

**Lettre signature / accusé de réception**

SRG SSR idée suisse  
Service juridique  
Giacomettistrasse 3  
3000 Berne 15

Bienne, le 21 juillet 2003

Collaborateur/trice:  
cld

No.-tél.:  
032/327.59.57

Notre référence:  
263.2-02-34

**Décision**

**L'Office fédéral de la communication (OFCOM)** dans la procédure ouverte

contre

**SRG SSR idée suisse**

Giacomettistrasse 3  
3000 Berne 15

concernant la violation des dispositions régissant le parrainage de la loi fédérale du 21  
juin 1991 sur la radio et la télévision  
et de la concession SSR

**constate:**

1. L'OFCOM a ouvert une procédure administrative de surveillance contre SRG SSR idée suisse le 14 octobre 2002. Il la soupçonnait d'avoir enfreint les dispositions sur le parrainage figurant dans la LRTV ainsi que les dispositions de la concession relatives à l'interdiction de publicité dans le programme de la Radio Suisse Romande La Première (RSR 1). Le droit d'être entendu lui a été garanti.
2. SRG SSR idée suisse par l'intermédiaire de la RSR a pris position sur les arguments qui lui étaient reprochés par courrier du 15 novembre 2002. Ses arguments seront examinés dans les considérants qui suivent.

### **L'OFCOM considère:**

#### **I. Formellement**

En vertu de l'art. 56 al.1 de la loi fédérale sur la radio et la télévision du 21 juin 1991 (LRTV; RS 784.40) en relation avec l'art. 51 al.1 de l'ordonnance du 6 octobre 1997 sur la radio et la télévision (ORTV; RS 784.40), l'OFCOM exerce la surveillance sur les diffuseurs.

Dans le cadre d'une procédure de surveillance, l'OFCOM a la compétence, s'il constate une violation du droit, d'adopter les mesures administratives prévues à l'article 67 LRTV.

#### **II. Matériellement**

1. (...)

2. (...)

3. (...)

4. (...)

#### **5. Bande annonce La soupe est pleine**

- a) **Fait:** Dans le courant des mois d'août et septembre 2002, la RSR a diffusé la bande annonce suivante:
  - b) *Introduction chantée puis texte : Yann Lambiel rend nos personnalités médiatiques et sympathiques chaque dimanche matin sur la Première dans La soupe est pleine.*
  - c) *Il les met également en scène dans Satires obligatoires samedi 31 août à Develier, les 12, 13 et 14 septembre à l'Octogone de Pully et le 20 septembre à la salle de l'Eau à Martigny. Retrouvez tous les détails de la tournée sur [3.w.lasoupeprod.ch](http://3.w.lasoupeprod.ch)*
  - d) **Droit :** Dans sa prise de position le diffuseur argue que le message en question constitue de l'autopromotion puisque la première référence du message renvoie à l'activité professionnelle de M. Lambiel à la RSR dans le cadre de l'émission dominicale *La soupe est pleine* créant ainsi un lien avec les programmes de la RSR. Ce lien étant établi, le diffuseur estime possible de mentionner la tournée de Yann Lambiel dans le cadre de la promotion de l'émission La soupe est pleine.

- e) On parle d'autopromotion d'un diffuseur lorsque ce dernier fait de la publicité pour ses propres articles de promotion (cassettes enregistrées de ses propres émissions, articles de promotion de moindre valeur tels que briquets, stylos, casquettes, etc estampillés du logo de la chaîne ou de l'émission). En ce qui concerne les unités radiophoniques de la SSR à qui la publicité est expressément interdite dans le cadre de la concession, une règle spéciale a toutefois été inscrite dans ladite concession afin qu'elles puissent continuer à s'autopromouvoir. L'autopromotion dans les radios de la SSR est autorisée pour autant qu'elle soit en étroite corrélation avec le programme concerné et qu'elle soit principalement destinée à fidéliser le public. D'un point de vue formel, l'autopromotion doit être séparée du programme par un signal acoustique particulier permettant au public d'en reconnaître l'existence.
- f) L'art. 18 al. 4 let. b LRTV autorise l'autorité concédante à interdire toute publicité dans certains programmes. Sur la base de cette disposition, le Conseil fédéral a expressément interdit la publicité dans les programmes de radio de la SSR à l'art. 11 al. 1 de la concession SSR du 18 novembre 1992 (concession SSR).
- g) L'art. 11 ORTV considère comme de la publicité toute annonce publique effectuée pour passer un acte juridique portant sur des produits ou des services, pour promouvoir une cause ou une idée, ou pour produire quelque autre effet souhaité par l'annonceur, celui-ci disposant d'un temps d'émission moyennant rémunération ou contrepartie similaire.
- h) A la lumière de la définition de l'autopromotion du considérant 5 let. e, la bande annonce incriminée ne saurait être qualifiée d'autopromotion comme le soutient le diffuseur. Le message contient certes une référence à la partie rédactionnelle du programme par la mention de l'émission *La soupe est pleine* mais il ne vise pas à promouvoir et à commercialiser un produit de merchandising du diffuseur au sens mentionné dans le considérant 5 let. e supra.
- i) Elle ne saurait pas non plus être qualifiée de matériel d'accompagnement puisqu'elle n'est pas diffusée pendant ou juste après l'émission *La soupe est pleine* mais bien dans le cadre du programme à titre de rappel de l'émission et d'invitation à se rendre au spectacle de Yann Lambert.
- j) On peut aussi se demander si la bande-annonce peut être qualifiée de renvoi à une manifestation (*Veranstaltungshinweis*). Ce type de renvoi ne peut toutefois se dérouler que dans le cadre d'une émission de type rédactionnel et sans aucune contrepartie sous peine de constituer de la publicité. Le fait que la convention de partenariat prévoit expressément 10 spots promotionnels à titre de contre-prestation de la RSR exclut l'existence d'un renvoi à une manifestation sans qu'il soit nécessaire d'examiner les autres conditions.
- k) Le diffuseur conclut que la promotion de la tournée de Yann Lambert peut se faire dans le cadre promotionnel de l'émission *La soupe est pleine* puisque le lien avec cette dernière est créé dans la première partie de l'annonce. A son avis, toute autre interprétation irait à l'encontre des règles de la promotion culturelle et artistique.
- l) Force est toutefois de constater que le renvoi à l'émission à contenu rédactionnel a été rejeté au second plan du message puisque l'essentiel de ce dernier est centré sur la promotion de la tournée romande de l'artiste Yann Lambert par l'énumération exhaustive des localités dans lesquelles il se produira ainsi qu'un renvoi au site internet [lasoupeprod.ch](http://lasoupeprod.ch) entièrement dédié au spectacle de Yann Lambert.
- m) Reste à se demander si la promotion du spectacle de Yann Lambert ne constitue pas de la publicité à vocation essentiellement commerciale.

- n) La bande annonce attire l'attention du public sur la tournée de l'imitateur Lambiel. La référence à l'émission de la RSR dans laquelle il se produit régulièrement constitue une sorte de produit d'appel visant à éveiller la curiosité du public pour qu'il se rende au spectacle de Yann Lambiel. L'essentiel du message est constitué par l'énumération des lieux de spectacles. Elle n'a pas d'autre but que de faire de la publicité pour des spectacles humoristiques sans aucune autre corrélation avec les programmes de la RSR que la personnalité de l'artiste. La bande annonce outrepassé ainsi le cadre légal du renvoi à l'émission à contenu rédactionnel.
- o) D'un point de vue contractuel, RSR et La soupe productions ont signé une convention de partenariat le 28 juin 2001 prévoyant l'exclusivité promotionnelle du spectacle à la RSR et la présence du logo de la radio sur tous les supports de communication de la tournée en échange de spots promotionnels diffusés sur la Première. Les deux prestations représentent dès lors une valeur pécuniaire, ce qui constitue un indice supplémentaire tendant à conclure à l'existence d'un spot publicitaire.
- p) RSR 1 a par conséquent violé l'art. 11 al. 1 de la concession SSR en diffusant un spot publicitaire pour le spectacle de Yann Lambiel.

#### **Par ces motifs, l'OFCOM**

1. Constate que SRG SSR idée suisse a violé les dispositions de la loi fédérale du 21 juin 1991 sur la radio et la télévision (LRTV), en
  - a) (...)
  - b) diffusant un spot publicitaire en violation de l'art. 11 al. 1 de sa concession.
2. (...)
3. (...)
4. (...)
5. (...)

**Office fédéral de la communication**

Marc Furrer  
Directeur

**Voies de droit**

La présente décision peut faire l'objet d'un recours administratif auprès du Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication, 3003 Berne. Ce recours est adressé en deux exemplaires à l'instance de recours, dans les 30 jours à compter de la notification de la décision. Ce délai ne court pas du 7<sup>e</sup> jour avant Pâques au 7<sup>e</sup> jour après Pâques inclusivement, du 15 juillet au 15 août inclusivement et du 18 décembre au 1<sup>er</sup> janvier inclusivement. Le mémoire de recours indique les conclusions, motifs et moyens de preuve et porte la signature du recourant ou de son mandataire; celui-ci y joint l'expédition de la décision attaquée et les pièces invoquées comme moyens de preuve, dans la mesure où il en dispose.