

القرار عدد 2 لسنة 2017 المؤرخ في 21 جوان 2017 والمتعلق بالقواعد السلوكية للإشهار في وسائل الاتصال السمعي والبصري

إنّ مجلس الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي و البصري،

بعد الإطلاع على المرسوم عدد 116 لسنة 2011 المؤرخ في 02 نوفمبر 2011 المتعلق

بحرية الاتصال السمعي والبصري وإحداث هيئة عليا مستقلة للاتصال السمعي والبصري
وخاصة الفصل 16 منه،

و على قرار الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري عدد 01 لسنة 2014
المؤرخ في 05 مارس 2014 والمتعلق بإصدار كراس الشروط للحصول على اجازة احداث
واستغلال قناة إذاعية خاصة بالجمهورية التونسية،

و على قرار الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري عدد 02 لسنة 2014
المؤرخ في 05 مارس 2014 والمتعلق بإصدار كراس الشروط للحصول على اجازة احداث
واستغلال قناة تلفزيونية خاصة بالجمهورية التونسية،

و على قرار الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري عدد 03 لسنة 2014
المؤرخ في 05 مارس 2014 والمتعلق بإصدار كراس الشروط للحصول على اجازة احداث
واستغلال قناة إذاعية جمعياتية بالجمهورية التونسية،

و على قرار الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري عدد 04 لسنة 2014 المؤرخ
في 05 مارس 2014 والمتعلق بإصدار كراس الشروط للحصول على اجازة احداث واستغلال قناة
تلفزيونية جمعياتية بالجمهورية التونسية،

وحرصا من الهيئة على تيسير عمل المنشآت السمعية والبصرية وتشجيعها على الانتاج
وتحسين الظروف الاجتماعية للعاملين فيها، وتنظيم سوق الاشهار وضمان شفافيته من خلال
قواعد موضوعية تمكّن من مساهرة التطور الاقتصادي وتأطير مختلف أشكال الاتصال التجاري

قرّر إصدار القرار الآتي نصّه:

الباب الأول: المفاهيم

الفصل 1:

1- الإشهار: هو كل عملية اتصال موجهة للجمهور تكون مخصصة للبث بمقابل مالي أو غيره، وتهدف بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى تنمية أو بيع أو كراء منتوجات أو خدمات أو مجموعة أفكار أو مواضيع في سبيل خلق التأثير المرجو.

2- الإشهار السياسي: كل عملية إشهار موجهة للعموم تعتمد أساليب وتقنيات التسويق التجاري وتهدف إلى الترويج لشخص أو لفكرة أو لبرنامج أو لحزب أو منظمة سياسية بواسطة قناة إذاعية أو تلفزيونية فتخصص للجهة المعلنة جزء من وقت البث التلفزيوني أو الإذاعي لعرض إعلانات تسويق سياسي بمقابل مالي أو غيره أو بدون مقابل من أجل استمالة أكثر ما يمكن من المتلقين إلى تقبل أفكارها أو قادتها أو حزبا أو قضاياها والتأثير على سلوك واختيارات الناخبين.

3- الرعاية: هي كل مساهمة في شكل مادي أو غيره من قبل مؤسسة عمومية أو خاصة في تمويل خدمات أو برامج وسائل الإعلام السمعي والبصري بهدف الترويج لاسمها أو علامتها أو صورتها أو أنشطتها.

4- وضع منتج: تتم الإشارة له من خلال هذه العلامة **و.م** ويتمثل في وضع منتج أو خدمات أو إشارة لهذا المنتج أو لخدمات أو لعلامة ضمن برنامج بمقابل مالي أو غيره.

5- الإشهار عبر تقاسم الشاشة: هو كل عملية اتصال تجاري تبث بالتوازي مع بث برنامج تلفزيوني من خلال تقاسم فضاء الشاشة.

- 6- التسويق عبر الشاشة : هو عملية تسويقية مباشرة عن طريق التلفزة في شكل برامج تهدف الى البيع عن بعد لمنتجات أو خدمات بمقابل مادي أو غيره.
- 7- الروبورتاج الاشهاري: هو إشهار يتخذ شكل مضمون صحفي يهدف الى تمرير معلومات ونصائح تثمن المنتج أو الخدمة أو العلامة.

الباب الثاني: المبادئ العامة

الفصل 2:

يخضع الاتصال التجاري للتشريعات الجاري بها العمل ومقتضيات كراسات الشروط وأحكام هذا القرار مع مراعاة مبادئ المسؤولية الاجتماعية وقواعد المنافسة النزيهة ويقتضي الالتزام بالقواعد التالية:

- 1- ينبغي أن تستجيب كل أشكال الإشهار للمعايير الأساسية لمنظومة حقوق الإنسان، ومنها بالخصوص احترام الكرامة الإنسانية وعدم التمييز على أساس الجنس أو الدين أو الأصل أو الجهة أو المظهر الخارجي أو غيره.
- 2- يجب الالتزام بالتشريعات الجاري بها العمل في مجال حقوق الملكية الأدبية والفكرية في حال استعمال أعمال فنية أو صور أو غيرها ضمن أي شكل من أشكال الإشهار.
- 3- الالتزام بالمدة المخصصة للومضات الإشهارية المنصوص عليها في هذا القرار.
- 4- الفصل بطريقة واضحة بين الرسائل الإشهارية وبقية البرامج مع الإعلان بصفة جلية عن بداية الإشهار ونهايته شارة وموسيقى أو صوتا ويقع ايداع نموذج من ذلك لدى الهيئة

- من أجل تنظيم عملية رصد الرسائل الاشهارية وتفادي كل ما من شأنه أن يغالط الجمهور أو يحدث لديه لبسا بخصوص طبيعة الرسالة الموجهة له، إن كانت إعلامية أم تجارية.
- ويعد الإشهار الذي لم يقع الإعلان عنه بوضوح من قبيل الإشهار المقنع أيا كان شكله.
- 5- يمنع الإشهار مهما كان شكله خلال النشرات الإخبارية والبرامج الدينية.
- 6- يمنع الإشهار السياسي ويجزر على الأحزاب السياسية رعاية برامج إذاعية وتلفزية.
- 7- يمنع الإشهار الكاذب المتضمن لمغالطات.
- 8- يمنع بثّ الإشهار للمنتوجات التالية:
- * المشروبات الكحولية،
 - * التبغ،
 - * الأسلحة وكلّ المنتوجات التي يمنع الاتجار فيها،
 - * السحر والشعوذة وكلّ الأنشطة غير المرخص فيها.
- 9- يمنع إقحام الأطفال في برامج التسوق عبر الشاشة، كما يمنع توظيفهم في الاتصال الإشهاري بما لا يراعي مصلحتهم الفضلى.
- 10- إذا كان الإشهار يتعلق بمواد غذائية أو غيره من شأن الإفراط في استهلاكها أن يؤدي إلى مضار صحية فإنه يجب التنبيه إلى ضرورة استهلاكها باعتدال أسفل الشاشة لمدة لا تقل عن أربع ثوان خلال الومضة.

الباب الثالث: المبادئ الخاصّة

القسم الأول: في القنوات التلفزية والإذاعية الخاصّة

الفصل 3: لا تتجاوز مدّة بثّ الإشهار في القنوات التلفزية والإذاعية الخاصّة عشر دقائق في الستين دقيقة واثنتي عشر دقيقة خلال شهر رمضان.

الفصل 4: يجب أن لا يتجاوز زمن الفاصل الإشهاري خمس (05) دقائق.

ويجب أن لا تقلّ مدّة المضامين الإعلامية التي تتخلّلها فواصل إشهارية عن خمسة (15) عشر دقيقة. على أن لا تكون هذه المضامين من قبيل الإتصال التجاري من صنف الروبورتاج الإشهاري أو التسوّق عبر الشاشة مع الالتزام بالأحكام المنطبقة على الأشكال الأخرى من الإتصال التجاري الواردة في هذا القرار.

القسم الثاني: في القنوات التلفزية والإذاعية الجمعياتية

الفصل 5: لا تتجاوز مدّة بثّ الإشهار في القنوات التلفزية والإذاعية الجمعياتية خمس دقائق في الستين دقيقة.

الفصل 6: يجب أن لا يتجاوز زمن الفاصل الإشهاري ثلاثة (03) دقائق.

ويجب أن لا تقلّ مدّة المضامين الإعلامية التي تتخلّلها فواصل إشهارية عن عشرين دقيقة (20)، على أن لا تكون هذه المضامين من قبيل الإتصال التجاري من صنف الروبورتاج الإشهاري أو التسوّق عبر الشاشة مع الالتزام بالأحكام المنطبقة على الأشكال الأخرى من الإتصال التجاري الواردة في هذا القرار.

الباب الرابع: في ضوابط أشكال الإتصال التجاري

القسم الأول: في الرعاية

الفصل 7: يمنع رعاية البرامج الإخبارية باستثناء برامج الخدمات مثل أخبار البورصة والنشرة الجوية ونشرة الحركة المرورية.

الفصل 8: لا يمكن أن يقوم برعاية البرامج من يتعلق نشاطه الأساسي بصناعة أو بيع منتجات أو توفير خدمات يمنع الإشهار لها بمقتضى الفقرتين 6 و 7 من الفصل 2 من هذا القرار.

الفصل 9: يمكن رعاية برنامج أو فقرات من نفس البرنامج حين تتوفر الشروط التالية
مجتمعة:

- أن لا يخضع مضمون وفقرات البرنامج الذى تتم رعايته لتأثيرات الجهة الراعية له بشكل يمس من مسؤولية القناة واستقلالية خطها التحريري.
- أن يتم بوضوح تمييز البرامج التي تحظى برعاية بواسطة إعلان يتضمن اسم الجهة الراعية والعلامة المميزة له وتتم الإشارة الى ذلك عند بداية بث البرنامج ونهايته على امتداد فترة تستغرق خمس ثوان على الأقل وسبع ثوان على أقصى تقدير.
- أن لا تتضمن البرامج التي تحظى برعاية ترويجاً أو تحريضاً على شراء أو كراء منتجات أو خدمات الراعي.
- يمكن إظهار إشارات الرعاية خلال الروبورتاج المصور أثناء البث المباشر أو المسجل للمسابقات الرياضية وكذلك أثناء لقطات الإعادة شريطة أن لا تشوش حسن المشاهدة، وأن لا يتجاوز ظهورها الست مرات في الساعة بمعدل خمس ثوان كل مرة خلال البرنامج الذي يحظى بالرعاية.

- يجوز إظهار المنتوجات أو الخدمات المخصصة للمشاركين أو المشاهدين في برامج أو فقرات البرامج المخصصة للألعاب والمسابقات المرفوقة بجوائز على شاشة التلفزة أو ذكرها خلال البرنامج المعني، شريطة ألا يترافق عرضها مع تقديم مبررات أو تميمين مبالغ فيه بهدف الحث على الاستهلاك أو الشراء المباشر لها.

القسم الثاني: في وضع المنتج

الفصل 10: يمنع وضع المنتج في البرامج الإخبارية والدينية ويستثنى من ذلك برامج الخدمات مثل أخبار البورصة والنشرات الجوية والمرورية.

الفصل 11: يمنع وضع المنتج بالنسبة لكل منتج أو خدمة أو علامة يحجر الإشهار لها بمقتضى الفقرة 8 من الفصل 2 من هذا القرار.

الفصل 12: يجب أن تستجيب البرامج التي تتضمن وضع المنتج إلى الشروط التالية مجتمعة:
- عدم تأثير وضع المنتج في المحتوى أو البرمجة بشكل يمس من مسؤولية واستقلالية الخط التحريري كأن يتم ملاءمة مضمون البرنامج لخدمة المنتج.
- عدم الحث بأي شكل كان على شراء أو كراء المنتج أو الخدمة أو إعطاء معلومات إضافية حولها.

الفصل 13: يعتبر غياب الإعلان الواضح عن تضمن البرنامج لـ "وضع المنتج" إشهارا مقنعا على معنى الفقرة 4 من الفصل 2 من هذا القرار.

الفصل 14: يتم تعريف البرنامج الذي يتضمن "وضع المنتج" وفقا لما يلي:
- الإشارة إلى أن "البرنامج الموالي يتضمن وضع منتوجات / علامات / خدمات ستظهر في إطار عقد إشهاري".

و تظهر الجملة على أسفل الشاشة بشكل واضح قبل بداية البرنامج ولمدة عشر ثوان على الأقل، وترفق برسم تخطيطي دائري رمادي اللون مع الإشارة في الوسط باللون الأحمر إلى الحرفين (و.م) ويستمر ظهور هذا الرسم أسفل الشاشة لمدة عشر ثوان على الأقل في بداية البرنامج إثر أفول الجملة المنبهة كما يظهر الرسم مجددا في نهاية كل فاصل شهري. توفر الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري لكل القنوات الرسم التخطيطي عند الطلب.

القسم الثالث: في الإشهار عبر تقاسم الشاشة

الفصل 15: يمكن الإشهار عبر تقاسم الشاشة في حالة اقتصار نموذج الإشهار على ومضة مجردة من أي تعليق.

الفصل 16: يمنع الإشهار عبر تقاسم الشاشة خلال النشرات الإخبارية التلفزيونية والبرامج الدينية وبرامج الاطفال.

الفصل 17: يمنع الإشهار عبر تقاسم الشاشة لكل المنتوجات والخدمات والعلامات التي يمنع الإشهار لها طبقا للفقرة 8 من الفصل 2 من هذا القرار.

الفصل 18: يجب أن لا يمس الإشهار عبر تقاسم الشاشة من مضمون البرنامج.

الفصل 19: يجب أن يكون الإشهار عبر تقاسم الشاشة قابلا للتمييز ومن السهل التعرف عليه من خلال تقسيم واضح للشاشة بواسطة الوسائل البصرية الملائمة بشكل يميزه عن البرنامج.

يجب أن تكون المساحة المخصصة للإشهار عبر تقاسم الشاشة معقولة ويجب أن لا تعيق متابعة المشاهد للبرنامج، وأن لا يتجاوز ظهورها السبع ثوان.

القسم الرابع: في الروبورتاج الإشهاري

الفصل 20: يمنع الروبورتاج الإشهاري لكل المنتوجات والخدمات والعلامات الممنوعة من الإشهار بمقتضى الفقرة 8 من الفصل 2 من هذا القرار.

الفصل 21: تتحمل القناة مسؤولية ما يتم بثه خلال الروبورتاج الإشهاري وتلتزم بضمان عدم الخلط بين مهنة الصحفي ومهنة الاتصالي التجاري.

الفصل 22: يجب أن يقع الإعلان بوضوح عن الروبورتاج الإشهاري في بداية البرنامج ونهايته من خلال لافتة تظهر على أسفل الشاشة وتشير إلى "روبورتاج إشهاري"، وتفاديا لكل التباس لدى الجمهور يجب أن تظهر العلامة الدالة لمدة عشر ثوان كل ثلاث دقائق على الأقل، وفي كل الحالات يجب تفادي كل التباس مع برامج أخرى.

الفصل 23: لا يمكن أن يتخلل أو يقطع "الروبورتاج الإشهاري" مضامين صحفية أو أي صنف من أصناف الاتصال التجاري.

القسم الخامس: في التسوق عبر الشاشة

الفصل 24: يمنع التسوق عبر الشاشة لكل المنتوجات والخدمات والعلامات الممنوعة من الاشهار بمقتضى الفقرة 8 من الفصل 2 من هذا القرار.

الفصل 25: تتحمل القناة مسؤولية ما يتم بثه في برامج التسوق عبر الشاشة كما تضمن احترام القوانين والتراتب المتعلقة بالتجارة والمنافسة وحماية المستهلك.

الفصل 26: يجب أن يقع الإعلان بوضوح عن برامج التسوق عبر الشاشة في بداية البرنامج ونهايته من خلال لافتة تظهر على كامل الشاشة وتشير إلى "التسوق عبر الشاشة" وتفاديا

لكل التباس لدى الجمهور يجب أن تظهر العلامة الدالة في أعلى الشاشة لمدة عشر ثوان كل ثلاث دقائق على الأقل، وفي كل الحالات يجب تفادي كل التباس مع برامج أخرى.

الفصل 27: لا يمكن أن يتخلل أو يقطع برامج التسوق عبر الشاشة أي مضمون إعلامي أو أي صنف من أصناف الإتصال التجاري.

الفصل 28: لا يجوز بثّ برامج التسوق عبر الشاشة خارج الفترة الزمنية الممتدّة من منتصف الليل إلى الساعة الحادية عشر صباحا ومن الساعة الثانية بعد الزوال إلى الساعة الرابعة مساء. يجب أن لا تقل المدة المخصصة لبرامج التسوق عبر الشاشة عن خمسة عشر دقيقة ولا يجب أن تتجاوز الثلاث ساعات مسترسلة وفي مطلق الأحوال لا تتجاوز المساحة المخصصة للتسوق عبر الشاشة أكثر من ثماني ساعات يوميا.

لا يجوز للتلفزات المحلة بالتزاماتها المتعلقة بالإنتاج والبرمجة وفقا لاتفاقية الإجازة استعمال تقنية التسوق عبر الشاشة.

تخضع القنوات المختصة في التسوق عبر الشاشة إلى كراس شروط خاص.

الفصل 29: يجب ان تلتزم برامج التسوق عبر الشاشة بالقوانين والتراتيب المتعلقة بالتجارة وبحماية المستهلك كما يمنع استعمال الأطفال في هذا الصنف من الإتصال التجاري ولو تعلق المنتجو بهم مباشرة. ويمكن للهيئة العليا المستقلة للإتصال السمعي والبصري أن تحيل التجاوزات التي تعابنها على مجلس المنافسة أو المحاكم المختصة.

الفصل 30: يجب أن ينص كل عرض في برامج التسوق عبر الشاشة على التكلفة والأداءات المتعلقة بتقنيات البيع والإتصال عن بعد.

وتنتفي وجوبية الإشارة لذلك حين تكون كلفة الإتصال المعتمدة مطابقة للكلفة الدنيا التي يقع تطبيقها على تكنولوجيات الإتصال عن بعد.

الباب الخامس: في العقوبات

الفصل 31: كلّ إخلال بمقتضيات هذا القرار يعرّض مرتكبه إلى العقوبات الواردة بالمرسوم عدد 116 لسنة 2011 المؤرخ في 02 نوفمبر 2011 والمتعلّق بحرية الإتصال السمعي والبصري وبإحداث هيئة عليا مستقلة للإتصال السمعي والبصري.

الباب السادس: أحكام ختامية

الفصل 32: يلغي هذا القرار ويعوّض الأحكام المنظمة للإشهار الواردة بكراسات الشروط للحصول على اجازة احداث واستغلال قنوات إذاعية وتلفزية خاصة وجمعياتية بالجمهورية التونسية فيما يتعارض معه.

ويلغي هذا القرار كلّ الاتفاقات المخالفة لمقتضياته.

الفصل 33: يدخل هذا القرار حيّز النفاذ من تاريخ صدوره وينشر بالرائد الرسمي للجمهورية التونسية.

عن مجلس الهيئة العليا المستقلة للإتصال السمعي والبصري

الرئيس

النوري اللجمي