[LU] Le régulateur inflige un blâme à RTL pour une infraction aux dispositions applicables aux communications commerciales

IRIS 2015-8:1/24

Mark D. Cole & Jenny Metzdorf
Université du Luxembourg

Le 1er juillet 2015, l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel (ALIA) a rendu sa décision au sujet d'un programme radiophonique diffusé au Luxembourg. La plainte avait été initiée par le directeur de l'ALIA et soumise au Conseil d'administration de l'ALIA en vertu de l'article 35sexies (3) de la loi luxembourgeoise relative aux médias électroniques (LME) (voir IRIS 2011-2/31), qui prévoit que l'ALIA peut se saisir de sa propre initiative de tout manquement commis par un fournisseur de services de médias audiovisuels ou sonores établi au Luxembourg.

Le 1er septembre 2014, l'émission de radio en question avait été diffusée par RTL Radio Lëtzebuerg, dont CLT-UFA détient la licence. Le titre de l'émission était celui de la kermesse annuelle « Schueberfouer », organisée au mois d'août. L'émission, d'une durée d'environ dix minutes, visait à faire la promotion de la Schueberfoeuer, des produits qui y étaient vendus et des entreprises qui y participaient, ainsi que des parrains de l'émission de radio. Le programme consistait en un mélange de publi-reportages, de jeux-concours et de messages publicitaires, reliés entre eux par un même tapis musical. L'ALIA a examiné quatre points qui faisaient débat au titre de l'actuelle législation luxembourgeoise, dont le principal portait sur l'une des dispositions fondamentales relatives aux communications commerciales. La décision rendue par l'ALIA s'applique par conséquent aux services de médias audiovisuels.

L'ALIA a tout d'abord vérifié si le programme en question avait enfreint les dispositions relatives à la séparation entre le contenu rédactionnel et les communications commerciales. A ce titre, elle mentionne explicitement dans sa décision l'article 26 de la loi relative aux médias électroniques (LME), qui définit le champ d'application de ce chapitre de la loi portant sur les dispositions applicables aux services audiovisuels et sonores, et le règlement grand-ducal du 5 avril 2011, qui fixe les règles applicables en matière de publicité, de parrainage, de télé-achat et d'autoproduction dans les programmes de télévision (voir IRIS 2008-7 : Extra et IRIS 2011-4/28). Le règlement se fonde sur l'article 28 de la LME, qui figure au même chapitre que l'article 26 de la LME. Bien que cette disposition ne soit pas expressément mentionnée dans la décision de l'ALIA, elle impose l'adoption d'une règlementation qui fixe le placement et la durée des messages

© Observatoire européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe) 2026

publicitaires dans les programmes télévisuels. Les dispositions de la loi et du règlement précisent que toute insertion d'une communication commerciale doit respecter l'intégrité du programme et imposent une séparation entre le contenu commercial et le contenu rédactionnel. Après avoir entendu la partie défenderesse, l'ALIA a conclu à l'absence d'une séparation claire entre le contenu commercial et le contenu rédactionnel, puisque les différents éléments qui composaient le programme Schueberfouer étaient reliés par un même tapis musical, ce qui donnait l'impression qu'il s'agissait d'un seul et même programme constituant une communication commerciale. La transition vers les autres programmes était en outre trop fluide pour permettre à un auditeur moyen de discerner le caractère commercial du programme, ce qui constituait par conséquent une violation de la loi.

Deuxièmement, l'ALIA a examiné si la diffusion du programme avait respecté les limites de temps autorisées en matière de communications commerciales. Le fournisseur commercial en question, qui propose également des contenus dans le cadre d'une mission de service public, soutenait que des limites de temps spécifiques étaient prévues dans l'accord conclu entre le Gouvernement luxembourgeois et CLT-UFA, à savoir la Convention portant sur la prestation du service public en matière de radio et de télévision en langue luxembourgeoise. Cette convention précise en effet que les communications commerciales ne peuvent excéder six minutes par heure d'antenne en moyenne journalière, ni huit minutes pour une quelconque tranche horaire fixe, mesurée en moyenne hebdomadaire hors dimanche. L'ALIA a rejeté les arguments avancés par la partie défenderesse, selon lesquels seuls les messages publicitaires classiques désignant une entreprise ou un produit devaient être pris en compte pour le calcul de la durée totale des communications commerciales diffusées. L'ALIA a fait valoir à cet égard que la Directive Services de médias audiovisuels, ainsi que le règlement grand-ducal relatif aux communications commerciales, régissent les différentes formes de communications commerciales. Elle a estimé que le programme concerné appartenait dans son intégralité à la catégorie des communications commerciales. En effet, dans la mesure où la durée du programme était de neuf minutes, et que 50 secondes de messages publicitaires avaient été diffusées dans la même tranche horaire, le maximum autorisé de huit minutes avait été dépassé.

Les troisième et quatrième points évoqués par l'ALIA portent sur le manque de transparence dans l'information fournie aux auditeurs sur le coût des messages texte (SMS) dont les auditeurs devaient s'acquitter pour participer aux jeux organisés dans le cadre de l'émission et sur le respect de la législation applicable aux jeux de hasard. Bien qu'elle ait constaté que les présentateurs avaient omis d'informer les auditeurs du véritable coût de ces SMS, l'ALIA a conclu qu'elle n'était pas compétente pour se prononcer sur ces deux points qui portent sur des dispositions prévues par des textes de loi qui ne relèvent pas de sa compétence.

© Observatoire européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe) 2026

L’ALIA a ainsi sanctionné les infractions constatées au principe de séparation entre les communications commerciales et le contenu rédactionnel et à la limitation du temps consacré aux messages publicitaires. Dans la mesure où il s’agissait de la première infraction de ce type commise par ce fournisseur et compte tenu des propositions constructives formulées par CLT-UFA pour remédier à ces infractions, l’ALIA s’est contentée de lui infliger un blâme, conformément à la liste des sanctions prévues à l’article 35sexies (3) de la loi relative aux médias électroniques, ainsi que de lui demander de veiller au respect des dispositions applicables en matière de publicité.

Décision DEC022/2015-A001/2015 du 1er juillet 2015 du Conseil d’administration de l’Autorité luxembourgeoise indépendante de l’audiovisuel concernant une autosaisine à l’encontre du service de radio RTL Radio Lëtzebuerg

http://www.alia.lu/_dbfiles/lacentrale_files/300/351/D022-2015A001-2015-SchueberfouerECfinalsite.pdf

© Observatoire européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe) 2026

© Observatoire européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe) 2026