
**CONSEIL CANADIEN DES NORMES DE LA RADIODÉLÉVISION
COMITÉ RÉGIONAL DU QUÉBEC**

TVA concernant une annonce publicitaire pour La Boutique Sexe Cité

(Décision du CCNR 02/03-0447 et -0478)

Rendue le 17 juillet 2003

T. Rajan (Vice-présidente), B. Guérin, G. Moisan, R. Parent et P. Tancred

LES FAITS

À maintes reprises au cours du mois de décembre 2002, TVA diffusait une publicité de Boutique Sexe Cité, une boutique érotique de Montréal. L'annonce publicitaire nous montrait un homme revenant à la maison après son travail. Il était visiblement fatigué et, au moment où sa conjointe l'appelait de la pièce voisine, il répondait que sa journée ne s'était pas très bien passée. L'homme entra alors dans la salle de séjour où se tenait sa partenaire près de l'arbre de Noël, vêtue d'un chapeau de Père Noël et de lingerie en dentelle blanche ornée de jarretelles. Une caméra placée entre les jambes de la femme nous montrait de façon suggestive le visage de l'homme qui s'illuminait rapidement. La caméra nous montrait ensuite en gros plan le visage et les épaules de la femme alors qu'elle entonnait un « Joyeux Noël mon amour ». L'annonce publicitaire prenait fin alors qu'on entendait une voix hors-champ nous disant : « La Boutique Sexe Cité, votre partenaire en amour pour passer un très joyeux Noël. »

Le CCNR a reçu plusieurs plaintes relativement à la diffusion de cette annonce par TVA durant les heures d'écoute familiale au cours de la période des Fêtes. Deux des plaignants ont demandé au CCNR de trancher l'affaire (le texte intégral de ces plaintes et de la correspondance afférente figurent en annexe). Un des plaignants avait vu l'annonce publicitaire à deux reprises le 22 décembre lors de la diffusion du long métrage *Maman, je m'occupe des méchants* (la version en français du film *Home Alone 3*) qui débuta à 18 h 30. L'autre personne se plaignait qu'on ait intégré l'annonce publicitaire au film *Matilda* présenté le 29 décembre, également à 18 h 30, ainsi que durant l'émission à caractère informatif *Planète Animal* diffusée le 30 décembre à 13 h.

Les deux films présentaient la cote « Général » et étaient précédés d'un avis selon lequel « Ce film s'adresse à un public de tous âges. » *Planète Animal* ne présentait aucune cote (puisque les émissions d'information ne sont pas régies par le système de classification des émissions) ni aucun avertissement préliminaire que ce soit.

Les plaignants étaient préoccupés par le fait que cette annonce était trop sexuellement explicite pour qu'on la diffuse pendant les heures d'écoute familiale ou lors d'émissions s'adressant à des jeunes. Un des plaignants a également fait remarquer que la diffusion de l'annonce ne s'était pas faite par erreur une seule fois, puisqu'on l'avait répétée à plusieurs reprises dans le cadre de nombreuses émissions familiales différentes.

TVA a répondu à tous les plaignants que, de l'opinion du réseau, la teneur de l'annonce était suffisamment subtile pour que les enfants ne puissent comprendre ce qu'elle laissait entendre, mais qu'on avait tout de même retiré l'annonce de ce créneau. Les deux plaignants ont par la suite répliqué qu'ils étaient insatisfaits de la réponse de TVA. Ils craignaient que la station de télévision n'ait rejeté leurs plaintes quant à l'heure de présentation de l'annonce et que TVA ne reconnaisse avoir manqué de jugement dans cette affaire.

LA DÉCISION

Le Comité régional du Québec du CCNR a étudié la plainte à la lumière de la disposition suivante du *Code de déontologie* de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) :

Code de déontologie de l'ACR, article 10 – Télédiffusion

Mise à l'horaire

- f) Les messages publicitaires ayant du contenu sexuellement explicite ou du langage grossier ou injurieux à l'intention des auditoires adultes, comme ceux se rapportant aux longs métrages de cinéma, ne doivent pas être diffusés avant 21 h 00.

Le Comité régional du Québec a visionné la bande de l'annonce et revu toute la correspondance. Il a conclu que, même s'il aurait été plus approprié de présenter l'annonce publicitaire dans le cadre de programmation s'adressant moins aux enfants, elle n'était pas trop sexuellement explicite au point de contrevenir à l'alinéa 10 f) du *Code de déontologie de l'ACR*.

Une question préliminaire : la décision de Les normes canadiennes de la publicité

Les normes canadiennes de la publicité (NCP), l'organisme d'autoréglementation mis sur pied par l'industrie de la publicité pour traiter les plaintes relatives à la publicité, a également été saisi des plaintes au sujet de cette annonce. Lorsqu'il reçoit une plainte, NCP s'adresse à l'annonceur. L'industrie canadienne de la publicité a élaboré ses propres normes et celles-ci diffèrent des normes applicables aux radiotélédiffuseurs privés du Canada qui font partie des codes administrés par le CCNR.

NCP a étudié la plainte en vertu de l'article 14 (Descriptions et représentations inacceptables) du *Code canadien des normes de la publicité* dont la partie pertinente porte sur le contenu « qui porte atteinte aux bonnes moeurs prédominantes au sein de la population ». Dans son évaluation, NCP a également reconnu « L'autorité du Code » dans laquelle on explique que les conseils des normes tiendront compte des éléments suivants : « Le contexte et le contenu d'une publicité, l'auditoire rejoint ou apte à être rejoint ou encore visé par elle, ainsi que le média ou les médias qui en assurent la diffusion ». S'appuyant sur ses normes et ses critères, NCP a conclu que la publicité s'adressait à un auditoire adulte et qu'elle avait effectivement enfreint le *Code canadien des normes de la publicité*, puisqu'on l'avait présentée à une heure où les enfants étaient encore à l'écoute.

Le CCNR pour sa part, doit traiter de ces mêmes plaintes en ce qui a trait à la responsabilité du radiodiffuseur pour tout ce qui est diffusé par sa station.

L'heure de diffusion en vertu des codes

Le Comité régional du Québec considère, d'une part, que l'annonce publicitaire de La Boutique Sexe Cité ne convient pas aux familles, mais il estime qu'elle ne s'adresse pas aux adultes au point où elle est réservée uniquement à un auditoire adulte. Du point de vue du fond de la question, le Comité ne trouve tout simplement pas que l'annonce publicitaire était *explicite* sur le plan sexuel. Au pire, elle était sexuellement suggestive, mais même en reconnaissant cet état de choses, on ne peut considérer qu'elle contrevenait à l'alinéa 10 f) du *Code de déontologie de l'ACR*. Dans *CITY-TV concernant un message promotionnel de SexTV* (Décision du CCNR 99/00-0133, rendue le 6 juillet 2000), le Comité régional de l'Ontario s'est penché sur une plainte au sujet d'un message promotionnel dans lequel une femme nue était couchée sur le côté, face à la caméra, ses membres inférieurs et supérieurs placés de façon à cacher ses seins et son sexe. La publicité a été diffusée à 19 h 15, mais le Comité n'a pas jugé qu'elle s'adressait exclusivement à un auditoire adulte.

Ce sont ces termes « destinés à un auditoire adulte » qui servent de critère en vertu duquel le Conseil évalue la mise à l'heure de toutes les émissions par rapport à l'article 3 du *Code concernant la violence*. Dans l'esprit du Conseil, pour transgresser les

dispositions relatives aux horaires du Code, l'émission contestée ne doit pas simplement être « attrayante » principalement aux adultes, elle doit être « destinée à un auditoire adulte à l'exclusion d'un auditoire non adulte ».

[...]

Dans ce cas-ci, le Conseil juge qu'il n'y a pas d'infraction. Il convient toutefois avec le télédiffuseur et la plaignante qu'il serait plus convenable de ne pas diffuser ce genre de message promotionnel durant les heures où les enfants peuvent être à l'écoute.

De plus, le Comité souhaite souligner le fait qu'il comprend que l'annonce publicitaire représente une situation ou une relation domestique et non un rendez-vous érotique clandestin. Le Comité n'en conclut pas que celui-ci présenterait nécessairement un problème en vertu du Code, mais plutôt que l'annonce publicitaire, telle que diffusée, consistait en une représentation moins problématique qu'elle aurait pu l'être. Le Comité constate aucune infraction à l'alinéa 10 f).

Réceptivité du diffuseur

Dans toutes les décisions du CCNR, les Comités décisionnels évaluent la réceptivité du radiotélédiffuseur face au plaignant. Quoiqu'il ne soit pas obligé d'être d'accord avec ce dernier, on s'attend à ce que les personnes chargées de réagir aux plaintes se pencheront sur les préoccupations du plaignant de façon approfondie et respectueuse. Dans sa plainte au CCNR, un des plaignants s'est dit insatisfait de la façon dont on l'a traité au téléphone lorsqu'il a appelé pour se plaindre de la publicité. On l'a apparemment informé que la station avait reçu plusieurs plaintes à ce sujet, mais qu'on n'agirait qu'après la période des Fêtes. Comme le CCNR l'a déclaré à maintes reprises dans le passé, il ne peut commenter les conversations téléphoniques d'un plaignant avec un diffuseur, puisqu'il n'est pas un organisme chargé de recueillir des preuves. On espère toujours que de telles conversations se déroulent dans la coopération et le respect, mais on ne dispose d'aucun moyen pour effectuer une telle évaluation à moins que le plaignant et le radiotélédiffuseur s'accordent sur ce qui s'est vraiment dit. Dans ce cas-ci, en ce qui concerne les communications que le Comité est en mesure d'évaluer, TVA a fourni à tous les plaignants une réponse écrite adéquate dans les 21 jours après que le CCNR lui a fait parvenir copie des plaintes. Par conséquent, le Comité considère que TVA a respecté son obligation sur le plan de la réceptivité. Aucune autre mesure n'est nécessaire en ce qui concerne cet aspect.

Cette décision devient publique dès sa publication par le Conseil canadien des normes de la radiotélévision. Elle peut être rapportée, annoncée ou lue par la station à l'encontre de laquelle on a déposé la plainte, mais dans le cas d'une décision favorable, celle-ci n'est aucunement obligée de faire connaître le résultat.

ANNEXE

Dossiers du CCNR 02/03-0447 & -0478

TVA concernant une annonce publicitaire pour la Boutique Sexe Cité

I. Les plaintes

Le CCNR a reçu six plaintes concernant la mise en horaire de l'annonce publicitaire en rubrique qui fut diffusée au cours du mois de décembre 2002. Deux de ces plaignants ont rendu leurs formulaires de Demande de décision dûment complétés. Les plaintes de ces deux individus sont reproduites ci-bas :

La première plainte (Dossier du CCNR 02/03-447) se lit comme suit :

Aujourd'hui à 19:56 heure ce 22 décembre 2000,

Le réseau TVA pendant la diffusion du film *Maman je m'occupe des méchants*; a inséré des bandes annonces pour la boutique érotique Sexe Cité à Montréal; une heure de diffusion et un film pour enfant ... TVA devrait être mis à l'amende pour le peu de respect face à son public. Ils ont présenté cette annonce à deux reprises durant ce film. La deuxième fois dans la demi-heure suivant la première diffusion.

Merci de faire le nécessaire.

La deuxième plainte (Dossier du CCNR 02/03-478) :

Bonjour,

La présente est pour porter plainte contre le télédiffuseur TVA à Montréal (CFTM).

Lors de son émission Cinéma des fêtes du dimanche 29 décembre 2002, diffusée entre 18h30 et 20h30 et présentant un film à l'intention de la famille pour le temps des fêtes (*Matilda*), TVA a diffusé, à deux reprises, une publicité du sexshop Sexe Cité au contenu sexuel très explicite. Cette publicité montre un « pauvre homme » qui revient d'une journée épuisante au bureau se faire accueillir par sa conjointe en tenue « légère » de type sado-maso, avec gros plan sur les fesses et les jambes bien écartées de cette dernière.

Considérant que diffuser pareille publicité, et deux fois plutôt qu'une, est inacceptable à cette heure et dans ce cadre, j'ai logé une plainte téléphonique à TVA dès le lundi 30 décembre en avant-midi. La réceptionniste m'a dit que je n'étais pas le seul et que les nombreuses plaintes reçues tant par téléphone que par courriel seront acheminées à qui de droit.

Cependant, à 13h07 ce même lundi, le même télédiffuseur passait à nouveau la même publicité, cette fois lors de l'émission Planète animale, animée par Marie-Josée Taillefer et s'adressant directement à un jeune public ! J'ai alors à nouveau téléphoné à TVA. Cette fois, la téléphoniste m'a dit que la publicité était en ondes depuis déjà environ une semaine et

qu'elle y restait malgré les plaintes répétées. Elle précisa de plus que la programmation étant faite à l'avance et que s'agissant du temps des fêtes, le dossier contenant les plaintes ne serait pas traité avant au moins quelques jours !

Cette réponse m'a paru totalement inacceptable. Elle ne donne aucunement la moindre indication que le télédiffuseur s'ajustera au nombre des plaintes reçues. Elle laisse aussi entendre que cette campagne publicitaire se poursuivra encore un certain temps, sans discernement relativement au moment de la journée et au cadre dans lesquels elle sera présentée. Il est aussi évident qu'il ne s'agit pas d'une simple erreur ponctuelle, mais bien d'une programmation délibérée faite en toute connaissance de cause par les personnes responsables à TVA. Prétexter la période des fêtes pour ne pas traiter les plaintes et poursuivre cette campagne publicitaire me semble témoigner tant d'un manque total de jugement que d'arrogance vis-à-vis l'auditoire.

Cette attitude est injustifiable et, me semble-t-il, le public est en droit de s'attendre à des excuses formelles de TVA et de son engagement ferme à ne plus récidiver. D'où ma présente plainte.

En espérant que la présente aura les suites qu'elle mérite, je vous remercie à l'avance pour la bonne attention que vous y porterez.

II. La réponse du télédiffuseur

TVA a envoyé plus ou moins la même réponse à tous les plaignants.

Nous avons bien reçu votre récente plainte qui nous a été transmise par le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) concernant la diffusion d'une publicité sur le réseau TVA.

Votre plainte a pour objet la diffusion de la publicité de la Boutique *Sexe Cité* le ## décembre 2002, dans le cadre du film/[émission] [titre du film/de l'émission].

En bref, vous êtes d'avis que cette diffusion était inadéquate devant un public familial.

La publicité

La publicité montre un homme rentrant du travail. Il a visiblement passé une mauvaise journée. On voit aussi son épouse, souriante, qui l'attend près du sapin de Noël vêtue d'une tenue légère. L'homme semble agréablement surpris. Il y a finalement identification du nom de la boutique.

Nous croyons que cette publicité était suffisamment subtile pour éviter que des enfants puissent saisir et comprendre tout ce qu'elle sous-entendait. Nous ne croyons pas non plus qu'elle comportait une exploitation de la femme au sens des codes régis par le CCNR. À tout événement, la publicité a été retirée de ce créneau horaire.

Toutefois, nous sommes sincèrement désolés que cette diffusion vous ait choqué et nous vous remercions d'avoir pris le temps de nous faire part de vos préoccupations.

III. Correspondance additionelle

Le plaignant (Dossier du CCNR 02/03-0447) a répondu à TVA par courriel le 22 janvier 2003 et a envoyé copie au CCNR :

Je trouve complètement sujet, la réponse que vous me faites parvenir. Dans un premier temps, mon commentaire ne fait nullement référence à une exploitation de la femme. Il fait référence à l'heure de diffusion, et à une émission s'adressant à un public de moins de treize ans.

Votre explication désinvolte de l'annonce prouve hors de tout doute le peu d'intérêt que vous portez aux commentaires des auditeurs, « On voit aussi son épouse, souriante, qui l'attend près du sapin de Noël vêtue d'une tenue légère ». Tout ce que l'on voit de l'épouse souriante est son entre-jambe puisque l'angle de prise de vue ne nous présente que deux jambes avec une petite culotte blanche et des bas de nylons blancs.

Maintenant, dites-moi si votre épouse se promène elle aussi en petite culotte devant les amis de vos enfants et si c'est une situation acceptable ?

Ce pourquoi je me vois dans l'obligation d'en appeler de votre jugement devant le Conseil canadien des normes.

Le plaignant a écrit directement au CCNR le même jour, sa Demande de décision y était jointe :

Par la présente, veuillez considérer que suis totalement insatisfait de la réponse de [...] de TVA. Son ton cavalier pour décrire l'annonce en question démontre le peu d'intérêt de TVA face aux auditeurs.

Le plaignant (Dossier du CCNR 02/03-0478) a rendu sa Demande de décision en date du 22 janvier avec la lettre qui suit :

Suite à ma plainte du 30 décembre dernier concernant les diffusions d'une publicité du sexshop Sexe Cité sur les ondes de la télévision de TVA, j'ai reçu en date du 17 janvier une réponse [...] du Groupe TVA (une copie vous a aussi été envoyée).

Si j'apprécie avoir reçu une réponse, le contenu de celle-ci ne me satisfait toutefois pas. Je précise que ma plainte ne concernait pas tant la publicité elle-même (bien qu'elle me semble discutable !) que le manque de jugement du télédiffuseur qui l'a programmé à plusieurs reprises pendant des émissions familiales, voire des émissions pour enfants, et a maintenu cette campagne publicitaire malgré de nombreuses plaintes.

La réponse de TVA a beau affirmer que « la publicité a été retirée de ce créneau horaire » (ce qui est le bon sens même), elle omet deux points importants :

La lettre n'admet pas que TVA a reçu de nombreuses plaintes du public à ce sujet, tant par téléphone que par internet, réduisant l'affaire à ma seule plainte;

TVA n'admet aucune erreur de jugement quant aux heures de diffusion et au type d'émissions durant lesquelles elle a été diffusée. La lettre parle même d'un message « subtil ». Donc, pour TVA, il n'y a rien là. En conséquence de quoi, TVA semble laisser la porte ouverte pour diffuser à nouveau ce genre de publicité dans des émissions familiales voire pour enfants.

Je termine en ajoutant que le conseil des *Normes canadiennes de la publicité* a aussi été saisi du dossier et était sensé obtenir copie de l'annonce en question. J'attends de ses nouvelles.

Le plaignant a aussi écrit au CRTC le 23 janvier :

Suite à ma plainte contre la diffusion répétée d'une publicité du sexshop Sexe Cité durant la période des fêtes lors d'émissions familiales voire pour enfants, le CCNR a fait suivre le dossier et j'ai reçu une réponse de TVA, une réponse qui ne me satisfait pas.

Par ailleurs, les Normes canadiennes de la publicité ont aussi été saisi du dossier. Ils me disaient qu'ils allaient obtenir copie de la publicité en question. Je devrais recevoir des nouvelles sous peu, mais j'ai compris que le temps joue en faveur du télédiffuseur qui pourra effacer les traces de cette campagne publicitaire.

Je vous fais donc parvenir copie de la lettre que j'ai envoyé au CCNR et qui précise mes motifs d'insatisfaction. Je reste étonné qu'un télédiffuseur puisse diffuser pareille publicité à toutes heures du jour et dans le cadre de n'importe quelles émissions ! Faut-il s'attendre à ce que ce phénomène se répète et se banalise ?