

Collège d'autorisation et de contrôle
Décision n° 7/2001 du 3 octobre 2001

En cause de :

la société anonyme Event Network, sise Avenue Berthelot 135 à 1190 Bruxelles ;
représentée par Monsieur Lotfi Belhassine, Administrateur délégué,
accompagné de Monsieur Laurent Van Assche, Directeur juridique ;
assistés de Maître Agnès Maqua et de Maître Vanessa Ling, avocats ;

Vu le décret du 24 juillet 1987 relatif au Conseil supérieur de l'audiovisuel et aux services privés de radiodiffusion sonore de la Communauté française, en particulier les articles 21 § 1^{er} 11^o et 22 à 24 ;

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

Vu les griefs notifiés à la société Event Network par lettre recommandée à la poste le 6 juin 2001, à savoir :

« avoir, sur sa chaîne Libertytv.com, depuis le 30 novembre 2000 au moins jusqu'à ce jour, diffusé des spots de télé-achat dans des spots publicitaires en contravention à l'article 26ter §4 du décret du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel qui dispose que :

« Les émissions de télé-achat doivent être clairement annoncées comme telles. Elles doivent obligatoirement être programmées dans des écrans qui leur sont réservés sans pouvoir être interrompus, notamment par des messages publicitaires ou du parrainage ; elles doivent être présentées de manière à éviter toute confusion avec d'autres émissions. Le nombre minimal d'écrans réservés aux émissions de télé-achat est fixé à huit écrans par jour. La durée minimale de chaque écran est fixée à 15 minutes » ;

Vu le mémoire en réponse de la SA Event Network du 27 juillet 2001 ;

Vu la note au Collège d'autorisation et de contrôle du Secrétaire du Conseil supérieur de l'audiovisuel du 8 août 2001 ;

Vu le mémoire en réplique de la SA Event Network du 31 août 2001 ;

Entendu Messieurs Lotfi Belhassine et Laurent Van Assche de même que Maitres Agnès Maqua et Vanessa Ling, avocats, le 5 septembre 2001 ;

1. Pour sa défense, la société Event Network rappelle que l'autorisation dont elle bénéficie porte sur la diffusion d'un service de programmes thématiques consacrés aux événements, aux loisirs et au tourisme et d'un service de télétexte interactif et que cette autorisation comporte celle de diffuser des émissions de télé-achat et de la publicité commerciale.

Elle estime que « *les spots litigieux ne peuvent être qualifiés de télé-achat et encore moins d'émissions de télé-achat au sens du décret* » car ils ne contiennent pas une offre directe au public mais une offre indicative de prix et qu'aucun « *élément ne permet de penser que l'objectif premier de l'annonceur n'est pas d'assurer la promotion* », et non la vente, des voyages. Ces spots « *doivent, dès lors, être rangés dans la catégorie générale des spots publicitaires* ».

La directive Télévision sans frontières opère une nette distinction entre les émissions et les spots de télé-achat et les soumet à des obligations différentes. Or, l'article 26ter §4 du Décret ne vise que les émissions de télé-achat ; rien n'interdit à un opérateur d'insérer des spots de télé-achat dans un tunnel publicitaire, les articles du décret précité portant sur les émissions et les programmes de télé-achat et non sur les spots de télé-achat.

Des sanctions ne peuvent être infligées à un opérateur du fait des spots qu'il diffuse, à défaut de base décrétole.

2. Pour le Collège d'autorisation et de contrôle, le législateur a clairement entendu différencier la publicité commerciale et le télé-achat et éviter la confusion entre l'un et l'autre dans le chef du téléspectateur.

Le décret du 17 juillet 1987 définit le télé-achat comme « *la diffusion d'offres directes au public en vue de la fourniture moyennant paiement, de biens ou de services (...)* ».

Par les spots litigieux, l'opérateur procède indiscutablement à la diffusion d'offres directes au public en vue de la fourniture de services, en l'espèce des voyages. Ces spots expriment manifestement une offre ferme ; les éléments essentiels du contrat à conclure sont présentés, à savoir une chose et son prix ; le téléspectateur peut faire immédiatement l'acquisition d'un séjour déterminé moyennant le paiement de la somme indiquée sur l'écran.

Le fait que, selon l'opérateur, l'annonceur considère son offre comme principalement de nature à susciter des pourparlers en vue de la conclusion d'un contrat plus important, ne prive nullement le téléspectateur du droit d'accepter sans plus et de manière immédiate, la chose offerte, l'opérateur reconnaissant dans son mémoire que tel est le cas de 10% des appels reçus aboutissant à une vente.

De plus, ces spots renvoient, pour conclure la vente et assurer la fourniture de ces services, à un numéro de téléphone et non à un point de vente identifié ou identifiable.

En conclusion, les spots litigieux ressortissent sans conteste de la catégorie du télé-achat.

Considérant que l'autorisation dont bénéficie la société Event Network lui permet de diffuser de la publicité commerciale et du télé-achat, le fait même de diffuser du télé-achat ne peut lui être reproché.

3. La disposition du décret retenue comme base des griefs vise les « *émissions* » de télé-achat, et dispose notamment qu'elles ne peuvent être inférieures à 15 minutes.

A peine de procéder à une interprétation extensive sur laquelle ne peut se fonder une sanction, rien n'établit que le législateur ait entendu interdire l'insertion de spots de télé-achat dans des écrans publicitaires par des opérateurs bénéficiant de l'autorisation de diffusion de télé-achat.

Le télé-achat diffusé en l'espèce ne constitue manifestement pas une « *émission* » au sens de l'article 26ter §4, mais bien un « *spot* » au sens de l'article 27 quater, vu notamment sa brièveté . Dès lors que l'opérateur est autorisé à diffuser du télé-achat, le grief n'est pas établi.

En conclusion, le Collège d'autorisation et de contrôle, après en avoir délibéré,

Déclare l'infraction non établie.

Fait à Bruxelles, le 3 octobre 2001 par :

Evelyne Lentzen, présidente,
André Moyaerts
Jean-François Raskin
Boris Libois, vice-présidents,
Jean-Claude Guyot
Michel Hermans, membres.