Le CSA met en demeure la chaîne C8 de se conformer à la réglementation sur le parrainage

Au cours de la diffusion, par la chaîne C8, des émissions « La Grande Darka » et « Touche pas à mon Poste », respectivement les 21 et 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.
Estimant ce procédé susceptible de contrevenir aux prescriptions du décret du 27 mars 1992 définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat, le CSA a notifié à la chaîne, le 20 avril 2020, sa décision d'engager à son encontre une procédure de sanction, conformément aux articles 42 et suivants de la loi du 30 septembre 1986.
En effet, aux termes de l'article 9 du décret du 27 mars 1992 : « La publicité clandestine est interdite. (…) 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 ».
En outre, 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 (…) ».
La chaîne C8 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. Mais pour le CSA, il résulte de l'instruction que ce parrainage était indiqué seulement par cette mention du générique, très peu visible et maintenue à l'antenne pendant une courte durée. Dès lors, celui-ci ne peut être regardé comme ayant été « clairement identifié », au sens de l'article 18 du décret du 27 mars 1992.
Le CSA observe, d'autre part, que 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 la compagnie aérienne et visualisés à plusieurs reprises à l'écran.

Pour le CSA, de tels faits sont constitutifs d'une promotion à caractère publicitaire, et 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.

Le CSA met donc en demeure la chaîne 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. Il juge qu'il n'y a en revanche 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.