

Collège d'avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel

Avis n°3/2004

Objet : Cinq projets d'arrêtés d'application du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion

En date des 16 et 18 mars 2004, le Gouvernement de la Communauté française a saisi le Conseil supérieur de l'audiovisuel de demandes d'avis sur cinq projets d'arrêtés d'application du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion (ci-après « le décret »).

- Projet d'arrêté du Gouvernement de la Communauté française relatif à la diffusion de campagnes de promotion de la santé par les éditeurs de services de radiodiffusion ;
- Projet d'arrêté du Gouvernement de la Communauté française relatif à la transparence des éditeurs de services de radiodiffusion ;
- Projet d'arrêté du Gouvernement de la Communauté française fixant les modalités de versement de la contribution des éditeurs de services de radiodiffusion télévisuelle au Centre du cinéma et de l'audiovisuel ;
- Projet d'arrêté du Gouvernement de la Communauté française fixant le temps de transmission quotidien consacré à la publicité par vidéotexte dans les télévisions locales ;
- Projet d'arrêté du Gouvernement de la Communauté française fixant les modalités de la consultation publique visée à l'article 94 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

Un groupe de travail, ouvert aux parties intéressées, s'est réuni le 15 avril 2004.

Avis du Collège d'avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel

1. Projet d'arrêté du Gouvernement de la Communauté française relatif à la diffusion de campagnes de promotion de la santé par les éditeurs de services de radiodiffusion

Le projet détermine les modalités d'application de l'article 16 du décret. Une fois adopté, il remplacera l'arrêté du 18 janvier 1995 portant un objet similaire pris en application du décret du 19 juillet 1991, aujourd'hui abrogé.

Le Collège a pris connaissance du procès-verbal d'une réunion tenue le 8 avril 2004 actant la concertation intervenue avec les éditeurs de services concernés, concertation requise par l'article 16 du décret du 27 février 2003.

Pour le Collège, il convient d'inverser l'ordre de citation des deux premiers décrets, le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion constituant prioritairement la base décrétole de l'arrêté. Par ailleurs, la référence à l'arrêté de l'Exécutif de la Communauté française du 18 janvier 1995 paraît inutile, dès lors que l'article 10 du projet en prévoit l'abrogation.

Article 3

Le Collège relève l'emploi des termes de « *promotion de la santé* » pour qualifier les campagnes en cet article (ces termes figurent également dans le titre du projet d'arrêté), alors que le décret du 27 février 2003 qui en constitue le fondement se réfère en son article 16 à la notion d' « *éducation à la santé* ».

Les éditeurs s'inquiètent de l'extension des thèmes des campagnes bénéficiaires du dispositif qui se réfère dans le projet d'arrêté aux priorités du programme quinquennal de promotion de la santé, lequel pourrait intégrer des domaines qui font actuellement l'objet de campagnes publicitaires payantes, telles que les campagnes de sécurité routière. Ils attirent l'attention du gouvernement sur les pertes de ressources financières qu'une telle extension éventuelle occasionnerait aux éditeurs de services.

Les éditeurs soulignent que les promoteurs de campagne ont parfois recours à des partenariats commerciaux pour soutenir leurs initiatives, dont la participation est susceptible d'être mentionnée dans les messages. Sans exclure du dispositif les campagnes recourant à de tels partenariats, les éditeurs estiment que les citations ou apparitions d'annonceurs commerciaux doivent être payantes, selon les conditions générales de vente des éditeurs de services concernés. Ils proposent d'ajouter à la fin du 2^{ème} alinéa : « *Toutefois, toute citation ou apparition d'annonceurs commerciaux sera payante selon les conditions générales de vente des éditeurs* ».

Pour le Collège, le deuxième alinéa serait plus clairement rédigé comme suit : « *Ces campagnes sont intégrées dans les écrans publicitaires* »

Le Collège propose de préciser les tâches incombant aux promoteurs des campagnes et dès lors de rédiger le dernier alinéa de la manière suivante : « *La conception, la production et la réalisation des campagnes, en ce compris la fabrication et la livraison des supports, ne sont pas à charge des éditeurs de services* ».

Article 4

Le Collège propose, au premier alinéa, de remplacer les termes de « *consommation télévisuelle* » par « *consommation audiovisuelle* », afin de prendre en considération l'écoute radiophonique également concernée par ces dispositions.

Article 5

Au §1^{er} 1^o, le Collège propose la rédaction suivante : « *1^o Emaner d'une personne morale ne poursuivant pas un but lucratif, exerçant une activité de [prévention ou de promotion] [éducation] de/à la santé dans le cadre des compétences de la Communauté française au profit de la population ou de groupes cibles qui relèvent de celle-ci et n'ayant par elle-même ou par les membres de ses organes de gestion, ni directement ni indirectement, un intérêt industriel ou commercial à la campagne envisagée* » afin d'inclure l'organisme lui-même dans le régime d'incompatibilité et de rencontrer la préoccupation des éditeurs mentionnée sous l'article 3 quant à l'extension des thèmes des campagnes bénéficiaires.

Au §1^{er} 3°, selon les experts des régies publicitaires, la traduction gestuelle intégrée au support télévisuel tendrait à diminuer sensiblement l'efficacité du message, tant elle favorise la distraction du téléspectateur par rapport au but recherché.

Au §1^{er} 4°, soulignant l'importance de communiquer les éléments constitutifs de la campagne aux parties intéressées dès le lancement du projet, le Collège propose de compléter l'alinéa par la phrase : « *Le formulaire comprendra notamment les éléments suivants du projet de campagne : service concerné, agenda de diffusion, synopsis, public-cible, collaborations et partenaires éventuels* ».

Au §2, pour les raisons exposées ci-avant, la première phrase serait utilement complétée par les mots : « *ainsi que le projet de campagne* ». En outre, et dans le but de permettre aux éditeurs d'anticiper au mieux la diffusion des campagnes, le paragraphe serait à compléter par un alinéa 3 rédigé comme suit : « *Dès l'accord de principe, le Ministre de la Santé informe le Ministre de l'Audiovisuel de cette décision et du projet de campagne, qui le communique pour information aux éditeurs de services* ».

Au §3, le Collège estime que l'avis requis du Conseil supérieur de promotion de la santé doit porter non seulement sur la lisibilité du message mais aussi sur sa qualité technique. Par souci de complétude, le dernier alinéa de ce paragraphe devrait mentionner que les éditeurs reçoivent les campagnes et les supports définitifs, au minimum 15 jours avant la date de diffusion sollicitée.

De manière générale, l'article 5 prévoit des délais qui paraissent très longs, plus de 140 jours pour l'ensemble de la procédure. Le Collège estime opportun de réduire ce délai et de prévoir une procédure d'urgence.

Article 6

Certains membres du Collège s'étonnent de la dérogation aux procédures générales de consultation prévue à cet article.

Article 7

Au plan formel, la logique chronologique justifierait d'inverser la présentation des données devant figurer dans le rapport annuel.

En outre, la communication trimestrielle des relevés de temps de diffusion pourrait être simplifiée par la communication unique au Secrétariat général du Ministère de la Communauté française, lequel serait chargé d'informer les ministres compétents.

Entrée en vigueur

Le Collège suggère que l'arrêté mentionne une date d'entrée en vigueur

2. Projet d'arrêté du Gouvernement de la Communauté française relatif à la transparence des éditeurs de service de radiodiffusion

Le projet arrête la liste des informations de base ainsi que les modes de diffusion assurant un accès équitable à celles-ci, conformément à l'article 6 §1^{er} du décret, visant à la transparence des éditeurs de services.

Le Collège convient de la nécessité de prévoir des délais d'actualisation des modifications des données, telles qu'elles figurent dans le projet d'arrêté. Une proposition serait de reprendre un délai similaire à celui fixé à l'article 6 §3, soit un mois.

3. Projet d'arrêté du Gouvernement de la Communauté française fixant les modalités de versement de la contribution des éditeurs de services de radiodiffusion télévisuelle au Centre du cinéma et de l'audiovisuel

Le projet exécute l'article 41 §1^{er} alinéa 2 du décret.

Le Collège propose de préciser à l'article 1^{er} alinéa 2 que la régularisation de la contribution est, le cas échéant, opérée l'année suivante une fois le chiffre d'affaires réel connu après approbation du bilan et des comptes annuels par l'assemblée générale de la société.

4. Projet d'arrêté du Gouvernement de la Communauté française relatif au temps de transmission quotidien consacré à la publicité par vidéotexte dans les télévisions locales

Le projet exécute l'article 68 §2 du décret.

Il n'appelle pas du Collège de remarque particulière.

En réponse à la question du Ministre de l'Audiovisuel quant aux horaires de diffusion, le Collège estime que des contraintes horaires cadreraient mal avec la structure de diffusion en boucle d'une heure en pratique dans de nombreuses télévisions locales. Les programmes de vidéotexte viennent le plus souvent combler la durée de ces boucles, dont l'objectif est de fixer des rendez-vous - principalement d'information local - aux téléspectateurs à heures fixes.

5. Projet d'arrêté du Gouvernement de la Communauté française fixant les modalités de la consultation publique visée à l'article 94 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion

Dans le cadre des règles communes relatives aux opérateurs de réseaux, le projet détermine les modalités de consultation publique accompagnant la procédure de définition des marchés pertinents et de détermination des opérateurs puissants sur le marché.

Le Collège souligne que, pour se conformer à l'article 94 du décret, il conviendrait, soit d'inclure à l'article 1^{er} du projet d'arrêté les modalités qui figurent à la section 4 du règlement d'ordre intérieur du CSA approuvé par le Gouvernement en date du 10 septembre 2003, soit de se référer directement à ce dernier texte, qui nécessite encore une publication au Moniteur belge.

Enfin, à l'article 3 2^{ème} al., il est proposé de remplacer le mot « *originaire* » par « *à l'origine* ».

Bruxelles, le 20 avril 2004.