

=====

MINISTERE DE LA COMMUNICATION

=====

LOI N° 83.20 DU 28 JANVIER 1983

RELATIVE 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 les 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.

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.

L'Assemblée Nationale a délibéré et adopté en sa séance du Vendredi 7 Janvier 1983,

Le Président de la République promulgue 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.

Art. 2 – La profession d'agent-conseil peut être exercée cumulativement avec celle de régisseur.

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

Chapitre 2

De l'Organisme de contrôle

Art. 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.

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

Art. 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 particulières 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 publicitaires ;
- Et d'examiner les demandes d'autorisation administrative présentées par les agences et personnes étrangères.

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

Chapitre 3

Des règles de la publicité

Art. 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.

Art. 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 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 de 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 aux produits ;
- 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.

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

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.

Art. 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.

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

Art. 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.

Art. 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 4

Dispositions diverses

Art.15 – Sans préjudice des sanctions prévues par le Code pénal, toute infraction à la présente loi sera punie d'une amende de 500 000 à 5 000 000 de francs et

d'un emprisonnement de 3 mois à 2 ans ou de l'une de ces deux peines seulement.

Art. 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.

Art. 17 – Toutes dispositions contraires à la présente loi sont abrogées.

La présente loi sera examinée comme loi de l'Etat.

Fait à Dakar, le 28 Janvier 1983.

Abdou DIOUF

Par le Président de la République

Le Premier Ministre

Habib THIAM.