Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 28 septembre 2005

En cause de la Radio-télévision belge de la Communauté française - RTBF, dont le siège est établi Boulevard Reyers, 52 à 1044 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 RTBF par lettre recommandée à la poste le 22 juin 2005 :

« d'avoir inséré sur les services La Une et La Deux à plusieurs reprises, depuis le mois d'avril 2005 au moins, de la communication publicitaire dans le programme « Météo » en contravention à l'article 24 6° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion » ;

Vu le mémoire en réponse de la RTBF reçu le 26 juillet 2005 ;

Entendu Monsieur Simon-Pierre De Coster, Directeur juridique, en la séance du 31 août 2005.

1. Exposé des faits

L'éditeur a diffusé, à plusieurs reprises depuis le mois d'avril 2005 au moins, dans le programme « Météo » des mentions telles que « Habillé par The Adress » ou « Coiffée par Jacques Dessange ».

Ces mentions apparaissent avant la fin de la présentation de la météo simultanément à sa diffusion.

2. Argumentaire de l'éditeur de services

La RTBF estime qu'elle procède en l'espèce à une simple mention classique de remerciement d'entreprises qui font un apport en prestations en faveur de la RTBF. Habituellement, ce type de mention apparaît dans le générique de fin de programme mais comme les séquences météo n'ont pas de générique final, le remerciement se fait en toute fin de séquences.

L'éditeur souligne que ces mentions de remerciement ne doivent pas être assimilés à du parrainage. Il ne s'agit en effet pas, pour la RTBF, d'une contribution au financement du programme. Les « remerciements au générique » qui visent les apports en nature ou en prestations de services de tiers font l'objet de conventions directement entre la RTBF – et non sa régie publicitaire – et les sociétés ou institutions désireuses d'effectuer de tels apports en nature ou prestations de services. Ces conventions précisent que « ces remerciements au générique doivent être faits en caractères, tailles et couleurs semblables aux autres mentions du générique, sans aucune apparition du logo, de produits ou de marques, ni adresse postale ou téléphonique ». L'éditeur communique les conventions dites « de valorisation » conclues par la RTBF avec Dessange pour des prestations de coiffure et avec The Adress (SA Caraco) pour des apports en vêtements.

3. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

L'article 1^{er} 23° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion définit le parrainage comme « toute contribution d'une institution ou d'une entreprise, publique ou privée, n'exerçant pas d'activité de radiodiffusion ou de production d'œuvres audiovisuelles, au financement de programmes dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses réalisations ».

L'article 24 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion dispose : « Les personnes physiques ou morales et les entreprises peuvent parrainer des programmes et des séquences d'un même programme lorsque les conditions suivantes sont réunies : (...) 6° le parrainage est annoncé dans les génériques diffusés avant et après le programme parrainé, ou en début et fin d'une séquence clairement distincte d'un même programme ».

La convention intervenue avec la société Dessange prévoit, dans le cadre de la programmation, de la production et de la diffusion par la RTBF d'une « série d'émissions », un apport de la société Dessange comprenant notamment une valeur estimée en argent de prestations de services de coiffure au profit de « environ » 30 agents de la RTBF ; en contrepartie, la RTBF s'engage à faire mention à l'antenne de la collaboration dans les génériques de fin des émissions. Le programme Météo est expressément désigné dans la convention. Cette convention lui garantit de plus l'exclusivité sectorielle pour les dites émissions, la RTBF s'engageant à négocier le cas échéant la suppression d'autres marques concurrentes si nécessaire, en cas d'achats de programmes produits par des tiers.

La convention intervenue avec la société Caraco prévoit « un apport en nature sous forme de don de 3 costumes et 3 chemises » aux mesures du présentateur du programme Météo, la RTBF s'engageant à les faire porter par ce présentateur « au moins 80 % des jours où il présente la météo », outre la mention de « la collaboration du cocontractant aux génériques de fin d'émission », avec mention de la marque « The Adress », sans exclusivité sectorielle.

A l'audience du 31 août 2005, la RTBF a elle-même qualifié les prestations fournies de « aides à la production ».

Tant le contenu que l'intitulé même de ces conventions indiquent que celles-ci organisent la contribution d'entreprises à la production dans le but de promouvoir leur image ; cette contribution constitue du parrainage au sens de l'article 1, 23° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion ; aucune disposition ne permet de soutenir que le fait que les prestations de ces entreprises soient fournies « *en nature* » les exclurait des prévisions décrétales.

Le fait que la RTBF ne programme pas de générique pour la présentation de la météo ne l'exonère pas du respect de l'article 24, 6° précité et ne l'autorise pas à insérer la mention des entreprises parrainant le programme, durant celui-ci.

En insérant la mention des entreprises qui parrainent la météo, durant la présentation de celle-ci, la RTBF méconnaît le principe général de séparation claire de la publicité du reste des programmes, dont les dispositions en matière de parrainage ne constituent qu'un cas d'application. Le grief est établi.

Quoique la RTBF n'ignore nullement ce principe, en l'absence de sanction antérieure pour des faits de même nature, un avertissement constitue la sanction adéquate.

En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle déclare le grief établi et adresse un avertissement à l'éditeur.

Fait à Bruxelles, le 28 septembre 2005.