

Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 14 juin 2006

En cause de la S.A. BTV, dont le siège est établi Chaussée d'Ixelles 227B à 1050 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 20 avril 2006 :

« d'avoir diffusé sur le service AB3, le 18 février 2006, notamment vers 12h25, 13h13, 14h45, 14h46, 18h31 et 21h31, de la communication publicitaire, non aisément identifiable comme telle ou non nettement distincte des autres programmes ou séquences de programmes grâce à des moyens optiques ou acoustiques clairement identifiables, en contravention à l'article 14 §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion » ;

Entendu Monsieur André Kemeny, administrateur, en la séance du 31 mai 2006.

1. Exposé des faits

La S.A. BTV a, sur le service AB3, le 18 février 2006, à plusieurs reprises diffusé de l'autopromotion pour le programme « Miss Swan » dans les séquences d'ouverture et de fermeture des écrans publicitaires.

2. Argumentaire de l'éditeur de services

L'éditeur reconnaît avoir inséré de l'autopromotion dans les séquences d'ouverture et de fermeture des écrans publicitaires. Il soutient que l'article 14 §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion n'étant pas assez explicite sur les modalités de séparation entre les programmes et la communication publicitaire, il a considéré de bonne foi que de telles séquences pouvaient en respecter le prescrit.

Il déclare avoir, depuis la notification de griefs, pris connaissance de la jurisprudence du Collège en la matière, en particulier les décisions du Collège du 1^{er} février 2006 concernant la RTBF et du 1^{er} mars 2006 concernant TVi. Il informe le Collège de son intention de se conformer à cette jurisprudence à l'avenir.

3. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

Selon l'article 14 §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, la communication publicitaire doit être aisément identifiable comme telle et doit être nettement distincte des autres programmes ou séquences de programmes grâce à des moyens optiques ou acoustiques clairement identifiables.

La formulation de cette disposition est sans équivoque : par l'utilisation des adverbes « aisément », « nettement » et « clairement », le législateur a insisté sur l'importance du principe de la séparation entre le contenu éditorial et la communication publicitaire.

L'autopromotion relève de la communication publicitaire (article 1^{er} 7°). Elle est soumise au respect des règles générales relatives à la communication publicitaire, en ce compris l'article 14 §1^{er} du décret.

L'insertion dans les écrans de séparation des tunnels publicitaires d'une annonce pour un programme programmé le soir même a manifestement pour objectif d'attirer l'attention du téléspectateur sur ce programme. Il en est ainsi à plus forte raison lorsque cette annonce est accompagnée de l'heure de diffusion ou met en scène une présentatrice annonçant la diffusion du programme le même soir.

L'insertion d'une communication publicitaire – en l'occurrence de l'autopromotion – dans le moyen que l'éditeur de services utilise précisément pour distinguer la communication publicitaire des programmes abolit, par sa nature même de communication publicitaire, la netteté de la distinction et le caractère clairement identifiable des moyens optiques ou acoustiques utilisés par l'éditeur de services, quels que soient ceux-ci. Ce moyen ne peut en effet, dans le même temps, être un programme publicitaire et constituer l'élément permettant au téléspectateur de distinguer la publicité des autres programmes.

En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle, après en avoir délibéré, déclare le grief établi et adresse un avertissement à la S.A. BTV.

Fait à Bruxelles, le 14 juin 2006