

Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 19 avril 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^o 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 1^{er} février 2006 :

« d'avoir inséré sur le service Club RTL, les 10 et 17 décembre 2005 au moins, de la communication publicitaire dans des programmes pour enfants, en contravention à l'article 18 § 1^{er} et § 5 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion » ;

Entendus Monsieur Jérôme de Béthune, directeur juridique, et Madame Laurence Vandembrouck, juriste d'entreprise, en la séance du 22 mars 2006.

1. Exposé des faits

La S.A. TVi a, sur le service Club RTL, les 10 et 17 décembre 2005 au moins, inséré de la communication publicitaire dans les programmes « L'Ours mandarine », « Le Noël magique de Franklin » et « Tabaluga et Léo ».

2. Argumentaire de l'éditeur de services

L'éditeur reconnaît les faits mais soutient que les programmes dont question ne sont pas des programmes pour enfants. Ce sont des longs métrages qui ont été coupés sur base de ce seul critère d'appréciation. Il précise que ces programmes sont diffusés à la fin de la tranche horaire accompagnée de l'habillage « Kid's Club », soit à un moment de la journée où il ne destine plus sa programmation seulement aux enfants mais veille à élargir son audience à un public familial.

3. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

L'article 18 § 1^{er} et § 5 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion pose la règle de l'insertion de la publicité entre les programmes et précise les conditions dans lesquelles une insertion publicitaire pendant les programmes est admise :

« §1. La publicité, les spots de télé-achat et l'autopromotion doivent être insérés entre les programmes. Sous réserve des conditions fixées aux §§ 2 à 5, ils peuvent également être insérés pendant des programmes, de façon à ne pas porter atteinte à l'intégrité et à la valeur de ces programmes en tenant compte de leurs interruptions naturelles ainsi que de leur durée et de leur nature, et de manière à ce qu'il ne soit pas porté préjudice aux droits des ayants droit.

(...)

§ 5. La publicité, les spots de télé-achat et l'autopromotion ne peuvent être insérés dans les journaux télévisés, dans les programmes pour enfants, dans les retransmissions de cérémonies religieuses et laïques. (...)».

La qualification de « programmes pour enfants » des dessins animés diffusés sur le service Club RTL, les 10 et 17 décembre 2005 notamment, ressort de l'habillage du service pendant les tranches horaires concernées, ainsi que de sa présentation sur antenne et de son appellation (« Kid's Club »).

Les jours et horaires de diffusion (le samedi entre 16h40 et 18h40), le genre et le contenu des programmes diffusés (des dessins animés tels que « L'Ours mandarine » ou « Franklin » nettement à destination principale des enfants) complètent le faisceau d'indices justifiant cette qualification. L'éditeur reconnaît d'ailleurs que les dessins animés diffusés ont les enfants pour cible principale, mais pas exclusive. Ni le fait que l'éditeur les qualifie de longs métrages ni le fait que ces programmes puissent être regardés par des enfants dans un environnement familial ou par d'autres publics n'énervent l'analyse aboutissant à qualifier ces dessins animés de programmes pour enfants.

Le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion prévoit l'interdiction d'interruption de ces programmes par de la communication publicitaire.

Le grief est établi.

Considérant les antécédents de l'éditeur en matière de contravention à l'interdiction de diffuser de la communication publicitaire dans les programmes pour enfants, le Collège estime qu'une amende se justifie.

En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle, après en avoir délibéré, déclare le grief établi et condamne la S.A. TVi à une amende de vingt cinq mille euros (25.000 €) et à la diffusion du communiqué suivant :

« TVi a été condamnée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour avoir interrompu par de la publicité des dessins animés pour enfants diffusés sur Club RTL, en contravention aux règles en matière d'insertion publicitaire ».

Ce communiqué doit être affiché et lu, pendant 30 secondes, immédiatement avant la diffusion sur Club RTL du film programmé à 20h30, 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 19 avril 2006