

Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 11 juillet 2013

(Dossier d'instruction n° 05-13)

- 1 En cause l'ASBL RTC, dont le siège est établi rue de Laveu, 58 à 4000 Liège ;
- 2 Vu le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, et en particulier les articles 136, § 1er, 12° et 159 à 161 ;
- 3 Vu le rapport d'instruction établi par le Secrétariat d'instruction du Conseil supérieur de l'audiovisuel ;
- 4 Vu le grief notifié à l'ASBL RTC par lettre recommandée à la poste du 18 avril 2013 :
« de diffuser, de manière récurrente et notamment le 14 février 2013, une interruption publicitaire entre les titres et le développement du journal télévisé, en infraction à l'article 18, § 3 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels »
- 5 Vu la note d'observations de l'ASBL RTC du 18 juin 2013 ;
- 6 Entendus M. Jean-Louis Radoux, directeur, et Maîtres Luc Bihain et Aurore Jansen, avocats, en la séance du 27 juin 2013 ;

1. Exposé des faits

- 7 Les services du CSA réalisent régulièrement un « monitoring des pratiques de communication commerciale ». À cette occasion, ils ont relevé, en septembre 2012, que trois télévisions locales inséraient une interruption publicitaire entre les titres et le développement du journal télévisé. Le Collège d'autorisation et de contrôle en a informé le Secrétariat d'instruction le 21 février 2013.
- 8 Le 22 février 2013, le Secrétariat d'instruction prend l'initiative d'ouvrir une instruction à l'égard des trois éditeurs concernés par cette pratique, parmi lesquels l'ASBL RTC. L'ouverture d'instruction porte sur la pratique récurrente et vise notamment le JT du 14 février 2013. Le Secrétariat d'instruction en informe l'éditeur et l'invite à lui faire part de ses observations quant à une éventuelle infraction à l'article 18, § 3 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.
- 9 Le 19 mars 2013, l'éditeur communique ses observations au Secrétariat d'instruction.
- 10 Le 9 avril 2013, le Secrétariat d'instruction s'entretient par téléphone avec Monsieur Jean-Louis Radoux, directeur de l'ASBL RTC

2. Argumentation de l'éditeur de services

- 11 L'éditeur a développé son argumentation dans son courrier du 19 mars 2013, dans une note d'observations écrite transmise au CSA le 18 juin 2013 et lors de son audition par le Collège.

- 12 Il indique pratiquer une séparation entre les titres et le JT à proprement parler depuis 2001. C'est donc depuis douze ans que sa programmation s'articule comme suit : titres, JT, météo et « Focus », ces quatre programmes étant séparés par de la publicité.
- 13 En 2003, le CSA avait interrogé l'éditeur sur cette pratique consistant à séparer les titres du JT mais, à l'issue de discussions avec l'éditeur, aucune mesure n'avait été prise. L'éditeur a donc considéré la discussion comme étant close.
- 14 Selon l'éditeur, le principe de sa maîtrise éditoriale, consacré par l'article 67, § 1^{er}, 8° du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, implique que lui seul – à l'exception de toute personne ou autorité extérieure comme le CSA – peut apprécier la nature de ce qu'il diffuse sur son antenne. Or, en l'occurrence, il conçoit l'énonciation des titres de son JT comme un programme en soi et non un accessoire au journal. Selon l'éditeur, « les titres » annoncent le programme de la soirée puisqu'ils résument les sujets abordés par le journal, évoquent la météo et précisent qui sera l'invité du jour.
- 15 En conséquence, les deux peuvent, selon lui, être séparés par de la publicité sans méconnaître l'article 18, § 3 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels visé dans le grief.
- 16 Pour étayer son point de vue, l'éditeur avance différents arguments.
- 17 Ainsi, il relève que, face à une situation qui dure depuis 2001, le CSA n'a jamais notifié le moindre grief à l'éditeur avant 2013. Qui plus est, l'attitude du CSA a dépassé la simple tolérance : en 2003, il avait en effet délibérément décidé de ne pas prendre de mesures à l'égard de l'éditeur concernant la pratique aujourd'hui en cause. Il avait donc, selon l'éditeur marqué par là son accord implicite mais certain quant à cette pratique. Aussi, l'éditeur estime que revenir soudainement sur cette position ne pourrait se faire que sur la base d'un élément nouveau justifiant un revirement d'attitude. A défaut d'élément nouveau, le CSA doit en revanche rester fidèle à sa ligne de conduite sous peine de méconnaître les principes de sécurité juridique et de confiance légitime du citoyen. Le fait que le CSA n'ait commencé que relativement récemment à réaliser un « monitoring des pratiques de communication commerciale » ne constitue, selon l'éditeur, pas un élément nouveau.
- 18 L'éditeur invoque également le fait que la règle décrétable interdisant l'insertion de publicité dans les journaux télévisés constitue une entrave à la liberté de commerce et de prestation de services. Elle ne peut dès lors s'interpréter que de manière restrictive et donc uniquement pour interdire l'insertion publicitaire dans un journal unique mais non entre un journal d'une part et un élément distinct (ses titres) d'autre part.
- 19 Selon l'éditeur, il n'est en rien artificiel ou frauduleux de considérer les titres du JT comme un élément distinct de celui-ci. En effet, ce n'est pas parce qu'ils sont énoncés par le même présentateur et dans les mêmes locaux que le JT qu'ils doivent être considérés comme formant un tout avec celui-ci. En effet, il ne peut être demandé à un éditeur aux moyens limités d'engager une personne et d'aménager un local spécifiquement pour réaliser ses bandes annonces. L'éditeur ajoute également que, même si le JT et ses titres sont enregistrés au même endroit et par la même personne, une confusion entre les deux entités n'est pas possible dès lors que leur configuration est différente (autre angle de vue, autre position du présentateur, etc.).
- 20 L'éditeur ajoute que, tant les titres que le JT peuvent être diffusés de manière distincte de l'autre entité. Le JT est ainsi rediffusé sans les titres sur Télévesdre. Il reste cohérent sans être précédé de ce programme car il comporte, dans son interface, une reprise des titres inscrits sous forme d'encadré dans un coin de l'écran. Le public a donc d'emblée un aperçu du contenu du JT sans

nécessairement devoir avoir vu « les titres » Quant aux titres, ils pourraient parfaitement être diffusés plus tôt dans la journée et de manière plus éloignée du JT. Si cela ne se fait pas en pratique, c'est parce que la diffusion du service RTC Télé Liège se fait selon un système de boucle.

- 21 Quant au fait que le JT soit, sur le site web de l'éditeur diffusé au sein d'une vidéo unique comportant également les titres, l'éditeur relève que, même au sein de cette vidéo, les deux éléments sont séparés par de la publicité. En outre, le produit Internet est, selon l'éditeur, un dérivé du produit télévisuel qui ne s'y apparente ou ne s'y substitue pas. La vidéo telle que diffusée sur le web porte d'ailleurs le titre « Edition » et non pas le titre « JT ».
- 22 A la question du Collège de savoir si la pratique constatée n'ouvre pas la porte à un « saucissonnage » du JT en différents « programmes » que l'éditeur, dans le cadre de sa liberté éditoriale, considérerait comme distincts, l'éditeur répond que telle n'est pas son intention. Selon lui, un tel morcellement du JT viserait à contourner l'article 18 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels et serait donc artificiel. En revanche, il estime que le cas des titres est différent car ceux-ci ont un sens en tant qu'élément d'antenne autonome. L'information est en effet le fer de lance des télévisions locales et celles-ci doivent pouvoir mettre en valeur leur offre en en proposant une synthèse sous forme d'autopromotion afin de capter le téléspectateur.
- 23 En conclusion, l'éditeur estime le grief non établi. A titre subsidiaire, il demande que si le Collège devait considérer le contraire, il limite sa sanction à un avertissement et ne sanctionne les faits que pour l'avenir.

3. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

3.1. Position du problème

- 24 Selon l'article 18, § 3 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels (ci-après « le décret ») :

« La publicité, le télé-achat et l'autopromotion ne peuvent être insérés dans les journaux télévisés (...). »
- 25 Pour déterminer si le grief est établi dans le chef de l'éditeur, il convient donc de déterminer si les titres du JT (« Les titres ») et leur développement ultérieur (« Le journal ») constituent un programme unique ou deux programmes distincts. S'il s'agit, comme le soutient l'éditeur, de deux programmes distincts, l'insertion entre les deux d'un écran publicitaire n'entrerait pas dans le champ d'application de l'article 18, § 3 précité puisque l'on ne serait pas face à une insertion publicitaire *dans* un JT mais à une insertion publicitaire *avant* un JT. S'il s'agit, en revanche, d'un programme unique, l'insertion entre les deux d'un écran publicitaire constituerait une infraction à l'article 18, § 3.
- 26 A cet égard, l'article 1^{er}, 36° du décret définit le programme comme « *un ensemble d'images animées, combinées ou non à du son, lorsqu'il s'agit d'un programme télévisuel, ou un ensemble de sons lorsqu'il s'agit d'un programme sonore, constituant un seul élément dans le cadre d'une grille ou d'un catalogue établi par un éditeur de services* ».
- 27 Dans cette définition, l'élément principal à prendre en compte ici est qu'un programme doit constituer « un seul élément » dans une grille.

28 Face à cette notion éminemment subjective, l'éditeur soutient que lui seul, en vertu de sa liberté éditoriale, peut apprécier ce qui constitue un élément autonome de sa grille sans que le régulateur ne puisse remettre en cause cette appréciation.

29 Cette affirmation doit être nuancée. En effet, si la liberté éditoriale constitue un principe fondamental du droit de l'audiovisuel, elle est soumise, pour des raisons d'intérêt général, à un certain nombre de limitations prévues notamment dans le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels. Ainsi, si un éditeur est effectivement le premier compétent pour qualifier un élément de sa grille de programmes, le régulateur peut néanmoins procéder à une requalification en conformité avec le décret si celle opérée par l'éditeur s'avère incompatible avec celui-ci.

30 La disposition en cause en l'espèce est l'article 18, § 3 du décret qui interdit l'insertion de publicité, télé-achat et autopromotion dans les journaux télévisés. Cette disposition s'inspire de l'article 20 de la directive dite « SMA »¹ qui prévoit la manière dont les différents types de programmes qu'elle distingue peuvent être interrompus par de la communication commerciale. Quatre catégories y sont créées et une gradation est prévue dans leur « protection » contre la communication commerciale :

- Les diffusions de services religieux ne peuvent en aucun cas être interrompus par de la communication commerciale ;
- Les programmes pour enfants peuvent l'être une fois par tranche programmée de trente minutes, mais seulement si la durée du programme est supérieure à trente minutes ;
- Les films conçus pour la télévision (à l'exclusion des séries, feuilletons et documentaires), les œuvres cinématographiques et les journaux télévisés peuvent l'être une fois par tranche programmée de trente minutes ;
- Enfin, tous les autres programmes peuvent l'être sans respecter un nombre maximum d'interruptions par tranche horaire « *pour autant qu'il ne soit pas porté atteinte à l'intégrité des programmes, compte tenu de leurs interruptions naturelles, de leur durée et de leur nature, ni aux droits des ayants droit* » (cette condition s'applique d'ailleurs également aux autres catégories de programmes pouvant être interrompus).

31 Le considérant 86 de la directive justifie ces restrictions dans les termes suivants :

« La présente directive vise à sauvegarder le caractère spécifique de la télévision européenne, où les écrans publicitaires sont insérés de préférence entre les programmes, et limite dès lors le nombre des interruptions autorisées pendant la diffusion des œuvres cinématographiques et des films conçus pour la télévision, ainsi que de certaines catégories de programmes qui nécessitent une protection particulière. »

32 L'on perçoit donc là une reconnaissance du fait que certains types de programmes doivent pouvoir faire l'objet d'une protection particulière contre les interruptions commerciales. S'agissant des journaux télévisés, qui sont en cause ici, la directive les protège d'ailleurs également contre le parrainage (article 10) et le placement de produit (article 11).

33 Dans le droit interne, l'article 20 de la directive a donc été transposé dans l'article 18 du décret SMA². Cette disposition va toutefois plus loin que la directive dans la protection puisqu'elle

¹ Cette directive a été coordonnée par la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive « Services de médias audiovisuels »)

² Plus précisément, c'est l'article 11 de la directive « télévision sans frontières » de 1989 (ancêtre de la directive « SMA » actuelle) qui a été transposé en 1991 dans le décret du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel (ancêtre du décret

assimile les journaux télévisés (et les programmes pour enfants) aux diffusions de services religieux et laïcs : aucun de ces programmes ne peut être interrompu par de la communication commerciale. Les travaux préparatoires n'expliquent pas cette sévérité accrue par rapport à la directive, mais l'on peut raisonnablement considérer que la volonté du législateur a été de reconnaître aux journaux télévisés (et programmes pour enfants) le même caractère préservé qu'aux diffusions de services religieux et laïcs. De façon générale, les travaux préparatoires de la disposition de 1991, reprise dans l'article 18 actuel, précisent que « *cet article vise à établir un équilibre raisonnable entre les intérêts financiers des radiodiffuseurs et des annonceurs d'une part et les intérêts des téléspectateurs, des auteurs et des créateurs d'autre part* »³. Regarder un journal télévisé sans que celui-ci soit entrecoupé par de la communication commerciale est donc, selon le législateur, un intérêt légitime à protéger, conforme à la directive SMA et non contesté par les instances européennes.

- 34 Pour le Collège, l'exercice, par l'éditeur, de sa liberté éditoriale pour déterminer ce qui, dans sa grille, constitue « un seul élément » doit pouvoir être contrôlé à la lumière de l'article 18, § 3 et de son objectif.
- 35 L'éditeur ne pourrait user de son pouvoir d'appréciation d'une manière qui aboutirait à nuire à l'intérêt du téléspectateur, défendu par la loi, de pouvoir regarder un journal télévisé en un seul bloc ininterrompu.
- 36 Puisque c'est la protection du téléspectateur qui est ici centrale, il convient d'examiner si, dans sa perception, ce qu'il peut considérer comme étant « le journal télévisé » est interrompu commercialement.
- 37 A cette fin, il faut se pencher sur les éléments qui, concrètement, pourraient ou non amener le public à considérer les titres comme un programme distinct de leurs développements.

3.2. Hypothèse du programme distinct et autonome

- 38 Selon l'éditeur, « les titres » constitueraient un programme en soi, distinct et autonome de leurs développements dans « le journal ».
- 39 Le Collège ne peut cependant pas suivre ce point de vue.
- 40 En effet, tels qu'ils sont aujourd'hui conçus, les deux éléments n'apparaissent pas chacun comme pouvant exister de manière autonome.
- 41 « Le journal », tel qu'actuellement conçu, est susceptible d'existence autonome. En effet, bien que ses titres aient déjà été résumés dans la séquence « les titres », ils sont repris dans un encadré incrusté dans le coin supérieur droit de l'écran au début du journal puis à chaque fois que le présentateur intervient. En outre, le journal dispose de sa propre phrase d'introduction (« *Madame, Monsieur, bonsoir* »), de telle sorte qu'il n'apparaît pas comme la seconde partie d'un programme mais semble cohérent en soi. Le public peut parfaitement comprendre le JT et sa structure sans avoir dû préalablement voir « les titres ». Il est d'ailleurs diffusé de manière autonome sur la télévision locale « Télèvesdre » et sur le site web de l'éditeur sans que ceci ne paraisse bizarre pour le téléspectateur moyen.

coordonné sur les services de médias audiovisuels actuel). Les dispositions ont ensuite été maintenues dans les versions actuelles de ces textes.

³ *Doc. Parl.*, P.C.F., 1990-1991, n° 196/1, p. 9

- 42 En revanche, la manière dont ils sont conçus fait que « les titres » ne présentent pas la même autonomie que le journal qui les suit. Tel aurait pu être le cas si « les titres » avaient réellement repris en bref les différents sujets abordés dans le journal pour constituer un court résumé de l'actualité qui pourrait présenter un intérêt pour un public pressé et soucieux de s'informer dans les grandes lignes en quelques minutes. Toutefois, il ressort de leur visionnage que tel n'est pas le cas. Ainsi, pour l'édition du 14 février 2013, par exemple, « les titres » s'articulent comme suit :

« Madame, Monsieur, bonsoir et bienvenue.

Un café soufflé par une explosion ce matin à Rocourt, c'est le titre principal de ce journal (suivent quelques rapides développements sur ce sujet).

Dans le reste de l'actualité, nous nous arrêterons entre autres sur les répétitions pour le festival de danse orientale (suivent quelques rapides développements sur ce sujet).

Dans « Focus », présentation de ... (suit un exposé du sujet qui sera exposé dans l'émission « Focus »).

Météo, les précipitations que nous connaissons devraient donner du verglas. Prudence, donc, si vous devez prendre la route.

Et à tout de suite pour le journal. »

- 43 Il ressort de ce qui précède que « les titres » ne constituent pas un programme court d'actualité ayant un intérêt en soi et indépendamment des programmes qui le suivent (journal, météo et focus). Ils ne reprennent en effet pas tous les sujets du journal mais, en l'occurrence, seulement deux, ce qui ne permet pas réellement de savoir, *grosso modo*, ce qui s'est passé ce jour dans la région. En outre, si la météo constitue, en soi, une information, l'indication du sujet qui sera exposé dans l'émission « Focus » relève, elle, plutôt de l'autopromotion et n'a pas sa place dans un programme que l'éditeur veut présenter comme un programme de fond.
- 44 En réalité, au vu de son contenu, la séquence « les titres » présente comme intérêt principal d'annoncer la suite des programmes. Dès lors, elle semble davantage relever de l'autopromotion que constituer un programme autonome à proprement parler.
- 45 Le Collège a dès lors examiné si « les titres » pouvaient être requalifiés en autopromotion et, dans l'affirmative, s'ils en respectaient les règles.

3.3. Hypothèse de l'autopromotion

- 46 L'autopromotion est définie par l'article 1^{er}, 3° du décret comme « *tout message diffusé à l'initiative d'un éditeur de services et qui vise à promouvoir ses propres services, programmes ou des produits connexes directement dérivés de ses propres programmes* ».
- 47 L'article 14 du décret, qui s'applique à la communication commerciale en général et donc notamment à l'autopromotion précise en outre les exigences auxquelles cette forme de communication doit satisfaire :
- Elle doit être « *aisément identifiable comme telle* » et « *nettement distincte des autres programmes ou séquences de programme grâce à des moyens optiques ou acoustiques clairement identifiables* » (article 14, § 1^{er}) ;
 - Elle ne peut utiliser des techniques subliminales (article 14, § 2) ;

- Son volume sonore ainsi que celui des écrans qui la précèdent ou la suivent ne peut faire l'objet d'une variation intentionnelle par rapport au reste des programmes (article 14, § 3) ;
- Elle ne peut être clandestine (article 14, § 6).

- 48 S'agissant de la définition de l'autopromotion, il convient de préciser qu'une catégorie de messages par lesquels un éditeur promeut ses services, programmes ou produits connexes n'est traditionnellement pas considérée comme de l'autopromotion. Il s'agit de la pratique consistant, pour un animateur, au début d'un programme ou avant son interruption publicitaire, à avertir le public de ce qui va suivre dans l'émission même et à l'inviter à poursuivre son visionnage. Ce type de message constitue en effet un discours normal dans le cours d'une émission, que le public n'appréhende pas comme de l'autopromotion et qu'il ne faut dès lors pas rendre « identifiable comme telle » ou distinguer du programme par des moyens optiques ou acoustiques.
- 49 Sous cet angle, l'on peut distinguer en l'espèce deux hypothèses : soit on a un spot d'autopromotion distinct du JT mais il doit alors satisfaire aux conditions de l'autopromotion, soit on a un message qui, au début du JT, incite le public à regarder la suite du JT sans que ceci soit considéré comme de l'autopromotion et sans que les conditions de l'autopromotion ne doivent être remplies. Dans ce cas cependant, l'on aurait alors un programme unique qui serait soumis à l'article 18, § 3 du décret et qui ne pourrait être interrompu par de la publicité.
- 50 En l'espèce, si « les titres » avaient uniquement fait mention de certains sujets du journal, l'on aurait pu, éventuellement, considérer qu'ils tombaient dans le cadre de cette seconde hypothèse et qu'ils ne constituaient qu'une première partie indissociable du journal.
- 51 Toutefois, les titres donnent également un aperçu de la météo et du programme « Focus » qui vont suivre. Il s'agit donc bien d'un message répondant à la définition légale de l'autopromotion. Plutôt que de constituer un programme autonome d'actualité en bref, les titres constituent une bande annonce des trois programmes qui vont suivre.
- 52 Encore faut-il alors vérifier si cette bande-annonce remplit les conditions précitées pour que l'autopromotion soit régulière.
- 53 A cet égard, le Collège estime que la question de son identification comme telle pose problème.
- 54 En effet, le langage et les codes utilisés dans « les titres », à tout le moins pour leur première partie reprenant deux sujets du journal, ne sont pas ceux de l'autopromotion mais plutôt ceux du simple message par lequel le présentateur d'un programme unique tente de capter et de conserver sa propre audience, au même titre que ce que font les présentateurs des journaux télévisés d'autres services au début de leur JT non entrecoupé par de la publicité. Ainsi, l'utilisation au début de la séquence des termes « *Madame, Monsieur, bonsoir et bienvenue* », et le fait de dire « *un café soufflé par une explosion ce matin à Rocourt, c'est le titre principal de ce journal* » sont de nature à créer la confusion dans le chef des téléspectateurs. Ceux-ci pourraient en effet raisonnablement penser qu'ils regardent le début du journal et non une annonce d'autopromotion. Une telle confusion ne peut être évitée qu'en recourant à une formule plus proche de celles habituellement utilisées dans l'autopromotion telle que, par exemple : « *dans quelques instants, les informations. Au programme de ce soir, le JT avec notamment tel et tel sujets, suivi de la météo et, enfin, de 'Focus' qui s'intéressera aujourd'hui à tel sujet. A tout de suite sur RTC* ».

3.4. Synthèse

- 55 A défaut d'avoir utilisé une formule répondant de manière suffisamment claire aux codes de l'autopromotion, l'éditeur a fait de ses « titres » une séquence d'autopromotion, certes, mais une séquence difficilement identifiable comme telle et ne remplissant dès lors pas les exigences de l'article 14, § 1^{er} du décret.
- 56 Toutefois, ce n'est pas cette disposition mais l'article 18, § 3 du décret qui doit être examiné ici. Or, en tant que séquence d'autopromotion, « les titres » constituent bien un élément distinct du journal. De ce fait, ils peuvent en être séparés par une coupure commerciale. Le grief n'est donc pas établi.
- 57 Cela étant, la situation, en ce qu'elle méconnaît l'article 14, § 1^{er} du même décret, ne peut demeurer inchangée.
- 58 A cet égard, l'argument de l'éditeur selon lequel il sépare depuis plus de dix ans ses titres et son journal par de la publicité et selon lequel le CSA, après des discussions spécifiquement consacrées à ce sujet, a pris la décision de ne pas le poursuivre ne constitue pas un élément suffisant pour justifier un *status quo*.
- 59 A défaut de détails sur ses motivations, l'attitude du CSA de l'époque, consistant à ne pas avoir poursuivi l'éditeur, ne peut pas faire jurisprudence pour le cas d'espèce et empêcher toute correction.
- 60 Au contraire, dès lors qu'il existe maintenant une jurisprudence claire expliquant à l'éditeur dans quelles conditions strictes il lui est permis de considérer les titres de l'actualité et leurs développements comme deux éléments distincts, il lui incombe de se mettre en conformité avec cette jurisprudence.
- 61 Le Collège invite dès lors l'éditeur à procéder aux adaptations nécessaires pour qu'à l'avenir, l'article 18, § 3 et l'article 14, § 1^{er} du décret soient respectés. A cette fin, et dans le cadre de sa liberté éditoriale, soit l'éditeur regroupera titres et développements dans un programme unique et cohérent non entrecoupé par des insertions commerciales, soit il s'inspirera des différentes pistes suggérées par le Collège dans la présente décision pour que les titres et leurs développements puissent être considérés comme distincts et, le cas échéant, conformes aux règles de l'autopromotion.
- 62 Le Collège vérifiera la mise en conformité de l'éditeur avec la législation à l'occasion du prochain monitoring des pratiques de communication commerciale qui aura lieu à la rentrée de septembre 2013. Ce délai semble en effet raisonnable compte tenu du caractère limité des mesures à prendre pour se conformer à la loi. Il ne risque pas davantage de mettre en péril le financement de l'éditeur qui pourra maintenir, s'il le souhaite, des écrans de publicité à proximité de son JT.
- 63 Le Collège prend également note des déclarations de l'éditeur selon lesquelles sa volonté de scinder le JT et les titres en deux programmes distincts ne cache pas une volonté d'aller plus loin et de « saucissonner » son JT en différents « programmes ». Si les titres et leurs développements peuvent éventuellement être envisagés comme deux programmes distincts moyennant le respect de certaines conditions, ceci est en revanche exclu pour les différents sujets du JT dont l'article 18, § 3 du décret vise à éviter la segmentation.

Fait à Bruxelles, le 11 juillet 2013.