organes de la Publicité

Article premier - La profession de publicitaire s'exerce dans le cadre des agences-conseils en publicité et des agences-régies publicitaires.

Article 2 - La profession d'agent-conseil peut être exercée cumulative-
ment avec celle de régisseur.

Article 3 - Les principaux supports utilisés au Sénégal sont, notamment,
la radio, la télévision, le journal, le cinéma, l'affiche, le tam-tam.

Chapitre II - De l'Organisme de contrôle

Article 4 - Nul ne peut exercer la profession de publicitaire sur le
territoire national, sans autorisation administrative préalable. Les
personnes étrangères désireuses de prospecter et de recueillir de la
publicité, sont tenues d'obtenir l'autorisation administrative et de
conclure un accord de représentation avec une agence locale agréée.

Article 5 - L'autorisation administrative est délivrée par le Ministre
chargé de l'Information, après avis d'un organisme de contrôle et de
réglementation de la publicité créé par décret.

Article 6 - L'organisme de contrôle et de réglementation de la publicité,
dont la dénomination et la composition sont fixées par décret, est chargé:

- d'élaborer des projets de règles d'établissement des
professionnels de la publicité, des projets de réglementations particu-
lières concernant la publicité de certains produits ;

- de veiller à la bonne observation de la déontologie
professionnelle et de la réglementation en vigueur.

- d'examiner les demandes d'agrément des agences publi-
citaires ;

- et d'examiner les demandes d'autorisation administra-
tive présentées par les agences et personnes étrangères.

Article 7 - Cet organisme constitue l'instance de concertation et de
conseil auprès du Gouvernement pour les professions de la publicité.

Chapitre III - Des règles de la publicité

Article 8 - Quel que soit le support utilisé, la publicité doit se conformer aux lois.

- Le principe de la concurrence loyale, tel qu'il est généralement compris et appliqué dans les relations commerciales, doit régir également la publicité ;

- La publicité doit obéir aux règles de décence, de loyauté et de vérité.

Article 9 - La publicité doit proscrire :

- toute exploitation de la superstition ou des sentiments de peur ;

- toute référence qui puisse déconsidérer une autre entreprise ou un autre produit ;

- toute déclaration ou présentation visuelle qui offense les bonnes mœurs et la morale en général, ou qui soit susceptible directement, par voie d'omissions ou d'ambiguïté, de mensonge délibéré, d'abuser de la confiance du consommateur ou de son manque d'expérience.

En particulier la publicité ne doit pas induire en erreur en ce qui concerne :

a) les caractéristiques du produit (composition, fabrication, utilité, origine commerciale ou géographique) ;

b) le prix, la valeur ou les conditions d'achat du produit ;

c) les services accompagnant l'achat, y compris la livraison, la reprise, la réparation et l'entretien ;

d) l'étendue de la garantie attachée au produit ;

e) les qualités, le prix, la valeur, les conditions d'achat d'autres produits offerts sur le marché et les services inhérents à l'achat de ces produits.

Article 10 - Les attestations et témoignages utilisés dans les documents publicitaires doivent être véridiques et ne pas comporter des déclarations ou une présentation visuelle susceptibles de tromper le consommateur ou d'être utilisées à cet effet.

- 3 -

La publicité ne doit pas contenir des références, attestations ou autres déclarations émanant d'une personne, d'une firme ou d'une institution déterminée, sans l'autorisation des intéressés ou de leurs ayants-droit.

La publicité ne doit pas non plus comporter la photographie d'une personne identifiable, sans une telle autorisation.

Article 11. - La publicité doit pouvoir être clairement distinguée comme telle, quels que soient sa forme et le support utilisé.

Lorsqu'elle est diffusée dans des médias qui comportent également des messages rédactionnels, la publicité doit être présentée de telle sorte que le consommateur puisse la distinguer facilement de ces messages.

Article 12 - La publicité ne doit pas dépeindre des situations dans lesquelles les mesures normales de sécurité ne sont pas respectées, et risquer ainsi d'engendrer des négligences ou des imprudences.

Article 13 - La publicité qui s'adresse aux enfants ou aux adolescents ne doit comporter aucune déclaration visuelle, écrite ou orale, qui puisse leur causer un dommage physique, mental ou moral. Elle ne doit pas exploiter la crédulité naturelle des enfants ou le manque d'expérience des adolescents, ni abuser de leur sens de la loyauté.

Article 14 - La publicité, lorsqu'elle fait appel à la femme, ne doit pas, pour quelque motif que ce soit, porter atteinte à sa dignité ou la déconsidérer.

La publicité ne doit pas éveiller chez les malades des espoirs fallacieux, ni exploiter leur manque éventuel d'esprit critique à l'égard des messages leur permettant un traitement efficace ou la guérison.

Chapitre IV - Dispositions diverses

Article 15 - Sans préjudice des sanctions prévues par le Code pénal, toute infraction à la présente loi sera punie d'une amende de cinq cent mille (500.000) à cinq millions de francs (5.000.000 f) et d'un emprisonnement de trois (3) mois à deux (2) ans ou de l'une de ces deux peines seulement.

En cas de récidive, ces peines sont doublées.

- 4 -

Article 16 - Sont autorisés à poursuivre des activités publicitaires les agents de publicité établis au Sénégal, préalablement à l'entrée en vigueur de la présente loi.

Article 17 - Toutes dispositions contraires à la présente loi sont abrogées.

DAKAR, LE 7 JANVIER 1983
LE PRESIDENT DE SEANCE,

Mamba GUIRASSY.