

Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 20 novembre 2008

(dossier d'instruction 52/08)

En cause la SPRL MTV Networks Wallonia, dont le siège social est établi Boulevard du Souverain 100 à 1070 Bruxelles ;

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

Vu le rapport d'instruction établi par le secrétariat d'instruction du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

1. Exposé des faits

L'éditeur de services a diffusé, sur le service Nickelodeon – MTV Wallonia, au cours du mois de juillet 2008 au moins, deux spots de publicité en faveur de l'offre de téléphonie mobile TMF mobile.

Un téléspectateur s'est plaint auprès du CSA, car le logo de TMF mobile représente une feuille de cannabis.

2. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

Selon l'article 11 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, « *la communication publicitaire ne peut pas : [...] 4° encourager des comportements préjudiciables à la santé ou à la sécurité, notamment par la mise en valeur de comportements violents* ».

Selon le secrétariat d'instruction, les spots de publicité susmentionnés contreviennent à cette disposition en ce que « *la présentation positive du cannabis telle qu'elle apparaît dans la campagne de TMF constitue une mise en valeur de cette substance illicite qui risque d'encourager certains jeunes à la consommation* ».

Selon l'éditeur, cette publicité s'inscrit dans « *l'esprit rebelle, l'humour, la recherche de fun, la désobéissance, le culot et la connectivité qui sont les valeurs de phares de TMF* ». Il relève que « *les scénarios des spots sont sans rapport avec la légalisation du cannabis* » et que « *en leur qualité de média destiné aux jeunes, ni TMF ni MTV ne cherchent à faire la promotion de la consommation de cannabis ; Pour s'adresser à son public, TMF parle en revanche le langage des jeunes ; la feuille de cannabis est un des symboles faisant partie de la culture jeune aujourd'hui* ». Il estime que, « *en tout état de cause, la campagne, même prise au premier degré, ne peut être interprétée comme incitation à la consommation de cannabis* ».

Après avoir visionné les deux spots de publicité en faveur de l'offre de téléphonie mobile TMF mobile, le Collège constate que la représentation graphique de la feuille de cannabis n'apparaît qu'en toute fin de spot, à une dimension réduite et peu immédiatement identifiable par le téléspectateur. Plus fondamentalement, il constate que rien dans le contenu des spots eux-mêmes ne peut être assimilé à de la promotion ou de la banalisation d'un comportement préjudiciable à la santé ou à la sécurité, les synopsis des spots mettant en scène, avec un large degré d'autodérision, un jeune homme

revendiquant la baisse de certains tarifs de télécommunications. Rien ne montre ni n'évoque la consommation de drogues douces.

Qu'une marque de téléphonie mobile choisisse d'associer temporairement son logo à une imagerie courante et usuelle de représentation du cannabis (dont la légalisation fait par ailleurs l'objet d'un large débat démocratique et dont la répression de son usage n'est pas générale et inconditionnelle) ressort de l'exercice de sa liberté d'expression, laquelle « *vaut non seulement pour les « informations » ou « idées » accueillies avec faveur ou considérées comme inoffensives ou indifférentes, mais aussi pour celles qui heurtent, choquent ou inquiètent l'Etat ou une fraction quelconque de la population : ainsi le veulent le pluralisme, la tolérance et l'esprit d'ouverture sans lesquels il n'est pas de « société démocratique* »¹. L'immixtion éventuelle d'un annonceur dans un débat de société et une prise de position potentiellement controversée relève davantage de l'éthique publicitaire qu'il n'appartient pas au Collège de trancher.

Aucun grief n'est dès lors adressé à l'éditeur de services.

Fait à Bruxelles, le 20 novembre 2008.

¹ Cour européenne des droits de l'homme, arrêt Handyside c. Royaume-Uni, 1976.