

Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel

Décision du 19 novembre 2003

En cause de la S.A. TVi, dont le siège est établi Avenue Ariane 1 à 1201 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 ;

Vu le grief notifié à la S.A. TVi par lettre recommandée à la poste le 2 octobre 2003 :

« présenter verbalement ou visuellement les lots offerts dans le cadre de l'émission de jeu « Allô cadeaux » en contravention avec les dispositions des articles 14 §1^{er}, 17 et 21 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion » ;

Entendu Monsieur Jérôme de Béthune, directeur juridique, et Madame Laurence Vandembrouck, conseillère juridique, en la séance du 5 novembre 2003.

1. Argumentaire de l'éditeur de services

Selon l'éditeur, l'émission « Allo Cadeaux » est « une émission, récurrente et diffusée en direct. Elle est destinée à faire participer le téléspectateur sur un mode interactif. Les lots offerts ne sont pas présentés dans un but publicitaire, mais ne sont que des moyens pour encourager la participation d'un maximum de téléspectateurs ».

En tant qu'émission de jeu, celle-ci doit être examinée au regard de l'article 17 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion et non au regard des articles 14 § 1^{er} et 21 de ce même décret. L'article 17 prévoit que les produits ou services remis sous forme de lots peuvent apparaître à l'écran ou être cités au cours de programmes et séquences de programmes de jeu et de concours.

Il attire l'attention sur le fait que cet article, par rapport au décret du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel, ne fait plus mention du principe de « stricte neutralité » et ajoute à la notion d'incitation à l'achat le qualificatif de « direct ». Il estime que, « compte tenu du type d'émission et son objectif précité, il n'y a pas d'incitation à l'achat direct ».

Selon l'éditeur, la présentation des lots n'est pas accompagnée d'une mise en valeur destinée à inciter à la consommation ou à l'achat direct des produits ou services, dans la mesure où cette présentation se déroule dans le contexte même du jeu et non pour leur vente. Il ne peut être déduit du fait de citer le nom du fournisseur, avec lequel est conclue une convention d'échange, qu'il y ait incitation à l'achat. De plus, il n'est pas fait référence à l'endroit où le consommateur peut acheter ces produits.

L'éditeur précise enfin qu'il a pris « dès le départ les mesures nécessaires pour cadrer au mieux l'émission en briefant les différents animateurs (qui se succèdent d'une semaine à l'autre) afin d'assurer que la manière dont ils présenteront les lots respecte les prescrits du nouveau décret. De récents briefings ont été à nouveau organisés pour attirer l'attention du producteur et des animateurs sur cette question ». Suite à une mise en garde adressée au producteur et au présentateur en raison du ton parfois exagéré utilisé pour présenter les lots, les nouvelles émissions témoignent d'une évolution certaine. Il ajoute que, contrairement aux autres émissions du même type, cette émission est en direct.

2. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

Le programme « Allo Cadeaux » se présente comme un programme de jeu avec remise de produits et services comme lots soumis aux dispositions de l'article 17 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion. Cet article dispose que : « Pour les programmes ou séquences de programmes de jeu et de concours avec remise de lots sous la forme de produits ou services aux participants ou aux téléspectateurs, ces produits ou services peuvent apparaître à l'écran ou être cités au cours du programme considéré, à condition que leur présentation ne soit accompagnée ni d'argumentation, ni de mise en valeur qui soient destinées à inciter à la consommation ou à l'achat direct de ces produits ou services ».

Le Collège d'autorisation et de contrôle constate que, lors des programmes « Allo cadeaux » des 24 avril et 8 mai 2003 au moins, la présentation des produits et services remis en lots aux participants ou téléspectateurs était accompagnée d'une argumentation et d'une mise en valeur dépassant le cadre défini par l'article 17 précité. La valorisation caricaturale et sans retenue des produits et services remis en lots, le ton louangeur adopté par le présentateur, le caractère répétitif et incitatif des présentations qu'il effectue, la citation d'un point de vente et l'annonce du prix sont destinées à inciter le public à leur consommation.

L'article 17 du décret précité ne permet pas, en tout état de cause, la mention distincte du donateur.

Dès lors que les conditions fixées par l'article 17 précité ne sont pas respectées, l'éditeur contrevient aux dispositions des articles 14 § 1^{er} et 21 du décret.

En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle, après en avoir délibéré, déclare les griefs établis et condamne la S.A. TVi :

- à une amende de 2.500 € (deux mille cinq cent euros) ;
- à la diffusion du communiqué suivant : « TVi a été condamné par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour publicité clandestine dans l'émission « Allo Cadeaux » sur RTL-TVi ».

Ce communiqué doit être affiché et lu, pendant 30 secondes, directement avant trois diffusions du programme « Allo Cadeaux » ou sinon entre 10 et 11 heures sur RTL-TVi, hors tunnels publicitaires et dans les nonante jours de la notification de la présente décision.

Copie des diffusions de ce communiqué doit être transmise au Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Fait à Bruxelles, le 19 novembre 2003,

Evelyne LENTZEN, présidente,
André MOYAERTS
Philippe GOFFIN
Jean-François RASKIN, vice-présidents,
Daniel FESLER
Jean-Claude GUYOT
Michel HERMANS
Pierre HOUTMANS
Pierre Dominique SCHMIDT, membres.