



Autorité  
luxembourgeoise  
indépendante de  
l'audiovisuel

## **DÉCISION DEC009/2021-A007/2019 du 8 mars 2021**

### **du Conseil d'administration de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel concernant une autosaisine à l'encontre du service *radio 100,7***

#### **Saisine**

Dans une question parlementaire du 22 novembre 2019, le député XXX s'interrogeait sur le fait que la *radio 100,7*, financée par les deniers publics, ouvre son antenne au magazine anglophone *Delano* (appartenant à un organe de presse privé à vocation commerciale) à travers une émission hebdomadaire dédiée à la diffusion de l'actualité luxembourgeoise en langue anglaise. Sur base de ces données, le Conseil d'administration de l'ALIA (ci-après le « Conseil ») a décidé, lors de sa réunion du 2 décembre 2019, de charger le directeur d'ouvrir une instruction afin de clarifier les conditions de la collaboration entre les deux organes de presse et la question de l'indépendance éditoriale de la radio.

#### **Compétence**

L'autosaisine vise le service *radio 100,7*, partant un service couvert par une permission accordée par le gouvernement luxembourgeois et relevant donc de la compétence du Luxembourg. Par conséquent, l'Autorité est compétente pour en connaître. La permission pour le service *radio 100,7* a été accordée à l'établissement public « Etablissement de radiodiffusion socioculturelle », établi à 21a, avenue John F. Kennedy, L-1855 Luxembourg, qui est destinataire de la présente décision.

#### **Instruction**

Le Conseil a chargé le directeur de l'instruction du dossier lors de sa réunion du 2 décembre 2019.

Le fournisseur de service a été informé de l'ouverture d'une instruction en date du 18 décembre 2019.

Dans sa note d'instruction du 20 octobre 2020, le directeur précise d'abord que, pour les besoins de son instruction, il a analysé les émissions du 21 et 28 novembre 2019, du 5 décembre 2019 ainsi que du 20 août 2020 qui étaient toutes accompagnées de la mention « *You're listening to The 7 Day Roundup together with Delano on radio 100,7* ». Il renvoie ensuite aux



notes préparées par le permissionnaire en vue de fournir des éléments de réponse à la question parlementaire, notes qui lui ont été transmises par courriel du 10 janvier 2020. Le fournisseur y indique que l'intention de la collaboration entre le magazine anglophone *Delano* (Maison Moderne) et la *The Jim Kent Show* était de faire connaître et de positionner cette nouvelle émission - et donc par extension la radio 100,7 - afin de cibler un nouvel auditoire, avant tout les expatriés âgés entre 25 et 50 ans, dont la première langue de communication est l'anglais.

Le fournisseur explique qu'il a été convenu d'entamer cette collaboration par un accord de principe sur la « cross promotion » de l'émission – c'est-à-dire que les deux médias, *Delano* et *radio 100,7*, se sont engagés à promouvoir respectivement l'émission en associant les trois marques *radio 100,7*, *The Jim Kent Show on radio 100,7* et *Delano*. De plus, il souligne que « *cet accord de principe est un accord oral et moral conclu entre les deux directions, sans qu'il n'y ait (...) un contrat écrit ou une convention quelconque. De même, aucun payement, que ce soit en termes de valorisation d'espace publicitaire, de parrainage d'émission, de rétribution etc. d'un côté comme de l'autre n'a été convenu* », l'idée étant « *d'élaborer, dans un deuxième temps, une convention entre la radio 100,7 et Maison Moderne [MM Publishing and Media s.a., société éditrice de la marque Delano] concernant la collaboration déjà entamée* ». À cet égard, le fournisseur précise encore que « *la raison pour laquelle la direction a décidé de procéder de cette façon est liée à la nécessité d'un certain rodage et de gain d'expérience pour définir les termes exacts de l'apport de Delano à l'émission* ».

Afin de pouvoir analyser la conformité du partenariat sous examen avec les règles pertinentes relatives aux communications commerciales prévues par la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques et son règlement d'exécution, le règlement grand-ducal modifié du 5 avril 2001 fixant les règles en matière de communications commerciales, le directeur, par note d'instruction du 20 octobre 2020, a demandé au fournisseur si, dans l'intervalle, une telle convention entre MM Publishing and Media s.a. et *radio 100,7* avait été conclue.

Dans sa réponse écrite du 26 novembre 2020, le fournisseur remarque, à titre liminaire, que « *l'émission The Jim Kent Show n'est plus un élément du programme de radio 100,7 depuis le 10 septembre 2020, date de sa dernière diffusion; de même que Monsieur Jim Kent, qui animait l'émission The Jim Kent Show, ne compte plus parmi nos collaborateurs depuis cette date* ». Il souligne également que « *depuis le 18 septembre 2020, une nouvelle émission en langue anglaise Connecting est diffusée de manière hebdomadaire sur radio 100,7. La structure de cette émission est*



*semblable à celle de l'ancienne The Jim Kent Show, c'est-à-dire un aperçu de l'actualité de la semaine ou de la semaine à venir en discussion avec des journalistes anglophones invités à cet effet par radio 100,7 suivi d'un entretien format « magazine » avec un invité sélectionné par radio 100,7 ».*

*Concernant la convention entre MM Publishing and Media s.a. et la radio 100,7, le fournisseur informe le directeur que « (a)u terme de plusieurs émissions, les parties ont renoncé à conclure une convention, étant donné qu'il a été décidé de ne pas approfondir la collaboration. Il avait été retenu alors que des journalistes du magazine anglophone Delano seraient invités par radio 100,7 pour discuter, sous forme d'entretien mené par l'animateur/l'animatrice de l'émission, de l'actualité de la semaine et/ou de la semaine à venir lors de l'élément de programme The 7 Day roundup. (...) Si le principe des journalistes invités dans le cadre de l'émission a été maintenu pour la nouvelle émission Connecting, nous avons décidé de ne plus utiliser le jingle mentionnant le magazine Delano [i.e. You're listening to the 7 Day Roundup together with Delano on radio 100,7] ».*

*Le directeur a par ailleurs souligné, dans son instruction, que l'article 4 paragraphe 2 du cahier des charges prévoit que « les émissions et programmes qui composent le service de radio sont élaborés en toute indépendance éditoriale. Le service est conçu par l'Établissement de Radiodiffusion Socioculturelle et composé par lui ou sous son contrôle. Il doit en toute hypothèse garder la maîtrise du contenu des émissions qu'il programme ». Afin de pouvoir s'assurer que la collaboration entre la radio 100,7 et Delano ne porte pas atteinte au principe de l'indépendance éditoriale, le directeur a demandé au fournisseur de lui fournir des précisions quant aux procédures en matière de décision éditoriale qui régissent la collaboration entre Delano et la radio 100,7.*

*Dans sa réponse écrite du 26 novembre 2020, le fournisseur souligne que « l'indépendance éditoriale de radio 100,7 a été et est toujours respectée ». Il rajoute que « les entretiens avec les journalistes anglophones dans le cadre du The 7 Day Roundup sont préparés et menés par l'animateur/l'animatrice de l'émission, et il va de même pour les sujets abordés lors de cette émission ainsi que de l'émission elle-même. Je tiens à ajouter que Jim Kent, en tant que collaborateur libre, animait l'émission sous l'autorité et la responsabilité du Responsable des programmes ainsi que du directeur. L'émission Connecting est, quant à elle, animée par des personnes qui ont un contrat de travail avec radio 100,7 ».*

*Dans ses conclusions du 15 décembre 2020, le directeur estime que, étant donné que le fournisseur a décidé de ne pas approfondir sa collaboration avec Delano, l'émission incriminée n'est plus, depuis le 10 septembre*



2020, un élément de programme de la *radio 100,7* et relève que son instruction a abouti à la conclusion finale que « *l'indépendance éditoriale de la radio 100,7 est et a été respectée* ». Il propose par conséquent « *de classer le dossier sous rubrique sans suite* ».

### **Audition du fournisseur de service par le Conseil d'administration**

Le fournisseur a été convoqué par le Conseil en date du 1<sup>er</sup> février 2021 afin de se positionner par rapport aux conclusions du directeur. Dans son courrier du 26 janvier 2021, le fournisseur de service déclare ne pas pouvoir répondre favorablement à la convocation du Conseil ; par ailleurs, il n'aurait pas d'observations à ajouter aux réponses et arguments présentés dans son courrier du 26 novembre 2020 au directeur.

### **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 peut encore agir si elle prend connaissance de sa propre initiative d'un manquement à une des dispositions pertinentes de la loi, des règlements grand-ducaux d'exécution ou des concessions, permissions et cahier des charges.

Le directeur, dans son instruction, a renvoyé à l'article 4 paragraphe 2 du cahier des charges applicable au service 100,7 qui prévoit que « *(l)es émissions et programmes qui composent le service de radio sont élaborés en toute indépendance éditoriale. Le service est conçu par l'Établissement de Radiodiffusion Socioculturelle et composé par lui ou sous son contrôle. Il doit en toute hypothèse garder la maîtrise du contenu des émissions qu'il programme* ».

En l'espèce, il résulte des explications fournies au cours de l'instruction, explications qui ne sont pas contredites par l'audition des émissions sous examen, que le collaborateur libre Jim Kent animait l'émission sous l'autorité et la responsabilité du responsable des programmes ainsi que du directeur de la *radio 100,7* et que partant le contrôle du contenu de l'émission et la responsabilité éditoriale restaient entre les mains de l'établissement public « *Etablissement de radiodiffusion socioculturelle* ».

En ce qui concerne le respect des règles relatives aux communications commerciales, à savoir en l'espèce plus particulièrement celles applicables



au parrainage, le Conseil note que le cahier des charges de la *radio 100,7*, dans son article 9, dispose que : « (2) *La retransmission d'événements parrainés est autorisée.*

*(3) Des émissions individuelles ou régulières peuvent être parrainées dans les conditions fixées pour les programmes de télévision par l'article 28 de la loi et le règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de publicité, de parrainage, de télé-achat et d'autopromotion dans les programmes de télévision réputés relever de la compétence du Luxembourg conformément à la directive « Services de médias audiovisuels ». »*

Le service *radio 100,7* est donc en principe autorisé à avoir recours au parrainage<sup>1</sup>.

L'article 2, point 9 de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques définit le parrainage comme étant « *toute contribution d'une entreprise publique ou privée ou d'une personne physique, n'exerçant pas d'activités de fournisseur de services de médias audiovisuels ou de production d'œuvres audiovisuelles, au financement de services de médias audiovisuels ou de programmes, dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses produits* ».

Force est de constater que le Conseil ne dispose pas d'indications résultant de l'instruction ou des explications du fournisseur qui permettraient de conclure qu'une contribution financière de MM Publishing and Media s.a. à l'émission sous analyse a eu lieu.

Partant, le Conseil retient qu'il n'y a eu violation ni des règles applicables en matière d'indépendance éditoriale ni des dispositions en vigueur en matière de communications commerciales telles qu'applicables au service *radio 100,7*. Le Conseil décide par conséquent de classer l'affaire.

---

<sup>1</sup> Le Conseil rappelle toutefois qu'il a déjà eu l'occasion de signaler que le règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de publicité, de parrainage, de télé-achat et d'autopromotion dans les programmes de télévision réputés relever de la compétence du Luxembourg conformément à la directive « Services de médias audiovisuels », évoqué par le cahier des charges du programme de *radio 100,7*, n'est pas applicable aux services de radio: voir Avis de l'ALIA N°10/2019 du 16 septembre 2019 relatif au projet de règlement grand-ducal portant modification du règlement grand-ducal modifié du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de communications commerciales dans les services de médias audiovisuels



## Décision

Le Conseil décide de classer l'affaire.

Ainsi fait et délibéré lors de la réunion du Conseil du 8 mars 2021 par :

Thierry Hoscheit, président  
Valérie Dupong, membre  
Marc Glesener, membre  
Luc Weitzel, membre  
Claude Wolf, 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<sup>sexies</sup> 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.