

BURKINA FASO

UNITE-PROGRES-JUSTICE

**CONSEIL NATIONAL
DE LA TRANSITION**

IV^E REPUBLIQUE

LEGISLATURE DE LA TRANSITION

LOI N°080-2015/CNT

**PORTANT REGLEMENTATION DE LA PUBLICITE
AU BURKINA FASO**

LE CONSEIL NATIONAL DE LA TRANSITION

Vu la Constitution ;

Vu la Charte de la transition ;

Vu la résolution n°001-2014/CNT du 27 novembre 2014, portant validation du mandat des membres du Conseil national de la transition ;

a délibéré en sa séance du 23 novembre 2015
et adopté la loi dont la teneur suit :

TITRE I : DES DISPOSITIONS GENERALES

Article 1 :

La présente loi régit les opérations de publicité et les professions publicitaires au Burkina Faso.

Article 2 :

Constitue une opération de publicité :

- toute inscription, forme, image ou son destinés à informer le public ou à attirer son attention sur une marque, un produit ou un service ;
- tout dispositif dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes, images ou son ;
- toute exposition publique à but publicitaire.

Article 3 :

La présente loi s'applique à tout média utilisé comme support publicitaire tels que la radio, la télévision, la presse écrite, l'affichage, les pré-enseignes, les enseignes, l'internet, la téléphonie mobile et tout autre procédé du même type découlant des progrès de la technologie dans le domaine de la communication.

Article 4 :

L'Etat assure la régulation du secteur de la publicité par le biais de l'instance nationale chargée de la régulation du secteur de la communication avec le concours des structures compétentes.

TITRE II : DES CONDITIONS D'EXERCICE DES PROFESSIONS PUBLICITAIRES

CHAPITRE 1 : DES PROFESSIONS PUBLICITAIRES

Section 1 : De la définition et du statut des professions publicitaires

Article 5 :

L'exercice des professions publicitaires est libre sous réserve du respect des textes en vigueur.

Article 6 :

Est considérée comme exerçant une profession publicitaire, toute personne physique ou morale qui, de manière habituelle, se livre à titre principal à des opérations de publicité.

Article 7 :

L'exercice de la profession publicitaire est incompatible avec tout emploi public.

Article 8 :

Les professions publicitaires sont exercées par :

- l'agence-conseil en publicité ;
- la régie publicitaire ;
- le courtier en publicité ;
- l'éditeur publicitaire.

Paragraphe 1 : De la profession d'agence-conseil en publicité

Article 9 :

Est considérée comme agence-conseil en publicité, toute entreprise qui assure l'étude, la conception, la réalisation et la mise en œuvre de projets, campagnes et programmes publicitaires.

L'agence-conseil veille à la bonne exécution des projets, campagnes et programmes publicitaires.

Article 10 :

Toute agence-conseil en publicité est constituée selon les textes régissant les professions commerciales.

Paragraphe 2 : De la profession de régie publicitaire

Article 11 :

Est considérée comme régie publicitaire, toute agence qui assure en exclusivité l'exploitation de support publicitaire, en qualité de mandataire ou de propriétaire.

Dans le cas d'un mandat, le régisseur de publicité est lié au propriétaire du support publicitaire par un contrat de régie.

Paragraphe 3 : De la profession de courtier en publicité

Article 12 :

Est considérée comme courtier en publicité, toute personne physique ou morale qui recherche des contrats de publicité pour le compte des régies publicitaires ou des propriétaires de supports publicitaires dont elle est le mandataire.

Paragraphe 4 : De la profession d'éditeur publicitaire

Article 13 :

Est considérée comme éditeur publicitaire, toute personne physique qui crée et édite des moyens publicitaires ou toute personne morale qui assure la création et l'édition des outils publicitaires.

L'éditeur publicitaire peut également se consacrer à la confection de matériaux servant à la présentation de la publicité.

Article 14 :

L'œuvre publicitaire est protégée conformément aux textes régissant la propriété littéraire et artistique au Burkina Faso.

Section 2 : Des conditions générales d'exercice de la profession publicitaire

Article 15 :

Pour exercer la profession publicitaire, il faut :

- justifier d'une aptitude professionnelle attestée par un titre universitaire ou équivalent dans les domaines de la communication, du marketing ou des relations publiques ou justifier d'une expérience professionnelle d'au moins cinq ans dans ces domaines ;
- avoir préalablement fait une déclaration d'activité auprès de l'instance nationale chargée de la régulation de la communication ;
- être inscrit au registre du commerce ;
- disposer d'un numéro d'Identifiant financier unique (IFU).

Article 16 :

Toute agence-conseil de droit étranger désirant exercer au Burkina Faso ainsi que tout support devant être diffusé ou distribué sur le territoire burkinabè utilisent les services d'une régie ou d'une agence de publicité de droit burkinabè sous réserve de réciprocité.

CHAPITRE 2 : DE LA FORME ET DU CONTENU DES MESSAGES PUBLICITAIRES

Section 1 : Du contenu des messages publicitaires

Paragraphe 1 : Des dispositions communes

Article 17 :

Tout message publicitaire doit comporter la signature de l'agence créatrice.

Article 18 :

Tout message publicitaire doit être conforme aux exigences de véracité, de décence et de respect de la dignité de la personne humaine.

Article 19 :

Aucun message publicitaire ne doit contenir des discriminations fondées notamment sur la couleur de la peau, le sexe, la caste, la nationalité, la religion ou l'appartenance à un groupe ethnique.

Article 20 :

Aucun message publicitaire ne doit contenir des scènes de violence, des scènes provoquant la peur ou la haine, des scènes encourageant les abus, l'imprudence ou la négligence ou des scènes portant atteinte aux droits des mineurs, à l'intimité de la vie privée, à l'ordre public ou aux bonnes mœurs.

Article 21 :

Aucun message publicitaire ne doit contenir des éléments de nature à porter atteinte aux convictions culturelles, religieuses, philosophiques ou politiques des individus.

Article 22 :

Il est interdit de faire de la publicité sur des produits illégaux et notamment sur des produits de contrefaçon ou de contrebande.

Paragraphe 2 : De la publicité sur le tabac et les produits du tabac

Article 23 :

Toute publicité sur le tabac et les produits du tabac par quelque procédé ou sous quelque forme que ce soit est interdite à la radio, à la télévision, dans la presse écrite, sur internet, par les téléphonies mobiles et par voie d'affichage sur la voie publique.

Sont des produits du tabac, les produits destinés à être fumés, prisés ou mâchés, les produits dérivés du tabac ainsi que les objets servant à consommer le tabac ou ses produits.

Article 24 :

Est autorisée l'apposition d'enseignes à l'intérieur des débits de tabac et d'affiches non visibles de l'extérieur.

Sont également autorisées, les publications éditées par et pour les organisations professionnelles de producteurs, de fabricants et de distributeurs des produits du tabac.

Article 25 :

Aucune publicité en faveur d'un organisme, d'une administration, d'une activité, d'un produit ou d'un article autre que le tabac ou un produit du tabac ne doit par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une marque, d'un emblème publicitaire ou de tout autre signe distinctif, rappeler le tabac ou un produit du tabac.

Article 26 :

L'offre, la remise et la distribution à titre gratuit de tabac ou de produits du tabac, sont interdites lorsqu'elles sont faites à des fins publicitaires à l'occasion de manifestations télévisées ou publiques.

Article 27 :

Il est interdit de faire apparaître sous quelque forme que ce soit à l'occasion ou au cours d'une manifestation sportive, culturelle, politique ou toute autre manifestation publique de jeunesse, le nom, la marque ou l'emblème publicitaire d'un produit du tabac ou le nom d'un producteur ou commerçant de tabac ou de produit de tabac.

Les dispositions de l'alinéa précédent s'appliquent aux opérations de parrainage ou de mécénat de l'industrie du tabac.

Paragraphe 3 : De la publicité sur les boissons alcooliques

Article 28 :

Est interdite sur les stades, terrains de sport publics ou privés, salles de classe ou salles de sports, locaux des associations de jeunesse ou d'éducation populaire, toute publicité sous quelque forme que ce soit sur les boissons alcooliques.

De même, est interdite sur les stations de radiodiffusion sonore et télévisuelle, dans la presse écrite, dans les médias en ligne, l'affichage en agglomération, toute publicité sur les boissons alcooliques lorsque le degré d'alcool est supérieur à dix pour cent du volume.

Article 29 :

Les dispositions de l'article 28 ci-dessus ne s'appliquent pas aux opérations de parrainage ainsi qu'aux opérations de mécénat définies dans la présente loi lorsque la publicité ainsi faite est accompagnée d'un appel à une consommation modérée.

Article 30 :

Aucune publicité en faveur d'un organisme, d'une administration, d'une activité, d'un produit ou d'un article autre qu'une boisson alcoolique ne doit, par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une dénomination, d'une marque, d'un emblème publicitaire ou de tout autre signe distinctif, rappeler une boisson alcoolique interdite.

Paragraphe 4 : De la publicité des produits pharmaceutiques, des établissements sanitaires et des officines pharmaceutiques

Article 31 :

Toute publicité de produits pharmaceutiques ou produits de la médecine traditionnelle est interdite auprès du grand public sous réserve de l'obtention du visa délivré par le ministre en charge de la santé.

Le visa peut être suspendu en cas de publicité mensongère ou trompeuse.

Les conditions de délivrance du visa sont précisées par voie réglementaire.

Article 32 :

Constitue une publicité de produits pharmaceutiques, toute forme de communication, y compris le démarchage de prospection ou d'incitation, la distribution de prospectus qui vise à promouvoir la prescription, la délivrance, la vente ou la consommation de médicaments.

Toutefois, l'information technique concernant les médicaments, les dispositifs médicaux et les technologies médicales est libre auprès des agents du corps médical et paramédical.

Article 33 :

Est interdite toute publicité sur les établissements sanitaires, les morgues et effets mortuaires.

Article 34 :

Est interdite toute publicité sous quelque forme que ce soit portant sur les officines pharmaceutiques.

Paragraphe 5 : De la publicité sur les armes à feu et les munitions

Article 35 :

Est interdite toute publicité sur les armes à feu et les munitions.

Les dispositions de l'alinéa précédent s'appliquent aux jouets imitant les armes à feu.

Article 36 :

Est interdite toute publicité sur les établissements fabriquant ou vendant des armes à feu et ceux fabriquant ou vendant des munitions.

Paragraphe 6 : De la publicité sur la consommation d'énergie

Article 37 :

A l'exception des hydrocarbures gazeux et des énergies renouvelables, aucun message publicitaire ne doit inciter à la consommation des énergies provenant des sources d'énergie, notamment le bois de chauffe non durable, le charbon de bois et l'électricité.

Paragraphe 7 : De la publicité sur les produits cosmétiques

Article 38 :

Aucune publicité concernant un produit cosmétique ne doit comporter, sous quelque forme que ce soit, d'indication, de marque, ni de signe figuratif de nature à laisser croire qu'un tel produit a des caractéristiques qu'il ne possède pas.

Sont des produits cosmétiques, toute substance ou préparation destinée à être mise en contact avec les diverses parties superficielles du corps humain, les dents et les muqueuses en vue de les nettoyer, de les protéger, ou de les maintenir en bon état.

Article 39 :

Les produits contenant des substances vénéneuses à dose élevée et qui possèdent des propriétés curatives ou préventives, sont assimilés aux médicaments et obéissent aux conditions de la publicité des produits pharmaceutiques telles que définies par la présente loi.

Article 40 :

Toute publicité sur les produits cosmétiques doit être précédée du dépôt auprès du ministère en charge de la santé d'un dossier concernant la composition de ce produit.

Avant diffusion, toute publicité de produits cosmétiques faite sur les médias audiovisuels privés ou publics doit faire l'objet d'un visa délivré par le ministère en charge de la santé.

Article 41 :

La publicité des produits cosmétiques éclaircissants est interdite.

Section 2 : De la publicité de certains services

Paragraphe 1 : De la publicité sur les établissements d'enseignement

Article 42 :

Toute publicité sur le contenu des enseignements et sur les établissements d'enseignement doit au préalable obtenir un visa délivré par les ministres de tutelle technique.

Article 43 :

La demande de visa doit comprendre l'indication de tous les éléments de publicité et des moyens de diffusion utilisés.

Article 44 :

Lorsque l'établissement est privé, le terme « privé » doit clairement apparaître dans la publicité.

Article 45 :

Est interdit tout acte de démarchage entrepris directement ou par personne interposée, notamment le fait de se rendre au domicile des particuliers ou sur les lieux de travail pour provoquer la souscription d'un contrat d'enseignement.

Paragraphe 2 : De la publicité en matière d'architecture, de consultation et de rédaction d'actes juridiques

Article 46 :

Est interdite toute publicité par lettres, tracts, affiches, films cinématographiques, émissions radiophoniques ou télévisuelles en matière d'architecture, de consultation et de rédaction d'actes juridiques et ayant pour but d'attirer une clientèle.

CHAPITRE 3 : DE L'UTILISATION DE L'IMAGE DE LA FEMME ET DE L'ENFANT DANS LES MESSAGES PUBLICITAIRES

Section 1 : De l'utilisation de l'image de la femme dans les messages publicitaires

Article 47 :

Tout message publicitaire doit préserver la dignité de la femme.

Aucun message publicitaire ne doit contenir des dénigrements directs ou indirects à l'encontre de la femme.

Tout message publicitaire de nature à provoquer le mépris, le ridicule ou le discrédit à l'égard de la femme est interdit.

Article 48 :

Aucun message publicitaire ne doit suggérer l'idée d'une infériorité ou d'une dépendance de la femme à l'homme et réduire son rôle à l'entretien du foyer ou à des tâches purement ménagères, en méconnaissance de ses aptitudes et de ses aspirations.

Section 2 : De l'utilisation de l'image de l'enfant dans les messages publicitaires

Article 49 :

Tout message publicitaire doit respecter la personnalité de l'enfant.

Article 50 :

Aucun message publicitaire ne doit comporter des éléments pouvant être la cause d'un dommage moral, mental ou physique pour les enfants.

Article 51 :

Aucun message publicitaire ne doit exploiter l'impressionnabilité et la crédulité des enfants.

Aucun message publicitaire ne doit utiliser les enfants comme acteurs principaux s'il n'existe aucun rapport direct entre eux et le produit ou le service concerné.

TITRE III : DES OPERATIONS DE PARRAINAGE ET DE MECENAT

CHAPITRE 1 : DU PARRAINAGE OU SPONSORING

Article 52 :

Le parrainage ou sponsoring est un contrat dont l'objet consiste en l'achat par une personne publique ou privée du droit d'être mentionné par son nom ou sa raison sociale au début ou à la fin des émissions ou au générique des retransmissions de certains événements afin de promouvoir son image de marque, son activité ou ses réalisations à l'exclusion de toute promotion commerciale directe ou indirecte de ses produits ou services.

Article 53 :

Sont exclues du parrainage ou sponsoring les émissions de journaux parlés et télévisés, les émissions d'information générale et les émissions à caractère politique.

Cette interdiction ne s'applique pas aux émissions consacrées au sport dès lors qu'elles ne constituent pas des rubriques intégrées dans les journaux parlés et télévisés.

CHAPITRE 2 : DU MECENAT

Article 54 :

Toutes contributions de personnes physiques ou morales afin de promouvoir et de financer des activités culturelles, sportives, artistiques ou scientifiques communautaires, sans contrepartie, constituent une opération de mécénat.

Article 55 :

Ne sont toutefois autorisées lors des manifestations visées à l'article précédent que :

- la citation du nom, de la dénomination ou de la raison sociale ;
- la référence aux signes distinctifs habituellement associés à la présentation du nom, de la dénomination ou de la raison sociale.

Article 56 :

Aucune opération de mécénat ne peut donner lieu à la publicité directe ou indirecte des biens ou des services produits et commercialisés par un mécène.

TITRE IV : DE LA PROTECTION DES ŒUVRES PUBLICITAIRES

CHAPITRE 1 : DE LA PROTECTION DES SLOGANS

Article 57 :

Les litiges nés de la protection des œuvres publicitaires sont soumis aux textes régissant la propriété littéraire et artistique au Burkina Faso.

Article 58 :

Constitue un slogan, toute phrase brève et originale destinée à inscrire dans l'esprit du public, le nom d'un produit, d'une entreprise en vue de sa promotion au moyen d'une répétition qui évoque le produit, le service ou l'entreprise.

Le slogan peut être assimilé à la marque.

Aucune confusion ou risque de confusion ne doit exister entre deux slogans.

CHAPITRE 2 : DE LA PROTECTION DES PERSONNAGES TYPES, DES ŒUVRES PHOTOGRAPHIQUES ET DU DROIT A L'IMAGE

Section 1 : De la protection des personnages types

Article 59 :

Sont des personnages types aussi bien des personnages fictifs à figure humaine ou non humaine que des personnages réels dont les attributs essentiels de la personnalité tels que le nom, l'image, l'aspect physique, la voix ou les symboles facilement reconnaissables par le grand public, sont exploités pour promouvoir des produits ou des services.

Les personnages types constituent une création protégée par les règles relatives à l'exploitation commerciale des personnages, sous réserve de la seule condition d'originalité ou de nouveauté.

Section 2 : De la protection des œuvres photographiques

Article 60 :

Toute œuvre photographique peut être protégée par la législation nationale en matière de propriété intellectuelle.

Article 61 :

La reproduction de l'image d'un bâtiment obéit aux mêmes conditions que celles exigées pour les personnes physiques.

Section 3 : Du droit à l'image

Article 62 :

Toute personne photographiée peut s'opposer à la reproduction ou à l'exposition non autorisée de son image.

Article 63 :

L'autorisation de reproduction d'une photographie doit s'attacher à une utilisation précise et ne s'étend pas à des buts différents, sauf convention contraire.

L'autorisation doit exprimer clairement la durée, les moyens de reproduction utilisés et les zones géographiques d'exploitation et les motifs de la reproduction.

Article 64 :

Toute personne photographiée conserve le droit de faire respecter sa vie privée, de contrôler et de limiter l'usage qui peut être fait de son image.

Article 65 :

La reproduction d'un cliché représentant un groupe de personnes photographiées dans un lieu public est autorisée.

Toutefois, aucune reproduction ne doit placer les modèles dans une situation désagréable ou ridicule, du fait de cette reproduction.

Article 66 :

La notion de lieu public disparaît toutes les fois que le cliché apparaît isolément grâce à un cadrage réalisé par l'opérateur au milieu de la foule.

Article 67 :

La divulgation d'une photographie de mineur est soumise à l'autorisation de la personne ayant légalement autorité sur lui.

Article 68 :

Aucune opposition de diffuser son image ne peut être faite par une personne qui a fait des déclarations en public.

Toutefois, cette publication ne doit pas s'accompagner de commentaires désobligeants ou de nature à nuire à sa sécurité ou à son honneur.

Article 69 :

Les personnes publiques conservent leur droit à l'image toutes les fois que la photographie a été prise dans le cadre de leur vie privée.

CHAPITRE 3 : DE LA PROTECTION DES ŒUVRES LITTÉRAIRES ET ARTISTIQUES

Article 70 :

Toute exploitation pour des besoins publicitaires d'une œuvre littéraire, musicale, plastique, photographique ou de toute autre œuvre artistique protégée est soumise à l'autorisation préalable de son auteur ou de ses ayant-droits.

TITRE V : DES PANNEAUX PUBLICITAIRES

CHAPITRE 1 : DES DISPOSITIONS COMMUNES

Article 71 :

Ne peuvent servir de supports publicitaires :

- les immeubles classés monuments historiques ou en voie de classement ;
- les monuments naturels et les sites classés, inscrits ou protégés ;
- les parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- les édifices et monuments qui, bien que non classés ou inscrits, présentent un caractère artistique, esthétique ou pittoresque ainsi que les sites urbains, les ensembles architecturaux et les perspectives monumentales et assimilées ;
- les parties d'immeubles bâtis ou non, qui sont situés à une distance inférieure à 100 mètres des monuments historiques ou naturels classés, des sites classés ou protégés et des monuments et sites en voie de classement.

Article 72 :

Il est interdit dans les agglomérations :

- d'établir tout dispositif de publicité devant les fenêtres, baies ou devantures des immeubles bâtis sauf pour la publicité lumineuse prévue dans la présente loi ;
- d'établir tout support ou palissade sur un mur en vue d'augmenter la surface utilisable pour la publicité.

Article 73 :

Toute publicité, sur un immeuble bâti ou non, exige un accord écrit du propriétaire ou de ses ayants droit.

Article 74 :

Les dispositifs publicitaires doivent prendre appui sur les constructions sans participer d'aucune façon à leur stabilité ou nuire à ces dernières.

Article 75 :

Sauf dérogation expressément prévue par le maire ou l'autorité administrative compétente concernée, il est interdit tant en agglomération que sur le domaine public routier, d'établir ou d'agencer toute construction ayant un caractère immobilier, en vue de l'affichage ou de la mise en place de dispositifs publicitaires.

CHAPITRE 2 : DE LA PUBLICITE PAR AFFICHAGE

Article 76 :

La publicité sur panneaux et sur palissade ne peut être autorisée qu'à des emplacements réservés à cet effet et désignés par le maire ou par l'autorité administrative compétente, dans des conditions qui seront fixées par arrêté conjoint du ministre en charge des travaux publics, du ministre en charge des transports et du ministre en charge des collectivités territoriales.

La publicité sur panneaux de toute nature est exclusivement dévolue aux régies publicitaires.

Article 77 :

Lorsqu'ils sont apposés sur un mur, les panneaux publicitaires doivent comprendre un support intermédiaire entre le mur et la publicité.

Il est porté au bas de chaque panneau la signature de la régie publicitaire responsable.

Article 78 :

Une publicité occasionnelle peut être autorisée pour une durée limitée par les autorités compétentes à l'occasion d'événements.

Cette publicité doit être réalisée aux moyens de petits panneaux amovibles ou de banderoles.

Article 79 :

L'affichage mobile est autorisé par l'autorité administrative compétente.

La publicité par affichage mobile doit être réalisée au moyen de dispositifs porteurs mobiles, destinés à recevoir les affiches et fixés sur l'engin servant de support ou poussés par des servants.

CHAPITRE 3 : DES ENSEIGNES ET DES PRE-ENSEIGNES

Section 1 : Des enseignes

Article 80 :

Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

L'enseigne est dite publicitaire toutes les fois que l'inscription, la forme ou l'image comporte l'indication des produits ou marques de produits fabriqués, transformés, présentés ou mis en vente dans l'immeuble auquel elle est apposée.

Article 81 :

Le nombre, l'emplacement et le caractère des dispositifs constituant les enseignes sont réglementés par le maire de la localité, dans les conditions fixées par arrêté conjoint des autorités compétentes visées à l'article 76 de la présente loi.

Section 2 : Des pré-enseignes

Article 82 :

Constitue une pré-enseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Article 83 :

Les pré-enseignes sont soumises aux règles de la publicité. Elles sont exploitées dans les conditions prévues par la présente loi.

CHAPITRE 4 : DE LA PUBLICITE LUMINEUSE

Article 84 :

Les dispositifs de publicité lumineuse et les enseignes lumineuses portant des textes ou des motifs figurés peuvent être autorisés sur les murs de construction et au-delà jusqu'à une limite de cinq mètres au-dessus du point le plus élevé de la toiture de l'immeuble considéré et ce dans les conditions ci-après :

- les supports des dispositifs doivent présenter le minimum de visibilité de jour ;
- l'installation ne doit pas dépasser une hauteur de six mètres.

Les panneaux et banderoles peuvent, avec l'accord des services administratifs compétents, être implantés sur le domaine public des principales rues, à l'exception des quartiers résidentiels.

Pour rendre cette publicité visible de jour, des lettres métalliques, en bois ou en matière plastique peuvent être placées sous la verrerie. Au-devant des baies, ne peuvent être utilisées, que des lettres découpées ou réalisées sur transparent.

Article 85 :

Les mêmes dispositifs de publicité et d'enseigne lumineuse peuvent être installés :

- sur les balcons et balconnets ;
- devant ou au travers de la partie libre des baies, à l'exclusion de celles éclairant des locaux d'habitation ;
- sur les murs pignons.

Article 86 :

A titre exceptionnel, la mise en place de dispositifs lumineux peut être autorisée dans certains sites s'ils sont de nature à favoriser la mise en valeur de ces sites en permettant leur éclairage et leur animation.

L'installation de ces dispositifs est soumise à l'autorisation préalable de l'autorité compétente.

Article 87 :

Tout éclairage susceptible de créer une confusion avec les feux de signalisation est interdit.

CHAPITRE 5 : DE LA PUBLICITE ROUTIERE

Article 88 :

L'installation de tout panneau ayant trait à la publicité, sur le domaine public routier, les grandes artères et rues principales des villes, est soumise à une autorisation préalable de l'autorité administrative compétente.

Article 89 :

Des panneaux publicitaires peuvent être installés le long des axes routiers interurbains.

Ces panneaux publicitaires ne doivent en aucun cas gêner la circulation routière ou masquer tout panneau ou borne de signalisation.

L'espacement entre deux panneaux doit être au minimum de deux cent cinquante mètres, sauf convention particulière.

Article 90 :

Toute implantation de panneaux à des carrefours ou aux entrées des courbes doit faire l'objet d'une autorisation préalable de l'autorité administrative compétente.

Article 91 :

Sont interdits les panneaux de publicité de forme triangulaire ou circulaire et tous panneaux à teintes ou à caractères pouvant prêter à confusion avec les signaux routiers habituels.

Article 92 :

Les dispositifs publicitaires, de toute nature ne doivent pas masquer les appareils d'éclairage public et de signalisation, ni se confondre avec eux, ni gêner leur perception.

Ils ne doivent pas entraver l'usage et l'entretien des plantations, des édicules et de toutes installations établies par les services publics ou concédés.

Article 93 :

Le ministre en charge des travaux publics ou son représentant peut prescrire l'enlèvement de tout dispositif de publicité routière, même en dehors du domaine public, s'il juge que celui-ci présente des dangers pour la circulation sous réserve de notification à l'afficheur.

Article 94 :

Les panneaux doivent être maintenus en état de propreté constante et les supports régulièrement entretenus.

Le ministre en charge des travaux publics ou son représentant peut mettre l'afficheur en demeure de démonter les panneaux mal entretenus, dans un délai déterminé, à l'expiration duquel leur enlèvement s'effectue aux frais de l'entreprise.

Article 95 :

Les entreprises responsables doivent être en mesure de démonter immédiatement tout panneau dont l'enlèvement ou la suppression est rendue nécessaire par suite de l'aménagement de routes ou de voies d'accès et de tous autres travaux de voirie ou d'extension.

L'afficheur procède à ses frais au démontage et à l'enlèvement de ces panneaux et de leurs supports et ne peut prétendre à aucune indemnité, ni dommages-intérêts.

TITRE VI : DE LA SANCTION DES OPERATIONS DE PUBLICITE ILLICITES

CHAPITRE 1 : DU DELIT DE PUBLICITE MENSONGERE OU TROMPEUSE

Section 1 : De la définition du délit de publicité mensongère ou trompeuse

Article 96 :

Constitue un délit de publicité mensongère ou trompeuse, toute publicité comportant des allégations ou des prétentions fausses, ayant pour but ou pour effet d'induire le consommateur en erreur.

Article 97 :

Le délit de publicité mensongère ou trompeuse est constitué lorsqu'il porte sur un ou plusieurs des éléments ci-après : 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, les prix et conditions de vente des biens ou des services qui font l'objet de la publicité, les conditions de leur utilisation, les résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, les motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de service, la portée des engagements pris par l'annonceur, l'identité, les qualités ou aptitudes du fabricant, des revendeurs, des promoteurs ou des prestataires, le traitement des réclamations et les droits du consommateur.

Article 98 :

Le délit de publicité mensongère ou trompeuse est également constitué lorsque la publicité omet, dissimule ou fournit de façon inintelligible, ambiguë ou à contretemps une information substantielle ou lorsqu'elle n'indique pas sa véritable intention publicitaire dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte.

Constituent des informations substantielles :

- les caractéristiques principales du bien et du service ;
- l'adresse et l'identité du professionnel ;

- le prix toutes taxes comprises et les frais de livraison à la charge du consommateur, ou leur mode de calcul, s'ils ne peuvent être établis à l'avance.

Article 99 :

La répression du délit de publicité mensongère ou trompeuse ne fait pas obstacle à l'action en concurrence déloyale.

Article 100 :

Le délit de publicité mensongère ou trompeuse constitue une infraction unique même s'il se manifeste à chaque communication au public et tant que la diffusion ne s'effectue pas sur des supports différents ou à des dates différentes.

Article 101 :

Le délit de publicité mensongère ou trompeuse constitue une infraction instantanée. La publication ultérieure d'informations rétablissant la réalité des faits est sans effet.

Section 2 : De la répression du délit de publicité mensongère ou trompeuse

Paragraphe 1 : De la constatation de l'infraction

Article 102 :

Le délit de publicité mensongère ou trompeuse peut se constater au moyen d'un procès-verbal dressé par des agents habilités du ministère en charge du commerce.

Le procès-verbal de constatation est transmis au Procureur du Faso.

Article 103 :

L'administration peut accorder au contrevenant le bénéfice d'une transaction. La transaction ne lie l'administration qu'à condition d'avoir été entérinée par le ministre en charge du commerce.

L'exécution de la transaction par le contrevenant met fin à l'action publique.

Article 104 :

Les agents habilités visés à l'article 102 ci-dessus peuvent exiger de l'annonceur qu'il justifie les allégations, indications ou présentations publicitaires.

Ils peuvent également exiger de l'annonceur, de l'agence de publicité ou du responsable du support, la mise à disposition des messages diffusés.

Article 105 :

Toute personne victime d'une publicité mensongère ou trompeuse peut solliciter en référé auprès du tribunal compétent les mesures nécessaires pour établir la preuve des faits litigieux.

La saisine de l'autorité administrative chargée de faire la constatation est ouverte à tout citoyen, consommateur, opérateur économique, à la société civile et aux organisations associatives.

Lorsqu'elle est saisie, l'autorité administrative chargée de faire la constatation est tenue de donner une suite écrite dans les sept jours francs suivant la date de la plainte.

La décision issue de la procédure peut faire l'objet de recours devant le juge administratif.

Paragraphe 2 : De la cessation de la publicité

Article 106 :

La cessation de toute publicité considérée comme mensongère ou trompeuse peut être ordonnée soit sur réquisition du ministère public, soit par le juge d'instruction ou le tribunal saisi des poursuites. La mesure ainsi prise est exécutoire nonobstant toute voie de recours.

La mesure cesse d'avoir effet en cas de décision de non-lieu ou de relaxe pour infraction non constituée.

Article 107 :

Main levée de la décision ordonnant la cessation de la publicité peut être donnée par la juridiction qui l'a ordonnée ou qui est saisie du dossier.

Les décisions statuant sur les demandes de main levée peuvent faire l'objet d'un recours devant la Cour d'appel.

La Cour d'appel statue dans les soixante-douze heures suivant la réception des pièces.

Paragraphe 3 : De la publication des jugements

Article 108 :

En cas de condamnation, le tribunal peut ordonner la publication du jugement et la diffusion aux frais du condamné d'une ou plusieurs annonces rectificatives.

Article 109 :

Le jugement fixe les termes des annonces rectificatives et les modalités de leur diffusion.

Il impartit au condamné un délai pour y procéder.

Article 110 :

En cas de carence, il est procédé à la diffusion visée à l'article 108 ci-dessus, à la diligence du ministère public et aux frais du condamné.

CHAPITRE 2 : DE LA CONCURRENCE DELOYALE EN MATIERE DE PUBLICITE

Section 1 : De la définition de la concurrence déloyale

Article 111 :

Constitue une concurrence déloyale, toute publicité tendant soit au dénigrement, soit à la confusion en vue de détourner une clientèle.

Article 112 :

Est un dénigrement, tout acte tendant à déprécier, à dévaloriser ou à discréditer, même implicitement, l'industrie, le commerce, les services ou les produits d'un concurrent.

Article 113 :

Est une confusion, le fait pour un annonceur de s'inspirer des moyens de publicité d'un concurrent.

La propriété des moyens de publicité revient de droit à celui qui, le premier, a exploité commercialement ces moyens et non pas au premier qui eut l'idée de la présentation nouvelle.

Article 114 :

Est illicite, toute imitation de moyens de publicité, même n'offrant pas une originalité suffisante pour bénéficier de la protection de la législation sur la protection de la propriété intellectuelle.

Article 115 :

Constitue une concurrence déloyale, la publicité comparative, sauf lorsqu'elle respecte les conditions suivantes :

- ne pas être trompeuse ou de nature à induire en erreur ;
- comparer des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif ;
- comparer objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives ;
- ne pas présenter un bien ou un service comme une imitation ou reproduction d'un bien ou d'un service portant une marque ou un nom commercial protégés ;
- ne pas entraîner le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens ou services d'un concurrent ;

- ne pas engendrer de confusion entre l'annonceur et le concurrent ou entre les marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens ou services de l'annonceur et ceux du concurrent.

Article 116 :

Aucune annonce comparative ne peut figurer sur des emballages, des factures, des titres de transport, des moyens de paiement ou des billets d'accès à des spectacles ou à des lieux ouverts au public.

Section 2 : De la réparation civile de la concurrence déloyale

Article 117 :

Toute personne victime d'un acte de concurrence déloyale peut demander en justice la cessation des actes répréhensibles au sens de la présente loi et conformément au droit commun.

Article 118 :

Tout acte publicitaire constitutif de concurrence déloyale peut donner lieu au paiement de dommages et intérêts conformément au droit commun.

CHAPITRE 3 : DES PERSONNES RESPONSABLES DU FAIT DU CONTENU DES MESSAGES PUBLICITAIRES

Section 1 : De la responsabilité de l'annonceur

Article 119 :

L'annonceur est la personne physique ou morale qui commande une publicité pour promouvoir son image, ses produits ou ses services.

Article 120 :

L'annonceur pour le compte duquel la publicité est diffusée est responsable à titre principal de toute infraction commise.

Lorsque l'annonceur est une personne morale, la responsabilité pénale incombe à son ou ses dirigeants.

Article 121 :

Tout dirigeant peut, conformément au droit commun, déléguer ses pouvoirs.

Toutefois, cette délégation n'emporte décharge de responsabilité que si elle est expresse, suffisamment précise et acceptée sans équivoque par le délégataire.

Le délégataire doit être pourvu de la compétence nécessaire pour agir efficacement.

Section 2 : De l'action en responsabilité

Article 122 :

Toute personne, victime d'une infraction en matière de publicité, peut exercer des recours contre l'annonceur suivant les voies de droit commun.

Article 123 :

Le Procureur du Faso ainsi que toute administration spécialisée de l'Etat peuvent engager des poursuites contre tout auteur d'infraction aux dispositions de la présente loi.

Article 124 :

Les associations régulièrement déclarées ayant pour objet statutaire explicite, la défense des intérêts des consommateurs peuvent exercer devant toutes les juridictions compétentes, l'action civile ou pénale relativement aux faits ayant porté préjudice ou susceptibles de porter préjudice directement ou indirectement à l'intérêt collectif des consommateurs.

Article 125 :

Les associations, syndicats et ordres professionnels peuvent se constituer partie civile devant les juridictions pénales compétentes relativement à tous agissements de nature à nuire à leurs intérêts et à ceux de leurs membres.

Article 126 :

Les actions des associations, syndicats et ordres professionnels ne font pas obstacle à l'action individuelle visée à l'article 122 ci-dessus.

Article 127 :

Les modes de saisine du tribunal et les règles de compétence du tribunal sont celles de droit commun.

CHAPITRE 4 : DES SANCTIONS

Article 128 :

Tout acte publicitaire contenant des allégations ou imputations portant atteinte à l'honneur ou à la considération d'une personne constitue une diffamation et est puni conformément aux textes en vigueur.

Article 129 :

Est punie d'un emprisonnement de trois mois à deux ans et d'une amende de cinq cent mille (500 000) francs CFA à deux millions (2 000 000) de francs CFA ou de l'une de ces deux peines seulement, toute personne qui, sans autorisation, se livre ou prête son concours aux opérations visées aux articles 5 à 16 de la présente loi.

Article 130 :

Toute infraction aux dispositions sur le tabac, les boissons alcooliques, les produits pharmaceutiques et cosmétiques et les armes à feu est punie conformément aux textes en vigueur.

En cas de récidive, le tribunal peut interdire pendant une durée d'un à cinq ans la vente du produit ayant fait l'objet d'une publicité irrégulière ou d'actes interdits par la présente loi.

Avant tout jugement au fond, le tribunal saisi des poursuites ou le juge d'instruction peut ordonner la cessation de la publicité litigieuse.

En outre, il peut être décidé, compte tenu des circonstances de fait, que les personnes morales pour lesquelles les opérations litigieuses ont été

diligentées sont en tout ou partie solidairement responsables du paiement des amendes et frais de justice mis à la charge de leurs dirigeants ou de leurs préposés.

Article 131 :

Est punie d'une amende de cinq cent mille (500 000) francs CFA à deux millions (2 000 000) de francs CFA et d'un emprisonnement d'un à trois mois ou de l'une de ces deux peines seulement, toute publicité portant atteinte à la dignité et à l'intégrité de l'enfant et de la femme.

Article 132 :

Est punie d'une amende de cinq millions (5 000 000) à dix millions (10 000 000) de francs CFA et d'un emprisonnement d'un mois à un an ou de l'une de ces deux peines seulement, toute publicité irrégulière sur un établissement privé d'enseignement.

Article 133 :

Toute personne reconnue coupable de publicité mensongère ou trompeuse est punie d'un emprisonnement de trois mois à deux ans et d'une amende de cinq cent mille (500 000) francs CFA à cinq millions (5 000 000) de francs CFA ou de l'une de ces deux peines seulement.

Le maximum de l'amende est porté à cinquante pour cent des dépenses de la publicité constituant le délit lorsque celles-ci seraient supérieures à dix millions (10 000 000) de francs CFA.

A cet effet, le tribunal peut demander tant aux parties qu'à l'annonceur, la communication de tous documents utiles.

En cas de refus, il peut ordonner la saisie de ces documents ou toute autre mesure d'instruction et fixer une astreinte de dix mille (10 000) à cinquante mille (50 000) francs CFA par jour de retard, à compter de la date retenue pour la production de ces documents.

Article 134 :

Les pénalités ci-dessus sont aussi appliquées en cas de refus de communiquer les éléments de justification des publicités diffusées demandés par les agents habilités à constater l'infraction.

Il en est de même en cas d'inobservation des décisions ordonnant la cessation de la publicité et de non exécution des annonces rectificatives dans le délai imparti.

Article 135 :

Quiconque, de façon irrégulière, appose ou fait apposer une publicité, une enseigne, une pré-enseigne ou une affiche, ou pose tout autre acte contraire aux dispositions du titre V de la présente loi est puni d'un emprisonnement de onze jours à deux mois et d'une amende de cinquante mille (50 000) à cent mille (100 000) francs CFA ou de l'une de ces deux peines seulement.

En cas de condamnation, le tribunal peut ordonner, soit la suppression, dans un délai qui ne peut excéder un mois et sous astreinte de cinquante (50 000) francs CFA par jour de retard, des publicités, enseignes, pré-enseignes ou affiches qui constituent l'infraction, soit leur mise en conformité, dans le même délai et sous les mêmes conditions avec les dispositions auxquelles elles contreviennent.

En cas de récidive, le tribunal peut interdire pour une durée de six mois à cinq ans la vente du produit ayant fait l'objet de la publicité irrégulière.

Article 136 :

L'incitation à la discrimination fondée notamment sur la couleur de la peau, le sexe, la caste, la nationalité, la religion ou l'appartenance à un groupe ethnique dans un message publicitaire est punie conformément aux textes en vigueur.

Article 137 :

L'incitation à la violence, la peur ou la haine, l'abus, l'imprudence ou la négligence ou des scènes portant atteinte aux droits des mineurs, à l'intimité de la vie privée, à l'ordre public ou aux bonnes mœurs est punie conformément aux textes en vigueur.

Article 138 :

L'atteinte aux convictions culturelles, religieuses, philosophiques ou politiques des individus est punie conformément aux textes en vigueur.

Article 139 :

La publicité sur des produits illégaux et notamment sur des produits de contrefaçon ou de contrebande est punie conformément aux textes en vigueur.

Article 140 :

Toute publicité sur les établissements sanitaires, les morgues et effets mortuaires est punie conformément aux textes en vigueur.

Article 141 :

A l'exception des hydrocarbures gazeux et des énergies renouvelables, toute publicité incitant à la consommation des énergies provenant des sources d'énergie, notamment le bois de chauffe non durable, le charbon de bois et l'électricité est punie conformément aux textes en vigueur.

Article 142 :

Toute publicité par lettres, tracts, affiches, films cinématographiques, émissions radiophoniques ou télévisuelles en matière d'architecture, de consultation et de rédaction d'actes juridiques et ayant pour but d'attirer une clientèle est punie conformément aux textes en vigueur.

Article 143 :

La divulgation d'une photographie de mineur sans l'autorisation de la personne ayant légalement autorité sur lui est punie d'une amende de trois cent mille (300 000) francs CFA à un million (1 000 000) de francs CFA.

Article 144 :

Toute exploitation pour des besoins publicitaires d'une œuvre littéraire, musicale, plastique, photographique ou de toute autre œuvre artistique protégée sans l'autorisation préalable de son auteur ou de ses ayant-droits est punie d'une amende de trois cent mille (300 000) à un million (1 000 000) de francs CFA.

TITRE VII : DES DISPOSITIONS DIVERSES, TRANSITOIRES ET FINALES

Article 145 :

Il peut être créé toute structure d'autorégulation de la publicité.

Article 146 :

Les personnes exerçant des professions publicitaires avant l'adoption de la présente loi bénéficient d'un délai de douze mois à compter de son entrée en vigueur pour s'y conformer.

Article 147 :

Les panneaux, affiches, peintures et autres dispositifs de publicité qui ont été apposés avant l'entrée en vigueur de la présente loi, et qui ne répondent pas aux prescriptions de celle-ci, peuvent être maintenus pour une durée n'excédant pas douze mois à compter de son entrée en vigueur.

A l'expiration de ce délai, les dispositifs publicitaires qui subsisteront seront supprimés d'office par l'administration municipale.

L'entreprise d'affichage, l'annonceur et le propriétaire sont tenus solidairement au remboursement des frais.

Article 148 :

Il est élaboré un cahier des charges des professions publicitaires, conformément aux dispositions de la présente loi.

Article 149 :

Un décret pris en Conseil des ministres précise les conditions et les règles pour l'exercice des professions publicitaires.

Article 150 :

La présente loi abroge toutes dispositions antérieures contraires notamment la loi n°025-2001/AN du 25 octobre 2001 portant code de la publicité au Burkina Faso.

Article 151 :

La présente loi sera exécutée comme loi de l'Etat.

Ainsi fait et délibéré en séance publique
à Ouagadougou, le 23 novembre 2015

Pour le Président du Conseil
national de la transition,
le Premier Vice-président


Honorable Lucien NOMBRE

Le Secrétaire de séance


Issa SIENOU