Conseil supérieur de l'audiovisuel

Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 24 avril 2008
(dossier d'instruction 100/07)

En cause de la société anonyme TVi, dont le siège est établi Avenue Georgin 2 à 1030 Bruxelles ;

Vu le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, et en particulier ses articles 133 §1er, 5° et 10° et 156 à 160 ;

Vu le rapport d'instruction établi par le Secrétariat d'instruction du Conseil supérieur de l'audiovisuel ;

Vu le grief notifié à TVi par lettre recommandée à la poste le 24 janvier 2008 :

> *« d'avoir diffusé sur le service Club RTL, à plusieurs reprises et le 29 novembre 2007 au moins, de la communication publicitaire en contravention à l'article 13 1° et 2° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion » ;*

Entendu M. Jérôme de Béthune, Secrétaire général, en la séance du 20 mars 2008.

1. Exposé des faits

L'éditeur a diffusé sur le service Club RTL, le 29 novembre 2007 au moins, une publicité invitant les enfants à téléphoner à Saint-Nicolas. La bande sonore est la suivante : *« le 6 décembre, c'est la fête des enfants avec Saint-Nicolas. Et cette année encore, il a plein de cadeaux pour vous. Demande à ton papa ou à ta maman d'appeler avec toi le 0900 21 211 et tu pourras parler directement au grand Saint-Nicolas. Si tu as été bien sage, tu recevras très certainement un super cadeau. N'hésite plus et appelle tout de suite Saint-Nicolas au 0900 21 211. »*

Un téléspectateur s'est plaint de la diffusion de tels incitants à destination des enfants.

2. Argumentaire de l'éditeur de services

La S.A. TVi estime que le service Club RTL est édité depuis le 1er janvier 2006 par la S.A. de droit luxembourgeois CLT-UFA.

Elle estime dès lors ne pas être l'éditeur responsable de ce service.

Elle ne se prononce pas sur le fond des griefs formulés.

3. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

3.1. Quant à la compétence du Conseil supérieur de l'audiovisuel

Dans sa décision du 29 novembre 2006, le Collège d'autorisation et de contrôle a constaté que la S.A. TVi, tout en demeurant l'éditeur des services RTL-TVi et Club RTL, était restée en défaut depuis le 1er janvier 2006 de demander et d'obtenir l'autorisation requise pour l'édition de ce service. Il a dès lors condamné la S.A. TVi à une amende de cinq cent mille euros (500.000 €), tout en prévoyant que cette amende ne serait recouvrée que trois mois après la notification de la décision si, à cette date, TVi n'avait pas introduit de demandes d'autorisation de diffuser les services RTL-TVi et Club RTL conformément aux articles 33 et suivants du décret du 27 février 2003.

A ce jour, TVi est restée en défaut d'introduire une demande d'autorisation de diffuser les services RTL-TVi et Club RTL, mais a introduit devant le Conseil d'Etat une demande de suspension et un recours en annulation de la décision du Collège d'autorisation et de contrôle du 29 novembre 2006. La demande de suspension a été rejetée par le Conseil d'Etat le 16 mars 2007 et le recours en annulation reste actuellement pendant.

Il serait toutefois contraire à l'ordre public, et en l'espèce à l'ordre public de la radiodiffusion, que l'éditeur de services puisse, au seul motif qu'il a commis et continue à commettre une infraction majeure – diffusion sans autorisation – commettre impunément d'autres infractions moins graves.

Il appartient dès lors au Collège d'autorisation et de contrôle de continuer à constater et à sanctionner, le cas échéant, toute violation aux lois, décrets et règlements en matière de radiodiffusion éventuellement commise par la S.A. TVi en sa qualité d'éditeur des services RTL-TVi et Club RTL.

3.2. Quant à la matérialité des infractions au décret du 27 février 2003

Le législateur décrétal a défini le « *programme de télé-achat* » comme étant « *la diffusion d'offres directes au public en vue de la fourniture, moyennant paiement, de biens ou de services, y compris des biens immeubles, ou de droits et d'obligations* » (article 1er 28° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion).

Cet article mentionne quatre éléments constitutifs du télé-achat :

1. la diffusion ;
2. d'offres directes au public ;
3. en vue de la fourniture de biens ou de services ;

4. moyennant paiement.

Ces quatre critères constitutifs donnent un cadre objectif à la qualification de programmes qui, dans leur apparence ou leur promotion, peuvent jouer, volontairement ou involontairement, sur l'ambigüité de leur format réel. La conception du télé-achat dans les dispositions décrétales ainsi que dans la jurisprudence du Collège d'autorisation et de contrôle ou de la Cour de Justice des Communautés européennes, encadre donc une série de formats qui ne se limitent pas à la traditionnelle « télé-boutique ». Le télé-achat, quelle que soit son apparence visuelle, se distingue du jeu, par exemple, notamment de par sa finalité, son contenu et son déroulement.

En l'espèce, les quatre critères constitutifs sont rencontrés :

1. personne ne conteste la diffusion d'un programme, en l'occurrence une publicité invitant les enfants à téléphoner à Saint-Nicolas ;
2. nous sommes en présence d'une offre directe au public, lequel peut, comme lors de tout programme de télé-achat, composer un numéro de téléphone où, conformément à ce qu'énonce le programme, il sera mis en contact avec une personne susceptible de lui fournir, en l'espèce, un service ;
3. l'objet de l'offre est en l'occurrence la fourniture d'un service, lequel consiste en une conversation avec Saint-Nicolas ;
4. les personnes qui composent le numéro de téléphone paient un montant (une communication téléphonique surtaxée) pour bénéficier de ce service.

Or, le télé-achat relève de la communication publicitaire et selon l'article 13 du décret sur la radiodiffusion, la communication publicitaire :
« 1° ne doit pas inciter directement les mineurs à l'achat d'un produit ou d'un service, en exploitant leur inexpérience ou leur crédulité ;
2° ne doit pas inciter directement les mineurs à persuader leurs parents ou des tiers d'acheter les produits ou les services concernés. »

En incitant directement des enfants (« *N'hésite plus et appelle tout de suite Saint-Nicolas* ») à l'achat d'un service (en l'espèce, une communication téléphonique surtaxée) en exploitant leur inexpérience et leur crédulité (en l'espèce, la croyance en Saint-Nicolas) et en incitant directement les enfants à persuader leurs parents (« *Demande à ton papa ou à ta maman d'appeler avec toi* ») d'acheter ce même service, l'éditeur n'a pas respecté ces deux dispositions. Les griefs sont établis.

Le Collège estime qu'il est fait une juste appréciation de l'article 156 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion en adressant à la S.A. TVi un avertissement et en la contraignant à diffuser un communiqué relatant l'infraction.

En conséquence, après en avoir délibéré, le Collège d'autorisation et de contrôle adresse à la S.A. TVi un avertissement et lui enjoint de publier le communiqué suivant :

« *TVi S.A. a été condamné par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour la diffusion sur la chaîne Club RTL des programmes incitant directement les mineurs à l'achat d'un produit ou d'un service, en exploitant leur inexpérience et leur crédulité* ».

Ce communiqué doit être affiché et lu, pendant 30 secondes, immédiatement avant la diffusion sur Club RTL d'un programme débutant entre 16h00 et 18h00 à trois reprises dans les 90 jours de la notification de la présente décision.

Copie des diffusions de ce communiqué doit être transmise au Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Fait à Bruxelles, le 24 avril 2008.