

DESIGNATION DES PROGRAMMES	RUBRIQUES BUDGETAIRES
Soutien à la mise en œuvre de l'Initiative nationale pour le développement humain.	<ul style="list-style-type: none"> • Dépenses afférentes à la mise en œuvre de l'Initiative nationale pour le développement humain au niveau national : <ul style="list-style-type: none"> – formation et renforcement des capacités ; – assistance technique ; – communication ; – suivi et évaluation ; – organisation de manifestations. • Contribution aux dépenses de fonctionnement de la coordination nationale de l'INDH. • Dépenses afférentes au fonctionnement de l'observatoire national du

ART. 2. – Le présent arrêté conjoint sera publié au *Bulletin officiel*.

Rabat, le 5 rabii II 1428 (23 avril 2007).

Le ministre de l'intérieur,
CHAKIB BENMOUSSA.

*Le ministre des finances
et de la privatisation,*
FATHALLAH OUALALOU.

Le texte en langue arabe a été publié dans l'édition générale du « Bulletin officiel » n° 5529 du 11 jourmada I 1428 (28 mai 2007).

Arrêté conjoint du ministre de la culture et du ministre des finances et de la privatisation n° 570-07 du 14 rabii II 1428 (2 mai 2007) fixant le prix de vente du catalogue le « Musée national des bijoux » publié par le ministère de la culture.

LE MINISTRE DE LA CULTURE,

LE MINISTRE DES FINANCES ET DE LA PRIVATISATION,

Vu le décret n° 2-84-22 du 7 rabii II 1404 (11 janvier 1984) portant institution de rémunérations de services rendus par le ministère des affaires culturelles, notamment son article 2,

ARRÊTENT :

ARTICLE PREMIER. – Le prix de vente du catalogue « Musée national des bijoux » publié par le ministère de la culture est fixé à soixante dix dirhams (70 DH) par unité vendue au Maroc et à dix euros (10 euros) par unité vendue à l'occasion de l'organisation des expositions à l'étranger.

ART. 2. – Le ministère de la culture peut réduire le prix de vente du catalogue précité à raison de 50% à l'occasion des expositions organisées à l'intérieur du territoire national et à raison de 30 % à l'occasion de la vente au même destinataire, de plus de 100 copies.

ART. 3. – Le ministère de la culture peut charger, pour la distribution du catalogue susvisé, une société spécialisée, en vertu d'un contrat de concession en contrepartie d'une réduction de 30% du prix de vente au public.

ART. 4. – Le présent arrêté conjoint sera publié au *Bulletin officiel*.

Rabat, le 14 rabii II 1428 (2 mai 2007).

Le ministre de la culture,
MOHAMED ACHAARI.

*Le ministre des finances
et de la privatisation,*
FATHALLAH OUALALOU.

Le texte en langue arabe a été publié dans l'édition générale du « Bulletin officiel » n° 5528 du 7 jourmada I 1428 (24 mai 2007).

Arrêté du ministre délégué auprès du Premier ministre, chargé des affaires économiques et générales n° 649-07 du 16 rabii II 1428 (4 mai 2007) fixant les modalités de publicité et d'information du consommateur en matière de services de télécommunications.

LE MINISTRE DELGUE AUPRES DU PREMIER MINISTRE,
CHARGE DES AFFAIRES ECONOMIQUES ET GENERALES,

Vu la loi n° 06-99 relative à la liberté des prix et à la concurrence, promulguée par le dahir n° 1-00-225 du 2 rabii I 1421 (5 juin 2000), notamment son article 47 ;

Vu la loi n° 24-96 relative à la poste et aux télécommunications, promulguée par le dahir n° 1-97-162 du 2 rabii II 1418 (7 août 1997), telle qu'elle a été modifiée et complétée, notamment son article 8 *bis* ;

Vu la loi n° 77-03 relative à la communication audiovisuelle, promulguée par le dahir n° 1-04-257 du 25 kaada 1425 (7 janvier 2005) ;

Vu le décret n° 2-00-854 du 28 jourmada II 1422 (17 septembre 2001) pris pour l'application de la loi n° 06-99 sur la liberté des prix et de la concurrence, notamment son article 10 ;

Vu le décret n° 2-97-1026 du 27 chaoual 1418 (25 février 1998) relatif aux conditions générales d'exploitation des réseaux publics de télécommunications, tel qu'il a été modifié et complété par le décret n° 2-05-771 du 6 jourmada II 1426 (13 juillet 2005) notamment ses articles 2 et 3 ;

Vu le décret n° 2-05-772 du 6 jourmada II 1426 (13 juillet 2005) relatif à la procédure suivie devant l'ANRT en matière de litiges, de pratiques anticoncurrentielles et d'opérations de concentration économique ;

Vu le décret n° 2-04-532 du 7 jourmada I 1425 (25 juin 2004) portant délégation d'attributions et de pouvoirs à M. Rachid Talbi El Alami, ministre délégué auprès du Premier ministre, chargé des affaires économiques et générales ;

Vu le décret n° 2-97-1024 du 27 chaoual 1418 (25 février 1998) fixant la liste des services à valeur ajoutée,

ARRÊTE :

ARTICLE PREMIER. – Le présent arrêté porte sur les modalités de publicité des services de télécommunications et fixe les dispositions particulières d'information du consommateur en matière de prix et des conditions de réalisation de ces prestations,

devant être respectées par les exploitants de réseaux publics de télécommunications, les fournisseurs de services à valeur ajoutée, désignés ci-après respectivement par ERPT et FSVA et les sous-traitants.

ART. 2. – Au sens du présent arrêté, on entend par publicité toute forme de message quel que soit son support ; radiodiffusé, télévisé, écrit y compris par SMS (short message service) ou électronique, émis par un ERPT, un FSVA ou un sous-traitant pour promouvoir la commercialisation et/ou la vente de services des télécommunications qui rentrent respectivement dans le cadre de leur licence ou de leur déclaration.

ART. 3. – Les ERPT, les FSVA et les sous-traitants sont tenus d'informer le public des tarifs et des conditions générales et spécifiques de leurs offres de services.

Cette information devra clairement préciser le contenu et la portée de l'offre et ses détails, notamment techniques, tarifaires et contractuels.

Chaque modification apportée aux conditions initiales de l'offre doit être portée à la connaissance du public avec des moyens et supports identiques à ceux utilisés lors de son lancement.

ART. 4. – Les ERPT, les FSVA et les sous-traitants doivent au niveau de leurs messages publicitaires quel que soit leur support (visuel, audio, papier, par SMS ou par voie électronique) préciser les informations sur les caractéristiques essentielles de l'offre, qui peuvent varier en fonction du produit ou service. Ces informations sont notamment :

- la désignation exacte de l'offre proposée ;
- les tarifs de l'offre toutes taxes comprises (TTC) en l'occurrence le tarif principal de l'offre lorsque l'offre comprend plusieurs composantes tarifaires ;
- la ou les durées minimales d'engagement liées à l'offre ;
- les conditions d'accès à l'offre y compris les équipements clients nécessaires pour y accéder ;
- dans le cas où un équipement spécifique est indispensable pour le fonctionnement du service proposé dans l'offre, ses caractéristiques obligatoires ainsi que ses prix (TTC).

Dans tous les cas, les ERPT, les FSVA et les sous-traitants doivent procéder à l'affichage, dans les agences commerciales et les points de ventes, de manière lisible et visible, à l'endroit où la clientèle est reçue habituellement, de toute l'information minimale ci-dessus relative à chaque offre de prestation de service de télécommunication.

ART. 5. – Les ERPT, les FSVA et les sous-traitants doivent respecter les principes de loyauté et de lisibilité des messages publicitaires quelque soit leur support et pour toutes leurs offres. Ils doivent garantir une information juste des consommateurs.

ART. 6. – Pour garantir la loyauté du message publicitaire, les ERPT, les FSVA et les sous-traitants sont tenus de prendre les mesures à même de veiller, notamment, à :

- l'exactitude des informations relatives à l'offre ;

- la précision de la durée de disponibilité de l'offre en termes de quantité et de prix ;
- l'absence de toute mention de nature à induire le consommateur en erreur ;
- l'identification exacte de l'origine du message publicitaire lorsqu'il est transmis par SMS ou par voie électronique ;
- la mise à la disposition du client de la possibilité de ne pas recevoir le message publicitaire transmis par SMS ou par voie électronique.

ART. 7. – Les ERPT, les FSVA et les sous-traitants doivent au niveau de leurs messages et documents publicitaires réunir toutes les conditions qui en assurent la lisibilité.

La lisibilité doit être assurée au niveau de toutes les composantes du message publicitaire y compris les mentions et renvois qui peuvent comprendre des exceptions et/ou des limitations aux caractéristiques de l'offre. Les mentions et renvois doivent apparaître clairement dans le message publicitaire.

La lisibilité doit se traduire par l'usage de caractères qui notamment de par leur taille, leur couleur, leur contraste et leur emplacement dans le message publicitaire permettent la lecture de toutes les mentions dans des conditions normales.

Les ERPT, les FSVA et les sous-traitants sont tenus :

- d'afficher clairement et explicitement le message principal de la publicité qui peut être le prix TTC ou tout autre caractéristique essentielle de l'offre telle que précisée à l'article 4 ci-dessus ;
- d'afficher lisiblement les différentes caractéristiques de l'offre telles que les conditions d'éligibilité et/ou les conditions d'application ;
- d'afficher dans le même espace visuel et les mêmes conditions du message principal, les conditions particulières auxquelles l'offre est soumise.

En ce qui concerne les messages publicitaires audio, le message verbal doit mettre en évidence toutes les caractéristiques essentielles de l'offre décrites à l'article 4 ci-dessus.

ART. 8. – En cas d'offre comprenant une promotion, les ERPT, les FSVA et les sous-traitants doivent mettre en évidence au niveau du message publicitaire de manière explicite, en sus du prix promotionnel (TTC), le prix pérenne (TTC) applicable à l'issue de la promotion, la période de la promotion ainsi que les conditions pour en bénéficier.

ART. 9. – Le présent arrêté sera publié au *Bulletin officiel*.

Rabat, le 16 rabii II 1428 (4 mai 2007).

RACHID TALBI EL ALAMI.