

Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 18 décembre 2014

(Dossier d'instruction n° 13-14)

- 1 En cause la Radio-télévision belge de la Communauté française - RTBF, dont le siège est établi Boulevard Reyers, 52 à 1044 Bruxelles ;
- 2 Vu le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, et en particulier les articles 136, § 1^{er}, 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 la RTBF par lettre recommandée à la poste du 8 septembre 2014 :
« d'avoir diffusé sur son site Internet le programme « Vestiaires », et notamment les épisodes du 13 et du 14 juin 2014, sans l'identifier clairement comme comportant du placement de produit, en infraction à l'article 21, § 2, al. 3, 4° du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels et à l'article 72.7, quatrième tiret du contrat de gestion de la RTBF » ;
- 5 Entendu M. Stéphane Hoebeke, et Mme. Vanessa Depoortere, juristes, en la séance du 27 novembre 2014 ;

1. Exposé des faits

- 6 Le 19 juin 2014, le Secrétariat d'instruction reçoit une plainte concernant la présence, jugée excessive, de marques dans le programme « Vestiaires » diffusé sur La Deux.
- 7 Suite à cette plainte, il visionne le programme « Vestiaires », dans sa diffusion en linéaire et en non-linéaire sur le site internet de la RTBF, notamment les épisodes des 13 et 14 juin 2014. D'une part, il relève un certain nombre de marques et de produits. D'autre part, il constate qu'aucune identification du placement de produit n'apparaît dans la version du programme diffusée en non-linéaire sur le site internet de la RTBF
- 8 Le 27 juin 2014, le Secrétariat d'instruction invite la RTBF à communiquer ses observations par rapport à une éventuelle infraction aux articles 21, § 2, alinéa 3 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels et 72.7 du contrat de gestion de la RTBF.
- 9 Le 24 juillet 2014, la RTBF communique ses observations au Secrétariat d'instruction.
- 10 Le 28 juillet 2014, le Secrétariat d'instruction demande un complément d'information à la RTBF et lui communique une copie de la plainte.
- 11 Le 6 août 2014, la RTBF communique des informations complémentaires au Secrétariat d'instruction.

- 12 Le 19 août 2014, le Secrétariat d'instruction clôture son rapport et propose au Collège de notifier deux griefs à l'éditeur. Lors de sa séance du 4 septembre 2014, le Collège décidera de ne notifier qu'un seul de ces deux griefs à l'éditeur.

2. Arguments de l'éditeur de services

- 13 La RTBF a exprimé ses arguments sur le grief qui lui a été notifié dans son courrier au Secrétariat d'instruction du 24 juillet 2014, ainsi que lors de son audition par le Collège.
- 14 Elle reconnaît l'infraction consistant à avoir diffusé le programme « Vestiaires » sur son site Internet sans avertissement préalable ni logo « PP », en infraction aux dispositions visées au grief.
- 15 Dans son courrier au Secrétariat d'instruction du 24 juillet 2014, elle indiquait avoir demandé au service concerné qu'il soit remédié au problème, à l'avenir, « *dans la mesure des possibilités techniques* ».
- 16 Lors de son audition par le Collège, elle explique les raisons du problème. Alors qu'auparavant, les programmes diffusés en non-linéaire sur son site web après une diffusion en linéaire étaient mis en ligne dans une version dite de « track antenne », le système a ensuite changé et les programmes mis en ligne ont été cherchés non plus dans les « tracks antenne » mais dans des archives dites prêtes à diffuser. Le problème est que, dans cette version issue des archives, les programmes n'étaient plus munis d'aucun habillage, et donc notamment d'un éventuel logo d'identification du placement de produit. C'est en tout cas le cas pour les programmes qui, comme « Vestiaires », sont produits en externe et pour lesquels le producteur n'a pas d'obligation d'insérer de quelconques incrustations de logos.
- 17 Le présent dossier a mis en lumière le problème qui pouvait résulter de ce nouveau système technique et la RTBF a donc cherché des solutions.
- 18 Une première option pourrait consister à demander au producteur du programme de réaliser lui-même l'incrustation mais ceci n'est, selon la RTBF, pas spécialement souhaitable car elle ne disposerait alors plus de versions complètement « propres » de ses programmes, sans aucun logo, ce qui pourrait être problématique si, par exemple, à l'avenir, elle venait à rediffuser le programme sous l'empire d'une nouvelle législation n'exigeant plus le même habillage.
- 19 Une seconde option consisterait à mettre un place un système technique performant, permettant, pour chacun de ses programmes diffusé en non linéaire sur son site web, d'obtenir un habillage automatique selon ses caractéristiques. La RTBF expose cependant que la conception d'un tel système est compliquée. Des démarches ont été entreprises en ce sens mais elle ne sait, à ce stade, dire pour quand un tel système pourrait être opérationnel.
- 20 Aussi, dans l'intervalle, elle propose une troisième option consistant, comme pour la diffusion linéaire, à insérer au cas par cas, pour tous les programmes mis en ligne, les habillages nécessaires, tels que l'avertissement préalable et le logo « PP ».

3. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

- 21 Selon l'article 21, § 2, alinéa 3, 4° du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels (ci-après « le décret ») :

« Les programmes qui comportent du placement de produit répondent au moins à toutes les conditions suivantes : (...) »

4° Ils sont clairement identifiés comme comportant du placement de produit par des moyens optiques au début et à la fin de leur diffusion, ainsi que lorsqu'ils reprennent après une interruption publicitaire, afin d'éviter toute confusion de la part du téléspectateur. Cette dernière condition s'applique uniquement aux programmes qui ont été produits ou commandés par l'éditeur de services ou par une société qui est directement ou indirectement son actionnaire ou dans laquelle il est directement ou indirectement actionnaire. »

22 Selon l'article 72.7, quatrième tiret du contrat de gestion 2013-2017 de la RTBF (ci-après, « le contrat de gestion ») :

« En matière de placement de produits, la RTBF : (...) »

- applique cette même signalétique, au-delà des obligations du décret du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels, sur les émissions de divertissement concernées, en faisant précéder ces émissions, durant 5 secondes, d'un avertissement spécifique informant les téléspectateurs de la présence de placement de produit et des annonceurs visés »

23 En l'occurrence, l'éditeur reconnaît avoir diffusé le programme « Vestiaires » sur son site Internet sans avoir clairement identifié son recours au placement de produit, ni par les moyens optiques visés à l'article 21 du décret¹, ni par l'avertissement préalable visé à l'article 72.7 du contrat de gestion.

24 Le grief est donc établi.

25 Le Collège attire l'attention de l'éditeur sur le fait que les obligations contenues dans les dispositions visées au grief sont obligatoires en toutes circonstances et ne sont pas conditionnées à leur simplicité de mise en œuvre technique. L'engagement qu'il prenait dans son courrier au Secrétariat d'instruction du 24 juillet 2014 de remédier au problème constaté « dans la mesure des possibilités techniques » était donc insuffisant.

26 Le Collège prend cependant acte du nouvel engagement de l'éditeur, formulé lors de son audition, de remédier au problème constaté, à terme, en mettant en place un système technique permettant l'habillage automatique des programmes mis en ligne et, dès à présent, à titre transitoire, en procédant à cet habillage au cas par cas.

27 Au vu de cet engagement, le Collège estime que la régulation a atteint ses objectifs et qu'il ne serait plus pertinent de sanctionner l'éditeur aujourd'hui.

28 Il sera cependant particulièrement attentif, notamment lors de ses prochains monitorings de la communication commerciale, à ce que l'éditeur respecte bien ses engagements et à ce que ses programmes diffusés en version non-linéaire sur son site Internet et comportant du placement de produit soient correctement identifiés comme tels.

Fait à Bruxelles, le 18 décembre 2014.

¹ Selon la recommandation du Collège d'autorisation et de contrôle du 17 décembre 2009 relative au placement de produit, ces moyens optiques consistent en un pictogramme « PP » placé en bas d'écran au minimum pendant 10 secondes au début et à la fin des programmes, ainsi qu'à la suite des interruptions publicitaires (<http://www.csa.be/documents/1143>).