



Autorité  
luxembourgeoise  
indépendante de  
l'audiovisuel

## **DÉCISION DEC003/2016-P009/2015 du 15 février 2016**

### **du Conseil d'administration de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel concernant plusieurs réclamations à l'encontre des services *SportKlub 1* et *SportKlub 3***

#### Saisine

L'Autorité est saisie de trois plaintes émanant de l'Agency for Communication Networks and Services of the Republic of Slovenia (AKOS), adressées originellement au Service des médias et des communications du ministère d'Etat, et transmises par ce dernier à l'ALIA en date du 9 novembre 2015.

#### Les griefs formulés

L'AKOS est d'avis que les services *SportKlub 1* et *SportKlub 3* ont enfreint à maintes reprises, entre juin et septembre 2015, les dispositions de l'article 23 (1) de la directive européenne relative aux services de médias audiovisuels, transposé en droit national par l'article 6 du règlement grand-ducal du 17 décembre 2010 fixant les règles applicables en matière de communications commerciales dans les services de médias audiovisuels qui limite les messages publicitaires à 12 minutes à l'intérieur d'une heure horloge.

#### Compétence

La plainte vise des émissions diffusées sur les services de télévision *SportKlub 1* et *SportKlub 3*, partant des services couverts par des concessions accordées par le gouvernement luxembourgeois et relevant donc de la compétence du Luxembourg. Par conséquent, l'Autorité est compétente pour en connaître. Les concessions pour les services *SportKlub 1* et *SportKlub 3* ont été accordées à la s.à.r.l United Media, établie à 16-18, rue de Strasbourg, L-2560 Luxembourg et qui est destinataire de la présente décision.



Autorité  
luxembourgeoise  
indépendante de  
l'audiovisuel

## Admissibilité

La plainte vise la durée des plages publicitaires d'émissions diffusées sur les services de télévision *SportKlub 1* et *SportKlub 3* entre juin et septembre 2015.

## Instruction

Le directeur a visionné l'enregistrement des divers programmes fournis par AKOS, qui lui ont permis de vérifier que les relevés dressés par l'AKOS reflètent correctement le minutage consacré à la publicité pendant les heures indiquées.

Lors de son analyse, le directeur a constaté que la séparation entre le programme éditorial et les messages publicitaires n'était pas évidente pour certains passages visionnés. Les dispositions de l'article 28 (1) de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques exigent une distinction nette entre ces deux éléments de programme « *par des moyens optiques, acoustiques ou spatiaux* ». La diffusion, telle que pratiquée par *SportKlub 1* et *SportKlub 3*, d'un message d'autopromotion en lieu et place d'un moyen optique, acoustique ou spatial ne répond pas, selon l'appréciation du directeur, à cette exigence légale.

Le directeur a ensuite soumis ses conclusions au Conseil d'administration.

## Audition du fournisseur de service

L'Autorité a invité le fournisseur de service à présenter ses explications concernant les dépassements récurrents des maxima autorisés pour les diffusions de messages publicitaires. Lors de l'entrevue avec le Conseil d'administration de l'ALIA en date du 30 novembre 2015, M. Ralf Manthey, CEO de la s.à r.l United Media, concède qu'une certaine rigueur a fait défaut dans le respect des règles temporaires existantes et que les limites temporaires auraient été dépassées par moments. Il a été convenu que le directeur lui ferait parvenir le détail des résultats d'AKOS sur lesquels M. Manthey prendrait position une nouvelle fois par écrit.

Dans sa réponse écrite en date du 12 janvier 2016, M. Manthey confirme que les constats d'AKOS et du directeur de l'ALIA s'avèrent justes et que les services *SportKlub 1* et *SportKlub 3* ont violé les règles en vigueur en matière de durée maximale de publicité. M. Manthey ajoute qu'il s'agit de la première plainte du genre dans les dix années de diffusion des deux services et que tous les collaborateurs de United Media impliqués ont été avisés à porter dorénavant une attention accrue au respect des règles publicitaires surtout lors de retransmissions d'événements sportifs en direct. Dans le cas concret de la retransmission des événements sportifs de la *National Football League* (NFL), M. Manthey affirme que ces éléments de



Autorité  
luxembourgeoise  
indépendante de  
l'audiovisuel

programme proviennent en direct des Etats-Unis. Aussi l'influence d'United Media sur leur déroulement serait-elle quasi inexistante et les insertions de blocs de publicité dépendraient-elles des prémisses américaines et du déroulement de l'événement sportif.

Quant au second reproche formulé par rapport à un manque de séparation claire entre le contenu éditorial et les messages publicitaires, tel que prévu à l'article 28 (1) de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques, M. Manthey a confirmé les propos du directeur lors de l'entrevue avec le Conseil d'administration. Par la même occasion, il a informé l'Autorité d'une prise de conscience auprès du concessionnaire afin d'y remédier sans pour autant reprendre ce sujet dans sa réponse écrite.

## Discussion

L'Autorité peut, aux termes de l'article 35<sup>sexies</sup> de la loi modifiée du 27 juillet 1991 relative aux médias électroniques, être saisie de plaintes « *au sujet du non-respect par un service de média audiovisuel ou sonore relevant de la compétence du Luxembourg d'une disposition de la présente loi, ou prise en exécution de la présente loi ou d'un cahier des charges* ».

L'Autorité rejoint l'analyse d'AKOS et du directeur relative aux règles publicitaires en vigueur. L'Autorité retient par conséquent que la durée des messages publicitaires lors des émissions visionnées diffusées en dates des 3, 4, 5, 7, 9, 10 et 13 juin 2015 ainsi que du 21 septembre 2015 est contraire aux termes des dispositions de l'article 6 du règlement grand-ducal du 17 décembre 2010 qui limite les messages publicitaires à 12 minutes à l'intérieur d'une heure horloge.

L'Autorité voudrait cependant tenir compte des explications orales et écrites du fournisseur en question qui reconnaît que des erreurs humaines ont conduit à la transgression des limites autorisées. Ces erreurs n'auraient pas été motivées par une volonté de contrevenir aux règles en vigueur, mais par le souci de satisfaire aux exigences contractuelles liant le fournisseur de service à ses partenaires commerciaux. L'Autorité admet que les contraintes du direct ne permettent pas nécessairement une réflexion approfondie sur les conséquences éventuelles.

Quant au second reproche formulé, l'Autorité rejoint également les conclusions du directeur pour dire que la séparation entre publicités et contenu rédactionnel n'a pas été suffisamment tranchée lors des mêmes émissions.

Elle a pris acte des engagements de M. Manthey lors de son audition, à savoir que la société portera une attention accrue au respect des règles publicitaires ainsi qu'à la séparation entre le contenu éditorial et les communications commerciales.

## Décision

Au vu de ce qui précède, l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel décide :

Le volume publicitaire à l'intérieur des émissions relevées pendant différentes périodes de juin et de septembre 2015 contrevient aux dispositions de l'article 6 du règlement grand-ducal du 17 décembre 2010 qui limite les messages publicitaires à 12 minutes à l'intérieur d'une heure horloge.

L'absence de séparation claire entre le contenu éditorial et les communications commerciales contrevient aux dispositions de l'article 28 (1) de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques.

L'Autorité décide, compte tenu de la reconnaissance de ses torts par le fournisseur ainsi que de l'absence d'antécédents de ce dernier, de prononcer un blâme.

La présente décision sera notifiée par courrier au fournisseur.



Autorité  
luxembourgeoise  
indépendante de  
l'audiovisuel

Ainsi fait et délibéré lors de la réunion de l'Autorité du 15 février 2016, où étaient présents :

Thierry Hoscheit, président  
Valérie Dupong, membre  
Claude Wolf, membre  
Jeannot Clement, membre  
Luc Weitzel, membre

Pour expédition conforme.

Thierry Hoscheit  
Président

Un recours en pleine juridiction est ouvert devant le tribunal administratif à l'encontre de la présente décision en vertu de l'article 35*sexies* 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.