

Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 21 octobre 2010

(Dossier d'instruction n°16/2010)

En cause :

- l'ASBL TéléSambre, dont le siège social est établi Espace Sud, Esplanade René Magritte à 6010 Charleroi ;
- l'ASBL Antenne Centre Télévision (ACTV), dont le siège social est établi rue de la Tombelle, 92 à 7110 La Louvière ;
- l'ASBL Télévision Mons-Borinage (Télé MB), dont le siège social est établi Carré des Arts, Rue des Sœurs Noires, 4a à 7000 Mons ;
- l'ASBL MAtélé, dont le siège social est établi rue Joseph Wauters, 22 à 5580 Jemelles ;
- l'ASBL Télé Bruxelles (TLB), dont le siège social est établi rue Gabrielle Petit, 32-34 à 1080 Bruxelles ;
- l'ASBL TV Com, dont le siège social est établi rue de la Station, 10 à 1341 Ceroux-Mousty ;
- l'ASBL Télévesdre, dont le siège social est établi rue Neufmoulin, 9 à 4820 Dison ;
- l'ASBL RTC Télé Liège, dont le siège social est établi rue de Laveu, 58 à 4000 Liège ;
- l'ASBL notélé, dont le siège social est établi rue du Follet, 4c à 7540 Tournai (Kain) ;
- l'ASBL Canal Zoom, dont le siège social est établi Passage des Déportés, 2 à 5030 Gembloux ;
- l'ASBL Canal C, dont le siège social est établi rue Eugène Thibaut, 1c à 5000 Namur ;
- l'ASBL TV Lux, dont le siège social est établi rue Haynol, 29 à 6800 Libramont ;

Vu le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, et en particulier les articles 136, § 1^{er}, 12° et 159 à 161 ;

Vu le rapport d'instruction établi par le secrétariat d'instruction du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

1. Exposé des faits

Dans le cadre d'un monitoring des pratiques publicitaires, les services du CSA ont constaté que, pendant la semaine du 15 au 21 février 2010, sept des douze télévisions locales ont diffusé une séquence « Terra Nostra ».

Cette séquence, qui présentait avec le programme culinaire « Table et terroir », diffusé sur l'ensemble des télévisions locales, une identité d'animateur, de décor et de concept culinaire, présentait des éléments caractéristiques du discours publicitaire (générique de début et de fin mettant en avant la pomme de terre Terra Nostra, incrustation en permanence à l'écran du logo Terra Nostra, éléments de décor mettant en évidence la pomme de terre Terra Nostra, etc.).

Par un courrier identique mais adressé individuellement, le 7 juillet 2010, aux douze télévisions locales, le Secrétariat d'instruction du CSA leur a demandé si elles avaient diffusé la séquence litigieuse et, dans l'affirmative, si celle-ci avait été identifiée en tant que communication commerciale. Par un second courrier du 14 septembre 2010, il leur a demandé leurs observations quant à une infraction éventuelle à l'article 14, § 4 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels qui dispose que « toute référence directe ou indirecte dans la communication commerciale à un programme ou à une séquence de programme de nature à créer la confusion quant au caractère commercial de la communication est interdite ».

Onze des douze télévisions locales ont répondu au premier courrier et sept au second courrier. Il en est ressorti que les onze télévisions locales ayant répondu au Secrétariat d'Instruction ont effectivement diffusé la séquence en question.

Certaines l'ont identifiée comme une communication commerciale. D'autres l'ont diffusée à titre de programme culinaire mais se rangent, *a posteriori*, à l'avis du Secrétariat d'Instruction selon lequel il s'agit d'une communication commerciale. Un éditeur a maintenu qu'il ne s'agissait pas d'une communication commerciale dès lors que Terra Nostra constitue un label de qualité et non une marque commerciale.

Par ailleurs, cinq des sept télévisions locales ayant répondu au second courrier du Secrétariat d'Instruction ont reconnu l'infraction à l'article 14, § 4 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels. Sans se prononcer sur le caractère infractionnel de la séquence, un éditeur insiste sur un certain nombre de précautions prises afin d'éviter l'ambiguïté avec le programme « Table et terroir ». Enfin, un éditeur indique avoir affiché tout au long de la séquence litigieuse la mention « publiereportage ».

Selon le Secrétariat d'Instruction, cette séquence constitue « *de toute évidence un message publicitaire et par conséquent une communication commerciale telle que définie à l'article 1^{er}, 7^o du décret SMA* » et méconnaît dès lors l'article 14, § 4 du même décret selon lequel « *toute référence directe ou indirecte dans la communication commerciale à un programme ou à une séquence de programme de nature à créer la confusion quant au caractère commercial de la communication est interdite* ».

2. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

L'article 1^{er}, 7^o du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels définit la notion de communication commerciale :

« 7^o Communication commerciale : 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 ou morale qui exerce une activité économique. Ces messages sont insérés dans un service de médias audiovisuels moyennant paiement ou autre contrepartie, ou à des fins d'autopromotion. La communication commerciale comprend notamment la communication commerciale interactive, la communication commerciale par écran partagé, la publicité, la publicité virtuelle, le parrainage, le télé-achat, l'autopromotion et le placement de produit ; »

L'article 14, § 4 dispose, quant à lui, que :

« Toute référence directe ou indirecte dans la communication commerciale à un programme ou à une séquence de programme de nature à créer la confusion quant au caractère commercial de la communication est interdite ».

En l'espèce, la séquence « Terra Nostra » diffusée par les télévisions locales constitue bien une communication commerciale. Même si elle a été commandée pour promouvoir un label et non une marque commerciale, elle visait cependant bien, indirectement, à promouvoir les marchandises bénéficiant de ce label et produites par des opérateurs économiques, et ce moyennant le paiement d'une contrepartie – même minimale – par l'APAQ-W. En tant que communication commerciale, elle doit dès lors « être nettement distincte des autres programmes ou séquences de programme grâce à des moyens optiques ou acoustiques clairement identifiables » (article 14 §1^{er} du décret) et être comptabilisée comme communication commerciale au regard du respect du temps maximum de diffusion de publicité (article 20 du décret).

En outre, malgré les précautions qui ont été prises lors du tournage de la séquence afin, comme l'indique une télévision locale, « *d'éviter toute ambiguïté* » avec le programme « Table et Terroir », le Collège considère que celles-ci n'ont pas été suffisantes pour empêcher la confusion. Ainsi, l'un des éditeurs a lui-même estimé que « *la forme de cette séquence (même présentateur et même décor que le programme 'Table et terroir' produit par TV Lux) a induit en erreur notre Direction des programmes qui a cru voir un programme culinaire du même producteur, donc un magazine à contenu informatif* ».

Les télévisions locales ont donc fait preuve, à tout le moins, d'un manque de prudence en diffusant cette séquence, de telle sorte que l'instruction menée par le Secrétariat d'instruction a démontré toute son opportunité.

Cette instruction a été d'autant plus opportune qu'elle a permis aux télévisions locales de prendre conscience des implications de l'article 14, § 4 du décret sur les services de médias audiovisuels. Onze des douze télévisions locales interrogées ont en effet collaboré de manière constructive à l'instruction, et tant les éditeurs ayant reconnu l'infraction que les éditeurs ayant justifié la diffusion ont eu l'occasion de mieux appréhender leurs obligations en la matière. L'instruction a donc indéniablement eu un caractère pédagogique qui devrait permettre, à l'avenir, d'éveiller la vigilance des éditeurs face à des programmes de même type que la séquence litigieuse.

Dès lors que l'instruction a, à elle seule, permis aux télévisions locales de mieux comprendre leurs obligations, le Collège n'estime pas opportun de poursuivre plus en avant son intervention et, après en avoir délibéré, décide de ne pas notifier de griefs aux éditeurs concernés.

Il profite néanmoins de la présente décision pour inviter les télévisions locales à faire preuve à l'avenir de davantage de prudence face aux communications commerciales induisant la confusion par rapport à des programmes existants et, à cette fin, les encourage à se concerter entre elles lorsque, comme en l'espèce, elles décident de diffuser des programmes communs.

Fait à Bruxelles, le 21 octobre 2010.