



Autorité
luxembourgeoise
indépendante de
l'audiovisuel

DÉCISION DEC001/2021-D012/2020 du 16 décembre 2020

du Conseil d'administration de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel concernant un recours gracieux de XXX contre la décision D030/2020-P022/2020 du 23 novembre 2020 de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel

Saisine

L'Autorité avait été saisie d'une plainte émanant de XXX, adressée originellement au Commissariaat voor de Media des Pays-Bas et transmise par cette autorité le 19 octobre 2020.

Le plaignant avait estimé que la mise en évidence d'un produit anticalcaire dans l'émission « Wooninspiraties », diffusée sur la chaîne *RTL 4* en date du 3 octobre 2020, avait relevé d'une information trompeuse et que l'émission en question ne serait qu'un exemple parmi d'innombrables programmes dans lesquels pareils énoncés seraient faits. Le plaignant avait fait valoir que les communications commerciales en cause véhiculeraient une information trompeuse sur les prétendues vertus anticalcaires du dispositif vanté.

Par décision du 23 novembre 2020, l'Autorité avait retenu de classer le dossier sans suites.

La décision de l'Autorité se basait sur le fait que l'interdiction de la publicité trompeuse ne figure pas parmi les contraintes auxquelles doivent répondre les communications commerciales sur base des articles 27*bis* et 28 de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques et des dispositions du règlement grand-ducal modifié du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de communications commerciales dans les services de médias audiovisuels dont l'Autorité est chargée d'assurer le respect.

L'Autorité avait encore analysé la loi du 23 décembre 2016 sur les ventes en soldes et sur trottoir et la publicité trompeuse et comparative qui interdit la publicité trompeuse et la définit comme étant « *toute publicité qui, d'une manière quelconque, y compris sa présentation, induit en erreur ou est susceptible d'induire en erreur les personnes auxquelles elle s'adresse ou qu'elle touche et qui, en raison de son caractère trompeur est susceptible d'affecter leur comportement économique ou qui, pour ces raisons, porte*



préjudice ou est susceptible de porter préjudice à un concurrent » (article 5, paragraphe 1) et dont l'article 5, paragraphe 2 indique les critères à prendre en considération pour apprécier si une publicité est trompeuse. La décision de l'Autorité a toutefois retenu que le dispositif légal ainsi mis en place ne vise expressément que l'annonceur de la publicité incriminée (article 7, alinéa 1 de la loi du 23 décembre 2016), qui seul peut être mis en cause du chef d'un manquement aux dispositions de l'article 5 précité, à l'exclusion du fournisseur du service de médias à l'égard duquel l'Autorité peut seule exercer sa compétence. Au vu de ce constat, le Conseil d'administration a retenu que la question soulevée ne relevait pas du domaine de compétence de l'Autorité et que la plainte n'était donc pas admissible.

Par courriel du 4 décembre 2020, le plaignant demande à l'ALIA de reconsidérer la question en estimant qu'il est « (...) *rather disappointing that the ALIA does not apply the rules of the Loi du 23 décembre 2016 sur les ventes en soldes et sur trottoir et la publicité trompeuse et comparative vis-a-vis RTL 4 by operation of law* ».

Selon le plaignant, il serait évident que la mise en évidence du produit telle que pratiquée dans l'émission sous analyse entrerait en conflit avec l'article 5, paragraphe 1 de la loi du 23 décembre 2016 précitée dans le sens où elle induirait effectivement en erreur les consommateurs et que, par-là, pourrait affecter le comportement économique des consommateurs.

En ce qui concerne la référence à l'article 5, paragraphe 2 qui indique les critères à prendre en considération pour apprécier si une publicité est trompeuse, le plaignant renvoie au détail de la publicité qui était à l'origine de sa plainte: « *In plain language the complaint is about the advertisement re. 'the AMFA 4000', which is an ordinary magnet. But a magnet cannot prevent limestone to attach on surfaces etc, so it doesn't save you money for buying cleaning products, replacement machines, etc (...)* ».

L'intervention du plaignant est à qualifier de recours gracieux et à examiner comme tel.

Sans mettre en cause la légitimité des objections du plaignant dans la mesure où la mise en évidence d'un produit pendant l'émission en cause pourrait en effet relever d'une information trompeuse, l'Autorité renvoie à sa décision initiale du 23 novembre 2020 pour souligner une nouvelle fois qu'elle est dénuée de compétence en la matière étant donné que d'après les dispositions de l'article 7, alinéa 1 de la loi du 23 décembre 2016, seul l'annonceur de la publicité peut être mis en cause du chef d'un manquement aux dispositions de l'article 5 précité, et ce à l'exclusion du



fournisseur du service de médias. Or, c'est à l'égard de ce dernier que l'Autorité peut seule exercer sa compétence.

L'Autorité maintient par conséquent sa décision initiale du classement de l'affaire.

Décision

Au vu de ce qui précède, l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel rejette le recours gracieux introduit en date du 4 décembre 2020 par XXX contre la décision DEC004/2020-P030/2017 du 23 novembre 2020.

Ainsi fait et délibéré lors de la réunion de l'Autorité du 16 décembre 2020 par :

Thierry Hoscheit, président
Valérie Dupong, membre
Marc Glesener, membre
Claude Wolf, membre

Pour expédition conforme.

Thierry Hoscheit
Président

Un recours en réformation est ouvert devant le tribunal administratif à l'encontre de la présente décision en vertu de l'article 35sexies de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques. En vertu de la loi modifiée du 21 juin 1999 portant règlement de procédure devant les juridictions administratives, ce recours est formé par requête signée d'un avocat inscrit à la liste I des tableaux dressés par les conseils des Ordres des avocats dans un délai de trois mois à partir de la notification de la présente ou à partir du jour où vous avez pu en prendre connaissance.