

Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 22 mars 2006

En cause de la S.A. TVi, dont le siège est établi Avenue Ariane 1 à 1200 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 18 janvier 2006 :

- « d'avoir diffusé le 9 novembre 2005 sur le service Club RTL des séquences :
- de présentation du jeu « Furby », en contravention aux articles 13 1° et 14 § 1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion ;
- de déroulement du jeu « Furby », en contravention à l'article 14 § 1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion ;
- du jeu « Petit poney », en contravention aux articles 14 § 1^{er}, 17 et 21 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, ou, à titre subsidiaire, à l'article 24 1° et 5° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion » ;

Vu le mémoire en réponse de la société TVi reçu le 21 février 2006 ;

Entendus Monsieur Monsieur Jérôme de Béthune, directeur juridique, et Madame Laurence Vandenbrouck, juriste d'entreprise, en la séance du 1^{er} mars 2006.

1. Exposé des faits

La S.A. TVi a, sur le service Club RTL, le 9 novembre 2005 au moins, diffusé des séquences de présentation du jeu « Furby », des séquences de déroulement du jeu « Furby » et des séquences du jeu « Petit Poney ».

Les premières mettent en scène une peluche dénommée « Furby » accompagnée d'un panneau « wanted » et de la voix off suivante : « *Furby a disparu, aide-nous à le retrouver et gagne un Furby avec Kids Club en appelant le 0900/02.904 chaque fois que tu le verras apparaître dans une pub* ». Cette séquence est insérée entre un dessin animé et un écran publicitaire.

Les deuxièmes, insérées durant l'écran publicitaire qui suit, présentent la peluche « Furby » tenant un panneau rappelant de jouer accompagnée de la mention « *appelle vite le 0900/02.904* ».

Les troisièmes mettent en scène une poupée dénommée « Petit poney » accompagnée de la voix *off* suivante : « *Entre dans le monde magique de mon petit poney et gagne mon vrai poney ; caline-le, il se relève et il te parle ; envoie CLUB suivi de tes coordonnées par SMS au 3055 ou appelle le 0900/02.392 ; bonne chance* ». Cette séquence est insérée après un écran publicitaire.

2. Argumentaire de l'éditeur de services

L'éditeur estime que ces trois types de séquences doivent être qualifiées de jeu. Elles ne constituent pas de la communication publicitaire.

L'éditeur fait remarquer, à l'appui de cette déclaration, que ces séquences ne sont pas insérées dans des écrans publicitaires.

Dès lors qu'il s'agit de séquences de jeu, seul l'article 17 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion leur est applicable, article que l'éditeur estime respecter dans la mesure où la présentation des objets à gagner n'est accompagnée ni d'argumentation, ni de mise en valeur qui soient destinées à inciter à la consommation ou à l'achat direct de ces objets.

3. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

Quant au premier grief

Le Collège constate que les séquences de présentation du jeu « Furby » sont indissociables des séquences de déroulement du jeu qui les suivent, l'ensemble relevant manifestement d'un programme de jeu : il s'agit, conformément à l'article 17 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, de procéder à la « *remise de lots sous la forme de produits ou services aux participants ou aux téléspectateurs* ». Le fait que le logo « Kid's club » propre aux programmes pour enfants diffusés sur le service Club RTL soit associé aux séquences de présentation du jeu ne suffit pas pour qualifier celles-ci de séquences d'autopromotion auxquelles devraient s'appliquer les règles relatives à la communication publicitaire.

Dès lors que ces séquences ne relèvent pas de la communication publicitaire, le grief de contravention aux articles 13 1^o et 14 § 1^{er} du décret n'est pas établi.

Quant au deuxième grief

Le Collège constate que les séquences de déroulement du jeu « Furby » sont indissociables des séquences de présentation du jeu qui les précèdent, l'ensemble relevant manifestement d'un programme de jeu : il s'agit, conformément à l'article 17 du décret, de procéder à la « *remise de lots sous la forme de produits ou services aux participants ou aux téléspectateurs* ».

Ces séquences, qui, comme le souligne l'éditeur, ne relèvent pas de la communication publicitaire, ne peuvent figurer dans des écrans réservés à la communication publicitaire, dans la mesure où celle-ci, conformément à l'article 14 § 1^{er} du décret « *doit être aisément identifiable comme telle* » et « *doit être nettement distincte des autres programmes ou séquences de programme grâce à des moyens optiques ou acoustiques clairement identifiables* ». Le Collège ne perçoit pas en effet comment des écrans que l'éditeur réserve à de la communication publicitaire pourraient, dans le respect de l'article 14 § 1^{er} du décret, contenir des séquences de programmes de jeu que l'éditeur qualifie lui-même comme ne relevant pas de la communication publicitaire.

Le grief est dès lors établi.

Quant au troisième grief

Le Collège constate que le jeu « Petit poney » relève manifestement d'un programme de jeu : il s'agit, conformément à l'article 17 du décret, de procéder à la « *remise de lots sous la forme de produits ou services aux participants ou aux téléspectateurs* ». Le fait que le logo « Kid's club » propre aux programmes pour enfants diffusés sur le service Club RTL soit associé aux séquences de présentation du jeu ne suffit pas pour qualifier celles-ci de séquences d'autopromotion auxquelles devraient s'appliquer les règles relatives à la communication publicitaire. Dès lors que ces séquences ne relèvent pas de la communication publicitaire, le grief de contravention aux articles 14 § 1^{er} et 21 du décret n'est pas établi.

L'article 17 du décret énonce les conditions dans lesquelles des produits et services peuvent apparaître au sein même d'un programme de jeu : « *Pour les programmes et 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* ».

Il ressort du visionnage du programme incriminé que la présentation du produit « Petit poney » est accompagnée d'une mise en valeur, certes brève mais cependant réelle compte tenu du public visé, dans des termes et selon une mise en scène inhérents au discours publicitaire (« *Entre dans le monde magique de mon petit poney et gagne mon vrai poney ; câline-le, il se relève et il te parle...* »).

Le grief de contravention à l'article 17 du décret est établi.

Il n'est pas établi par le dossier que la société Hasbro, fabriquant du jouet « Petit poney », a procédé au parrainage du jeu incriminé ; la seule mention du logo « Petit poney » durant le jeu ne suffit pas à qualifier la société Hasbro de parrain de celui-ci.

Le grief de contravention aux articles 24 1^o et 5^o n'est pas établi.

Cependant, bien que le grief de contravention à l'article 13 du décret n'est pas établi, en ne mettant pas à disposition du public le règlement de ces jeux et en ne mentionnant pas la nécessité pour les mineurs de demander une autorisation parentale pour participer au jeu « Petit poney », l'éditeur n'a pas respecté les lignes directrices des règlements des jeux et concours adoptées par le Collège d'avis du CSA le 8 mars 2005. Bien que ces lignes directrices n'aient pas de valeur contraignante, le Collège regrette que l'éditeur ne se conforme pas à des dispositions qu'il a lui-même participé à établir et approuvées.

De même, l'éditeur a manqué de prudence en ce que les séquences de jeu en question visent de jeunes enfants. Les produits à gagner sont en effet aisément disponibles dans le commerce et sont destinés à un public très jeune (4 à 6 ans), naturellement inexpérimenté et crédule. De plus, dans le cas d'espèce, il a choisi d'une part d'associer de manière particulièrement visible son logo « Kid's Club » aux séquences de jeu et d'autre part de susciter l'attention du jeune public au contenu publicitaire par l'intermédiaire d'un jeu dont sa participation se fait, qui plus est, via des appels téléphoniques surtaxés.

En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle, après en avoir délibéré, condamne la S.A. TVi à un avertissement et à la diffusion du communiqué suivant :

« Club RTL a été condamnée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour avoir diffusé des programmes de jeux dans des écrans publicitaires et pour ne pas avoir respecté les règles applicables aux programmes de jeu et concours. Cette décision est disponible sur le site internet du CSA (www.csa.be). »

Ce communiqué doit être affiché et lu, pendant 30 secondes, sur le service Club RTL, avant un programme pour enfants diffusé accompagné de l'habillage « Kid's Club » habituellement utilisé par l'éditeur, à trois reprises dans les 90 jours de la notification de la présente décision.

Copie des diffusions de ce communiqué doit être transmise au Conseil supérieur de l'audiovisuel dans la semaine qui suit la dernière diffusion.

Fait à Bruxelles, le 22 mars 2006