



Autorité
luxembourgeoise
indépendante de
l'audiovisuel

DÉCISION DEC032/2020-A006/2019 du 7 décembre 2020

du Conseil d'administration de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel concernant une autosaisine à l'encontre du service *RTL Télé Lëtzebuerg*

Saisine

Le Conseil d'administration de l'ALIA a décidé, lors de sa réunion du 2 décembre 2019, de charger le directeur d'ouvrir une instruction par rapport au dossier sous rubrique. Le visionnage des épisodes six et sept de la série *Capitani*, diffusée sur *RTL Télé Lëtzebuerg en date du 5 novembre 2019*, a révélé qu'ils contiennent la présence du quotidien luxembourgeois *Luxemburger Wort*, ainsi que du service *RTL Radio Lëtzebuerg* et de l'entrepreneur de pompes funèbres *Maison Platz* et le Conseil s'est interrogé sur la conformité de ces apparitions par rapport aux règles en vigueur en matière de communications commerciales.

Compétence

L'autosaisine vise le contenu du service de télévision *RTL Télé Lëtzebuerg*, partant un service couvert par une concession accordée par le gouvernement luxembourgeois et relevant donc de la compétence du Luxembourg. Par conséquent, l'Autorité est compétente pour en connaître. La concession pour le service de médias audiovisuels *RTL Télé Lëtzebuerg* a été accordée à la s.a. CLT-Ufa, qui est établie à 43, boulevard Pierre Frieden, L-1543 Luxembourg et destinataire de la présente décision.

Instruction

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 4 septembre 2020, le directeur a d'abord analysé le dossier sous l'aspect d'un éventuel placement de produit. Dans ce contexte, il a rappelé que l'article 5bis (2) (d) du règlement grand-ducal modifié du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de communications commerciales dans les services de médias audiovisuels dispose que les téléspectateurs doivent être « *clairement informés de l'existence d'un placement de produit* » et que les programmes comportant du placement de produit doivent être « *identifiés de manière appropriée* ».



au début et à la fin de leur diffusion, ainsi que lorsqu'un programme reprend après une interruption publicitaire, afin d'éviter toute confusion de la part du téléspectateur ».

Dans sa réponse écrite du 29 septembre 2020, le fournisseur a déclaré qu'en relation avec l'apparition de la société de pompes funèbres, qu'il n'y aurait eu ni paiement ni une autre contrepartie pour l'intégration de l'entreprise dans l'élément de fiction *Capitani*. Par ailleurs, il n'y aurait jamais eu l'intention de la part du fournisseur d'induire le public en erreur.

Dans ses conclusions du 3 novembre 2020, le directeur a, sur ce, avancé la notion de communication commerciale clandestine et a renvoyé à cet effet à l'article 27bis (1) (a) de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques qui dispose que les communications commerciales doivent être *« facilement reconnaissables »* et que *« les communications commerciales audiovisuelles clandestines sont interdites »*, le but étant d'assurer que le public ne soit pas induit en erreur. L'article 2 paragraphe 3 de la loi modifiée précitée définit la communication commerciale audiovisuelle clandestine comme *« la présentation verbale ou visuelle de marchandises, de services, du nom, de la marque ou des activités d'un producteur de marchandises ou d'un prestataire de services dans des programmes, lorsque cette présentation est faite de façon intentionnelle par le fournisseur de services de médias audiovisuels dans un but publicitaire et risque d'induire le public en erreur sur la nature d'une telle présentation, la présentation étant considérée comme intentionnelle notamment lorsqu'elle est faite contre paiement ou autre contrepartie »*.

L'utilisation du terme « notamment », possédant une connotation exemplative, a amené le Conseil d'administration de l'Autorité, dans sa décision du 19 octobre 2020¹, de considérer que d'autres critères pourraient être mis en œuvre afin de qualifier une communication commerciale de « clandestine ». A cet effet, il s'est référé à l'arrêt Eleftheri tileorasi et Giannikos de la Cour de justice de l'Union européenne du 9 juin 2011² qui a retenu que l'existence d'une rémunération ou d'une contrepartie d'une autre nature ne constitue pas une condition indispensable pour établir le caractère intentionnel d'une publicité clandestine. Ainsi, le Conseil a pris en considération, dans le dossier sous examen, l'élément du caractère répétitif et démesuré de l'apparition d'une

¹ La décision D026-2020_P005-2019 du 19 octobre 2020 du Conseil d'administration de l'ALIA peut être consultée sous le lien suivant : <https://www.alia.lu/fr/espace-juridique/decisions> (dernièrement visité le 30 octobre 2020).

² CJUE, arrêt Eleftheri tileorasi et Giannikos du 9 juin 2011, C-52/10, EU :C :2011 :374).



marque à l'écran sans qu'une telle présence n'aurait été justifiée par les nécessités de l'information.

Eu égard aux règles prévues par le cadre légal et réglementaire luxembourgeois en matière de communications commerciales clandestines ainsi que des critères élaborés par le Conseil d'administration dans sa décision, qui devraient, selon le directeur, s'appliquer alternativement et non pas cumulativement, il a par conséquent examiné si les apparitions du quotidien *Luxemburger Wort*, du service *RTL Radio Lëtzebuerg* et de l'entrepreneur de pompes funèbres *Maison Platz* lors de la diffusion des épisodes six et sept de la série *Capitani* devaient être qualifiées comme étant des communications commerciales clandestines.

Le sixième épisode de la série *Capitani* contient une séquence lors de laquelle le logo ainsi que la dénomination de la s.à r.l. *Maison Platz* étaient visibles, en gros plan, pendant environ 5 secondes. La mise en scène montre une famille en deuil qui est en train de feuilleter des brochures de l'entrepreneur de pompes funèbres *Maison Platz*, afin de planifier la cérémonie d'enterrement d'un membre de la famille décédé.

D'après le directeur, « *la présence de la société Maison Platz n'est ni répétitive ni démesurée, étant donnée qu'elle était visible une seule fois pour seulement quelques secondes et que cette apparition était justifiée par le contexte de la séquence, à savoir la planification d'une cérémonie d'enterrement* ». Le directeur est par conséquent d'avis que l'apparition de la société *Maison Platz*, dont le but était, selon sa compréhension, de créer un environnement réel, ne pourrait être qualifiée de communication commerciale clandestine au sens de l'article 2 paragraphe 3 de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques.

Outre la présence de la société *Maison Platz* lors du sixième épisode de l'élément de programme *Capitani*, et en se référant aux constats du Conseil d'administration dans sa réunion du 2 décembre 2019, le directeur retient que le service *RTL Radio Lëtzebuerg* ainsi que le quotidien luxembourgeois *Luxemburger Wort* sont apparus, respectivement, dans le cadre du sixième et septième épisode de la série.

Après visionnage des séquences concernées, le directeur a conclu « *qu'il ne s'agit, dans les deux cas, ni d'un placement de produit non identifié ni d'une communication commerciale clandestine (...)* ».

En ce qui concerne l'apparition du service de radio *RTL Radio Lëtzebuerg* lors du sixième épisode de la série *Capitani*, le directeur a constaté qu'une des deux fréquences accordées à ce service a effectivement été mise en



scène. Lors de cette séquence, le protagoniste *Capitani*, au réveil le matin, entend les nouvelles suivantes sur *RTL Radio Lëtzebuerg* : « ...*Suivi dann an der Affär vum Diddelenger Baustopp, wou elo confirméiert gouf dass d'Aarbechter beim Gruewen effektiv op mënschlech Iwwerreschter gestouss sinn. Éischt Resultater vun der Enquête hätten erginn, dass et sech ëm d'Läich vun engem Mann handelt, op deen, wéi et schéngt, geschoss gi war. Ëm wien et sech bei der Läich genee handelt, dat ass nach net gewosst. DNA Analyse sinn...* ». Pendant cette courte séquence, le directeur note qu'une des deux fréquences du service radio était bien lisible sur l'écran du réveil du protagoniste.

Selon le directeur, la présence non répétitive du service *RTL Radio Lëtzebuerg* « *n'était pas démesurée étant donnée qu'elle ne durait que 9 secondes et que l'apparition était justifiée par des raisons essentiellement programmatiques et dramaturgiques, notamment pour représenter l'environnement réel d'une production principalement destinée à cibler les téléspectateurs luxembourgeois* ».

Quant à la présence du quotidien luxembourgeois *Luxemburger Wort* lors de la diffusion du septième épisode de la série *Capitani*, le directeur note tout d'abord qu'il s'agit d'une courte séquence d'environ 3 secondes pendant laquelle était visible, en gros plan, une édition du *Luxemburger Wort*. Cette apparition du quotidien luxembourgeois, qui n'était ni répétitive ni démesurée, est, selon le directeur, « *clairement justifiée par des raisons essentiellement programmatiques et dramaturgiques étant donné que le titre du journal thématizait le décès, autour duquel tourne toute l'histoire de la série, d'une des protagonistes. La présence du journal Luxemburger Wort était donc nécessaire pour créer l'environnement réel d'une histoire qui se déroule au nord du Luxembourg, où le quotidien Luxemburger Wort fait partie intégrante de la culture et de l'identité de la société* ».

De ce qui précède, le directeur conclut que le fournisseur n'a pas enfreint l'article 27bis (1) (a) de la loi modifiée sur les médias électroniques, « *étant donné que les apparitions du quotidien Luxemburger Wort, du service RTL Radio Lëtzebuerg et de l'entrepreneur de pompes funèbres Maison Platz ne peuvent, à notre avis, pas être qualifiées comme "communications commerciales clandestines" au sens de l'article 2 paragraphe 3 de cette même loi* ». Par conséquent, le directeur propose au Conseil d'administration de classer le dossier sous rubrique sans suite.



Audition du fournisseur de service

Le fournisseur a été convoqué par le Conseil d'administration en date du 7 décembre 2020 afin de se positionner par rapport aux conclusions du directeur. Par courriel du 2 décembre 2020, le fournisseur a déclaré qu'il n'avait pas d'autres observations par rapport à ce dossier.

Discussion

L'Autorité peut, aux termes de l'article 35^{sexies} paragraphe 3 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 analyse, renvoie à l'article 27bis (1) (a) de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques qui dispose que, dans le but de ne pas induire le public en erreur, les communications commerciales doivent être « *facilement reconnaissables* » et que, par conséquent, « *les communications commerciales audiovisuelles clandestines sont interdites* ». Par ailleurs, il soulève que l'article 2 paragraphe 3 de la loi modifiée du 27 juillet 1991 définit la communication commerciale audiovisuelle clandestine comme « *la présentation verbale ou visuelle de marchandises, de services, du nom, de la marque ou des activités d'un producteur de marchandises ou d'un prestataire de services dans des programmes, lorsque cette présentation est faite de façon intentionnelle par le fournisseur de services de médias audiovisuels dans un but publicitaire et risque d'induire le public en erreur sur la nature d'une telle présentation, la présentation étant considérée comme intentionnelle notamment lorsqu'elle est faite contre paiement ou autre contrepartie* ».

Bien que, d'après cette disposition, le critère intentionnel, et donc l'information s'il y a eu, ou non, paiement ou autre contrepartie, soit l'élément essentiel pour la qualification d'une présentation comme clandestine, le Conseil se doit de rappeler à cet endroit qu'il ne dispose pas du pouvoir d'investigation qui, à l'instar d'autres autorités, lui permettrait d'opérer les vérifications nécessaires sur l'existence ou l'absence de paiement. En tout état de cause, il y a lieu d'étendre l'analyse au-delà de



cet élément et de prendre en considération d'autres critères que ceux repris de façon exemplative dans la loi.

Il n'est pas établi qu'une des trois entreprises apparaissant dans l'élément de programme ait financièrement ou autrement contribué à sa réalisation. La s.a. CLT-Ufa affirme expressément que tel n'a pas été le cas pour ce qui concerne l'entreprise de pompes funèbres *Maison Platz* et il est peu probable que tel puisse être le cas pour le service *RTL Radio Lëtzebuerg* exploité par la même s.a. CLT-Ufa. Le Conseil estime que le critère à analyser de plus près dans le cas en l'espèce est celui de l'importance de la présence des trois éléments sous analyse, à savoir le quotidien luxembourgeois *Luxemburger Wort*, le service *RTL Radio Lëtzebuerg* et l'entreprise de pompes funèbres *Maison Platz*. A cet égard et après visionnage et analyse des séquences soulevées par le directeur dans son instruction, le Conseil estime que la présence et l'apparition des trois marques ne sont ni répétitives, ni excessives de façon à mettre « *en évidence de manière injustifiée le produit en question* »³.

Dans ce contexte, le Conseil tient encore compte du fait que les trois éléments ne constituent pas, à sa vue, un « corps étranger » dans le déroulement du complot. Ainsi, les trois références s'intègrent dans les épisodes en se limitant à documenter les faits relatés pour devenir finalement une partie intégrante du programme. Si on peut imaginer de donner un nom de marque fictif à un produit ou un autre, le Conseil peut admettre que tel n'est pas toujours évident suivant la nature de l'élément à intégrer.

De ce qui précède, le Conseil retient que le fournisseur n'a pas enfreint les règles en vigueur en matière de communications commerciales.

Par conséquent, le Conseil décide de ne pas donner de suites au dossier sous rubrique.

Décision

Au vu des développements faits ci-dessus, l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel décide de classer l'affaire.

³ Article 11 de la DIRECTIVE (UE) 2018/1808 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 14 novembre 2018 modifiant la directive 2010/13/UE (directive «Services de médias audiovisuels»)



Ainsi fait et délibéré lors de la réunion de l'Autorité du 7 décembre 2020
par :

Thierry Hoscheit, président
Valérie Dupong, membre
Marc Glesener, 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^{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.