

DIRECTION DES ETUDES ET RECHERCHES

LA RÉGULATION DE LA CALL TV : UNE COMPÉTENCE DU CSA À NE PAS LAISSER AU HASARD

Franciska BANGISA

Mai 2011

La Collection « Etudes et recherches » regroupe les travaux réalisés par les différents chercheurs que le CSA accueille en son sein. Tant les chercheurs en résidence (premier emploi, docteurs/doctorants, pause-carrière), que les stagiaires et, bien sûr, les membres du CSA sont amenés, à titre personnel, à contribuer à la richesse de la collection.

Des **mandats d'accueil de chercheur en résidence** ont été créés au sein du Conseil supérieur de l'audiovisuel de la Communauté française afin de contribuer au développement de la recherche, de stimuler la connaissance de la régulation audiovisuelle et de permettre le perfectionnement des candidats sélectionnés par le CSA.

Ces mandats d'une durée de 3 ou 4 mois sont destinés :

1. soit à un **premier emploi** pour des étudiants qui ont terminé leur deuxième cycle universitaire (ou d'un enseignement de type long de niveau universitaire) ;
2. soit aux **chercheurs (doctorants ou docteurs)** qui souhaitent développer des réflexions dans le champ de compétence de la régulation ;
3. soit aux **professionnels** qui (notamment dans le cadre d'une pause-carrière) souhaitent développer des réflexions dans le champ de compétence de la régulation.

Chacun de ces mandats est attribué une fois l'an, sur base de critères objectifs et homogènes.

Des appels à candidature réguliers sont lancés sur le site du CSA et tout site ou autre support jugé pertinent par ce dernier.

Information : <http://www.csa.be/chercheurs>

Le CSA accueille et encadre régulièrement des **étudiants stagiaires** en provenance de différentes filières (droit, analyse des médias, économie, relations publiques, ressources documentaires...). Il contribue ainsi à la formation des futurs professionnels de l'audiovisuel.

Les étudiants candidats stagiaires soumettent, par écrit, leur proposition de stage à l'attention de la directrice des études et des recherches, Muriel Hanot, soit par mail au info@csa.be, soit par courrier Boulevard de l'Impératrice, 13, 1000 Bruxelles.

L'objet du stage doit s'inscrire dans les matières en lien avec la régulation audiovisuelle et les missions du CSA : production audiovisuelle, protection des mineurs, publicité, diversité, accessibilité, dignité humaine, droit à l'information, droit à l'image, discrimination, transparence, pluralisme, télécommunication, numérique, relations publiques, catalogage...

Information : <http://www.csa.be/pages/show/89>

Déjà publiés dans la collection :

C. Bodson, *La représentation de la diversité au sein des programmes de la télévision belge francophone*, CSA, décembre 2009.

M. Culot, *La place et l'usage de l'interactivité dans les débats des élections de juin 2009*, CSA, juillet 2010.

M. Smets, *Etat des lieux et perspective de développement de la production télévisuelle indépendante en Communauté française*, CSA, décembre 2010.

F. Bangisa, *La régulation de la call TV : une compétence du CSA à ne pas laisser au hasard*, CSA, mai 2011.

Cette publication relève de la loi du 30 juin 1994 relative au droit d'auteur.

Cette loi précise entre autres que l'auteur « dispose du droit au respect de son oeuvre lui permettant de s'opposer à toute modification de celle-ci » et qu'il a « le droit de s'opposer à toute déformation, mutilation ou autre modification de cette oeuvre ou à toute autre atteinte à la même oeuvre, préjudiciables à son honneur ou à sa réputation ». Elle rappelle que, sauf accord explicite de l'auteur, sont seules autorisées les courtes citations « effectuées dans un but de critique, de polémique, de revue, d'enseignement, ou dans des travaux scientifiques, conformément aux usages honnêtes de la profession et dans la mesure justifiée par le but poursuivi (...). Les citations visées devront faire mention de la source et du nom de l'auteur ».

TABLE DES MATIERES

Introduction		5
Chapitre I	La call TV, un terme, une définition métissée	9
Section 1	Un jeu média, jeu de hasard au sens de l'article 2, 1° de la loi sur les jeux de hasard	9
	Un jeu média, jeu de hasard : conditions cumulatives	9
	Un jeu : contrat aléatoire	10
	Un enjeu	10
	La perte de l'enjeu et le gain	11
	L'intervention du hasard	11
	Dans quelle mesure un jeu de call TV réunit les éléments constitutifs du jeu de hasard ?	11
Section 2	Une forme de télé-achat : une définition qui répond aux conditions du télé-achat énoncées par le décret SMA – une définition confirmée par la jurisprudence du CSA, de la Cour de justice de l'Union Européenne et du Conseil d'Etat de Belgique	12
	La décision « Appel gagnant » du 21 février 2008 du CAC	13
	L'affaire C-195/06, Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) contre Österreichischer Rundfunk, « affaire ÖRF »	14
	L'arrêt n° 208.114 du Conseil d'Etat de Belgique	16
Chapitre II	Législation applicable à la call TV	18
Section 1	Législation européenne	18
Section 2	Législation et réglementation belge applicable à la call TV	20
	Législation et réglementation relatives aux jeux de hasard	20
	Le décret sur les services de médias audiovisuels	23
Section 3	Des mesures adoptées dans les systèmes juridiques étrangers	26
Section 4	Comparaison schématique des mesures protectrices adoptées en France et en Angleterre avec la situation belge	29
Chapitre III	Les organismes compétents en matière de call TV : compétence attribuée et « pouvoir d'intervention »	30
Section 1	La Commission des jeux de hasard et le CSA : les acteurs principaux en matière de régulation de la call TV – compétences attribuées	30
	La Commission des jeux de hasard (ci-après désignée par la CJH » ou « la Commission »)	30
	Le CSA	32

	Réglementation et avis	32
	Contrôle et sanction	33
	Quid de la régulation de la call TV ?	34
	La Commission d'éthique pour les télécommunications (ci-après désignée par « la Commission éthique »)	36
	Commentaires	36
Section 2	Des organismes agissant sur « intervention volontaire » ou appelés à la cause, « intervention forcée »	37
	La Direction Générale contrôle et médiation (ci-après désignée par la DGCM ») du Service public fédéral (ci-après désigné par « SPF ») Economie	38
	Le Centre de recherche et d'informations des organisations des consommateurs (ci-après désigné par le « CRIOC »	40
	Le service de Médiation pour les télécommunications	41
Chapitre IV	Focus sur les problèmes liés à la call tv – un jeu canalisable ?	44
	Bibliographie	49

Franciska Bangisa, chercheuse en résidence CSA – mai 2011

Introduction

Les jeux télévisés appelant à la participation des téléspectateurs par l'intermédiaire de numéros de téléphone ou de SMS surtaxés font partie du paysage audiovisuel courant. Au nombre de ceux-ci figurent par exemple des émissions de voyance en direct, des spots qui appellent à la participation des téléspectateurs par SMS, afin de remporter un prix, et la call TV (ou télé-tirelire). Ce dernier jeu peut-être défini comme suit :

« programme animé par un présentateur, destiné à faire jouer le public de chez lui, en l'incitant à répondre à une question (de culture générale ou de logique) via un numéro d'appel téléphonique surtaxé dans l'espoir de lui permettre de remporter un prix ou de l'argent »¹.

Les plaintes diverses relatives à ce genre télévisuel spécifique épinglent des coûts excessifs – dont le spectateur ne semble pas toujours suffisamment informé ou, à tout le moins, semble ne pas toujours avoir conscience – engendrés par les multiples tentatives de participation ou encore la quasi-impossibilité, parfois, de proposer une réponse correcte en raison du caractère évasif des indices donnés ou de l'ambiguïté exacerbée des devinettes. Ces pratiques sont-elles délibérées ? Si elles ne le sont pas, ne lèsent-elles pas la « légitime confiance »² que les spectateurs sont en droit d'accorder aux médias ?

Des différents entretiens que nous avons menés auprès des organismes concernés par la question (Conseil supérieur de l'audiovisuel, Commission des jeux de hasard, Direction générale Contrôle et Médiation du Service public fédéral, CRIOC, Service de médiation pour les communications), il apparaît que les plaintes sont soit directes (les plaignants s'estiment victimes de la call TV) soit « indirectes » (les plaignants tendent à dénoncer ce qu'ils estiment être une supercherie plus qu'un jeu).

Au **CSA**, sur un échantillon de dix plaintes qui critiquent les supposées supercheries des jeux de hasard et s'inquiètent de l'inaction du régulateur de l'audiovisuel, nous constatons qu'aucune n'émane de victime de la call TV. Les plaintes sont adressées par des téléspectateurs qui exigent des contrôles préventifs.

¹ Définition du CSA. Voir décision du 21 février 2008, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.csa.be/documents/show/777>, consultée le 8 février 2011.

² L'usage de cette expression n'est pas un hasard. En effet, la légitime confiance fait partie des principes généraux du droit et implique que les citoyens doivent pouvoir faire confiance aux pouvoirs publics. L'obligation qui pèse sur les pouvoirs publics découle du principe général de droit de bonne administration. Voy. not. Cass. 14 mars 1994, Pas. p. 252 avec concl. min. publ.

Le résumé des motifs des plaintes déposées devant la **Commission des jeux de hasard** qui nous a été présenté rejoint les doléances formulées au CSA³.

La **Direction générale Contrôle et Médiation du Service public fédéral** ne compte à ce jour aucune plainte introduite à l'encontre d'un jeu de call TV. Tout au plus, a-t-elle eu à connaître d'un litige attribué à un programme pour lequel il fallait utiliser des services surtaxés mais qui ne constituait pas un jeu de call TV.

Le **CRIOC** a aussi été saisi de plaintes émanant de téléspectateurs n'étant pas forcément victime de la call TV. Les plaignants sont animés d'un « devoir » de dénonciation des pratiques qu'ils estiment douteuses, désireux de savoir ce qui est concrètement fait pour contrecarrer ces situations.

Le **service de médiation pour les télécommunications** a déjà reçu des plaintes de personnes étonnées par des factures téléphoniques élevées faisant état d'appels vers des numéros surtaxés. Parmi celles-ci évoquons la plainte introduite par un couple assistant, par amitié, une dame très âgée. Cette plainte faisait suite à une facture d'un montant supérieur à 900€ alors que ladite dame ne percevait qu'une pension d'à peine supérieure à 1.000€. Après enquête, il s'est avéré que cette dame avait joué à des jeux de call TV diffusés sur AB4 sans se douter des conséquences financières que cela pouvait entraîner. Une autre plainte d'une personne démunie s'insurgeait du caractère malhonnête d'un jeu de call TV pour lequel elle avait dépensé, en vain, 60€ alors qu'elle tentait « d'arrondir ses fins de mois ».

Ces plaintes démontrent premièrement que les plaignants ne savent pas a priori toujours vers quelle institution compétente se tourner. En effet, chacun des interlocuteurs mentionnés ci-dessus s'impose naturellement de par la nature-même des jeux.

Deuxièmement, il apparaît clairement que les victimes directes ne sont pas systématiquement les personnes qui déposent plainte.

Troisièmement, vu les sommes parfois dépensées, il semble que ces jeux peuvent entraîner une addiction et conduire au surendettement. Les textes juridiques prévoient des avertissements verbaux et écrits, mais les présentateurs s'y tiennent-ils ? Dans la plupart des émissions, ne va-t-on pas outrageusement à l'encontre de la loi, en encourageant vivement les téléspectateurs à appeler ?

Enfin, dernier constat, il s'avère que plusieurs victimes ont un profil « vulnérable » : les jeunes, les personnes âgées, en situation précaire, à faible niveau de scolarisation... semblent être à la fois les cibles et les victimes de ces jeux. Notons à cet égard que les CPAS et les services de médiation constatent que les factures téléphoniques sont une des premières causes de surendettement⁴.

Ces différents constats sont partagés par le monde politique. En témoignent, notamment, quelques questions orales posées au Parlement de la Communauté française sur la crédibilité⁵ de ces jeux, sur les moyens⁶ pris pour protéger les mineurs d'âge ou, plus largement, les consommateurs, et les publics

³ Elles semblent en tous points similaires à celles reçues par le CSA, à ceci près qu'elles étaient recevables car adressées à l'organisme compétent en ce qui concerne le contenu du jeu.

⁴ Voy. not. <http://levif.rnews.be/fr/news/actualite/belgique/les-dettes-liees-a-la-telephonie-explosent/article-1194941045168.htm>, consulté le 14 février 2011 ainsi que le Service de lutte contre la pauvreté, la précarité et l'exclusion sociale, http://www.luttepauvrete.be/chiffres_surendettement.htm, consulté le 8 février 2011.

⁵ Question n° 178 de Mme Bertouille du 23 novembre 2006, Parlement de la Communauté française de Belgique, 2006-2007, n° 2, p. 33.

⁶ Question n° 250 de Mme Bertouille du 08 octobre 2007, *Bull. Q. R.*, 2007-2008, n° 1, p. 76.

fragilisés⁷. La ministre de la Culture et de l'Audiovisuel, Fadila Laanan, a, dans l'une de ses réponses, manifesté son souhait de voir supprimer la diffusion de ce genre de programme⁸ :

« Je souhaite que ces programmes cessent d'être diffusés, du moins tels qu'ils le sont actuellement car ils constituent un réel danger pour une certaine frange plus fragilisée de la population »⁹.

L'analyse juridique de ces jeux télévisés s'impose donc, avec en filigrane la **question** de savoir si la **législation et la réglementation en vigueur permettent la protection optimale de tous les publics en ce compris ceux considérés comme plus fragiles, grands consommateurs de ce genre de jeu qu'ils estiment à leur portée**¹⁰ : mineurs d'âge, personnes peu scolarisées, personnes âgées, personnes isolées, personnes vivant dans des conditions précaires. Si tel n'est pas le cas, quelles mesures peuvent être adoptées en amont, pour résoudre ce problème ? Comment articuler régulation de la call TV et protection des publics fragiles sans interférer avec leur liberté de jeux, dans leur sphère privée ? L'objet de la question ne concerne que la call TV, à l'exclusion d'autres programmes télévisés aux caractéristiques parfois similaires, comme les concours par SMS.

Afin d'y répondre, nous nous arrêterons dans un premier temps sur la définition de la call TV. Nous préciserons les deux acceptions que recouvre ce terme, à savoir jeu de hasard aux termes de la loi sur les jeux de hasard et télé-achat selon le droit de l'audiovisuel (Chapitre I).

Nous poursuivrons ensuite par l'analyse du cadre législatif et réglementaire régissant la matière, distinguant législation européenne, législation et réglementation belges et systèmes juridiques étrangers (Chapitre II). L'exercice de droit comparé auquel nous procéderons en fin de chapitre nous permettra de dégager les mesures protectrices adoptées en France et en Angleterre. Celles-ci pourraient s'avérer utiles dans notre réflexion.

Précisons d'emblée que les sources dont nous disposons permettent de situer la naissance de la call TV dans la première partie des années 2000. C'est pourquoi nous limiterons notre exposé critique à la période s'étendant de 2004¹¹ à nos jours. Sans contredire ces limites temporelles, soulignons que nous ne ferons cependant pas l'impasse sur la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard, les établissements de jeux de hasard et la protection des joueurs désormais intitulée « Loi sur les jeux de hasard, les paris, les établissements de jeux de hasard et la protection des joueurs » (ci-après désignée par « loi sur les jeux de hasard ») : l'évolution de cette loi a en effet eu des répercussions sur la thématique qui nous intéresse.

Après cette analyse, nous nous pencherons sur les organismes habilités à vérifier la bonne application des normes juridiques évoquées en II et à sanctionner leur violation.

⁷ Question de M. Léon Walry à Mme Fadila Laanan, ministre de la Culture, de l'Audiovisuel et de la Jeunesse, CRIC n° 79-Cult. 15, 2006-2007, p. 5.

⁸ Réponse de Mme Fadila Laanan, ministre de la Culture, de l'Audiovisuel et de la Jeunesse à la question de Marc Elsen, CRIC n° 74-Cult. 11, 2009-2010, pp. 30-31.

⁹ Réponse de Mme Fadila Laanan, ministre de la Culture, de l'Audiovisuel et de la Jeunesse à la question de Marc Elsen, CRIC n° 74-Cult. 11, 2009-2010, p. 30.

¹⁰ Le CRIOC, « Call TV: suite et pas fin », article disponible en ligne à l'adresse suivante : http://www.crioc.be/index.php?mode=document&id_doc=4786&lang=fr, consulté le 14 février 2011.

¹¹ Période à partir de laquelle le CSA recevait les premières plaintes relatives à la call TV.

La plupart des informations y relatives ont été recueillies lors de nombreux entretiens avec les différentes institutions concernées ce qui a permis d'identifier clairement leur sphère de compétence respective. Pour L, ce qui concerne la réglementation des jeux de hasard, la Commission des jeux de hasard (ci-après désignée par « la CJH ») a été sollicitée et, pour ce qui concerne la réglementation du télé-achat, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (ci-après désigné par « le CSA ou le Conseil »). Nous profiterons de ce chapitre pour aborder les organismes qui jouent – ou pourraient jouer – également un rôle significatif en la matière. Nous faisons référence à la Direction Générale Contrôle et Médiation du Service public Fédéral (ci-après désigné par « SPF ») Economie (ci-après désigné par « la DGCM »), au Centre de recherche et d'informations des organisations des consommateurs (ci-après désigné par « le CRIOC »), au Service de médiation pour les télécommunications ainsi qu'à la Commission d'éthique pour les télécommunications (Chapitre III).

A l'issue de ce travail, nous ébaucherons des pistes de solutions (Chapitre IV) aux problèmes récurrents attribués à la call TV : faut-il supprimer les jeux de call TV ? Existe-t-il des voies médianes efficaces, pas seulement palliatives? Si tel est le cas, finalement, **la régulation de la call TV doit-elle rester de la seule compétence du CSA afin de ne pas être laissée au hasard ?**

Chapitre I - La call TV, un terme, une définition métissée

Depuis sa modification en janvier 2010, la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard définit les jeux qui font l'objet de notre étude comme des jeux médias, des « jeux de hasard exploités via un média »¹² (section 1). Il ressort des travaux préparatoires que le terme « média » englobe « la télévision, la radio, les quotidiens et les hebdomadaires »¹³. Le cadre de notre analyse ne demande cependant pas d'envisager d'autres médias que la télévision.

Les jeux de call TV tombent également sous le champ application du décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels¹⁴ (ci-après désigné par « décret SMA ») source fondamentale du droit de l'audiovisuel en Communauté française¹⁵. En effet, la télévision constitue au sens de ce décret un service de médias audiovisuels en ce qu'elle est un :

*« service relevant de la responsabilité éditoriale d'un éditeur de services, dont l'objet principal est la communication au public de programmes télévisuels ou sonores par des réseaux de communications électroniques, dans le but d'informer, de divertir et d'éduquer ou dans le but d'assurer une communication commerciale. (...) »*¹⁶.

Nous verrons que parmi les formes de communication commerciale, il est admis que la call TV constitue du télé-achat (section 2).

Nous clôturerons ce premier chapitre en nous penchant sur les conséquences de ce métissage de sens (section 3).

SECTION 1 : Un jeu média, un jeu de hasard au sens de l'article 2, 1° de la loi sur les jeux de hasard

Après avoir analysé la définition de jeu média en tant que jeu de hasard (1), nous confronterons les éléments constitutifs de cette définition aux éléments caractéristiques d'un jeu de call TV afin de vérifier la pertinence de cette appellation à leur égard (2).

JEU MÉDIA, JEU DE HASARD : CONDITIONS CUMULATIVES

L'article 2, 9° de la loi sur les jeux de hasard dispose qu'un jeu média est « un jeu de hasard exploité via un média ». La définition du jeu de hasard est énoncée à l'article 2, 1° de la loi :

¹² Article 2, 9° de la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard telle que modifiée par la loi du 10 janvier 2010, *Moniteur belge*, 1^{er} février 2010.

¹³ Projet de loi portant modification du Code civil, de la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard, les établissements de jeux de hasard et la protection des joueurs, du Code des taxes assimilées aux impôts sur les revenus, de la loi du 26 juin 1963 relative à l'encouragement de l'éducation physique, de la pratique des sports et de la vie en plein air ainsi qu'au contrôle des entreprises qui organisent des concours de paris sur les résultats d'épreuves sportives et de la loi du 19 avril 2002 relative à la rationalisation du fonctionnement de la gestion de la loterie nationale, *Rapport fait au nom de la Commission de la justice par M. Vandenberghe*, Sénat, 2009-2010, n° 4 – 1411/6, p. 7.

¹⁴ *Moniteur belge*, 24 juillet 2009.

¹⁵ C. Dumont, *Le Conseil supérieur de l'audiovisuel*, Bruxelles, 2010, p. 15. (Courrier Hebdomadaire du Crisp, n°2054-2055).

¹⁶ Article 1^{er}, 48° du décret SMA.

« Tout **jeu** pour lequel un **enjeu** de nature quelconque est engagé, ayant pour conséquence soit la **perte de l'enjeu** par au moins un des joueurs, soit le **gain de quelque nature** qu'il soit, au profit d'au moins un des joueurs ou organisateurs du jeu et pour lequel le **hasard** est un élément, même accessoire pour le déroulement du jeu, la détermination du vainqueur ou la fixation du gain »¹⁷.

Ressortent de cette définition différents éléments nécessaires mais suffisants à l'existence d'un jeu de hasard : un jeu (a), un enjeu (b), la perte de cet enjeu ou un gain (c) et « l'intervention », même à titre accessoire, du hasard pour le déroulement du jeu, la détermination du vainqueur ou la fixation du gain (d). Cependant, force est de constater que ces éléments constitutifs du jeu de hasard ne sont définis ni dans la loi, ni dans ses travaux parlementaires¹⁸. Procédons à leur analyse¹⁹.

UN JEU : UN CONTRAT ALÉATOIRE

Un jeu est un contrat au terme duquel chaque partie « s'engage, si elle ne parvient pas à exécuter une prestation convenue (le jeu proprement dit), à payer une certaine somme d'argent ou une autre prestation (la mise) au gagnant »²⁰. La partie qui devra s'exécuter n'est pas déterminée lors de la conclusion de contrat de jeu et, en cela, c'est un contrat aléatoire conformément au prescrit de l'article 1964 du Code civil :

« Le contrat aléatoire est une convention réciproque dont les effets, quant aux avantages et aux pertes, soit pour toutes les parties, soit pour l'une ou plusieurs d'entre elles, dépendent d'un évènement incertain (...) ».

L'objet²¹ d'un tel contrat est « une obligation de payer et ce réciproquement »²². L'exécution de cette obligation dépendra du hasard²³.

UN ENJEU

« L'enjeu est une valeur patrimoniale qui est susceptible de transfert »²⁴ : ce transfert s'effectue du patrimoine d'une partie vers le patrimoine de l'autre partie²⁵. Si l'enjeu ne doit pas nécessairement consister en une somme d'argent²⁶, il doit, par contre, consister en une « obligation de faire, de ne pas faire ou de donner »²⁷ et être évaluable en argent²⁸.

¹⁷ Nous soulignons.

¹⁸ K. Andries, N. Carette et N. Hoekx, *Les jeux et paris. Analyse critique des éléments constitutifs de la définition légale*, Bruxelles, Larcier, 2008, p. 48.

¹⁹ La structure de l'approche des différents éléments de la définition est inspirée de l'ouvrage de K. Andries, N. Carette et N. Hoekx, *op. cit.*, p. 48.

²⁰ K. Andries, N. Carette, N. Hoekx, *op. cit.*, p. 55.

²¹ L'objet est un des éléments constitutifs essentiels généraux des contrats. Il est défini par l'article 1126 du Code civil : « Tout contrat a pour objet une chose qu'une partie s'oblige à donner, ou qu'une partie s'oblige à faire ou à ne pas faire ».

²² K. Andries, N. Carette et N. Hoekx, *op. cit.*, p. 55.

²³ *Ibid.*

²⁴ *Ibid.*, p. 427.

²⁵ *Ibid.*, p. 429.

²⁶ *Ibid.*, p. 427.

²⁷ *Ibid.*

²⁸ *Ibid.*

Cet enjeu doit être engagé directement ou indirectement, par exemple sous la forme d'un prix payé pour l'achat d'un service²⁹. Sur ce point notons que la doctrine majoritaire considère qu'un prix n'équivaut à un enjeu que pour autant que ce prix dépasse un prix normal³⁰.

LA PERTE DE L'ENJEU ET LE GAIN

Dans le cadre d'un jeu de hasard, chaque partie est susceptible de bénéficier d'un gain ou de supporter une perte³¹. « Ces chances réciproques de gain ou de perte » peuvent être indirectes et, dans cette hypothèse, il n'y a pas de transfert patrimonial³². Est considéré comme un gain indirect, l'augmentation du chiffre d'affaires³³ tandis que le prix nécessaire pour participer au jeu sera considéré comme une perte indirecte³⁴. Ces gains/pertes indirects sont indépendants de l'issue du jeu.

L'INTERVENTION DU HASARD

Le hasard est « la réalisation d'un évènement, d'une situation ou d'une issue indéterministe ou encore : si la chance est différente de un »³⁵.

Le hasard reste, certes, un élément fondamental mais il ne doit intervenir qu'à l'un des trois moments énoncés à l'article 2,1° de la loi sur les jeux de hasard : « (...) pour le déroulement du jeu, la détermination du vainqueur ou la fixation du gain ».

DANS QUELLE MESURE UN JEU DE CALL TV RÉUNIT LES ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DU JEU DE HASARD?

Jeu, enjeu, perte de cet enjeu/gain, hasard, ces éléments sont-ils identifiables dans le jeu de call TV ?

Un **contrat aléatoire** implique que les gains/pertes des parties dépendent d'un évènement incertain. L'issue du jeu est, en l'occurrence, l'élément incertain dont les gains ou les pertes des parties dépendront.

Les **numéros de téléphone surtaxés** à appeler ou vers lesquels envoyer des **SMS** tout autant surtaxés afin d'obtenir une chance de participer constituent l'**enjeu** du participant, le coût de ces appels par SMS dépassant considérablement un prix normal.

Cet enjeu est systématiquement **indirectement gagné par l'éditeur** de service (et l'opérateur téléphonique) tandis que l'éventuel **participant** en subit la **perte indirecte**.

Quant au **hasard**, il intervient pour le **déroulement du jeu**. Effectivement, il est d'abord procédé à un **tirage au sort** parmi les appelants. Seuls les plus « chanceux » d'entre eux passeront à l'antenne et tenteront effectivement leur chance. Il intervient parfois aussi pour la **fixation du gain** (par exemple, un système de compteur électronique peut fixer le montant de la cagnotte).

²⁹ *Ibid.*, p. 427.

³⁰ *Ibid.*, p. 428.

³¹ *Ibid.*, p. 430.

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*

³⁴ *Ibid.*

³⁵ *Ibid.*

Pour ces motifs, la call TV est, à raison, considérée comme un jeu de hasard. Néanmoins, nous souhaitons mettre l'accent sur certaines anomalies qui surgissent dès lors que l'on considère le déroulement habituel d'un de ces jeux : le tirage au sort des participants permettant de passer à l'antenne est, a priori, le fruit du hasard. Pourtant, la bonne réponse, n'est généralement donnée qu'en fin d'émission. Qu'en est-il dans ce cas de la condition d'aléa ? Cette condition essentielle ne semble pas respectée : par définition, l'aléa ne peut dépendre que d'un élément extérieur à la volonté. Si la bonne réponse n'est finalement trouvée et diffusée à l'écran qu'en fin d'émission, le « doit »-elle à l'absence de volonté humaine ? Si un deuxième tirage au sort est opéré parmi les bonnes réponses, les joueurs doivent en être informés ; l'existence de ce deuxième tirage au sort n'est, toutefois pas suffisant pour expliquer que les bonnes réponses ne soient proposées qu'en fin d'émission.

Par ailleurs, il y a hasard quand *la chance est différente de un* disait-on... Or, les énigmes et leurs indices sont souvent équivoques, à un point tel qu'ils ne permettent pas raisonnablement de trouver la réponse par déduction logique. Les chances de gagner deviennent effectivement différentes de un mais faut-il encore que ces chances ne tiennent pas de l'impossible. Dans pareil jeu, seul le hasard permettrait donc de trouver la réponse, ce qui est insatisfaisant en soi. En effet, telles qu'elles sont présentées par l'animateur du jeu, les devinettes sont résolubles par réflexion, raisonnement, syllogisme : la chance de trouver la bonne réponse semble égale à un selon le raisonnement (quasi) syllogistique avancé par ce présentateur. Les réponses ne traduisent pas cela. Elles traduisent, a contrario, qu'on ne peut triompher que par hasard (par exemple, trouver un prénom masculin qui commence par « SI », la réponse est finalement SINAN!). A cela, certains rétorqueront sans doute, qu'il s'agit du propre du jeu du hasard. Nous ne contredisons pas cela, Notre sentiment est, néanmoins, qu'il y a là un manque de transparence : pour caricaturer ce qui ne semble pas très éloigné de la vérité, le téléspectateur ne comprend pas que ses chances de gagner sont comparables à celles d'un jeu de lancé de dés. Ce jeu de hasard n'est pas présenté sous cet angle et c'est en cela que nous estimons qu'il y a manque de transparence.

SECTION 2 : Une forme télé-achat : une définition qui répond aux conditions du télé-achat énoncées par le décret SMA – une définition confirmée par la jurisprudence du CSA, de la Cour de justice de l'Union Européenne et du Conseil d'Etat de Belgique

Sur la base du décret SMA, la call TV a été identifiée comme du télé-achat par le secrétariat d'instruction (ci-après désigné par le « SI »³⁶) du CSA, en 2006. Cette interprétation a été entérinée avec l'adoption de la décision « Appel gagnant » (1) du Collège d'autorisation et de contrôle (ci-après désigné par le « CAC »³⁷), en 2008. Cette interprétation avait déjà été corroborée avant même l'adoption de cette décision par un arrêt rendu par la Cour de Justice de l'Union européenne, en octobre 2007 (2).

La décision « Appel gagnant » a fait l'objet d'un recours en annulation. Ce recours a fait l'objet d'un arrêt rendu par le Conseil d'Etat de Belgique, en octobre 2010 dont nous retirerons les enseignements relativement à la call TV (3).

³⁶ Le SI du CSA « reçoit les plaintes adressées au CSA et instruit les dossiers sur leur base ou d'initiative. Le SI du CSA est dirigé par un secrétaire d'instruction sous l'autorité du bureau » (article 143 du décret SMA).

³⁷ Les missions et la composition du CAC sont énoncées respectivement aux articles 136 et 139 du décret SMA.

LA DÉCISION « APPEL GAGNANT » DU 21 FÉVRIER 2008 DU CAC38

Durant le dernier quadrimestre de l'année 2006, une multitude de plaintes ont été déposées contre l'émission « L'Appel gagnant », un jeu de call TV diffusé sur AB4 (éditeur de services : Belgium télévision ci-après désigné par « BTV »).

L'addiction, les abus, les escroqueries, le caractère occulte du jeu et l'indisponibilité du règlement constituaient les principaux reproches adressés à « L'Appel gagnant ». « Fallacieux », « insidieux » sont les adjectifs qui peuvent résumer le ressenti des plaignants par rapport à ce jeu. Était aussi mis en exergue l'impossibilité de contrôler que les mineurs d'âge n'avaient pas accès à ce jeu.

Selon la procédure habituelle, le SI procéda au visionnage du jeu critiqué et à la suite de ses conclusions, il interrogea BTV sur les points suivants :

- ✚ la qualification du jeu,
- ✚ son déroulement,
- ✚ les mesures protectrices des joueurs,
- ✚ la nature juridique du lien existant entre l'éditeur et la société de production,
- ✚ les mesures prises en application de la recommandation n° 02/2003 du CAC, relative à la diffusion de messages électroniques et l'avis n° 01/2005 du Collège d'avis relatif aux lignes directrices des règlements, jeux et concours.

A l'issue de l'instruction du dossier, le SI constata la violation de plusieurs dispositions du décret SMA. Dès lors que les dispositions énumérées faisaient majoritairement référence aux programmes de télé-achat, l'on comprenait que la call TV y était assimilée. A savoir, les (actuels) articles³⁹ 1^{ier}, 57°, 14§ 1^{ier} et § 6 (relatifs eux, plus généralement, à la communication commerciale), 31§ 3 et §6 et 32 § 1^{ier}.

Ressort du dossier d'instruction que BTV a répliqué qu'il ne s'agissait pas de télé-achat :

« Par le coût de son appel téléphonique, le participant n'achète aucun service ou produit : il ne fait que participer à un jeu. L'interprétation extensive faite de la notion de télé-achat aboutirait à faire rentrer dans cette catégorie tous les programmes diffusés sur une chaîne télévisée dans la mesure où tout téléspectateur ne peut bénéficier des services d'une chaîne que contre paiement »⁴⁰.

Les débats furent suspendus dans l'attente de l'arrêt de la Cour de justice de l'Union Européenne qui allait se prononcer sur la qualification de ce genre de jeux, suite à une question préjudicielle qui lui avait été posée en la matière⁴¹.

³⁸ Ne seront rappelés que les éléments de la décision qui ont permis de définir la call TV, en droit de l'audiovisuel ; Le texte de la décision est disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.csa.be/documents/show/777> ; consultée le 22 décembre 2010.

³⁹ Ces articles sont retranscrits *infra*, Chapitre II : législation applicable à la call TV, Section 2, v° 1, pp 16-17.

⁴⁰ Courrier de BTV daté du 18 décembre 2006, document repris dans le dossier d'instruction non-public.

⁴¹ Voir *infra*, v° 2.

Le 21 février 2008, le CAC condamne BTV à afficher et lire pendant une durée de 30 secondes, durant 90 jours, avant un programme d'AB4 commençant entre 20h et 21h le communiqué suivant :

« La S.A. BTV a été condamnée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour la diffusion d'un programme de 'call TV' sur la chaîne AB sans respecter les dispositions relatives au télé-achat » (décision disponible sur le site internet du CSA, www.csa.be).

Le CAC a estimé que les caractéristiques du jeu « L'Appel gagnant » rencontraient les quatre éléments constitutifs du télé-achat, à savoir, la diffusion (1) d'offres directes au public (2) en vue de la fourniture de biens ou de services (3) moyennant paiement (4) :

- ✚ diffusion du programme de jeu,
- ✚ offre directe au public de composer un numéro de téléphone afin de pouvoir être sélectionné et de participer au jeu,
- ✚ fourniture d'un service équivalent à la participation au jeu,
- ✚ un numéro surtaxé à composé assimilable aux paiements.

En l'espèce, a été établie la violation des articles suivants :

- ✚ art. 14 § 1^{er} : « La communication commerciale 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 ».
- ✚ art. 31, §3 : « Les programmes de télé-achat doivent être clairement annoncés comme tels par des moyens optiques et acoustiques. Ils ne peuvent pas être interrompus, notamment par des messages publicitaires ou de parrainage. La durée minimale d'un programme de télé-achat est fixée à 15 minutes ».
- ✚ art. 31 §6 : « Pour les services linéaires, la durée de diffusion de télé-achat est fixée par le Gouvernement, avec un maximum de trois heures par jour, rediffusions comprises ».

L'AFFAIRE C-195/06, KOMMUNIKATIONSBEHÖRDE AUSTRIA (KOMMAUSTRIA) CONTRE ÖSTERREICHISCHER RUNDFUNK, « AFFAIRE ÖRF »⁴²

Le litige à la suite duquel la question préjudicielle a été posée à la Cour de justice de l'Union Européenne (ci-après désignée par la « CJUE » ou la « Cour ») opposait l'organe régulateur en matière de communication autrichien, KommAustria, à l'ÖRF⁴³.

L'éditeur avait, selon KommAustria, diffusé plusieurs minutes de télé-achat durant l'émission « Quiz-Express », au mépris de l'article 13 §2 de l'ÖRF-Gesetz qui transposait la directive 89/552/CCE⁴⁴ (ci-

⁴² Ne seront évoqués que les éléments qui ont abouti à la qualification de la call TV en tant que télé-achat. Pour de plus amples développements, notamment sur la notion de publicité télévisée, voyez le texte de l'arrêt disponible en ligne à l'adresse suivante: http://eur-lex.europa.eu/Result.do?RechType=RECH_celex&lang=fr&ihtmlang=fr&code=62006C0195, consultée, le 14 février 2011.

⁴³ Arrêt C-195/06, point 14.

⁴⁴ JO L 298 du 17 octobre 1989, p. 23. La directive 89/552 dite directive Télévision sans frontières (ci-après désignée par Directive TVSF) a ensuite été modifiée par la directive 2007/65/CE (dite directive Services de médias

après désignée par directive 89/552 ou directive Télévision sans frontières, TVSF) du Conseil du 3 octobre 1989, visant la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle telle que modifiée par la directive 97/36/CE⁴⁵ du Parlement européen et du Conseil, du 30 juin 1997 :

« L'octroi de temps d'émission pour diffuser des offres directes au public en vue de la fourniture, moyennant paiement, de biens ou de services, y compris les biens immeubles, ou de droits et d'obligation (télé-achat) est interdit à l'[ORF] ».

L'organisme régulateur avait, à la suite de ce constat, introduit une plainte auprès du Bundeskommunikationssenat, juridiction habilitée à « contrôler les décisions de la [KommAustria] et à exercer un contrôle juridique sur l' [ORF] »⁴⁶.

Le déroulement du jeu incriminé était le suivant : un appelant tiré au hasard passe à l'antenne suite à quoi il est invité à répondre aux questions du présentateur⁴⁷. Les personnes qui n'ont pas été retenues lors du premier tirage au sort peuvent être sélectionnées ultérieurement, lors du tirage au sort mensuel⁴⁸. Chaque appel permettait à l'opérateur téléphonique de percevoir 0,70 € dont une partie était reversée à l'ÖRF⁴⁹.

Le Bundeskommunikationssenat, avant de rendre sa décision, interrogea la CJUE :

« 1) L'article 1^{er}, sous f), de la directive 89/552 [...] doit-il être interprété en ce sens que les parties d'émissions dans lesquelles un organisme de radiodiffusion télévisuelle offre la possibilité aux téléspectateur de participer à un jeu doté d'un prix organisé par ledit organisme, en composant immédiatement des numéros de téléphone spéciaux et donc moyennant paiement, doivent aussi être considérées comme étant des séquences de 'télé-achat' ? (...) »⁵⁰ »⁵¹.

Afin de répondre à cette question préjudicielle, la CJUE⁵² a d'abord rappelé la portée de la notion de télé-achat au regard de l'objectif poursuivi par le législateur communautaire en adoptant la directive 89/552⁵³ :

*« (...) assurer de façon complète et adéquate la **protection des consommateurs que sont les téléspectateurs** »⁵⁴.*

La Cour poursuit son analyse en disant que c'est à cette fin que la diffusion du télé-achat ne doit pas porter à confusion : le télé-achat doit être « identifiable sans ambiguïté »⁵⁵. Elle releva ensuite que

audiovisuels, ci-après désignée par directive SMA) du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2007, L 332 27 du 18 décembre 2007, p. 27.

⁴⁵ JO L 202 du 20 juillet 1997, p. 60.

⁴⁶ Arrêt C-195/06, point 15.

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ Arrêt C-195/06, point 15.

⁵⁰ Sur les développements relatifs à la notion de publicité télévisée, voy. les points 17, 39 à 48 de l'arrêt C-195/06.

⁵¹ Arrêt C-195/06, point 17.

⁵² L'analyse de la question de la recevabilité n'a pas d'intérêt, notons simplement qu'elle n'a pas été contestée.

⁵³ Arrêt C-195/06, point 25.

⁵⁴ 27^{ème} considérant de la directive 89/552.

« [l'ÖRF] **transmet directement** auprès du public une offre lui permettant d'accéder à une forme de jeu doté d'un **prix** moyennant le paiement d'une communication téléphonique »⁵⁶ et que le prix de cette dernière est « supérieur au tarif normal »⁵⁷.

Elle souligna aussi que peut « constituer une prestation de services une activité qui consiste à permettre aux utilisateurs de participer, contre rémunération, à un jeu doté d'un prix »⁵⁸ et qu'en l'occurrence, tel est le cas⁵⁹ : « le téléspectateur (...) accepte (...) une offre de participation à un jeu, avec l'espoir d'en retirer un gain »⁶⁰.

La CJUE ajouta que pour répondre à la question préjudicielle posée, il fallait avoir égard au « but de l'émission dans laquelle s'insère le jeu »⁶¹ : quelle est la proportion du jeu dans l'émission (durée)?⁶², quels sont les bénéfices attendus de celui-ci par rapport à ceux espérés par l'émission⁶³? Par ailleurs, il fallait également examiner si le jeu constituait « une **véritable activité économique autonome** »⁶⁴ de prestation de service [et pas] une simple offre de divertissement »⁶⁵.

Elle conclut finalement qu'est qualifiable de télé-achat :

*« Une émission ou partie d'émission représentant une véritable offre de services **compte tenu du but de l'émission**⁶⁶ dans laquelle s'insère le jeu, de l'importance de celui-ci au sein de l'émission en termes et de retombées économiques escomptées par rapport à celles qui sont attendues de l'émission dans son ensemble ainsi que de l'orientation des questions posées aux candidats »⁶⁷.*

La Cour a donc précisé l'hypothèse dans laquelle un jeu de call TV doit être qualifié de télé-achat (entendu que ce jeu doit aussi réunir les quatre critères vus précédemment : diffusion - d'offres directes au public - en vue de la fourniture de biens ou de services - moyennant paiement.

L'ARRÊT N°208.114 DU CONSEIL D'ETAT DE BELGIQUE

Suite à sa condamnation en février 2008, la s.a. BTV a introduit un recours en annulation en date du 17 avril 2008⁶⁸. Le premier moyen d'annulation était pris de »la violation des principes généraux de droit

⁵⁵ Arrêt C-195/06, point 25 ; voy. également les conclusions de M. l'avocat général M. Damaso Ruiz-Jarabo Colomer, présentées le 24 mai 2007, point 76 ; traduction (de l'espagnol au français) disponible en ligne à l'adresse suivante: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62006C0195:FR:PDF>, consultée le 15 février 2011.

⁵⁶ Arrêt C-195/06, point 30. Nous soulignons.

⁵⁷ *Ibid.*, point 31.

⁵⁸ Arrêt C-195/06, point 32 ; en ce sens voy. not., Arrêt du 24 mars 1994, Schindler, C-275, Rec. p. I-1039, point 25 et Arrêt du 11 septembre 2003, Anomar e.a., C-6/01, Rec. p. I-8621, point 56.

⁵⁹ Arrêt C-195/06, point 34.

⁶⁰ *Ibid.*, point 34.

⁶¹ *Ibid.*, point 36.

⁶² *Ibid.*

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ Nous soulignons.

⁶⁵ Arrêt C-195/06, point 37.

⁶⁶ Nous soulignons.

⁶⁷ Arrêt C-195/06, points 47-48.

⁶⁸ La partie requérante a présenté cinq moyens d'annulation sur lesquels nous ne nous étendons pas. Pour d'autres développements, nous renvoyons à la lecture intégrale de l'arrêt.

administratif, de sécurité juridique, de prévisibilité, de non-rétroactivité et de confiance légitime »⁶⁹. Selon la s.a. BTV, lorsque les faits reprochés ont été commis, en 2006, la call TV n'avait pas encore été précisée juridiquement, *a fortiori*, elle n'avait pas encore été qualifiée de call TV et c'est aux mépris des principes énoncés dans ce moyen⁷⁰ que la décision de 2008 avait été prise. BTV estimait que le CAC s'était basé sur l'arrêt de la CJCE du 18 octobre 2007 postérieur à la date de commission des faits, pour fonder sa décision⁷¹.

Le Conseil d'Etat n'a pas suivi cette argumentation :

« (...) rien ne s'opposait à ce que [le CSA] interprète les dispositions en vigueur du décret du 27 février 2003 et arrive à la conclusion que le programme « L'Appel gagnant » diffusé en 2006 soit considéré comme du « télé-achat » au sens du décret, cela même si l'arrêt [du 18 octobre 2007 de la CJUE], qui ne fait que confirmer l'interprétation de la partie adverse est [postérieur] »⁷².

Le Conseil d'Etat a donc réfuté toute rétroactivité et insiste sur le fait « qu'au vu des particularités de la call TV [son] assimilation à un programme de télé-achat [n'a] rien d'imprévisible »⁷³.

Concluant au caractère non fondé du premier moyen, le Conseil d'Etat confirme donc que la qualification de call TV ne relève pas du *hasard*, elle doit être acceptée.

Jeu de hasard et télé-achat. Nous avons vu que la call TV n'est pas l'un ou l'autre, mais les deux à la fois. Ce métissage de sens situe la call TV à la croisée des pouvoirs : elle relève de l'Autorité fédérale en ce qui concerne le volet jeu de hasard et des Communautés⁷⁴ en ce qui concerne le volet télé-achat. Il s'ensuit un cadre juridique « double » émanant des différents législateurs (fédéral et communautaire) et des organismes compétents distincts. Nous en ferons l'exposé respectivement dans les chapitres II et III.

⁶⁹ CE n°208.114 du 12 octobre 2010, p. 9.

⁷⁰ *Ibid.*

⁷¹ *Ibid.*

⁷² *Ibid.*, p. 11.

⁷³ *Ibid.*

⁷⁴ En effet, sur la base des articles 127 et 130 de la Constitution, les compétences culturelles appartiennent aux Communautés. L'article 4,6° de la loi spéciale de réformes institutionnelles du 8 août 1980 (*Moniteur belge*, 15 août 1980) précise que la radiodiffusion fait partie des compétences culturelles.

Chapitre II : Législation applicable à la call TV

Ce chapitre est incontestablement la toile de fond de notre analyse dès lors que nous interrogeons sur la pertinence du cadre juridique de la call TV en Belgique: satisfait-il à l'exigence de protection des téléspectateur ?(2). Même si nous viserons à l'exhaustivité, nous attirons d'emblée l'attention du lecteur sur le fait que nous ne procèderons pas au récit évolutif de la réglementation applicable à la call TV en Belgique. Nous veillerons plutôt à ce que ce chapitre constitue un outil pratique sur lequel s'appuyer.

Nous prendrons soin d'évoquer également le cadre juridique européen (1) et les mesures juridiques étrangères en matière de protection des téléspectateurs (3).

SECTION 1 : Législation européenne

Les jeux de hasard n'ont pas été définis en droit européen⁷⁵. Ce vide juridique n'empêche pas les débats, nombreux, par exemple, pour les jeux de hasard en ligne. Sans les retranscrire dans le cadre de cette étude, mentionnons que les questions posées ont souvent trait aux restrictions posées par les législations nationales relatives aux jeux de hasard, à la liberté d'établissement et à la libre circulation des services⁷⁶.

A l'heure actuelle, aucun instrument de droit dérivé n'a encore été adopté en matière de jeux de hasard, a fortiori en matière de call TV.

La **directive 2007/65/C3, « directive service de médias audiovisuels »**, n'évoque pas davantage les jeux de hasard. Constatons cependant que l'accent y est mis sur la protection des mineurs⁷⁷ et des consommateurs :

⁷⁵ Conclusions de l'avocat général M. Damaso Ruiz-Jarabo Colomer dans l'affaire C-195/06, présentées le 24 mai 2007, I 8832, point 51

⁷⁶ Voy. Not. A. D. Littler, « Een Europese kijk op de voorgestelde wijziging van de Kansspelwet / Un point de vue européen sur la proposition d'amendement de la loi sur les jeux de hasard » in N. Hoekx et A. Verbeke, *Kansspelen in België, Verslagboek Seminaries over Kansspelen 2008-2009 / Les jeux de hasard en Belgique, Actes des séminaires sur les jeux de hasard*, Gent, Larcier, 2009, pp 3-19 et 21-38. Voy. également A. Littler et C. Fijnaut, *The Regulation of Gambling. European and National perspectives*, Leiden/Boston, Martinus Nijhoff, 2007.

⁷⁷ Dans le domaine des services audiovisuels et d'information, en droit européen, un intérêt particulier est porté à la protection des mineurs. Ces derniers sont considérés « comme faisant partie des priorités en matière de protection juridique » (livre vert sur la protection des mineurs et de la dignité humaine dans les services audiovisuels et d'information, COM (96) 483 final, 16 octobre 1996). Cette protection concerne essentiellement les contenus audiovisuels attentatoires à la dignité humaine, contenus à caractère pornographique par exemple. Sur ce point voy. not. G. Thiry, « La protection des mineurs, quelle réglementation quelle(s) régulation(s) ? », in F. Jongen (dir.), *La directive services de médias audiovisuels. Le nouveau cadre juridique de l'audiovisuel européen*, Louvain-la-Neuve, Anthemis, 2010, p. 115. Témoignent aussi des initiatives européennes de protection des mineurs, les recommandations 98/560/CE du Conseil du 24 septembre 1998, concernant le développement de la compétitivité de l'industrie européenne des services audiovisuels et d'information par la promotion de cadres nationaux visant à assurer un niveau comparable et efficace de protection des mineurs et de la dignité humaine : JO L 270 du 7 octobre 1998 et 2006/952/CE du Parlement européen et du Conseil, du 20 décembre 2006 sur la protection des mineurs et de la dignité humaine et sur le droit réponse en liaison avec la compétitivité de l'industrie européenne des services audiovisuels et d'information en ligne, JO L 378 du 27 décembre 2006. Les contenus qui sont visés sont, certes, d'une gravité plus communément admise que les méfaits attribués à la call TV

« (...) dans le domaine audiovisuel (...) la politique réglementaire mise en œuvre (...) doit, aujourd'hui comme à l'avenir, **préserver certains intérêts des publics** tels la **protection des mineurs et celle des consommateurs** et élever le niveau de connaissance de formation du public en matière de médias »⁷⁸.

C'est avec la directive SMA, directive phare dans le domaine de l'audiovisuel, qu'est intervenue la **limite⁷⁹ de diffusion journalière du télé-achat**, à trois heures et à huit fenêtres d'exploitation maximum.

Citons encore la **directive 97/7/CE**, JO L 144 du 4 juin 1997, du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la **protection des consommateurs en matière de contrats à distance** telle que **modifiée par la directive 2007/64/CE⁸⁰**, du Parlement européen et du Conseil du 12 novembre 2007 concernant les services de paiement dans le marché intérieur. En effet, un contrat à distance y est défini comme « tout **contrat concernant** des biens ou **services** conclu **entre un fournisseur et un consommateur** dans le cadre d'un système de vente ou de **prestations de services à distance** organisé par le **fournisseur**, qui, pour ce contrat, **utilise exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance** jusqu'à la conclusion du contrat, y compris la conclusion du contrat elle-même » (article 2 de la directive). La télévision est une technique de communication à distance reprise dans l'annexe I de ladite directive, utilisée notamment pour le télé-achat.

L'article 4 de la directive est éloquent dans le cas qui nous occupe :

« (...) 1. En temps utile avant la conclusion de tout contrat à distance, le consommateur doit bénéficier des informations suivantes: (...)

c) prix du bien ou du service, toutes taxes comprises ; (...)

h) durée de validité de l'offre ou du prix ; (...)

2. Les informations visées au paragraphe 1, dont le but commercial doit apparaître sans équivoque, doivent être fournies de manière claire et compréhensible par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée, dans le respect, notamment, des principes de loyauté en matière de transactions commerciales et des principes qui régissent la protection des personnes frappées d'incapacité juridique selon leur législation nationale, telles que les mineurs (...) ».

mais les mesures envisagées pour en préserver les mineurs d'âge démontrent la vigilance des politiques envers ce public faible d'où l'opportunité d'en mentionner l'existence.

⁷⁸ Nous soulignons.

⁷⁹ R. Mastroianni, « Les communications commerciales dans la directive 2007/65/CE », in F. Jongen (dir.), *La directive services de médias audiovisuels...* op. cit., p. 63.

⁸⁰ JO L 319 du 5 décembre 2007.

SECTION 2 : législation et réglementation belge applicables à la call TV

Après avoir répertorié la législation et la réglementation applicable à la call TV sous l'angle des jeux de hasard (1), nous citerons les dispositions pertinentes du décret SMA (2).

Nous ponctuerons cette seconde section en évoquant de manière plus marginale d'autres lois et arrêtés qui, s'ils ne visent pas expressément la call TV, pourraient s'y appliquer.

LÉGISLATION ET RÉGLEMENTATION RELATIVES AUX JEUX DE HASARD

Jusqu'au 31 décembre 2010, les jeux télévisés payables par SMS et numéros surtaxés étaient réglementés par l'**arrêté royal (AR) du 12 mai 2009**⁸¹ fixant les conditions auxquelles doivent satisfaire certains jeux proposés dans le cadre de programmes télévisés au moyen de séries de numéros du plan belge de numérotation et qui forment un programme de jeu complet conformément à l'article 3.4⁸² de la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard (avant modification), les établissements de jeux de hasard et la protection des joueurs.

Cet AR prévoyait une série de « règles de conduite » imposée à l'organisateur ainsi qu'au fournisseur du jeu. Retenons celles-ci :

*« Le **règlement** du jeu doit être **accessible** sur les pages du télétexte et disponible gratuitement sur demande et à cette fin, un numéro de téléphone est communiqué. Des renseignements sur la procédure de dépôt des plaintes peuvent aussi être obtenus grâce à ce numéro (article 3) »⁸³ ;*

*« Doivent être **visibles** en continu :*

*Le **coût** le plus élevé possible par appel ou SMS envoyés ;*

*Les **gains** possibles par ordre croissant ;*

***L'interdiction pour les mineurs d'âge** de participer aux jeux ;*

*Le **nombre d'appels enregistrés** pendant la minute précédente de la durée de jeu (article 4) »⁸⁴ ;*

⁸¹ *Moniteur belge*, le 29 mai 2009. Cet AR remplace l'arrêté royal du 10 octobre 2006, *Moniteur belge*, le 19 octobre 2006 portant les conditions auxquelles doivent satisfaire certains jeux proposés dans le cadre de programmes télévisés au moyen de séries de numéros du plan belge de numérotation pour lesquels il est autorisé de facturer l'appelant, en plus du prix de la communication, également le prix du contenu, étant entendu que ce prix est limité aux séries pour lesquelles le tarif de l'utilisateur final ne dépend pas de la durée de l'appel, et qui forment un programme de jeu complet.

⁸² Cet article a été introduit par la loi-programme du 27 décembre 2004, *Moniteur belge*, le 31 décembre 2004. Avant cette date, la loi sur les jeux de hasard ne faisait pas référence à ces jeux : elle ne les autorisait pas, ils étaient illégaux. La loi-programme a confirmé l'exclusion des jeux téléphoniques de la loi sur les jeux de hasard en prévoyant qu'ils seraient régis par arrêté royal : « Les jeux proposés dans le cadre de programmes télévisés au moyen de séries de numéros du plan belge de numérotation pour lesquels il est autorisé de facturer l'appelant, en plus du prix de la communication, également le prix du contenu, étant entendu que ce prix est limité aux séries pour lesquelles le tarif de l'utilisateur final ne dépend pas de la durée de l'appel, et qui forment un programme complet de jeu doivent satisfaire aux conditions fixées par le roi ».

⁸³ Nous soulignons.

⁸⁴ *Ibid.*

« Le présentateur doit **communiquer** les **règles du jeu**, le mode de sélection des joueurs, le **tarif** le plus élevé, **l'interdiction pour les mineurs** d'y participer, ce qu'il est possible de gagner, le **risque d'addiction** et d'**endettement**, le numéro de téléphone via lequel il est possible de se procurer le règlement du jeu et il ne doit pas inciter au jeu (article 5) »⁸⁵.

Sur la base de cet AR, le fournisseur devait s'engager à, notamment, diffuser des « **spots éducatifs** concernant les comportements raisonnables ou problématique face au jeu et mentionner à tout le moins, l'adresse de la Commission des jeux de hasard (article 6) »⁸⁶.

Depuis l'adoption de la loi du 10 janvier 2010 portant modification de la législation relative aux jeux de hasard, la loi sur les jeux de hasard désormais loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard, les paris, les établissements des jeux de hasard et la protection des joueurs⁸⁷, les jeux télévisés payables par SMS ou numéros de téléphone surtaxés entrent dans son champ d'application sous le vocable de jeu média (nous avons analysé *supra* les éléments de cette définition). L'AR royal de 2009 est, quant à lui, abrogé.

La nouvelle loi sur les jeux de hasard comprend un Chapitre IV/2 intitulé « Des jeux médias » qui reprend la réglementation prévue dans l'arrêté royal du 12 mai 2009.

Dès lors que ces jeux tombent sous le champ d'application de la loi sur les jeux de hasard, ils ne seront légaux que si leur(s) exploitant(s) est (sont) titulaire(s) d'une **licence**, en l'occurrence de la licence G1 :

« [Elle] permet, pour des périodes de cinq ans renouvelables, aux conditions qu'elle détermine, l'exploitation des jeux de hasard dans des programmes télévisés au moyen de séries de numéros du plan belge de numérotation et qui forment un programme de jeu complet (article 25.8) ».

La modification de la loi marque aussi une avancée considérable en ce qui concerne les pouvoirs de la Commission des jeux de hasard, (qui sera) habilitée en cas de constatation de la violation de la loi, à retirer les licences octroyées sans détour par le parquet fédéral sur la base de l'article 15/2 pour autant que l'arrêté royal y relatif soit adopté. En effet, la nouvelle loi est entrée en vigueur le premier 1^{er} janvier 2011 mais plusieurs arrêtés royaux d'exécution sont nécessaires pour sa mise en œuvre. Ils semblent en cours d'adoption. L'absence d'arrêté est un obstacle considérable au caractère progressiste de la nouvelle loi sur les jeux de hasard. Postposer leur adoption annihile l'utilité de cette modification législative :

« Art. 43/13. Le **roi détermine** :

1. La forme de la licence de classe G1 ;
2. Les modalités d'introduction et d'examen des demandes de licence ;

⁸⁵ Nous soulignons

⁸⁶ *Moniteur belge*, le 29 mai 2009.

⁸⁷ *Moniteur belge*, 1^{er} février 2010.

3. *Les modalités de fonctionnement et d'administration des jeux médias, étant entendu que la compatibilité relative à toutes les activités ayant trait aux jeux doit être tenue distinctement ;*
4. *Les règles de fonctionnement des jeux médias ;*
5. *Les modalités de surveillance et de contrôle des jeux médias ;*
6. *Les critères qui visent à éviter une expansion de l'offre ».*

Sans l'adoption des différents arrêtés royaux d'exécution, plusieurs dispositions de la nouvelle loi restent lettre morte (nous y reviendrons lorsque nous envisagerons les pouvoirs de la CJH). Ressort par ailleurs de l'une de nos interviews qu'un projet d'arrêté royal relatif au code de déontologie applicable aux titulaires des licences est en cours de finalisation, conformément à l'article 61 de la nouvelle loi :

« Le **roi prend les mesures** relatives à la rédaction d'un code de déontologie, l'information du public des dangers inhérents au jeu »⁸⁸.

Notons que parmi les mesures protectrices des joueurs (chapitre VI de la loi), figure une limite d'âge, plus restrictive que celle prévue dans l'arrêté royal de 2009 : interdiction aux moins de 21 ans de participer (article 54, §1, 3°).

A ces dispositions essentielles s'ajoute encore la **loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques**⁸⁹ (la Commission d'éthique pour les télécommunications a été créée sur la base de l'article 134 de cette loi, nous y reviendrons plus loin) ainsi que **l'arrêté ministériel du 12 mai 2007**⁹⁰ modifiant l'arrêté ministériel du 12 décembre 2005 **déterminant les catégories de messages sortants et les catégories de numéros appelés dont le blocage doit être offert gratuitement aux utilisateurs finals**. Respectivement applicable, parce que le mode de participation aux jeux de call TV constitue un service de communications électroniques conformément au prescrit de l'article 2.5 («un service fourni normalement contre rémunération qui consiste entièrement ou principalement en la transmission») et parce que parmi les numéros qui peuvent être bloqués figurent « les numéros nationaux à taux majoré utilisés pour la fourniture d'accès à des jeux (...)»⁹¹.

En Belgique, les opérateurs téléphoniques, i.e. BASE, Mobistar et Proximus sont aussi encadrés par des instruments d'autorégulation, les « **Directives GOF** (GSM Operators' Forum) pour les services SMS/MMS/LBS ». Celles-ci prévoient, notamment, la conformité du jeu par SMS au droit belge (conformité évaluée à tout moment par la Commission des jeux de hasard⁹²), l'obligation d'affichage du prix de chaque transaction et l'interdiction de l'incitation au jeu »⁹³.

⁸⁸ Nous soulignons.

⁸⁹ *Moniteur belge*, le 20 juin 2005.

⁹⁰ *Moniteur belge*, 27 juillet 2007.

⁹¹ Article 2 c).

⁹² Voir *infra*, chapitre III, section 1.

⁹³ Point C.2.2. Disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.gofguidelines.be/>, consultée le 22 décembre 2010.

A titre subsidiaire, relevons que la Direction générale de Contrôle et Médiation (DGCM) du SPF économie pourrait exercer ses compétences en cas de litige relatif à un jeu média sur la base de la **loi relative aux pratiques du marché et à la protection des consommateurs du 6 avril 2010**⁹⁴. Nous pensons aux dispositions relatives à « l'indication du prix »⁹⁵ mais aussi à celles relatives aux « contrats à distance »⁹⁶ et « aux pratiques interdites »⁹⁷, les pratiques déloyales à l'égard des consommateurs, pratiques commerciales trompeuses ou déloyales (nous y reviendrons dans la Section 2 du Chapitre III, consacrée, aux institutions qui pourraient jouer un rôle en matière de régulation de la call TV) .

Notons enfin que, sur proposition de la Commission d'éthique⁹⁸, un arrêté royal établissant le **code d'éthique des télécommunications** est en cours d'adoption⁹⁹. Il prévoit « les séries de numéros pour lesquelles il est autorisé d'également demander un paiement pour le contenu en plus du prix de la communication »¹⁰⁰.

Il contient, notamment des mesures protectrices de mineurs :

« Si un service payant n'est pas approprié pour un mineur d'âge ou une catégorie de mineurs d'âge, toute publicité relative à ce service mentionne expressément l'âge requis pour accéder au service.

*Quand un service payant n'est pas approprié à un mineur d'âge, la publicité relative à ce service ne peut se retrouver simultanément avec des publicités relatives à des services pour mineurs »*¹⁰¹.

Le décret sur les services de médias audiovisuels

La call TV constitue du télé-achat, c'est-à-dire qu'elle est au sens du décret SMA une forme de communication commerciale¹⁰². Eu égard aux jalons de notre analyse, relevons les dispositions utiles qui s'y appliquent :

L'article 10 du décret SMA dispose que :

*« La communication commerciale **ne peut être contraire aux lois, aux décrets, aux arrêtés ou aux règlements du Collège d'avis du CSA visés à l'article 135, § 1^{ier}, 5°***

⁹⁴ Loi abrogeant la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur, *Moniteur belge*, 1991. *Moniteur belge*, le 4 décembre 2010.

⁹⁵ Articles 5-9.

⁹⁶ Articles 45-48.

⁹⁷ Articles 83-94.

⁹⁸ Voir *infra*, chapitre III, section 2.

⁹⁹ Sur la base de l'article 143 §2 de la loi relatives aux communications électroniques.

¹⁰⁰ [Voy.not.http://193.190.139.49/images/Documents/website%20-%20toelichting%20ethische%20code%20en%20ethische%20commissie-fr.v3%20%28final%29.pdf](http://193.190.139.49/images/Documents/website%20-%20toelichting%20ethische%20code%20en%20ethische%20commissie-fr.v3%20%28final%29.pdf), consultée le 23 décembre 2010.

¹⁰¹ Article 18.

¹⁰² La communication commerciale est « toute forme de message inséré dans un service de médias audiovisuels qui est conçu pour promouvoir ou vendre, directement ou indirectement, les marchandises, les services ou l'image d'une personne physique morale qui exerce une activité économique entendu que ces messages sont insérés dans un service de médias audiovisuels moyennant paiement ou autre contrepartie, ou à des fins d'autopromotion » (article 1^{ier}, 7° du décret SMA).

et approuvés par le Gouvernement, qui réglementent la publicité en général ou la publicité pour certains produits ou services »¹⁰³.

L'article 13 énonce que :

« La communication commerciale ne doit **pas porter un préjudice moral** ou physique **aux mineurs** et doit, de ce fait, respecter les critères suivants pour leur protection :

1° elle ne doit **pas inciter directement les mineurs à l'achat** ou à la location d'un produit ou **d'un service**, en exploitant, leur inexpérience ou leur crédulité ;

2° elle ne doit **pas inciter directement les mineurs à persuader leurs parents ou des tiers d'acheter** les produits ou les **services concernés** ; (...) ».

L'article 14, §§ 1^{er}, 3 et 6 §§ mentionne :

« La **communication commerciale 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 identifiable »¹⁰⁴ ;

« Le volume sonore des spots de communication commerciale ainsi que des écrans qui les précèdent ou qui les suivent, ne doit pas faire intentionnellement l'objet d'une variation, par quelque moyen que ce soit, par rapport au reste des programmes ».

Enfin, l'article 28 indique que :

« Lorsqu'un éditeur de services recourt à la communication commerciale interactive, **l'utilisateur doit être averti du passage à l'environnement interactif** publicitaire, promotionnel ou **commercial** par des moyens optiques ou acoustiques appropriés de sorte qu'il agisse en connaissance de cause.

Le Gouvernement peut limiter le nombre et la durée de visibilité des messages de communication commerciale »¹⁰⁵.

La **Section VI, du Chapitre IV du Titre II** du décret SMA, vise expressément le télé-achat : « **Règles propres aux programmes de télé-achat** dans les services linéaires et non linéaires »¹⁰⁶. Il nous semble opportun de retranscrire l'entièreté des articles 31 et 32 composant cette section :

« Art. 31 § 1^{er}. Les **éditeurs de services, à l'exception** des télévisions locales et de la **RTBF, peuvent diffuser** des programmes de **télé-achat**.

Tout éditeur de services souhaitant diffuser des programmes de télé-achat doit en faire la **déclaration préalable auprès du Collège d'autorisation et de contrôle**.

La déclaration comporte les éléments suivants :

¹⁰³ Nous soulignons.

¹⁰⁴ *Ibid.*

¹⁰⁵ *Ibid.*

¹⁰⁶ *Ibid.*

1° pour les services linéaires, la durée de diffusion quotidienne des programmes de télé-achat en identifiant quelle est la part consacrée aux rediffusions ;

2° le type de produits et de services offerts ;

3° la date prévue du lancement de la diffusion des programmes de télé-achat.

Toute modification de ces éléments doit être préalablement notifiée au Collège d'autorisation et de contrôle.

§ 2. Les **éditeurs** de services assurent l'entière **responsabilité** de la **diffusion** des programmes de **télé-achat** et du respect des conditions fixées par le présent décret et ses arrêtés d'application.

§ 3. Les **programmes de télé-achat doivent être clairement annoncés** comme tels par des moyens optiques et acoustiques.

Ils ne peuvent pas être interrompus, notamment par des messages publicitaires ou de parrainage.

La **durée minimale** d'un programme de télé-achat est fixée à **15 minutes**.

§ 4. Pour les services linéaires, le **Gouvernement peut interdire la diffusion des programmes de télé-achat durant certaines heures et certains jours**.

§ 5. Chaque année, les éditeurs de services qui diffusent des programmes de télé-achat transmettent au Collège d'autorisation et de contrôle un rapport annuel sur l'activité de télé-achat contenant les informations visées à l'article 51, § 4.

§ 6. Pour les **services linéaires**, la durée de diffusion de télé-achat est fixée par le Gouvernement, avec un **maximum de trois heures par jour, rediffusions comprises** »¹⁰⁷.

« Art. 32 § 1^{er}. Le télé-achat doit être **présenté de manière à éviter toute confusion** avec d'autres programmes.

§ 2. Le télé-achat ne peut avoir trait à des biens ou services dont la publicité ou la vente font l'objet d'une interdiction. Chaque offre doit mentionner distinctement le coût, taxes comprises, des techniques de communication à distance utilisées pour obtenir toutes informations complémentaires sur celle-ci et pour passer commande. Cette mention est facultative lorsque le coût correspond au coût de base applicable à la technique de communication à distance utilisée.

§ 3. Le télé-achat **ne peut inciter les mineurs à conclure des contrats pour la vente ou la location de biens et de services**.

¹⁰⁷ Article 31. Nous soulignons.

§ 4. Les programmes de télé-achat ne peuvent faire référence directement ou indirectement à un point de vente identifié ou identifiable »¹⁰⁸.

Mentionnons finalement que « le télé-achat ne peut interrompre les programmes d'art lyrique ou dramatique sauf durant les interruptions naturelles et **ne peut être inséré dans** les journaux télévisés, les **programmes pour enfant** »¹⁰⁹. L'intérêt pour la protection des mineurs, est, sans nul doute, une préoccupation considérée comme prioritaire par le législateur¹¹⁰.

SECTION 3 : Des mesures adoptées dans les systèmes juridiques étrangers

En France, la call TV aussi appelée TV-tirelire n'est pas considérée comme une forme de télé-achat. Lorsque ce type de jeux s'est fait de plus en plus fréquent, les questions posées s'orientaient plutôt autour de la publicité clandestine. C'est dans ce contexte qu'a été adoptée la **délibération du 4 décembre 2007**¹¹¹ relative aux **incitations à utiliser des services SMS ou téléphoniques surtaxés**. Le but de cette délibération était d'accroître la protection accordée aux téléspectateurs. Il a été décidé que le renvoi aux numéros surtaxés était permis pour autant que ce renvoi soit en lien avec un programme diffusé (1), qu'il en soit le complément (2) et que le rappel de ce numéro à l'antenne ne soit ni continu ni ostentatoire(3). Ces trois conditions sont cumulatives.

La **loi française du 21 mai 1836**¹¹² interdit les loteries publiques dont les gains dépendent du hasard si elles sont payantes. Les **jeux de call TV doivent donc être entièrement gratuits** afin de ne pas être considérés comme illégaux. La gratuité est assurée par le **remboursement des frais engagés** pour les communications téléphoniques ou les SMS envoyés, sur simple demande; étant entendu que les téléspectateurs doivent être informés de cette possibilité de remboursement.

L'article 14 de l'arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix¹¹³ prescrit l'**information** complète du téléspectateur, sur les **coûts engendrés** par l'utilisation des numéros surtaxés.

¹⁰⁸ Article 32. Nous soulignons.

¹⁰⁹ Article 23 du décret SMA. Nous soulignons.

¹¹⁰ Sur les développements relatives à la protection des mineurs, voy. not. G. Thiry, *op. cit.*, *loc. cit.* Mentionnons également l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française relatif à la protection des mineurs contre les programmes de télévision susceptibles de nuire à leur épanouissement physique, mental ou moral du 1^{er} juillet 2004 (*Moniteur belge*, le 11 août 2004 ; voy. spé. l'article 9.2) qui prévoit, pour d'autres domaines spécifiques, l'apposition d'une signalétique dans un but de mise en garde de l'inopportunité pour les moins de 10, 12, 16 ou 18 ans (article 1^{er}) de regarder certains programmes. Ces programmes s'éloignent clairement de notre thématique, nous évoquons cet arrêté afin d'étayer ce que nous avançons relativement à la protection des mineurs : « l'intérêt pour la protection des mineurs, est, sans nul doute, une préoccupation considérée comme prioritaire ».

¹¹¹ Disponible en ligne à l'adresse suivante : http://www.csa.fr/infos/textes/textes_detail.php?id=125561, consultée le 23 décembre 2010.

¹¹² Disponible en ligne à l'adresse suivante : http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?jsessionid=896117D9619B9FCC914DA3496B56B835.tpdjo03v_3?cidTexte=JORFTEXT000000515396&dateTexte=20100512 ; consultée le 23 décembre 2010.

¹¹³ Disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000689147&fastPos=14&fastReqId=358714708&categorieLien=cid&oldAction=rechTexte>, consultée le 23 décembre 2010.

Le CSA français insiste pour qu'il soit offert d'autres **moyens de participation moins onéreux** ainsi que sur les **devoirs des fournisseurs** : informations relatives au déroulement du jeu (tirage au sort, etc.), compte rendu du nombre de gagnants ainsi que de leur identité, à la demande du CSA.

En ce qui concerne le télé-achat (qualification qui n'est pas attribuée à la TV-tirelire), l'article 25 du **décret n° 92-280 du 27 mars 1992** tel que modifié par le décret 2008-1392 du 24 décembre 2008 relatif à la publicité, au parrainage et au télé-achat¹¹⁴ dispose qu'« il doit être conçu dans le respect des intérêts des consommateurs et ne doit comporter d'allégations ou d'indications fausses ou de nature à induire le public en erreur », tel qu'en Belgique (à la différence que nous estimons que la call TV est une des variantes du télé-achat).

Ces programmes de jeu sont limités à **trois heures par jour** (similarité avec la limitation belge du télé-achat) mais ils ne peuvent être diffusés **qu'entre minuit et 11 heures, et 14 heures et 16 heures** (article 29 du même décret). Par contre seuls les mineurs de moins de seize ans ont l'interdiction d'y participer (article 26).

Finalement, évoquons les jeux d'argent et de hasard en ligne. Une attitude protectrice des mineurs est décelable à la lecture de la nouvelle loi française en la matière. **L'article 7 de la loi n° 2010-476 du 12 mai 2010** organisant l'ouverture à la concurrence et la régulation de certains secteurs du marché des **jeux d'argent et des jeux de hasard en ligne** dispose, en effet que :

« Toute communication commerciale en faveur d'un opérateur de jeux d'argent et de hasard légalement autorisé est :

(...) 3° Interdite sur les services de communication audiovisuelle et dans les programmes de communication audiovisuel présentés comme s'adressant aux mineurs au sens de l'article 15 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

Une délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel précise les conditions de diffusion, par les services de communication audiovisuelle, des communications commerciales mentionnées au premier alinéa, notamment les modalités d'application du 3° ».

Outre-manche, la réglementation de la call TV, « Quiz Participation TV » (ci-après désignée par « PTV »), figure parmi les priorités de **l'OFCOM¹¹⁵, homologue britannique du CSA**. Les Quiz PTV sont aussi considérés comme du télé-achat. Il est à noter qu'il existe un « Code des standards de la publicité », « l'Advertising Standards Code »¹¹⁶, auquel ces jeux sont soumis ; la protection des mineurs y est prévue, notamment :

¹¹⁴ Disponible en ligne à l'adresse suivante, http://www.legifrance.gouv.fr/jopdf/common/jo_pdf.jsp?numJO=0&dateJO=20081224&numTexte=37&pageDebut=19950&pageFin=19951, consultée le 22 décembre 2010.

¹¹⁵ OFCOM is the independent regulator and competition authority for the UK communications industries. Voy. not. : <http://www.ofcom.org.uk/about/>, consultée le 23 décembre 2010.

¹¹⁶ Disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.cap.org.uk/The-Codes/BCAP-Code.aspx>, consultée le 10 mars 2011.

« [L'] advertising must not take advantage of children's inexperience or their natural credulity and sense of loyalty¹¹⁷ ».

Il existe aussi un Code de la radiodiffusion, le « Broadcasting Code ». Avant d'adopter des règles ou de revoir celles qui sont en vigueur, l'OFCOM procède parfois à des consultations.

Les consultations menées par l'OFCOM en matière de call TV sont assez évocatrices :

- ✚ « Participation TV, How should it be regulated? »¹¹⁸ : cette consultation a été menée dans l'objectif de mieux réguler la PTV en tenant compte des **intérêts des téléspectateurs et des consommateurs et de la liberté d'expression des éditeurs**. Les Quiz PTV doivent mentionner des informations similaires aux nôtres :
 - prix parfaitement visible à l'écran,
 - clarification des coûts de participation ; mentionner que les appels seront comptabilisés même si le joueur n'est finalement pas sélectionné,
 - durée de jeu visible et compteur non frauduleux qui permet aux téléspectateurs d'évaluer les chances d'encre encore gagner et « l'intérêt » de tenter de participer.
- ✚ « Participation TV Part 1 : Protecting viewers and consumers »¹¹⁹ (2007) : se référant à l'arrêt de la CJUE rendu dans l'affaire "ORF", l'OFCOM décida d'appliquer ses enseignements aux autres formes de PTV et pas seulement aux Quiz PTV : toute forme de PTV doit être clairement identifiable.
- ✚ « Participation TV Part 2: Keeping advertising separate from editorial »¹²⁰ (2008) : à travers celle-ci, il était question de réviser le Code de radiodiffusion afin qu'il soit expressément prévu que les contenus éditoriaux soient clairement séparés des contenus publicitaires et notamment d'appliquer ces règles à la radio et de réviser le Code de la radiodiffusion. Cette séparation a entraîné une modification du Code de la radiodiffusion, modification qui a eu des répercussions sur les règles applicables aux jeux de call TV.
- ✚ « Participation: Regulatory Statement : Rules on the promotion of Premium Rate Services »¹²¹ (2009) : la séparation claire des contenus télévisés requerrait une modification du Code de la radiodiffusion, notamment pour que l'utilisation des numéros de téléphone nécessaires pour participer au jeu soit conforme aux règles « Phonepay Plus », applicables à la téléphonie (comparable aux directives GOF évoquées page 23).

Le dialogue instauré par l'OFCOM démontre que les décisions sont prises en concertation avec le public, caractéristique de l'organisme (il est moins régulateur que le CSA, par exemple).

¹¹⁷ Article 7.1.1.

¹¹⁸ Disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/participation/>, consultée le 23 décembre 2010.

¹¹⁹ Disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/participationtv/statement>, consultée le 23 décembre 2010.

¹²⁰ Disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/participation2/>, consultée le 23 décembre 2010.

¹²¹ Disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.aimelink.org/docs/OfcomPTV3statement.pdf>, consultée le 23 décembre 2010.

Cette concertation permet de prendre des décisions qui reflètent le plus grand dénominateur commun des points de vue, issus de différentes catégories de membres de la société. La prise en compte de ces intérêts divers voire divergents nous semble une manière d'arriver à un « compromis juridique » objectif.

SECTION 4 : Comparaison schématique des mesures protectrices adoptées en France et en Angleterre avec la situation belge:

	Communauté française	France	Angleterre
Qualification de jeu de hasard	jeux de hasard exploité via un média (→licence d'exploitation)	doit être gratuit pour être légal (possibilité d'obtenir le remboursement des coûts avancés)	NON
Qualification de télé-achat	OUI	NON	NON
Remboursement des frais de participation	NON	Information des modalités de demande de remboursement (donc gratuité du jeu)	NON
Utilisation des numéros surtaxés	directive GOF (instrument d'autorégulation des opérateurs téléphoniques) possibilité de demander le blocage des numéros surtaxés aux opérateurs	oui si en lien avec le programme diffusé (1), complément de ce jeu (2), pas rappelé en continu ni de manière ostentatoire (3)	conforme aux règles « Phone Pay Plus » (instrument d'autorégulation des opérateurs téléphoniques)
Information sur les coûts de participation	visibles en continu (coût le plus élevé possible)	information complète du consommateur et suggestion de moyens de participation moins onéreux	mention claire à l'écran des coûts de participation et de la comptabilisation des appels même en cas de non sélection
Protection renforcée des consommateurs	accessibilité du règlement du jeu – risque d'addiction et d'endettement rappelé à l'antenne	ne pas induire le public en erreur mentionner le tirage au sort, le nombre de gagnants et leur identité	compteur non frauduleux permettant d'évaluer les chances de jouer et de gagner
Protection des mineurs	interdiction aux moins de 21 ans	interdiction de jouer aux moins de 16 ans et pas de diffusion durant les programmes qui sont destinés aux mineurs	prévue par l'Advertising Standards Code, protection des moins de 18 ans et des personnes vulnérables
Heures de diffusion limitées	3 h/jour maximum et 8 fenêtres/jour maximum en tant que <i>télé-achat</i>	3 h/jour maximum et seulement entre minuit et 11h et 14 et 16h en tant que jeu de <i>TV-tirelire</i>	NON
Identification du programme	<i>Télé-achat</i> : identification claire – signal d'avertissement	Identification claire du <i>jeu</i>	<i>Jeu</i> / contenus publicitaires doivent être séparés

Chapitre III : Les organismes compétents en matière de call TV : compétence attribuée et « pouvoir d'intervention »

Voyons à présent quels sont les organismes habilités à contrôler la call TV : les organismes vers lesquels se penchent les citoyens ou encore les organismes qui se soulèvent d'initiative contre la call TV.

SECTION 1 : La commission des jeux de hasard et le CSA : les acteurs principaux en matière de régulation de la call TV – compétences attribuées

Nous avons vu que la qualité de « jeu mixte » entraîne un dédoublement de compétence de régulation : les jeux de hasard relèvent de la compétence de la Commission des jeux de hasard (1) et le télé-achat, en Communauté française, de la compétence du CSA (2). Les jeux de call TV étant indirectement liés aux moyens de télécommunication, ils ne pourront être organisés au mépris du (futur) code d'éthique des télécommunications dont la « gardienne » est la Commission d'éthique. Nous l'évoquerons donc également (3).

LA COMMISSION DES JEUX DE HASARD (CI-APRÈS DÉSIGNÉE PAR « LA CJH » OU « LA COMMISSION »)

La CJH a été créée par la loi sur les jeux de hasard de 1999. Elle est « instituée auprès du Service public fédéral justice »¹²².

Que fait concrètement la Commission des jeux de hasard, en matière de call TV ?

Lorsque la CJH constate une infraction à la réglementation des jeux de hasard ou que cette violation est alléguée par un plaignant – notamment via l'adresse électronique de la Commission, visible durant la diffusion des jeux de call TV qui (est sensée) permet(tre) aux téléspectateurs de connaître l'organisme vers lequel il peut se diriger et déposer une plainte) –, elle procède à l'audition de son (ses) présumé(s) auteur(s). Sous l'arrêté royal de 2009 si le(s) violation(s) de la législation relative aux jeux de hasard étai(en)t confirmée(s), la CJH renvoyait au parquet et la plainte restait lettre morte faute pour le parquet de poursuivre.

AB4 a ainsi été auditionné suite aux plaintes reçues à l'encontre du jeu de call TV « L'Appel gagnant », le plus polémique. Suite à cela, AB4 a décidé de suspendre la diffusion du jeu. Depuis, la CJH a vu le nombre de plaintes qui affluait vers elle en matière de call TV considérablement diminuer. En effet, ce jeu drainait jusque-là la plupart des plaintes en violation de l'arrêté royal du 12 mai 2009.

Nous l'avons déjà mentionné, la modification de la loi sur les jeux de hasard augmente(ra) les compétences de la commission en ce que, sur la base du **nouvel article 15/2** et **lorsque l'arrêté royal d'exécution** y afférant sera adopté et entré en vigueur, elle sera non seulement habilitée « par décision motivée(...) à octroyer **une licence** d'exploitation ou autre à la personne qui sollicite une telle licence mais aussi (toujours par décision motivée et **selon les modalités définies par le Roi**)

¹²² Article 9 de la loi sur les jeux de hasard telle que modifiée par la loi du 10 janvier 2010.

à prononcer des avertissements, suspendre pour une durée déterminée ou **retirer la licence** et interdire provisoirement ou définitivement le jeu »¹²³.

La nouvelle loi devrait, en principe, pallier les problèmes constatés dans la version précédente de la loi mais force est de constater qu'à l'heure actuelle, cette loi peut être comparée à une formidable arme de dissuasion et de sanction, délivrée à un organisme amputé de voie d'exécution. En effet, les arrêtés d'exécution de la loi nécessaires à l'application de certaines dispositions et qui augmentent ces pouvoirs n'ont pas encore été publiés à l'heure où nous écrivons ces lignes. L'émission « Basta » sur la call Tv du nord du pays a, sans doute, accéléré le processus qui stagnait jusqu'alors : deux arrêtés royaux devraient bientôt être adoptés¹²⁴.

Sur la base de l'arrêté royal de 2009, la CJH avait, hors plaintes reçues, une compétence pour les « appelants à grand volume ». Nous pouvons qualifier ces derniers de « non-plaignants anonymes ». Un jeu de mot tautologique pour révéler une situation qui surprend : était considéré comme appelant à grand volume celui qui « a dépensé plus de 50 euros par jour au préfixe « contenu du jeu » » (article 9.1 de l'arrêté royal du 12 mai 2009), plus de 300€ en quatorze jours via l'utilisation de numéros de téléphone ou de SMS surtaxés sans s'en inquiéter. Repéré, il était averti « au plus tard le jour ouvrable suivant le dépassement » (article 9.1 de l'arrêté royal du 12 mai 2009). Si cet état de fait perdurait, après le cinquième dépassement en quatorze jours, la Commission des jeux de hasard informait l'appelant à grand volume de sa consommation excessive par un courrier exposant la procédure qui lui [permettait] de bloquer gratuitement l'accès au préfixe « contenu pour jeux » et auquel le contenu de la brochure de la Commission des jeux de hasard [était] ajouté » (article 9.1 de l'arrêté royal du 12 mai 2009). Ce courrier n'avait qu'une valeur informative et, dans le meilleur des cas, dissuasive de poursuivre avec assiduité le(s) jeu(x) en question ; il n'offrait cependant aucun moyen de contrainte pour forcer le joueur à s'auto-discipliner. Lors d'une réunion à la CJH, son président, M. Etienne Marique, nous a confié que lorsqu'ils étaient informés de leurs dépenses, certains de ces appelants rétorquaient que jouer était leur droit. Dès lors que l'article 43/15 de la nouvelle loi sur les jeux de hasard dispose que « le roi détermine (...) les modalités de surveillance et de contrôle des jeux médias (...) », il appartiendra peut-être toujours à la CJH d'alerter ces appelants compulsifs.

Les rapports annuels¹²⁵ de la CJH traduisent l'intérêt porté aux jeux de call TV et témoignent de plusieurs inquiétudes récurrentes :

- ✚ Comment concilier l'aspect ludique et économique de ces jeux : balance des intérêts entre l'offre et la protection des participants¹²⁶ ;
- ✚ Nécessité d'une licence d'exploitation¹²⁷ ;
- ✚ Lourdeur des procédures en cas de plainte¹²⁸ ...

¹²³ Nous soulignons.

¹²⁴ Voy. not. http://www.dhnet.be/dhjournal/archives_det.phtml?id=1123143, consultée le 14 février 2011.

¹²⁵ Voy. particulièrement les rapports annuels 2004 (pp. 48-49), 2007 (pp. 22-23), 2008 (pp. 27-29 et 65-66), 2009 (p. 27) Disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.gamingcommission.fgov.be/website/jsp/main.jsp?lang=FR>, consultée le 22 décembre 2010.

¹²⁶ Rapport 2004, *op. cit.*, p. 48.

¹²⁷ Rapport annuel 2007, *op. cit.*, p. 23.

¹²⁸ Rapport annuel 2008, *op. cit.*, p. 28.

Ces préoccupations se justifient davantage encore lorsque l'on se rappelle que la CJH se doit de protéger les joueurs.

LE CSA

Selon le décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels, le CSA est « l'autorité administrative indépendante jouissant de la personnalité juridique et chargée de la régulation du secteur de la radiodiffusion¹²⁹ en Communauté française »¹³⁰.

Il est composé d'un Collège d'autorisation et de contrôle (CAC), d'un Collège d'avis (ci-après désigné par « CAV »), d'un bureau et d'un secrétariat d'instruction (SI).

Parmi ses missions, mentionnons que c'est au CSA qu'il appartient de sanctionner les manquements à la législation relative au domaine audiovisuel. Ses pouvoirs oscillent entre réglementation et avis (a), administration¹³¹ (b), contrôle et sanction (c). Envisageons-les succinctement¹³².

Le relevé succinct des compétences qui pourraient être mises en œuvre en matière de call TV est en cohérence avec les pistes de réflexion que nous poursuivons. Il nous permettra d'envisager à partir de quels moyens faire évoluer les choses (par exemple une recommandation) et d'identifier les conséquences du moyen choisi (force obligatoire de l'instrument adopté ou pas et conséquences, par exemple).

a. Réglementation et avis

Le **CAV, instance consultative composée des différents acteurs du secteur audiovisuel de la Communauté française**, « [rédige et tient] à jour des règlements portant sur la communication commerciale (...) [et] la protection des mineurs (...) »¹³³. Il rend des avis à la demande du gouvernement, du Parlement ou d'initiative¹³⁴, sur toute question relevant du domaine audiovisuel (sans empiéter sur les compétences du CAC)¹³⁵, notamment « la protection de l'enfance et de l'adolescence dans les services d'audiovisuel »¹³⁶.

Le **CAC** rend des avis dans les cas énoncés à l'article 136 § 1^{ier} :

« (...) 3° de rendre un avis préalable à l'autorisation par le Gouvernement de télévisions locales ;

4° de rendre un avis préalable sur tout projet de convention à conclure entre le Gouvernement et un éditeur de services ou un distributeur de services ;

¹²⁹ Sur la définition de la notion de radiodiffusion voy. not. CE, arrêt n°76/98 du 24 juin 18, CE, arrêt n°109/2000 du 31 octobre 2000, CE, arrêt n° 156/2002 du 6 novembre 2002, CE, arrêt n° 132/2004 du 14 juillet 2004 ainsi que M. Hanot, S. Paiman et V. Straetmans, « La compétence matérielle à l'épreuve juridique de la réalité des modèles audiovisuels et des pratiques régulatrices – Panel 1 », *Auteur et Média*, 1007, n° 6, pp. 542-544.

¹³⁰ Article 133 du décret.

¹³¹ Les pouvoirs d'administration ne seront pas envisagés. Pour plus de développement, voy. not. C. Dumont, *op. cit.*, pp 52-58 ainsi que les illustrations de ces compétences pp. 59-64.

¹³² La structure de cette section s'inspire de l'ouvrage de C. Dumont, *op. cit.*, *supra* note 9, pp. 44-70.

¹³³ L'article 135, §1, 5° du décret SMA énonce les autres matières dans lesquelles le CA doit réglementer mais nous avons isolé les domaines qui concernaient directement notre thématique.

¹³⁴ Article 135, § 1 du décret SMA.

¹³⁵ C. Dumont, *op. cit.*, p. 46.

¹³⁶ *Ibid.*

5° de rendre un avis sur la réalisation des obligations découlant du contrat de gestion de la RTBF ;

6° de rendre un avis sur la réalisation des obligations des télévisions locales, et notamment de celles découlant de la convention conclue entre chacune d'elles et le Gouvernement ;

7° de rendre un avis sur la réalisation des obligations visées aux articles 41, 43, 44 et 46 ;

8° de rendre un avis sur la réalisation des obligations découlant de conventions conclues entre le Gouvernement et les éditeurs de services bénéficiant d'un droit de distribution obligatoire ;

9° de rendre un avis sur la réalisation des obligations des distributeurs de services (...) ».

Certains des avis rendus par le CAC sont considérés comme des « recommandations à portée générale ou particulière »¹³⁷, telle la recommandation relative à la protection des mineurs du 21 juin 2006¹³⁸.

S'il l'estime « utile à l'accomplissement des missions du CSA »¹³⁹, le bureau peut aussi adresser des recommandations au Gouvernement.

b. Contrôle et sanction

La compétence de contrôle et de sanction est exercée par le **CAC**. En effet, sur la base de l'article 136, § 1^{er}, 12° du décret SMA, c'est au CAC qu'il revient de « constater toute violation aux lois, décrets et règlements en matière d'audiovisuel et tout manquement aux obligations découlant d'une convention conclue entre la Communauté française et un éditeur de services ou un distributeur de services, du contrat de gestion de la RTBF de la convention conclue entre le gouvernement et chacune des télévisions locales ainsi que d'engagement pris dans le cadre d'une réponse aux appels d'offres visés par le décret ». Le constat d'une telle infraction habilite le CAC à prononcer une sanction administrative dans le respect de la procédure prévue à l'article 161 du décret SMA.

Indépendamment du CAC, agit le SI qui instruit les dossiers sur la base de plaintes ou d'initiative. Le CAC quant à lui, décidera finalement quelle est la peine la plus appropriée : amende, avertissement, retrait du programme incriminé, suspension de l'autorisation pour une durée maximale de six mois ou autres peines prévues par l'article 159 § 1^{er} du décret SMA. Selon le degré de gravité une peine prévue au v° 1 à 8 de l'article 159, §1^{er} sera appliquée :

« 1° l'avertissement ;

2° la publication, aux conditions qu'il fixe, sur le service incriminé ou dans toute autre publication périodique ou les deux et aux frais du contrevenant, d'un communiqué indiquant que le Collège d'autorisation et de contrôle a constaté une infraction que le communiqué relate ;

3° la suspension du programme incriminé ;

¹³⁷ Article 136 § 1^{er}, 11° du décret SMA.

¹³⁸ Disponible en ligne à l'adresse suivante, <http://www.csa.be/documents/show/448>; consultée le 23 décembre 2010.

¹³⁹ Article 141 du décret SMA.

4° le retrait du programme incriminé ;

5° la suspension de l'autorisation pour une durée maximale de six mois ;

6° sans préjudice du § 3, la suspension de la distribution du service incriminé ;

7° une amende dont le montant ne peut être inférieur à 250 euros ni excéder 3 % du chiffre d'affaires annuel hors taxes ;

En cas de récidive dans un délai de cinq ans, ce montant est porté à 5 % du chiffre d'affaires annuel hors taxes.

La peine d'amende peut être infligée accessoirement à toutes autres peines prévues au présent paragraphe.

8° le retrait de l'autorisation ».

Notons qu'en cas de classement sans suite d'un dossier par le SI, le CAC peut s'en saisir s'il n'est pas d'accord avec la décision du SI.

c. Quid de la régulation de la call TV ?

Qu'est-ce que la régulation ? Nous nous en référerons à la définition d'André Gélinas, elle-même reprise par François Jongen, selon laquelle réguler c'est « réglementer le développement et les conditions d'exercice d'une activité privée, surveiller son fonctionnement et à l'occasion, entendre les objections des citoyens et des groupes relativement à ce fonctionnement »¹⁴⁰.

Depuis plusieurs années, le CSA manifeste son souhait de réglementer la call TV. Au-delà de la qualification de télé-achat et du contrôle de durée de celui-ci, le CSA a eu en effet à connaître de nombreuses plaintes en la matière, pour lesquelles il a dû se déclarer non compétent, sa compétence audiovisuelle ne lui permettant pas de sanctionner la call TV dans ses aspects jeu de hasard. Cet « état de droit » davantage qu'un état de fait ne l'a pourtant pas empêché d'œuvrer en matière de call TV¹⁴¹, notamment par le biais de :

- La communication aux éditeurs de services relative à la call TV (suite à la décision du 21 février 2008¹⁴²),
- Commentaires dans la recommandation relative à la protection des mineurs du CAC. Celle-ci concerne l'abus de crédulité par la communication commerciale donc, notamment par la call TV. Le CSA estime que « les communications commerciales qui abusent de la crédulité des adultes, abusent, a fortiori de la crédulité des mineurs, moins expérimentés et plus influençables que les adultes »¹⁴³.

¹⁴⁰ Cité par F. Jongen, *La police de l'audiovisuel. Analyse comparée de la régulation de la radio et de la télévision en Europe*, Paris, LGDG, 1994, p. 40 ; voy. également C. Dumont, *op. cit.*, *supra note*, p. 9.

¹⁴¹ Voy. <http://www.csa.be/documents/show/776>, consultée le 23 décembre 2010.

¹⁴² <http://www.csa.be/documents/show/776>, consultée le 14 février 2011.

¹⁴³ Dernière version officielle, une version nouvelle reste à venir.

En 2005 était rendu l'avis n° 01/2005¹⁴⁴ du CAV sur « les lignes directrices des règlements des jeux et concours ». On y trouve les germes de la législation applicable actuellement aux jeux de call TV : notamment l'obligation de fournir un règlement complet, sur demande, un prix clair, les gains possibles. Complétant les lignes directrices adoptées en 2000¹⁴⁵, celles de 2005 attestent de l'intérêt porté à une réglementation non équivoque en corrélation positive avec la protection des publics. Par réglementation non équivoque, nous entendons une réglementation dont les éditeurs ne pourraient déduire aucune une marge de manœuvre, une réglementation suffisamment claire, précise et complète, dans un but de protection **optimale**.

Une réunion de travail du 16 novembre 2006, réunissant les membres du CSA et la Commission des jeux de hasard a confirmé cette volonté du CSA de collaborer à la régulation de ces jeux. Devant des constats devenus habituels (la call TV reste obscure, abuse de la crédulité des téléspectateurs, de leur vulnérabilité, entraîne des frais considérables d'où un risque de surendettement), l'idée d'une collaboration entre les différents organismes était esquissée.

D'autres réflexions étaient également présentées en mai 2007 lors d'un forum de l'Epra¹⁴⁶ (European Platform of Regulatory Authorities), toujours dans un objectif de recherche de solutions aux problèmes générés par la call TV, notamment la nécessité d'une collaboration internationale dès lors qu'un même jeu est parfois diffusé dans plusieurs pays d'Europe¹⁴⁷.

Toujours dans un but de dénoncer les dérives du call TV, en septembre 2008, le CSA n'a pas hésité à transmettre une plainte reçue au Parquet. Cette plainte relatait qu'un enfant de dix ans avait participé à un jeu diffusé durant l'émission *Domino Day* de RTL TVi, gagnant 2008€¹⁴⁸. Il a été constaté que ce jeu constituait un jeu de hasard illégal :

« Domino Day est un jeu de hasard mais non autorisé par la loi sur les jeux de hasard. En effet, il ne pouvait pas se prévaloir de l'exception prévue en 3.4 qui l'aurait soumis à arrêté royal du 10 octobre 2006 fixant les conditions auxquelles doivent satisfaire certains jeux télévisés car il ne formait pas un programme de jeux complets ».

Enfin, retenons que plusieurs décisions ont été prises relativement à la qualification de télé-achat. Citons par exemple la décision du CAC du 23 octobre 2008¹⁴⁹ relative à BTV (AB4), ayant dépassé la durée journalière maximale, de trois heures.

¹⁴⁴ Disponible en ligne à l'adresse suivante : http://www.csa.be/system/document/nom/418/CAV_Avis_20050308_jeux_concours.pdf, consultée le 23 décembre 2010.

¹⁴⁵ Disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.csa.be/documents/show/472>, consultée le 23 décembre 2010.

¹⁴⁶ <http://www.epra.org/content/english/index2.html>, consultée le 23 décembre 2010.

¹⁴⁷ Source CSA.

¹⁴⁸ Le CSA estimait qu'il s'agissait d'un jeu de hasard et les débats avaient été rouverts après l'audition de la s.a. TVi dans le but d'entendre les conclusions de la CJH qui se rallia au CSA. Pour plus de développement voy. <http://www.csa.be/breves/show/265>, consultée le 23 décembre 2010.

¹⁴⁹ Disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.csa.be/documents/show/925>, consultée le 23 décembre 2010.

LA COMMISSION D'ÉTHIQUE POUR LES TÉLÉCOMMUNICATIONS (CI-APRÈS DÉSIGNÉE PAR « LA COMMISSION ÉTHIQUE»)¹⁵⁰

La Commission d'éthique doit figurer parmi les organes régulateurs. En effet, lorsque le Code d'éthique sera entré en vigueur, elle sera compétente pour traiter les plaintes introduites sur la base de la violation de ses dispositions¹⁵¹.

Elle « veille à l'utilisation correcte des numéros payants (par exemple numéros 0900, numéros 070, codes SMS à 4 chiffres commençant par 3, 4, 7 ou 9) »¹⁵². « La plainte est soumise à la Commission d'éthique si le problème ne peut être résolu par une médiation au niveau de l'opérateur »¹⁵³. « La Commission d'éthique peut également prendre connaissance d'une plainte introduite auprès du Service de médiation pour les télécommunications si l'intervention du Service de médiation pour les télécommunications n'a pas conduit à un résultat satisfaisant pour le plaignant ». « La Commission d'éthique a la compétence de sanctionner les infractions qu'elle constate au Code d'éthique pour les télécommunications

La composition panachée¹⁵⁴ de la Commission d'éthique se justifie au regard des objectifs poursuivis dont la protection des consommateurs et la protection des mineurs, des services destinés aux adultes. Elle est composée de :

« 6 membres dont deux, représentant les intérêts familiaux, un désigné par le ministre en charge de l'Economie, un par le ministre dont la Justice figure dans ses compétences, un par le ministre chargé de la Protection des consommateurs et un dernier désigné par le ministre ou le Secrétaire d'Etat compétent pour les matières relatives aux communications électroniques visées dans la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques »¹⁵⁵.

COMMENTAIRE

La nouvelle loi sur les jeux de hasard, dont de nombreux acteurs attendent beaucoup en matière de régulation de la call TV, ne prévoit pas de monitoring des jeux diffusés par les titulaires de la licence G1.

En postulant que les arrêtés royaux d'exécution indispensables à la mise en œuvre des nouvelles compétences de la CJH soient adoptés, il nous semble d'ores et déjà que le travail de la CJH devrait prendre une tonalité plus de proactive. Il ne s'agira plus d'agir sur plaintes, en tout cas plus seulement a posteriori : le système de licence laisse sous-entendre que les éditeurs qui en feront la demande devront présenter un jeu qui n'apparaît pas d'entrée comme trompeur et apporter toutes les garanties du respect de la loi (par exemple, de quelle manière s'assureront-ils que les mineurs ne participent pas). Des questions indispensables se poseront donc avant même la diffusion des jeux.

¹⁵⁰ Voy. not. http://www.telethicom.be/index.php?lang=fr_FR, consultée le 23 décembre 2010.

¹⁵¹ *Ibid.*

¹⁵² *Ibid.*, consultée le 14 février 2011.

¹⁵³ *Ibid.*

¹⁵⁴ Voy. not. http://www.telethicom.be/index.php?option=com_content&task=view&id=16&Itemid=29, consultée le 14 février 2011.

¹⁵⁵ *Ibid.*

Les pouvoirs de sanction, s'il y échoit, pourraient, néanmoins être appliqués plus rapidement s'il était procédé à des monitorings réguliers permettant de mettre en évidence les illégalités (ces monitorings pourraient bien évidemment, aussi constater que la législation est respectée), les titulaires des licences réaliseraient peut-être que leur marché n'est pas considéré comme un marché de seconde zone, «pas vraiment contrôlé». A notre humble avis, de telles pratiques pourraient s'avérer bénéfiques et démontreraient, à tout le moins, que dans la régulation des jeux de hasard, il n'y a pas deux poids deux mesures, qu'en tant que jeu de hasard, la call TV se doit de respecter la législation à laquelle elle est soumise, tel qu'il en est pour les casinos, par exemple.

Un dernier élément a retenu notre attention : le principe d'impartialité. Il n'apparaît pas qu'il y ait différentes sections au sein de la Commission (une section qui délivre les licences, une section « instruction », une section de sanction). L'impartialité objective de la Commission pose question.

Ce dernier aspect ainsi que les problèmes qui resteront probablement irrésolus après l'adoption desdits AR (notamment le contrôle de l'âge des joueurs) ne doivent pas être négligés. En effet, il n'appartient qu'à la CJH de veiller au respect de la législation relative aux jeux de hasard et en tant qu'institution principale le bien-fondé de ses compétences et ses caractéristiques intrinsèques ne devraient pas poser question.

Pour rappel, le CSA, lui, n'est compétent qu'en ce qui concerne le paramètre télé-achat de la call TV et sur cette base, il peut notamment réglementer sa durée journalière (3 heures maximum). En aucun cas il ne doit s'interroger sur le contenu de la call TV et a fortiori sanctionner sur la base de ce contenu.

La Commission d'éthique ne verra pas davantage ses compétences étendues au contenu de la call TV. Elle contrôlera l'utilisation des numéros de téléphone surtaxés indissociables à ces jeux. Elle pourra aussi intervenir lorsque ces numéros entraîneront un litige mais si et seulement si, le Service de médiation pour les télécommunications n'a pu répondre de manière satisfaisante à la plainte préalablement formulée devant lui.

Dans ce contexte où le CSA et la Commission d'éthique ont des compétences très limitées et où seule la CJH peut réglementer complètement la call TV et sanctionner les violations à la loi y relative, veiller à l'efficacité de ses compétences et à ce qu'elle constitue une autorité soucieuse des principes fondamentaux (dont le principe d'impartialité) apparaît d'une absolue nécessité.

SECTION 2 : Des organismes agissant sur « intervention volontaire » ou appelés à la cause, « intervention forcée »

En droit de la procédure judiciaire (belge), l'intervention volontaire¹⁵⁶ est la procédure par laquelle une partie qui n'est pas partie à une cause portée devant une juridiction intervient à l'instance, pour faire valoir ses prétentions. L'intervention est forcée¹⁵⁷ quand une des parties à la cause portée devant la juridiction appelle (« force ») une partie à intervenir dans l'instance. Usons de la métaphore pour évoquer les organismes qui jouent aussi un rôle en matière de call TV : quels sont les organismes qui peuvent se rattacher à l'un des deux modes d'action ? Qu'en est-il de la Direction générale de Contrôle et

¹⁵⁶ Articles 811-814 du Code judiciaire.

¹⁵⁷ *Ibid.*

de Médiation du SPF Economie (ci-après désignée par « la DGCM »), du CRIOC et du Service de Médiation des Télécommunications ?

Nous verrons que la DGCM n'agit que sur la base de plaintes et qu'en matière de call TV entendue dans son volet télé-achat, elle pourrait être saisie, tant que les arrêtés royaux nécessaires à l'application de certaines dispositions de la nouvelle loi sur les jeux de hasard n'ont pas été adoptés (1). Cette hypothèse ne vaut que pour le contrôle de la call TV en tant que forme de télé-achat, plus précisément contrat de vente à distance et pas pour ce qui concerne les règles relatives aux jeux de hasard à proprement parler.

Nous verrons ensuite, que le CRIOC a déjà démontré son « pouvoir d'intervention » (2). Et finalement que le Service de Médiation des Télécommunications ne peut être appelé à la cause que pour contestation de facture mentionnant l'utilisation de numéros attribués à un jeu de call TV, quand les voies de recours ordinaires (voir *infra*) ont été épuisées (3).

LA DIRECTION GÉNÉRALE CONTRÔLE ET MÉDIATION (CI-APRÈS DÉSIGNÉE PAR LA «DGCM ») DU SERVICE PUBLIC FÉDÉRAL (CI-APRÈS DÉSIGNÉ PAR «SPF ») ECONOMIE¹⁵⁸

Parmi les différentes directions générales du SPF économie, figure la DGCM chargée de « **veiller au respect des règles fixées dans l'intérêt** général et dans l'intérêt des opérateurs économiques et **des consommateurs** »¹⁵⁹.

La première mission de la DGCM est de défendre les droits des consommateurs, notamment en ce qui concerne l'indication des prix et les pratiques commerciales déloyales et les télécommunications (numéros de téléphone et SMS surtaxés). Elle agit essentiellement sur la base de plaintes et possède des pouvoirs de police judiciaire. Disposant de pouvoir d'enquête, si l'infraction s'avère établie, elle a le choix entre trois mesures graduelles : un avertissement formel, l'action en cessation, un Pro Justicia suivi d'une transaction. Si cette dernière n'est pas exécutée, le dossier sera transmis au Procureur du Roi et des peines pénales pourront être prononcées. Si l'auteur des faits n'est pas établi en Belgique, une collaboration sera demandée avec l'autorité de contrôle étrangère. Enfin, si cet auteur est établi hors du territoire de l'Union Européenne, une collaboration informelle pourra s'installer.

La compétence de la DGCM en matière de protection des consommateurs s'exerce notamment sur la base de la loi du 6 avril 2010 sur les pratiques du marché et la protection des consommateurs¹⁶⁰. Tenant compte du cas qui nous occupe, citons les articles suivants, relatifs à la bonne information des consommateurs ainsi qu'aux pratiques déloyales :

« Lors de l'offre d'un contrat à distance, le consommateur doit être informé sans équivoque, de manière claire et compréhensible, par tout moyen adapté à la technique de communication à distance utilisée, notamment sur les éléments suivants : (...)

*3°Le **prix** du bien et du service (...) »¹⁶¹.*

¹⁵⁸ Les informations que nous retranscrivons sont issues du document de présentation de la DGCM délivré lors de notre réunion au sein de la DGCM, dans le cadre des recherches nécessaires à cette étude.

¹⁵⁹ Voy, not. http://www.belgium.be/fr/economie/commerce_et_consommation/pratiques_du_commerce/litiges_commerciaux/, consultée le 21 février 2011. Nous soulignons.

¹⁶⁰ *Moniteur belge*, 4 décembre 2010.

¹⁶¹ *Article 45.*

« **Une pratique est déloyale** lorsqu'elle : (...) »

b) **altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur moyen** qu'elle touche ou auquel elle s'adresse, ou si elle s'adresse à un groupe de consommateurs déterminé, le comportement économique du membre moyen de ce groupe, par rapport au produit concerné.

Une pratique commerciale qui est **susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique d'un seul groupe clairement identifiable de consommateurs, parce que ceux-ci sont particulièrement vulnérables** à la pratique utilisée ou au produit qu'elle concerne en raison d'une infirmité mentale ou physique, de leur âge ou de leur crédulité, alors que l'on pourrait raisonnablement attendre de l'entreprise qu'elle prévoie cette conséquence, est évaluée du point de vue du membre moyen de ce groupe (...) »¹⁶².

« Une **pratique commerciale** est **considérée comme une omission trompeuse si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances ainsi que des limites propres au moyen de communication utilisé, elle omet une information substantielle** dont le consommateur moyen a besoin, compte tenu du contexte, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement »¹⁶³.

« Est également considérée comme une omission trompeuse, une pratique commerciale par laquelle une entreprise **dissimule une information substantielle** visée au § 1er, ou la fournit de façon peu claire, inintelligible, ambiguë ou à contretemps, ou n'indique pas son intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte et lorsque, dans l'un ou l'autre cas, le <consommateur> moyen est ainsi amené ou est susceptible d'être amené à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement »¹⁶⁴.

Appliquées à la call TV, les compétences que nous venons de décrire ne sont que subsidiaires de par l'application de la règle exprimée par l'adage *lex specialis derogat generali* (la loi particulière l'emporte sur la loi générale). En effet, dès lors que le litige intervient dans le cadre d'un jeu de hasard, la DGCM ne peut exercer sa « compétence générale » de protection des consommateurs : cette compétence revient à la CJH qui a aussi pour mission, notamment, de protéger les joueurs, de veiller à ce que le prix soit clairement indiqué tout au long du jeu. Il en serait (sera) autrement si les arrêtés d'exécution de la nouvelle loi sur les jeux de hasard n'étaient pas adoptés prochainement (l'absence d'arrêté d'exécution ne permettant pas à la CJH de sanctionner un éditeur, notamment pour défaut d'indication du prix des communications, voir commentaire *infra*). En effet, dans cette hypothèse, la compétence de la DGCM peut se justifier sous l'angle télé-achat de la call TV, le télé-achat étant un contrat à distance qui tombe sous le champ d'application de la loi du 6 avril 2010 :

¹⁶² Article 84. Nous soulignons.

¹⁶³ Article 90 §1^{er}. Nous soulignons.

¹⁶⁴ Article 90 § 2. Nous soulignons.

« Tout contrat concernant des biens ou services conclu entre une entreprise et un consommateur dans le cadre d'un système de vente de biens ou de services à distance organisé par l'entreprise, qui, pour ce contrat, utilise exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance jusqu'à la conclusion du contrat, y compris la conclusion du contrat elle-même »¹⁶⁵.

Dans cette hypothèse les dispositions susmentionnées sont applicables à la call TV, forme de télé-achat.

LE CENTRE DE RECHERCHE ET D'INFORMATIONS DES ORGANISATIONS DES CONSOMMATEURS (CI-APRÈS DÉSIGNÉ PAR LE «CRIOC »)

Les statuts du CRIOC disposent que « le CRIOC a pour but de fournir une aide technique aux organisations de consommateurs, de valoriser la fonction de consommation et **de promouvoir la protection des consommateurs**¹⁶⁶ ». Organisme composé d'une équipe de plus de 30 membres, son Conseil d'administration compte 17 organisations protectrices des consommateurs¹⁶⁷.

Parmi ses missions, le CRIOC tend à « promouvoir la protection des consommateurs ». C'est sur cette base qu'il a réalisé trois études relatives à la call TV.

La première de ces études¹⁶⁸ dresse un état des lieux de la call TV. Elle présente les caractéristiques de ces jeux pour lesquels le CRIOC s'interroge *in fine* sur la capacité de la réglementation en vigueur (à l'époque, l'arrêté royal du 16 octobre 2006, remplacé par l'arrêté royal du 12 mai 2009 aujourd'hui abrogé, un autre arrêté devant être adopté) à protéger les consommateurs.

Au travers de la deuxième étude, intitulée « Jeux de hasard et mineur d'âge »¹⁶⁹, le CRIOC s'insurgeait de voir la call TV rangée parmi les jeux de hasard. Au regard des caractéristiques qu'il retenait, le CRIOC était (et reste) convaincu qu'il s'agissait d'arnaques.

Le CRIOC y recommandait :

-  « Un meilleur encadrement de la thématique (mentions obligatoires relatives au jeu) ;
-  La quantification des chances d'accès au jeu et de gain (dans le but de réduire la tentation de jouer) ;
-  Le contrôle sévère des manœuvres d'incitation au jeu ;
-  Le renfort des contrôles du respect de l'interdiction pour les mineurs de participer, a fortiori, à cause des modes de paiement ;
-  Le contrôle de la call TV par la CJH, dotée d'un pouvoir de sanction ».

¹⁶⁵ Article 2, 21° de la loi du 6 avril 2010 sur les pratiques du marché et la protection des consommateurs.

¹⁶⁶ Pour plus d'informations relatives au CRIOC, consultez le site internet à l'adresse suivante : <http://www.crioc.be/>, consulté le 21 février 2011. Nous soulignons.

¹⁶⁷ *Ibid.*

¹⁶⁸ CRIOC, « La télé-tirelire : arnaque ou divertissement », 2007. Disponible en ligne à l'adresse suivante, <http://www.oivo-crioc.org/files/fr/2080fr.pdf>, consulté le 22 décembre 2010.

¹⁶⁹ CRIOC, « Jeux de hasard et mineurs d'âge », 6 juin 2007, p. 2. Disponible en ligne à l'adresse suivante, <http://www.oivo-crioc.org/files/fr/2448fr.pdf>, consulté le 22 décembre 2010.

La dernière étude se démarque des précédentes. Elle évoque précisément le jeu « L'Appel gagnant » et se base sur des plaintes reçues à son encontre : « L'Appel gagnant ? Ou perdant ! »¹⁷⁰. Du visionnage de ce programme de jeu sont ressorties plusieurs infractions à l'arrêté royal de mai 2009 :

- ✚ aucun avertissement relatif à l'addiction et à l'endettement (en dépit des articles 5.1 et 5.2). Au contraire, des incitations vigoureuses au jeu sont répétées, 48 au total contre aucune mise en garde¹⁷¹ ;
- ✚ règles et déroulement du jeu opaques, impossibilité de comprendre la somme qui sera finalement gagnée¹⁷² : somme fixe par jackpot ? (contraire à l'article 5.1)
- ✚ le hasard ne semble pas à l'origine de la sélection des candidats¹⁷³ (contraire à l'article 5.2)
- ✚ incitation indirecte au jeu des mineurs : « Trouvez quelque chose qui peut se trouver dans la cuisine... Conseil du présentateur : demander aux grands-parents ou parents l'autorisation pour participer »¹⁷⁴ (contraire à l'article 5.1) ;
- ✚ réponse paradoxalement « introuvable » suite aux indices donnés (contraire à l'article 10.4) : « Trouvez quelque chose qui peut se trouver dans la cuisine... Casserole ?... On se rapproche de la bonne réponse, dit le présentateur ajoutant que c'est quelque chose de blanc... Finalement la réponse est conservateur alimentaire »¹⁷⁵.

L'analyse se poursuit sous l'angle de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur (ci après désignée par « la loi sur les pratiques du commerce de 1991»), désormais abrogée et remplacée par la loi du 6 avril 2010 sur les pratiques du marché et la protection du consommateur. Le CRIOC relève les pratiques déloyales et trompeuses attribuables à la call TV, au sens de la loi, induisant que celle-ci tombait moins sur le coup de la loi sur les jeux de hasard que sous celle des pratiques de commerce de 1991, compétence de la DCGM. Nous avons cependant mentionné *supra* que les compétences de la DCGM, même sur la base de cette loi, n'englobait pas la call TV.

LE SERVICE DE MÉDIATION POUR LES TÉLÉCOMMUNICATIONS¹⁷⁶

Le service de médiation des télécommunications a été créé par la « loi du 21 mars 1991 auprès de l'Institut belge des Services Postaux et des Télécommunications¹⁷⁷ ». Le Service peut être saisi dans le cadre de tout litige avec un opérateur de télécommunication. En tant qu'organe de médiation, il ne peut être saisi que sur recours, après que les voies de recours normales aient été saisies et en l'occurrence, qu'elle n'ait pas donné satisfaction. Par voies de recours normales, nous entendons toutes

¹⁷⁰ CRIOC, « Appel gagnant ? Ou perdant ! ». Disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.oivo-crioc.org/files/fr/4765fr.pdf>, consultée le 22 décembre 2010.

¹⁷¹ *Ibid.* p. 5.

¹⁷² *Ibid.*, p. 5-6.

¹⁷³ *Ibid.*, p. 7.

¹⁷⁴ *Ibid.*, p. 9.

¹⁷⁵ CRIOC, « Appel gagnant ? Ou perdant ! »... *op. cit.*, p. 11.

¹⁷⁶ <http://www.ombudsmantelecom.be/>, consulté le 23 décembre 2010.

¹⁷⁷ Dit « IBPT ». L'IBPT régule les communications électroniques. Voy. not. la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges, *Moniteur belge*, 24 janvier 2003.

les procédures de réclamation qui sont offertes à l'utilisateur par son fournisseur de télécommunication : la procédure de médiation ne pouvant se substituer à ces voies de recours.

Dans son rapport annuel de 2003¹⁷⁸, le service médiation rappelait la faculté le blocage des numéros surtaxés sur simple demande adressée à l'opérateur téléphonique¹⁷⁹. En 2005, il commente tout autrement les services SMS payants¹⁸⁰ : le caractère non-contraignant des directives GOF est critiqué, notamment pour ce qui concerne l'efficacité de l'article C.2 qui prévoit l'interruption des parties de jeu au cours desquels le participant a dépensé au moins 15 euros et l'obligation de lui demander s'il souhaite poursuivre.

CONCLUSIONS

La **DGCM** ne peut pas intervenir « volontairement », en matière de call TV dès lors que la compétence a été dévolue à la Commission des jeux de hasard. En toute hypothèse, tant que les arrêtés royaux d'exécution de la loi sur les jeux de hasard ne sont pas adoptés, la loi sur les pratiques du marché et la protection du consommateur peut être invoquées et justifier sa compétence : indication du prix, dispositions relatives aux pratiques commerciales déloyales et trompeuses notamment. Dès lors que la DGCM devrait se baser sur les règles applicables au contrat de télé-achat, la violation de règles propres aux jeux de hasard ne peut être invoquée devant elle. Nous savons, par exemple, que les jeux de call TV passeront, dès adoption et entrée en vigueur de l'arrêté royal nécessaire, sous un régime de licence. Un jeu qui serait diffusé sans cette licence ne peut pas faire l'objet d'un recours devant la DGCM car son contrôle ne porte que sur les règles particulières de jeux de hasard.

Le **CRIOC** est, à plusieurs reprises, « intervenu volontairement » pour exprimer son sentiment sur la call TV, ne cachant pas, preuves à l'appui, que pour lui, la call TV s'apparentait à de l'escroquerie. Notons que le CRIOC a porté plainte contre FUN radio auprès de la DGCM. Il ne s'agissait, bien évidemment, pas de call TV mais les faits à la base de cette plainte s'en rapprochaient par certains aspects : un certain nombre de SMS avaient été envoyés par un mineur d'âge dans le cadre d'une émission diffusée sur FUN radio pour un coût total de 800 € ; la radio n'avait pas clairement informé du prix des SMS.

La plainte a été accueillie positivement et un Procès-verbal a été adressé à la radio pour infraction à la loi sur les pratiques de marché et la protection du consommateur (non-indication du prix)¹⁸¹.

La DGCM pouvait exercer ses compétences sans empiéter sur celles de la CJH dès lors qu'il ne s'agissait pas d'un jeu de call TV.

¹⁷⁸ Disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.ombudsmantelecom.be/fr/rapport-annuel.html?IDC=21>, consulté le 23 décembre 2010.

¹⁷⁹ Rapport annuel du Service de médiation pour les communications 2003, p. 49. Disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.ombudsmantelecom.be/fr/rapport-annuel.html?IDC=21>, consulté le 23 décembre 2010.

¹⁸⁰ Rapport annuel du Service de médiation pour les communications 2005, p. 41-44, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.ombudsmantelecom.be/fr/rapport-annuel.html?IDC=21>; consultée le 23 décembre 2010.

¹⁸¹ http://www.crioc.be/index.php?mode=document&id_doc=4920&lang=fr, consultée le 23 décembre 2010.

Le **service de médiation pour les télécommunications**, quant à lui, ne s'interroge pas sur les caractéristiques intrinsèques de la call TV qui ne relèvent absolument pas de ses compétences. Lorsqu'il est saisi, pour autant que la demande soit recevable, il se charge d'examiner si les montants litigieux repris sur les factures correspondent à des appels surtaxés composés par le client lui-même. Des erreurs ont déjà été constatées mais a contrario, des montants élevés se sont aussi vus confirmés. Ce fut le cas, notamment, lorsqu'après réclamation, il a été constaté qu'un mineur d'âge avait abusé de ces numéros de téléphone sans en informer ses parents ; ce cas d'espèce n'a révélé aucune erreur de facture. Il a par contre mis en évidence que nonobstant l'interdiction pour les mineurs de participer à des jeux type call TV, certains en sont friands et que les conséquences financières qui en découlent sont désastreuses. Cet exemple interpelle à d'autres égards : un contrat a été conclu avec un mineur et il a entraîné une dette téléphonique. En effet, la call TV est considéré comme du télé-achat qui constitue un contrat à distance. Or, nous savons que sur la base de l'article 1124 du Code civil, les mineurs d'âge sont considérés comme incapables de contracter. Un contrat conclu avec un mineur est frappé de nullité relative¹⁸², nullité qui ne peut être invoquée que par la personne protégée, le mineur. Cependant, c'est le parent contractant avec l'organisme — ou, à tout le moins, la personne majeure qui a signé le contrat — qui est le débiteur du fournisseur téléphonique. Le titulaire de l'abonnement téléphonique ne peut donc pas invoquer cette nullité pour s'exonérer de l'obligation de payer les frais engendrés par la participation au jeu du mineur. Il est donc victime de l'absence d'observation des obligations légales par les éditeurs — interdiction pour les mineurs de participer et insuffisance de ce filtrage — alors que le paiement des factures repose sur un contrat illégal.

¹⁸² La nullité relative protège des intérêts particuliers, les mineurs, les interdits, par exemple.

Chapitre IV : La régulation de la call TV, une compétence du CSA à ne pas laisser au hasard ? Recherches de solutions aux problèmes récurrents causées par la call TV

Nous avons commencé par qualifier juridiquement la call TV (Chapitre I). Cette première étape a nécessité de décortiquer chirurgicalement le concept de call TV : elle s'identifie non seulement à un jeu de hasard mais aussi à du télé-achat. Cette ambivalence induit une pluralité d'organismes compétents (Chapitre III) : si nous souhaitons déposer une plainte contre le contenu d'un jeu de call TV, nous devons en référer à la CJH. Par contre, si nous constatons que la call TV est diffusée plus de trois heures par jour, c'est vers le CSA que nous nous dirigerons. Nous avons aussi vu que d'autres organismes pourraient intervenir en matière de call TV. Finalement, c'est à un labyrinthe institutionnel qu'est confronté le citoyen lambda au sein duquel il ne se retrouve pas. Les plaintes évoquées en introduction attestent de cet état de fait. Les normes régulant la call TV ont été énumérées et explicitées in extenso (Chapitre II) et il semble que, en dépit de leur existence, les acteurs institutionnels ne peuvent pas encore répondre de manière satisfaisante aux plaintes dirigées vers eux.

En conclusion, les problèmes inhérents à la call TV sont de deux ordres : d'une part ceux directement attribués à la call TV (arnaque) et leurs conséquences (addiction, endettement), d'autre part, ceux générés par la complexité institutionnelle devant laquelle se retrouvent les plaignants.

Voyons dans cette dernière partie quelles mesures pourraient être adoptées afin d'une part de canaliser les jeux de call TV (1) et d'autre part de simplifier les démarches des plaignants (2).

CANALISER LES JEUX DE CALL TV

Malgré l'existence de règles juridiques contraignantes et d'institutions habilitées à veiller à leur bonne application et à sanctionner leur violation, de nombreuses doléances restent formulées à l'encontre de la call TV. Les griefs des plaignants traduisent généralement des problèmes intrinsèques à la call TV : abus, tromperie, informations tronquées voire dissimulées. Des factures téléphoniques témoignent d'un facteur d'addiction qui peut entraîner l'endettement de personnes déjà démunies,

Plusieurs réponses peuvent être envisagées afin d'assurer la protection des consommateurs, surtout les plus fragiles d'entre eux. A l'instar d'autres mesures de protection (notamment celle visant à protéger les mineurs des images violentes et pornographiques), ces réponses peuvent jouer tantôt sur l'axe défensif, tantôt sur l'axe préventif, alternant entre interdiction simple ou éducation aux médias.

Mesures défensives

1. Une interdiction simple de ces programmes (dits) ludiques pourrait être envisagée, à moins qu'à l'instar de ce qui s'est passé en Flandre, les éditeurs ne décident eux-mêmes d'y mettre fin, privilégiant d'autres types de programmation.

Si une telle interdiction devait intervenir, elle impliquerait une modification de la loi sur les jeux de hasard prévoyant **l'interdiction de tous les jeux médias payables par SMS numéros surtaxés.**

2. Une option similaire mais moins radicale pourrait être envisagée par le législateur qui pourrait veiller à ce que les jeux de call TV ne soient diffusés que **sur des chaînes payantes et à la demande**, limitant, ainsi, la tentation d'y participer et l'addiction que ces jeux peuvent engendrer.

3. Une hypothèse intermédiaire serait de privilégier des **heures de diffusion** spécifiques pour ces jeux. Ces heures de diffusion pourraient être **calquées sur notre voisin français** qui prend soin que ces jeux ne soient diffusés qu'au moment où les mineurs sont à l'école ou sous surveillance parentale.

4. Durant ces heures de diffusion, l'apposition d'une **signalétique** (interdiction au moins de 18 ans) recommandée par le CSA pourrait s'avérer opportune dès lors qu'un tel sigle appellerait à la prudence même pour ceux qui n'en connaissent pas la portée exacte.

Mesures préventives

1. La législation existante prévoit une série de dispositifs d'information du consommateur. Les éditeurs devraient veiller à ce que les **mentions légales** soient **clairement visibles nonobstant le type d'écran télévisé**. Eu égard aux constatations de la DGCM (mentions visibles selon le type d'écran utilisé), une **communication** du CSA aux éditeurs serait à envisager. A charge pour ces derniers de s'interroger sur les moyens techniques qui permettent une visibilité inconditionnelle et de les utiliser.

Toutefois, dans ces deux derniers cas de figure, rappelons que les recommandations du CSA n'ont pas de force contraignante. La bonne volonté des éditeurs reste dès lors primordiale en dehors de toute disposition légale ad hoc ou de son contrôle par les instances compétentes.

2. Dès lors qu'il nous semble impossible de vérifier l'identité exacte des participants, leur âge, leurs moyens financiers, leur capacité, **l'éducation aux médias** s'impose.

Sur ce point, nous suggérons, notamment, le recours à des **spots télévisés éducatifs** qui viendraient « compenser » à la manière des spots « santé »¹⁸³ la diffusion de telles émissions de jeu. Ces spots mettraient en exergue d'une part, les enjeux financiers de la call TV (dépense pour les participants, gain pour la société de jeu) et ses effets pervers (addiction, endettement) et, d'autre part, les règles que ces jeux sont tenus de respecter et les voies de recours possibles. Du reste, ils tenteraient de responsabiliser les publics les plus sensibles, davantage sensible au mythe de l'argent facilement gagné le temps d'une récréation télévisée. Une telle mesure compensatoire nécessiterait d'ajuster la législation existante.

SIMPLIFIER LES DÉMARCHES DES PLAIGNANTS

La diversité des instances ajoutée à la complexité juridique qu'entraînent des niveaux de pouvoir distincts ne facilite pas le parcours de l'éventuel plaignant. Des mesures pourraient aider à simplifier ses démarches (2). Non sans avoir au préalable identifié si oui ou non, dans ce dédale institutionnel, le CSA doit abandonner toute compétence sur les jeux de call TV (1).

Exclusivité de compétence ou compétences complémentaires : les options du CSA

L'article 10 du décret SMA prévoit que « la communication commerciale **ne peut être contraire aux lois, aux décrets, aux arrêtés ou aux règlements du Collège d'avis du CSA visés à l'article 135,§**

¹⁸³ Art. 16 du décret SMA : « Les éditeurs de services qui diffusent de la publicité en faveur des médicaments et traitements médicaux ou en faveur des boissons alcoolisées doivent mettre gratuitement à la disposition du Gouvernement, selon des modalités à convenir après concertation avec les éditeurs de services concernés, des espaces publicitaires destinés à la diffusion de campagnes d'éducation pour la santé, égaux à ceux consacrés à la publicité en faveur desdits produits ou services ».

1^{ier}, 5° et approuvés par le Gouvernement, qui réglementent la publicité en général ou la publicité pour certains produits ou services ».

L'interprétation de cette disposition ne rend-elle pas le CSA compétent dans les matières hors champ audiovisuel ? Autrement dit, le CSA pourrait-il sanctionner un éditeur qui diffuse de la call TV sur la base d'une loi fédérale telle la loi du 6 avril 2010 sur les pratiques de marché et la protection des consommateurs, par exemple ?

Imaginons qu'à la suite d'une plainte, le SI conclue à la violation de l'article 84 b) de la loi sur les pratiques :

« Une pratique commerciale est déloyale (...) lorsqu'elle altère le comportement économique du consommateur moyen (...) ».

L'audition de l'éditeur confirme les « charges » retenues par le SI et le CAC décide de le sanctionner. Une amende est prononcée pour violation de la loi de 2010 susmentionnée.

Une première lecture de l'article 10 abouti à conclure à sa clarté : la loi (fédérale) est distinguée des décrets, le CSA peut donc sanctionner sur la base d'une loi fédérale. Dans le cas fictif présenté, sur la base de la loi du 6 avril 2010. Cependant, n'est-ce pas une lecture abusive de l'article que de conclure qu'il vise toutes les lois ? Une telle interprétation ne risque-t-elle pas d'aboutir à un empiètement de compétences ou, à tout le moins, à un dépassement de ses compétences, par le CSA ? *A fortiori* quand nous savons que la DGCM est compétente pour sanctionner les violations de la loi de 2010.

Pour pousser la réflexion, il nous semble peu probable que le CSA puisse condamner un éditeur sur la base de n'importe quelle loi, par exemple, sur la base de l'article 458 du Code Pénal relatif au secret professionnel lorsqu'un éditeur dévoile des éléments (ne portant pas atteinte à la dignité humaine) d'une affaire judiciaire.

En s'accordant avec cette première lecture, il faut aussi s'interroger sur la signification du mot « décrets ». Recouvre-t-il les décrets de chacune des entités fédérées ? Raisonnablement, quiconque répondra que seuls les décrets de la Communauté française sont visés. Si la compétence territoriale du CSA n'est pas remise en cause alors, sa compétence matérielle ne devrait pas être interprétée de manière si extensive. Le CSA n'exerce ses compétences que dans le domaine de la radiodiffusion qui comprend la télévision. Un jeu de call TV est diffusé à la télévision, le dire est déjà redondant. Il reste, néanmoins, un jeu de hasard relevant de l'Autorité fédérale, plus précisément du contrôle de la CJH. Dans un arrêt n° 102/99 du 30 septembre 1999, la Cour Constitutionnelle (ci-après désigné par « Cour Const. ») a d'ailleurs dit pour droit que « la loi du 10 décembre 1997 [qui] a pour objet d'interdire la publicité pour les produits du tabac (...) publicité opérée par la voie audiovisuelle (...) n'a ni pour objet, ni pour effet de régler « la radiodiffusion et la télévision » au sens où 4,6°, de la loi spéciale du 8 août 1980 définit cette notion ». Le **moyen de télécommunication utilisé** (la télévision) a donc été considéré **accessoire par rapport à l'objet de la loi**.

Par analogie, nous en déduisons qu'un jeu de hasard même diffusé à la télévision reste un jeu de hasard, que cette qualification prévaut sur la qualité de télé-achat, par l'application d'une théorie que nous appellerons *la théorie de l'élément prépondérant*.

Ainsi, un jeu de call TV est une forme de télé-achat mais avant tout un jeu de hasard. Sa diffusion télévisée ne le soustrait pas à la compétence de la Commission des jeux de hasard et le CSA ne peut

agir sur les programmes de call TV dans leurs aspects « jeu de hasard » dès lors qu'en Belgique, en théorie, il ne peut y avoir de compétences concurrentes, sur la base du principe de l'exclusivité des compétences.

Une deuxième lecture de l'article 10 du décret SMA décèle dans son prescrit une manifestation de la théorie des compétences implicites :

«Les décrets peuvent porter des dispositions de droit relatives à des matières pour lesquelles les Conseils ne sont pas compétents, dans la mesure où ces dispositions sont nécessaires à l'exercice de leur compétence¹⁸⁴ ».

Au sujet de ce principe, la Cour Const. a affirmé que des dispositions relatives, notamment aux pratiques de commerces [relèvent] des compétences de l'Autorité fédérale, seule compétente et qu'à ce titre la Communauté française ne pouvait adopter des règles similaires que sur la base de la théorie des compétences implicites¹⁸⁵.

Appliquons cette théorie à l'article 10. Le mot loi peut viser une matière fédérale si elle est indispensable à l'exercice de ces compétences. En matière de call TV, nous doutons de la possibilité d'invoquer cette théorie : pour vérifier la bonne application des dispositions relatives aux communications commerciales et au télé-achat il n'est pas indispensable de s'en référer à une loi fédérale. En ce qui concerne la loi du 6 avril 2010, le CSA empiéterait d'ailleurs plus que de manière marginale sur les compétences de la DGCM ce qui n'est pas conciliable avec la théorie des compétences implicites.

Finalement, même si nous penchons pour l'exclusivité des compétences (entre l'Etat fédéral et les entités fédérées) notre sentiment reste mitigé : la clarté apparente de l'article 10 du décret SMA mérite des précisions. Si le CSA opte pour une *lecture à la lettre* de l'article (1^{ère} lecture) et qu'une condamnation s'ensuit, l'éditeur saisira probablement le Conseil d'Etat. Une occasion pour la haute juridiction administrative d'interroger la Cour Constitutionnelle à titre préjudiciel. Cet éventuel arrêt dégagera *l'esprit* de cette disposition : loi fédérale?, loi ayant une incidence dans domaine de la radiodiffusion ? Ou erreur de plume ?

Simplifier les démarches des plaignants

1. La confusion des éventuels plaignants est à l'image du dédale institutionnel auquel il peut se trouver confronté. Nous appelons en conséquence à une **visibilité accrue des organismes compétents**. L'information relative à l'existence de ces derniers et aux procédures que l'on peut y introduire doit nécessairement être développée, si possible de manière coordonnée. Les courts **spots télévisés** susmentionnés (sports « compensatoires ») pourraient agir en ce sens.

2. Dans un but d'efficacité institutionnelle, devrait aussi être prescrite une **collaboration expresse entre les organismes compétents** (ou saisis par les plaignants). Ainsi, une plainte mal dirigée devrait systématiquement être transférée à l'organisme compétent, à charge pour ce dernier de répondre de manière motivée à la plainte et d'apporter la preuve du suivi à l'organisme de renvoi. Afin d'éviter qu'une institution n'ait à effectuer des recherches sur la base des griefs reprochés pour identifier l'organisme compétent, un organisme de relais, par exemple, un bureau attaché à la CJH pourrait être

¹⁸⁴ Loi spéciale de réformes institutionnelles du 8 août 1980, *Moniteur belge*, le 15 août 1980.

¹⁸⁵ Cour Const., arrêt n° 109/2000 du 31 octobre 2000, point B.5.3.1.

l'organe centralisateur chargé des transferts. Cette collaboration expresse pourrait être organisée légalement, à l'instar de ce qui a été mis en place entre le CDJ et le CSA.

3. Plus fondamentalement, vu qu'il est peu ou pas cohérent qu'un organisme (le CSA) qui sanctionne les programmes abusant de la crédulité des mineurs (le CSA), voie sur la question de la call TV sa compétence limitée à la vérification de durée journalière (nous caricaturons quelque peu afin de souligner l'inconfort de cette situation), nous préconisons la conclusion d'un **accord de coopération entre Etat fédéral et Communauté française**.

En effet, sur la base de l'article 92bis, § 1^{ie186} de la loi spéciale de réforme institutionnelle, les entités fédérées peuvent conclure de tels accords avec l'Etat « dans le but de régler l'exercice commun de compétences propres aux parties à l'accord »¹⁸⁷. La conclusion d'un accord de coopération se justifie quand « l'exercice commun de compétences peut être particulièrement indiqué dans les domaines où les compétences sont séparées mais dont les matières ou parties de matières attribuées aux différentes autorités présentent entre elles des liens étroits »¹⁸⁸. L'accord reverrait les compétences matérielles des « régulateurs de la call TV », issus des différents niveaux de pouvoir.

Des pistes de réflexion ont été émises, elles restent, à approfondir. Nous espérons que d'étroites collaborations naîtront prochainement car en somme, si la régulation de la call TV — dans ses aspects jeu de hasard — n'est pas une compétence du CSA, elle n'est pas non plus une compétence à ne laisser « qu'au seul *hasard* »...

¹⁸⁶ Article inséré par la loi spéciale du 8 août 1988, *Moniteur belge*, le 13 août 1988.

¹⁸⁷ R. Queck, P. Valcke, Jurisprudence, Cour d'arbitrage (n° 132/2004), 14 juillet 2004, note d'observations, *Revue du Droit des Technologies*, 2005, n° 21, p. 67.

¹⁸⁸ *Ibid.*

BIBLIOGRAPHIE

LÉGISLATION ET RÉGLEMENTATION

Union Européenne

Directive 89/552/CCE du Conseil du 3 octobre 1989, visant la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle, *JO L 298*, p. 23, telle que modifiée par la directive 97/36/CE du Parlement européen et du Conseil, du 30 juin 1997, *JO L 202*, p. 60.

Directive 97/7/CE, *JO L 144* du 4 juin 1997, du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance telle que modifiée par la directive 2007/64/CE, *JO L 319* du 5 décembre 2007, du Parlement européen et du Conseil du 12 novembre 2007 concernant les services de paiement dans le marché intérieur.

Directive 2007/65/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2007, *JO L 332* du 18 décembre 2007 modifiant la directive 89/552/CCE du Conseil du 3 octobre 1989, visant la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle, *JO L 298*, p. 23.

Livre vert sur la protection des mineurs et de la dignité humaine dans les services audiovisuels et d'information, COM (96) 483 final, 16 octobre 1996.

Recommandation 98/560/CE du Conseil du 24 septembre 1998, concernant le développement de la compétitivité de l'industrie européenne des services audiovisuels et d'information par la promotion de cadres nationaux visant à assurer un niveau comparable et efficace de protection des mineurs et de la dignité humaine, *JO L 270* du 7 octobre 1998.

Recommandation 2006/952/CE du Parlement européen et du Conseil, du 20 décembre 2006 sur la protection des mineurs et de la dignité humaine et sur le droit réponse en liaison avec la compétitivité de l'industrie européenne des services audiovisuels et d'information en ligne, *JO L 378* du 27 décembre 2006.

Conclusions de l'avocat général M. Damaso Ruiz-Jarabo Colomer, présentées le 24 mai 2007, point 76 ; traduction (de l'espagnol au français), disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61994C0267:FR:PDF>, consultée le 23 décembre 2010.

Belgique

Projet de loi portant modification du Code civil, de la loi du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard, les établissements de jeux de hasard et la protection des joueurs, du Code des taxes assimilées aux impôts sur les revenus, de la loi du 26 juin 1963 relative à l'encouragement de l'éducation physique, de la pratique des sports et de la vie en plein air ainsi qu'au contrôle des entreprises qui organisent des concours de paris sur les résultats d'épreuves sportives et de la loi du 19 avril 2002 relative à la rationalisation du fonctionnement de la gestion de la loterie nationale, *Rapport fait au nom de la Commission de la justice par M. Vandenberghe*, Sénat, 2009-2010, n° 4 – 1411/6

Loi du 24 novembre 1902 concernant le jeu, *Moniteur belge*, 22-23 décembre 1902.

Loi spéciale de réformes institutionnelles du 8 août 1980, *Moniteur belge*, le 15 août 1980.

Loi spéciale de réforme institutionnelles du 8 août 1988, *Moniteur belge*, le 13 août 1988.

Arrêté du Gouvernement de la Communauté française relatif à la protection des mineurs contre les programmes de télévision susceptibles de nuire à leur épanouissement physique, mental ou moral du 1^{er} juillet 2004, *Moniteur belge*, le 11 août 2004.

Loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques, *Moniteur belge*, le 20 juin 2005.

Arrêté royal du 10 octobre 2006 portant les conditions auxquelles doivent satisfaire certains jeux proposés dans le cadre de programmes télévisés au moyen de séries de numéros du plan belge de numérotation pour lesquels il est autorisé de facturer l'appelant, en plus du prix de la communication, également le prix du contenu, étant entendu que ce prix est limité aux séries pour lesquelles le tarif de l'utilisateur final ne dépend pas de la durée de l'appel, et qui forment un programme de jeu complet, *Moniteur belge*, 19 octobre 2006.

Arrêté ministériel du 12 mai 2007 modifiant l'arrêté ministériel du 12 décembre 2005 déterminant les catégories de messages sortants et les catégories de numéros appelés dont le blocage doit être offert gratuitement aux utilisateurs finals, *Moniteur belge*, 27 juillet 2005.

Décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels, *Moniteur belge*, 24 juillet 2009.

Loi sur les jeux de hasard, les paris, les établissements de jeu de hasard et la protection des joueurs, *Moniteur belge* 1^{er} février 2010.

Loi du 6 avril 2010 sur les pratiques du marché et la protection du consommateur, *Moniteur belge*, le 4 décembre 2010.

Articles 811-814 du Code judiciaire.

Directives GOF, disponibles en ligne à l'adresse suivante : <http://www.gofguidelines.be/>, consultée le 22 décembre 2010

Recommandation relative à la protection des mineurs du 21 juin 2006, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.csa.be/documents/show/448>, consultée le 23 décembre 2010.

France

Loi française du 21 mai 1836, disponible en ligne à l'adresse suivante : http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?sessionId=896117D9619B9FCC914DA3496B56B835.tpdjo_03v_3?cidTexte=JORFTEXT000000515396&dateTexte=20100512, consultée le 23 décembre 2010.

Arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix, disponible en ligne à l'adresse suivante : http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000689147&fastPos=14&fastReqId=358714708&categorieLien=cid&oldAction=rech_, consultée le 23 décembre 2010.

Décret n° 92-280 du 27 mars 1992 tel que modifié par le décret 2008-1392 du 24 décembre 2008 relatif à la publicité, au parrainage et au télé-achat, disponible en ligne à l'adresse suivante : http://www.legifrance.gouv.fr/jopdf/common/jo_pdf.jsp?numJO=0&dateJO=20081224&numTexte=37&pageDebut=19950&pageFin=19951, consultée le 22 décembre 2010.

Délibération du 4 décembre 2007 relative aux incitations à utiliser des services SMS ou téléphoniques surtaxés, disponible en ligne à l'adresse suivante : http://www.csa.fr/infos/textes/textes_detail.php?id=125561, consultée le 23 décembre 2010.

Angleterre

Advertising Standards Code (UK), disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.cap.org.uk/The-Codes/BCAP-Code.aspx>, consultée le 10 mars 2011.

JURISPRUDENCE

Européenne

Arrêt du 24 mars 1994, Schindler, C-275, Rec. p. I-1039, point 25.

Arrêt du 11 septembre 2003, Anomar e.a., C-6/01, Rec. p. I-8621, point 56.

Arrêt du octobre 2007, Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) contre Österreichischer Rundfunk, « affaire ÖRF », C-195/06, disponible en ligne à l'adresse suivante : http://eur-lex.europa.eu/Result.do?RechType=RECH_celex&lang=fr&ihtmlang=fr&code=62006C0195, consultée le 22 décembre 2010.

Belge

Cass. 14 mars 1994, Pas. p. 252 avec concl. min. publ.

CE, arrêt n°76/98 du 24 juin 1998.

C.C., n° 102/99 du 30 septembre 1999.

CE, arrêt n°109/2000 du 31 octobre 2000.

CE, arrêt n° 156/2002 du 6 novembre 2002.

CE, arrêt n° 132/2004 du 14 juillet 2004.

Cour Const., arrêt n° 109/2000 du 31 octobre 2000.

Décision du CSA belge

Décision « L'Appel Gagnant », disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.csa.be/documents/show/777>, consultée le 22 décembre 2010.

Décision du CAC du 23 octobre 2008 BTV (AB4), disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.csa.be/documents/show/925>, consultée le 23 décembre 2010.

Affaire « Domino Day », disponible à l'adresse suivante : <http://www.csa.be/breves/show/265>, consultée le 23 décembre 2010.

Doctrine

Question de M. Léon Walry à Mme Fadila Laanan, ministre de la Culture, de l'Audiovisuel et de la Jeunesse, *CRlc* n° 79-Cult. 15, 2006-2007, p. 5.

Réponse de Mme Fadila Laanan, ministre de la Culture, de l'Audiovisuel et de la Jeunesse à la question de Marc Elsen, *CRlc* n° 74-Cult. 11, 2009-2010, p. 30-31.

K. ANDRIES, N. CARETTE et N. HOEKX, *Les jeux et paris. Analyse critique des éléments constitutifs de la définition légale*, Bruxelles, Larcier, 2008, 528 p.

COMMISSION DES JEUX DE HASARD, *Rapports annuels de la Commission des jeux de hasard*, disponibles en ligne à l'adresse suivante : <http://www.gamingcommission.fgov.be/website/jsp/main.jsp?lang=FR>, consultée le 22 décembre 2010.

COMMISSION D'ETHIQUE POUR LES TELECOMMUNICATIONS, <http://www.telethicom.be/index.php?lang=fr>, consultée le 14 février 2011.

C. RUIZ-JARABO, *Conclusions générales présentées le 24 mai 2007*, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62006C0195:FR:PDF>, consultée le 14 février 2011.

CRIOC, *La télé-tirelire : arnaque ou divertissement*, 2007 ; disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.oivo-crioc.org/files/fr/2080fr.pdf>, consultée le 22 décembre 2010.

CRIOC, *Jeux de hasard et mineurs d'âge*, 2007, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.oivo-crioc.org/files/fr/2448fr.pdf>, consultée le 22 décembre 2010.

CRIOC, *Appel gagnant ? Ou perdant !*, 2010, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.oivo-crioc.org/files/fr/4765fr.pdf>, consultée le 22 décembre 2010.

CRIOC, *Call TV: suite et pas fin*, 2010, disponible en ligne à l'adresse suivante : http://www.crioc.be/index.php?mode=document&id_doc=4786&lang=fr, consultée le 14 février 2011.

CRIOC, *Suivi de la plainte déposée par le CRIOC c. Fun radio*, 2010, disponible en ligne à l'adresse suivante : http://www.crioc.be/index.php?mode=document&id_doc=4920&lang=fr, consultée le 23 décembre 2010.

C. DUMONT, *Le Conseil supérieur de l'audiovisuel*, Bruxelles, CRISP, 2010. (Courrier Hebdomadaire du Crisp, n° 2054-2055).

EPRA : <http://www.epra.org/content/english/index2.html>, consultée le 23 décembre 2010.

M. HANOT, S. PAIMAN et V. STRAETMANS., « La compétence matérielle à l'épreuve juridique de la réalité des modèles audiovisuels et des pratiques régulatrices – Panel 1 », in *Auteurs et Média*, n° 6, 2007, p. 542-544.

N. HOEKX. et A. VERBEKE, *Kansspelen in België. Les jeux de hasard en Belgique*, Bruxelles, Larcier, 2009, 208 p.

IRIS, *European Court of Justice : Do Prize Games on Television Constitute « Teleshopping » or « Television Advertising »*, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://merlin.obs.coe.int/iris/2008/1/article2.en.html>, consulté le 22 décembre 2010.

F. JONGEN, *La police de l'audiovisuel. Analyse comparée de la régulation de la radio et de la télévision en Europe*, Paris, LGDG, 1994.

A. D. LITTLER, « Een Europese kijk op de voorgestelde wijziging van de Kansspelwet / Un point de vue européen sur la proposition d'amendement de la loi sur les jeux de hasard », in N. HOEKX et A. VERBEKE, *Kansspelen in België. Verslagboek Seminars over Kansspelen 2008-2009 / Les jeux de hasard en Belgique, Actes des séminaires sur les jeux de hasard*, Gent, Larcier, 2009, pp 3-19 / 21-38.

A. D. LITTLER et C. FIJNAUT, *The Regulation of Gambling. European and National perspectives*, Leiden/Boston, Martinus Nijhoff, 2007, 265 p.

R. MASTROIANNI, « Les communications commerciales dans la directive 2007/65/C », in F. JONGEN (dir.), *La directive services de médias audiovisuels, Le nouveau cadre juridique de l'audiovisuel européen*, Louvain-la-Neuve, Anthemis, 2010, p. 53-73.

R. QUECK et P. VALCKE, « Jurisprudence, Cour d'arbitrage (n° 132/2004), 14 juillet 2004, note d'observations », in *Revue du Droit des Technologies*, n°21, 2005, p. 51-72.

SERVICE DE MEDIATION POUR LES TELECOMMUNICATIONS, *Rapports annuels du Service de médiation pour les télécommunications*, disponibles en ligne à l'adresse suivante : <http://www.ombudsmantelecom.be/fr/rapport-annuel.html?IDC=21>, consultée le 23 décembre 2010.

SERVICE DE MEDIATION POUR LES TELECOMMUNICATIONS : <http://www.ombudsmantelecom.be/>, consultée le 23 décembre 2010.

Commission d'éthique pour les télécommunications et le Code d'éthique pour les télécommunications : http://www.telethicom.be/index.php?lang=fr_FR, consultée le 23 décembre 2010.

G. THIRY, « La protection des mineurs, quelle réglementation quelle(s) régulation(s) ? », in F. JONGEN (dir.), *La directive services de médias audiovisuels, Le nouveau cadre juridique de l'audiovisuel européen*, Louvain-la-Neuve, Anthemis, 2010, p. 111-124.

Sources propres au CSA :

Lignes directrices des règlements des jeux et concours du 26 janvier 2000 (CAV et Collège de la publicité), disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.csa.be/documents/show/472>, consultée le 23 décembre 2010.

Recommandation n° 02/2003 du CAC, relative à la diffusion de messages électroniques et avis n° 01/2005 du CA sur « les lignes directrices des règlements des jeux et concours Disponible en ligne à l'adresse suivante : [http://www.csa.be/system/document/nom/418/CAV Avis 20050308 jeux concours.pdf](http://www.csa.be/system/document/nom/418/CAV_Avis_20050308_jeux_concours.pdf), consultée le 23 décembre 2010.

Call TV : voy. <http://www.csa.be/documents/show/776>, consulté le 23 décembre 2010.

Articles de presse

C. BIOURGE, « L'arnaque du call TV mise au jour par un comédien infiltré », *RTBF*, 19 janvier 2011, disponible à l'adresse : http://www.rtf.be/info/medias/detail_l-arnaque-du-call-tv-mise-au-jour-par-un-comedien-infiltrer?id=5576413, consultée le 14 février 2011.

A. C., « Les jeux télévisés mieux réglementés », *La Dernière Heure*, 4 février 2011, disponible à l'adresse : http://www.dhnet.be/dhjournel/archives_det.phtml?id=1123143, consultée le 14 février 2011.

J.-F. MUNSTER, « La call TV paie ses abus », *Le Soir*, 20 janvier 2011, disponible à l'adresse : <http://archives.lesoir.be/la-call-tv-paie-ses-abus-t-20110120-017GWA.html>, consultée le 14 février 2011.

X, « Deux factures impayées et couic », *RTL*, <http://www.rtl.be/info/belgique/politique/229099/deux-factures-impayees-et-couic>, consultée le 14 février 2011.

Angleterre

Participation TV, How should it be regulated?, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/participation/>, consultée le 23 décembre 2010.

Participation TV Part 1: protecting viewers and consumers, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/participationtv/statement/>, consultée le 23 décembre 2010.

Participation TV Part 2: Keeping advertising separate from editorial, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/participation2/>, consultée le 23 décembre 2010.

Participation TV: Rules on the promotion of Premium Rate Services, disponible en ligne à l'adresse suivante : <http://www.aimelink.org/docs/OfcomPTV3statement.pdf/>, consulté le 23 décembre 2010.

SOURCES ORALES

Entretien à la CJH

Entretien informels avec différents membres du CSA

Entretien à la DGCM, 29 novembre 2010