

Conseil supérieur de l'audiovisuel

RÉGULATION

BULLETIN D'INFORMATION
DU CONSEIL SUPÉRIEUR
DE L'AUDIOVISUEL



n°28
JUIN 2006



Régulation
des réseaux de radiodiffusion

Recommandation
"protection des mineurs"

Colophon



Editeur responsable

- > **Evelyne Lentzen**,
Présidente du CSA

Comité de rédaction

- > **Jean-François Furnémont**,
Directeur du CSA
- > **Geneviève de Bueger**
- > **Muriel Hanot**
- > **Boris Libois**
- > **Paul-Eric Mosseray**

Abonnements

- > Le magazine "Régulation" est distribué gratuitement. Toute demande d'abonnement peut être envoyée aux adresses indiquées ci-dessous. Un formulaire d'abonnement au magazine – ainsi qu'à la newsletter électronique "cs@actualité" – est également disponible à l'adresse suivante : @ : www.csa.be/contact/formulaire.asp

Plaintes

- > Toute plainte ou remarque concernant les programmes des éditeurs de services (radios, télévisions) relevant de la Communauté française ou la transmission de ceux-ci par les télédiffuseurs peut être envoyée aux adresses indiquées ci-dessous. Un formulaire de plainte est également disponible à l'adresse suivante : @ : www.csa.be/contact/formulaire_plainte.asp

Coordonnées

- > **Conseil supérieur de l'audiovisuel**
Rue Jean Chapelié 35
1050 Bruxelles
- > Tél.: 32 2 349 58 80
Fax: 32 2 349 58 97
- > URL: www.csa.be
Courriel: info@csa.be

Contrôle des distributeurs : une première

Depuis l'entrée en vigueur du décret du 27 février 2003, les fonctions de distributeur de services et d'opérateur de réseau ont été scindées. Cette dernière fonction est une fonction technique qui consiste dans la transmission des signaux et dans la gestion des réseaux et infrastructures. La fonction de distributeur de services, en revanche, n'est pas technique : en mettant à disposition du public un ou plusieurs « bouquets » de services qu'il est libre de composer, le distributeur de services remplit, comme l'éditeur de services, une fonction culturelle.

Le législateur décretaal a imposé certaines obligations aux distributeurs de services : identification du prestataire et des services qu'il distribue, désignation d'un médiateur chargé d'assurer une meilleure transparence dans les relations avec les abonnés, contribution à la production d'œuvres audiovisuelles et au développement des télévisions locales, fourniture d'une offre de base comprenant au moins les services bénéficiant d'un droit de distribution obligatoire et, pour ceux qui exercent aussi la fonction d'opérateur de réseau, séparation comptable entre les activités « distributeur » et « opérateur ».

Soumis à un régime déclaratif, les distributeurs de services ont attendu l'adoption, en 2004, d'un arrêté d'application du décret pour se déclarer comme distributeur de services auprès du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Quinze distributeurs l'ont fait dans le courant de l'année 2005. C'est donc aujourd'hui la première fois que le CSA a procédé, comme il le fait chaque année pour les éditeurs de services, au contrôle de la réalisation des obligations des distributeurs de services.

Globalement, le CSA a considéré que les distributeurs avaient respecté leurs obligations. Il a néanmoins relevé six points, dont deux ont fait l'objet de l'ouverture d'une instruction :

1. Sept distributeurs n'ont pas transmis l'ensemble des données relatives à leur offre de services. Leur dossier a été transmis au Secrétariat d'instruction du CSA pour éventuelle notification de griefs.
2. Belgacom n'a pas respecté les dispositions relatives à l'offre de base. Son dossier a été transmis au Secrétariat d'instruction du CSA pour éventuelle notification de griefs.
3. Belgacom Mobile et Mobistar n'ont pas respecté les dispositions relatives à l'offre de base. Dans la mesure où les plates-formes mobiles de services de radiodiffusion sont complémentaires aux offres fournies par câble (coaxial ou bifilaire) et vu le faible nombre d'utilisateurs effectifs de l'offre audiovisuelle mobile, le CSA a toutefois considéré qu'il serait, à ce stade du développement du marché, disproportionné de notifier des griefs à ces deux distributeurs.
4. En vertu de l'article 77 du décret, la séparation comptable s'impose à tous les distributeurs qui exercent également les fonctions d'opérateur de réseau. Le CSA avait, entre janvier et mars 2006, organisé une consultation publique sur le sujet. Il a décidé de ne pas mettre en œuvre l'article 77 du décret avant l'adoption d'une recommandation prenant en compte les résultats de la consultation publique. Cette recommandation a été adoptée le 31 mai 2006. Le contrôle du respect de l'article 77 sera donc effectué pour l'exercice 2006.
5. Concernant le médiateur, le CSA a décidé de poursuivre la concertation avec les parties intéressées et d'élaborer une recommandation définissant le champ d'application et les modalités de la mise en œuvre de l'article 78 du décret.
6. Enfin, la question de l'éventuelle position significative exercée par Brutélé, IDEA et Interrosane sera examinée sur base d'une procédure distincte prévue à l'article 7 du décret du 27 février 2003 tenant compte du fait que les télévisions locales TéléSambre, Télé Mons-Borinage et Télévesdre font l'objet d'une distribution respectivement par Brutélé, IDEA et Interrosane et non par un distributeur de services par câble concurrent dans la même zone.

Ce premier contrôle aura donc permis de mettre en œuvre la plupart des outils mis à la disposition du régulateur.



Evelyne LENTZEN
Présidente du CSA

Actualité audiovisuelle

Services de contenu audiovisuels

Le Comité directeur sur les moyens de communication de masse (CDMM) a publié les résultats d'une enquête, réalisée à la demande du Comité des ministres du Conseil de l'Europe, sur « *l'adaptation des lois relatives à la diffamation avec la jurisprudence pertinente de la Cour européenne des droits de l'homme, y compris la question de la dépenalisation de la diffamation* ».

@ : www.coe.int/T/F/Droits_de_l%27Homme/media/

Le Conseil européen a examiné les grandes lignes de la proposition de révision de la directive « Télévision sans frontières » adoptée par la Commission. La présidence autrichienne y a soumis également un rapport d'activité résumant les positions des Etats sur plusieurs questions posées dans le futur cadre réglementaire pour les services audiovisuels (distinction entre services linéaires et non linéaires ; principe du pays d'origine, libéralisation des restrictions quantitatives en matière de publicité, placement de produits...).

@ : ec.europa.eu/comm/avpolicy/reg/tvwf/modernisation/proposal_2005/index_en.htm

Dans le cadre de l'évolution de son travail relatif aux Droits de l'homme dans la société de l'information, le Conseil de l'Europe a demandé une étude indépendante pour délimiter le sens de l'expression « contenus préjudiciables », afin de promouvoir une approche cohérente de la protection des mineurs dans tous les médias de la société de l'information.

@ : [www.coe.int/t/E/Human_Rights/Media/MC-S-IS\(2006\)002abr_en.pdf](http://www.coe.int/t/E/Human_Rights/Media/MC-S-IS(2006)002abr_en.pdf)

Dans une communication consécutive au Sommet mondial sur la société de l'information (SMSI) de Tunis (16-18 novembre 2005), la Commission européenne a énoncé des priorités pour la mise en œuvre des engagements internationaux pris lors du sommet. Celles-ci comprennent la sauvegarde et le renforcement des droits de l'homme, notamment la liberté de recevoir des informations et d'y avoir accès. La Commission demande que des négociations internationales se poursuivent pour améliorer la gouvernance de l'internet grâce aux deux nouveaux processus créés par le sommet : le Forum multilatéral sur la gouvernance de l'internet et le mécanisme de coopération renforcée, auquel participeront tous les gouvernements sur un pied d'égalité.

@ : ec.europa.eu/information_society/activities/internationalrel/docs/wsis/communication_wsis_follow_up_final_fr.pdf

Les professionnels suisses de l'industrie du film sont désormais autorisés à participer au programme de financement MEDIA de l'Union européenne. En contrepartie, la Suisse versera une contribution annuelle au programme.

@ : europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/06/413&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr

L'OFCOM, organe de régulation britannique, publie un rapport sur l'éducation aux médias des enfants.

@ : www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlitpub/medlitpubrss/children/

Aides d'Etat

La Commission européenne a clôturé la procédure relative au financement du radiodiffuseur public portugais qu'elle avait engagée en application des règles du traité CE sur les aides d'Etat. Cette clôture intervient suite à la mise en œuvre par l'Etat portugais de mesures qui renforcent la transparence et la proportionnalité de son système de financement et éviteront le soutien des activités commerciales par des subventions croisées.

@ : europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/06/349&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr

La Commission européenne a approuvé l'ensemble des mécanismes français de soutien au cinéma et à l'audiovisuel sur la base des règles du traité CE relatives aux aides d'Etat. Elle considère en effet que si la quasi-totalité des divers régimes notifiés impliquent des aides d'Etat, la plupart d'entre eux encouragent le développement culturel sans affecter les échanges entre Etats Membres dans une mesure contraire à l'intérêt commun.

@ : europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/06/357&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr

Actualité audiovisuelle

Le dernier numéro de la *Competition Policy Newsletter* a publié trois articles sur le régime des aides d'Etat en matière de soutien à la radiodiffusion numérique (« digital switchover »).

@ : ec.europa.eu/comm/competition/publications/cpn/cpn2006_1.pdf

Infrastructures et réseaux de communication électronique

Le Groupe indépendant des régulateurs (IRG) publie les principes d'application et de bonnes pratiques de l'usage des méthodes de comptabilisation des coûts telles qu'appliquées aux communications électroniques.

@ : irgis.anacom.pt/site/en/irg.asp

L'Autorité française de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) a publié une modélisation des coûts de fourniture des communications téléphoniques par les opérateurs alternatifs.

@ : www.art-telecom.fr/communiqués/communiqués/2006/index-c06-13.htm

L'ARCEP a publié son rapport au ministre délégué à l'Industrie en vue d'améliorer la médiation et garantir l'indépendance du médiateur dans le secteur des communications électroniques.

@ : www.art-telecom.fr/publications/rapport/rap-mediation-dec05.pdf

L'Agence wallonne des télécommunications (AWT) a publié les résultats de l'enquête 2005 sur les usages des TIC par les citoyens en Région wallonne. On y apprend que 34% des Wallons déclarent aller voir un film au cinéma, contre 38% en 2004 ; cette proportion est de 55% chez les 15-29 ans et de 40% chez les 30-44 ans. 71% des ménages wallons disposent d'un lecteur DVD, 26% d'une console de jeux, 18% d'un équipement Home Cinéma, 14% d'une chaîne TV payante et 1% de la TV par Internet.

@ : www.awt.be/contenu/tel/dem/usages_citoyens_2005.pdf

Concurrence

Le Réseau européen de la concurrence (REC) qui rassemble la Commission européenne et les autorités nationales de concurrence de l'Union a ouvert un site internet qui fournit aux entreprises, à leurs conseils et aux citoyens des informations sur l'application du droit de la concurrence, des rapports annuels et des documents explicatifs sur le Réseau. Le site du REC constituera notamment un point d'accès unique aux communiqués de presse en provenance de toutes les autorités nationales de concurrence et de la Commission.

@ : europa.eu.int/comm/competition/antitrust/ecn/ecn_home.html

Le Conseil européen est parvenu le 31 mai à un accord politique sur la directive sur les services dans le marché intérieur.

@ : europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/06/222&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en

Le Groupe des régulateurs européens (ERG) a publié un document de travail qui décrit les processus d'analyse de cinq marchés prévus dans la recommandation européenne, en identifiant les problèmes et tendances communes.

@ : erg.eu.int/doc/publications/erg_05_51_report_mkt_experiences.pdf

Le Groupe des régulateurs européens (ERG) a adopté une position commune sur les remèdes appropriés dans le cadre de la régulation des services et réseaux de communications électroniques.

@ : erg.eu.int/doc/meeting/erg_06_19_explanatory_memorandum_revised_erg_common_position_on_remedies.pdf

@ : erg.eu.int/doc/meeting/erg_06_33_remedies_common_position_june_06.pdf

Actualité du CSA

Mars-juin **Accessibilité des programmes de télévision**

Dans le cadre du groupe de travail « Multiculturalité et inclusion sociale », le Collège d'avis prépare un avis sur l'accessibilité des programmes de télévision aux personnes déficientes sensorielles. Sous-titrage, traduction en langue des signes et audio-description sont des techniques qui permettent aux personnes sourdes, malentendantes, aveugles ou malvoyantes de prendre leur place dans le paysage audiovisuel. Le groupe de travail élaborera des recommandations tant pour progresser au niveau de l'offre de programmes accessibles que pour saisir l'opportunité de la transition vers la radiodiffusion numérique pour renforcer l'accessibilité des programmes au moyen de nouvelles technologies.

22 mars **Recommandation - Coopération entre Etat fédéral et Communautés en matière d'infrastructure commune de transmission électronique**

Le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA a adopté ce 22 mars une recommandation relative à la coopération entre Etat fédéral et Communautés en matière d'infrastructure commune de transmission électronique. Constatant l'absence de réglementation en la matière (laquelle aurait dû être prise au plus tard le 31 décembre 2005), relevant que la Commission européenne a épinglé dans son 11^{ème} rapport sur la « Réglementation et marché des communications électroniques en Europe en 2005 » l'absence de coopération entre régulateurs sectoriels en Belgique, et soulignant que la politique menée par l'IBPT soulève des interrogations et ne permet pas d'identifier ses intentions, le Collège d'autorisation et de contrôle invite le Parlement et le Gouvernement de la Communauté française à contribuer, avec les autres autorités politiques concernées, à la mise en place d'un cadre juridique stable pour régler l'infrastructure commune de transmission électronique, avec ou sans fil, y compris pour les radios privées.

@ : www.csa.be/avis/cac_recommandations.asp

24 mars **Groupe des régulateurs de l'Union européenne**

Evelyne Lentzen, présidente du CSA, et Jean-François Furnémont, directeur du CSA, ont participé à la réunion du groupe des régulateurs de l'Union européenne, à l'invitation de la Commission européenne. L'objectif était, à la suite des précédentes réunions des 17 mars 2005 et 24 janvier 2006, de prendre de nouvelles limitations en matière de lutte contre les services de télévision extra-communautaires incitant à la haine. La création d'un point de contact entre les ARN avait déjà été décidée en 2005 (http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/info_centre/links/index_en.htm#reg).

Les ARN et la Commission européenne ont cette fois décidé de l'établissement d'un forum restreint destiné aux échanges d'informations sur le sujet.

@ : http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/index_en.htm

29 mars **Autorisation de « Preview »**

Par décision du 29 mars 2006, le Collège d'autorisation et de contrôle a autorisé la S.A. Skynet iMotion Activities (SiA) à éditer le service de radiodiffusion télévisuelle dénommé « Preview », pour une durée de neuf ans.

@ : www.csa.be/avis/cac_autorisations.asp

24 avril **Colloque sur les pratiques publicitaires**

A l'occasion de la publication par le Ministère de la Communauté française de l'ouvrage « Les pratiques publicitaires à la télévision – quelques questions », le Service général de l'audiovisuel et des multimédias du Ministère a organisé une audition publique sur le sujet. Evelyne Lentzen, présidente du CSA, qui avait contribué à la publication par un article relatif aux normes et à la régulation des pratiques en matière de séparation entre publicité et programmes, est intervenue dans un des deux panels, en compagnie des éditeurs de services et du Jury d'éthique publicitaire (JEP). La publication est disponible gratuitement sur simple demande auprès du téléphone vert de la Communauté française (0800/20.000 ou telvert@cfwb.be)

@ : www.cfwb.be/av/fram001.htm

Actualité du CSA

25 avril Règlement relatif aux programmes de radio et de télévision en période électorale

Depuis 1999, le Collège d'avis a régulièrement adressé aux éditeurs de radio et de télévision des recommandations quant au traitement de l'information en période électorale.

Répondant à ses nouvelles missions décrétales mais également à des questions régulièrement adressées au CSA, le Collège d'avis a adopté un nouveau règlement à l'approche des élections communales et provinciales.

Tenant compte de la nature du scrutin, le Collège s'est particulièrement intéressé à des questions inhérentes à l'information de proximité, en sollicitant la participation active des éditeurs de services locaux à ses travaux.

Le règlement s'est donc voulu un outil abordant les questions aussi concrètes que le recours à l'avis de la rédaction sur les dispositifs électoraux, la gestion professionnelle des émissions électorales par des éditeurs locaux ne diffusant pas habituellement de programmes d'information ou encore la limitation de la présentation des candidats dans d'autres rôles et fonctions, assortis de différents niveaux de vigilance.

@ : www.csa.be/avis/ca_avis.asp

4 mai Colloque sur la politique-spectacle et la télévision

Afin de présenter les résultats d'une recherche sur « la spectacularisation des personnalités politiques dans les programmes de télévision de la Communauté française » que le CSA et le Parlement de la Communauté française avaient commandée à l'Observatoire du récit médiatique (ORM) de l'UCL, le CSA et le Parlement ont organisé un colloque qui a réuni les auteurs de l'étude, des personnalités politiques (présidents de partis et chefs de groupe au Parlement), des représentants des éditeurs de services. Tant l'étude que son résumé (qui a fait l'objet d'un numéro hors série du magazine « Régulation ») sont disponibles gratuitement auprès du CSA et du Parlement. Ils sont aussi disponibles sur le site internet du CSA.

@ : www.csa.be/documentations/publications_autres.asp

@ : www.csa.be/documentations/publications_cahiers.asp

10 mai Choix d'un consultant pour l'analyse du « marché 18 »

Le bureau du CSA, qui avait lancé un appel d'offres général relatif à « un marché de services consistant en l'exécution de l'analyse de marché pertinent pour lequel le CSA est compétent (marché 18) en vertu du cadre européen en matière de communications électroniques ainsi que la formation du personnel du CSA à l'exécution ultérieure de telles analyses », publié le 20 février 2006 au *Bulletin des adjudications*, a approuvé l'offre du Bureau Van Dijk et a décidé de lui attribuer le marché. Le consultant a débuté ses travaux le 23 mai 2006.

@ : www.csa.be/marchepublic/

10 mai Contrôle de la réalisation des obligations de Mobistar et de Belgacom Mobile

Dans son avis relatif au contrôle de la réalisation des obligations des distributeurs de services de radiodiffusion par voie hertzienne terrestre numérique Mobistar et Belgacom Mobile, le Collège d'autorisation et de contrôle a constaté que Mobistar et Belgacom Mobile satisfont globalement aux obligations que leur impose le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, à l'exception toutefois de ce qui concerne l'offre de base (articles 84 §1^{er} et 86).

Dans la mesure où les plates-formes mobiles de services de radiodiffusion sont complémentaires aux offres fournies par câble (coaxial ou bifilaire) et vu le faible nombre d'utilisateurs actuels de l'offre audiovisuelle mobile de Mobistar et de Belgacom, le Collège d'autorisation et de contrôle a estimé qu'il serait, à ce stade du développement du marché, disproportionné de retenir un manquement à ces articles.

@ : www.csa.be/avis/cac_avis.asp

Actualité du CSA

10 mai Contrôle de la réalisation des obligations de l'AIESH, de l'ALE-Télédis, de Brutélé et de l'IDEA

Le Collège d'autorisation et de contrôle a rendu un avis sur la réalisation des obligations des distributeurs de services de radiodiffusion par câble AIESH, ALE-Télédis, Brutélé et IDEA pour l'exercice 2005. Le Collège estime que AIESH, ALE-Télédis, Brutélé et IDEA ont globalement respecté les obligations que leur impose le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

La question des éventuelles positions significatives exercées par Brutélé et par IDEA sera examinée sur base d'une procédure distincte prévue à l'article 7 du décret du 27 février 2003 tenant compte du fait que la télévision locale Télésambre fait l'objet d'une distribution par Brutélé, et que la télévision locale Télé Mons-Borinage fait l'objet d'une distribution par IDEA, et non par un distributeur de services par câble concurrent dans les mêmes zones.

@ : www.csa.be/avis/cac_avis.asp

17-19 mai Réunion de l'EPRA

Evelyne Lentzen, présidente du CSA, et Jean-François Furnémont, directeur du CSA, ont participé à la 23^{ème} réunion de la Plate-forme européenne des autorités de régulation (EPRA) à Elsenieur, à l'invitation du régulateur danois. Cette réunion a rassemblé 48 ARN originaires de 40 pays. La session plénière a été consacrée à l'étude de cas de publicité politique. Trois groupes de travail se sont également réunis, consacrés respectivement au chapitre « publicité » de la proposition de directive sur les services de médias audiovisuels, au contrôle du respect des obligations des éditeurs de services et à la réforme et la convergence des autorités de régulation. Les ARN ont par ailleurs pris connaissance des derniers travaux entrepris tant par l'Union européenne que par le Conseil de l'Europe, présentés respectivement par Emmanuel Joly (DG Société de l'Information – UE) et Alessia Sonaglioni (Media division, CoE).

@ : www.epra.org

24 mai Contrôle de la réalisation des obligations de Telelux, Igeho, Inatel, Interмосane, Interest, Simogel et Seditel

Le Collège d'autorisation et de contrôle a rendu un avis sur la réalisation des obligations des distributeurs de services de radiodiffusion par câble Telelux, Igeho, Inatel, Interмосane, Interest, Simogel et Seditel pour l'exercice 2005.

Le Collège estime que Telelux, Igeho, Inatel, Interмосane, Interest, Simogel et Seditel ont respecté leurs obligations en matière d'identification et de promotion de la diversité culturelle et linguistique.

Par contre, ils n'ont pas rencontré les obligations en matière d'offre de services. Les distributeurs n'ont, en effet, pas communiqué les données relatives aux services diffusés hors offre de base. Faute d'avoir reçu de Telelux, d'Igeho, d'Inatel, d'Interмосane, d'Interest, de Simogel et de Seditel, pour chacun des services repris dans leur offre, copie des accords conclus avec les éditeurs de services (ou, à défaut, leur distributeur) et copie de leur acte déclaratif ou d'autorisation respectif, le CSA n'est pas en mesure de vérifier la conformité de Telelux, d'Igeho, d'Inatel, d'Interмосane, d'Interest, de Simogel et de Seditel aux articles 81, 82 et 83 du décret du 27 février 2003. En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle a transmis ces avis au Secrétariat d'instruction du Conseil supérieur de l'audiovisuel aux fins d'instruction, conformément à l'article 158 §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

La question de l'éventuelle position significative exercée par Interмосane sera examinée sur base d'une procédure distincte prévue à l'article 7 du décret du 27 février 2003 tenant compte du fait que la télévision locale Télèvesdre fait l'objet d'une distribution par Interмосane et non par un distributeur de services par câble concurrent dans la même zone.

@ : www.csa.be/avis/cac_avis.asp

24 mai Contrôle de la réalisation des obligations du distributeur BeTV

Le Collège d'autorisation et de contrôle a remis le 24 mai un avis sur la réalisation des obligations du distributeur de services BeTV pour l'exercice 2005. Le Collège estime que Be TV a globalement respecté, pour l'exercice 2005, les obligations que lui impose le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

@ : www.csa.be/avis/cac_avis.asp

24 mai Contrôle de la réalisation des obligations de Belgacom

Le Collège d'autorisation et de contrôle a remis le 24 mai un avis sur la réalisation des obligations du distributeur de services de radiodiffusion par câble Belgacom pour l'exercice 2005.

Le Collège estime que Belgacom a respecté, pour l'exercice 2005, l'ensemble des obligations que lui impose le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, à l'exception des articles 81 et 82 concernant l'offre de base. Celle-ci n'est pas fournie au public et les offres complémentaires ne sont pas proposées qu'aux seuls abonnés à l'offre de base. En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle a transmis cet avis au Secrétariat d'instruction du Conseil supérieur de l'audiovisuel aux fins d'instruction, conformément à l'article 158 §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

@ : www.csa.be/avis/cac_avis.asp

29 mai Colloque sur les télévisions extra-communautaires

Jean-François Furnémont, directeur du CSA, a assisté au colloque relatif au « rôle d'Internet et des télévisions satellitaires dans les relations entre les peuples des Etats membres de l'OSCE et des pays de la Méditerranée et du Moyen-Orient » organisé par François-Xavier de Donnée, président de l'Institut Medea, institut européen de recherche sur la coopération méditerranéenne et euro-arabe.

@ : www.colloqueglobalmedia.irisnet.be

@ : www.medeabe

31 mai Recommandation préparatoire à la mise à disposition d'informations comptables imposable aux opérateurs de réseau identifiés comme puissants sur le marché

Dans une recommandation, le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA définit les modalités de mise à disposition d'informations comptables imposable aux opérateurs de réseau identifiés comme puissants sur le marché (article 96.4 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion).

Cette recommandation fait suite à la consultation publique organisée du 30 janvier au 27 mars 2006 par le CSA, consultation à l'issue de laquelle avaient été reçues trois contributions écrites regroupant respectivement la position des intercommunales wallonnes du câble coaxial, celle de Belgacom et celle des opérateurs mobiles réunis dans le GSM Operator's Forum (GOF).

@ : www.csa.be/pdf/CAC_20060531_recommandation_art96.pdf (recommandation)

@ : www.csa.be/Publication/Publication_Detail.asp?Id=36&Action=ARC (consultation publique)

31 mai Recommandation relative à la présentation comptable des entreprises cumulant les activités de distribution de services de radiodiffusion et les activités de transmission de signaux électroniques

Suite à la consultation publique organisée du 30 janvier au 27 mars 2006 par le CSA dans le cadre du suivi du contrôle annuel de la réalisation des obligations des distributeurs de services, le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA a adopté une recommandation relative aux modalités de mise en œuvre de la présentation comptable des entreprises cumulant des activités relevant de la distribution de services de radiodiffusion et des activités consistant en la transmission de signaux électroniques (art. 77 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion).

@ : www.csa.be/pdf/CAC_20060531_recommandation_art77.pdf (recommandation)

@ : www.csa.be/Publication/Publication_Detail.asp?Id=36&Action=ARC (consultation publique)

Actualité du CSA

Mai Consultation sur la télévision numérique terrestre en Communauté française

Le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA procède actuellement à une série de rencontres bilatérales avec les acteurs du marché, leur offrant l'occasion de présenter au régulateur leurs besoins et stratégies en matière de radiodiffusion hertzienne terrestre en mode numérique en Communauté française de Belgique. L'objectif du CSA est de pouvoir déterminer les scénarios les plus vraisemblables pour la numérisation et l'affectation éventuelles des ressources spectrales terrestres en télévision.

Cette démarche fait suite notamment à la recommandation du Collège d'autorisation et de contrôle du 6 juillet 2005 relative à l'usage et à la numérisation des radiofréquences pour la télévision et à l'avis du Collège d'avis du 7 mars 2006 relatif à la transition et au dividende numériques.

@ : www.csa.be/pdf/CAC_RECOCM_2005_%2002_TAT.pdf (recommandation)

@ : www.csa.be/pdf/CAV_20060307_dividendenumerique.pdf (avis)

Mai-Juin Groupe de travail sur l'égalité entre les femmes et les hommes

A la suite de l'adoption en février 2005 de son programme d'action pour la promotion –entre autres– de l'égalité femmes-hommes, le Gouvernement invitait en mars dernier le Collège d'avis du CSA à rendre un avis et des recommandations d'une part sur la présence et la représentation des femmes dans les médias, d'autre part sur le traitement de l'information sur les cas de violences perpétrés à l'encontre des femmes. Le groupe de travail s'est placé particulièrement à l'écoute du point de vue des femmes et a réuni des femmes travaillant dans différents secteurs des médias (journalistes, chefs d'information et responsables éditoriales, publicité...), issues des centres universitaires ou des institutions spécialisées ainsi que des femmes représentantes de mouvements féminins et féministes. Ses recommandations seront proposées au Collège d'avis en juillet.

Mai-Juin Groupe de travail sur l'actualisation du code d'éthique relatif à la publicité à destination des enfants

Sur la base d'un code adopté une première fois par le Collège de la publicité en juillet 2002, la ministre de l'Audiovisuel a demandé au CSA de rendre un avis sur la possibilité de transposer en règlement –lui donnant donc une force obligatoire– le code d'éthique de la publicité audiovisuelle à destination des enfants et de procéder aux éventuelles actualisations nécessaires. Un groupe de travail du Collège d'avis s'est attelé d'une part à toiletter le texte en vue de clarifier certaines notions et améliorer sa forme législative, d'autre part à mener une réflexion sur son contenu, fondée sur de nouvelles préoccupations sociétales et les changements médiatiques, quatre ans après sa rédaction.

@ : www.csa.be/pdf/CP%20Avis%202002-02.pdf (code d'éthique 2002)

7 juin Conférence de l'ERA sur la directive TVSF

Evelyne Lentzen, présidente du CSA, a participé à la conférence organisée à Bruxelles par l'Académie de droit européen (ERA) relative au « *nouveau cadre juridique du paysage médiatique* ». Des représentants, entre autres, de la Commission européenne, du Parlement européen, des éditeurs, des régulateurs, du monde académique et de l'Observatoire européen de l'audiovisuel y ont débattu du projet de directive sur les services de médias audiovisuels. Evelyne Lentzen est intervenue sur la question de la protection des mineurs et de la dignité humaine.

@ : www.era.int

@ : www.csa.be/documentations/publications_autres.asp

Régulation des réseaux de radiodiffusion et marché de la livraison audiovisuelle en ligne

Les réseaux de communications électroniques sont, depuis le 25 juillet 2003, soumis à une nouvelle forme de régulation inspirée des principes et des règles du droit européen de la concurrence. En Communauté française, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) est chargé de la mise en œuvre de cette régulation pour ce qui concerne les réseaux de radiodiffusion, avec et sans fil, en application des articles 90 à 96 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion¹.

Cette nouvelle régulation des réseaux de radiodiffusion ne peut simplement se réduire à l'application au secteur de l'audiovisuel du modèle économique dominant en télécommunications. Si tel était le cas, d'une part, les réseaux de radiodiffusion seraient déjà couverts par la régulation conjointe État fédéral – Communautés de l'infrastructure commune de transmission électronique des données (vidéo et non-vidéo) à haut débit et, d'autre part, les responsabilités spécifiques à l'égard du public de l'offre de services audiovisuels ne seraient pas reconnues.

En réalité, il s'agit de prendre en compte l'interaction entre contenus multimédias et infrastructures électroniques afin de réguler les goulots d'étranglement qui feraient obstacle à la liberté du public d'accéder à une offre pluraliste de services audiovisuels et à une large diversité d'idées et d'opinions. Un espace public médiatique ouvert est en effet la condition structurelle de l'information et de la formation démocratiques des opinions publique et privées.

L'enjeu politique et social de la régulation des réseaux de radiodiffusion ainsi circonscrit, il reste à délimiter le périmètre matériel de la régulation (a), à définir le problème concret à résoudre (b) et les objectifs poursuivis par le régulateur (c) et à présenter les hypothèses de travail en matière de marchés pertinents (d), que le CSA validera empiriquement d'ici à la fin de l'année avec l'appui de son consultant externe (le Bureau van Dijk).

(a) Périmètre

La régulation a pour objet le marché de la transmission et de la fourniture de signaux de radiodiffusion, en ce compris les ressources et services associés nécessaires au public pour accéder aux services de contenu audiovisuel et les utiliser. Sont exclus de ce marché des services de livraison au public des contenus audiovisuels : les services consistant à fournir des contenus à l'aide de réseaux et de services de communications électroniques ou à exercer une responsabilité éditoriale (ou un contrôle rédactionnel) sur ces contenus. Ces services sont en effet dans le champ d'application matérielle, aujourd'hui, de la directive « Télévision sans frontières » et, demain, de la proposition de directive « Services de médias audiovisuels » actuellement débattue au Conseil et au Parlement européens.

En Communauté française, le « marché de la livraison audiovisuelle en ligne » inclut les opérateurs de réseau (au sens de l'article 1^{er} 22^o du décret du 27 février 2003) mais aussi les distributeurs de services de radiodiffusion (au sens de l'article 1^{er} 12^o du même décret) dans la mesure où, en tant que prestataires intermédiaires, ils assurent l'accès du public aux services de contenu audiovisuel, linéaires et non linéaires, sans exercer aucune responsabilité éditoriale sur les contenus transportés. Le marché de la livraison audiovisuelle en ligne – les relations entre et avec les opérateurs de réseaux intégrés aux distributeurs de services – ne couvre en aucun cas la production et la prestation de services de contenus, domaine réservé des éditeurs de services (au sens de l'article 1^{er} 13^o du même décret) fournissant des services de contenu audiovisuel, programmés dans la durée par l'organisme de radiodiffusion (linéaires) ou livrés à la demande de l'utilisateur final (non linéaires).

En cas de doute sur la qualification juridique des activités économiques en cause, il incombera aux acteurs qui exercent factuellement la fonction de distributeur de services de radiodiffusion (par

¹ On lira, par ailleurs, une analyse des principaux problèmes en matière de prix traités par le cadre réglementaire européen sur les communications électroniques ainsi qu'une description des mesures de régulation déjà adoptées par les autres Etats membres en matière de réseaux de données à haut débit et de radiodiffusion (<http://www.csa.be/marche18/>).

Actualité du CSA

exemple : les agrégateurs de contenus audiovisuels, les moteurs de recherche Internet ou les guides électroniques de programmes) de démontrer qu'ils réunissent effectivement les trois conditions cumulatives définies à l'article 12 de la directive 2000/31/CE « Commerce électronique »² afin de se prévaloir valablement du régime d'exonération de responsabilité *éditoriale*. Dès lors qu'il est établi qu'ils n'exercent que cette fonction technique de transport de signaux de radiodiffusion, ces distributeurs de services sont inclus dans le marché de la livraison audiovisuelle en ligne. Toutefois, en tant qu'ils fournissent également aux utilisateurs finaux l'accès aux contenus audiovisuels en ligne, ces acteurs économiques exercent de facto une « responsabilité sociale » (au sens de la « *corporate social responsibility* »), à garantir par des mesures volontaires, adoptées et contrôlées dans un cadre de corégulation distinct de la régulation économique des réseaux de radiodiffusion.

(b) Problème

Dans ce périmètre de régulation, le problème à résoudre est de permettre aux fournisseurs de services de contenu audiovisuel *qui le demandent* d'accéder, selon des conditions transparentes, non discriminatoires et raisonnables, aux infrastructures et services de livraison audiovisuelle afin que le public destinataire puisse à son tour accéder, dans des conditions analogues, à une offre médiatique pluraliste. Le CSA décèle en effet trois nœuds économiques potentiels dans la régulation des réseaux de livraison audiovisuelle en Communauté française : (i) des subventions croisées entre opérateur de réseau et distributeur de services intégrés verticalement, (ii) des pratiques de ciseaux tarifaires (ou de compression de la marge) entre un distributeur tiers et un distributeur intégré verticalement et (iii) des prix prédateurs, comme les tarifs de détail de l'offre audiovisuelle des intercommunales wallonnes, quoique réglementés jusqu'à présent par l'État fédéral.

En termes techniques, le problème de régulation à résoudre est un problème de « terminaison – accès à double sens », déjà constaté en téléphonie mobile³ : dans quelle mesure le prestataire tiers qui demande l'accès au réseau de radiodiffusion pour la fourniture de son offre de services dispose-t-il effectivement (et à des conditions transparentes, non discriminatoires et raisonnables) des moyens d'accéder aux utilisateurs finaux et de contrôler l'accès des utilisateurs finaux à son offre audiovisuelle ? Le problème est accru lorsque l'opérateur du réseau de radiodiffusion exerce lui-même simultanément la fonction de distributeur de services audiovisuels, dans la mesure où il peut être tenté d'entraver la fourniture d'offres concurrentes à la sienne (situation de deux distributeurs de services concurrents sur une même infrastructure) et de négocier l'accès individuel des seuls éditeurs de services à son réseau sans leur permettre d'établir un contact commercial exclusif (cas du distributeur de services et de l'opérateur de réseau uniques).

Résoudre ces questions n'implique pas de réglementer la négociation commerciale entre fournisseurs de services de contenu audiovisuel et fournisseurs de réseaux de communications électroniques en prétendant pouvoir fixer administrativement le tarif des prestations en présence (et en particulier la valeur des contenus audiovisuels). Il s'agit simplement de compenser l'insuffisance éventuelle du contre-pouvoir économique des fournisseurs de services de contenu audiovisuel dans le marché de la livraison audiovisuelle en ligne par des mesures correctrices imposées aux fournisseurs de réseaux de communications électroniques afin qu'ils ne restreignent pas arbitrairement la liberté du public d'accéder à une offre pluraliste dans les services de contenu audiovisuel.

Cela présuppose un choix stratégique de la part du régulateur, relatif à la structuration du marché de la livraison audiovisuelle en ligne : dans quelle mesure la régulation doit-elle maintenir l'intégration verticale entre l'opérateur de réseau et le distributeur de services et, plus largement, favoriser une concurrence inter-plates-formes (câbles vs. Belgacom, fil vs. sans-fil) *ou bien* imposer un équivalent du

² Fonction de « simple transport » : ne pas être à l'origine de la transmission, ne pas sélectionner le destinataire de la transmission et ne pas sélectionner ni modifier les informations faisant l'objet de la transmission.

³ Ce problème a été identifié dans la position commune du Groupe européen des régulateurs (ERG) sur les remèdes (ERG(03) 30). Cette situation se présente lorsque deux ou plusieurs réseaux négocient, dans une première étape, des accords d'interconnexion et, dans une seconde étape, fixent chacun leurs prix sur le marché de détail où ils peuvent ne pas se situer en concurrence avec d'autres réseaux. Étant donné la nature du réseau fixe et la situation actuelle de la technologie et des conventions dans le secteur mobile, poursuit le document du ERG, il n'est pas possible pour une entreprise demandant l'accès de répliquer le service fourni, en amont, par le fournisseur d'accès qui détient l'accès, en aval, à l'utilisateur final (p. 112 et sq. http://erg.eu.int/doc/whatsnew/erg_0330rev1_remedies_common_position.pdf). Ce document a été actualisé en mai 2006 (http://erg.eu.int/doc/meeting/erg_06_33_remedies_common_position_june_06.pdf).

Actualité du CSA

dégrouper au câble coaxial et, plus largement, promouvoir une concurrence intra-plates-formes (deux distributeurs de l'offre de base présents sur une même infrastructure, avec- ou sans-fil) ?

(c) Objectifs

Ce choix stratégique devrait être arbitré au regard des objectifs poursuivis par la régulation, lesquels doivent également être définis et validés publiquement. A ce stade, une distinction doit être faite entre, d'un côté, l'objectif d'intérêt général poursuivi transversalement par le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion (sauvegarder et promouvoir la liberté du public d'accéder à une offre pluraliste dans les services de radiodiffusion) et, de l'autre côté, les objectifs imposés aux États membres et aux régulateurs nationaux par le cadre réglementaire européen : promouvoir l'instauration d'un marché ouvert et concurrentiel pour les réseaux et les services de communications électroniques et les ressources associées, développer le marché intérieur et soutenir les intérêts des citoyens de l'Union européenne.

Si la promotion du pluralisme dans les médias est simplement admise par le cadre réglementaire européen, en revanche, les objectifs généraux de celui-ci restreignent la légalité des mesures de régulation des réseaux de radiodiffusion que pourrait prendre le CSA. Concilier les objectifs –en apparence contradictoires si l'on s'en tient à l'histoire récente de la libéralisation de l'audiovisuel en Europe– du pluralisme interne des contenus et de la concurrence externe des infrastructures suppose de différencier la liberté du public d'accéder à une offre médiatique pluraliste en objectifs intermédiaires compatibles avec ceux du cadre réglementaire européen. La proportionnalité des mesures correctrices adoptées par le CSA et relatives à la régulation du marché de la livraison audiovisuelle en ligne serait alors examinée à l'aune des objectifs suivants : protection et promotion de la diversité culturelle et linguistique (y compris l'attention aux publics vulnérables), politique favorable aux investissements et aux innovations (sur le plan matériel et immatériel), et concurrence effective et durable (entre services, plates-formes et infrastructures).

(d) Segmentation

Le marché de la livraison audiovisuelle en ligne peut ensuite être différencié de la manière suivante :

- marché de gros de l'accès aux infrastructures physiques (mâts et sites d'antenne, points d'injection aux têtes de réseaux, canaux de diffusion et fibre noire, y compris les interfaces et les points de livraison des services intermédiaires et les modes de raccordement, etc.). On qualifiera ce segment du marché de gros de la livraison audiovisuelle de marché « Infrastructures physiques ». Il recouvre les relations économiques entre distributeurs de services et opérateurs de réseau, dans la mesure où le prestataire tiers maîtrise lui-même la connectivité avec l'utilisateur final ;
- marché de gros de l'accès aux services de transmission électronique (compression et intégration techniques, multiplexage numérique, ressources, installations et services associés, y compris les prestations de collecte et de transport des services de contenu audiovisuel et les protocoles utilisés, etc.). On qualifiera ce segment du marché de gros de la livraison audiovisuelle de marché « Services intermédiaires ». Il recouvre les relations économiques entre éditeurs de services et distributeurs de services intégrés verticalement aux opérateurs de réseau, dans la mesure où le prestataire tiers ne maîtrise pas lui-même la connectivité avec l'utilisateur final.

Rapportés à la chaîne de valeur multimédia⁴, les deux marchés ci-dessus concernent respectivement les segments « Diffusion » (marché « Infrastructures physiques ») et « Packaging » (marché « Services intermédiaires ») :



⁴ ARTHUR ANDERSEN, *Outlook of development of the Market for European audiovisual content and of the regulatory framework concerning production and distribution of this content*, juin 2002, p. 60 (http://ec.europa.eu/comm/avpolicy/docs/library/studies/finalised/tvoutlook/tvoutlook_finalreport.pdf).

Actualité du CSA

| ACCES DEMANDE POUR LA PRESTATION DE SERVICES AUDIOVISUELS intermédiaires | | MARCHES D'ACCES DE GROS A PRIORI PERTINENTS (opérateurs de réseau et distributeurs de services de radiodiffusion intégrés verticalement) | | | |
|---|------------------------|--|------------------------|----------|----------|
| | | Infrastructures physiques | | Services | |
| | | Fil | Sans-fil | Fil | Sans-fil |
| Éditeur de services de radiodiffusion | <i>Offre régionale</i> | Oui (si analogique) | Oui (si analogique) | Oui | Oui |
| | <i>Offre locale</i> | Oui (si analogique) | Oui (si analogique) | Oui | Oui |
| Distributeur de services de radiodiffusion | <i>Offre régionale</i> | Oui | Oui | Non | Non |
| | <i>Offre locale</i> | Oui | Oui | Non | Non |

Cette segmentation *a priori* est applicable au fil (coaxial ou paire de cuivre) et au sans-fil (hertzien terrestre numérique, fixe ou mobile). Le satellite est exclu pour des questions de compétence territoriale. Pour chacune des deux grandes plates-formes techniques et commerciales (avec et sans fil), on peut ensuite délimiter *a priori* quatre sous-marchés de portée régionale (région unilingue de langue française) pertinents pour une régulation *ex ante* en Communauté française :

- le marché de gros de l'accès aux *infrastructures physiques* de livraison de services de contenu audiovisuel en accès libre de couverture *régionale* ;
- le marché de gros de l'accès aux *infrastructures physiques* de livraison de services de contenu audiovisuel en accès libre de couverture *sous-régionale ou locale* ;
- le marché de gros de l'accès aux *services de livraison* de services de contenu audiovisuel en accès libre de couverture *régionale* ;
- le marché de gros de l'accès aux *services de livraison* de services de contenus audiovisuels en accès libre de couverture *sous-régionale ou locale*.

Boris LIBOIS et Sarah PAÏMAN
Conseillers au CSA ⁵

⁵ Les auteurs s'expriment en leur nom propre. Ce texte n'engage pas le CSA.

Régulation des réseaux de communications électroniques

Aperçu des problèmes économiques potentiels et des remèdes les plus appropriés pour une régulation adéquate et pertinente.

Le nouveau cadre européen sur les communications électroniques est entré en vigueur le 25 juillet 2003 : il s'agit d'un ensemble de directives, décisions, recommandations et lignes directrices traitant de la définition des différents marchés à réguler, de la description d'un marché pertinent, de la désignation d'entreprises jouissant d'une puissance significative sur le marché et des remèdes à appliquer en fonction des problèmes de concurrence induits par le comportement des entreprises dominantes.

Un marché dit « pertinent » se caractérise par des barrières élevées et non provisoires à l'entrée, l'absence de l'évolution du marché vers une situation de concurrence effective et une incapacité du droit de la concurrence à remédier à lui seul aux défaillances constatées. Partant de ce constat, il est permis aux autorités de régulation compétentes d'imposer une série d'obligations décrites par les articles 9 à 13 de la directive 2002/19/CE « Accès ».

Afin de mieux comprendre les enjeux de la régulation des marchés pertinents définis au sein du secteur des communications électroniques, il est essentiel de définir et d'expliquer quels sont les problèmes de concurrence potentiels et les outils mis à disposition des régulateurs pour y remédier, outils destinés à rencontrer les trois objectifs principaux décrits par la Commission européenne : la promotion de la concurrence, la contribution au développement d'un marché interne et la promotion des intérêts des citoyens de l'Union européenne.

1. Les principaux problèmes de concurrence « monétaires »

Le Groupe des régulateurs européens, en association avec la Commission européenne, a pointé un ensemble de problèmes susceptibles de compromettre l'instauration et le développement d'une concurrence effective au sein d'un marché défini de communications électroniques ou de diminuer le bien-être des consommateurs. Trois de ces problèmes sont liés aux prix : les subventions croisées, la pratique de ciseau tarifaire et les prix prédateurs. D'autres problèmes « non monétaires » ont également été identifiés : le refus de négocier ou d'offrir l'accès au réseau principal, l'utilisation discriminatoire ou la rétention d'informations, des tactiques de retard d'approvisionnement des produits ou services, des pratiques de discrimination en termes de qualité ou de prix des services et produits, l'offre de produits liés ou indissociables ou encore des problèmes de sur- ou sous-investissements. Seuls les problèmes monétaires seront traités ici.

- 1.1. Les subventions croisées consistent à financer certains produits ou services soumis à une forte concurrence par des tarifications excessives sur des produits ou secteurs de marché plus protégés. Une entreprise verticalement intégrée, exerçant les activités d'éditeur de services, distributeur de services et d'opérateur de réseau par exemple, a la possibilité de fixer un prix supérieur à ses coûts sur la partie de marché où elle exerce une position dominante et un prix inférieur à ses coûts sur le marché exposé à la concurrence. Cependant, suite à l'ouverture d'un réseau à la concurrence, l'opérateur historique n'a, en principe, plus la possibilité de transférer des coûts ou d'imposer ses prix. Les subventions croisées tendent alors à s'effacer : les prix de chaque segment du marché s'orientent vers les coûts, à l'exception des segments demeurés monopolistiques.
- 1.2. La pratique de ciseau tarifaire sur un marché de gros se traduit par un abus de position dominante d'un opérateur de réseau verticalement intégré qui facture aux entreprises tierces (qui sont dans l'obligation d'utiliser son réseau) un prix d'accès supérieur à son coût de revient. Cela entraîne une compression de la marge bénéficiaire des entreprises concurrentes entrant sur le marché ou désirant utiliser le réseau tandis que le prix de transfert interne de l'opérateur historique est orienté sur les coûts et donc inférieur à celui facturé à ses concurrents.



Actualité du CSA

- 1.3. Une entreprise pratique des prix dits « prédateurs » si, durant une période déterminée, cette société en position dominante propose un bien ou un produit sur le marché de détail à un prix inférieur au coût de production et fixe ce prix à un niveau tel qu'il ne permet pas aux autres entreprises de dégager une marge bénéficiaire. L'objectif est d'évincer les autres sociétés et d'empêcher la mise en place d'une possible concurrence sur le marché de détail. Dans un second temps, l'entreprise augmente son pouvoir de marché et accumule des profits après avoir pu récupérer ses pertes.

Ces trois problèmes potentiels peuvent être décelés en Communauté française. Premièrement, certaines entreprises verticalement intégrées bénéficient d'importantes économies d'échelle et d'envergure vu qu'elles proposent une multitude de services et produits différents : télédistribution, Internet et téléphonie fixe, fourniture d'énergie (électricité et gaz), gestion des déchets, etc. Il est donc probable que certaines de leurs activités soient sources ou bénéficiaires de subventions croisées. Deuxièmement, le prix d'accès que propose un opérateur de réseau à un distributeur de services audiovisuels tiers peut être supérieur à celui qu'il refacture en interne à sa propre branche d'activité « distribution de services ». Variante de cette situation : le prix demandé par un distributeur à un éditeur tiers voulant accéder à son réseau est différent du prix qu'il refacture à sa propre branche « éditeur ». Troisièmement, le prix de détail de l'offre télévisuelle par câble est fixé à un niveau tel qu'il semble légitime d'évaluer l'impact d'une telle mesure sur l'émergence et le développement durable et effectif d'un marché de la radiodiffusion concurrentiel.

2. Les remèdes d'ordre économique appropriés

Suite aux analyses de marché effectuées par les autorités de régulation compétentes, des entreprises en position dominante seront susceptibles d'être identifiées et se verront dans l'obligation d'appliquer, au niveau du marché de gros, au minimum un des remèdes décrits par les articles 9 à 13 de la directive « Accès ». Il s'agit des obligations de transparence, de non-discrimination, d'accès à des ressources de réseau spécifiques et à leur utilisation, de séparation comptable et d'instauration d'un système de comptabilisation des coûts spécifique et d'un contrôle des prix.

Naturellement, ces remèdes sont interdépendants et se renforcent réciproquement. Par exemple, l'objectif de l'obligation de séparation comptable est de permettre une représentation la plus fidèle possible du comportement des branches d'activité d'un opérateur de réseau comme si elles fonctionnaient en qualité d'entreprises distinctes. L'obligation consiste à imposer la séparation des comptabilités de chaque secteur de l'entreprise afin de vérifier ses coûts spécifiques et assurer une transparence des prix d'offres de gros et des prix de transferts internes. Ainsi, les autorités nationales de régulation peuvent contrôler, d'une part, si une entreprise en position dominante ne pratique pas de subventions croisées, de ciseau tarifaire ou des prix prédateurs et, d'autre part, vérifier la bonne application des remèdes de non-discrimination et de transparence.

L'analyse des différentes décisions des autorités de régulation soumises à la Commission européenne révèle que la quasi-totalité de ces dernières ont décidé d'appliquer ces obligations afin de répondre de la manière la plus efficace possible aux problèmes de concurrence rencontrés. En Communauté française, cela consisterait à séparer et isoler de la manière la plus complète, précise et transparente possible les parties « opérateur de réseau » et « distributeur de services audiovisuels » des entreprises qui seront désignées comme exerçant une position significative sur leurs marchés respectifs et ce, en décomposant les charges, les recettes et le capital engagé pour chaque branche d'activité.

L'autre obligation d'ordre économique à la disposition des autorités de régulation est le contrôle des prix et la mise en place d'un système de comptabilisation des coûts. Le contrôle des prix est pratiqué par les autorités de régulation afin de répondre à un manque de concurrence sur un marché pertinent. Soit l'autorité de régulation intervient de façon « légère » en obligeant la société en position dominante à offrir des prix de gros raisonnables aux sociétés concurrentes, soit elle peut obliger l'entreprise à proposer des prix orientés sur les coûts afin d'éviter que dans des situations où la concurrence n'est pas assez forte, la société en position dominante n'applique des prix excessifs ou des tarifs d'éviction (effet de ciseau tarifaire, discrimination entre entreprises demandant l'accès au réseau, etc.), réduise la marge bénéficiaire des sociétés tierces et les empêche d'investir dans leur propre infrastructure.

3. Pourquoi la régulation des marchés est-elle si primordiale ?

Pour quelles raisons réguler les marchés y compris celui de la distribution des services audiovisuels en Communauté française ? Du strict point de vue du cadre réglementaire européen sur les communications électroniques, les objectifs de la régulation sont de permettre l'émergence et le développement d'un marché concurrentiel et d'augmenter le bien-être des consommateurs en termes de choix, de prix et de qualité des services.

Au vu de ces objectifs, les autorités de régulation, dont le CSA, doivent prendre des décisions proportionnelles et adéquates sur base des problèmes de concurrence identifiés lors de l'analyse de marché. Les discussions se portent donc sur la proportionnalité, les effets potentiels des remèdes imposés ainsi que sur la présence ou non de remèdes alternatifs.

Une analyse préalable s'impose à toutes les autorités de régulation : soit la concurrence entre infrastructures est techniquement non faisable et économiquement non viable, dans ce cas les autorités de régulation doivent s'assurer qu'il existe un accès suffisant des entreprises tierces au réseau principal. Soit l'émergence d'une concurrence entre infrastructures est possible ou déjà en place, dans ce cas les remèdes à adopter doivent soutenir et renforcer le processus de transition vers un marché réellement et durablement concurrentiel.

Tout l'enjeu de la régulation se trouve dans ces objectifs et principes. Quels sont les remèdes les plus appropriés par rapport au problème identifié, quelle est la meilleure façon de les mettre en place et quels sont les objectifs que l'autorité de régulation désire atteindre ?

Si de simples problèmes non monétaires sont identifiés, des remèdes comme les obligations de non-discrimination, d'accès et de transparence devraient suffire. Par contre, si une entreprise abuse de sa position dominante en pratiquant des tarifications excessives ou discriminatoires, des subventions croisées ou des prix prédateurs, alors des remèdes économiques sont envisagés par l'autorité de régulation (séparation comptable, contrôle des prix ou système de comptabilisation des coûts).

Ce sont des remèdes pertinents pour mettre fin à ce type de problème tout en ayant en vue les objectifs de transparence et de non-discrimination. En effet, ces remèdes permettent dans un premier temps, une concurrence entre services et, à long terme, une concurrence entre infrastructures.

Julien GILSON
Conseiller au CSA ¹

¹ L'auteur s'exprime en son nom propre. Ce texte n'engage pas le CSA.

Recommandation relative à la protection des mineurs

Le Collège d'autorisation et de contrôle a adopté le 21 juin une recommandation relative à la protection des mineurs. A l'heure où de nouveaux formats de programmes sont diffusés et où les services de télévision à la séance et à la demande se développent, le CSA fait le point sur sa jurisprudence en matière de signalétique et précise les fonctionnalités obligatoires des dispositifs de verrouillage des programmes. Il s'ouvre également à la corégulation partagée dans un cadre formel explicite.

La liberté d'expression garantie par la Convention européenne des droits de l'homme et des libertés fondamentales est un principe fondamental au sein de toute société démocratique. Les exceptions qu'il subit en droit européen sont extrêmement limitatives et justifiées par les principes essentiels du respect de la dignité humaine et de la protection des mineurs.

La question de savoir ce qui peut heurter les mineurs ou nuire à leur épanouissement physique, mental ou moral doit cependant être abordée avec nuance, puisqu'elle est naturellement liée au contexte social, à l'environnement culturel, mais aussi à l'époque à laquelle elle se pose. Dans un tel contexte, le législateur s'est d'ailleurs abstenu de définir ces notions liées à l'évolution des mœurs.

C'est le rôle du CSA, à son initiative ou suite à des plaintes d'auditeurs ou de téléspectateurs, de rencontrer les interrogations et difficultés des éditeurs de services à appliquer les notions qui accompagnent la protection des mineurs. C'est pourquoi le Collège d'autorisation et de contrôle, l'instance décisionnelle du CSA, a décidé de faire une recommandation dans ce domaine aux éditeurs de service.

L'article 22 de la directive « Télévision sans frontières » relatif à la protection des mineurs a été transposé en Communauté française par l'article 9 2° du décret. De manière similaire à la directive, cet article distingue deux types de programmes ou séquences de programmes : ceux qui ne peuvent pas être édités par les éditeurs et ceux qui peuvent l'être mais à la condition de leur appliquer des restrictions horaires, pictogrammes et autres outils techniques dont les modalités d'application sont prévues par l'arrêté du 1^{er} juillet 2004 du Gouvernement de la Communauté française.

A titre d'exemple, la diffusion du programme « Dirty Sanchez » a ainsi été sanctionnée par le Collège d'autorisation et de contrôle, non seulement parce qu'il est contraire à la dignité humaine (article 9 1° du décret), mais aussi, dans le cadre de la protection des mineurs, parce qu'il concourt à la violence gratuite et contribue à l'encourager, ce qui peut nuire gravement à l'épanouissement des mineurs (article 9 2° du décret).

Cet adjectif, « gravement », opère la distinction entre les programmes qui peuvent être édités et ceux qui peuvent l'être moyennant des restrictions. Le décret cite, comme exemples de programmes susceptibles de nuire « gravement », ceux qui comprennent des scènes de violence gratuite ou de pornographie, mais on verra que cette dernière – ainsi que la « très grande violence » – figurent également comme critères de programmes déconseillés aux mineurs de moins de 18 ans par l'arrêté.

Une jurisprudence nuancée

La recommandation présente la jurisprudence que le Collège d'autorisation et de contrôle a établie dans le cadre de ses compétences de contrôle prévues par l'arrêté du 1^{er} juillet 2004, entré en vigueur le 1^{er} janvier 2005, et remplaçant l'arrêté du 12 octobre 2000 relatif au même objet.



Actualité du CSA

Dans sa décision relative à un programme qui aurait dû relever de la catégorie « -10 » lors de sa diffusion, une mise en garde a été faite à l'égard d'épisodes de séries « grand public » acquises en bloc et sans visionnage intégral préalable par le diffuseur, alors que certaines scènes pouvaient heurter la sensibilité du jeune public.

Si le recours systématique et répété à la violence physique ou psychologique est le repère que donne l'arrêté pour les programmes déconseillés aux moins de 12 ans, le Collège a quant à lui, chaque fois que cela se justifiait, mis en garde les éditeurs contre les mises en scène sans distance dont le traitement réaliste peut empêcher les mineurs d'en percevoir nécessairement le caractère fictif.

Lors de leur sortie en salles de cinéma, les films sont classés par la Commission intercommunautaire du film comme « enfants admis » ou « enfants non admis », c'est-à-dire admis aux mineurs de moins de 16 ans ou pas. Le Collège a considéré qu'au moment de la diffusion du film cinématographique à la télévision, l'arrêté impose de distinguer les films déconseillés aux moins de 16 ans des films déconseillés aux moins de 12 ans –le texte le fait explicitement en citant « les œuvres cinématographiques interdites en salles aux mineurs de moins de 12 ans »– et de considérer également cette catégorie.

« La Communauté française instaure ainsi, dans la limite de ses compétences, un régime différencié et plus complet que celui de l'interdiction pure et simple à tous les mineurs de moins de 16 ans appliquée par le législateur fédéral, dont les éditeurs sont fondés à se prévaloir ».



Pour caractériser les programmes déconseillés aux moins de 16 ans, l'arrêté cite, en plus des œuvres cinématographiques interdites d'accès en salles aux mineurs de moins de 16 ans, les programmes à caractère érotique ou de grande violence susceptibles de nuire à leur épanouissement physique, mental ou moral.

A plusieurs reprises, le Collège a considéré que la législation instaure, avant 22 heures, une zone de confiance où les programmes ou parties de programmes qui risquent de

heurter la sensibilité des mineurs sont signalés d'une manière ou d'une autre aux téléspectateurs.

Enfin, le Collège a rappelé dans le cadre d'une décision portant sur la diffusion d'un film accompagné de la signalétique « -10 » –choisie par l'éditeur uniquement parce que les chaînes de télévision françaises avaient utilisé le même signalement– qu'« en l'absence de toute disposition de droit international organisant une quelconque délégation de pouvoirs au profit d'une autorité de la République française, rien n'autorise l'éditeur à se dispenser de vérifier dans quelle mesure l'œuvre annoncée, quelle que soit la classification faite le cas échéant en France, correspond à l'une des catégories visées à l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 1^{er} juillet 2004, en tenant compte notamment de l'appréciation probable de la généralité du public de la Communauté française quant à la protection des mineurs, dont on ne peut présumer qu'elle soit semblable à celle d'un ou plusieurs pays voisins (...) ».

Cette décision reflète l'importance et le rôle primordial du comité de visionnage de l'éditeur, qui doit visionner le programme avant sa diffusion et proposer une classification des programmes.

Nouveaux formats de programmes, journaux télévisés et programmes radiophoniques

Sont pointés dans la recommandation des formats de programmes qui, d'une part, banalisent les comportements dangereux ou violents et qui présentent –sans recul ni mise en cause critique– notamment des pratiques d'altération physique et, d'autre part, des programmes qui traitent de questions de mœurs qui relèvent uniquement de choix d'adultes dans un contexte tout à fait général et de manière exhibitionniste. Les éditeurs doivent veiller à ce que ces programmes soient diffusés dans des conditions qui limitent leur accessibilité pour les enfants et les jeunes adolescents.

Actualité du CSA

Si les journaux télévisés et la publicité –mais pas les bandes annonces ou le télétexte– échappent à la classification prévue par l'arrêté, la recommandation rappelle cependant la vigilance qui incombe aux éditeurs de journaux télévisés dans la diffusion d'images violentes pouvant heurter la sensibilité des mineurs et mentionne les articles du décret, code d'éthique et recommandations réglementant les rapports des enfants à la publicité.

Le Collège recommande également diverses mesures en vue d'assurer la protection des mineurs en radio, notamment en demandant aux éditeurs de ne pas diffuser des programmes susceptibles de nuire à l'épanouissement des mineurs de moins de 16 ans entre 6 heures et 22 heures.

Vers un verrouillage plus fonctionnel, y compris pour les services à la demande

Le dispositif particulier de protection prévu aux articles 8 et 10 de l'arrêté du 1^{er} juillet 2004 –respectivement pour les programmes « -16 » diffusés entre 6h et 22h et pour les programmes « -18 »– s'applique à chaque programme individuellement, et non pour la totalité du service. Ce dispositif prévoit qu'un abonné ne puisse accéder à ces programmes, si ce n'est moyennant la saisie d'un code d'accès personnel, à défaut de quoi son écran ne fera apparaître qu'une simple image monochrome sans son.

Dans ce cadre, le Collège, après avoir confié une mission d'information à un consultant, détaille les fonctionnalités auxquelles doit répondre le dispositif de verrouillage : un code distinct, actif dans toutes les conditions de visionnage telles que la mise en veille ou le changement de chaîne au sein de l'offre, comprenant au moins quatre chiffres, etc.

Aucune exception n'est admise pour les services de télévision à la séance et de vidéo à la demande qui ont été autorisés, leur caractère linéaire ou non ne leur conférant aucunement un statut spécial quant à l'application de l'arrêté du 1^{er} juillet 2004, si ce n'est l'accord d'un délai (sauf pour les programmes « -18 ») pour appliquer la mesure d'incrustation des pictogrammes et des mentions en début de programme « déconseillés aux moins de ... ». C'est ainsi que le Collège a confirmé que la recommandation relative aux fonctionnalités à rencontrer par le dispositif de verrouillage demeure d'application pour les services de radiodiffusion télévisuelle codés numériques avec paiement à la séance ou à la demande.

Vers la corégulation

Pour conclure, la recommandation s'ouvre à la notion de corégulation, encouragée notamment dans la proposition de recommandation du Parlement européen et du Conseil sur la protection des mineurs et dans la proposition de modification de la directive « Télévision sans frontières ». La protection des mineurs appelle une responsabilité partagée par l'entourage familial et éducatif, mais aussi par les éditeurs, représentés au sein de l'organe de corégulation du CSA, le Collège d'avis. Reconnaissant qu'en matière de radiodiffusion, la protection des mineurs ne peut reposer uniquement sur des dispositions réglementaires, le Collège se déclare attentif à l'intérêt de combiner diverses formes de régulation, partagée dans un cadre formel explicite.

Geneviève DE BUEGER
Conseillère au CSA

Décisions du Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 22 mars 2006

Editeur : TVi
Service : Club RTL

« 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 ».

« 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 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^o 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^o et 5^o du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion » ;

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

Entendu Monsieur Jérôme de Béthune, directeur juridique, et Madame Laurence Vandembrouck, 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 Kid's 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 ; câline-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

Décisions du Collège d'autorisation et de contrôle

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° et 5° 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. »

Décision du 19 avril 2006

Editeur : **TVLux**

Service : **TVLux**

« Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit [...] reconnaître une société interne de journalistes en qualité d'interlocutrice et la consulter sur les questions qui sont de nature à modifier fondamentalement la ligne rédactionnelle, sur l'organisation des rédactions pour ce qui concerne les programmes d'information et sur la désignation du rédacteur en chef et établir un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information. Cette société interne est composée de journalistes représentant la rédaction de la télévision locale. »

« En cause de l'asbl TV Lux, dont le siège est établi Rue Haynol, 29 à 6800 Libramont ;
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 l'asbl TV Lux par lettre recommandée à la poste le 1^{er} février 2006 :

« de ne pas avoir reconnu de société interne de journalistes, en contravention à l'article 66 §1^{er} 7° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion » ;
Entendu M. Luc Malcourant, Directeur, en la séance du 15 mars 2006.

1. EXPOSÉ DES FAITS

A l'issue du contrôle de la réalisation des obligations de TV Lux pour l'exercice 2004, le Collège a conclu que « TV Lux a respecté ses obligations pour l'exercice 2004 en matière de contenu des programmes, de production propre, de valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et de ses spécificités locales, d'écoute des téléspectateurs, de droits d'auteur et de synergies avec la RTBF. [...] En matière de traitement de l'information, TV Lux n'a pas respecté ses obligations en matière de reconnaissance d'une société interne de journalistes ».

2. ARGUMENTAIRE DE L'ÉDITEUR DE SERVICES

L'éditeur reconnaît ne pas avoir reconnu une société interne de journalistes au cours de l'exercice 2004.

Il explique cette absence de reconnaissance par l'absence de constitution, par les journalistes de TV Lux, d'une telle société. Cette société n'a été constituée qu'en décembre 2004. Les statuts de celle-ci ont ensuite fait l'objet d'une négociation entre l'éditeur et la société de journalistes. Comme en atteste un courrier au conseil d'administration, la société interne de journalistes a été consultée en février 2005 au cours de la procédure de nomination du rédacteur en chef.

3. DÉCISION DU COLLÈGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Selon l'article 66 §1^{er} 7° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, « pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit [...] reconnaître une société interne de journalistes en qualité d'interlocutrice et la consulter sur les questions qui sont de nature à modifier fondamentalement la ligne rédactionnelle, sur l'organisation des rédactions pour ce qui concerne les programmes d'information et sur la désignation du rédacteur en chef et établir un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information. Cette société interne est composée de journalistes représentant la rédaction de la télévision locale ».

Le Collège d'autorisation et de contrôle constate que, pour l'exercice 2004, l'éditeur n'a pas reconnu de société interne de journalistes. Le fait est établi.

Toutefois, d'une part, il n'appartenait pas à l'éditeur de constituer lui-même une société interne de journalistes et, d'autre part, une telle société ayant été constituée par des journalistes et reconnue par l'éditeur depuis lors, le Collège d'autorisation et de contrôle estime qu'il n'a pas lieu de prononcer de sanction en l'espèce.

En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle, après en avoir délibéré, déclare le fait établi. »

Décision du 19 avril 2006

Editeur : Canal C

Service : Canal C

« Il appartient à l'éditeur de reconnaître une société interne de journalistes dont doivent avoir la possibilité d'être membre : tous les journalistes qui sont membres de sa rédaction ; toutes les personnes agréées au titre de journaliste professionnel conformément à la loi du 30 décembre 1963 et travaillant à titre principal pour la télévision locale, quelles que soient leurs fonctions. »

« En cause de l'asbl Canal C, dont le siège est établi Rue Eugène Thibault, 1C à 5000 Namur ;

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 l'asbl Canal C par lettre recommandée à la poste le 1^{er} février 2006 :

« de ne pas avoir reconnu de société interne de journalistes, en contravention à l'article 66 §1^{er} 7° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion » ;

Vu le mémoire en réponse déposé en séance et accepté par le Collège ;

Entendu M. Philippe Mahoux, Président, M. Baudouin Lenelle, Directeur, et Maître Luc Bihain, avocat, en la séance du 15 mars 2006.

1. EXPOSÉ DES FAITS

A l'issue du contrôle de la réalisation des obligations de Canal C pour l'exercice 2004, le Collège a conclu que « Canal C a respecté ses obligations pour l'exercice 2004 en matière de contenu des

programmes, de production propre, de valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et de ses spécificités locales, d'écoute des téléspectateurs, de droits d'auteur, de durée publicitaire et de synergies avec la RTBF. En matière de traitement de l'information, Canal C n'a pas respecté ses obligations en matière de reconnaissance d'une société interne de journalistes. »

2. ARGUMENTAIRE DE L'ÉDITEUR DE SERVICES

L'éditeur reconnaît ne pas avoir reconnu une société interne de journalistes au cours de l'exercice 2004.

Il fait part de sa volonté de reconnaître une telle société, mais estime qu'elle doit être composée, dans le respect de l'article 66 §1^{er} 7° du décret, de journalistes représentant la rédaction, à savoir tout journaliste lié par un contrat de travail à la télévision locale et qui travaille régulièrement à la rédaction de la télévision locale concernée. Or, selon l'éditeur, les statuts de la société interne de Canal C ne font pas référence à la qualité de membre de la rédaction et permettent une composition de la société interne sans relation avec la rédaction.

L'éditeur fournit les statuts d'autres sociétés internes de journalistes qui démontrent que les journalistes externes ne peuvent être membres de la société interne. Il n'existe, selon l'éditeur, aucune raison légale ou objective justifiant que Canal C doive faire « l'objet d'une discrimination qui aboutirait à ce que tout technicien touchant même indirectement aux missions d'information puisse devenir membre de la société interne de journalistes et partant du capital intellectuel de l'éditeur ».

L'éditeur entend reconnaître une société de journalistes qui devra être consultée dans les cas prévus par le décret, mais il ne peut être question, selon lui, de consulter la société interne de journalistes sur d'autres questions non visées par le décret : ceci mettrait en cause le fonctionnement des organes de l'asbl et préjudicierait les prérogatives du conseil d'entreprise.

3. DÉCISION DU COLLÈGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Selon l'article 66 §1^{er} 7° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, « pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit

[...] reconnaître une société interne de journalistes en qualité d'interlocutrice et la consulter sur les questions qui sont de nature à modifier fondamentalement la ligne rédactionnelle, sur l'organisation des rédactions pour ce qui concerne les programmes d'information et sur la désignation du rédacteur en chef et établir un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information. Cette société interne est composée de journalistes représentant la rédaction de la télévision locale ».

Le Collège constate que l'éditeur n'a pas reconnu en 2004 de société interne de journalistes. Le fait est établi.

Il appartient à l'éditeur de reconnaître une société interne de journalistes dont doivent avoir la possibilité d'être membre :

- tous les journalistes qui sont membres de sa rédaction ;
- toutes les personnes agréées au titre de journaliste professionnel conformément à la loi du 30 décembre 1963 et travaillant à titre principal pour la télévision locale, quelles que soient leurs fonctions.

En revanche, l'éditeur n'est pas tenu de reconnaître une société interne de journalistes qui se voudrait représentative d'autres catégories de personnel. Tel était le cas de la société interne de journalistes de Canal C. Le Collège d'autorisation et de contrôle estime dès lors que cet argument justifie de ne pas prononcer de sanction en l'espèce.

Si la société interne de journalistes se donne des objectifs plus larges que ceux prévus par le décret, ce qui était le cas de l'association constituée par les journalistes de Canal C, l'éditeur est en droit de ne reconnaître celle-ci qu'exclusivement pour les compétences prévues à l'article 66 § 1^{er} 7° du décret. L'éditeur ne pourra toutefois arguer de ces objectifs plus larges de la société interne pour ne pas la reconnaître de manière restrictive.

En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle, après en avoir délibéré, déclare le fait établi. »

Décision du 19 avril 2006

Editeur : No Télé

Service : No Télé

« Il n'appartenait pas à l'éditeur de constituer lui-même une société interne

Décisions du Collège d'autorisation et de contrôle

de journalistes et, d'autre part, une telle société ayant été constituée par des journalistes et reconnue par l'éditeur depuis lors, le Collège d'autorisation et de contrôle estime qu'il n'a pas lieu de prononcer de sanction en l'espèce. »

« En cause de l'asbl No Télé, dont le siège est établi Rue du Follet 4C à 7540 Kain ; 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 l'asbl No Télé par lettre recommandée à la poste le 1^{er} février 2006 : « de ne pas avoir reconnu de société interne de journalistes, en contravention à l'article 66 §1^{er} 7° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion » ; Vu le courrier de No Télé du 20 février 2006 ; Entendu M. Claude Tocquin, Président, et M. Jean-Pierre Winberg, Directeur, en la séance du 15 mars 2006.

1. EXPOSÉ DES FAITS

A l'issue du contrôle de la réalisation des obligations de No Télé pour l'exercice 2004, le Collège a conclu que « No Télé a respecté ses obligations pour l'exercice 2004 en matière de contenu des programmes, de production propre, de valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et de ses spécificités locales, d'écoute des téléspectateurs, de droits d'auteur, de durée publicitaire et de synergies avec la RTBF. En matière de traitement de l'information, No Télé n'a pas respecté ses obligations en matière de reconnaissance d'une société interne de journalistes ».

2. ARGUMENTAIRE DE L'ÉDITEUR DE SERVICES

L'éditeur reconnaît ne pas avoir reconnu une société interne de journalistes au cours de l'exercice 2004.

Il explique cette absence de reconnaissance par l'absence de constitution, par les journalistes de No Télé, d'une telle société. Cette société, désormais constituée, a été reconnue par le conseil d'administration de l'éditeur le 27 janvier 2006.

3. DÉCISION DU COLLÈGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Selon l'article 66 §1^{er} 7° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, « pour

être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit [...] reconnaître une société interne de journalistes en qualité d'interlocutrice et la consulter sur les questions qui sont de nature à modifier fondamentalement la ligne rédactionnelle, sur l'organisation des rédactions pour ce qui concerne les programmes d'information et sur la désignation du rédacteur en chef et établir un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information. Cette société interne est composée de journalistes représentant la rédaction de la télévision locale ».

Le Collège d'autorisation et de contrôle constate que, pour l'exercice 2004, l'éditeur n'a pas reconnu de société interne de journalistes. Le fait est établi.

Toutefois, d'une part, il n'appartenait pas à l'éditeur de constituer lui-même une société interne de journalistes et, d'autre part, une telle société ayant été constituée par des journalistes et reconnue par l'éditeur depuis lors, le Collège d'autorisation et de contrôle estime qu'il n'a pas lieu de prononcer de sanction en l'espèce.

En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle, après en avoir délibéré, déclare le fait établi. »

Décision du 19 avril 2006

Editeur : RTC Télé Liège
Service : RTC Télé Liège

« Si la société interne de journalistes se donne des objectifs plus larges que ceux prévus par le décret, ce qui était le cas de l'association constituée par les journalistes de RTC Télé Liège, l'éditeur est en droit de ne reconnaître celle-ci qu'exclusivement pour les compétences prévues à l'article 66 § 1^{er} 7° du décret. L'éditeur ne pourra toutefois arguer de ces objectifs plus larges de la société interne pour ne pas la reconnaître de manière restrictive. »

« En cause de l'asbl RTC, dont le siège est établi Rue du Laveu, 58 à 4000 Liège ; 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 l'asbl RTC par lettre recommandée à la poste le 1^{er} février 2006 :

« de ne pas avoir reconnu de société interne de journalistes, en contravention à l'article 66 §1^{er} 7° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion » ; Vu le mémoire en réponse déposé en séance et accepté par le Collège ; Entendu M. Charles Janssens, Président, M. Jean-Louis Radoux, Directeur, et Maître Luc Bihain, avocat, en la séance du 15 mars 2006.

1. EXPOSÉ DES FAITS

A l'issue du contrôle de la réalisation des obligations de RTC Télé Liège pour l'exercice 2004, le Collège a conclu que « RTC Télé Liège a respecté ses obligations pour l'exercice 2004 en matière de contenu des programmes, de production propre, de valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et de ses spécificités locales, d'écoute des téléspectateurs, de droits d'auteur et de synergies avec la RTBF. [...] En matière de traitement de l'information, RTC Télé Liège n'a pas respecté ses obligations en matière de reconnaissance d'une société interne de journalistes ».

2. ARGUMENTAIRE DE L'ÉDITEUR DE SERVICES

L'éditeur reconnaît ne pas avoir reconnu une société interne de journalistes au cours de l'exercice 2004.

Il fait part de sa volonté de reconnaître une société interne de journalistes, mais estime qu'une telle société doit être composée, dans le respect de l'article 66 §1^{er} 7° du décret, de journalistes représentant la rédaction, à savoir tout journaliste lié par un contrat de travail à la télévision locale et qui travaille régulièrement à la rédaction de la télévision locale concernée. Or, selon l'éditeur, les statuts de la société interne de RTC Télé Liège ne font aucune référence à la qualité de membre de la rédaction ou de journalistes désignés par la rédaction. Il ne peut dès lors lui être reproché d'avoir refusé de reconnaître des statuts qui ne sont pas conformes au décret. L'éditeur précise qu'il a reconnu une association de fait composée de tous les journalistes de la rédaction et qu'il veille à la consulter dans les cas prévus par le décret. Il convient que cette situation est précaire et provisoire.

L'éditeur fournit les statuts d'autres sociétés internes de journalistes qui démontrent que les journalistes externes

ne peuvent être membres de la société interne. Il n'existe selon l'éditeur aucune raison légale ou objective justifiant que RTC Télé Liège doive « faire l'objet d'une discrimination qui aboutirait à ce que tout technicien touchant même indirectement aux missions d'information puisse devenir membre de la société interne de journalistes et partant du capital intellectuel de l'éditeur ».

L'éditeur entend reconnaître une société de journalistes qui devra être consultée dans les cas prévus par le décret, mais il ne peut être question selon lui de consulter la société interne de journalistes sur d'autres questions non visées par le décret : ceci mettrait en cause le fonctionnement des organes de l'asbl et préjudicierait les prérogatives du conseil d'entreprise.

3. DÉCISION DU COLLÈGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Selon l'article 66 §1^{er} 7° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, « pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit [...] reconnaître une société interne de journalistes en qualité d'interlocutrice et la consulter sur les questions qui sont de nature à modifier fondamentalement la ligne rédactionnelle, sur l'organisation des rédactions pour ce qui concerne les programmes d'information et sur la désignation du rédacteur en chef et établir un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information. Cette société interne est composée de journalistes représentant la rédaction de la télévision locale ».

Le Collège d'autorisation et de contrôle constate que l'éditeur n'a pas reconnu de société interne de journalistes en 2004. Le fait est établi.

Il appartient à l'éditeur de reconnaître une société interne de journalistes dont doivent avoir la possibilité d'être membre :

- tous les journalistes qui sont membres de sa rédaction ;
- toutes les personnes agréées au titre de journaliste professionnel conformément à la loi du 30 décembre 1963 et travaillant à titre principal pour la télévision locale, quelles que soient leur fonction.

En revanche, l'éditeur n'est pas tenu de reconnaître une société interne de journalistes qui se voudrait représentative d'autres catégories de personnel. Tel était le cas de la société interne de journalistes de RTC Télé Liège. Le Collège

d'autorisation et de contrôle estime dès lors que cet argument justifie de ne pas prononcer de sanction en l'espèce.

Si la société interne de journalistes se donne des objectifs plus larges que ceux prévu par le décret, ce qui était le cas de l'association constituée par les journalistes de RTC Télé Liège, l'éditeur est en droit de ne reconnaître celle-ci qu'exclusivement pour les compétences prévues à l'article 66 § 1^{er} 7° du décret. L'éditeur ne pourra toutefois arguer de ces objectifs plus larges de la société interne pour ne pas la reconnaître de manière restrictive.

En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle, après en avoir délibéré, déclare le fait établi. »

Décision du 19 avril 2006

Editeur : TV COM

Service : TV COM

« Compte tenu de la reconnaissance (de la SDJ) intervenue le 31 janvier 2006, le Collège d'autorisation et de contrôle estime qu'il n'y a pas lieu de prononcer de sanction en l'espèce. »

« En cause de l'asbl TV Com, dont le siège est établi Chaussée de la Croix, 7 à 1340 Ottignies ;

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 l'asbl TV Com par lettre recommandée à la poste le 1^{er} février 2006 :

« de ne pas avoir reconnu de société interne de journalistes, en contravention à l'article 66 §1^{er} 7° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion » ;

Vu le courrier de TV Com du 3 février 2006 ; Entendu M. Jean-Marie Vandendorpe, Directeur, en la séance du 15 mars 2006.

1. EXPOSÉ DES FAITS

A l'issue du contrôle de la réalisation des obligations de TV Com pour l'exercice 2004, le Collège a conclu que « TV Com a respecté ses obligations pour l'exercice 2004 en matière de contenu des programmes, de production propre, de valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et de ses spécificités locales, d'écoute des

télespectateurs, de droits d'auteur, de durée publicitaire et de synergies avec la RTBF. En matière de traitement de l'information, TV Com n'a pas respecté ses obligations en matière de reconnaissance d'une société interne de journalistes ».

2. ARGUMENTAIRE DE L'ÉDITEUR DE SERVICES

L'éditeur estime avoir reconnu une société interne de journalistes au cours de l'exercice 2004.

Il avait procédé à une consultation juridique afin de déterminer les modalités de reconnaissance de celle-ci et pensait avoir, sur base de ces conseils, répondu de bonne foi à ses obligations, en liant la reconnaissance de la SDJ à un changement de ses statuts. Comme il s'est avéré par la suite que cette reconnaissance n'avait pas été faite dans les formes requises, le conseil d'administration de l'éditeur a dès lors, afin de lever toute ambiguïté, procédé à une nouvelle reconnaissance de la société interne de journalistes le 31 janvier 2006.

3. DÉCISION DU COLLÈGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Selon l'article 66 §1^{er} 7° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, « pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit [...] reconnaître une société interne de journalistes en qualité d'interlocutrice et la consulter sur les questions qui sont de nature à modifier fondamentalement la ligne rédactionnelle, sur l'organisation des rédactions pour ce qui concerne les programmes d'information et sur la désignation du rédacteur en chef et établir un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information. Cette société interne est composée de journalistes représentant la rédaction de la télévision locale ».

Le Collège d'autorisation et de contrôle constate que, pour l'exercice 2004, l'éditeur n'a pas reconnu de société interne de journalistes. Le fait est établi.

Toutefois, compte tenu de la reconnaissance intervenue le 31 janvier 2006, le Collège d'autorisation et de contrôle estime qu'il n'y a pas lieu de prononcer de sanction en l'espèce.

En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle, après en avoir délibéré, déclare le fait établi. »

Décisions du Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 19 avril 2006

Editeur : TVi
Service : Club RTL

« 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. »

« 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 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 » ;

Entendu 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. »

Décision du 26 avril 2006

Editeur : TVi
Service : RTL-TVi

« Le Collège relève que la pratique de l'éditeur, telle qu'elle ressort des sanctions déjà prononcées à son encontre et que confirment les faits ici établis, contrevient aux dispositions du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion qui organisent une claire séparation entre la publicité et les programmes. Le recours aux formes de communication publicitaire ici visées a précisément pour effet d'atténuer la clarté de cette séparation et risque de susciter chez le téléspectateur la confusion que le législateur a voulu prévenir. »

« 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 11 janvier 2006 : « d'avoir diffusé sur le service RTL-TVi :

- de la communication publicitaire consistant en des spots de promotion pour le jeu « Código Magico », au moins les 3, 19 et 22 novembre 2005, sans distinction nette des autres programmes et non aisément identifiables comme tels, en contravention à l'article 14 §1^{er} du

décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion ;

- du parrainage des séquences d'annonce du jeu et d'explication de son fonctionnement, au moins les 11, 12 et 19 novembre 2005, en contravention à l'article 24 1^{er} et 5^o du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion ;

- de la communication publicitaire, au moins les 3, 12, 19, 22 novembre 2005, en contravention à l'article 18 §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion » ;
Vu le mémoire en réponse de la S.A. TVi reçu le 14 février 2006 et le complément d'information reçu le 2 mars 2006 ;

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

1. EXPOSÉ DES FAITS

La S.A. TVi a, sur le service RTL-TVi, à plusieurs reprises au cours du mois de novembre 2005, diffusé :

- des spots de promotion pour un jeu intitulé « *Codigo Magico* » organisé par RTL-TVi et les magasins Carrefour ;

- des séquences d'annonce du jeu « *Codigo Magico* » et d'explication de son fonctionnement ;

- en surimpression, au sein de différents programmes, un rond rouge destiné à « valider » les tickets du jeu « *Codigo Magico* » obtenus dans les magasins Carrefour.

2. ARGUMENTAIRE DE L'ÉDITEUR DE SERVICES

L'éditeur de services tient d'emblée à souligner que le jeu *Codigo Magico* est un concours gratuit sans obligation d'achat, organisé par la société Carrefour SA. Le mode de validation des tickets de jeu est mis en œuvre par TVi, qualifié par l'éditeur de « partenaire exclusif de l'opération en Communauté française ». L'éditeur ajoute qu'une « séquence de présentation speakerine a été produite par TVi afin d'expliquer aux téléspectateurs comment valider les tickets issus du concours, des spots de promotion ont été diffusés en faveur de l'opération et la montgolfière caractéristique de TVi a servi de moyen lumineux de validation ».

Quant au premier grief

L'éditeur soutient qu'il s'agit d'un jeu, qui est présenté par une speakerine, jeu non concerné par les dispositions de l'article 14 §1^{er} du décret. C'est l'article 17 du décret qui trouve à s'appliquer. Le partenariat entre les deux intervenants –Carrefour et TVi– est réel puisque, selon l'éditeur, ils ne

« peuvent être dissociés pour la bonne fin du concours et les rôles naturels sont tellement clairs pour l'un et l'autre qu'aucune confusion ne peut naître dans le chef des téléspectateurs ».

Quant au deuxième grief

TVi estime que l'appréciation de l'influence du parrain sur son indépendance éditoriale relève de sa seule compétence. En l'occurrence, il n'y a pas d'influence du parrain sur le contenu éditorial de la séquence puisqu'elle a été produite par TVi sous sa responsabilité.

Selon l'éditeur, les séquences incriminées visent à expliquer le mécanisme d'un concours sans obligation d'achat et la méthode de validation des tickets issus de celui-ci, sans qu'il soit fait mention d'une référence promotionnelle.

L'éditeur estime que les séquences incriminées relèvent de l'article 17 du décret qui vise les programmes et séquences de programmes de jeu et concours et que l'article 24 1^{er} et 5^o n'est pas d'application dans le cas d'espèce.

Quant au troisième grief

L'éditeur soutient que « l'apparition du rond rouge à l'écran pendant les programmes ne cadre, en aucun cas, avec la notion de « message » repris comme élément essentiel de la définition de la publicité » à l'article 1^{er} 29^o du décret et « ne consiste pas en une communication publicitaire en ce que le but de l'apparition de ce point lumineux n'est pas de promouvoir la fourniture contre paiement d'un bien ou d'un service ». Il insiste sur le fait que le rond rouge fait partie intégrante du logo caractéristique de RTL-TVi, à savoir la montgolfière rouge ; il relève que le Secrétariat d'instruction du CSA a constaté que « la zone rouge permet uniquement de lire une information sur un support papier ». Selon l'éditeur, l'article 18 §1^{er} du décret n'est pas d'application dans le cas d'espèce.

3. DÉCISION DU COLLÈGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Quant au premier grief

L'article 14 §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion énonce que « la communication publicitaire doit être aisément identifiable comme telle. Elle doit être nettement distincte des autres programmes ou séquences de programme grâce à des moyens optiques ou acoustiques clairement identifiables ».

L'article 1^{er} 7^o du même décret définit la

communication publicitaire comme regroupant « la publicité, le parrainage, le télé-achat et l'autopromotion ». L'article 1^{er} 3^o du décret définit l'autopromotion comme étant « tout message radiodiffusé à l'initiative d'un éditeur de services et qui vise à promouvoir ses propres services, programmes ou des produits connexes directement dérivés de ses propres programmes ».

La convention conclue le 15 septembre 2005 entre les sociétés Carrefour et TVi a pour objet déclaré « une grande opération promotionnelle » des hypermarchés Carrefour. RTL-TVi sera « le partenaire média exclusif » du jeu « *Codigo Magico* », la validation des billets se faisant exclusivement sur RTL-TVi à l'aide du logo caractéristique de RTL-TVi, à savoir la montgolfière rouge. Une telle convention n'a pas pour objet d'associer un annonceur à la présentation d'un jeu organisé par l'éditeur de services, mais bien d'associer cet éditeur à la promotion d'une activité, en l'occurrence un jeu, organisé par l'annonceur. Cette présentation ne constitue pas un programme de jeu au sens de l'article 17 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

Tant les spots de promotion du jeu « *Codigo Magico* » que l'apposition durant les programmes du logo permettant de valider les billets ont pour but de promouvoir, en rappelant l'existence, le « jeu » organisé par Carrefour et par conséquent assure la promotion des produits et services de ce dernier, en suscitant la fréquentation de ses surfaces commerciales ; pareillement, le fait que la validation des bons de participation au « jeu » requière nécessairement le suivi des programmes de l'éditeur a pour conséquence de promouvoir les programmes de RTL-TVi auprès des visiteurs des magasins Carrefour, spécialement ceux participant au jeu.

Ces spots associent, tant par des moyens optiques (les logos de RTL-TVi et de Carrefour) qu'acoustiques (le son accompagnant le spot mentionnant RTL-TVi et Carrefour) l'éditeur à un annonceur, à son nom et à sa marque. En ce qu'ils ont pour objet de susciter la fréquentation des surfaces de vente de l'annonceur en vue de participer au jeu que celui-ci organise, ces messages constituent des messages publicitaires en faveur de Carrefour.

Dès lors que, pour participer au jeu, l'annonceur renvoie à son tour à l'éditeur, l'apposition par celui-ci de son « logo » pour permettre de participer au « jeu » de l'annonceur s'insère dans une action

Décisions du Collège d'autorisation et de contrôle

publicitaire ayant en outre pour objectif de promouvoir les programmes de l'éditeur lui-même.

Le fait qu'une convention organise expressément cet échange de bons procédés, dans l'objectif déclaré d'un partenariat dans une opération promotionnelle, ôte tout aspect fortuit et établit sans aucun doute le but publicitaire des spots et logos édités en exécution de cette convention.

Ni le fait que l'apposition du logo n'ait pas pour objet de promouvoir un programme déterminé de l'éditeur, ni la qualification de programme de « jeu » énoncée à tort par l'éditeur de services n'énervent le constat du caractère autopromotionnel de ces messages dans le chef de l'éditeur de services.

Les spots de promotion du jeu « Codigo Magico » produits par la S.A. TVi et diffusés sur le service RTL-TVi constituent par conséquent des « messages radiodiffusés à l'initiative d'un éditeur de services » de nature publicitaire ayant pour objet de promouvoir les activités des magasins Carrefour, en même temps qu'ils constituent une autopromotion dans le chef de l'éditeur.

Dès lors qu'il a inséré ces spots et logos de caractère publicitaire et autopromotionnel à la fois tantôt dans des écrans réservés à la communication publicitaire, tantôt hors de ces écrans, l'éditeur ne respecte pas l'article 14 §1^{er} du décret.

Le grief est établi.

Quant au deuxième grief

L'article 24 1^o du décret énonce que « le contenu et la programmation d'un programme parrainé ne peuvent en aucun cas être influencés par le parrain de manière à porter atteinte à la responsabilité et à l'indépendance éditoriales de l'éditeur de services à l'égard des programmes ».

L'article 24 5^o du décret énonce que « les programmes parrainés ne doivent pas inciter à l'achat ou à la location des produits ou services du parrain ou d'un tiers ».

L'article 1^{er} 23^o du décret définit le parrainage comme étant « 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 ».

Le contrat entre la S.A. Carrefour Belgium et la S.A. TVi établit en son article 3 que la S.A. Carrefour a contribué au financement des séquences (« les frais de production seront entièrement pris en charge par Carrefour [...] et feront l'objet d'un devis séparé soumis préalablement à Carrefour pour accord »). En outre, le but de la S.A. Carrefour, en s'associant à la S.A. TVi, est bien de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses réalisations.

Toutefois, le financement promis par Carrefour a pour objet les annonces du « jeu » « Codigo Magico », le contrat précisant que « le contenu des spots sera défini d'un commun accord entre Carrefour et RTL-TVi » ; il s'agit ici non de parrainage, mais bien de programmes de caractère publicitaire auxquels l'article 24, 1^o du décret ne s'applique pas.

Le grief de contravention à l'article 24 1^o et 5^o n'est pas établi.

Quant au troisième grief

L'article 18 §1^{er} du décret énonce que « 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 ».

L'apparition du rond rouge à l'écran pendant les programmes fait partie intégrante du jeu « Codigo Magico ». Ce rond rouge, bien qu'il ne comporte aucune référence à la S.A. Carrefour, renvoie clairement au jeu organisé par ce dernier, comme exposé plus haut ; il doit être qualifié de publicité au sens de l'article 1^{er} 29^o du décret. Le fait qu'il fasse partie d'une campagne associant RTL-TVi à la promotion de Carrefour, qui fait de même à l'égard de RTL-TVi dans le cadre d'une seule convention, confère en outre à ce même message, comme déjà dit, le caractère d'autopromotion au sens de l'article 1^{er} 3^o du décret. L'insertion de ces messages durant les programmes

contrevient à l'article 18, §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

Le grief est établi.

Quant à la sanction

Le Collège relève que la pratique de l'éditeur, telle qu'elle ressort des sanctions déjà prononcées à son encontre et que confirment les faits ici établis, contrevient aux dispositions du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion qui organisent une claire séparation entre la publicité et les programmes. Le recours aux formes de communication publicitaire ici visées a précisément pour effet d'atténuer la clarté de cette séparation et risque de susciter chez le téléspectateur la confusion que le législateur a voulu prévenir. Le caractère délibéré de cette recherche est établi ici par l'existence d'une convention organisant explicitement les modalités de présentation de cette promotion. Face à cette attitude de l'éditeur et compte tenu de la durée de l'exécution de la convention, une sanction d'un montant de cinquante mille euros se justifie.

En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle, après en avoir délibéré, déclare les griefs de contravention aux articles 14 §1^{er} et 18 §1^{er} établis, et condamne la S.A. TVi à une amende de cinquante mille euros (50.000 €).

Décision du 10 mai 2006

Editeur de services : **RTBF**
Services : **tous**

« Le Collège note que plusieurs de ces manquements affectent les relations de l'entreprise avec le public, la manière dont elle lui rend compte de son travail et de son action ainsi que le contrat de confiance qu'elle entretient avec lui. »

« 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 ses articles 133, § 1^{er}, 5^o et 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 RTBF par lettre recommandée à la poste le 8 mars 2006 : « de ne pas avoir respecté durant l'exercice 2004, en contravention à l'arrêté du 11

⁵ « Toute forme de message radiodiffusé contre rémunération ou paiement similaire par une institution ou une entreprise publique ou privée dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou de profession libérale dans le but de promouvoir la fourniture contre paiement de biens ou de services y compris les biens immeubles, les droits et les obligations ».

octobre 2001 portant approbation du contrat de gestion de la RTBF, ses obligations :

• **en radio**

- de diffuser le nombre minimum requis de quatre journaux parlés d'information locale en décrochage au départ des centres régionaux sur au moins deux chaînes autres que la chaîne généraliste ; de diffuser un journal d'information régionale et quatre journaux en décrochage au départ des centres régionaux sur au moins deux chaînes autres que la chaîne généraliste ;
- de diffusion d'une émission spécifique de médiation en radio ;

• **en télévision**

- de diffuser en créneau de nuit des courts-métrages libres de droits d'étudiants issus d'écoles de la Communauté française ;
- de limiter le temps de transmission quotidien consacré à la publicité commerciale, sur La Une, à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ;

• **pour l'entreprise**

- du délai de remise du rapport ;
- d'appel à projet dans le processus de mise en œuvre des grilles de programmes ;
- de la présence de forum de discussion sur son site internet ;
- de diffuser, tant en radio qu'en télévision, une soirée thématique consacrée à l'éducation aux médias ;

Vu le mémoire en réponse de la RTBF du 3 avril 2006 ;

Entendu Monsieur Jean-Pierre Vial, conseiller aux affaires juridiques, en la séance du 19 avril 2006.

1. ARGUMENTAIRE DE L'ÉDITEUR DE SERVICES

Respect de la diffusion du nombre minimum requis de quatre journaux parlés d'information locale en décrochage au départ des centres régionaux sur au moins deux chaînes autres que la chaîne généraliste et de la diffusion d'un journal d'information régionale et de quatre journaux en décrochage au départ des centres régionaux sur au moins deux chaînes autres que la chaîne généraliste

La RTBF reconnaît que, jusqu'au 29 février 2004, la réorganisation des rédactions en vue de la réforme des radios n'a permis que trois décrochages au lieu de quatre sur Fréquence-Wallonie et Bruxelles-Capitale. Depuis cette date et la fusion de ces deux chaînes en une grande chaîne régionale (Vivacité) l'éditeur diffuse sept journaux d'informations locales (couvrant Bruxelles,

Liège, Namur, Mons, Charleroi, Verviers et Arlon) à 6 heures 30, 7 heures 30 et 8 heures 30. Le journal de 17 heures de Vivacité est pour sa part décliné en deux éditions régionales distinctes (Région de Bruxelles-Capitale et Région wallonne). Ces informations locales et régionales ne peuvent, selon l'éditeur, trouver place sur les chaînes thématiques.

L'éditeur précise qu'un avenant au contrat de gestion négocié dès février 2004 et formalisé le 28 janvier 2005 dans un arrêté du Gouvernement de la Communauté française adapte l'obligation à la réalité de la situation : l'entreprise doit diffuser « du lundi au vendredi, chaque jour, sur au moins une chaîne généraliste, au moins trois journaux parlés locaux en décrochage sur chacun des sept décrochages réalisés au départ des bureaux locaux d'information de Bruxelles, Mons, Charleroi, Namur, Liège, Verviers et Arlon ». L'éditeur considère donc qu'il était acquis, dès février 2004, que l'obligation serait révisée dans le sens arrêté en 2005.

Emission de médiation en radio

L'éditeur estime que des émissions de médiation ont bien été diffusées en radio et qu'elles ont permis de répondre aux interrogations et réactions de son public. Le fait que ces émissions aient été intégrées dans d'autres (« Tout autre chose », de janvier à juin ; « Questions publiques », dès septembre 2004), n'est pas de nature à modifier la réalisation de la mission imposée à la RTBF. Il souligne que rien dans le contrat de gestion n'impose que l'obligation soit rencontrée par une émission exclusivement dédiée à la médiation. Il s'étonne que le CSA n'ait pas épingle ce manquement en 2003 « dès lors que l'émission de radio n'était pas non plus une émission spécifique, mais une émission intégrée dans l'émission « Tout autre chose » ». Il rappelle encore que l'article 10 §2 du contrat de gestion n'impose pas la présence du médiateur dans les émissions de médiation, comme il n'indique pas que les interrogations et réactions doivent être adressées par courrier.

Diffusion en créneau de nuit de courts-métrages libres de droits, d'étudiants-réalisateurs issus d'écoles de la Communauté française

Comme les années précédentes, l'éditeur a acheté des courts-métrages aux écoles de réalisateurs de la Communauté française et a diffusé des courts-métrages comme interprogrammes sur les deux chaînes ou dans le cadre de l'émission « Tout court » sur La Deux plutôt que dans un créneau de nuit. Il considère aller ainsi

au-delà de l'obligation en achetant les droits de diffusion de ces courts-métrages et en assurant leur diffusion en soirée, leur donnant ainsi une visibilité supérieure à celle prévue par le contrat de gestion. Il reconnaît que seuls quatre nouveaux courts-métrages répondant aux conditions fixées à l'article 20 §1^{er} du contrat de gestion ont été achetés en 2004. L'éditeur ajoute que son choix éditorial pourrait faire l'objet d'une demande de modification du contrat de gestion.

Temps de transmission de la publicité commerciale

Suivant le décompte effectué par la régie publicitaire (RMB) qui a ôté de la durée publicitaire d'ensemble les génériques de début et de fin des écrans publicitaires ainsi que les « bleus » (les images fixes bleues d'une seconde entre chaque spot), la RTBF reconnaît deux des dépassements constatés. Ces dépassements, datés des 21 et 23 septembre 2004, se sont produits entre 24h et 25h et se montent respectivement à 100 et 248 secondes. Ils doivent, précise l'éditeur, être considérés comme étant de nature fortuite.

L'éditeur ajoute que « pour éviter que des problèmes fortuits, accidentels et non intentionnels puissent se reproduire », il « a pris toutes les dispositions pour que d'éventuels dépassements du temps publicitaire ne se reproduisent pas » : un nouveau programme de planning permettra désormais, selon l'éditeur, de contrôler automatiquement les divers plafonds.

Délai de remise du rapport

L'éditeur reconnaît que le rapport annuel d'activités a été remis le 12 septembre 2005 tout en soulignant le « caractère peu significatif du retard ».

Procédure d'appel à projets

La RTBF indique que les nouveaux programmes inscrits dans les grilles 2004 avaient fait l'objet d'appels à projets en 2002 et 2003. Elle observe qu'il n'y a pas obligation de lancer des appels à projets chaque année et qu'aucun élément ne permet de considérer que l'absence d'appels à projets en 2004 est constitutive d'un manquement.

Forum de discussion sur internet

Pour l'éditeur, le contrat de gestion ne définit pas la nature du « forum » à tenir. Il considère que l'interactivité mise en place dans le cadre de certaines émissions, et qui consiste à inviter les auditeurs et téléspectateur à « interpeller en temps réel, via un formulaire internet, les invités ou présentateurs à propos des sujets et

Décisions du Collège d'autorisation et de contrôle

thèmes abordés dans le programme », lui permet de respecter l'obligation. Il ajoute que l'« organisation d'un autre type de forum permettant au public de s'exprimer sur internet et de réagir aux autres contributions nécessite, plus encore sur un service public que sur les sites d'éditeurs privés, la mise en place d'une modération afin de veiller à ce que des propos incompatibles avec le service public ne soient pas affichés sur le site ». Ce type de forum générerait d'importants coûts.

Diffusion d'une soirée thématique consacrée à l'éducation aux médias

Comme les années antérieures, l'éditeur a préféré rencontrer les objectifs de l'obligation par plusieurs émissions (l'émission de médiation TV « Qu'en dites-vous », la « Soirée spéciales élections aux Etats-Unis » diffusée dans le cadre du magazine « Actuel », ainsi que les émissions spéciales consacrées à l'élection présidentielle), plutôt que par une seule soirée annuelle.

2. DÉCISION DU COLLÈGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Respect de la diffusion du nombre minimum requis de quatre journaux parlés d'information locale en décrochage au départ des centres régionaux sur au moins deux chaînes autres que la chaîne généraliste et de la diffusion d'un journal d'information régionale et de quatre journaux en décrochage au départ des centres régionaux sur au moins deux chaînes autres que la chaîne généraliste

Le Collège d'autorisation et de contrôle constate et l'éditeur reconnaît ne pas avoir diffusé le nombre de journaux locaux imposé sur deux chaînes autres que la chaîne généraliste jusqu'au 29 février 2004.

Pour la période allant du 1^{er} mars au 31 décembre 2004, le Collège estime que la réorganisation des radios a pour conséquence un accroissement des décrochages, lequel doit être pris en considération, d'autant qu'il correspond aux objectifs assignés par le Gouvernement à l'entreprise dans l'avenant au contrat de gestion du 28 janvier 2005. Considérant la difficulté pour l'entreprise d'ajuster le calendrier de ses réformes à celui de la révision de son contrat de gestion, et nonobstant le manquement constaté pour les deux premiers mois de l'année, le Collège considère que l'obligation est globalement rencontrée. Le grief n'est pas établi.

Le Collège rappelle que si le Gouvernement a levé le problème d'interprétation sur ce point du contrat, il n'a toujours pas donné suite à la question que lui avait transmise le CSA, qui portait sur l'interprétation de l'obligation de respect, en télévision, du seuil de 75% en moyenne annuelle de productions réalisées par les centres régionaux.

Emission de médiation en radio

Pour le Collège, une séquence de médiation insérée dans une émission plus large n'empêche pas l'entreprise de répondre à l'obligation telle que définie dans son contrat de gestion. Toutefois, la question porte moins sur la structure de l'émission que sur la manière dont l'entreprise répond à sa mission.

Il importe dès lors de déterminer si la diffusion en radio, à quatre reprises, d'une séquence portant sur des sujets relatifs à la communication et aux médias, et programmée dans une émission où l'on fait habituellement interagir quelques auditeurs sur des questions en lien avec l'actualité, relève de la médiation et rencontre de la sorte l'obligation. Si la séquence diffusée dans le cadre de « Tout autre chose » s'annonçait pour l'auditeur comme une séquence de médiation (présentation par la responsable du service médiation, séquence récurrente tous les premiers lundis du mois, thèmes liés aux sujets développés dans l'émission de médiation TV ou à des courriers reçus au service de médiation), celles diffusées dans le cadre de l'émission « Questions publiques » ne présentaient plus aucun indice susceptible de permettre pareille identification : ni titre particulier, ni programmation prévisible pour l'auditeur, ni présence du médiateur... Au contraire, ces séquences étaient en tous points identiques aux séquences d'interaction présentées habituellement dans le cadre de l'émission « Questions publiques ».

En ne diffusant une séquence de médiation qu'à six reprises dans l'année, alors que le contrat de gestion lui en demande au moins dix, la RTBF a répondu de manière insuffisante à son obligation.

Le grief est établi.

Diffusion en créneau de nuit de courts-métrages libres de droits, d'étudiants-réalisateurs issus d'écoles de la Communauté française

Cette obligation a pour objectif la promotion et la valorisation du travail des étudiants des écoles de réalisation de la Communauté française par la diffusion

gratuite, en créneau de nuit, de leurs courts-métrages. En diffusant ces courts-métrages en journée, à des heures qu'il estime plus favorables en termes d'audience, et en rémunérant ces auteurs, l'éditeur semble vouloir contribuer à cet objectif. Néanmoins, la manière dont il s'exécute en se limitant à la diffusion, en 2004, de quatre nouvelles œuvres, en privilégiant la rediffusion multiple de réalisations déjà diffusées en 2002 et 2003, notamment en interprogramme, sans créer un réel rendez-vous pour le spectateur, ne rencontre pas les intentions du contrat de gestion qui vise par le créneau de nuit à programmer un temps spécifique de découverte pour les spectateurs et à garantir un certain renouvellement des œuvres. L'éditeur de services ne remplit donc pas l'obligation qui lui est imposée.

Le grief est établi.

Temps de transmission de la publicité commerciale

Le contrat de gestion de la RTBF stipule en son article 29, §1, alinéa 3 qu'en télévision, « le temps de transmission consacré aux écrans publicitaires à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser douze minutes ». Cette règle s'apparente à celle exigée de tous les éditeurs à l'article 20 §2 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion : « Le temps de transmission maximum des écrans de publicité à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge (...) ne peut dépasser 20 p.c. de cette période ».

L'avis sur le contrôle du respect des obligations de l'éditeur avait constaté que l'éditeur n'avait pas respecté cette obligation, pour La Une, à vingt-cinq reprises sur l'échantillon de quatre semaines considéré. Vingt des dépassements constatés excédaient les 30 secondes. Après avoir décompté de la durée publicitaire les « jingles » et les « bleus », l'éditeur reconnaît seulement deux dépassements fortuits sur la tranche horaire 24h-25h.

Tant les documents fournis pour le contrôle que le décompte produit par la RMB et déposé par l'éditeur à titre de pièce complémentaire dans le dossier témoignent d'une pratique de comptage bâtie sur le relevé de la durée totale des écrans publicitaires. Ainsi, dans les documents RMB, le décompte des « jingles » et des « bleus » intervient après coup, soit après avoir établi la durée publicitaire totale des différents écrans.

En outre, la méthode proposée par l'éditeur ne peut être retenue car elle consiste à établir que la durée de chaque « bleu » s'élève à une seconde, ce qui n'est pas le cas.

Le grief est établi.

Délai de remise du rapport

Le fait que l'éditeur ait prévenu le Collège du retard que prendrait le rapport annuel ne l'exonère pas plus qu'un autre éditeur de déposer les documents dans les délais impartis. Le Collège souligne qu'à la différence des autres éditeurs, la RTBF bénéficie d'un délai supplémentaire : le décret du 21 février 2003 modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio-télévision belge de la Communauté française a en effet porté la date de remise du rapport au 1^{er} septembre en lieu et place du 30 juin. L'on ne peut à la fois demander au CSA de produire son contrôle en temps et en heure et permettre aux éditeurs de suivre leur propre calendrier. Toutefois, considérant que ce retard est exceptionnel, le Collège ne retient pas le grief mais demande que l'éditeur veille désormais au respect strict des délais.

Le grief n'est pas retenu.

Procédure d'appel à projets

Le Collège acte le fait que les nouveaux programmes 2004 avaient fait l'objet d'appels à projets en 2002 et 2003, ce que confirment les éléments en sa possession.

Le grief n'est pas établi.

Présence d'un forum de discussion sur son site internet

La présence d'un forum de discussion en liaison avec l'actualité sur le site internet de l'éditeur constitue, selon les termes du contrat de gestion, une obligation de résultat qui doit s'analyser comme une des mesures prévues par l'article 7 du contrat de gestion pour garantir la bonne exécution de la mission prioritaire et essentielle de service public qu'est l'information.

En précisant que le forum est « de discussion », c'est-à-dire en liant la notion de réunion ou de lieu où l'on débat d'un sujet à celle de l'échange d'arguments et de vues diverses, le gouvernement impose davantage qu'une simple interactivité de contact, telle que la décrit l'éditeur.

Le coût d'un véritable forum invoqué par l'éditeur ne le dispense pas du respect de l'obligation, qui répond à sa mission de service public. Le Collège constate en

outre, que si l'éditeur avait limité lors du précédent exercice le respect de l'obligation en organisant des forums uniquement lors d'événements exceptionnels, il n'y satisfait plus du tout en 2004.

Le grief est établi.

Diffusion d'une soirée thématique consacrée à l'éducation aux médias

Le Collège d'autorisation et de contrôle constate et l'éditeur reconnaît ne pas avoir consacré de soirée spécifique au thème de l'éducation aux médias.

L'argument selon lequel il est plus adéquat de traiter le thème de l'éducation aux médias dans le cadre d'émissions spéciales et récurrentes plutôt qu'au cours d'une seule soirée annuelle n'est pas de nature à dispenser l'éditeur du respect de son obligation.

Le grief est établi.

Quant à la sanction

Les manquements relevés, dont certains persistent malgré les constats posés par le Collège lors de contrôles précédents, ont pour objet des obligations qui, par leur nature, ressortent de la mission spécifique de service public confiée à la RTBF par son contrat de gestion.

Le Collège note plus précisément que plusieurs de ces manquements affectent les relations de l'entreprise avec le public, la manière dont elle lui rend compte de son travail et de son action ainsi que le contrat de confiance qu'elle entretient avec lui. Ainsi, l'éditeur tend à délaissier ou méconnaître plusieurs démarches d'écoute, de dialogue et de contact prévues dans le contrat de gestion : absence persistante de forum de discussion sur son site internet et d'une soirée d'éducation aux médias en radio et en télévision, absence partielle d'une émission de médiation en radio.

Considérant les antécédents de l'éditeur, les efforts qu'il a consentis lors de l'exercice pour rencontrer certaines obligations ignorées dans le passé et les mesures qu'il compte prendre en matière de contrôle de durée publicitaire, un avertissement et la diffusion d'un communiqué constituent en l'espèce la sanction adéquate.

Le Collège d'autorisation et de contrôle, après en avoir délibéré, condamne la RTBF à un avertissement et à la diffusion du communiqué suivant :

« La RTBF a été condamnée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour ne pas avoir respecté, durant l'exercice 2004, plusieurs de ses obligations dont certaines relatives à ses relations avec le public.

Ainsi, la RTBF n'a pas diffusé une émission de médiation en radio, n'a pas assuré de forum de discussion sur son site internet et n'a pas diffusé, tant en radio qu'en télévision, une soirée thématique consacrée à l'éducation aux médias ».

Ce communiqué doit :

- être affiché et lu, dans son intégralité, immédiatement avant la diffusion sur La Une du journal télévisé de 19h30, à trois reprises un jour ouvrable dans les 90 jours de la notification de la présente décision ;
- être lu, immédiatement avant la diffusion sur La Première du journal parlé de 8h00, à trois reprises un jour ouvrable dans les 90 jours de la notification de la présente décision ;
- être affiché de manière ininterrompue sur la page d'accueil du site internet de la RTBF pendant 48 heures 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. »

Décision du 24 mai 2006

Editeur : RTBF

Service : La Deux

« La protection des mineurs ne constitue pas une exception à la liberté d'expression, qu'il conviendrait à ce titre d'interpréter restrictivement, mais un principe autonome dont l'interprétation doit être celle qui permet d'atteindre l'objectif visé, à savoir notamment la protection effective des enfants face aux sollicitations publicitaires à l'égard desquelles ils sont supposés disposer d'un moindre discernement ; cette protection s'impose de manière d'autant plus grande lors des programmes spécifiquement destinés aux enfants, durant lesquels l'accompagnement d'adultes est moins probable. »

« 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^o et 156 à 160 ;

Décisions du Collège d'autorisation et de contrôle

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 8 mars 2006 : « d'avoir diffusé sur le service La Deux, les 16, 17, 18, 19 et 20 janvier 2006 au moins, des écrans publicitaires, en contravention à l'article 29 6° du contrat de gestion de la RTBF approuvé par l'arrêté du 11 octobre 2001 portant approbation du contrat de gestion de la RTBF » ;

Entendu Monsieur Stéphane Hoebeke, chef de service, en la séance du 19 avril 2006.

1. EXPOSÉ DES FAITS

La RTBF a diffusé, sur le service La Deux, vers 18h30 les 16, 17, 18, 19 et 20 janvier 2006 au moins, des écrans publicitaires moins de cinq minutes après la diffusion du programme « Futurama ». Ce programme est inclus dans la tranche horaire accompagnée de l'habillage « La Deuj ».

2. ARGUMENTAIRE DE L'ÉDITEUR DE SERVICES

Selon l'article 29 6° du contrat de gestion de la RTBF, « les écrans publicitaires et de parrainage sont interdits de diffusion durant une période de cinq minutes qui précède et qui suit une émission spécifiquement destinée aux enfants ».

Selon l'éditeur, « s'agissant d'une interdiction au principe de la liberté de diffusion de publicités », cet article « doit faire l'objet d'une interprétation stricte et non abusivement large ». La RTBF précise que l'article ne fixe pas de limites d'âge particulière lorsqu'il se réfère aux enfants mais qu'il est communément admis que les enfants visés par l'article 29 6° du contrat de gestion sont des enfants de moins de douze ans, cette notion se distinguant de celles utilisées par d'autres dispositions légales, décrétales ou réglementaires, de « mineurs », de « jeune public » ou « d'adolescent ».

Selon la RTBF, le programme « Futurama » qui précède les écrans publicitaires incriminés est « un programme non pas destiné aux moins de douze ans mais un programme tout public ou, à tout le moins, un programme destiné aux enfants de 6 à 14 ans. Futurama a été créé par le même auteur que les Simpsons (Matt Groening) et il ne saurait être admis que ce type de programme, au vu de son contenu, de son scénario, de ses dialogues, de son écriture et de son style, soit réservé aux moins de 12 ans ».

L'éditeur ajoute que « depuis que La Deuj existe –soit depuis septembre 2004– la RTBF a toujours veillé à respecter l'article 29 6° du contrat de gestion. Aucun programme spécifiquement destiné aux moins de douze ans n'a fait l'objet de publicité ou de parrainage cinq minutes avant ou après lesdits programmes. Depuis que La Deuj existe, le premier écran publicitaire est diffusé vers 18h30, nécessairement après un programme autre que destiné spécifiquement aux enfants. Ce fut aussi le cas en l'espèce ».

3. DÉCISION DU COLLÈGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

La RTBF ne conteste pas avoir diffusé, sur le service La Deux, dans le cadre de la tranche horaire accompagnée de l'habillage « La Deuj », vers 18h30 les 16, 17, 18, 19 et 20 janvier 2006 au moins, des écrans publicitaires moins de cinq minutes après la diffusion du programme « Futurama » (diffusé à 18h10).

La tranche horaire accompagnée de l'habillage « La Deuj » est définie par l'éditeur notamment dans son rapport annuel comme « une émission de plateau visant un public de 6-14 ans ». Dès lors qu'elle estime que les programmes destinés aux enfants sont communément admis comme concernant des enfants de moins de douze ans, la RTBF ne peut, sans contradiction, en même temps affirmer que « La Deuj » constitue une émission visant un public de 6-14 ans et que les programmes qui sont diffusés dans le cadre de cette émission ne seraient pas destinés aux enfants, autrement dit les téléspectateurs de moins de 12 ans, alors que ceux-ci constituent, de l'aveu même de l'éditeur, l'essentiel du public visé.

L'application de l'article 29 6° du contrat de gestion ne se limite pas aux seules émissions que la RTBF qualifierait elle-même de programme spécifiquement destiné aux enfants. L'appréciation de la qualification des programmes au regard des critères décrétaux ou inscrits dans son contrat de gestion relève certes en première ligne de l'appréciation raisonnable de l'éditeur lui-même. Ce pouvoir d'appréciation ne dispense cependant pas la RTBF du contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel tel qu'institué par le décret du 23 février 2003 sur la radiodiffusion.

Le fait qu'un programme publicitaire ait immédiatement suivi la fin du dessin animé « Futurama » est avéré. Ce dessin animé, tant par le caractère à la fois

simpliste et naïf de son synopsis tel qu'adéquatement résumé dans le rapport du Secrétariat d'instruction, que par les caractères et le mode d'expression enfantins de ses « personnages », est à l'évidence principalement sinon exclusivement destiné à un public enfantin.

Ni le fait que l'auteur du programme « Futurama » soit également l'auteur d'autres programmes le cas échéant destinés à d'autres publics, ni l'affirmation péremptoire de l'éditeur selon laquelle il respecte ici et par ailleurs l'article 29 6° du contrat de gestion, ni la mise en œuvre de l'habillage « La Deuj » –nullement contradictoire en ce qu'il déclare signaler un programme destiné à la jeunesse dont l'enfance constitue la plus large partie– n'énervent ce constat.

Enfin, la protection des mineurs ne constitue pas une exception à la liberté d'expression, qu'il conviendrait à ce titre d'interpréter restrictivement, mais un principe autonome dont l'interprétation doit être celle qui permet d'atteindre l'objectif visé, à savoir notamment la protection effective des enfants face aux sollicitations publicitaires à l'égard desquelles ils sont supposés disposer d'un moindre discernement ; cette protection s'impose de manière d'autant plus grande lors des programmes spécifiquement destinés aux enfants, durant lesquels l'accompagnement d'adultes est moins probable.

Le grief est établi.

Compte tenu de la nature du manquement et de l'absence de condamnation de l'éditeur pour des faits de même nature, le prononcé d'une amende et la diffusion d'un communiqué constituent une sanction adéquate.

En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle, après en avoir délibéré, déclare le grief établi et condamne la RTBF à une amende de cinq mille euros (5.000 €) et à la diffusion du communiqué suivant :

« La RTBF a été condamnée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour ne pas avoir respecté l'interdiction de ne pas diffuser de publicité dans les cinq minutes qui précèdent ou qui suivent les émissions spécifiquement destinées aux enfants ».

Ce communiqué doit être affiché et lu, pendant 30 secondes, immédiatement avant la diffusion sur La Deux du programme diffusé à 20h45, 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. »

Décision du 14 juin 2006

Editeur : BTV

Service : AB3

« 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. »

« 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^o). 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. »

Notes

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

Notes

A series of horizontal dotted lines for writing notes.

Notes

Sommaire



2 Colophon

3 Editorial de la Présidente

Contrôle des distributeurs : une première

4 Actualité audiovisuelle

Services de contenu audiovisuels

Aides d'Etat

Infrastructures et réseaux de communication électronique

Concurrence

6 Actualité du CSA

Accessibilité des programmes de télévision

Recommandation - Coopération entre Etat fédéral et Communautés en matière d'infrastructure commune de transmission électronique

Groupe des régulateurs de l'Union européenne

Autorisation de « Preview »

Colloque sur les pratiques publicitaires

Règlement relatif aux programmes de radio et de télévision en période électorale

Colloque sur la politique-spectacle et la télévision

Choix d'un consultant pour l'analyse du « marché 18 »

Contrôle de la réalisation des obligations de Mobistar et de Belgacom Mobile

Contrôle de la réalisation des obligations de l'AIESH, de l'ALE-Télédis, de Brutélé et de l'IDEA

Réunion de l'EPRA

Contrôle de la réalisation des obligations de Telelux, Igeho, Inatel, Interrosane, Interest, Simogel et Seditel

Contrôle de la réalisation des obligations du distributeur BeTV

Contrôle de la réalisation des obligations de Belgacom

Colloque sur les télévisions extra-communautaires

Recommandation préparatoire à la mise à disposition d'informations comptables imposable aux opérateurs de réseau identifiés comme puissants sur le marché

Recommandation relative à la présentation comptable des entreprises cumulant les activités de distribution de services de radiodiffusion et les activités de transmission de signaux électroniques

Consultation sur la télévision numérique terrestre en Communauté française

Groupe de travail sur l'égalité entre les femmes et les hommes

Groupe de travail sur l'actualisation du code d'éthique relatif à la publicité à destination des enfants

Conférence de l'ERA sur la directive TVSF

Régulation des réseaux de radiodiffusion et marché de la livraison audiovisuelle en ligne

(Boris Libois et Sarah Païman, CSA)

Régulation des réseaux de communications électroniques (Julien Gilson, CSA)

Recommandation relative à la protection des mineurs (Geneviève de Bueger, CSA)

21 Décisions du Collège d'autorisation et de contrôle

| | |
|---------------|---|
| 22 mars 2006 | (Club RTL – séparation entre publicité et programmes) |
| 19 avril 2006 | (TV Lux – non-reconnaissance d'une société interne de journalistes) |
| 19 avril 2006 | (Canal C – non-reconnaissance d'une société interne de journalistes) |
| 19 avril 2006 | (No Télé – non-reconnaissance d'une société interne de journalistes) |
| 19 avril 2006 | (RTC Télé Liège – non-reconnaissance d'une société interne de journalistes) |
| 19 avril 2006 | (TV COM – non-reconnaissance d'une société interne de journalistes) |
| 19 avril 2006 | (Club RTL – coupure publicitaire dans un programme pour enfants) |
| 26 avril 2006 | (RTL-TVi – séparation entre publicité et programmes) |
| 10 mai 2006 | (RTBF – contrôle annuel : respect des obligations) |
| 24 mai 2006 | (La Deux – publicité : respect de la règle des cinq minutes) |
| 14 juin 2006 | (AB3 – séparation entre publicité et programmes) |