

قرار عدد 1 لسنة 2018 المؤرخ في 15 فيفري 2018 المتعلق بالقواعد السلوكية للإشهار في وسائل الاتصال السمعي والبصري

إن مجلس الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري،

بعد الاطلاع على المرسوم عدد 116 لسنة 2011 المؤرخ في 2 نوفمبر 2011 المتعلق بحرية الاتصال السمعي والبصري وبإحداث هيئة عليا مستقلة للاتصال السمعي والبصري وخاصة الفصل 16 منه،

وعلى قرار الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري عدد 1 لسنة 2014 المؤرخ في 5 مارس 2014 والمتعلق بإصدار كراس الشروط للحصول على إجازة إحداث واستغلال قناة إذاعية خاصة بالجمهورية التونسية،

وعلى قرار الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري عدد 2 لسنة 2014 المؤرخ في 5 مارس 2014 والمتعلق بإصدار كراس الشروط للحصول على إجازة إحداث واستغلال قناة تلفزيونية خاصة بالجمهورية التونسية،

وعلى قرار الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري عدد 3 لسنة 2014 المؤرخ في 5 مارس 2014 والمتعلق بإصدار كراس الشروط للحصول على إجازة إحداث واستغلال قناة إذاعية جمعياتية بالجمهورية التونسية،

وعلى قرار الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري عدد 4 لسنة 2014 المؤرخ في 5 مارس 2014 والمتعلق بإصدار كراس الشروط للحصول على إجازة إحداث واستغلال قناة تلفزيونية جمعياتية بالجمهورية التونسية،

وحرصا من الهيئة على تيسير عمل المنشآت السمعية والبصرية وتشجيعها على الإنتاج وتحسين الظروف الاجتماعية للعاملين فيها، وتنظيم سوق الإشهار وضمان شفافيته من خلال قواعد موضوعية تمكن من مسايرة التطور الاقتصادي وتأطير مختلف أشكال الاتصال التجاري.

قرّر إصدار القرار الآتي نصّه :

الباب الأول - المفاهيم

الفصل الأول -

- 1) الإشهار: هو كل عملية اتصال موجهة للجمهور تكون مخصصة للبيث 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 البيث 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 قاداتها أو حزبها 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 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) التسوق عبر الشاشة: هو عملية تسويقية مباشرة عن طريق التلفزة في شكل برامج تهدف إلى البيع عن بعد لمنتجات أو خدمات بمقابل مادي أو غيره.
- 7) الروبورتاج الإشهاري: هو إشهار يتخذ شكل مضمون صحفي يهدف إلى 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 وبقنصني 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 للموضات 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 إيداع نموذج من ذلك لدى الهيئة من أجل تنظيم عملية رصد الرسائل الإشهارية وتفادي كل ما من شأنه أن يغالط الجمهور أو يحدث لديه لبسا بخصوص طبيعة الرسالة الموجهة له، إن كانت إعلامية أم تجارية .
- (5) ويعد الإشهار الذي لم يقع الإعلان عنه بوضوح من قبيل الإشهار المقنع أيا كان شكله.
- (6) يمنع الإشهار مهما كان شكله خلال النشرات الإخبارية والبرامج الدينية.
- (7) يمنع توظيف القرآن الكريم والأحاديث النبوية في الاتصال التجاري¹.
- (8) يمنع الإشهار السياسي ويحجر على الأحزاب السياسية رعاية برامج إذاعية وتلفزيونية.
- (9) يمنع الإشهار الكاذب المتضمن لمغالطات .
- (10) يمنع بثّ الإشهار للمنتجات التالية:
 - المشروبات الكحولية،
 - التبغ،
 - الأسلحة وكلّ المنتجات التي يمنع الاتجار فيها،
 - السحر والشعوذة وكلّ الأنشطة غير المرخص فيها.
- (11) يمنع إقحام الأطفال في برامج التسوق عبر الشاشة، كما يمنع توظيفهم في الاتصال الإشهاري بما لا يراعي مصلحتهم الفضلى.
- (12) 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 الخاصة

القسم الأول - في القنوات التلفزيونية والإذاعية الخاصة

الفصل 3 - لا تتجاوز مدة بثّ الإشهار في القنوات التلفزيونية والإذاعية الخاصة عشر دقائق في السنتين دقيقة واثنين عشر دقيقة خلال شهر رمضان.

الفصل 4 - يجب أن لا يتجاوز زمن الفاصل الإشهاري خمس (5) دقائق.

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

القسم الثاني - في القنوات التلفزيونية والإذاعية الجماعية

الفصل 5 - لا تتجاوز مدة بثّ الإشهار في القنوات التلفزيونية والإذاعية الجماعية خمس دقائق في السنتين دقيقة.

الفصل 6 - يجب أن لا يتجاوز زمن الفاصل الإشهاري ثلاثة (3) دقائق.

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

الباب الرابع - في ضوابط أشكال الاتصال التجاري

1 الفصل 2 - نقطة 6 مكرر أضيفت بمقتضى قرار الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي والبصري عدد 1 لسنة 2020 مؤرخ في 13 جانفي 2020

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 الفقرة 8 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 الذي 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 إلى 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 المنتجات أو الخدمات المخصصة للمشاهدين 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 تهمين 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" إشهاراً مقنعاً على معنى الفقرة 4 من الفصل 2 من هذا القرار.

الفصل 14 - يتم تعريف البرنامج الذي يتضمن "وضع المنتج" وفقاً لما يلي:

- الإشارة إلى أن "البرنامج الموالي يتضمن وضع منتجات / علامات / خدمات ستظهر في إطار عقد إشهاري".
- وتظهر 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 مجدداً في نهاية كل فاصل إشهاري.
- 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 الأطفال.

الفصل 17 - يمنع الإشهار عبر تقاسم الشاشة لكل المنتجات 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 المنتجات 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 المنتجات والخدمات والعلامات الممنوعة من الإشهار 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 الاتصال التجاري.

الفصل 28 - لا يجوز بث برامج التسوق عبر الشاشة خارج الفترة الزمنية الممتدة 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 المخلة 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 أن تلتزم برامج التسوق عبر الشاشة بالقوانين والتراتب المتعلّقة بالتجارة وبحماية المستهلك كما يمنع استعمال الأطفال في هذا الصنف من الاتصال التجاري ولو تعلق المنتج بهم مباشرة. ويمكن للهيئة العليا المستقلة للاتصال 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 والاتصال عن بعد. وتتفني وجوبية الإشارة لذلك حين تكون كلفة الاتصال المعتمدة مطابقة للتكلفة الدنيا التي يقع تطبيقها على تكنولوجيات الاتصال 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 2 نوفمبر 2011 والمتعلّق بحرية الاتصال السمعي والبصري وبإحداث هيئة عليا مستقلة للاتصال السمعي والبصري.

الباب السادس - أحكام ختامية

الفصل 32 - يلغي هذا القرار ويعوّض الأحكام المنظمة للإشهار الواردة بكراسات الشروط للحصول على إجازة إحداث 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.