

Conseil supérieur de l'audiovisuel

Décision n° 2021-81 du 20 janvier 2021 relative à la procédure de sanction engagée à l'encontre de la société C8 le 20 avril 2020

NOR : CSAC2105600S

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel,

Vu la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, notamment ses articles 42 et 42-7 ;

Vu le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat ;

Vu le décret n° 2013-1196 du 19 décembre 2013 relatif à la procédure de sanction mise en œuvre par le Conseil supérieur de l'audiovisuel en application de l'article 42-7 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication ;

Vu la décision n° 2003-309 du 10 juin 2003 modifiée et prorogée autorisant la société Bolloré Media, devenue Direct 8 puis C8, à utiliser une ressource radioélectrique pour l'exploitation d'un service de télévision à caractère national diffusé en clair par voie hertzienne terrestre en mode numérique et la décision n° 2019-214 du 29 mai 2019 portant reconduction de cette autorisation ;

Vu la décision n° 2013-292 du 9 avril 2013 mettant en demeure la société Direct 8, devenue C8, de se conformer à l'avenir aux dispositions de l'article 9 du décret du 27 mars 1992 en ne diffusant plus de publicité clandestine ;

Vu le courrier du 20 avril 2020 du rapporteur mentionné à l'article 42-7 de la loi du 30 septembre 1986 notifiant à la société C8 la décision d'engager à son encontre une procédure de sanction et l'invitant à présenter ses observations dans un délai expirant, compte tenu des dispositions de l'ordonnance n° 2020-306 du 25 mars 2020 relative à la prorogation des délais échus pendant la période d'urgence sanitaire et à l'adaptation des procédures pendant cette même période, le 25 juillet 2020 ;

Vu le courriel du 29 mai 2020 par lequel la société C8 a sollicité la communication des pièces du dossier, lesquelles lui ont été adressées par un courrier du directeur général du Conseil supérieur de l'audiovisuel daté du même jour ;

Vu le courriel du 24 juillet 2020 par lequel la société C8 a communiqué ses observations écrites au rapporteur ;

Vu la décision du 11 septembre 2020 par laquelle le rapporteur a prolongé le délai de notification de son rapport ;

Vu le rapport établi par le rapporteur, communiqué à la société C8 ainsi qu'au président du Conseil supérieur de l'audiovisuel par courriers du 19 octobre 2020 ;

Vu la décision du 6 janvier 2021 par laquelle le Conseil supérieur de l'audiovisuel a décidé de ne pas faire usage de la faculté qu'il tient du 6° de l'article 42-7 de la loi du 30 septembre 1986 ;

Vu le courriel du 11 janvier 2021 par lequel la société C8 a décliné la possibilité de rendre publique l'audition du 20 janvier 2021 devant le Conseil supérieur de l'audiovisuel, en réponse au courrier de ce dernier en date du 18 décembre 2020 ;

Vu la fiche de visionnage des émissions La Grande Darka et Touche pas à mon poste respectivement diffusées par le service de télévision C8 les 21 et 23 septembre 2019 ;

Lors de la séance du 20 janvier 2021, le Conseil a entendu le rapporteur ainsi que M. Gérard-Brice Viret, directeur général en charge des antennes du groupe Canal +, M. Franck Appietto, président de la société C8, Mme Nathalie Lacan, directrice promotion et partenariats, Mme Laeticia Ménasé, directrice juridique ainsi que M^e Emmanuel Glaser et M^e Sandrine Perrotet, avocats.

Considérant ce qui suit :

Sur le cadre juridique :

1. Il résulte de l'article 42 de la loi du 30 septembre 1986 que la société C8 peut être mise en demeure de respecter les obligations qui lui sont imposées par les textes législatifs et réglementaires et par les principes définis aux articles 1^{er} et 3-1. Par ailleurs, en vertu de l'article 42-1 de la même loi : « Si la personne faisant l'objet de la mise en demeure ne se conforme pas à celle-ci, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut prononcer à son encontre (...) une des sanctions suivantes : / 1° La suspension, pour un mois au plus, de l'édition, de la diffusion ou de la distribution du ou des services, d'une catégorie de programme, d'une partie du programme ou d'une ou plusieurs séquences publicitaires ; / 2° La réduction de la durée de l'autorisation ou de la convention dans la limite d'une année ; / 3° Une sanction pécuniaire assortie éventuellement d'une suspension de l'édition ou de la distribution du ou des services ou d'une partie du programme ; / 4° Le retrait de l'autorisation ou la résiliation unilatérale de la convention ». L'article 42-2 de cette loi prévoit que : « Le montant de la sanction pécuniaire doit être fonction de la gravité des manquements commis et en relation avec les avantages tirés du manquement, sans

pouvoir excéder 3 % du chiffre d'affaires hors taxes, réalisé au cours du dernier exercice clos calculé sur une période de douze mois (...)».

2. Aux termes de l'article 9 du décret du 27 mars 1992 : « *La publicité clandestine est interdite. / Pour l'application du présent décret, constitue une publicité clandestine 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 dans un but publicitaire* ».

3. Aux termes du III de l'article 18 du même décret : « *Le parrainage doit être clairement identifié en tant que tel au début, à la fin ou pendant l'émission parrainée. / Cette identification peut se faire par le nom, le logo ou un autre symbole du parrain, notamment au moyen d'une référence à ses produits ou services ou d'un signe distinctif, sous les réserves suivantes : / 1° La mention du parrain pendant le déroulement d'une émission, hormis les cas où elle intervient à l'occasion d'une interruption de cette émission, doit rester ponctuelle et discrète, se borner à rappeler la contribution apportée par celui-ci et ne peut se traduire par un slogan publicitaire ou la présentation du produit lui-même ou de son conditionnement ; / 2° Lorsque le parrainage est destiné à financer une émission de jeux ou de concours, la remise aux particuliers des produits ou services du parrain à titre de lots ne peut faire l'objet d'aucun argument publicitaire (...)».*

Sur les émissions des 21 et 23 septembre 2019 :

4. Au cours de la diffusion par le service C8 des émissions *La Grande Darka* le 21 septembre 2019 et *Touche pas à mon Poste* le 23 septembre 2019, la société Skyline Airways a bénéficié de plusieurs mentions et d'une visibilité dans le cadre de séquences mettant en scène des tirages au sort permettant de remporter des voyages organisés par cette compagnie aérienne.

5. Or, d'une part, si l'éditeur soutient que la présence à l'antenne de cette marque est intervenue dans le cadre d'un parrainage identifié par la mention « *Avec la participation de Skyline Airways* » apparue au cours du générique de fin des émissions, il résulte de l'instruction que ce parrainage, indiqué seulement par cette mention du générique, mention très peu visible et maintenue à l'antenne pendant une courte durée, ne peut être regardé comme ayant été clairement identifié, au sens de l'article 18 du décret du 27 mars 1992.

6. D'autre part, la société Skyline Airways a fait l'objet d'une exposition sous la forme de citations répétées de son nom, accompagnées de remerciements chaleureux, et de multiples visualisations de son logo, notamment dans le cadre d'images diffusées en gros plan pour illustrer les séquences de remise des lots. La compagnie, sa marque, ses avions et l'illustration des voyages offerts ont été visibles à plusieurs reprises sur l'écran du plateau et pendant une durée globale significative au cours des deux émissions. Les images ainsi diffusées étaient souvent accompagnées de la mention du site internet de Skyline Airways. Les lots remis en plateau étaient matérialisés par des billets d'avion comportant le nom de Skyline Airways et visualisés à plusieurs reprises à l'écran. Constitutifs d'une promotion à caractère publicitaire, de tels faits établissent que l'exposition accordée à la société Skyline Airways est intervenue en méconnaissance des dispositions de l'article 18 du décret du 27 mars 1992, autorisant la remise des produits ou services du parrain à titre de lots sous réserve de ne faire l'objet d'aucun argument publicitaire.

7. Ces faits traduisent une méconnaissance par la société C8 des dispositions du III de l'article 18 du décret du 27 mars 1992. Il y a donc lieu de mettre celle-ci en demeure de se conformer, à l'avenir, à ces dispositions, en identifiant clairement les parrainages en tant que tels et en s'abstenant de toute promotion publicitaire du parrain lors de la remise de ses produits ou services à titre de lots.

8. Il résulte, en revanche, de ce qui précède qu'il n'y a pas lieu, dans les circonstances de l'espèce, de prononcer une sanction à l'encontre de la société sur le fondement de l'article 9 du décret du 27 mars 1992 interdisant la publicité clandestine.

Après en avoir délibéré,

Décide :

Art. 1^{er}. – Il n'y a pas lieu de prononcer une sanction à l'encontre de la société C8.

Art. 2. – La société C8 est mise en demeure de se conformer, à l'avenir, aux dispositions du III de l'article 18 du décret du 27 mars 1992, en identifiant clairement les parrainages en tant que tels et en s'abstenant de toute promotion publicitaire du parrain lors de la remise de ses produits ou services à titre de lots.

Art. 3. – La présente décision sera notifiée à la société C8 et publiée au *Journal officiel* de la République française.

Délibéré le 20 janvier 2021 par M. Roch-Olivier Maistre, président, Mme Nathalie Sonnac, Mme Carole Bienaimé-Besse, M. Jean-François Mary, M. Hervé Godechot et Mme Michèle Léridon, conseillers.

Fait à Paris, le 20 janvier 2021.

Pour le Conseil supérieur de l'audiovisuel :

Le président,

R.-O. MAISTRE