

# Collège d'autorisation et de contrôle

## Décision du 17 décembre 2009

(avis n°32/09)

En cause de l'ASBL TV COM, dont le siège social est établi Rue de la Station 10 à 1341 Ceroux-Mousty ;

Vu le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, et en particulier les articles 136 §1<sup>er</sup> 12° et 159 à 161 ;

Vu le grief notifié à TV COM par lettre recommandée à la poste le 28 septembre 2009 :

*« d'avoir, à plusieurs reprises durant l'exercice 2008, dépassé le temps de transmission consacré à la publicité, en contravention à l'article 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion » ;*

Entendu Mme Nancy Schroeders, directrice, en la séance du 26 novembre 2009 ;

Vu les documents fournis complémentirement par l'éditeur le 1<sup>er</sup> décembre 2009.

### 1. Exposé des faits

A l'occasion du contrôle du respect des obligations de l'éditeur pour l'exercice 2008, il est apparu, sur base des échantillons de journées de programmes fournies par l'éditeur, que celui-ci avait, à plusieurs reprises, dépassé le temps de transmission quotidien consacré à la publicité.

### 2. Argumentaire de l'éditeur de services

L'éditeur remarque que les dépassements des durées publicitaires autorisées ont eu lieu en décembre, période où les écrans publicitaires sont exceptionnellement chargés. Il signale que pour faire face à cette pression publicitaire et respecter les normes en vigueur, il a choisi de répartir les différents spots sur trois, voire quatre écrans publicitaires différents, au lieu des deux écrans d'usage à TV COM. En conséquence, le rythme de passage de chacun des spots a été divisé par deux par rapport à la normale.

L'éditeur signale que l'écran 3, consacré aux partenariats et diffusions humanitaires, citoyennes et gracieuses, contient deux spots diffusés par soutien et sympathie de la part de TV COM et n'ayant fait l'objet d'aucun paiement ou échange de biens et services. L'éditeur affirme que ces spots non commerciaux sont placés dans les tunnels publicitaires uniquement par souci de cohérence dans la grille de ses programmes.

L'éditeur signale également que dans les timings figurant sur les playlists de référence, un écran publicitaire sur deux est précédé par un jingle d'identification de TV COM d'une durée de 10 secondes. Ce jingle de chaîne est alors suivi du jingle d'identification d'écran publicitaire. Une évaluation très précise de la durée des écrans publicitaires devrait donc défalquer ces 10 secondes une fois sur deux dans les relevés de durée. L'éditeur précise que c'est pour des raisons de facilité de diffusion qu'il fusionne ce jingle d'identification chaîne et l'écran publicitaire qui le suit directement.

### 3. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

Ayant pris en compte les éléments d'information complémentaires fournis par l'éditeur, le Collège constate que l'éditeur n'a pas dépassé le temps de transmission quotidien consacré à la publicité.

En conséquence, après en avoir délibéré, le Collège d'autorisation et de contrôle déclare le grief non établi.

Fait à Bruxelles, le 17 décembre 2009.