

23 janvier 1996. — 114 MCU. SDU. SC. CL. OC. — Il est concédé à titre provisoire à Mme Touré, épouse Koné Mama, le lot n° A (A), îlot 10 de Séguélon, d'une superficie de 973 mètres carrés, immatriculé au nom de l'Etat sous le numéro 397 de la circonscription foncière d'Odienné.

23 janvier 1996. — 117 MCU. SDU. ST. — Il est concédé à titre provisoire à M. Congo Salam, le lot n° 618, îlot 63 de Koumassi Nord-Est, d'une superficie de 960 mètres carrés, immatriculé au nom de l'Etat sous le numéro 66 051 de la circonscription foncière de Bingerville (section cadastrale KO).

MINISTERE DE LA COMMUNICATION

DECRET n° 96-630 du 9 août 1996 portant création, organisation et fonctionnement du Conseil supérieur de la Publicité (C.S.P.).

LE PRESIDENT DE LA REPUBLIQUE,

Sur rapport du ministre de la Communication,

Vu la Constitution ;

Vu le décret n° 79-419 du 23 mai 1979 portant création du Conseil supérieur de la Publicité tel que modifié par le décret n° 82-1041 du 23 novembre 1982 ;

Vu le décret n° 93-226 du 10 février 1993 déterminant les attributions, l'organisation et le fonctionnement du Conseil supérieur de la Publicité ;

Vu le décret n° 93-317 du 11 mars 1993 portant réglementation des professions publicitaires ;

Vu le décret n° 96 PR. 02 du 26 janvier 1996 portant nomination des membres du Gouvernement ;

Vu le décret n° 96-179 du 1^{er} mars 1996 portant attributions des membres du Gouvernement ;

Le Conseil des ministres entendu,

DECRETE :

Article premier. — Il est créé auprès du ministre chargé de la Communication, un organisme consultatif dénommé « Conseil supérieur de la Publicité » (C.S.P.).

TITRE PREMIER

Attributions du Conseil supérieur de la Publicité

Art. 2. — Le Conseil supérieur de la Publicité assiste le ministre chargé de la Communication dans la gestion du secteur publicitaire sur le territoire national.

A ce titre, il donne son avis sur :

— Les demandes d'accréditation des agences-conseil, des régisseurs, des éditeurs, des afficheurs et des courtiers en publicité, ainsi que des supports publicitaires ;

— Les projets de textes législatifs et réglementaires devant régir l'activité publicitaire.

Art. 3. — Le Conseil supérieur de la Publicité s'assure du respect de la réglementation en vigueur relativement :

— A l'exercice de toutes les professions publicitaires ;

— A l'objet et au contenu de toute annonce ou de tout message publicitaire quel que soit le support d'expression.

Il vérifie la diffusion et l'audience des supports.

Les prestations fournies par le Conseil supérieur de la Publicité dans le cadre des présentes missions sont objet à rémunération dont le montant et les modalités de perception sont fixés par arrêté du ministre chargé de la Communication et du ministre chargé de l'Economie et des Finances.

Art. 4. — Le Conseil supérieur de la Publicité propose toutes mesures susceptibles de favoriser la promotion et le développement de l'activité publicitaire.

Il sert d'arbitre pour les litiges entre les acteurs de la publicité, relativement à l'exercice de leur activité.

Le Conseil supérieur de la Publicité statue en tant que Conseil de Discipline sur les manquements aux règles et à la déontologie de la profession, et propose au ministre chargé de la Communication les sanctions appropriées.

Art. 5. — Le Conseil supérieur de la Publicité peut proposer, à l'encontre des contrevenants aux obligations de la profession, les sanctions suivantes :

— La diffusion aux frais du contrevenant d'une ou plusieurs annonces rectificatives ;

— La saisie des supports fabriqués ou en cours de fabrication ;

— La suspension de la fabrication de nouveaux supports ;

— La cessation de la diffusion de l'annonce ;

— L'arrêt de la campagne publicitaire ;

— L'avertissement ;

— Le blâme ;

— Le retrait temporaire de la Carte professionnelle d'Accréditation ou de la Carte professionnelle d'Identité ;

— L'interdiction définitive de l'exercice de toute activité publicitaire.

Certaines sanctions peuvent être prononcées comme mesures complémentaires.

TITRE II

Composition du Conseil supérieur de la Publicité

Art. 6. — Le Conseil supérieur de la Publicité est composé de :

— Un représentant du ministre chargé de la Communication, *président* ;

— Un représentant du ministre chargé de l'Economie et des Finances ;

— Un représentant du ministre chargé du Commerce ;

— Un représentant du ministre chargé de l'Intérieur ;

— Un représentant du ministre chargé de la Santé ;

— Un représentant du ministre chargé de la Justice ;

— Un représentant du ministre chargé de l'Industrie ;

— Un représentant du Conseil national de la Communication audiovisuelle (C.N.C.A.) ;

- Un représentant de l'Association Côte d'Ivoire Normalisation (CODINORM) ;
- Cinq représentants des associations interprofessionnelles ;
- Deux représentants des associations d'annonceurs ;
- Deux représentants des associations de consommateurs.

Art. 7. — Les membres du Conseil supérieur de la Publicité sont nommés par arrêté du ministre chargé de la Communication sur proposition des ministres, organismes et associations concernés.

Il est pourvu à leur remplacement dans les conditions de l'alinéa premier ci-dessus.

Art. 8. — Les représentants des associations doivent satisfaire aux critères de représentativité qui seront définis par arrêté du ministre chargé de la Communication, relativement au secteur concerné.

Art. 9. — Les fonctions de membre du Conseil supérieur de la Publicité sont gratuites.

Art. 10. — Les membres du Conseil supérieur de la Publicité ne peuvent délibérer dans une affaire où ils ont un intérêt, ou s'ils représentent, ou ont eu à représenter une des parties intéressées au cours des trois années précédentes.

Ils sont tenus au secret des délibérations.

TITRE III

Organisation et fonctionnement du Conseil supérieur de la Publicité

Art. 11. — Le Conseil supérieur de la Publicité se réunit une fois par mois sur convocation de son président qui fixe l'ordre du jour.

Il peut tenir des sessions extraordinaires sur convocation du président ou le cas échéant, à la demande du ministre chargé de la Communication.

Le président peut convoquer aux réunions du Conseil avec voix consultative, toute personne dont il juge utile de cueillir les avis.

Art. 12. — Le Conseil supérieur de la Publicité ne délibère valablement que si 2/3 au moins de ses membres sont présents ou représentés.

Lorsque le quorum n'est pas atteint, les points inscrits à l'ordre du jour sont examinés dans le cadre d'une session extraordinaire qui délibère sans exigence de quorum.

Art. 13. — Le Conseil supérieur de la Publicité statue à la majorité simple des voix des membres présents ou représentés.

En cas de partage des voix, celle du président est prépondérante.

Les avis du Conseil supérieur de la Publicité sont motivés.

Art. 14. — Le Conseil supérieur de la Publicité peut constituer en son sein des commissions techniques permanentes ou *ad hoc*.

Art. 15. — Le Secrétariat du Conseil supérieur de la Publicité est assuré par le ministère de la Communication.

Art. 16. — Le Conseil supérieur de la Publicité établit son règlement intérieur qui définit les modalités de son fonctionnement.

Art. 17. — Les dépenses de fonctionnement du Conseil supérieur de la Publicité sont inscrites au budget du ministère de la Communication.

TITRE IV

Dispositions finales

Art. 18. — Sont abrogées toutes dispositions antérieures au présent décret, notamment les décrets n° 79-419 du 23 mai 1979 et n° 93-226 du 10 février 1993 susvisés.

Art. 19. — Le ministre de la Communication est chargé de l'exécution du présent décret qui sera publié au *Journal officiel* de la République de Côte d'Ivoire.

Fait à Abidjan, le 9 août 1996.

Henri Konan BEDIE.

DECRET n° 96-632 du 9 août 1996 modifiant le décret n° 96-236 du 13 mars 1996 portant organisation du ministère de la Communication.

LE PRESIDENT DE LA REPUBLIQUE,

Sur rapport du ministre de la Communication,

Vu la Constitution ;

Vu le décret n° 96 PR.-02 du 26 janvier 1996 portant nomination des membres du Gouvernement ;

Vu le décret n° 96-179 du 1^{er} mars 1996 portant attributions des membres du Gouvernement ;

Vu le décret n° 96-236 du 13 mars 1996 portant organisation du ministère de la Communication ;

Le Conseil des ministres entendu,

DECRETE :

Article premier. — Le chapitre II du décret n° 96-236 du 13 mars 1996 portant organisation du ministère de la Communication est modifié et complété ainsi qu'il suit :

Article 3 nouveau. — Sont rattachés au Cabinet :

— L'Inspection générale de la Communication ;

— Le service de la Documentation ;

— Le service des Relations extérieures ;

— Le service de la Communication publicitaire.

Article 6 bis. — Le service de la Communication publicitaire est chargé de l'organisation, du contrôle, et de la régulation de l'activité publicitaire sur le territoire national.

Il est dirigé par un chef de service ayant rang de sous-directeur d'Administration centrale.

Art. 2. — Toutes les autres dispositions du décret n° 96-236 du 13 mars 1996 suscité, demeurent inchangées.

Art. 3. — Le ministre de la Communication est chargé de l'exécution du présent décret qui sera publié au *Journal officiel* de la République de Côte d'Ivoire.

Fait à Abidjan, le 9 août 1996.

Henri Konan BEDIE.