



## La publicité

*La publicité est un moyen incontournable destiné à faire connaître son produit et inciter à l'achat. L'objectif de la publicité est donc de vanter le produit, ou le service en question, en attirant l'attention du consommateur. La publicité comparative, quant à elle, concerne la comparaison des caractéristiques de marques différentes. La loi n° 31-08 édictant des mesures de protection du consommateur a prévu des dispositions pour protéger le consommateur des publicités déloyales, mensongères, ou trompeuses.*

### 1 - Ce que prévoit la loi pour protéger le consommateur en matière de publicité

La loi n° 31-08 a interdit au fournisseur d'émettre de fausses allégations ou informations de nature à induire le consommateur en erreur, notamment quand cela concerne les éléments suivants :

- l'existence, la nature, la composition ;
- les qualités substantielles, la teneur en principes utiles, l'espèce, l'origine, la quantité ;
- le mode et la date de fabrication ;
- les propriétés, la date de péremption ;
- le prix ou le tarif et les conditions de vente des biens, des produits ou services objet de la publicité ;
- les conditions ou les résultats de leur utilisation, les motifs ou les procédés de la vente ou de la prestation de services ;
- la portée des engagements pris par l'annonceur, l'identité, les qualités ou les aptitudes du fabricant, des revendeurs, des promoteurs ou des prestataires.

#### Conseils !

- Vérifier toujours les informations fournies par le fournisseur dans la publicité et méfiez-vous des publicités trop alléchantes.
- Demandez toujours les délais de validité des offres contenues dans les publicités.
- Prenez votre temps avant d'acheter et vérifiez dans d'autres magasins ou sites marchands, le prix et les caractéristiques proposés dans la publicité.

### 2 - La publicité a une obligation de clarté pour ne pas induire en erreur le consommateur

Toute publicité doit indiquer clairement et sans ambiguïté sa nature publicitaire et préciser le fournisseur pour lequel elle a été réalisée. Les offres promotionnelles, notamment les ventes en soldes, les cadeaux, les primes et les loteries publicitaires, doivent particulièrement être explicites quant à leur nature.

### **3 - La publicité comparative doit être loyale**

Pour sa part, la publicité comparative doit être loyale, véridique et ne pas induire en erreur le consommateur. Elle ne doit porter que sur des caractéristiques essentielles, significatives, pertinentes et vérifiables de biens ou services de même nature et disponibles sur le marché. Elle peut également porter sur les prix. Dans ce cas, elle doit concerner des produits ou services identiques, vendus dans les mêmes conditions et indiquer la durée pendant laquelle sont maintenus les prix mentionnés comme siens par l'annonceur.

### **4 - La publicité électronique : elle peut être refusée**

Dans le cas de publicité transmise par voie électronique, le fournisseur doit donner au consommateur une information claire et compréhensible lui permettant de s'opposer à recevoir des publicités dans le futur.

### **5 - La publicité et le crédit à la consommation : des informations obligatoires**

Le crédit à la consommation fait l'objet de nombreuses campagnes de publicité. Elle doit être honnête et informative. Pour cela, elle doit veiller à :

- identifier le prêteur : adresse (personne morale), siège social, la nature, l'objet et la durée de l'opération proposée ainsi que le coût total et, s'il y a lieu, le taux effectif global du crédit. La publicité par écrit, indique si le taux est fixe ou variable. La taille des caractères du montant des échéances doit être au moins de la même taille que les informations relatives aux caractéristiques du financement, dans le corps du texte publicitaire ;
- préciser le montant, en dirhams, des remboursements par échéance ou, le moyen de le déterminer, incluant le coût de l'assurance, le cas échéant, pour obtenir le financement et le coût des perceptions forfaitaires ;
- indiquer, pour les opérations à durée déterminée, le nombre d'échéances.

Lorsque les messages publicitaires pour le crédit à la consommation sont radiophoniques, la publicité doit également fournir au consommateur des informations concernant l'identité du prêteur, le coût total, le montant des remboursements par échéance en dirhams ou, en cas d'impossibilité, le moyen de le déterminer, le nombre d'échéances ainsi que la durée de l'opération proposée.

### **Etre informé pour mieux consommer**

*Pour en savoir plus en matière de protection du consommateur*  
[www.khidmat-almostahlik.ma](http://www.khidmat-almostahlik.ma)